

Numer 4/2015 (16)

31 grudnia 2015

ISSN 2299-6966

# PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ wiejska

Aktualności

Wiedza

Opinie

Wydarzenia CDR

Prawo i podatki

Zarządzanie

Społeczeństwo wiejskie

Otoczenie gospodarcze

Przedsiębiorczość rolna

Szanowni Państwo,

Zapraszamy do zapoznania się z kolejnym numerem biuletynu „Przedsiębiorczość wiejska”.

W bieżącym numerze poruszane są następujące tematy:

<b>Darowizna gospodarstwa rolnego w świetle ustawy o VAT</b> Krystyna Laskowska, Lubelski Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Końskowoli	2
<b>Miejsce innowacji w PROW 2014 – 2020.</b> Jadwiga Nowakowska, CDR O/Kraków	5
<b>Program Operacyjny Polska Wschodnia wspiera przedsiębiorczość</b> Jadwiga Nowakowska, CDR O/Kraków	9
<b>Oplata za wydanie interpretacji podatkowej jest kosztem uzyskania przychodu</b> Mateusz Grojec, CDR O/Kraków	9
<b>Jak będą naliczane odsetki podatkowe od 1 stycznia 2016 roku?</b> MAG, CDR O/Kraków	12
<b>Większość rozliczeń podatkowych złożymy online</b> MAG, CDR O/Kraków	14
<b>Jakie kary grożą za niezarejestrowaną sprzedaż?</b> MAG, CDR O/Kraków	14
<b>Prywatna sprzedaż przez Internet</b> Mateusz Grojec, CDR O/Kraków	16
<b>Księżycowa strategia marketingowa dla małych firm</b> Mateusz Grojec, CDR O/Kraków	18
<b>Kierunki działań związanych z produktem</b> Michał Wnęk, CDR O/Kraków	20
<b>Postępowanie nabywców na rynku</b> Michał Wnęk, CDR O/Kraków	22

Zachęcamy wszystkich Państwa do włączenia się w pracę nad biuletynem, poprzez przygotowywanie artykułów, zgłaszanie przykładów ciekawych inicjatyw, opinii, spostrzeżeń. Artykuły te mogą prezentować wszelkie zagadnienia dotyczące przedsiębiorczości na obszarach wiejskich. Mogą mieć one charakter ogólny, jak i odnosić się do Państwa regionu czy też do wykonywanej przez Państwa pracy i jej rezultatów. Tymczasem życzymy miłej lektury!

Redakcja



**Wszystkiego najlepszego  
w Nowym Roku 2016 życzą  
Dyrekcja i pracownicy  
Centrum Doradztwa Rolniczego**

<b>Redakcja</b> Mateusz Grojec Łukasz Jawny	<b>Dane kontaktowe (na te adresy prosimy przysyłać artykuły lub opinie):</b> Mateusz Grojec, 12 424 05 25, m.grojec@cdr.gov.p Łukasz Jawny, 12 424 05 20, l.jawny@cdr.gov.pl
<b>Oprac. graficzne</b> Mateusz Grojec	<b>DZIAŁ ROZWOJU OBSZARÓW WIEJSKICH CDR O/KRAKÓW</b>

## Darowizna gospodarstwa rolnego w świetle ustawy o VAT

**W przypadku darowizny gospodarstwa rolnego lub jego części, należącego do rolnika - czynnego podatnika podatku VAT, nie stosuje się przepisów ustawy o VAT, podobnie jak przepisów ustawy nie stosuje się do transakcji zbycia przedsiębiorstwa lub jego zorganizowanej części.**

Opodatkowaniu podatkiem od towarów i usług podlegają odpłatna dostawa towarów i odpłatne świadczenie usług na terytorium kraju (art. 5 ust. 1 pkt. 1 Ustawy o VAT). Przez dostawę towarów w kontekście podatku VAT rozumie się przeniesienie prawa do rozporządzania towarami jak właściciel.

Ustawodawca ustanowił, że niektóre czynności o charakterze nieodpłatnym także podlegają opodatkowaniu podatkiem VAT. Jako odpłatna dostawa towarów traktowane jest przekazanie nieodpłatnie przez podatnika towarów należących do jego przedsiębiorstwa (przekazanie lub zużycie towarów na cele osobiste podatnika lub jego pracowników) i wszelkie inne darowizny, jeżeli podatnikowi przysługiwało, w całości lub w części, prawo do obniżenia kwoty podatku należnego o kwotę podatku naliczonego z tytułu nabycia tych towarów. „Towary”, w świetle ustawy o VAT definiowane są jako rzeczy oraz ich części, a także wszelkie postacie energii. Przepisów ustawy o podatku od towarów i usług nie stosuje się do transakcji zbycia przedsiębiorstwa lub zorganizowanej części przedsiębiorstwa. Spod opodatkowania podatkiem VAT zostało także wyłączone nieodpłatne zbycie przedsiębiorstwa lub jego zorganizowanej części.

Pojęcie „transakcji zbycia”, należy rozumieć w sposób zbliżony do terminu „dostawy towarów”. W ujęciu ustawy o VAT zbycie obejmu-

je wszelkie czynności, w ramach których następuje przeniesienie prawa do rozporządzania towarami jak właściciel, np. sprzedaż, zamianę, darowiznę, przeniesienie własności w formie wkładu niepieniężnego (aportu).

Zgodnie z ustawą opodatkowaniu podatkiem VAT nie podlega darowizna, jeśli ma ona za przedmiot przedsiębiorstwo lub zorganizowaną część przedsiębiorstwa. Przepisy ustawy o podatku od towarów i usług nie definiują terminu „przedsiębiorstwo”. W celu określenia tego pojęcia ustawodawca posłużył się regulacją zawartą w Kodeksie Cywilnym, który stanowi, że przedsiębiorstwo jest zorganizowanym zespołem składników niematerialnych i materialnych przeznaczonym do prowadzenia działalności gospodarczej. Obejmuje ono między innymi:

- własność nieruchomości lub ruchomości, w tym urządzeń, materiałów, towarów i wyrobów, oraz inne prawa rzeczowe do nieruchomości lub ruchomości,
- prawa wynikające z umów najmu i dzierżawy nieruchomości,
- wierzytelności, prawa z papierów wartościowych i środki pieniężne,
- koncesje, licencje i zezwolenia,
- księgi i dokumenty związane z prowadzeniem działalności gospodarczej.

Przedsiębiorstwo, jako przedmiot zbycia, musi stanowić całość pod względem organizacyj-

## Darowizna gospodarstwa rolnego w świetle ustawy o VAT

nym i funkcjonalnym. Składniki materialne i niematerialne wchodzące w skład przedsiębiorstwa powinny pozostawać ze sobą we wzajemnych relacjach tworząc zespół, a nie tylko zbiór pewnych elementów. Ważne jest, aby w zbywanym przedsiębiorstwie zachowane zostały funkcjonalne związki pomiędzy poszczególnymi składnikami w sposób umożliwiający kontynuowanie określonej działalności.

W Kodeksie cywilnym gospodarstwo rolne zostało zdefiniowane odrębnie od przedsiębiorstwa, jednak spełnia ono (określone w k.c.) wymogi właściwe dla przedsiębiorstwa. Zgodnie z k.c. za gospodarstwo rolne uważa się grunty rolne wraz z gruntami leśnymi, budynkami lub ich częściami, urządzeniami i inwentarzem, jeżeli stanowią lub mogą stanowić zorganizowaną całość gospodarczą oraz prawami związanymi z prowadzeniem gospodarstwa rolnego.

Natomiast zorganizowana część przedsiębiorstwa została zdefiniowana w ustawie o VAT jako zespół składników materialnych i niematerialnych wyodrębniony organizacyjnie i finansowo w istniejącym przedsiębiorstwie, przeznaczony do realizacji określonych zadań gospodarczych, który zarazem mógłby stanowić niezależne przedsiębiorstwo samodzielnie realizujące te zadania. Zorganizowaną częścią przedsiębiorstwa nie jest suma poszczególnych składników, przy pomocy których można prowadzić odrębny zakład, lecz taka część mienia, która ma potencjalną zdolność do niezależnego działania gospodarczego jako samodzielny podmiot gospodarczy.

Gospodarstwo rolne, pomimo, oddzielnego zdefiniowania w Kodeksie cywilnym, a także w ustawie o VAT, należy uznać, że stanowi podobną do przedsiębiorstwa jednostkę organizacyjną w ramach której prowadzona jest działalność gospodarcza (ustawa o VAT), tj. działalność rolnicza. Przekazanie darowizną gospodarstwa rolnego (przedsiębiorstwa) następcy, wyłączone jest spod działania ustawy o VAT i nie podlega opodatkowaniu podatkiem od towarów i usług.

Darowizna całego gospodarstwa rolnego lub jego zorganizowanej części nie podlega opodatkowaniu podatkiem VAT i nie rodzi również obowiązku korekty podatku naliczonego odliczonego od zakupionych składników majątkowych oraz obowiązku sporządzania remanentu likwidacyjnego.

W przypadku darowizny gospodarstwa rolnego lub jego części, należącego do rolnika - czynnego podatnika VAT, nie stosuje się przepisów ustawy o VAT, tak samo jak przepisów ustawy nie stosuje się do transakcji zbycia przedsiębiorstwa lub jego zorganizowanej części.

