

Rosnące ceny żywności, wzrost stawki VAT na poszczególne produkty i usługi, pędzące w górę ceny benzyny, wzrastające koszty energii oraz podwyższenie minimalnego wynagrodzenia za pracę - to czynniki, które mogą pogorszyć i tak już trudną sytuację drobnych sprzedawców detalicznych. Handel to jedna z gałęzi gospodarki, która, według GUS, jest szczególnie podatna na unikanie płacenia podatków - obecna sytuacja może znów skłonić sprzedawców do poszukiwania rozmaitych dróg obniżenia kosztów działalności.

Stawki i ceny rosną

Obecny rok kalendarzowy bez wątpienia przyniesie drobnym detalistom szereg negatywnych zmian, które mogą skłonić ich do poszukiwania alternatywnych źródeł oszczędności i dochodu. Przede wszystkim oczekiwane są znaczne podwyżki cen żywności, co odbije się mocno przede wszystkim na małych placówkach, które nie są w stanie konkurować cenowo z hipermarketami i silnymi sieciami handlowymi.

- Oficjalnie Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej podaje, że spodziewany wzrost cen żywności wyniesie w tym roku około 4-5%, jednak na podstawie wieloletniego doświadczenia w działaniu na rynku spożywczym w Polsce mogą stwierdzić, że predykcje te mogą być znacznie zaniżone – komentuje Łukasz Gajewski, prezes Target BPO, firmy specjalizującej się w outsourcingu sprzedaży.

Ogromne susze w Rosji, powódzie w Australii, stale rosnące ceny energii, wzrastające zapotrzebowanie na żywność w Chinach, spekulacje na giełdzie towarów – to tylko niektóre z czynników, które podnoszą ceny na światowych rynkach. Bank Światowy wydał opinię, że rosnące ceny są wręcz zagrożeniem dla światowego wzrostu i stabilności społecznej. Według obliczeń ONZ, w zeszłym roku, zaledwie od czerwca do grudnia zboża podrożały o 57 proc., a cukier o 77 proc. Zwiększone zapotrzebowanie na produkty i wzrost cen na zagranicznych rynkach będą miały odzwierciedlenie także w rosnących cenach w Polsce. Nie trzeba z resztą długo czekać na pierwszych oznak zmian. Artykuły spożywcze w krajowych sklepach już są dużo droższe i nic nie wskazuje na to, by sytuacja miała szybko ulec poprawie.

Początek nowego roku przyniósł także kilka innych istotnych zmian, które po raz kolejny uderzą we właścicieli drobnych placówek detalicznych. Od 1 stycznia wzrosła stawka podatku VAT na wiele produktów. Jest wprawdzie część asortymentu, za sprzedaż której trzeba będzie państwu zapłacić mniej, podwyżki dotyczą jednak przede wszystkim tych produktów, które sklepikarze sprzedają z wyższą marżą np. słodczy. Na tym jednak nie koniec wzrostu obciążeń. Dla przedsiębiorców ważne są także zmiany w wysokości minimalnego wynagrodzenia za pracę, które jest w tym roku wyższe o 5,2 % w stosunku do roku poprzedniego. Również wzrost cen usług transportowych, spowodowanych zwłaszcza zmianami ceny benzyny, która zbliża się do kwoty 5 zł za litr, może stać się sporym obciążeniem dla drobnych sprzedawców detalicznych. Jeśli dodać do tego podwyżki cen energii elektrycznej i innych mediów, prognozy dotyczące zysków ze sprzedaży nie napawają optymizmem.

Jak nie wypaść z rynku?

Małe sklepy najdotkliwiej odczują podwyżki cen i opłat. Ich bronią w konkurencji z hipermarketami jest jakość produktów, ta jednak staje się dla wielu konsumentów mniej istotna, gdy wzrastają obciążenia domowych budżetów. To właśnie sklepy wielkopowierzchniowe będą przyciągać wszystkich tych, którzy boleśnie odczują wzrosty cen produktów.

- Konkurując z hipermarketami mniejsze sklepy pracują na małych marżach. Nie będą mogły pozwolić sobie na pokrycie kosztów podwyżek, jak zapewne początkowo zrobią hipermarkety. Spowoduje to wzrost cen, co dodatkowo zmniejszy atrakcyjność małych placówek. Pojawia się więc pokusa, aby obejść prawo i uchronić się przed utratą zysków czy wręcz całego biznesu – tłumaczy Łukasz Gajewski.

