

Podatkowe i fiskalne bariery rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw w turystyce

1. Uwagi wstępne

Od końca lat osiemdziesiątych prawne warunki rozwoju MSP w Polsce są zbliżone do tych, jakie występują, w krajach UE. Obowiązuje zasada wolności (swobody) gospodarczej, zgodnie z którą podejmowanie i prowadzenie działalności gospodarczej jest wolne i dozwolone każdemu w granicach obowiązującego porządku prawnego. W myśl tej zasady forma prawna działalności gospodarczej jest kwestią wolnego wyboru osoby lub podmiotu podejmującego i prowadzącego taką działalność. Dzięki przyjęciu tej zasady możliwy stał się dynamiczny rozwój sektora MSP w Polsce w okresie transformacji.

Rozwój sektora MSP w latach osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych był wynikiem działania wielu czynników: zmian w technologii produkcji i metodach zarządzania, wzrostu poziomu życia sporych grup społecznych, zmiany wzorców wydatków konsumpcyjnych, przyczyniając się do rozwoju szeroko rozumianej sfery usług oraz obniżenia aktywności dużych organizacji, co stworzyło szanse rozwojowe mniejszym podmiotom. W tej sytuacji wzrosła rola sektora MSP w rozwoju gospodarczym kraju i jego konkurencyjności. Spełnienie tej roli wymaga jednak ze strony państwa polityki zachęcającej i wspierającej powstawanie nowych firm, jak i wspomagania rozwoju już istniejących firm. Taką politykę prowadzą niemal wszystkie państwa UE.

W Polsce sektor małych i średnich przedsiębiorstw (MSP) w roku 2002 liczył ponad 2,7 mln podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w systemie REGON, zatrudniał ponad 7 mln osób (62,5% wszystkich zatrudnionych w gospodarce), jego udział zaś w tworzeniu PKB wyniósł 48,4% (z tego małe przedsiębiorstwa wytwarzały 39,4%, średnie 9,6%) [A. Rybińska, A. Tokaj-Krzewska (red.), 2003, s. 23]. W pozostałych krajach UE udział małych i średnich przedsiębiorstw w tworzeniu dochodu narodowego jest jeszcze większy i wynosi ponad 50% tego dochodu.

W dalszej części artykułu przedstawiono definicję MSP, obowiązujące kryteria klasyfikacji przedsiębiorstw oraz znaczenie MSP we wzroście gospodarczym i rozwoju społecznym. Najwięcej miejsca poświęcono na omówienie barier podatkowych i fiskalnych rozwoju tego sektora.

Artykuł adresowany jest do teoretyków i studentów zajmujących się tą tematyką oraz praktyków, których zapewne zainteresuje ostatnia część artykułu, w której podano sposoby obliczania podatku VAT w turystyce.

2. Pojęcie i rola MSP

W Polsce — do niedawna — żadna definicja nie spełniała kryterium kompletności i kompleksowości. Stosunkowo najbardziej znane było określenie małego przedsiębiorstwa sformułowane przez L. Zienkowskiego: „[...] pod mianem małego przedsiębiorstwa w przemyśle i budownictwie rozumie się jednostkę zatrudniającą przeciętnie w roku 6 do 50 pracowników, łącznie z wykonującymi pracę nakładczą, agentami oraz właścicielami i członkami ich rodzin. Przedsiębiorstwo średnie przemysłowe lub budowlane zatrudnia natomiast 51 do 500 osób. W pozostałych działach gospodarki granice zatrudnienia, określające daną jednostkę jako małą lub średnią, wynoszą odpowiednio od 5 do 20 pracowników i od 21 do 200 pracowników [...]”.

Dopiero działania mające na celu dostosowanie polskiego ustawodawstwa do unijnego spowodowały wprowadzenie do opublikowanej w grudniu 1999 roku ustawy „Prawo o działalności gospodarczej” definicji małego i średniego przedsiębiorcy [E. Odorzyńska 2003, s. 17—18]. Zgodnie z tą ustawą, za małego uważa się przedsiębiorcę, który w roku obrotowym spełniał następujące warunki: zatrudniał średniorocznie mniej niż 50 pracowników, osiągnął przychód netto (ze sprzedaży towarów i usług oraz operacji finansowych) nie przekraczający 7 mln EURO lub suma aktywów na koniec poprzedniego roku nie przekroczyła 5 mln EURO.

Za średniego uznaje się przedsiębiorcę, który nie jest małym przedsiębiorcą i który jednocześnie w roku zatrudniał mniej niż 250 osób oraz osiągał dochód netto nie przekraczający wartości 40 mln EURO lub suma aktywów jego bilansu na koniec poprzedniego roku nie przekraczała równowartości 27 mln EURO.

