

**Data: 24.11.2020 r.**

**Przedmiot: ORGANIZOWANIE SPRZEDAŻY TOWARÓW**

**21. Temat : Zasady oznaczania towarów przeznaczonych do sprzedaży (np. metki cenowe, wywieszki cenowe itp.).**

Zapraszam na F I L M : <https://youtu.be/5lGLZTBsGno>

Dz.U.2019.178 t.j. **Akt obowiązujący Wersja od: 30 stycznia 2019 r.**

Art. 4. [Sposób uwidaczniania cen towarów i usług]

1. W miejscu sprzedaży detalicznej i świadczenia usług uwidacznia się cenę oraz cenę jednostkową towaru (usługi) w sposób jednoznaczny, niebudzący wątpliwości oraz umożliwiający porównanie cen.

2. Minister właściwy do spraw gospodarki, po zasięgnięciu opinii Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, określi, w drodze rozporządzenia:

- 1) sposób uwidaczniania cen towarów i usług, w tym cen jednostkowych towarów (usług),
- 2) wykaz towarów, w przypadku których nie jest wymagane uwidocznienie ceny jednostkowej towarów (usług)

- mając na uwadze potrzebę zapewnienia dostępności informacji o cenie, a także uwzględniając przypadki, gdy uwidocznienie ceny jednostkowej towaru (usługi) nie byłoby przydatne ze względu na rodzaj lub przeznaczenie towaru (usługi).

**Jednym z obowiązków podmiotów prowadzących sklepy jest konieczność prawidłowego oznaczania cenami produktów oferowanych do sprzedaży. W przypadku braku oznaczenia ceną Inspekcja Handlowa wymierza kary finansowe.**

### **Zasady oznaczania cenami**

Obecnie sprzedający nie musi umieszczać oznaczenia z ceną na każdym produkcie. Obowiązkowe jest natomiast uwidocznienie ceny w miejscu ogólnodostępnym i dobrze widocznym dla konsumentów, na danym towarze, bezpośrednio przy towarze lub w jego pobliżu. Dokonać tego można m.in. poprzez zamieszczenie tej informacji:

- na wywieszce, czyli na etykiecie, metce, tabliczce, plakacie lub na elektronicznym wyświetlaczu,
- w cenniku,
- w katalogu,
- na obwolucie,
- w postaci nadruku lub napisu na towarze lub opakowaniu.

Kolejnym obowiązkiem jest informowanie o cenie jednostkowej. Cenę jednostkową należy przedstawić odpowiednio za:

- litr lub metr sześcienny - dla towaru przeznaczonego do sprzedaży według objętości,
- kilogram lub tonę - dla towaru przeznaczonego do sprzedaży według masy,
- metr - dla towaru przeznaczonego do sprzedaży według długości,
- metr kwadratowy - dla towaru przeznaczonego do sprzedaży według powierzchni,
- sztukę - dla towarów przeznaczonych do sprzedaży na sztuki.

Wymogu uwidaczniania cen jednostkowych nie stosuje się do:

- towarów, których cena jednostkowa jest identyczna z ceną sprzedaży,
- towarów sprzedawanych ze względu na ich przeznaczenie w zestawach (kompletach),
- towarów nieżywnościowych sprzedawanych ze względu na ich przeznaczenie lub właściwości wyłącznie w parach,
- produktów leczniczych w rozumieniu art. 2 pkt 32 Prawa farmaceutycznego (Dz. U. z 2019 r. poz. 499 ze zm.).

### **Sankcje za brak oznaczeń ceną**

Na przedsiębiorcę, który nie wywiązuje się z obowiązku oznaczania ceną oferowanych do sprzedaży towarów (usług), wojewódzki inspektor Inspekcji Handlowej może nałożyć, w drodze decyzji, karę pieniężną.

Nakładając karę i ustalając jej wysokość inspektor ma obowiązek każdorazowo wziąć pod uwagę:

- stopień naruszenia obowiązków,
- dotychczasową działalność przedsiębiorcy,
- wielkość jego obrotów i przychodu.

