



IZBA
GOSPODARKI
ELEKTRONICZNEJ



E-COMMERCE

pod lupą fiskusa



Jak prowadzić
handel internetowy w Polsce?

www.advicero.eu

spis treści

1	Wzmoczone kontrole podatkowe przedsiębiorców - o czym każdy przedsiębiorca internetowy powinien pamiętać?	7
	• Co zrobić aby przygotować się do kontroli?	10
2	Prowadzenie działalności w Polsce - wsparcie Advicero Tax	11
3	Najważniejsze kwestie związane z rozliczaniem sprzedaży e-commerce w Polsce	12
	• Obowiązki rejestracyjne przedsiębiorcy zagranicznego w Polsce	12
	• Zakład podatkowy	13
	• Data powstania obowiązku podatkowego w podatkach dochodowych oraz w podatku VAT	14
	• Jednolity Plik Kontrolny	15
	• Dokumentowanie sprzedaży online	15
	• Moment wykazania sprzedaży online	16
	• Dokumentowanie zwrotu towarów uprzednio zafiskalizowanych	16
	• Akcje promocyjne	16
	• Bony towarowe	17
	• Sprzedaż wysyłkowa na terytorium kraju	18
	• Zakaz handlu w niedzielę	19
	• Podatek od sprzedaży detalicznej	19
	• Rozliczenie dropshippingu	20
	• Fullfilment agreement	21



Szanowni Państwo,

Z ogromną przyjemnością oddajemy w Państwa ręce zaktualizowaną publikację poświęconą zagadnieniom podatkowym związanym z handlem elektronicznym, która została przygotowana przez ekspertów Advicero Tax. Niniejszy raport został również objęty patronatem przez Izbę Gospodarki Elektronicznej.

Mamy nadzieję, że tematyka publikacji wpisze się w Państwa potrzeby. Dołożyliśmy starań, aby problematyka poruszana na łamach tego raportu stanowiła rzetelne źródło informacji a przede wszystkim była interesującą lekturą.

Polski rynek e-commerce stale się rozwija. Według badań Gemiusa w 2017 roku kupowało w sieci 54% Polaków, co stanowi wzrost o 4% w stosunku do roku poprzedniego. Biorąc pod uwagę wzrostową tendencję dziwić nie może fakt, że coraz więcej stacjonarnych sklepów decyduje się na otwarcie platform on-line również dla klientów z Polski. Ponadto istotnym czynnikiem, który może przyczynić się do wzrostu tego segmentu rynku jest fakt, iż od marca 2018 roku zaczął obowiązywać w Polsce stopniowy zakaz stacjonarnego handlu w niedzielę, który docelowo w 2020 roku ma objąć wszystkie niedziele w trakcie roku.

Jednocześnie naturalną kolejną rzeczą jest to, że wzrost wartości rynku e-commerce w Polsce (obecnie szacowany na 36-40 mld złotych) powoduje większe zainteresowanie organów podatkowych, co w konsekwencji będzie prowadzić do zwiększonej liczby kontroli wśród przedsiębiorców działających w tej branży.

Wychodząc naprzeciw tym potrzebom, w niniejszym raporcie zwracamy Państwa uwagę na skomplikowane aspekty podatkowe, które dotyczą prowadzenia działalności w branży handlu elektronicznego. Jesteśmy przekonani, że nasza publikacja ułatwi codzienne prowadzenie Państwa biznesu i pomoże rozwiązać pojawiające się wątpliwości.

Zapraszamy serdecznie do zapoznania się z naszą publikacją, a w razie jakichkolwiek pytań zapraszamy do kontaktu z nami pod adresem – office@advicero.eu

Życzymy ciekawej i owocnej lektury!

Katarzyna Klimkiewicz-Deplano
PARTNER ZARZĄDZAJĄCY

1

WZMOŻONE KONTROLE PODATKOWE PRZEDSIĘBIORCÓW – O CZYM KAŻDY PRZEDSIĘBIORCA INTERNETOWY POWINIEN PAMIĘTAĆ?

Jednym ze środków zwalczania uszczupień podatkowych przyjętym przez Ministerstwo Finansów są wzmożone kontrole podatkowe i celno-skarbowe podatników.

Generalnie celem kontroli jest sprawdzenie, czy podatnicy prawidłowo wywiązują się z nałożonych na nich obowiązków podatkowych. Weryfikacja może polegać na sprawdzeniu terminowości płacenia podatków lub prawidłowości ujmowania zdarzeń gospodarczych w rejestrach VAT.

Obszerna reforma z marca 2017 roku powołująca do życia Krajową Administrację Skarbową (dalej jako KAS) dokonała istotnych modyfikacji zasad przeprowadzania kontroli rozliczeń podatników. W związku z jej utworzeniem zlikwidowane zostały niektóre z wcześniej funkcjonujących organów, na miejsce których powołano nowe, wyposażając je w dodatkowe kompetencje. Aktualnie obowiązująca struktura przewiduje podział na kontrole podatkowe i kontrole celno-skarbowe.

Kontrola podatkowa prowadzona jest przez naczelnika urzędu skarbowego. Jej przedmiot może dotyczyć wszelkich obowiązków wynikających z przepisów prawa podatkowego, spoczywających na podatnikach, płatnikach, inkasentach i ich następcach prawnych. Jej wszczęcie musi zostać poprzedzone wcześniejszym zawiadomieniem podatnika o zamiarze wszczęcia kontroli. Kontrola podatkowa kończy się wydaniem protokołu pokontrolnego, po którym podatnik może skorygować deklarację.