O wyłączeniu z opodatkowania podatkiem od towarów i usług decydują również przepisy Dyrektywy 2006/112/WE. Zgodnie z art. 19 Dyrektywy w przypadku przekazania odpłatnie lub nieodpłatnie całości lub części majątku, państwa członkowskie mogą uznać, że dostawa towarów nie miała miejsca i że w takim przypadku osoba, której przekazano towary, będzie traktowana jako następcą prawnym przekazującego.

Niezależnie od formy przekazania gospodarstwa rolnego (odpłatnej czy nieodpłatnej),

## Darowizna gospodarstwa rolnego w świetle ustawy o VAT

transakcja nie rodzi obowiązku podatkowego w VAT. Czynność polegająca za zbyciem gospodarstwa rolnego nie ma także wpływu na wcześniejsze odliczenia podatku dokonane przez podatnika - darczyńcę.

Preferencje podatkowe dotyczą wyłącznie transakcji odnoszących się do zbycia całego gospodarstwa rolnego jako całości (grunty rolne, maszyny, urządzenia, infrastruktura techniczna, budynki gospodarcze oraz wszelkie prawa związane z tym gospodarstwem) lub jego zorganizowanej części. Gospodarstwo rolne, stanowi podobną do przedsiębiorstwa jednostkę organizacyjną, w ramach której prowadzona jest działalność gospodarcza.

W praktyce w skład gospodarstwa rolnego wchodzi:

- ziemia uprawna, maszyny, urządzenia i budynki niezbędne do uprawy roli,
- budynki inwentarskie wraz z infrastrukturą techniczną niezbędną do hodowli zwierząt.

Gospodarstwo rolne może być podzielone na maksymalnie dwie zorganizowane części zgodnie z kierunkiem produkcji. Tylko powyższy schemat podziału lub gospodarstwo w ogóle niepodzielone będzie spełniać definicję przedsiębiorstwa lub jego zorganizowanej części, ponieważ będzie w stanie samodzielnie realizować wyznaczone zadania.

W świetle definicji gospodarstwa rolnego i zgodnie z orzecznictwem sądowym transakcja zbycia lub darowania samej ziemi uprawnej nie stanowi transakcji zbycia lub darowania zorganizowanej części przedsiębiorstwa. Do prowadzenia działalności rolniczej oprócz

ziemi, konieczne jest posiadanie odpowiednich maszyn i zaplecza gospodarczego.

W związku z powyższym darowizna poszczególnych składników majątkowych wchodzących w skład gospodarstwa rolnego, niestanowiących jego części, podlega ogólnym zasadom opodatkowania podatkiem VAT według stawek podatkowych obowiązujących przy sprzedaży danego towaru.

Następstwo zdarzeń w przypadku przekazania gospodarstwa rolnego przebiega według standardowego schematu. W pierwszej kolejności następuje przekazanie gospodarstwa rolnego następcy w formie aktu notarialnego. Następnie darczyńca zaprzestaje prowadzenia działalności rolniczej i składa do właściwego urzędu skarbowego zgłoszenie o zaprzestaniu wykonywania czynności podlegających opodatkowaniu. Jeżeli całe gospodarstwo rolne zostanie przekazane obdarowanemu przed zaprzestaniem działalności gospodarczej, darczyńca nie ma obowiązku sporządzania remanentu likwidacyjnego. Darczyńca nie ma także obowiązku korektyw zakresie podatku naliczonego związanego z nabytymi składnikami majątkowymi gospodarstwa. Obowiązek ten przechodzi na następcę (art. 91 ust. 9 ustawy o VAT). Jeżeli następcą będzie kontynuował działalność rolniczą jako rolnik - czynny podatnik VAT, wtedy sposób wykorzystywania składników majątkowych nie zmienia się i nie wystąpi konieczność dokonania korekty.

**Krystyna Laskowska**

*Główny specjalista ds. przedsiębiorczości*

Lubelski Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Końskowoli

## Miejsce innowacji w PROW 2014 – 2020

Ważnym celem przekrojowym PROW 2014 – 2020 są innowacje. Zakłada się, że wszystkie projekty wspierane w ramach poszczególnych działań będą innowacyjne i będą przyczyniać się do poprawy konkurencyjności polskiego rolnictwa i leśnictwa z poszanowaniem ochrony środowiska.

Do programu wprowadzono specjalne instrumenty wspierające innowacje. W pierwszej kolejności należy zaliczyć do nich działania takie jak:

- Transfer wiedzy i działalność informacyjna,
- Współpraca,
- Usługi doradcze, usługi z zakresu zarządzania gospodarstwem rolnym i usługi z zakresu zastępstw.

Działanie: Transfer wiedzy i działalność informacyjna ma umożliwić zwiększanie innowacyjności i wiedzy na obszarach wiejskich oraz wzmocnić więzi między rolnictwem i leśnictwem, a badaniami i innowacją, a także promować uczenie się przez całe życie.

Wsparcie w ramach tego działania obejmuje: szkolenia zawodowe i nabywanie umiejętności oraz demonstracje i działania informacyjne.

W ramach poddziałania *szkolenia zawodowe i nabywanie umiejętności* wspierane będą szkolenia podnoszące umiejętności zawodowe rolników i właścicieli lasów. Szkolenia dotyczyć będą między innymi takich zagadnień jak :

- zarządzanie,
- technologia i organizacja produkcji w gospodarstwie, w tym produkcja ekologiczna,
- bezpieczeństwo pracy, marketing, rachunkowość, ubezpieczenia w gospodarstwie, korzystanie z instrumentów finansowych, ochrona środowiska, z wykorzystaniem TIK, spółdzielczości, tworzenia i funkcjonowania grup pro-

ducentów, skrócenia łańcucha żywnościowego. Działania szkoleniowe prowadzone będą w formie: kursów, warsztatów, demonstracji, krótkoterminowych wymian, wyjazdów studyjnych.

W ramach poddziałania *demonstracje i działania informacyjne* wsparcie udzielane będzie na: inwestycje w projekty demonstracyjne promujące innowacje w produkcji rolnej i leśnej lub przetwórstwie rolno-spożywczym. W ramach tego działania wspierane będą także inwestycje polegające na przebudowie, modernizacji lub wyposażeniu obiektów budowlanych oraz zakupie sprzętu, materiałów i usług służących realizacji operacji.

Działania upowszechniające mogą być prowadzone w formie konferencji, seminariów, pokazów, demonstracji. Beneficjentami tego działania mogą być: jednostki naukowe i uczelnie; publiczne podmioty doradcze, tj. wojewódzkie ośrodki doradztwa rolniczego, Centrum Doradztwa Rolniczego, izby rolnicze; JST lub organy administracji rządowej prowadzące szkoły rolnicze lub szkoły leśne, lub centra kształcenia ustawicznego, lub centra kształcenia praktycznego; podmioty prowadzące działalność szkoleniową.

Pomoc może być przyznana jeżeli:

- projekt jest zgodny z priorytetami PROW 2014 - 2020;
- szkolenie realizowane w ramach operacji nie

## Miejsce innowacji w PROW 2014 – 2020

zastępuje zajęć edukacyjnych przewidzianych programem nauczania obowiązującym w szkołach ponadgimnazjalnych lub programem kształcenia dla poszczególnych kierunków na uczelniach wyższych.

Rodzaj wsparcia:

- koszty ściśle związane z organizacją i przeprowadzeniem działań upowszechniających,
- koszty ogólne związane z realizacją operacji.

Beneficjenci

- jednostki naukowe i uczelnie;
- publiczne podmioty doradcze, tj. wojewódzkie ośrodki doradztwa rolniczego,
  - CDR, izby rolnicze;
- podmioty prowadzące działalność szkoleniową.

Pomoc może być przyznana jeśli: operacja wpisuje się w priorytety PROW 2014-2020,

Poziom pomocy finansowej wynosi maksymalnie 100% kosztów kwalifikowalnych operacji. Ostatecznymi odbiorcami pomocy (uczestnikami działań transferu wiedzy) są: rolnik, domownik rolnika, małżonek rolnika, osoba zatrudniona w rolnictwie, właściciel lasu, osoba fizyczna, która nie ukończyła 40 roku życia, posiadająca odpowiednie kwalifikacje, rozpoczynająca po raz pierwszy prowadzenie gospodarstwa (młody rolnik w ramach działania „Premia dla młodych rolników” PROW 2014 - 2020). Ostateczni odbiorcy pomocy nie ponoszą kosztów związanych z udziałem w tych działaniach.

Wsparcie może być przyznane temu wnioskodawcy, który

- posiada odpowiednie doświadczenie w organizacji działań transferu wiedzy dla uczestników tych działań. Za odpowiednie doświadczenie uważa się co najmniej 5 lat

aktywności w organizacji działań transferu wiedzy o charakterze i złożoności porównywalnych z zakresem działania. Za aktywność w organizacji działań transferu wiedzy uważa się organizację minimum sześciu działań w roku, potwierdzone rocznymi sprawozdaniami z działalności lub min. 3 rekomendacjami dotyczącymi realizacji ww. działań transferu wiedzy.

- Dysponuje odpowiednim personelem, który posiada przygotowanie do organizacji i przeprowadzenia działań transferu wiedzy. Kadra dydaktyczna posiada kwalifikacje do przeprowadzenia działań transferu wiedzy odpowiadające zakresowi określone w konkursie (m.in. odpowiednie wykształcenie, ukończone szkolenia, kursy, staże).
- Dysponuje odpowiednią bazą dydaktyczno-lokalową do prowadzenia działań transferu wiedzy.