Nałożenie kary w wysokości maksymalnej może nastąpić przy spełnieniu wszystkich trzech wymienionych wcześniej przesłanek w najwyższych stopniach naruszenia prawa. Jak wskazuje UOKiK:

"W szczególności może to dotyczyć sytuacji, w której w toku kontroli realizowanej u przedsiębiorcy prowadzącego sieć wielu sklepów wielkopowierzchniowych, zostanie ujawniony brak jakichkolwiek informacji o cenach i cenach jednostkowych lub przyczynach obniżek wszelkich towarów lub usług oferowanych konsumentom bądź wszystkie ceny zostały podane w sposób niejednoznaczny, budzący wątpliwości lub uniemożliwiający porównanie cen, przy czym dotychczasowa działalność tego podmiotu była naganna, zaś jego obroty i przychody są bardzo wysokie".

**Warto wiedzieć**

- √ Przepisy nie wymagają, aby placówki handlowe były wyposażone w czytniki cen, jeżeli jednak znajdują się one na sali sprzedaży, ceny w nich zakodowane nie mogą się różnić od cen w kasach rejestrujących.
  
- √ Towary oznaczone przez producenta jednostką masy lub objętości, w rozumieniu przepisów, nie są towarami sprzedawanymi na sztuki, a tym samym w ich przypadku musi zostać uwidoczniła również cena jednostkowa.
  
- √ W cenniku uwidacznia się ceny towarów przeznaczonych do sprzedaży umieszczonych w miejscu niedostępnym lub niewidocznym dla konsumentów - nie jest dopuszczalna sytuacja, gdzie informacja o cenach wszystkich oferowanych na sali sprzedaży i dostępnych/widocznych dla konsumentów produktów będzie zawarta w cenniku.

źródło: [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl)

**Data: 24.11.2020 r.**

**Przedmiot: ORGANIZOWANIE SPRZEDAŻY TOWARÓW**

**22. Temat : Znaki zasadnicze i informacyjne zamieszczane na towarach i opakowaniach.**

## Rodzaje znaków

Znaki na opakowaniach dzielą się na kilka rodzajów. **Wyróżniamy:**

- **znaki zasadnicze** – zapewniają identyfikację opakowania transportowego z zawartością i dostarczenie go do określonego odbiorcy. Znaki zasadnicze to znaki identyfikacji odbiorcy i miejsca przeznaczenia

### **Na znaki zasadnicze składają się:**

- **nazwa wyrobu** - powinna wyrażać nazwę handlową użytkową lub chemiczną wyrobu, np. cukier, mydło,
- **znak firmowy** - powinien wyrażać pełną lub skróconą nazwę zakładu wytwórcy lub zakładu pakującego, z ewentualnym podaniem jego adresu.
- **zastosowanie wyrobu** - znak powinien określać zastosowanie wyrobu, jeśli nie wynika ono z jego nazwy (np. środek owadobójczy),

- **znaki informacyjne** – informują o niektórych cechach opakowania transportowego z zawartością, jak np. masa czy wymiary.

### **Na znaki informacyjne składają się:**

- gatunkowość wyrobu - znak powinien określać gatunek lub klasę jakości wyrobu i powinien być umieszczony obok nazwy wyrobu,
  - znaki dotyczące jakości i bezpieczeństwa wyrobu - powinny być wyrażone odpowiednimi symbolami rysunkowymi,
  - skład wyrobu - znak określa zasadnicze składniki wyrobu lub niektóre z nich. Skład leków należy podawać w nomenklaturze łacińskiej z ilością poszczególnych składników obok nazwy,
  - numer serii produkcyjnej - powinien oznaczać zapisaną w sposób umowny ilość wyrobu wytworzoną w określonym czasie i miejscu,
  - ilość wyrobu - znak powinien określać masę netto, objętość lub liczbę sztuk w opakowaniu jednostkowym,
  - kraj pochodzenia wyrobu - znak ten powinien wyrażać pełną lub skróconą nazwę kraju, w którym wyrób został wytworzony,
  - sposób użycia - znak określa sposób postępowania przy użytkowaniu bądź dawkowaniu wyrobu,
  - data produkcji lub pakowania - znak powinien określać wyrażoną zwyczajowo lub w sposób umowny datę wyprodukowania wyrobu,
  - termin przydatności do spożycia - znak określa datę, do której gwarantuje się zachowanie jakości wyrobu nie podlegającą przedłużeniu,
  - data ważności - znak powinien określać datę, do której gwarantuje się zachowanie odpowiedniej jakości wyrobu.
- **znaki niebezpieczeństwa** – wskazują cechy opakowania transportowego z zawartością niebezpieczną dla ludzi i otoczenia. Towary posiadające znaki niebezpieczeństwa wymagają szczególnych środków ostrożności oraz odpowiednich warunków przechowywania i transportu.
  - **znaki manipulacyjne** – wskazują na konieczność określonego sposobu obchodzenia się z opakowaniem transportowym z zawartością w czasie manipulacji związanej z przechowywaniem i transportem.