Poważniejsza w skutkach jest kontrola celno-skarbowa, wszczynana co do zasady przez naczelnika urzędu celno-skarbowego. Jej celem jest zwalczanie najpoważniejszych przestępstw naruszających bezpieczeństwo finansowe państwa, np. wyłudzeń VAT. Co istotne, przepisy nie nakładają na kontrolujących obowiązku doręczenia kontrolowanemu zawiadomienia o zamiarze wszczęcia kontroli celno-skarbowej. W związku z tym, podatnik nie ma już możliwości przygotowania się (np. poprzez inną organizację pracy przedsiębiorstwa) do prowadzonej kontroli.

O aktywnej działalności kontrolnej organów podatkowych świadczą statystyki prowadzone przez KAS w tym zakresie. Poniżej garść danych liczbowych, które obrazują zasięg prowadzonych kontroli¹:

¹Zgodnie z danymi przekazanymi przez Krajową Administrację Skarbową (stan na koniec listopada 2017 roku)

2760

Liczba wszystkich postępowań kontrolnych wszczętych w 2017 roku

CIT

238 Liczba wszczętych postępowań kontrolnych dotyczących CIT

Kwota wykrytych nieprawidłowości:



876 mln zł + 204 mln zł odsetek

VAT

1296 Liczba wszczętych postępowań kontrolnych dotyczących VAT

Kwota wykrytych nieprawidłowości:



9,31 mld zł + 1,7 mld zł odsetek

Zgodnie z zapowiedziami przedstawicieli Ministerstwa Finansów, również w 2018 roku kontynuowane będą aktywne działania kontrolne u przedsiębiorców. Ponownie jednym z kluczowych priorytetów administracji skarbowej będzie uszczelnienie podatku VAT. Jak podkreślają przedstawiciele Ministerstwa Finansów, oprócz oszustw w podatku VAT i podatku akcyzowym przedmiotem szczególnego zainteresowania kontrolerów celno-skarbowych będzie podatek CIT, w którym do unikania opodatkowania stosowana jest przede wszystkim agresywna optymalizacja podatkowa oraz ceny transferowe. Ponadto, w obszarze zainteresowania kontroli celno-skarbowych będą też gry hazardowe oraz obrót towarowy z zagranicą (kontrole celne).


Zmienić ma się natomiast sposób typowania podmiotów kontrolowanych oraz zakres branż, w których zdaniem fiskusa istnieje największe ryzyko nieprawidłowości. Zgodnie z komunikatami, zmniejszeniu ulegnie liczba kontroli przeprowadzanych u mikro i małych firm, na rzecz wzmożonych kontroli u dużych przedsiębiorstw.

Niewątpliwie należy też zauważyć, iż skuteczność i szybkość czynności kontrolnych przeprowadzanych przez KAS wzrosła w ostatnich latach w związku z zapewnieniem nowoczesnych narzędzi i systemów teleinformatycznych, które umożliwiają diagnozowanie i wykrywanie nieprawidłowości. Można tu wymienić choćby obowiązujący już wszystkich przedsiębiorców Jednolity Plik Kontrolny czy też działający od 2018 roku STIR (System Teleinformatyczny Izby Rozliczeniowej).


KAS jest świadoma, że istnieją podmioty, które celowo uchylają się od obowiązków wobec państwa, nie płacąc podatków i cła co w konsekwencji utrudnia państwu realizację zobowiązań wobec społeczeństwa, powoduje zmniejszenie liczby usług i inwestycji publicznych oraz utrudnia wyrównywanie szans obywateli. Dlatego zgodnie z wizją, którą kieruje się KAS powinna ona podejmować wszelkie starania, aby wykrywać i karać winnych takich przypadków oraz odzyskiwać należności skarbu państwa.

W związku ze wzmożoną aktywnością KAS bardzo ważne jest poprawne prowadzenie rozliczeń przez podatników, również z sektora e-commerce, który zgodnie z wcześniejszymi zapowiedziami jest jednym z obszarów potencjalnego ryzyka wystąpienia nieprawidłowości podatkowych. Dbanie o rzetelne wywiązywanie się z obowiązków podatnika jest szczególnie istotne z uwagi na cele i kierunki działania administracji skarbowej na lata 2017-2020. Jednym z głównych celów jest uszczelnienie systemu podatkowego, które ma być zrealizowane poprzez skuteczniejsze egzekwowanie prawa podatkowego i celnego oraz zwalczanie przestępstw i nadużyć finansowych. W związku z tym, istotnym jest aby podatnik wykazywał się szczególną dbałością o pełną dokumentację podatkową oraz poprawność rozliczeń. Poniżej w formie graficznej przedstawiamy obszary potencjalnego ryzyka nadużyć podatkowych, które mogą dotyczyć sektora e-commerce:


E-HANDEL JAKO OBSZAR POTENCJALNEGO RYZYKA NADUŻYĆ PODATKOWYCH




Ryzyko niezrealizowania lub nieterminowego realizowania obowiązków związanych z zapłatą podatku lub zaliczki na podatek




Ryzyko niezrealizowania zobowiązań podatkowych w pełnej wysokości w związku z niewykazywaniem do opodatkowania obrotu/przychodów z wystawionych rachunków/faktur VAT przez podmioty posiadające zarejestrowaną działalność gospodarczą



Ryzyko niewykazywania do opodatkowania całości osiągniętych przychodów, poprzez nieewidencjonowanie całości lub części przychodów na kasach rejestrujących



Ryzyko niezrealizowania zobowiązań podatkowych w pełnej wysokości w związku z niewystawieniem faktur lub wystawieniem faktur w kwotach nieodpowiadających wielkościom faktycznym



Ryzyko prowadzenia niezarejestrowanej działalności gospodarczej



Co zrobić aby przygotować się do kontroli?