*Działanie: Współpraca PROW 2014 – 2020*

W ramach działania Współpraca PROW 2014 – 2020 wsparcie będą mogły uzyskiwać grupy operacyjne. W praktyce to oznacza, że jeżeli mamy pomysł na rozwiązanie ważnego problemu to szukamy partnerów, którzy mogli by być przydatni, tworzymy grupę operacyjną zgodnie z wymogami. Wtedy wsparcie dotyczyć będzie zarówno jej tworzenia, funkcjonowania a także realizacji projektów, które grupa przygotowuje.

Grupy operacyjne na rzecz innowacji będą mogły być utworzone przez co najmniej dwa różne podmioty należące do różnych kategorii:

- rolnicy lub grupy rolników;
- posiadacze lasów;
- naukowcy; instytuty lub jednostki naukowe;

## Miejsce innowacji w PROW 2014 – 2020

uczelnie

- przedsiębiorcy sektora rolnego lub spożywczego (w tym usług gastronomicznych);
- przedsiębiorcy sektorów działających na rzecz sektora rolnego i spożywczego (np. producenci nawozów, pasz, środków ochrony roślin, maszyn i urządzeń do produkcji);

Członkami grupy operacyjnej mogą być także:

- podmioty doradcze;
- konsumenci i ich organizacje;
- jednostki samorządu terytorialnego;
- organizacje branżowe i międzybranżowe działające w obszarze łańcucha żywnościowego.

Ich rolą w grupie operacyjnej będzie inicjowanie, animowanie, popularyzacja operacji itd.

Grupa operacyjna, by starać się o wsparcie w ramach działania Współpraca PROW 2014 - 2020 musi posiadać formę organizacyjno-prawną umożliwiającą zawieranie umów i zaciąganie zobowiązań oraz działać na podstawie ustalonych procedur wewnętrznych z zachowaniem przejrzystości. Procedury wewnętrzne powinny zawierać opis sposobu podejmowania decyzji oraz opis unikania występowania konfliktu interesów. Grupa operacyjna powinna być powołana w celu realizacji konkretnej operacji i działać na podstawie planu operacyjnego.

Przedmiotem operacji mogą być produkty oraz praktyki, procesy i technologie związane z produkcją lub przetwarzaniem produktów wymienionych w Załączniku nr 1 do Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej z zastrzeżeniem, że w przypadku praktyk, procesów i technologii związanych z przetwarzaniem tych produktów, operacja kończy się przetworzeniem na

produkt wymieniony w Załączniku 1. Operacje mogą również dotyczyć praktyk, produktów, procesów i technologii bezpośrednio związanych z produkcją bądź przetwarzaniem produktów rolnych

Finansowane mogą być koszty ogólne operacji, w tym:

- aktywizacji potencjalnych partnerów grupy operacyjnej na rzecz innowacji w celu osiągnięcia wykonalności projektu (działania informacyjne, pozyskiwanie partnerów ),
- koszty funkcjonowania grupy operacyjnej,
- koszty opracowania planu operacyjnego grupy operacyjnej, planu biznesowego operacji, analiz wykonalności i innych dokumentów związanych z przygotowaniem operacji,
- upowszechnienia wyników realizacji operacji,
- koszty badań stosowanych i prac rozwojowych bezpośrednio związanych z przedmiotem operacji,
- koszty bezpośrednio (inwestycyjne) operacji związane z realizacją planu biznesowego operacji na planie operacyjnym grupy operacyjnej EPI, w tym testowanie powstałego produktu.

Finansowane może być do 100% kwoty wydatków kwalifikowalnych związanych z kosztami bieżącymi funkcjonowania grupy operacyjnej, prowadzeniem prac badawczych bezpośrednio związanych z wdrożeniem przedmiotu operacji, testów, studiów wykonalności, przygotowania planu operacyjnego grupy, animacji, promocji rezultatów operacji, przygotowania planu biznesowego operacji.

Jeżeli operacja obejmuje inwestycje należące swym zakresem do jednego z działań lub pod-



## Miejsce innowacji w PROW 2014 – 2020

działań wymienionych w Rozporządzeniu Parlamentu Europejskiego i Rady UE nr 1305/2013 poziom pomocy stosowany dla tej części operacji powinien być zgodny z wymienionym Rozporządzeniem. Koszty ogólne mogą stanowić nie więcej niż 20% całkowitych kosztów kwalifikowalnych operacji i nie więcej niż 2 000 000 zł.

Wsparcie udzielane jest w okresie maksymalnie 3 lat. W szczególnie uzasadnionych przypadkach (wynikających z uzasadnionego okresu realizacji operacji) okres wsparcia funkcjonowania grupy operacyjnej EPI oraz realizowanej przez nią operacji może ulec wydłużeniu. Całkowita maksymalna wartość wsparcia operacji w zakresie bezpośrednich kosztów kwalifikowalnych wynosi 10 mln zł. Łącznie maksymalna wartość wsparcia zaś 12 mln zł.

Działanie „Współpraca” nie służy wspieraniu działalności badawczej. Wydatki związane z badaniami będą wspierane jedynie w przypadku badań niezbędnych do wdrożenia nowego rozwiązania i nie mogą być pozycją dominującą kosztów operacji. Działanie „Współpraca” wdrażać będzie Agencja Rynku Rolnego.

*Działanie: System doradztwa – wspierające innowacje w PROW 2014 – 2020*

W nowym okresie programowania zakłada się rozszerzenie zakresu doradztwa, a także podniesienie poziomu usług doradczych i osiągnięcie wyższej efektywności pracy doradczej. Zmianie ulegną też zasady ubiegania się o wsparcie z tytułu świadczonych usług doradczych. Beneficjentami wsparcia będą podmioty doradcze, a nie jak było do tej pory rolnicy czy posiadacze lasów. Sprzyjać to powinno lepsze-

mu wykorzystaniu środków przeznaczonych na doradztwo. System doradztwa w perspektywie finansowej 2014 – 2020 obejmuje rolników, osoby działające w sektorze rolnym, żywnościowym i leśnym oraz małe i średnie przedsiębiorstwa. Zakłada świadczenie kompleksowej porady dla rolnika lub grupy rolników, świadczenie kompleksowej porady dla właścicieli lasów oraz wsparcie szkoleń dla doradców. Intensywność wsparcia może wynieść do 100% kosztów kwalifikowanych operacji. W PROW 2014 2020 przyjmuje się, że wsparcie z tytułu:

a) porady dla rolnika lub grupy rolników będzie wynosić nie więcej niż:

- równowartość 1 500 euro za poradę – opracowanie i zrealizowanie 3-letniego programu doradczego dla rolnika / grupy rolników,
- równowartość 1 050 euro za poradę – opracowanie i zrealizowanie 2-letniego programu doradczego dla rolnika / grupy rolników,

b) porady dla właścicieli lasów

- nie więcej niż równowartość 500 euro za poradę - opracowanie i zrealizowanie programu doradczego dla właściciela lasu/ grupy właścicieli lasów.

Rolnik, właściciel lasu lub grupa rolników lub właścicieli lasów mogą skorzystać z porady maksymalnie dwa razy w okresie programowania. Wspierane będą też szkolenia dla doradców - nie więcej niż równowartość 200 tys. euro za trzy lata szkolenia dla jednego podmiotu szkoleniowego w okresie realizacji Programu.

**Jadwiga Nowakowska**

CDR O/Kraków

## Program Operacyjny Polska Wschodnia wspiera przedsiębiorczość

Program Operacyjny Polska Wschodnia jest wdrażany na obszarze Makroregionu Polski Wschodniej, który obejmuje województwa lubelskie, podkarpackie, podlaskie, świętokrzyskie i warmińsko-mazurskie. Makroregion ten stanowi zwarty obszar o najniższym poziomie rozwoju gospodarczego w Polsce i jeden z najsłabszych w Unii Europejskiej.

PO PW jest dodatkowym instrumentem wsparcia finansowego rozwoju gospodarczego i społecznego województw Polski Wschodniej, którego zadaniem jest wzmocnienie (efekt synergii) i uzupełnienie (zgodnie z zasadą komplementarności interwencji) wsparcia realizowanego w ramach regionalnych i krajowych programów operacyjnych polityki spójności. Celem głównym interwencji Programu w latach 2014-2020 będzie wzrost konkurencyjności i innowacyjności makroregionu Polski Wschodniej.

Cel ten zostanie osiągnięty poprzez koncentrację działań Programu na wsparciu:

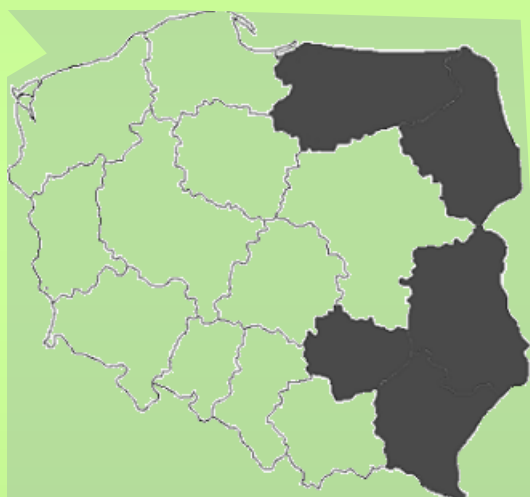
- MŚP w zakresie działalności innowacyjnej;
- tworzeniu warunków sprzyjających powstawaniu innowacyjnych MŚP w Polsce Wschodniej;
- tworzeniu nowych modeli biznesowych w celu umiędzynarodowienia działalności MŚP;
- poprawie efektywności układów transportowych oraz zrównoważonego transportu miast; wojewódzkich i ich obszarów funkcjonalnych;
- zwiększeniu dostępności makroregionu

w zakresie infrastruktury transportowej.