W obu przypadkach muszą być spełnione dodatkowe kryteria jakościowe o charakterze właścicielskim oraz kryteria związane z zarządzaniem. W ustawie zostało to ujęte w ten sposób, że przedsiębiorca mały i średni powinien posiadać 75% wkładów udziałów lub akcji, mieć prawo do 75% udziałów w zysku oraz 75% głosów w zgromadzeniu wspólników (akcjonariuszy).

Podział na firmy małe i średnie jest wymogiem statystyki, a także polityki gospodarczej każdego kraju [I. Czaja 1999, s. 49]. Możliwość finansowego i pozafinansowego wspierania sektora prywatnego, a w szczególności promocji małej przedsiębiorczości w gospodarce wolnorynkowej, wymusza stworzenie klasyfikacji przedsiębiorstw ze względu na ich wielkość, gdyż daje to możliwość efektywnego wspierania powstających i rozwijających się przedsiębiorstw oraz bezpośredniego kierowania udzielaną im pomocą.

W Polsce, dane statystyczne dotyczące MSP, są podawane przez GUS i określają następujące przedziały ilościowe [E. Odorzyńska 2003, s. 9]:

- mikroprzedsiębiorstwo — zatrudniające do 5 pracowników,
- przedsiębiorstwo małe w przemyśle i budownictwie — zatrudniające od 6 do 50 pracowników, w pozostałych działach gospodarki od 6 do 20 pracowników,
- przedsiębiorstwo średnie w przemyśle i budownictwie — zatrudniające od 51 do 500 pracowników, w pozostałych działach gospodarki od 21 do 500 pracowników,
- przedsiębiorstwo duże — zatrudniające powyżej 500 pracowników.

Oprócz ilościowych, w literaturze występują również kryteria jakościowe, związane z rodzimą własnością MSP, tzn. [E. Odorzyńska 2003, s. 9]:

- przedsiębiorstwo jest głównym źródłem utrzymania właściciela i jego rodziny,
- członkowie rodziny są pracownikami przedsiębiorstwa,
- decydujący udział właściciela w zarządzaniu firmą,
- finansowanie przedsiębiorstwa nie jest związane z rynkiem kapitałowym,
- przedsiębiorstwo jest przekazywane z pokolenia na pokolenie,
- występuje osobisty stosunek właściciela do pracowników,
- kierownictwo obejmuje jedna osoba lub niewielka grupa osób,
- kierowanie przedsiębiorstwem jest niezależne od osób trzecich.

W podziale branżowym przedsiębiorstw takie kryteria, jak wielkość zatrudnienia i dochód roczny mają jednak relatywny charakter, gdyż każda branża określa inne kryteria klasyfikujące dane przedsiębiorstwo do dużych, średnich czy małych.

Do grupy małych firm w przemyśle i budownictwie zalicza się także zakłady rzemieślnicze, ponieważ w oficjalnej statystyce polskiej są one najczęściej zaliczane do kategorii „zakłady osób fizycznych”, zatrudniające od 1 do 5 osób. W definicji tej nie uwzględnia się rolnictwa, chociaż gospodarstwa rolne docelowo powinny się też kwalifikować jako jednostki produkcyjne agrobusinessu [M. W. Grudzewski, I. Hejduk 1999, s. 19—20].

3. Znaczenie małych i średnich przedsiębiorstw w gospodarce

Pozycja sektora MSP w Polsce z każdym rokiem jest coraz większa i osiąga miejsce należne mu w gospodarce rynkowej. Obok wielu funkcji pełnionych przez sektor MSP w gospodarce rynkowej szczególne znaczenie ma stymulowanie wzrostu gospodarczego. Nadto, zwłaszcza w obecnym okresie transformacji, sektor MSP odgrywa także ważną rolę społeczną i polityczną. Polega ona nie tylko na uformowaniu klasy drobnych właścicieli (jednego z ważnych składników pluralizmu politycznego i budowy demokratycznych instytucji), lecz także w dużym stopniu na łagodzeniu napięć społecznych i redukcji wysokich społecznych kosztów procesu transformacji, mogących zagrozić kontynuowaniu rozpoczętych

przemian. Cel ten realizowany jest zarówno przez pochłanianie pojawiających się w tym czasie nadwyżek siły roboczej, jak i przez kreowanie przedsiębiorczych postaw, wskazywanie szans i możliwości samozatrudnienia, a także osiągnięcia sukcesu i zmiany statusu społecznego [B. Piasecki 2001, s. 79].