Co do zasady, jedynie kontrola podatkowa ma zapowiedziany charakter i podatnik wie o niej z wyprzedzeniem. Od dnia zawiadomienia musi minąć 7 dni zanim urzędnicy rozpoczną czynności kontrolne. W tym czasie podatnik może uzupełnić ewentualne braki.

Kontrole celno-skarbowe nie są zapowiadane i mogą rozpocząć się z dnia na dzień. W takim wypadku podatnik nie jest już w stanie wiele zrobić. Dlatego bardzo ważnym jest aby zanim ten dzień nadejdzie podatnik był odpowiednio przygotowany.

Niewątpliwie każda z dwóch kontroli może powodować stres i niepokój u kontrolowanego podatnika. Aby nieco państwa uspokoić, poniżej przedstawiamy garść ogólnych informacji o tym, co zrobić by ewentualna kontrola organów podatkowych nie była powodem do zmartwień:

- Bądź świadom swoich praw jako kontrolowany
- Posiadaj uporządkowaną dokumentację podatkową i księgową
- Dbaj o częste audyty w firmie, pozwalające na wykrycie ewentualnych nieprawidłowości
- Jeżeli czujesz taką potrzebę ustanów pełnomocnika do kontaktów z organami podatkowymi
- Przestrzegaj terminów

2

JAK ROZPOCZĄĆ PROWADZENIE DZIAŁALNOŚCI E-COMMERCE W POLSCE? – WSPARCIE ADVICERO TAX

Usługi doradztwa podatkowego świadczone przez Advicero Tax obejmują wszystkie aspekty działalności gospodarczej, niezależnie od wielkości czy też stopnia rozwoju Państwa firmy.

Dzięki naszej pomocy Klient jest pewny, że wykonuje swoje obowiązki podatkowe w sposób prawidłowy i rzetelny. Zapobiega to również wszelkim komplikacjom związanym z niedopełnieniem formalności.

Nasze usługi to gwarancja bezpieczeństwa Państwa firmy. Ochronimy firmę przed możliwymi zagrożeniami związanymi z kontrolą zobowiązań podatkowych. Pomożemy też w zakresie ich optymalizacji – zarekomendujemy wybór najlepszej formy działalności czy sposobu finansowania, a zaoszczędzone w ten sposób środki pozostaną do Państwa dyspozycji.

Zakres naszego wsparcia w zakresie doradztwa podatkowego obejmuje każdy etap funkcjonowania firmy, w szczególności:

- Doradztwo dla branży e-commerce: (i) optymalne modele prowadzenia działalności gospodarczej, (ii) rejestracja spółek, (iii) rejestracja na VAT, (iv) zatrudnianie i rozliczanie pracowników, (v) doradztwo w zakresie obowiązków dokumentacyjnych, (vi) prowadzenie bieżących rozliczeń podatkowych w Polsce i za granicą (w tym JPK);
- Doradztwo dla branży detalicznej i FMCG: (i) optymalizacja bieżącej działalności operacyjnej, (ii) doradztwo w zakresie umów najmu i wynikających z nich rozliczeń, (iii) rozliczanie strat towarowych, kalkulacje związane z kosztem własnym sprzedaży; (iv) akcje promocyjne; (v) optymalizacja umów z pracownikami;
- Rozstrzyganie sporów z organami podatkowymi: kontrole podatkowe, postępowania przed organami pierwszej i drugiej instancji, postępowania sądownoadministracyjne, wnioski o zwrot nadpłat;
- Rozliczenia z podmiotami powiązаныmi, sporządzanie dokumentacji cen transferowych, analizy ekonomiczne.

3

NAJWAŻNIEJSZE KWESTIE ZWIĄZANE Z ROZLICZANIEM SPRZEDAŻY E-COMMERCE W POLSCE

Poniżej prezentujemy listę wybranych zagadnień istotnych z punktu widzenia firmy z branży e-commerce wraz z krótkim omówieniem.

Obowiązki rejestracyjne przedsiębiorcy zagranicznego w Polsce

Przedsiębiorca zagraniczny sprzedający towary osobom fizycznym w Polsce powinien mieć świadomość ciężących na nim obowiązków rejestracyjnych. Wszystkie podmioty wykonujące w Polsce czynności będące przedmiotem VAT są obowiązane zarejestrować się przed dokonaniem pierwszej czynności opodatkowanej. Sprzedaż wysyłkowa na rzecz osób prywatnych, w tym za pośrednictwem Internetu, również wymaga zarejestrowania się przedsiębiorcy zagranicznego na cele VAT w Polsce.