Program poprzez wsparcie przedsiębiorczości będzie realizował priorytet strategii Europa 2020, jakim jest wzrost inteligentny oraz sprzyjający włączeniu społecznemu. Inicjatywą flagową w ramach strategii Europa 2020, związaną z poprawą konkurencyjności przedsiębiorstw z Polski Wschodniej, jest przede wszystkim Polityka przemysłowa w erze globalizacji, której główne założenia zakładają poprawę otoczenia biznesu, szczególnie w odniesieniu do MŚP, oraz wzrost konkurencyjności na rynkach światowych.

*Wsparcie internacjonalizacji MŚP*

Z przeprowadzonych ocen funkcjonowania polskich MŚP na rynkach międzynarodowych wynika, że ta aktywność jest niewielka. Stąd też wsparcie w ramach PO PW zostanie skierowane na rzecz wzrostu międzynarodowej aktywności gospodarczej MŚP z makroregionu Polski Wschodniej. Obejmować ono będzie kompleksowe, indywidualne, działania związane z opracowaniem i przygotowaniem do wdrożenia nowego modelu biznesowego MŚP w oparciu o ich działalność. Przedmiotem wsparcia będzie m.in.:



**Obszar objęty Programem Operacyjnym Polska Wschodnia 2014-2020**

## Program Operacyjny Polska Wschodnia wspiera przedsiębiorczość

uzyskanie przez przedsiębiorstwo doradztwa w zakresie opracowania strategii wejścia na rynek zagraniczny, analizy rynku docelowego, przedstawienia możliwych i optymalnych kanałów dystrybucji, wyselekcjonowanie oraz nawiązania kontaktów z partnerami zagranicznymi. MŚP będą mogły także uzyskać wsparcie na udział w krajowych i międzynarodowych targach gospodarczych i branżowych, o ile stanowi to element niezbędny do realizacji opracowanej w ramach działania strategii. Wsparcie w szczególności adresowane będzie do MŚP inicjujących działalność związaną z internacjonalizacją na danym rynku.

### *Wykorzystanie procesów wzorniczych w MŚP*

Celem działania jest zwiększenie potencjału MŚP z Polski Wschodniej w zakresie umiejętnego zarządzania wzornictwem w firmie oraz wzrost wykorzystywania wzornictwa przemysłowego. Nie wykluczone są inne formy wzornictwa prowadzącego do opracowania nowych produktów i usług w działalności przedsiębiorstw, co przełoży się na wdrożenie innowacyjnych rozwiązań oraz wzrost ich konkurencyjności. Działanie w ramach PO PW przewiduje kompleksowe wsparcie MŚP w zakresie wykorzystania procesów wzorniczych. Wsparcie dla MŚP będzie obejmować przeprowadzenie audytu wzorniczego oraz stworzenie strategii wzorniczej. W strategii sformułowany zostanie zakres działań koniecznych dla budowania marki, oferty rynkowej i strategii konkurencyjności oraz dostosowania wewnętrznych procesów zarządczych w firmie związanych ze stosowaniem wzornictwa. Następnie na podstawie przygotowanej strategii przeprowadzony zostanie proces projektowania wzorniczego. Końco-

wym rezultatem będzie wprowadzenia na rynek innowacji.

Realizacja Programu będzie oddziaływać także na obszary wiejskie. Szacuje się, że na te obszary może zostać przeznaczony ok. 160 mln EUR. Między innymi planowane jest wsparcie działalności innowacyjnej oraz umiędzynarodowienie działalności MŚP szczególnie sektora rolno-spożywczego, który wskazywany jest jako jedna z makroregionalnych specjalizacji. Wsparcie w tym zakresie trafi do podmiotów działających zarówno w miastach, jak i na obszarach wiejskich. Należy oczekiwać, że w efekcie interwencji wzrośnie konkurencyjność całego sektora, łącznie z producentami produktów rolnych, co przełoży się na wzmocnienie podstaw rozwoju gospodarczego obszarów wiejskich. Wspierane będą działania mające na celu rozwój atrakcyjnych produktów turystycznych, co powinno przyczynić się do tworzenia miejsc pracy poza sektorem rolnym.

Warto podkreślić, że PO PW będzie oddziaływał też pośrednio. Wraz z poprawą dostępności komunikacyjnej ośrodków wojewódzkich w pewnym zakresie wzrośnie także dostępność obszarów wiejskich otaczających te ośrodki. Dotyczyć to będzie zarówno relacji ze stolicą regionu, jak i z głównymi krajowymi metropoliami. Dzięki unowocześnieniu i rewitalizacji infrastruktury kolejowej nastąpi również poprawa w dostępie tych obszarów do głównych rynków pracy, a także usług publicznych zlokalizowanych w ośrodkach wojewódzkich.

**Jadwiga Nowakowska**

CDR O/Kraków

## Opłata za wydanie interpretacji podatkowej jest kosztem uzyskania przychodu

**Przedsiębiorcy mające wątpliwości co do zaistniałego u nich stanu faktycznego lub zdarzenia przyszłego, mogącego rodzić określone konsekwencje w sferze prawa podatkowego, mają prawo wystąpić o wydanie interpretacji indywidualnej. Za wydanie takiej interpretacji trzeba niestety zapłacić. Czy taka opłata jest kosztem uzyskania przychodów?**

Interpretacje indywidualne prawa podatkowego wydawane są w imieniu Ministra Finansów. Wniosek o wydanie takiej interpretacji może złożyć każdy zainteresowany: podatnik, płatnik lub inny podmiot, w tym także osoby niemające miejsca zamieszkania lub siedziby na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej. Podmioty te mogą wystąpić o wydanie interpretacji indywidualnej, jeżeli mają wątpliwości związane np. ze stosowaniem przepisów dotyczących rozliczania kosztów i przychodów podatkowych związanych z prowadzoną działalnością gospodarczą.

Zgodnie z ustawą Ordynacja podatkowa interpretację indywidualną wydaje się bez zbędnej zwłoki, nie później niż 3 miesiące od dnia otrzymania wniosku. Do trzymiesięcznego terminu nie są wliczane terminy przewidziane dla dokonania określonych czynności np. wezwania do uzupełnienia.

Istotną korzyścią płynącą z posiadania interpretacji indywidualnej to, że, co do zasady, zastosowanie się do wydanej we własnej sprawie indywidualnej interpretacji podatkowej nie może szkodzić wnioskodawcy. Jeśli zobowiązanie nie zostało prawidłowo wykonane przez podatnika w wyniku zastosowania się do interpretacji indywidualnej, a organ podatkowy w swoim rozstrzygnięciu nie weźmie interpretacji pod uwagę: podatnik zostanie zwolniony

z obowiązku zapłaty podatku. Oczywiście, nie zostaną mu też naliczone odsetki za zwłokę, ani nie zostanie pociągnięty do odpowiedzialności karno-skarbowej,

Wniosek o wydanie interpretacji można złożyć na formularzu ORD-IN lub ORD-IN/A. Wniosek dostarczyć można osobiście do siedziby właściwego Dyrektora Izby Skarbowej lub wysłać pocztą. Adresy właściwych organów podatkowych w zależności od województwa znajdują się na oficjalnej stronie Ministerstwa Finansów.

Opłata od każdego stanu faktycznego lub zdarzenia przyszłego będącego przedmiotem wniosku wynosi 40 zł. Jeżeli we wniosku zawarto opisy kilku stanów faktycznych lub zdarzeń przyszłych, opłata ulega zatem zwielokrotnieniu. Opłata za wydanie interpretacji podatkowej w związku z prowadzoną działalnością gospodarczą może stanowić koszt uzyskania przychodu. Stanowi bowiem koszt poniesiony w celu zabezpieczenia źródła przychodów oraz nie należy do kosztów wymienionych jako nieuznawane za koszty podatkowe (wymienione w art. 23 ustawy PIT). W podatkowej księdze przychodów i rozchodów opłata powinna zostać wykazana w kolumnie 13 'Pozostałe wydatki' na podstawie dokumentu potwierdzającego wniesienie opłaty.

**MAG**



## Jak będą naliczane odsetki podatkowe od 1 stycznia 2016 roku?

Podatnicy nieterminowo regulujący zobowiązania wobec urzędu skarbowego, narażają się na obciążenia odsetkowe.. Odsetki za zwłokę ustala się - w zależności od okoliczności ujawnienia zadłużenia - według stawki podstawowej lub obniżonej. Wraz z początkiem nowego roku zasady wyliczeń odsetek ulegają zmianie.

Zgodnie z dotychczas obowiązującymi zasadami odsetki za zwłokę od zaległości podatkowej wyliczało się według stawki podstawowej albo obniżonej. Stawka podstawowa odpowiada sumie 200% podstawowej stopy oprocentowania kredytu lombardowego, ustalonej zgodnie z przepisami o NBP, nie może być niższa jednak niż 8% . Stawka obniżona dotychczas wynosiła 75% stawki podstawowej. Odsetki za zwłokę nie były uiszczane, gdy ich kwota nie przekraczała 8,70 zł.