Obok funkcji społecznych sektora małych i średnich przedsiębiorstw ważne są również jego funkcje gospodarcze, do których można zaliczyć [B. Piasecki 2001, s. 63]:

- aktywny udział w procesie zmian w strukturze przemysłowej kraju. Inicjowanie powstawania i rozwoju nowych dziedzin produkcji i nowych usług, w tym również tych, które z wielu powodów nie były rozwijane w okresie gospodarki centralnie sterowanej,

- odgrywanie ważnej roli w formowaniu się prywatnej własności środków produkcji. Przejęcie i produkcyjne zagospodarowanie części maszyn i wyposażenia prywatyzowanych wielkich przedsiębiorstw państwowych i wydzielenie z nich wielu mniejszych jednostek, co sprzyja dekoncentracji i demonopolizacji gospodarki kraju,

- wchłonięcie i zagospodarowanie znacznych zasobów siły roboczej, uwolnionej w wyniku racjonalizacji funkcjonowania sektora publicznego,

- zbudowanie koniecznej dla efektywnego funkcjonowania całego systemu gospodarczego ekonomicznej infrastruktury, zwłaszcza rozwój kooperacji i systemu subkontraktów,

- wymuszenie zmian w prawnych uregulowaniach sprzyjających rozwojowi przedsiębiorczości i efektywności funkcjonowania małych podmiotów gospodarczych.

Funkcje generowania nowych miejsc pracy, dzięki temu rozwiązanie jednego z najtrudniejszych gospodarczych i społecznych problemów kraju, jakim jest bezrobocie oraz racjonalizacji zasobów, są szczególnie mocno akcentowane w przypadku krajów mniej uprzemysłowionych lub nawet rozwijających się, gdzie zakłada się, że sektor małych i średnich przedsiębiorstw [B. Piasecki 2001, s. 80]:

- absorbuje nadmiar siły roboczej stosując prostsze techniki produkcyjne o bardziej pracochłonnym charakterze,

- pozwala na zatrudnienie imigrantów z terenów rolniczych i ludzi młodych w skali większej niż firmy duże,

- dostarcza wyrobów i usług niższej jakości, produkowanych po niższych kosztach i sprzedawanych często na kredyt, co odpowiada rzeczywistemu zapotrzebowaniu ludzi biednych,

- gospodaruje bardziej oszczędnie i produktywnie, wydajniej wykorzystując kapitał, oszczędności, przedsiębiorczy talent i inne środki,

- tworzy żywy związek z nowoczesnymi przedsiębiorstwami, sprzedając ich produkty i wykańczając lub uzupełniając je dla celów dalszej odsprzedaży lub eksportu,

— obsługuje wyspecjalizowane rynki, nieatrakcyjne, dla dużych jednostek.

Małe przedsiębiorstwo jest częścią gospodarki rynkowej charakteryzującej się prywatną przedsiębiorczością. Sfera drobnych przedsiębiorstw składa się z „rodzimych” sklepików spożywczych, piekarni, biur projektów, sklepów z narzędziami, butików, usług opieki socjalnej, banków, biur doradczych i wielu innych małych firm.

Małe firmy zaspokajają potrzeby otoczenia i stymulują sytuacje, które zachęcają do otwierania innych małych przedsiębiorstw. W każdym razie, te nowe przedsięwzięcia tworzą większość bogactwa współczesnych, rozwiniętych gospodarek. W mentalności zachodnich społeczeństw małe firmy oferują każdemu obywatelowi okazję nie tylko „zrobienia tego po swojemu”, ale także osiągnięcia bogactwa równego temu, jakie posiadają najwięksi przemysłowcy i potentaci.

Drobna przedsiębiorczość w porównaniu z działalnością na większą skalę posiada wiele zalet [J. Sawicka 2000, s. 12]:

— swobodę działania, elastyczność w przystosowaniu do zmieniających się warunków, a także niezależność w podejmowaniu decyzji. Duże przedsiębiorstwa są mniej elastyczne i wolniej reagują na zmieniające się warunki rynkowe,

— możliwość adaptacji do lokalnych potrzeb konsumentów. Dużym przedsiębiorstwom ze swoimi relatywnie wysokimi kosztami często nie opłaca się nastawienie na zaspokojenie popytu niewielkich grup konsumentów na małym lokalnym rynku. Małym przedsiębiorstwom nawet skromny krąg konsumentów może zapewnić rentowne przedsięwzięcia,

— elastyczność struktury organizacyjnej. Mała przedsiębiorczość umożliwia właścicielowi poznanie swoich pracowników. Na zasadzie współdziałowca można przyciągnąć specjalistów z niezbędnymi kwalifikacjami,

— niskie koszty stałe. Jak wykazuje historia rozwoju przedsiębiorczości w krajach zachodnich, wielu znanych przedsiębiorców zaczynało swoją produkcję w garażu lub piwnicy. Podobnie opłata pracy nie musi być wysoka, gdy pracuje sam właściciel z kilku zatrudnionymi na pół etatu pracownikami. Niskie koszty stałe pozwalają ustalić cenę produktu finalnego na poziomie bardziej konkurencyjnym w porównaniu z dużym przedsiębiorstwem.