Nie każdy przedsiębiorca jest objęty podatkiem VAT. Z opodatkowania zwolnieni są podatnicy, których wartość sprzedaży opodatkowanej nie przekroczyła łącznie w poprzednim roku podatkowym kwoty 200.000 złotych, przy czym do wartości sprzedaży nie jest wliczany podatek. Zwolnienie to nie dotyczy jednak wszystkich czynności. I tak w przypadku między innymi dostawy wyrobów z metali szlachetnych, dostawy budynków, świadczenia usług prawniczych czy usług jubilerskich konieczność opodatkowania VAT zaistnieje bez względu na kwotę sprzedaży. Ponadto powyższe zwolnienie nie dotyczy również podatników nieposiadających siedziby działalności gospodarczej na terytorium Polski.

Spółka zagraniczna, żeby zostać prawidłowo zarejestrowanym podatnikiem VAT w Polsce, musi zgromadzić i złożyć odpowiednie dokumenty wymagane przez urząd skarbowy (m.in. umowa spółki, umowa rachunku bankowego). W przypadku dokumentów obcojęzycznych istnieje konieczność ich przetłumaczenia na język polski.

Po zarejestrowaniu, podatnik VAT czynny jest zobowiązany do umieszczania numeru identyfikacji podatkowej (numer NIP) na wystawianych fakturach oraz w ofertach.

Ponadto, na zarejestrowanym podatniku VAT ciąży obowiązek prowadzenia rejestrów VAT oraz składania deklaracji VAT, miesięcznych lub – przy spełnieniu odpowiednich warunków - kwartalnych.

Zakład podatkowy

Generalną zasadą z punktu widzenia podatku dochodowego jest opodatkowanie zagranicznego przedsiębiorcy w państwie jego rezydencji podatkowej. W przypadku prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce, w sytuacji gdy stwierdzone zostanie powstanie tzw. zakładu, dochód powinien również zostać opodatkowany w Polsce.

Zakład to abstrakcyjne pojęcie, które służy ocenie, czy działalność przedsiębiorstwa poza granicami kraju rezydencji podatkowej jest na tyle intensywna, że uzasadnia wykazanie za granicą i opodatkowanie tam, w tzw. państwie źródła, dochodów osiągniętych z prowadzonej tam działalności. Szczegółowa definicja zakładu znajduje się z reguły w wewnętrznym prawie podatkowym danego państwa oraz w umowach o unikaniu podwójnego opodatkowania.

Generalnie, według Konwencji Modelowej OECD (i zawartej w niej definicji podstawowej, o którą oparte są definicje wskazane w poszczególnych umowach o unikaniu podwójnego opodatkowania) o powstaniu zakładu decydują trzy przesłanki:

- istnienie placówki (tj. każde miejsce: biuro, fragment terenu, przestrzeni na terytorium innego państwa, które pozostaje do dyspozycji przedsiębiorstwa bez względu na to, czy przedsiębiorca ma jakikolwiek tytuł prawny do dysponowania tym miejscem (własność, dzierżawa);
- stały charakter placówki (należy mieć na uwadze czas, przez jaki istnieje, oraz zamiar wykorzystywania jej w sposób trwały do prowadzenia działalności);
- wykorzystywanie placówki do prowadzenia w całości lub co najmniej w części działalności gospodarczej przedsiębiorcy.

Warto podkreślić, że koncepcja zakładu dla celów podatku dochodowego (tzw. permanent establishment) nie jest tożsama z zakładem dla celów podatku VAT (tzw. fixed establishment). W praktyce oznacza to, że podmiot zagraniczny może mieć obowiązek rozliczania w Polsce podatku VAT z tytułu sprzedaży na terytorium Polski, natomiast taki obowiązek nie powstanie dla niego w zakresie podatków dochodowych. W każdym indywidualnym przypadku rekomendowana jest dokładna analiza stanu faktycznego, żeby właściwie określić istniejące obowiązki w zakresie rozliczeń podatkowych.

Data powstania obowiązku w podatkach dochodowych oraz w podatku VAT

Ustalenie momentu rozpoznania przychodu podatkowego i VAT należnego w przypadku sprzedaży online, w związku z niedostosowaniem przepisów do specyfiki handlu internetowego, stwarza w praktyce niezmiernie dużo problemów i z tego też względu znajduje się często pod lupą fiskusa.

SPRZEDAŻ ON LINE - MOMENT POWSTANIA PRZYCHODU W PDOP I PDOF



SPRZEDAŻ ON LINE - MOMENT POWSTANIA OBOWIĄZKU PODATKOWEGO W VAT



Jednolity Plik Kontrolny

Jednym z istotnych narzędzi kontroli podatkowych przy sprawdzaniu rozliczeń sklepów internetowych jest niewątpliwie Jednolity Plik Kontrolny (JPK). JPK obejmuje siedem struktur, z których kluczowa dla większości przedsiębiorców jest struktura JPK_VAT. To jedyny plik, który jest obligatoryjnie wysyłany do urzędu. Pozostałe struktury przekazywane są jedynie na żądanie. Obowiązek dostarczania organom podatkowym wybranych danych finansowych w formie JPK zaczął stopniowo obowiązywać od lipca 2016 roku a od 1 stycznia 2018 roku w zakresie JPK_VAT dotyczy już wszystkich podatników VAT. Mają oni obowiązek comiesięcznego przesyłania danych do Ministerstwa Finansów.