**Data: 24.11.2020 r.**

**Przedmiot: ORGANIZOWANIE SPRZEDAŻY TOWARÓW**

**23. Temat: Kalkulowanie cen towarów.**

**Rodzaje cen towarów w zależności od stopnia obrotu towarowego.**

**Cena to** - wartość dobra (np. towaru, usługi) wyrażona w pieniądzu.

Poziom ceny, z punktu widzenia sprzedającego, jest określony przez koszty poniesione na uzyskanie tego dobra i pożądaną zysk. Natomiast z punktu widzenia kupującego wartość towaru ma charakter subiektywny, co powoduje, że akceptowalność ceny zależy przede wszystkim od indywidualnego odczucia braku tego towaru (np. inną cenę gotowy jest zapłacić za napoje wędrujący po pustyni niż wędrujący nadbałtycką plażą) oraz od możliwości finansowych (rozporządalnego dochodu).

W transakcjach handlowych wysokość ceny jest zwykle proponowana przez sprzedającego, który dopuszcza lub nie do negocjacji tej ceny.

Negocjacje są praktykowane przede wszystkim przy dużych transakcjach między:

- podmiotami handlu hurtowego a producentami,
- podmiotami handlu detalicznego a podmiotami handlu hurtowego.

W typowych, powszechnie występujących punktach sprzedaży detalicznej (np. sklepach, domach towarowych, hipermarketach) ceny z reguły nie podlegają negocjacjom. W handlu detalicznym negocjacje ceny zdarzają się przy sprzedaży na bazarach, targowiskach oraz w innych PSD prowadzonych przez indywidualnych przedsiębiorców, którzy samodzielnie obsługują klientów lub upoważniają do tego zatrudnionych pracowników (zwykle w określonych granicach).

### **Podstawowe metody kalkulacji ceny sprzedaży towaru to metoda kosztowa i metoda rynkowa.**

W kalkulacji ceny sprzedaży towaru **metodą kosztową bierze się pod uwagę** poziom kosztów osiągniętych w przedsiębiorstwie i pożądaną poziomą zysku. Tak wyznaczona cena powinna być skonfrontowana z cenami takich samych i podobnych towarów na rynku. Jeśli jest wyższa, należy się liczyć, że nabywcy jej nie zaakceptują i przedsiębiorstwo będzie miało trudności ze sprzedażą.

Aby temu zapobiec, można podjąć następujące działania:

- przeprowadzić negocjacje z dostawcą w celu obniżenia ceny zakupu lub dokładniej rozebrać rynek w poszukiwaniu innych dostawców oferujących niższe ceny,
- obniżyć koszty handlowe (np. poprawić wykorzystanie środków transportu, wprowadzić mniej kosztowne formy obsługi i inne),
- obniżyć swoje oczekiwania, jeśli chodzi o poziom zysku.

W kalkulacji ceny sprzedaży towaru **metodą rynkową bierze się pod uwagę** wyniki rozpoznania i analizy wysokości cen stosowanych (przez działające w otoczeniu przedsiębiorstwa konkurencyjne) dla takich samych i podobnych towarów.

Przy określaniu ceny towaru na poziomie konkurencyjnym niezbędne jest ustalenie przewidywanej marży. Służy to wstępnej ocenie, czy marża, możliwa do osiągnięcia przy cenie, po której przedsiębiorca dokonuje zakupu towaru, pozwoli na pokrycie kosztów i osiągnięcie zysku.

Gdy poddaje się ocenie zaprezentowane metody kalkulacji ceny sprzedaży, nietrudno zauważyć, że one wzajemnie się uzupełniają.