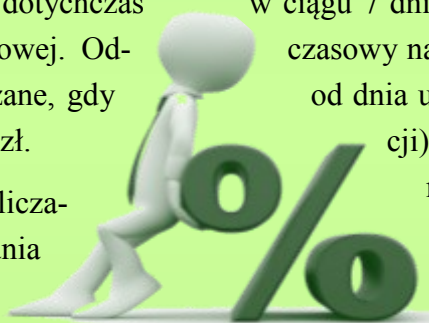
Obniżone odsetki za zwłokę naliczano się w przypadku regulowania zaległości podatkowej ujawnionej w wyniku korekty deklaracji. Cały dług trzeba jednak było uiścić w ciągu 7 dni od dnia złożenia korekty. Preferencyjnych zasad naliczania odsetek za zwłokę nie stosowało się, jeżeli korekta została złożona po doręczeniu zawiadomienia o zamiarze wszczęcia kontroli podatkowej przez urząd skarbowy lub postępowania kontrolnego przez organ kontroli skarbowej, a gdy nie wysłała się takiego zawiadomienia - po zakończeniu wspomnianych procedur. Przywilej ten nie przysługiwał także w przypadku korekty dokonanej w wyniku czynności sprawdzających.

Od 1 stycznia 2016 r. zasady naliczania odsetek za zwłokę zmieniają się .Preferencyjna

stawka odsetek podatkowych będzie wynosić 50%, a nie 75% stawki podstawowej. Znajdzie jednak zastosowanie w przypadku wpłaty zaległości podatkowej ujawnionej w wyniku autokorekty rozliczenia dokonanej w ciągu 6 miesięcy od dnia upływu terminu złożenia deklaracji. Cały dług trzeba będzie uregulować w ciągu 7 dni od dnia złożenia korekty. Limit czasowy na naniesienie poprawek (pół roku od dnia upływu terminu złożenia deklaracji) wprowadzono po to, aby podatnicy - zwłaszcza przedsiębiorcy - nie wykorzystywali korekty i zmniejszonych odsetek podatkowych jako narzędzia sterowania płynnością finansową.

Nowe zasady będą stosowane do zaległości podatkowych, które powstaną od 1 stycznia 2016 r. Przewidziano jednak jeden wyjątek. Odsetki za zwłokę zostaną naliczone według nowej, obniżonej stawki (50%) od zaległości podatkowych powstałych do 31 grudnia 2015 r., jeżeli dług będzie wynikać z korekty złożonej w pierwszym półroczu przyszłego roku i zostanie uregulowany w ciągu 7 dni od dokonania korekty Wspomniana korekta musi być prawnie skuteczna.

Wprowadzono ponadto "karne" odsetki za zwłokę, naliczane według stawki wynoszącej 150% stawki podstawowej. Mają być one sto-



## Jak będą naliczane odsetki podatkowe od 1 stycznia 2016 roku?

sowane do zaległości w podatku od towarów i usług oraz akcyzie, wynikających z decyzji lub korekt pokontrolnych. Ze zwiększeniem obciążeń odsetkowych trzeba liczyć się w następujących sytuacjach:

- Po pierwsze, gdy organ podatkowy w toku czynności sprawdzających, kontroli lub postępowania podatkowego albo organ kontroli skarbowej w trakcie postępowania kontrolnego stwierdzi niezłożenie wymaganej deklaracji oraz niezapłacenie podatku.
- Po drugie, w przypadku ujawnienia przez urzędników w toku kontroli, postępowania podatkowego lub postępowania kontrolnego zaniżenia zobowiązania podatkowego albo zawyżenia nadpłaty lub zwrotu podatku.
- Po trzecie, w razie wykazania uszczupień w korekcie deklaracji dokonanej w wyniku czynności sprawdzających lub złożonej po doręczeniu zawiadomienia o zamiarze wszczęcia kontroli podatkowej lub postępowania kontrolnego, a gdy nie stosuje się zawiadomienia - po zakończeniu weryfikacji.

W dwóch ostatnich przypadkach podwyższone odsetki podatkowe będą naliczane, jeżeli wysokość uszczuplenia przekroczy określony pułap. Kwota zaniżenia zobowiązania podatkowego albo zawyżenia nadpłaty lub zwrotu podatku musi przekroczyć 25% kwoty należnej i być wyższa niż pięciokrotna wysokość minimalnego wynagrodzenia za pracę obowiązującego w dniu następującym po dniu upływu terminu płatności podatku lub terminu zwrotu. Obecnie pięciokrotność minimalnej pensji wynosi 8.750 zł, w przyszłym roku będzie to 9.250 zł.

Stosowanie podwyższonych odsetek podatkowych zostało więc wyłączone w przypadku niewielkich uszczupień, które w większości wynikają z nieumyślnych uchybień, oczywistych pomyłek czy błędów rachunków. Rozwiązanie to wprowadzono z myślą o ukróceniu oszustw i wyłudzeń.

"Karne" odsetki podatkowe będą naliczane - bez wyjątków - od zaległości podatkowych, które powstaną od 1 stycznia 2016 r.

### MAG

Odsetki ustawowe	
Od dnia	Stawka
23-12-2014	8,00%
15-12-2008	13,00%
15-10-2005	11,50%
10-01-2005	13,50%
25-09-2003	12,25%
01-02-2003	13,00%

Odsetki podatkowe		
Odsetki standardowe		Odsetki obniżone
Stawka w %	Od dnia	Stawka w %
8	09.10.2014	6
10	04.07.2013	7,50
10,50	06.06.2013	7,88
11	09.05.2013	8,25
11,50	07.03.2013	8,63
12,50	07.02.2013	9,38
13	10.01.2013	9,75
13,50	06.12.2012	10,13
14	08.11.2012	10,50
14,50	10.05.2012	10,88

## Jakie kary grożą za niezarejestrowaną sprzedaż?

Sprzedaż produktów bez zarejestrowania działalności gospodarczej prowadzi do konsekwencji karnych. W polskim prawie można spotkać się z kilkoma definicjami działalności gospodarczej. Przed rozpoczęciem sprzedaży warto dowiedzieć się więcej na temat kryteriów konieczności jej rejestracji oraz przewidywanych kar dla przedsiębiorców prowadzących nielegalnie działalność gospodarczą.

Definicja działalności gospodarczej nie ogranicza się wyłącznie do jednego aktu prawnego.

Można się z nią spotkać w kilku ustawach:

- ustawie o swobodzie działalności gospodarczej,
- ordynacji podatkowej,
- ustawie o podatku dochodowym,
- ustawie o podatku od towarów i usług,
- ustawie o ubezpieczeniach społecznych.

Zgodnie z art. 2 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, działalność gospodarczą należy rozumieć jako zarobkową działalność wytwórczą, budowlaną, handlową, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodową wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły. Natomiast ordynacja podatkowa doprecyzowuje rzeczony termin. W myśl tego aktu prawnego za działalność gospodarczą należy uznać każdą działalność zarobkową w rozumieniu przepisów ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, w tym wykonywanie wolnego zawodu, a także inną działalność zarobkową wykonywaną we własnym imieniu i na własny lub cudzy rachunek, nawet gdy

inne ustawy nie zaliczają tej działalności do działalności gospodarczej.

Reasumując, by zarejestrować działalność gospodarczą należy spełnić 3 przesłanki: przedsiębiorstwo powinno być prowadzone w sposób zorganizowany i ciągły oraz założone w charakterze zarobkowym. Należy zaznaczyć, iż wysokość dochodu nie ma znaczenia - nawet generowanie straty nie zwalnia z obowiązku założenia przedsiębiorstwa. Zgodnie z ustawą o podatku dochodowym, wyłączenie od wymogu rejestracji stanowi stosunek pracy w oparciu o umowy cywilnoprawne, umowy o pracę, najem, dzierżawa oraz przychody z praw majątkowych.

### *Niezarejestrowana sprzedaż - konsekwencje podatkowe*

Bez względu na fakt zarejestrowania działalności, każda osoba osiągająca przychód zobowiązana jest do jego opodatkowania. Jako podatnicy jesteśmy zobligowani do zapłacenia opłat w odpowiedniej wysokości oraz w wymaganym terminie. Fiskus posiada bogaty wachlarz środków skłaniających obywateli do wywiązywania się z obowiązków. Niezapłacenie podatku dochodowego jest utożsamiane z uzyska-

## Jakie kary grożą za niezarejestrowaną sprzedaż?

niem przychodu z nieujawnionych źródeł. Natomiast zakwalifikowanie do tej kategorii skutkuje nałożeniem 75% podatku. Kolejne próby przeciwstawienia się prawu i konsekwentnego niepłacenia podatku prowadzą do nałożenia grzywny lub wyegzekwowania zaległości podatkowych za pośrednictwem komornika.

Negatywne konsekwencje prawne zostaną wyściągnięte również z tytułu niezapłaconego podatku od towarów i usług. Co do zasady nakaz rejestracji jako podatnika VAT należy do ściśle określonej grupy przedsiębiorców. Ustawodawca wska-

zuje podmioty prowadzące działalność w zakresie: sprzedaży wyrobów z metali szlachetnych, opodatkowanych akcyzą, nowych środków transportu, terenów budowlanych i przeznaczonych pod zabudowę, a także świadczenia usług prawniczych i doradczych oraz usług jubilerskich. Ponadto obowiązek rejestracji jako płatnika podatku VAT jest nałożony na każdy podmiot generujący sprzedaż przekraczającą 150.000 zł rocznie. Nawet, gdy podmiot nie spełnia wymogów konieczności założenia działalności gospodarczej - przepisy nie zwalniają go z obowiązku opłacania podatku.