Przedstawione powyżej dane dowodzą, że małe i średnie przedsiębiorstwa pełnią ważną funkcję w transformacji dotychczasowego systemu gospodarczego. Firmy te mają do spełnienia ważną funkcję na rynku lokalnym — umocnienie istniejącego systemu gospodarczego oraz kształtowania popytu i podaży na rynkach dóbr konsumpcyjnych i inwestycyjnych. Dlatego też polityka państwa powinna promować małe przedsiębiorstwa. Przedsiębiorca otwierając firmę stoi przed problemem skąd pozyskać środki na rozwój i działalność gospodarczą firmy w początkowym etapie jej funkcjonowania. To właśnie przedsiębiorca musi wybrać właściwą metodę, aby zapewnić firmie jak najlepszy rozwój.

4. Bariery podatkowe i fiskalne

W ciągu ostatnich 10 lat w podatkach dochodowych utrwała się tendencja do zmniejszania zakresu ulg podatkowych [W. Dzierżanowski, M. Stachowiak (red.) 2001, s. 267—269]. Konsekwencje tego dla podatników mogą być korzystne, o ile likwidacja ulg idzie w parze z obniżaniem stawek podatkowych, jak to ma miejsce w podatku dochodowym od osób prawnych. Niestety, w przypadku podatku dochodowego od osób fizycznych, któremu podlega ponad 1,2 mln małych przedsiębiorców, ulgi są likwidowane, a stawki podatkowe pozostają bez zmian.

Podatki dochodowe

Polski system podatkowy nie stymuluje bardziej równomiernego rozwoju regionów. Rozwiązanie to, polegające na zróżnicowaniu stawki podatkowej w zależności od zamożności regionu, budzi wiele kontrowersji, jest jednak z powodzeniem stosowane w niektórych krajach (np. w Hiszpanii). Brak jest również możliwości udziału gmin w regulowaniu wysokości opodatkowania, przez co nie stwarza się władzom lokalnym szans na wykorzystanie polityki podatkowej do pobudzania rozwoju gospodarki lokalnej.

Konkurencyjność polskich małych przedsiębiorstw w porównaniu z firmami z krajów UE pogarsza również wyjątkowo niska kwota wolna od podatku, bardzo niskie progi podatkowe i stosunkowo wysokie stawki podatku dochodowego od osób fizycznych. Krańcowa stopa opodatkowania jest w Polsce osiągana przy dochodach wielokrotnie niższych niż w krajach UE. Utrzymywanie w Polsce niezmiennych warunków podatkowych sprawi, że warunki do prowadzenia małych firm staną się relatywnie gorsze.

Podatek od wartości dodanej i podatek akcyzowy

Zwiększanie obciążeń jest najbardziej widoczne w zakresie podatków pośrednich. Na uwagę zasługuje niekorzystna tendencja do ograniczania możliwości odliczania naliczonego podatku VAT oraz zwiększenie obciążeń podatkowych w podatku akcyzowym, co szczególnie ujawnia się przy opodatkowaniu tym podatkiem paliw silnikowych. Barięrou rozwoju dla firm najmniejszych może być także obniżenie wartości obrotu, której osiągnięcie skutkuje utratą prawa do zwolnienia od podatku VAT. Stanowi to w istocie zawężenie możliwości wyboru i jest krokiem w innym kierunku niż ogólna pozytywna tendencja, zauważalna w przypadku podatków dochodowych, polegająca na przyznaniu podatnikowi prawa wyboru rozwiązań w zakresie opodatkowania.

Ekonomiczny przymus rezygnacji ze zwolnień od podatku VAT powodują również przepisy dyskryminujące, szczególnie na rynku usług, podatników tym podatkiem nie objętych (np. nieuznawanie ich rachunków w przypadku korzystania z ulg podatkowych przez podatnika, na rzecz którego wykonano usługę).

Objęcie małych podmiotów opodatkowaniem podatkiem VAT wiąże się z nałożeniem nań dodatkowych kosztów związanych z zakupem kas fiskalnych oraz stworzenia służb rachunkowych. Koszty te to około kilka tysięcy złotych rocznie, co w przypadku najmniejszych firm stanowi nawet 20% ich dochodu.

Podatki lokalne

Barierą szczególnie rażąca jest możliwość nakładania znacznie wyższych podatków od nieruchomości, służących prowadzeniu działalności gospodarczej niż podatków od pozostałych nieruchomości, na podstawie przepisów ustawy o podatkach i opłatach lokalnych. Nie sprzyjają rozwojowi przedsiębiorstw także przepisy uzależniające wysokość tego podatku od powierzchni, nie zaś od wartości nieruchomości.