Mając na uwadze, że zmiany Ministerstwa Finansów idą w tym kierunku, by jak najwięcej wiedzieć o podatnikach i na podstawie udostępnionych przez nich danych w systemie teleinformatycznym przetwarzać je w celu identyfikowania nieprawidłowości, niezwykle istotne jest, aby właściwie wywiązywać się z obowiązków w tym zakresie.

Co więcej, JPK stanowi informację podatkową, a uchybienie obowiązkowi jego terminowego wysłania do Ministerstwa Finansów stanowi czyn zabroniony zgodnie z Kodeksem karnym skarbowym.

Dokumentowanie sprzedaży online

Sposób dokumentowania transakcji wykonanych przez e-sklepy różni się w zależności od tego, czy sprzedaż jest dokonana na rzecz ostatecznych konsumentów czy przedsiębiorców. Poniższe tabele przedstawiają uproszczone zasady dotyczące dokumentowania transakcji.

DOKUMENTOWANIE SPRZEDAŻY



Moment wykazania sprzedaży online

Przepisy nie określają momentu, w którym daną sprzedaż należy zarejestrować na kasie fiskalnej, niemniej w praktyce uznaje się, że powinno to nastąpić z chwilą powstania obowiązku podatkowego. W przypadku, gdy nabywca dokonuje przedpłaty na konto sprzedawcy, paragon powinien zostać wydrukowany w dniu uzyskania płatności i przesłany wraz z przesyłką. Natomiast w przypadku płatności za pobraniem, wydrukowanie i przesłanie paragonu w jednej paczce z towarem może okazać się niewłaściwe np. w przypadku sprzedaży na przełomie miesiący – obowiązek podatkowy mógłby zostać wówczas wykazany w nieprawidłowym okresie.

Również prawidłowe wystawienie faktury w przypadku, gdy nie jest znana faktyczna data dostawy, może okazać się problematyczne. Przepisy ustawy o VAT dają jednak w takim przypadku możliwość wystawienia dokumentu bez daty sprzedaży – data ta powinna być bowiem wskazana na fakturze pod warunkiem, że została określona.

Dokumentowanie zwrotu towarów uprzednio zafiskalizowanych

Kolejną kwestią problematyczną dla podatnika jest sposób udokumentowania zwrotu towaru. Zgodnie z przepisami ustawy o VAT warunkiem dokonania korekty podatku VAT przez podatnika jest posiadanie potwierdzenia danej sprzedaży (w przypadku sprzedaży na rzecz konsumentów dokumentem potwierdzającym taką sprzedaż jest paragon fiskalny).

W przypadku dokumentowania sprzedaży na kasie fiskalnej, zwrot towaru skutkuje koniecznością sporządzenia ewidencji zwrotów i reklamacji, która musi zawierać m.in. dokument potwierdzający dokonanie sprzedaży oraz protokół przyjęcia zwrotu towaru lub reklamacji towaru, podpisany przez sprzedawcę i nabywcę. Warto zaznaczyć, że wspomniany wymóg posiadania protokołu przyjęcia zwrotu oraz potwierdzenia danej sprzedaży został uznany przez UOKIK za niedozwoloną praktykę. W związku z tym organy podatkowe również potwierdzają możliwość zastąpienia ww. dokumentów innymi dowodami.

Akcje promocyjne

W celu zwiększenia wiedzy na temat produktów lub usług oraz samej firmy, e-sklepy organizują często akcje promocyjne. Wydatki tego typu stanowią dla nich koszty uzyskania przychodu.

Dla uczestnika akcji promocyjnej otrzymana w jej wyniku nagroda będzie, co do zasady, stanowiła przychód podatkowy. Podlega on opodatkowaniu stawką ryczałtową w wysokości 10%.

Do pobrania podatku od nagrody w większości przypadków będzie zobowiązany organizator akcji promocyjnej, czyli sklep internetowy. Na płatniku ciąży obowiązek obliczenia i pobrania podatku, a następnie jego zapłata do urzędu skarbowego, jak

również wypełnienie i wysłanie do właściwego urzędu deklaracji podatkowej. Jeżeli nagroda ma charakter rzeczowy, podatek należy pobrać przed jej wydaniem nagrodzonemu. W praktyce, aby uniknąć powyższej sytuacji, zryczałtowany podatek od nagrody jest najczęściej finansowany przez organizatora poprzez zastosowanie tzw. mechanizmu ubruttowienia. Występują również sytuacje, gdy organizator akcji marketingowej nie jest zobowiązany do pobrania podatku od nagród – np. gdy obdarowanym nie jest osoba fizyczna – konsument, lecz osoba prawna lub osoba fizyczna będąca przedsiębiorcą.

Opodatkowaniu przekazywanych nagród podatkiem VAT będzie podlegało nieodpłatne wydanie należących do przedsiębiorstwa towarów. Wyjątek stanowią tzw. prezenty o małej wartości oraz próbki. W działalności marketingowej praktyczne znaczenie ma pierwsza z powyższych kategorii, tj. prezenty o małej wartości, za które uznaje się przekazywane jednej osobie towary o jednostkowej cenie nabycia do 10 zł lub o łącznej wartości nieprzekraczającej w roku podatkowym 100 zł, o ile organizator promocji prowadzi ewidencję, pozwalającą na ustalenie tożsamości obdarowanych osób.