*Kary przewidziane za brak rejestracji działalności gospodarczej.*

Opodatkowanie przychodu nie jest jedynym obowiązkiem przedsiębiorcy. Prowadzenie działalności gospodarczej bez rejestracji wiąże się z szeregiem innych wymogów. Zgodnie z ustawą o swobodzie działalności gospodarczej, przedsiębiorca może ją podjąć dopiero po

uzyskaniu wpisu do stosownego rejestru w Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej lub rejestrze przedsiębiorców. Podmiot, który prowadzi działalność bez wpisu działa niezgodnie z prawem i podlega karze ograniczenia wolności lub grzywnie (zgodnie z art. 601 kodeksu wykroczeń). Karze podlegają także przedsiębiorcy, którzy nie zgłaszają zmian w rejestrze - w terminie do 7 dni od wystąpienia zdarzenia (np. zmiana adresu siedziby firmy).

Istotnym obowiązkiem prowadzenia działalności gospodarczej jest rejestracja w Zakładzie Ubezpieczeń Społecznych. Z tego tytułu przedsiębiorca zobligowany jest do opłacania składek zdrowotnych i społecznych. Niedopełnienie obowiązków przewidzianych w ustawie o systemie ubezpieczeń społecznych (np. nieopłacanie składek na ubezpieczenie społeczne, utrudnianie kontroli) skutkuje nałożeniem grzywny do 5.000 zł. Ponadto ZUS może żądać opłacenia zaległych składek od początku prowadzenia działalności, powiększonych o odsetki od zaległości podatkowych oraz opłaty dodatkowej wynoszącą nawet do 100% wymagalnych składek.

Nielegalne prowadzenie działalności gospodarczej zazwyczaj wiąże się z brakiem księgowości. Może to implikować kolejne kary z tytułu nieprawidłowego obliczenia podatku dochodowego lub niezłożenia deklaracji VAT. Ponadto kodeks karny przewiduje dodatkowe zobowiązania podatkowe z powodu braku kasy fiskalnej, np. wymierzenie 30% sankcji.

**MAG**





## Prywatna sprzedaż przez Internet

Polacy coraz więcej kupują, a także sprzedają przez Internet. Jak pokazują badania CBOS, niemal jedna trzecia internautów przynajmniej raz sprzedała coś w sieci. Szczególnie, tuż przed Świętami Bożego Narodzenia, w e-handlu zaczyna się spory ruch. O czym więc powinniśmy pamiętać sprzedając przez Internet? I czy zawsze robimy to legalnie?

Sprzedaż online w Polsce rośnie z roku na roku. Wielu przedsiębiorczych Polaków zakłada sklepy internetowe. Sporo dorabia też na aukcjach internetowych. Firmy handlujące w sieci mają jasną sytuację pod kątem obowiązku płacenia podatków. Rozliczają się z fiskusem tak, jak za sprzedaż w tradycyjnym sklepie, zarówno z tytułu VAT, jak i podatku dochodowego.

Sporo wątpliwości pojawia się jednak w przypadku osób fizycznych, które sprzedają na internetowych aukcjach nietrafione ubrania czy prezenty. Jak powinny się rozliczać z fiskusem, jeśli nie prowadzą działalności gospodarczej?

Osoby dokonujące transakcji przez Internet niejednokrotnie nie zdają sobie sprawy, że czynności, które wykonują, mogą być w rozumieniu przepisów ustawy o podatku dochodowym od osób fizycznych, uznane za działalność zarobkową. Kiedy tak się dzieje?

Sprzedawca, który zarabia w sposób zorganizowany i ciągły zobowiązany jest do zarejestrowania działalności gospodarczej. Jeśli nie dopełni tego obowiązku, to zgodnie z Kodeksem Wykroczeń, może być ukarany grzywną lub ograniczeniem wolności. Warto mieć to na uwadze prowadząc sprzedaż w sieci, bo fiskus

na bieżąco sprawdza transakcje zawierane na aukcjach internetowych, weryfikując je pod kątem częstotliwości i ciągłości

Regułą jest, że każda firma i osoba fizyczna ma obowiązek rozliczyć się z urzędem skarbowym ze wszystkich dochodów, bez względu na źródło ich uzyskania. Dotyczy to również sprzedaży na aukcjach internetowych.



Zgodnie z ustawą o podatku dochodowym od osób fizycznych osoba nieprowadząca działalności gospodarczej, sprzedając towar po 6 miesiącach

od momentu jego nabycia, zwolniona jest z uiszczenia podatku z tytułu uzyskanego dochodu. W rocznej deklaracji PIT, jako przychód wpisujemy łączną wartość wyrażoną w cenie, określonej w umowie zbycia. Tak określony przychód, pomniejszamy o poniesione koszty jego uzyskania, czyli np. koszty wystawienia towaru na aukcji, koszty przesyłki. Prywatną sprzedaż rzeczy ruchomych przez Internet rozlicza się w zeznaniu rocznym nawet w sytuacji, jeśli dochód ze sprzedaży wyniesie zero lub podatnik poniesie stratę. Niemniej jednak, podatku płacić wtedy nie musi.

Z gołą inaczej wygląda sytuacja u przedsiębiorców. Sprzedaż w ramach firmy, dokonana

## Prywatna sprzedaż przez Internet

nawet po 6 miesiącach od momentu nabycia towaru lub środka trwałego podlega nadal opodatkowaniu i rozlicza się ją w ramach działalności gospodarczej.

### Obowiązek zapłaty podatku do towarów i usług (VAT)

Obowiązek płacenia podatku VAT powstaje wówczas, gdy wartość sprzedaży w ubiegłym roku podatkowym przekroczyła łącznie kwotę 150 tys. zł. Do wartości sprzedaży nie wlicza się jednak kwoty należnego podatku. Po przekroczeniu tego limitu w skali roku, osoba dokonująca sprzedaży za pośrednictwem Internetu, będzie miała obowiązek zarejestrowania się, jako czynny podatnik VAT, w skutek czego, każda transakcja przez nią zawierana będzie podlegała opodatkowaniu podatkiem od towarów i usług według właściwej stawki. Ci, u których obroty nie przekroczą 150 tys. zł, będą podlegać zwolnieniu z tytułu podatku VAT.

### Obowiązki podatkowe kupującego w Internecie

Jeśli na aukcji internetowej, od prywatnego sprzedawcy kupimy np. laptopa wartego 1500 zł, to jako kupujący, mamy obowiązek rozliczenia podatku od czynności cywilnoprawnych (tzw. PCC). W świetle obowiązujących przepisów, podatek ten płaci zawsze kupujący, a nie sprzedawca.

Zwolniony zostanie z tego obowiązku wyłącznie wtedy, gdy wartość rynkowa transakcji nie przekroczy 1000 zł. Rzeczy kupione poniżej tej wartości nie rodzą skutków podatkowych,

ani żadnych związanych z tym obowiązków.

Podatku z tytułu transakcji internetowej kupujący nie zapłaci też w sytuacji, gdy

- nabyte na aukcji rzeczy ruchome w chwili zawarcia umowy znajdującą się za granicą,
- nabywca nie ma miejsca zamieszkania lub siedziby w Polsce, albo
- umowa została zawarta poza terytorium kraju.



Nie zapłacimy też podatku kupując np. waluty obce w kantorze online.

Zwolnieniu z PCC podlegają także osoby niepełnosprawne, które na własne potrzeby kupują np. sprzęt rehabilitacyjny, motocykl lub samochód osobowy.

Jeśli jednak kupiliśmy towar o wartości powyżej 1 000 zł i nie podlegamy zwolnieniu z tytułu PCC, w ciągu 14 dni od daty zakupu, musimy, bez jakiegokolwiek wezwania ze strony organu podatkowego, złożyć deklarację w sprawie podatku od czynności cywilnoprawnych (PCC – 3) oraz obliczyć i wpłacić należny podatek. Stawka wynosi 2 proc. od wartości rynkowej zakupionej rzeczy. Jeżeli nie dokonamy powyższych czynności, to narażamy się na odpowiedzialność karno-skarbową za wykroczenie lub przestępstwo skarbowe.

### MAG

## Księżycowa strategia marketingowa dla małych firm

Księżyc, jak wiadomo, świeci światłem odbitym. Dzieje się tak dlatego, że korzysta z promieni świetlnych, jakie daje mu Słońce. Podobnie w świetle jednej firmy może jaśnieć druga. Właśnie ten efekt to sedno całej strategii księżycy, która jest jednocześnie jedną z najpotężniejszych technik współczesnego marketingu.

Już dawno temu wiele znanych firm oparło swój sukces na strategii księżycy. Zasada stworzona w odniesieniu do księżycy polega na odwołaniu się do elementów otoczenia, wśród których stawiamy swoją firmę, produkt czy usługę. Weźmy dla przykładu doskonale rozpoznawalną markę, np. Ikeę. Jeśli mniej znana marka postawi swoją nazwę w tym ciągu, to będziemy ją postrzegać w dużej mierze przez pryzmat uznanego brandu.

Kilka lat temu bank Nordea zrealizował opartą na tej zasadzie kampanię reklamową, wykorzystując reputację regionu skandynawskiego, a w szczególności pochodzących z niego marek. Ich nazwy oczywiście w reklamie nie padły, ale dzięki sprytnej grze słów widzowie doskonale wiedzieli, o jakie marki chodzi. Tym samym wartości przypisywane markom znacznie silniejszym zostały częściowo przeniesione na mniej znany brand.