Skomplikowanie systemu prawa podatkowego

System podatkowy jest nadmiernie skomplikowany. Do prowadzonej przez MSP działalności gospodarczej mogą mieć zastosowanie przepisy podatkowe z blisko 80 aktów prawnych. W roku 1990 przepisów tych było mniej niż 60, a w roku 1994 około 70. Akty prawne są również obszerniejsze niż w roku 1990, a regulacje w nich zawarte — bardziej szczegółowe. Przy tak skomplikowanym systemie małe firmy narażone są na sankcje związane z nieprzebrnięciem prawa podatkowego, gdyż przebrnięcie przez rozproszone i zawile przepisy jest częstokroć dla ich właścicieli niewykonalne. Z podobnych przyczyn przedsiębiorcy nie są w stanie korzystać z możliwych preferencji.

Upraszczenie systemu polegające na likwidacji ulg i obniżaniu stawek nie poprawia sytuacji. O skomplikowaniu prawa podatkowego decydują bowiem w znacznie większym stopniu przepisy dotyczące przychodów i kosztów ich uzyskania. Upraszczenie podatków powinno więc zmierzać w kierunku zmniejszenia skomplikowania sposobów obliczania przychodów i kosztów ich uzyskania.

Niejasność przepisów

Trudno czytelne i niejasne są zarówno same przepisy, jak i wyjaśnienia ministra finansów dotyczące stosowania niejasno sformułowanego prawa.

Niestabilność systemu

Istotną wadą polskiego systemu podatkowego są ciągłe zmiany aktów prawnych. W latach 1994—2000 ustawa o podatku dochodowym od osób fizycznych była nowelizowana 42 razy, ustawa o podatku od osób prawnych 41 razy, a ustawa o podatkach i opłatach 17 razy. Zmiany te często mają charakter doprecyzowania przepisów. Mimo iż słusznym założeniem takich zmian jest zapewnienie jednoznaczności przepisów, nie sposób nie dostrzec ich negatywnych konse-

kwencji. Częste zmiany, i tak skomplikowanego prawa, uniemożliwiają korzystanie przez podatników i organa skarbowe z pomocy orzecznictwa i stosowania niezwykle pomocnej wykładni historycznej.

Bariery związane z systemem podatkowym według przedsiębiorców

Wysokość podatków i opłat związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej to według przedsiębiorców najpoważniejsza bariera rozwoju firmy. Wskazuje na nią blisko 40% ankietowanych. Porównywalnie zły wpływ na sytuację przedsiębiorstwa mają jedynie niskie obroty wymieniane przez 25% badanych. Inne uciążliwości (inflacja, biurokracja, koszt siły roboczej, konkurencja na rynku) w ocenie przedsiębiorców w bardzo nieznaczny sposób pogarszają ich zdolność do funkcjonowania na rynku [Sytuacja ekonomiczna MSP w ocenie przedsiębiorców, 2000, s. 270].

W opinii przedsiębiorców to właśnie kształt prawa, a nie jego funkcjonowanie, jest szczególnie nieprzyjazny dla podatników. Pytani o ocenę poszczególnych elementów systemu podatkowego za najbardziej przyjazną uznali pracę urzędników urzędu skarbowego. Zdecydowanie najgorzej oceniano czytelność przepisów oraz wysokość stawek [Opinie przedsiębiorców o stanie podatkowym, 2001, s. 270].

Kształt prawa podatkowego za szczególnie istotną barierę rozwoju firm uznają najmniejsze firmy, nie mające wyspecjalizowanych służb rachunkowych. Znamienne jest, że ponad 2/3 przedsiębiorców pytanych o niekorzystne zmiany w systemie podatkowym wykazało co najmniej dwie takie zmiany, najczęściej wzrost faktycznych obciążeń i pogłębiającą się komplikację przepisów. Aż 80% ankietowanych nie potrafiło natomiast wskazać żadnej korzystnej zmiany w ustawach podatkowych od roku 1997. Jedynie przedsiębiorcy objęci ustawą o podatku dochodowym od osób prawnych wskazywali obniżenie podatku jako zmianę pozytywną.

5. Szczególne procedury opodatkowania w turystyce

Szczególne zasady opodatkowania usług turystycznych w VI Dyrektywie Rady z dnia 17 maja 1997 r. w sprawie harmonizacji przepisów państw członkowskich dotyczących podatków obrotowych — wspólny system podatku od wartości dodanej — ujednolicona podstawa wymiaru podatku (77/388/EEC)

Wprowadzenie szczególnych zasad opodatkowania usług turystycznych (w art. 26 VI Dyrektywy p.n. „specjalne procedury dla biur podróży”) miało na celu ujednoczenie i uproszczenie ich opodatkowania we wszystkich państwach członkowskich, a zwłaszcza zapewnienie, że usługi turystyczne świadczone przez agentów turystycznych opodatkowane są VAT tylko raz (wartość usługi nabywanej przez agenta od innego podmiotu nie jest uwzględniana przy obliczaniu pod-

stawy opodatkowania) a także, że usługi wchodzące w skład usługi turystycznej opodatkowane są w kraju, w którym są rzeczywiście wykorzystywane i/lub wykonywane. Ponadto, szczególne zasady opodatkowania wiążą się z uproszczeniem procedur rozliczeń podatkowych; z jednej strony — poprzez brak konieczności rejestracji dla potrzeb VAT w państwach, na obszarze których agent prowadzi swoją działalność (np. świadczy usługi hotelarskie albo transportowe), a z drugiej strony — w związku z opodatkowaniem jedynie marży agenta, przy jednoczesnym zakazie odliczenia podatku naliczonego — przez brak konieczności ubiegania się o zwrot podatku naliczonego na podstawie przepisów VIII Dyrektywy w innych, niż miejsce siedziby, państwach członkowskich.