Bony towarowe

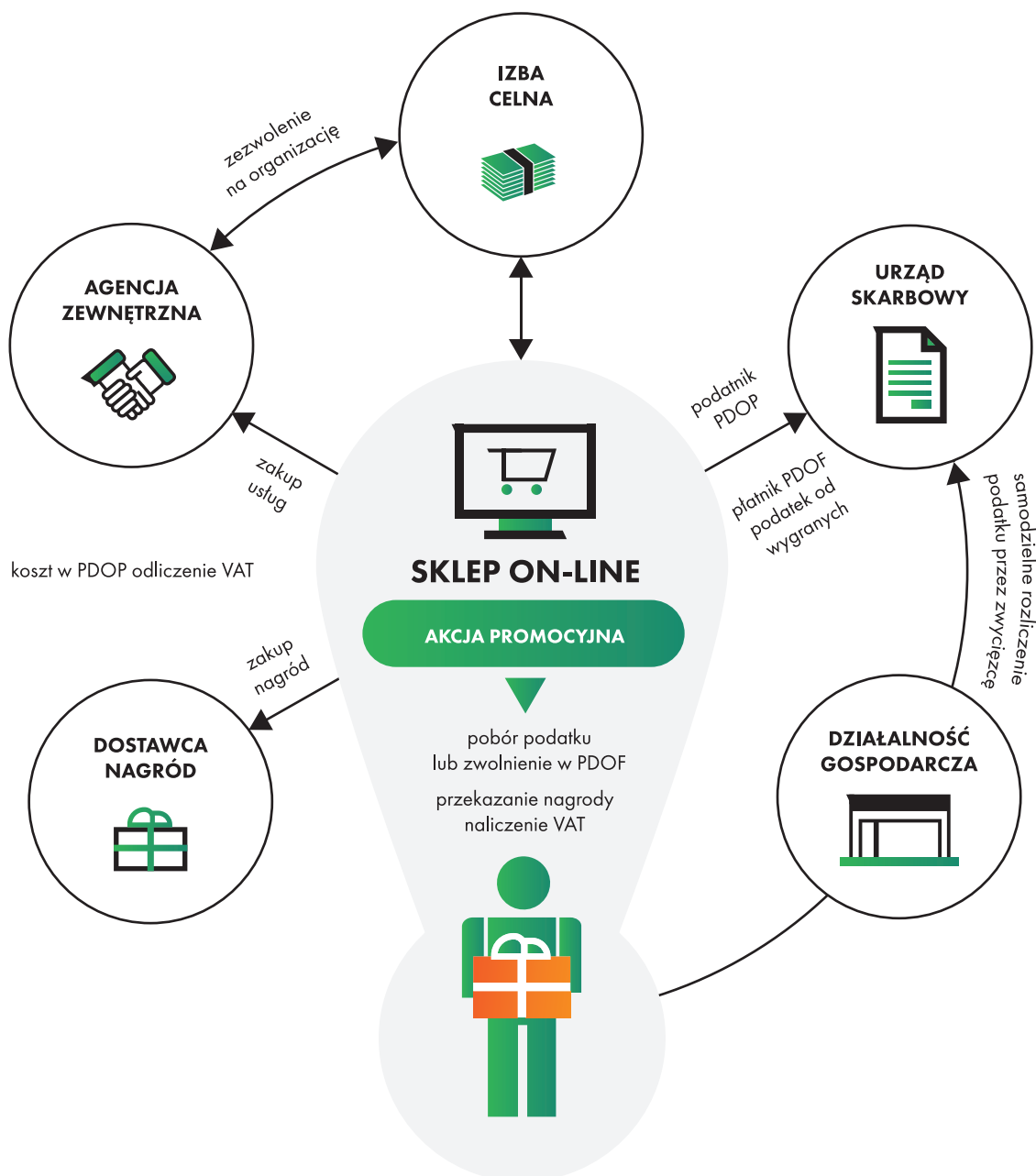
W ramach akcji marketingowych przedsiębiorcy mogą wydawać klientom bony towarowe o określonym nominale, podlegające wymianie na oferowane przez nich towary.

W doktrynie oraz orzecznictwie powszechnie przyjmuje się, iż bon towarowy nie może być też utożsamiany z prawem majątkowym, podobnie, wydanie bonu nie stanowi również wykonania usługi (pełni rolę talonu czy też znaku legitymacyjnego, uprawniającego do otrzymania określonego świadczenia).

Z uwagi na fakt, iż do wydania towaru przez spółkę emitującą bon towarowy dochodzi dopiero w momencie realizacji bonu przez jego beneficjenta, wcześniejsze otrzymanie zapłaty za bon należałoby uznać za zaliczkę na poczet dostaw towarów, które mają być dokonane w kolejnych okresach sprawozdawczych. Od takiej interpretacji są wyjątki, np. w sytuacjach, gdzie odpłatnie wydany bon towarowy nie jest wymieniony na towar ani przed upływem jego ważności, ani przed końcem roku finansowego emitującej spółki. Analogicznie, ze względu na fakt, iż bon nie stanowi towaru w rozumieniu przepisów ustawy o podatku VAT, czynność polegająca na wydaniu bonu towarowego nie powinna stanowić dostawy towarów w świetle przepisów ustawy o VAT.