**Przy metodzie kosztowej jest konieczne rozpoznanie cen na rynku, które pozwoli zorientować się, czy ustalona cena, pożądana z punktu widzenia przedsiębiorstwa, jest konkurencyjna.**

**Natomiast przy metodzie rynkowej poziom ustalonej ceny musi uwzględniać warunki danego przedsiębiorstwa (chodzi o wysokość kosztów i możliwość zapewnienia opłacalności sprzedaży).**

Przedstawione przykłady kalkulacji ceny sprzedaży towaru zostały zakończone na etapie ceny sprzedaży netto (czyli bez podatku VAT). Większość firm działających na rynku jest podatnikami VAT,

którzy nie mogą zakończyć kalkulacji ceny sprzedaży na tym etapie. Cena sprzedaży netto musi być podwyższona o podatek VAT, rozliczany z urzędem skarbowym. Podstawę naliczenia podatku VAT stanowi obrót. Obrotem w rozumieniu ustawy jest kwota należna z tytułu zrealizowanej sprzedaży pomniejszona o kwotę należnego podatku. W przypadku określonego towaru kwota należna to cena sprzedaży brutto, a podstawa opodatkowania to cena sprzedaży brutto pomniejszona o kwotę należnego podatku, czyli cena sprzedaży netto. Oznacza to, że ustalona cena sprzedaży netto jest dla obliczenia podatku VAT wielkością stanowiącą 100%.

Rachunkiem „od sta” obliczany jest podatek według określonej ustawowo stopy podatku. Po dodaniu podatku do ceny sprzedaży netto otrzymujemy cenę sprzedaży brutto, po której towar jest sprzedawany nabywcy.

Podstawą ustalenia ceny jest kalkulacja uwzględniająca przewidywane koszty lub techniczny koszt wytworzenia, odzwierciedlający koszty faktycznie poniesione przez producenta. Poziom ten to minimum, poniżej którego ustalona cena traktowana jest jako dumping i postrzegana jako przejaw nieuczciwej konkurencji.

Cena ma wpływ na wielkość zysku, ale również na postrzeganie towaru – towar przesadnie tani kojarzony jest z towarem niskiej jakości (z wyjątkiem sytuacji, gdy przypadek taki traktowany jest jako okazja, czyli np. promocja, przecena lub wyprzedaż), a przesadnie drogi przywodzi na myśl dobra luksusowego, bywa jednak nieakceptowalny przez konsumentów.

Przesadnie wysoka cena ma rację bytu w przypadku wprowadzenia do sprzedaży produktu:

- dotychczas nieznanego (cena nowości),
- unikalnego (zaspokajającego wysokie wymagania nabywcy),
- towar od dużym popycie (aktualnie w modzie).

Ogólnie jednak oczekiwany jest przez nabywców pośredni poziom cenowy – „wysoka jakość po rozsądnej cenie”.

Sprzedawcy próbują ten rozsądek w różny sposób zakłócić. Stwierdzono, że jeśli cena jest tuż poniżej pełnej liczby (na przykład 9,99 zamiast 10), to klienci bardziej skłonni są do dokonania zakupu. Inny sposób zachęty do zakupów to udzielanie bonifikat, skont oraz system rabatów i innych opustów.

Okazją do podnoszenia ceny są sytuacje wzmożonego popytu, szczególnie wywołanego poczuciem jakiegoś (prawdziwego, potencjalnego lub urojonego) zagrożenia.

### **Podsumowując, ceny ustala się:**

- na podstawie kosztów,
- w odniesieniu do popytu,
- w relacji do cen konkurencji,
- na podstawie obserwacji sytuacji rynkowej.

Istotnymi elementami ceny są również wynagrodzenie za pośrednictwo handlowe (marża, prowizja) oraz podatki (VAT, akcyza). **Cena brutto** – cena końcowa wraz ze wszystkimi jej obciążeniami.

## Całość działań związanych z ustalaniem ceny dla osiągnięcia celów biznesowych nazywa się strategią cenową.

**Zasady kalkulacji cen** są to metody, które wykorzystując takie dane jak koszty własne, popyt zgłaszany przez nabywców lub ceny konkurencji pomagają ustalić po jakiej cenie przedsiębiorstwo powinno wprowadzić dane dobro lub usługę na rynek.