Zgodnie z art. 26 VI Dyrektywy — agenci turystyczni nie mają prawa do odliczenia podatku naliczonego przy nabyciu towarów lub usług przeznaczonych do dalszej odsprzedaży w żadnym z państw członkowskich. Podatek należny od takich dostaw jest rozliczany w państwie, w którym następuje dostawa towarów lub świadczenie usług — odpowiednio przez dostawcę lub usługodawcę. Zamiast prawa do odliczenia podatku naliczonego, agenci turystyczni obliczają podatek należny jedynie od marży, tj. różnicy pomiędzy kwotą należną od klienta oraz sumą kosztów poniesionych przy nabyciu towarów i usług, składających się na całościową usługę oferowaną przez agenta. Tak więc każda usługa obca, będąca elementem usługi turystycznej oferowanej przez agenta, jest opodatkowana VAT w miejscu nabycia, a agent nie ma prawa do odliczenia lub zwrotu podatku naliczonego przy nabyciu poszczególnych usług. Z drugiej strony, usługa świadczona przez agenta turystycznego, polegająca na organizacji imprezy turystycznej, opodatkowana jest w tym państwie członkowskim, w którym ma on swoją siedzibę lub stałe miejsce prowadzenia działalności, z którego daną usługę wykonał.

Istota szczególnego opodatkowania usług turystyki w ustawie o VAT — opodatkowanie marży

W ustawie z 11 marca 2004 roku o podatku od towarów i usług (Dz. U. nr 54 poz. 535), zwanej dalej ustawą, zasady szczególnej procedury przy świadczeniu usług turystyki określone zostały w ramach art. 119 ust. 1—10. Procedura ta w swej istocie zakłada, że podstawą opodatkowania przy wykonywaniu usług turystyki jest kwota marży pomniejszona o kwotę należnego podatku. Przez marżę rozumie się różnicę między kwotą należności, którą ma zapłacić nabywca usługi, a ceną nabycia przez podatnika towarów i usług od innych podatników dla bezpośredniej korzyści turysty; przez usługi dla bezpośredniej korzyści turysty rozumie się usługi stanowiące składnik świadczonej usługi turystyki, a w szczególności transport, zakwaterowanie, wyżywienie, ubezpieczenie. Podstawę opodatkowania stanowi zatem w tych przypadkach jedynie marża uzyskana przez agenta turystycznego, a nie cała wartość wykonanej przez niego usługi turystycznej. Jeżeli przy organizacji imprezy turystycznej agent (biuro podróży) nabywa usługi od innych podmiotów (transport, wyżywienie, zakwaterowanie), podstawę opodat-

kowania tej usługi stanowi różnica pomiędzy ceną uzyskaną przez agenta od nabywców usługi (turystów) a kosztami jej zorganizowania, na które składać się będą nabyte usługi obce. Tak wyliczona różnica (marża) zawiera w sobie podatek należny od tej usługi (rachunek „w stu”). Przy stosowaniu tej formy opodatkowania agentowi usługi turystycznej nie służy jednak prawo do obniżenia podatku należnego o podatek naliczony od towarów i usług nabytych dla bezpośredniej korzyści turysty.

Warunki, jakie spełniać musi agent turystyczny, aby korzystać z opodatkowania marży na szczególnych zasadach

Opodatkowanie marży przy usługach turystycznych, na zasadach określonych w art. 119 ustawy, bez względu na to, kto nabywa usługę turystyki, może stosować jedynie agent turystyczny, który:

- ma siedzibę lub miejsce zamieszkania na terytorium kraju, czyli w Polsce,
- działa na rzecz nabywcy usługi we własnym imieniu i na własny rachunek,
- przy świadczeniu usługi nabywa towary i usługi od innych podatników dla bezpośredniej korzyści turysty,
- prowadzi ewidencję, z której wynikają kwoty wydatkowane na nabycie towarów i usług od innych podatników dla bezpośredniej korzyści turysty, oraz posiada dokumenty, z których wynikają te kwoty.