Nieco nowsza reklama Noreda Banku zaś zawiera komunikat: Miłość, zaufanie, bezpieczeństwo, dobre relacje - "Taka właśnie jest

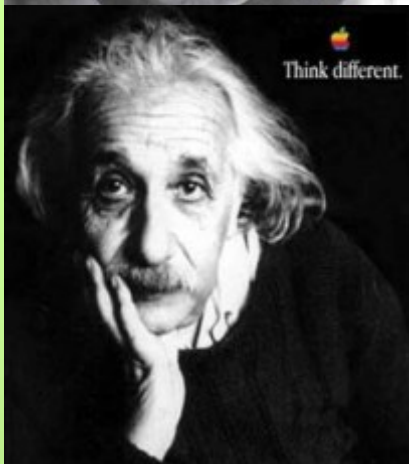
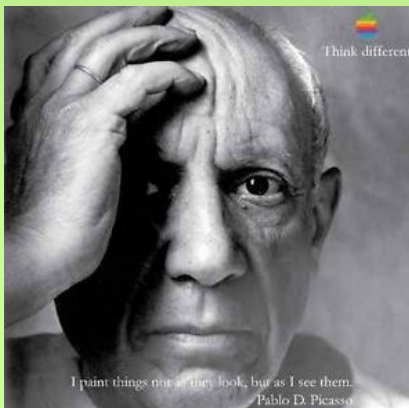
Nordea". Wszystkie te wartości prezentowane są w zestawieniu z obrazem, który daje bardzo pozytywny odbiór - a pomiędzy nimi marka, która naturalnie zyskuje na takim otoczeniu.

Podobnych przykładów jest o wiele więcej.

Pod koniec XX wieku w kampanii „Think different” firmy Apple wśród kilkunastu znanych postaci, jakie się w niej pojawiły, odnaleźć można było m.in. Alberta Einsteina, Richarda Bransona, Mahatmę Gandhiego czy Pablo Picassa. Ludzie z Apple doskonale wiedzieli, że nie wszyscy będą mieli takie samo (pozytywne) zdanie o tych postaciach, ale nikt nie odmówi im jednego: że chcieli zmienić świat – naprawdę go zmienili. Apple chciał dokładnie tego samego,

a w swojej kampanii marketingowej niejako ustawił się „w świetle” rzucanym przez te postaci.

Wydawać by się mogło, że małe firmy mogą iść w ten sposób „na skróty” i poprawiać swój wizerunek „w promieniach” silnych marek, które na swoją pozycję pracowały latami. Na ogół jednak we współpracy business to business (B2B) korzyści są obustronne – bo mała



## Księżycowa strategia marketingowa dla małych firm

firma może stanowić cenne uzupełnienie dużego gracza. Dlaczego tak się dzieje?

Mikroprzedsiębiorstwa często cechuje duża energia, ponadprzeciętna motywacja, niesza-blonowe podejście do branży, a także zdolność do podejmowania szybkich decyzji. Duże organizacje również potrafią być dynamiczne, choć ich rynkowe przewagi to głównie marka, doświadczenie i duże budżety, czyli dokładnie to, czego zwykle brakuje mniejszym firmom. Istnieje wiele przykładów sytuacji, w których taka dysproporcja nie przeszkadza w uzyskiwaniu wzajemnych korzyści. Jednym z nich jest partnerstwo biznesowe polegające na pośrednictwie między dużym dostawcą usług lub produktów a docelowym klientem. Dla dużych graczy taki outsourcing może stanowić nie tylko świeży dopływ tlenu w postaci inspiracji i zaangażowania, ale i sposób na redukcję kosztów. Mniejsi gracze w tym samym czasie mogą korzystać z renomy, którą dopiero budują na własnym podwórku.

Firma będąca partnerem silniejszego brandu może czerpać korzyści z tej prawidłowości, przede wszystkim znajdując swój punkt zaczepienia na rynku. Duże organizacje także poszukują, choć, niestety, wciąż zbyt rzadko – punktów styczności z otoczeniem, by dzielić się pomysłami oraz dopracowywać plany rozwoju. Jeśli pojawia się taka płaszczyzna wymiany informacji, dobrze jest ją wykorzystać. Wykorzystywanie szansy, jaką dają kontakty z silnymi markami lub dużo większymi przedsiębiorstwami, to często nic innego jak pokazanie na zewnątrz związków z nimi.

Strategię księżycy można z powodzeniem stosować na różnych nośnikach reklamowych. Należy tutaj skoncentrować się na aspekcie

zestawienia pozytywnych obrazów i pożądanych skojarzeń z reklamowaną marką.

Najprostszymi sposobami podkreślenia relacji z dużym bandem są działania podejmowane w mediach społecznościowych. Wśród nich można wymienić:

- komentowanie z treści dostarczanych przez silne brandy – to dobry sposób na pokazanie podobieństw,
- polecanie najlepszych, sprawdzonych lub perspektywicznych rozwiązań znanych marek,
- wykorzystywanie specjalnych platform wymiany informacji pomiędzy dużą firmą a otoczeniem do poszerzania wiedzy, zgłaszania pomysłów, modyfikacji oraz usprawnień (przy jednoczesnym komunikowaniu tej aktywności swojemu otoczeniu),
- udostępnianie informacji o uczestnictwie w szkoleniach, spotkaniach czy konferencjach organizowanych przez firmy, których usługi lub produkty oferujemy, a także zamieszczanie na swoich profilach społecznościowych oraz stronach internetowych informacji na temat otrzymanych w ramach współpracy referencji.

Wszystkie te działania sprawiają, że silniejsze podmioty widzą w małych firmach ambasadora swojej marki, co może im przynieść kolejne korzyści. Jeśli chcemy stosować strategię księżycy w codziennej praktyce, rozmawiajmy z większymi od siebie, twórzmy relacje i rozwijajmy komunikację marketingową, która pozwala za pośrednictwem wpisów, zdjęć, komentarzy oraz wielu innych narzędzi przedstawić małą firmę w dużo jaśniejszym świetle.

**Mateusz Grojec**

CDR O/Kraków

## Kierunki działań związanych z produktem

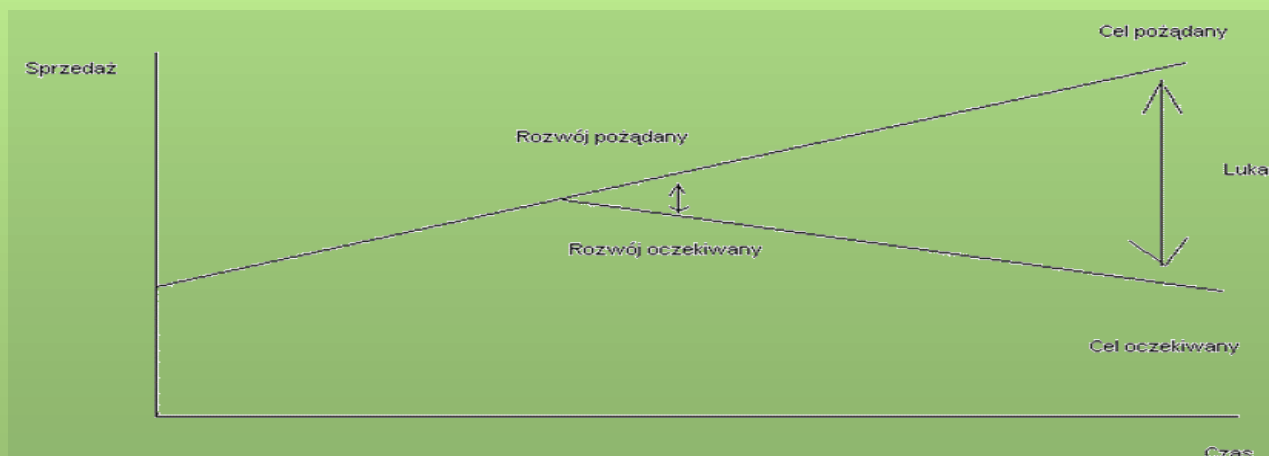
Podstawowym czynnikiem skłaniającym do wyboru i podejmowania działań związanych z produktem jest luka jaka powstaje między rozwojem oczekiwanym przy braku aktywności przedsiębiorstwa a rozwojem pożądanym. Luka między rozwojem oczekiwanym a pożądanym wytwarza lukę między oczekiwaną przez przedsiębiorstwo wielkością celu a jego wielkością pożądaną.

Przy założeniu, że miarą tego rozwoju i celu jest kształtowanie się wielkości sprzedaży, lukę tę można zobrazować tak jak na rys. 1 (dół strony).

Wybór i podejmowanie przez przedsiębiorstwo działań związanych z produktem zmierzają do zlikwidowania lub przynajmniej zminimalizowania tej luki. Wybór działań związanych z produktem jest jednym z podstawowych elementów kształtowania strategii produktu. Przy uwzględnieniu dynamiki zjawisk na rynku i w przedsiębiorstwie, strategii ta nie może być statyczna, zwłaszcza w dłuższym okresie. Statyczny charakter strategii oznaczałby stabilność jej elementów, a więc niezmiennosc jej struktury. Stabilność elementów mogłaby powodować relatywnie szybką utratę zdolności produktu do zaspokajania potrzeb konsumenta oraz prowadzić do zahamowania procesów sprzedaży.