Z uwagi na fakt, iż w dacie wydania bonów nie zawsze jest możliwe ustalenie, jakiej stawce VAT podlegać będą towary, na które zostanie wymieniony bon towarowy, ani też nie jest pewne, czy bon towarowy zostanie kiedykolwiek zrealizowany, odpłatne wydanie bonów nie może być potraktowane jako płatność zaliczkowa w rozumieniu przepisów o VAT. Konsekwentnie, w przypadku odpłatnego wydania bonów towarowych obowiązek podatkowy w VAT powinien być rozpoznany nie wcześniej niż z chwilą wydania w zamian za bon towaru na rzecz klientów.

Należy również każdorazowo zweryfikować, czy wydanie bonów towarowych nie będzie rodziło dla przedsiębiorcy obowiązku odprowadzania zaliczki w PDOF w odniesieniu do obdarowanych osób. Jeśli jednak wartość przekazywanych przez spółkę osobom fizycznym bonów nie przekracza kwoty 200 zł, a ich odbiorcami nie są osoby będące pracownikami wydającego bony lub osoby pozostające z nim w stosunku cywilnoprawnym, nie powstaną obowiązki płatnika w zakresie ustawy o podatku dochodowym.



Sprzedaż wysyłkowa na terytorium kraju

Sprzedaż transgraniczna dokonywana na rzecz z polskich konsumentów, nabywających towary oferowane przez zagraniczny e-sklep (tzw. sprzedaż wysyłkowa na terytorium kraju), to szczególny typ transakcji sprzedaży towaru, w której podatnik może skorzystać z uproszczenia przy określaniu miejsca opodatkowania w podatku od towarów i usług.

Generalnie, w przypadku sprzedaży wysyłkowej z zagranicy, miejscem opodatkowania jest terytorium kraju, do którego dostarczane są towary (np. do Polski). Wyjątkiem od powyższej zasady jest sytuacja, gdy wartość sprzedaży dokonywanej przez zagraniczny e-sklep (w wartości netto, bez podatku od towarów i usług) nie przekroczy w danym oraz poprzednim roku podatkowym limitu dla danego kraju, do którego dokonywana jest dostawa – wówczas opodatkowanie tej sprzedaży VAT następuje zagranicą a nie w Polsce.

Poszczególne państwa mają obowiązek ustalenia limitów dla sprzedaży wysyłkowej. Z chwilą, gdy obroty podmiotu przekroczą wyznaczony przez dany kraj limit, dostawa obligatoryjnie będzie podlegała opodatkowaniu w kraju przeznaczenia towarów. Dla Polski limit wynosi 160.000 PLN w skali roku.

Zakaz handlu w niedzielę

Z dniem 1 marca 2018 r. weszła w życie ustawa z 10 stycznia 2018 r. o ograniczeniu w Polsce handlu w niedziele i święta oraz w niektóre inne dni. Przepisy ustawy znajdują zastosowanie wyłącznie do przedsiębiorców wykonujących zarobkową działalność handlową i są szczególnie interesujące z punktu widzenia podmiotów zajmujących się handlem elektronicznym.

Zakaz handlu będzie wprowadzany stopniowo. Począwszy od marca 2018 roku zakaz nie obejmie pierwszej i ostatniej niedzieli każdego miesiąca kalendarzowego. W 2019 roku handel będzie możliwy jedynie w ostatnią niedzielę każdego miesiąca. Docelowo od 2020 roku wszystkie niedziele mają być objęte całkowitym zakazem handlu.

Co istotne, ustawa przewiduje szereg wyjątków – w każdą niedzielę będzie można zrobić zakupy m.in. na stacjach paliw, w piekarniach, w portach lotniczych, w sklepach z prasą czy w placówkach pocztowych. Co istotne, bez zmian funkcjonować będą mogły również sklepy internetowe oraz platformy internetowe.

Zgodnie z ustawą złamanie zakazu handlu w niedzielę zagrożone będzie karą grzywny, wynoszącej od 1 tys. zł do 100 tys. zł. Przy uporczywym łamaniu zakazu sąd będzie mógł orzec nawet karę ograniczenia wolności.

Niewątpliwie zwolnienie z powyższego zakazu sklepów internetowych może być korzystne i może stanowić dużą szansę na rozwój tego segmentu rynku w Polsce.

Podatek od sprzedaży detalicznej w Polsce

W dniu 1 września 2016 roku weszła w życie ustawa z dnia 6 lipca 2016 roku o podatku od sprzedaży detalicznej. Celem ww. ustawy było wprowadzenie do polskiego porządku prawnego nowego podatku, zwanego podatkiem od sprzedaży detalicznej, gdzie przedmiotem opodatkowania jest przychód ze sprzedaży detalicznej, czyli sprzedaży dokonywanej na rzecz ostatecznych konsumentów. Sprzedaż określonych produktów, m.in. leków, wyrobów medycznych, energii elektrycznej, gazu ziemnego i paliw, jest wyłączona z opodatkowania podatkiem od sprzedaży detalicznej.

Zanim jednak obowiązywanie ustawy zaczęło zbierać pierwsze żniwa w postaci wpływów do budżetu państwa, jej stosowanie zostało „zawieszono” w związku z wszczęciem przez Komisję Europejską postępowania w zakresie zgodności z prawem wspólnotowym przedmiotowego podatku. Postępowanie zakończyło się wydaniem decyzji ostatecznej z 30 czerwca 2017 roku, w której Komisja Europejska uznała polski podatek od sprzedaży detalicznej za naruszający unijne zasady pomocy publicznej. Polski rząd zaskarżył decyzję do Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej. W oczekiwaniu na rozstrzygnięcie sądu, polskie władze zdecydowały o przesunięciu terminu stosowania ustawy do przychodów ze sprzedaży detalicznej osiągniętych od dnia 1 stycznia 2019 roku poprzez dodanie stosownego zapisu w ustawie.