Nabywcą usługi — nie tylko osoba fizyczna

W projekcie ustawy zakładano, że z opodatkowania marży przy usługach turystycznych korzystać będą jedynie agenci (biura podróży) świadczący usługi na rzecz osób fizycznych nie będących podatnikami lub na rzecz osób fizycznych będących podatnikami, lecz dla celów nie związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej. W Sejmie przyjęto jednak ostatecznie inne rozwiązanie, które pozwala, aby zasada opodatkowania marży naliczonej przez organizatora turystyki mogła być stosowana bez względu na to, kto nabywa usługę turystyki — inna firma czy też osoba fizyczna — o ile tylko spełnione są warunki, o których mowa w punkcie poprzednim.

Działanie na rzecz nabywcy usługi we własnym imieniu i na własny rachunek

Z opodatkowania marży na szczególnych zasadach określonych w art. 119 ustawy korzystać mogą jedynie te biura turystyczne, które działają na rzecz nabywcy usługi we własnym imieniu i na własny rachunek. Dla realizacji usługi turystycznej nabywają towary i obce usługi na własną rzecz i we własnym imieniu, i tak też odsprzedają te produkty nabywcom. Nie mogą z tej formy opodatkowania korzystać agenci, którzy działają w imieniu i na rzecz innych podmiotów, tzn.

w charakterze pośredników otrzymujących wynagrodzenie prowizyjne, które to podlega u nich opodatkowaniu na zasadach ogólnych.

Nabywanie towarów lub usług od innych podatników

Szczególny tryb opodatkowania marży przy świadczeniu usług turystycznych może być stosowany przez agenta (biuro podróży) pod warunkiem, że przy wykonywaniu swojej usługi nabywa on towary i usługi od innych podatników dla bezpośredniej korzyści turysty. Chodzi w tym przypadku o nabywanie przez biuro turystyczne usługi transportowej, zakwaterowania, wyżywienia czy przewodnika, które w całości składają się na usługę turystyczną świadczoną przez agencję turystyczną. Jeżeli bowiem przy świadczeniu tych usług podatek wykorzystuje swój własny majątek (hotel, autokar itp.), czyli wykorzystuje „usługi własne”, wówczas musi odrębnie ustalać podstawę opodatkowania dla usług własnych (opodatkowanie na zasadach ogólnych — art. 29 ustawy) oraz w odniesieniu do usług nabytych od innych podatników dla bezpośredniej korzyści turysty (art. 119 ustawy). Z powyższych względów podatek jest zobowiązany prowadzić ewidencję, z której wynikają kwoty wydatkowane na nabycie towarów i usług od innych podatników dla bezpośredniej korzyści turysty, oraz posiadać dokumenty, z których wynikają te kwoty.

Stawka podatku przy świadczeniu usług turystycznych

Uwzględniając powyższe podstawowym kryterium przy określeniu miejsca i wysokości opodatkowania usługi turystyki jest miejsce świadczenia usługi. Zgodnie z art. 27 ust. 1 ustawy miejscem świadczenia w przypadku usługi turystyki jest miejsce, gdzie świadczący usługę ma siedzibę, a w przypadku posiadania stałego miejsca prowadzenia działalności, z którego świadczy usługi — miejsce, gdzie świadczący usługę ma stałe miejsce prowadzenia działalności. W przypadku braku takiej siedziby lub stałego miejsca prowadzenia działalności — miejsce stałego zamieszkania. Usługi turystyczne są opodatkowane w kraju, w którym agent (biuro podróży) ma swoje przedsiębiorstwo lub stałe miejsce prowadzenia działalności, z którego wykonał usługę. Podatnicy, którzy korzystają z opodatkowania marży według zasad art. 119 ustawy, mają obowiązek dysponowania siedzibą lub miejscem zamieszkania w Polsce.

Od 1 maja 2004 roku organizowanie imprez i świadczenie usług turystycznych w Polsce opodatkowane jest stawką 22%. Natomiast usługi hotelowe, usługi gastronomiczne (do 31 grudnia 2007 roku — art. 146, ust. 1 pkt. 2 lit. c), usługi świadczone przez obiekty turystyki oraz inne miejsca krótkotrwałego zakwaterowania, transportowe (pasażerskie) — są opodatkowane stawką 7%. Jeżeli jednak usługi nabywane od innych podatników dla bezpośredniej korzyści turysty są świadczone poza terytorium Wspólnoty, usługi turystyki świadczone przez krajowego agenta podlegają opodatkowaniu stawką podatku w wysokości 0%. Nato-

miast, gdy usługi nabywane od innych podatników dla bezpośredniej korzyści nabywcy usługi (turysty) są świadczone zarówno na terytorium Wspólnoty, jak i poza nim, to usługi turystyki podlegają opodatkowaniu stawką podatku w wysokości 0% tylko w tej części, która dotyczy usług świadczonych poza terytorium Wspólnoty. Dla obydwu zatem części tej usługi (na terytorium Wspólnoty oraz poza nią) podatnik musi ustalić odrębnie podstawę opodatkowania oraz ustalić odrębnie należny podatek.