Okres życia produktu jest z reguły tym krótszy, im dłużej pozostaje on na rynku w swej

pierwotnej postaci. Produkt może tracić stopniowo zdolność do zaspokajania potrzeb konsumenta ze względu na pogłębiającą się rozbieżność między tymi potrzebami a funkcjami podstawowymi czy dodatkowymi produktu, jego opakowaniem, oznakowaniem bądź tylko niektórymi składnikami funkcji lub wyposażenia. Zmniejszenie zdolności produktu do zaspokajania potrzeb oznacza równocześnie osłabienie jego walorów jako instrumentu w procesie oddziaływania na zjawiska rynkowe oraz podnoszenia wyników ekonomicznych działalności przedsiębiorstwa. Powstanie tego typu sytuacji może skłaniać do podjęcia odpowiednich działań, polegających np. na zmianie właściwości produktu lub wycofaniu go z rynku i wprowadzeniu nowego produktu. Wybranie kierunku tych działań wymaga zgromadzenia wielu informacji, których dostarczają badania rynku oraz badania dotyczące techniki i technologii wytwarzania. Nieustanna konfrontacja produktu z dynamicznie zmieniającym się otoczeniem powoduje, że badania rynku i techniki



## Kierunki działań związanych z produktem

wytwarzania muszą być ciągle i występować jako stały element działalności przedsiębiorstwa.

Dążenie do zwiększenia stopnia dostosowania produktu do istniejących potrzeb konsumentów oraz do rozszerzenia zakresu zaspokajania potrzeb nie musi koncentrować uwagi przedsiębiorstwa wyłącznie na działaniach związanych bezpośrednio z produktem. Z faktu, że dany produkt nie odpowiada zbyt wąskiemu zakresowi tych potrzeb, nie wynika bynajmniej jednoznaczny kierunek działania, polegający na zmianie właściwości produktu. W takiej sytuacji są możliwe do rozpatrzenia różne działania, w których należy uwzględnić nie jedną, lecz kilka zmiennych, a zwłaszcza:

- rynek
- produkt i jego właściwości
- strukturę innych, poza produktem, instrumentów i działań marketingowych.

Uwzględniając możliwości zmian poszczególnych zmiennych można opracować zespół alternatywnych działań, spośród których wybiera się najlepsze z punktu widzenia celu działania przedsiębiorstwa. Podstawowymi zmiennymi w procesie kształtowania strategii produktu są zmiany produktu i zmiany rynku. Zmiany obejmujące wszystkie inne instrumenty marketingu mają charakter zmiennych pośrednich, wynikających ze zmian właściwości produktu oraz zmian segmentu rynku. Koncentracja uwagi na dwóch podstawowych zmiennych nie oznacza, że przedmiotem analizy przestają być możliwe zmiany struktury marketingu, niezależnie od zmian produktu i rynku. Punktem wyjścia przy rozpatrywaniu i wyborze różnych alternatyw działań jest bowiem istniejący produkt oraz istniejący rynek. Dążenie do wzrostu

sprzedaży istniejącego produktu na istniejącym rynku może być oparte przede wszystkim na zmianie innych, poza produktem, instrumentów marketingu. Znajduje to uzasadnienie zwłaszcza wtedy, gdy trudności w sprzedaży produktu wynikają z nieodpowiednio opracowanej strategii sprzedaży produktu lub utrzymywania jej w nie zmienionej postaci mimo postępującej utraty zdolności do przewyższania ograniczeń po stronie popytu. Pozostałe alternatywy działań wiążą się bądź ze zmianami właściwości produktu, bądź ze zmianami segmentu rynku, a zmiany pozostałych elementów strategii sprzedaży są jedynie pośrednie. Działania związane ze zmianami segmentu rynku dla istniejącego produktu mogą być różne. Najważniejsze znaczenie ma alternatywa: rozszerzenie istniejącego rynku albo wprowadzenie istniejącego produktu na nowy rynek. Pierwszy przypadek dotyczy rozszerzenia kręgu konsumentów, którzy byliby skłonni nabywać istniejący produkt, drugi natomiast wprowadzenia istniejącego produktu na zupełnie nowy rynek, a więc dotarcia z nim do nowego kręgu konsumentów którzy dotychczas nie kupowali tego produktu. Działania te mogą polegać na poszukiwaniu nowych zastosowań dla istniejącego produktu oraz na poszukiwaniu nowego kręgu konsumentów w ramach potrzeb, które są zaspokajane przez istniejący produkt. Działania te są związane nie tylko z wyszukiwaniem luk na rynku, lecz także z wypieraniem konkurentów z rynku. Podejmowanie działań we wszystkich tych przypadkach wymaga opracowania nowej struktury instrumentów marketingu.

**Michał Wnęk,**  
CDR O/Kraków

## Postępowanie nabywców na rynku

Punktem wyjścia wszelkich działań marketingowych jest konsument. Wiedza o konsumencie oraz jego postępowaniu na rynku jest niezbędna do opracowania jakiegokolwiek programu marketingowego czy też skutecznego zastosowania któregokolwiek z instrumentów marketingowych. Wzrastające znaczenie wiedzy w tym zakresie sprawia, że w ostatnich kilkunastu latach postępowanie konsumentów staje się coraz wyraźniej wyodrębniającą się dyscypliną wiedzy. Już pod koniec lat pięćdziesiątych na wielu uniwersytetach rozpoczęto pierwsze wykłady z zakresu postępowania konsumentów.

Postępowanie konsumentów na rynku może być definiowane w różny sposób. Na ogół przyjmuje się jednak, że postępowanie konsumentów to ogół działań związanych z uzyskiwaniem, użytkowaniem i dysponowaniem produktami oraz usługami, wraz z decyzjami poprzedzającymi i warunkującymi te działania. Z pewnym uproszczeniem można przyjąć, iż postępowanie konsumentów obejmuje działania i procesy związane z zakupem produktów i usług, których celem jest zaspokojenie istniejących potrzeb. Nie stanowi ono jednorazowego aktu zakupu lecz składa się z wielu etapów. W obrębie tych sposobów można odnaleźć elementy o wspólnym charakterze, które sprowadzają się do czterech etapów:

- uświadomienie potrzeby
- identyfikacja sposobów zaspokojenia potrzeby
- ocena alternatyw wyboru
- zakup i jego ocena.

Postępowanie konsumentów jest więc procesem złożonym rozpoczynającym się uświadomieniem potrzeby, a kończącym gromadzeniem wrażeń z dokonanego zakupu oraz użytkowaniem produktu. Na poszczególnych etapach postępowania występują procesy dwojakiego rodzaju. Ta ich część, która jest związana

z podejmowaniem określonych działań, ma charakter procesów materialno - rzeczowych. Tworzą one warstwę realną postępowania. Warstwa ta jest często utożsamiana z całością postępowania konsumentów. Postępowanie w swej warstwie realnej skupia ogół działań materialno-rzeczowych związanych z zaspokojeniem potrzeb. Rezultatem tych działań jest określony stopień zaspokojenia potrzeb. Istnienie w postępowaniu konsumentów procesów sfery realnej nie oznacza, iż może być ono w całości przypisane tej sferze. Identyfikacja etapów postępowania pozwala na stwierdzenie, że procesy w nich występujące pełnią różne funkcje. Z punktu widzenia tych funkcji niektóre z procesów można zaliczyć do warstwy regulacyjnej postępowania. Składnikami tej warstwy są określone reguły. Reguły postępowania, tworząc warstwę regulacyjną, są wykorzystywane w procesach wyboru działań związanych z zakupem. Same zaś reguły nie stanowią elementu zespołu działań konsumentów. Kierowanie się przez konsumentów określonymi regułami oznacza więc przyjęcie systematycznego sposobu postępowania zmierzającego do realizacji przyjętych celów.

Istotę postępowania konsumentów na rynku określa proces podejmowania decyzji o zakupie produktów lub usług.

**Postępowanie nabywców na rynku**



Podejmowanie przez konsumentów decyzji o zakupie nie odbywa się oczywiście zawsze w taki sam sposób. Różnicowanie tego procesu zależy przede wszystkim od rodzaju produktu lub usługi, których dotyczy. Z tego punktu widzenia wyodrębnia się trzy grupy produktów:

- produkty częstego zakupu
- produkty okresowego zakupu
- produkty epizodycznego zakupu

Decyzje o zakupie produktów w obrębie każdej z wyróżnionych grup są różne.



Decyzje nawykowe mając charakter zrutynizowany bazują na zjawisku lojalności konsumentów wobec marki produktu, punktu sprzedaży detalicznej. Decyzje rozważne z kolei odzwierciedlają cały złożony algorytm podejmowania decyzji i stanowią klasyczny przykład występowania etapowości w postępowaniu nabywców. W przypadku decyzji impulsywnych, odnoszących się do pewnych tylko rodzajów produktów, niektóre etapy w ogóle nie występują. Proces podejmowania decyzji przez konsumentów powinien być rozpatrywany z punktu widzenia trybu ich kształtowania. Zakup produktu lub usługi nie zawsze jest rezultatem autonomicznych decyzji poszczególnych osób traktowanych w sposób zindywidualizowany. W wielu przypadkach mamy do czynienia z decyzjami podejmowanymi w sposób grupowy. Klasycznym tego przykładem są decyzje rodzinne. Proces podejmowania decyzji przez rodzinę jest procesem wzajemnego oddziaływania osób ją tworzących.

Michał Wnęk, CDR O/Kraków