Przystępując do ustalania ceny końcowej posługuje się danymi odnośnie:

- popytu ze strony konsumentów,
- kosztów wytworzenia produktu czy usługi
- oraz cen konkurencji.
- koszty zarządu
- koszty sprzedaży
- sytuacji finansowej firmy
- struktura produkcji
- charakter i rozmiar rynku

W działaniach marketingowych popyt ustala górną granicę ceny, a koszty jej dolny pułap. Firma potrzebuje, więc informacji o tym jak kształtują się koszty przy różnym poziomie produkcji. Analizując ceny konkurencji możemy natomiast określić taki poziom cen, który zostanie zaakceptowany przez nabywców.

## Z czego składa się cena?

cena składa się z dwóch elementów, których musisz być świadomy ustalając ją. Chodzi o:

- **koszt** – jest to część kwoty, która nie stanowi dla ciebie zarobku. Ta część pójdzie na pokrycie np. pensji pracowników, kosztów serwera – wszystko za co płacisz i używasz do świadczenia usług, za które ustalasz cenę.
- **marżę** – jest to tzw. “zarobek”. Czyli co z ustalonej ceny zostanie ci do rozdysponowania po pokryciu kosztów.

## Czy cena wpływa na postrzeganie produktu przez klientów?

Okazuje się, że tak! Klienci rzeczywiście zwracają uwagę na cenę. Nie oznacza to jednak, że gonią za niskimi cenami. Wiele osób postrzega towary o niskich cenach jako gorsze jakościowo.

Interesujące są też opinie konsumentów na temat chwilowych obniżek cen, czyli promocji. Z jednej strony twierdzą oni, że promocje stosuje się wtedy, gdy firma ma problemy ze sprzedażą produktów. Ale z drugiej strony uważają, że promocje to dobry sposób, by kupić porządne produkty za dobrą cenę.

Wynika z tego, że produkt stale sprzedawany po niskiej cenie klienci uważają za kiepski, ale wcale nie muszą tak samo postrzegać produktów sprzedawanych po cenach promocyjnych.

W literaturze i życiu codziennym mówi się o różnych rodzajach cen. M.in. wskazuje się na ceny:

- **producenta** – kwota płacona przez nabywcę producentowi

- **hurtowe** – pośrednia, np. bez marży sklepu,
- **detaliczne** – wliczone są wszystkie elementy kosztów produkcji, marketingu i dystrybucji,
- **wolnorynkowe** – kształtują się swobodnie, w związku z prawem popytu i podaży,
  - **równowagi**
- **urzędowe** – inaczej regulowane – ustalone przez organy państwa.
  - sztywne
  - minimalne
  - maksymalne
  - wynikowe

**Data: 24.11.2020 r.**

**Przedmiot: ORGANIZOWANIE SPRZEDAŻY TOWARÓW**

#### **24. Temat : Zasady funkcjonowania podatku VAT.**

Podatek VAT po raz pierwszy został wprowadzony we Francji w 1954 roku. Jego rozpowszechnienie wynikało z konieczności harmonizacji podatkowej państw należących do Unii Europejskiej i zostało ustanowione za pomocą dyrektyw z 1967 r. Natomiast w Polsce podatek VAT obowiązuje od 1993 roku.

#### **Podatek VAT - co to takiego?**

Podatek od towarów i usług, potocznie nazywany podatkiem VAT, jest daniną, która dotyczy zarówno sprzedawców, jak i nabywców, ponieważ jego wartość jest doliczana do wartości netto transakcji kupna-sprzedaży.

Mechanizm rozliczenia VAT-u powoduje, iż w rzeczywistości wysokość podatku jest przerzucona na konsumenta. Podatek VAT jest wprowadzany po kolei na każdym etapie produkcji przez podmioty wnoszące wartość dodaną. Przedsiębiorca, rozliczając podatek, płaci zatem jego wysokość zależną od wartości netto sprzedaży. Co więcej, ma prawo odliczyć podatek VAT pod warunkiem, że wydatek, z którym podatek jest powiązany, ma związek z działalnością opodatkowaną. Co do zasady podatek VAT powinien być niedostrzegalny ekonomicznie (neutralny) dla przedsiębiorcy, który nie jest ostatecznym konsumentem towarów lub usług.

Podatek VAT można obliczyć, wykorzystując w tym celu wzór matematyczny:

Podatek VAT = cena netto \* stawka podatku VAT

W związku z powyższym wyróżniamy dwa rodzaje podatku VAT, mianowicie podatek VAT należny i naliczony.