Stawkę podatku 0% stosuje się pod warunkiem posiadania przez podatnika dokumentów stwierdzających świadczenie tych usług — w całości lub części — poza terytorium Wspólnoty. Podatnik opodatkowujący marżę w trybie art. 119 ustawy, w wystawionych przez siebie fakturach nie wykazuje kwot podatku.

Wykonywanie usługi turystycznej częściowo we własnym zakresie

W przypadku, gdy przy świadczeniu usługi turystyki podatnik oprócz usług nabywanych od innych podatników dla bezpośredniej korzyści turysty, część świadczeń w ramach tej usługi wykonuje we własnym zakresie, tzw. „usługami własnymi”, jest zobligowany do odrębnego ustalania podstawy opodatkowania dla usług własnych i odrębnego w odniesieniu do usług nabytych od innych podatników dla bezpośredniej korzyści nabywcy usługi. W celu określenia podstawy opodatkowania dla usług własnych stosuje się odpowiednio przepisy art. 29 ustawy, czyli ogólne zasady ustalania podstawy opodatkowania. Wówczas podstawą opodatkowania jest obrót. Obrotem jest kwota należna z tytułu sprzedaży pomniejszona o kwotę podatku należnego z uwzględnieniem zasad określonych w art. 29 ustawy. W przypadkach tych podatnik obowiązany jest również do wykazania w prowadzonej ewidencji, jaka część należności za usługę przypada na usługi nabyte od innych podatników dla bezpośredniej korzyści turysty, a jaka na usługi własne. W przypadku usług świadczonych przy wykorzystaniu własnych usług (majątku), ponieważ ta część opodatkowana jest na zasadach ogólnych, podatnik w tej części może dokonywać odliczenia podatku naliczonego — o ile taki wystąpi.

Faktury podatnika świadczącego usługi turystyczne

Stosownie do art. 119 ust. 10 ustawy, faktury podatnika świadczącego usługi turystyczne, korzystającego ze szczególnej procedury opodatkowania marży, wbrew wymogowi określonemu w art. 106 ust. 1 — nie zawierają wyszczególnionej kwoty podatku.

Jak można zauważyć wśród barier rozwojowych MSP szczególnie trudne do pokonania są bariery fiskalne i podatkowe, a w tym zwłaszcza podatek VAT. W tym przypadku problem tkwi nie tylko w wysokości tego podatku, ale również w skomplikowaniu systemu prawa podatkowego i przejrzystości przepisów. Wielu właścicielom MSP bez odpowiedniego doradztwa (wsparcia logistycznego) trudno

będzie barierę tę pokonać. Postulat uproszczenia prawa podatkowego w Polsce oraz zapewnienie doradztwa podatkowego — szczególnie MSP — jest więc nadal aktualny.

Bibliografia

- Czaja I., *Małe i średnie przedsiębiorstwa* [w:] *Przedsiębiorczość i rozwój firmy*, pod red. J. Targalskiego, AE, Kraków 1999.
- Dzierżanowski W., Stachowiak M. (red.), *Raport o stanie sektora MSP w Polsce w latach 1999—2000*, PARP, Warszawa 2001.
- Grudzewski M. W., Hejduk I., *Charakterystyka small businessu w Polsce i na świecie* [w:] *Małe i średnie przedsiębiorstwa*, PWN, Warszawa 1999.
- Odorzyńska E., *Kategoria małych i średnich przedsiębiorstw w krajach Europy*, EiOP, 3/2003.
- Piasecki B., *Mała firma w teoriach ekonomicznych* [w:] *Ekonomika i zarządzanie małą firmą*, pod red. B. Piaseckiego, PWN, Warszawa — Łódź 2001.
- Rybińska A., Tokaj-Krzewska A. (red.), *Raport o stanie sektora MSP w Polsce w latach 2001—2002*, PARP, Warszawa 2003.
- Sawicka J., *Drobna przedsiębiorczość w warunkach gospodarki rynkowej* [w:] *Założenie i prowadzenie małego przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2000.
- Skowronek-Mielczarek A., *Małe i średnie przedsiębiorstwa: źródła finansowania*, Warszawa 2003.
- Sobczyk G. (red.), *Ekonomika małych i średnich przedsiębiorstw*, Difin, Warszawa 2004.

Akty prawne

- VI Dyrektywa Rady z 17 maja 1977 r. w sprawie harmonizacji przepisów państw członkowskich dotyczących podatków obrotowych — wspólny system podatku od wartości dodanej — ujednolicona podstawa wymiaru podatku (Nr 77/388/EEC)
- Ustawa z 11 marca 2004 o podatku od towarów i usług (Dz. U. nr 54, poz. 535).