Prawodawca nie umieścił w ustawie o podatku detalicznym uregulowań odnoszących się wprost do sprzedaży internetowej. Jednakże, zgodnie z uzasadnieniem do projektu ustawy o podatku od sprzedaży detalicznej, sprzedaż internetowa nie jest objęta podatkiem. W związku z tym, że taki kształt ustawy został wywalczony podczas prac legislacyjnych (pierwotnie podatek ten miał bowiem obejmować również handel internetowy), nie spodziewamy się, by po ewentualnych modyfikacjach objął również ten kanał sprzedaży.

Rozliczenie dropshippingu

Dropshipping jest sposobem sprzedaży internetowej, polegającym na przekazaniu trzeciemu podmiotowi („dostawca”) procesu wysyłki towaru. W tym modelu sklep on-line odbiera zamówienia oraz przekazuje je dostawcy, natomiast dostawca dokonuje wysyłki towaru do klienta, który złożył zamówienie. Rozwiązanie pozwala na ograniczenie kosztów magazynowania, wysyłki, jak również zatrudnienia personelu.

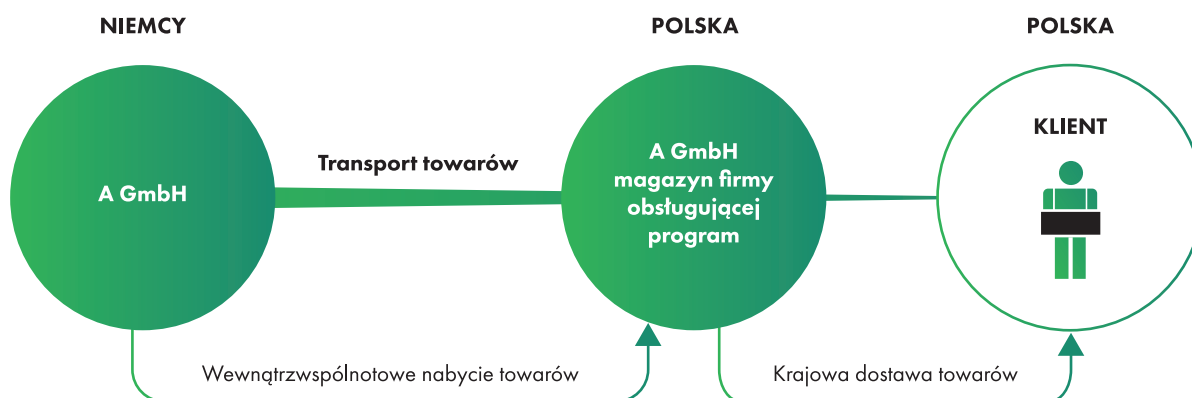
DROPSHIPPING



Fullfilment agreement

Na rynku oferowane są również programy, które umożliwiają firmom współpracę z podmiotem dedykowanym do dystrybucji zamówień on-line. W ramach takiego programu towar przedsiębiorcy jest transportowany do jednego z magazynów firmy obsługującej program, które znajdują się w różnych państwach. Towary znajdujące się w magazynach mogą być dowolnie przemieszczane do innych magazynów w Polsce lub zagranicą, do czasu ich ostatecznej sprzedaży do konsumenta. Firma obsługująca program jest uprawniona do samodzielnej decyzji w tym zakresie. Tym niemniej, prawo własności przysługuje niezmiennie podmiotowi, powierzającemu swoje towary.

W ramach programu nie dochodzi do opodatkowanej dostawy towarów między właścicielem towarów a firmą obsługującą program. W zależności od tego, gdzie ulokowany jest dany magazyn, dokąd towary są wysyłane oraz kto jest ich odbiorcą, transakcja może stanowić krajową dostawę towarów, wewnątrzwspólnotową dostawę towarów lub sprzedaż wysyłkową. W zależności od struktury transakcji może ona rodzić różne obowiązki dla dostawcy na gruncie podatku VAT. Bez względu jednak na jej kształt, jedynym podmiotem uprawnionym do wystawiania faktur i rozliczania podatku VAT jest wyłącznie właściciel towarów (a nie firma obsługująca program). Poniżej w formie graficznej prezentujemy przykładowy przebieg transakcji:



skontaktuj się z nami



Katarzyna Klimkiewicz-Deplano

PARTNER ZARZĄDZAJĄCY

Tax Adviser licence no 09935

kklimkiewicz@advicero.eu



Joanna Skibicka

MANAGER

Tax Adviser Licence no 12641

jskibicka@advicero.eu



Rafał Wienconek

CONSULTANT

Tax Adviser licence no 12953

rwienconek@advicero.eu



Monika Szeremet

MARKETING & BD MANAGER

mszeremet@advicero.eu

+48 533 337 691

Advicero Tax Sp. z o.o.

ul. Moniuszki 1A, 00-014 Warszawa

+48 22 378 17 10 | office@advicero.eu | www.advicero.eu

www.advicero.eu

