

Premier Beata Szydło, w swoim exposé podtrzymała zapowiadane podczas kampanii wyborczej plany wprowadzenia podatku obrotowego od sieci wielkopowierzchniowych. Projekt ustawy ma trafić do Sejmu na początku przyszłego roku. Polskie podmioty jednak alarmują – podatek pozwoli zachodnim sieciom zdominować nasz rynek.

Prawo i Sprawiedliwość proponuje wprowadzenie 2% podatku od przychodów sklepów o powierzchni powyżej 250 m². Regulacja ta ma zasilić budżet państwa kwotą 3.5 mld złotych. Wnioskodawcy podkreślają, że jednym z podstawowych założeń projektu ustawy, poza zwiększeniem wpływów fiskalnych, jest ochrona narodowych interesów poprzez wsparcie polskich przedsiębiorców handlowych w konkurencji z zagranicznymi podmiotami. Duży nacisk w uzasadnieniu wprowadzenia tej ustawy kładzie się na konieczność niwelowania dysproporcji pomiędzy polskimi i zagranicznymi sieciami handlowymi. Ograniczenie transferu zysków osiąganych na terenie kraju przez duże koncerny, a także przeciwdziałanie ekspansji zagranicznych sieci handlowych, które podporządkowały sobie rynek detaliczny w Polsce, doprowadzając do upadku wielu rodzimych sklepów to kolejne argumenty wnioskodawcy.

Tymczasem polskie sieci handlowe coraz głośniej mówią o tym, że ustawa spowoduje odwrotne do zakładanych skutki. Mechanizm podatku istotnie umożliwi pozyskanie dodatkowych środków do budżetu państwa, ale obejmie w równym stopniu sieci zagraniczne, jak i znaczącą grupę polskich przedsiębiorców. Przy czym wysoko rentowne sieci z kapitałem zagranicznym nie odczują dodatkowego ciężaru fiskalnego tak mocno, jak polskie sieci, które aby móc skutecznie konkurować z największymi, muszą działać zwykle na niskich marżach. W segmencie sieci spożywczych, 2% podatek obrotowy, w wielu przypadkach może skonsumentów zdecydowaną większość, jak nie całość ich dochodów i postawić w obliczu upadłości. Nie inaczej jest na rynku RTV/AGD. Kryterium powierzchni do 250m², wyłącza z obowiązku uiszczenia podatku zagranicznych operatorów sieci komórkowych. Przykładowo, niemiecki T-mobile, czy francuski Orange mają kilka tysięcy salonów w całej Polsce, ale ich powierzchnia nie przekracza 250m². W salonach realizują jednak sprzedaż smartfonów, laptopów, tabletów, smartwatchy i innych urządzeń, które nie wymagają wielkogabarytowych ekspozycji. Obecny kształt ustawy wyłącza również takich graczy jak Komputronik, którego model biznesowy zakłada sprzedaż na małych powierzchniach – obecnie w ponad 300 punktach na terenie całego kraju. Ten podmiot zyskuje podwójnie – zyski rozlicza w rajach podatkowych i jednocześnie będzie osiągał przewagę względem konkurencji na marży brutto.

Przy założeniu, że sprzedawcy generują średnie marże na poziomie 6-8%, a sieci ze 100% polskim kapitałem, jak Media Expert, EURO AGD RTV, Neonet, czy Partner RTVAGD będą musiały odprowadzić do budżetu 2% podatku, bilans staje się jasny. Polskie podmioty zapłacą o 30% więcej podatków z marży, niż wspomniane sieci zagraniczne. To pokazuje skalę dysproporcji i fakt, że choć intencje wnioskodawców projektu są słuszne, to jednak spodziewane efekty przykre w skutkach dla rodzimych podmiotów. Podczas, gdy duże sieci dysponujące ogromnym potencjałem kapitałowym, jak Media Markt czy Saturn nie będą musiały szybko reagować regulacją cen, polskim sieciom pozostaną dwie możliwości. Jeśli nie przerzucą kosztów podatku na klientów i dostawców, będą musiały zacisnąć pas i poszukać oszczędności. To z pewnością ograniczy ich zdolności konkurowania z zagranicznymi potentatami, spowolni ekspansję, być może wpłynie na poziom zatrudnienia, a przypomnijmy, że tylko Media Expert i EURO AGD RTV zatrudniają kilkanaście tysięcy pracowników.

Przedstawiciele rodzimych sieci zwracają uwagę na jeszcze jedno, niezwykle istotne zagrożenie, wynikające z pominięcia podatkiem obrotowym handlu w sieci. To ukłon w stronę globalnych gigantów handlujących elektroniką przez Internet. Najlepszym przykładem jest tu Amazon, który już od kilku dni realizuje usługę bezpłatnej dostawy sprzętu RTV i AGD z Niemiec do Polski. Dla polskiego budżetu takie działanie to strata podwójna – osłabia zdolności skutecznego konkurowania polskich podmiotów poprzez zwiększenie wspomnianej marży brutto o 30% oraz nie dostarcza polskiemu budżetowi nawet 1 złotówki z tytułu obowiązków fiskalnych.

Przedstawiciele największych polskich sieci handlujących elektroniką twierdzą, że przyjęcie ustawy o podatku od wielkopowierzchniowego handlu detalicznego w obecnym kształcie pozwoli zagranicznym potentatom zdominować polski rynek. Dlatego dołączają się do coraz bardziej słyszalnego głosu polskich przedsiębiorców handlowych,

postulujących konieczność przeprowadzenia konsultacji i doprecyzowania zapisów ustawy do realiów i specyfiki poszczególnych branż. W przeciwnym razie, głoszona przez Prawo i Sprawiedliwość idea ochrony narodowych interesów poprzez wsparcie polskich przedsiębiorców handlowych w konkurencji z zagranicznym podmiotami nie zostanie zrealizowana, a podatek uderzy najmocniej właśnie w polskich przedsiębiorców, niwecząc wieloletni wysiłek rdzennie polskich firm w rywalizacji z globalnym biznesem sieci handlowych.