**Podatek VAT należny to** kwota zobowiązania, która powstaje w momencie wystawienia faktury sprzedaży. Wartość VAT należnego podlega wpłacie do urzędu skarbowego. **Podatek VAT naliczony to** wartość, o jaką nabywca ma możliwość obniżyć podatek VAT należny w składanej deklaracji podatkowej.



Podatek VAT należny to podatek od sprzedaży, natomiast VAT naliczony to podatek od zakupu. Skutkiem tego ta sama wartość podatku wykazana na fakturze dla sprzedawcy będzie podatkiem należnym a dla nabywcy stanowić będzie kwotę podatku naliczonego.

Podatek VAT zaliczany jest do podatków pośrednich, a jego nazwa wynika ze sposobu świadczenia. Nie jest płacony bezpośrednio w urzędzie skarbowym, ale podczas nabycia towaru lub usługi (zawiera się w cenie brutto). Czynny podatnik VAT włącznie do rozliczenia za wrzesień 2020 r. miał obowiązek złożyć w urzędzie deklaracje VAT w terminie:

- do 25. dnia miesiąca za miesiąc poprzedni – w przypadku rozliczania VAT miesięcznie w deklaracji VAT-7,
- do 25. dnia miesiąca następującego po zakończonym kwartale – w przypadku rozliczania VAT kwartalnie w deklaracji VAT-7K.

W sytuacji gdy w wygenerowanej deklaracji podatkowej powstanie nadwyżka podatku należnego (od sprzedaży) nad naliczonym (od zakupu) podatnik ma obowiązek zapłaty podatku do urzędu.

### **Przykład 1.**

Pani Anna prowadzi sklep spożywczy i rozlicza się z podatku VAT miesięcznie. 22 marca 2020 r. wygenerowała deklarację VAT za luty 2020. W części E. w poz. 54 deklaracji VAT została wykazana kwota podatku podlegającego wpłacie do urzędu skarbowego w wysokości 500 zł. W jakim terminie pani Anna musi uregulować zobowiązanie podatkowe i wysłać deklarację VAT i JPK\_VAT za luty?

W przypadku rozliczania się z podatku VAT miesięcznie, pani Anna ma obowiązek wpłaty kwoty 500 zł podatku VAT do urzędu najpóźniej 25 marca 2020 roku. Do tego dnia ma ona obowiązek również wysłać do urzędu deklarację VAT i JPK\_VAT za luty.

### **Nowa struktura JPK V7 od 1 października 2020**

Nowa struktura JPK obowiązuje od 1 października 2020 roku i została podzielona na dwie części: ewidencyjną i deklaracyjną. Oznacza to, że niema już konieczności składania osobno deklaracji VAT-7 lub VAT-7K i plików JPK\_VAT, gdyż obie deklaracje zostały zastąpione jednym plikiem JPK\_V7. Część deklaracyjna zawiera informacje znajdujące się w obecnie składanej deklaracji VAT-7 lub VAT-7K. Natomiast część ewidencyjna składa się z danych znajdujących się w pliku JPK\_VAT poszerzonych o dodatkowe informacje.

Podatnicy rozliczający podatek VAT w okresach miesięcznych będą składać JPK V7M zarówno w części deklaracyjnej jak i ewidencyjnej do 25. dnia miesiąca za miesiąc poprzedni .

Podatnicy kwartalni będą składać JPK V7K w części:

ewidencyjnej – do 25. dnia miesiąca następującego po miesiącu, za który składany jest plik,

deklaracyjnej – do 25. dnia miesiąca następującego po kwartale, za który składany jest plik.

## **Jakie czynności należy opodatkować podatkiem VAT?**

Art. 5 ustawy o VAT wskazuje, że wśród czynności, które należy opodatkować podatkiem VAT, wyróżnia się:

- odpłatną dostawę towarów i odpłatne świadczenie usług na terytorium kraju,
- eksport towarów,
- import towarów na terytorium kraju, czyli przywóz towarów z terytorium państwa trzeciego,
- towary objęte remanentem likwidacyjnym,
- wewnątrzwspólnotowe nabycie towarów za wynagrodzeniem na terytorium kraju,
- wewnątrzwspólnotową dostawę towarów.

Zgodnie z art. 6 ustawy o VAT opodatkowaniu podatkiem VAT nie podlega transakcja zbycia przedsiębiorstwa lub jego zorganizowanej części oraz czynności, które nie mogą być przedmiotem prawnie skutecznej umowy (np. kradzież).

## **Podatek VAT – jak ustalić podstawę opodatkowania?**

Podstawę opodatkowania VAT tworzy wszystko, co stanowi zapłatę, którą dokonujący dostawy towarów lub usług otrzymał lub ma otrzymać z tytułu sprzedaży, włącznie z otrzymanymi dotacjami, subwencjami i innymi dopłatami o podobnym charakterze, które mają wpływ na cenę towarów. W związku z tym podstawę opodatkowania powiększa się o kwotę:

podatków, cła, opłat i innych należności o podobnym charakterze (z wyjątkiem kwoty podatku VAT), kosztów dodatkowych, jakimi są np. prowizje, koszty opakowania, transportu i ubezpieczenia, pobierane przez dokonującego dostawy lub usługodawcę od nabywcy lub usługobiorcy.

Do podstawy opodatkowania **nie wlicza się** natomiast kwot dotyczących obniżek cen lub upustów, np. rabatów udzielanych w związku z wcześniejszą zapłatą.

## **Art. 29a ust. 11 ustawy o VAT:**

Do podstawy opodatkowania nie wlicza się wartości opakowania, jeżeli podatnik dokonał dostawy towaru w opakowaniu zwrotnym, pobierając kaucję za to opakowanie lub określając taką kaucję w umowie dotyczącej dostawy towaru.

Obowiązujące stawki VAT w Polsce

## **Aktualnie obowiązujące stawki podatku VAT w Polsce wynoszą:**

23% – jest to podstawowa stawka podatku VAT,

8% – stawka obniżona, np. roboty budowlano-montażowe, remonty i roboty konserwacyjne związane z budownictwem mieszkaniowym i infrastrukturą towarzyszącą, obiekty budownictwa mieszkaniowego lub ich części, z wyłączeniem lokali użytkowych, niektóre usługi gastronomiczne,

5% – stawka obniżona, np. produkty rolne, inwentarz żywy, książki i czasopisma specjalistyczne,

0% – stawka dla wewnątrzwspólnotowej dostawy towarów oraz eksportu towarów.

Podatnicy, w określonych sytuacjach, mogą skorzystać z możliwości zwolnienia z podatku VAT. W tym przypadku na fakturze stosuje się oznaczenie zw.

### **Narzędzia uszczelniające system podatkowy w Polsce**

Aby zapobiec powiększającej się luce podatkowej w Polsce, ustawodawca wprowadził dodatkowe narzędzia, które mają doprowadzić do wyeliminowania oszustw i nadużyć na gruncie podatku VAT. Wśród nich można wymienić m.in.

- mechanizm podzielonej płatności, tzw. split payment – to nowy sposób płatności z wykorzystaniem tzw. komunikatu przelewu, który ma na celu zabezpieczenie podatku VAT należnego podlegającego wpłacie do urzędu. Mechanizm ten obowiązuje od 1 lipca 2018 roku, a od listopada 2019 roku jest obowiązkowy po spełnieniu określonych warunków.
- biała lista podatników VAT - wprowadziła obowiązek weryfikacji rachunków bankowych kontrahentów z tą listą. Po spełnieniu określonych warunków zapłata na rachunek kontrahenta nieznajdujący się na białej liście grozi nałożeniem sankcji.

Podsumowując, podatek VAT stanowi źródło wpływów do budżetu państwa. Odprowadzany jest do US na podstawie składanych deklaracji VAT-7 lub VAT-7K. Od października 2020 roku zostały zniesione deklaracje VAT na rzecz pliku JPK V7. Podatek VAT jest podatkiem powszechnym, ponieważ ma zastosowanie do każdego rodzaju sprzedaży towarów i usług, a zwolnienie (podmiotowe lub przedmiotowe) z obowiązku opodatkowania transakcji ma zastosowanie wyłącznie w określonych sytuacjach stanowiących wyjątek od obowiązującej reguły. Ustawodawca, wprowadzając kolejne zmiany przepisów, ma na celu zabezpieczenie podatku VAT podlegającego wpłacie, przeciwdziałając tym samym oszustwom podatkowym na gruncie podatku VAT.