Sprzyja temu również psychologiczna i ekonomiczna presja otoczenia biznesowego. Kiedy konkurencja zaczyna uciekać się do stosowania nieuczciwych zabiegów, zyskując przy tym przewagę, uczciwie prosperujący przedsiębiorca jest narażony na straty. Chcąc uchronić się przed wypadnięciem z rynku może być zmuszony, by pójść w ślady swoich rywali.

- Nie można również zapomnieć o powszechnym przyzwoleniu społecznym dla tych sposobów obchodzenia prawa, które są traktowane jako przejaw życiowej zaradności – wyjaśnia Marek Rosłan, psycholog ekonomiczny. - Może to wynikać z historycznych doświadczeń polskiego społeczeństwa, gdy oszukiwanie władzy i czerpanie z tego tytułu osobistych korzyści było synonimem sprytu i odwagi. Sytuacji dodatkowo nie poprawia skomplikowany system podatkowy, a także powszechnie wyrażany w badaniach socjologicznych pogląd, że wpływy z owych podatków są marnotrawione.

Ryzyko to część tej gry – czyli metody na przetrwanie

Po licznych kontrolach w 2010 roku zmniejszyła się skala szarej strefy w handlu, jednak obecna sytuacja na rynku może zmusić detalistów do większego ryzyka i powrotu do dawnych praktyk. Część stosowanych zabiegów może wiązać się bezpośrednio z unikaniem płacenia podatków. W praktyce oznacza to między innymi wystawianie fałszywych faktur lub nieewidencjonowanie sprzedawanych produktów - czyli nienabijanie transakcji na kasę fiskalną, niewydawanie paragonów klientom, sprzedawanie części towaru znajomym i zaufanym klientom „na zapleczu”. Innym sposobem na ominięcie kosztów podatkowych może być nielegalne zatrudnienie pracowników, fikcyjne tworzenie umów o dzieło w miejsce etatów lub zmuszanie pracowników do przechodzenia na samozatrudnienie. Częstymi praktykami są też: otwieranie nowej działalności (zazwyczaj przez członka najbliższej rodziny) po wygaśnięciu dwuletniej ulgi w opłacaniu składek do ZUS dla nowych firm, przerejestrowywanie już istniejących podmiotów, nierzadko obarczonych długami, na osoby trzecie, a także zaniżanie wymiaru pracy zatrudnionych – np. odprowadzanie składek za część etatu, a przekazywanie reszty wynagrodzenia w formie darowizny.

Faktem jest, że przeprowadzone przez urzędników kontrole budzą niewątpliwy lęk przedsiębiorców. Najwyższa kara za wykroczenie skarbowe w 2010 roku wynosiła 26 340 zł. Obecnie (w wyniku podwyższenia minimalnego wynagrodzenia za pracę, które ma wpływ na system naliczania kar oparty na stawkach dziennych stanowiących część wynagrodzenia), kara grzywny może wynieść nawet 27 730 zł, co przy obrocie sklepu w wysokości 60-100 0001 miesięcznie, może stanowić kwotę znacznie przekraczającą miesięczne przychody placówki. Dla wielu właścicieli sklepów gra toczy się jednak obecnie o przetrwanie i są oni skłonni do podjęcia nawet znacznego ryzyka.

- W bezpośrednich rozmowach wielu sklepikarzy daje do zrozumienia, że boi się o przyszłość swojego biznesu, a 2011 rok zapowiada się wyjątkowo pesymistycznie – mówi Łukasz Gajewski. – Nikt nie przyznaje się oficjalnie do obchodzenia prawa, ale sprawne oko może dostrzec pierwsze oznaki zmian. Mniejsza otwartość w rozmowach o finansach, ukryte na zapleczu nieoznakowane partie towaru, niewykładanie opakowań gratisowych na półki, to drobne elementy, które sugerują, że właściciel sklepu może poszukiwać alternatywnych metod ratowania swojego biznesu.

Jest wiele sposobów na ograniczenie prawdopodobieństwa wykrycia nadużyć przez państwo. Jednym z nich jest działanie niezgodne z przepisami poza czasem pracy kontrolerów i urzędników, innym stosowanie wielu zabiegów, trudnych do wykrycia. Może to być np. złe oznaczanie towaru, nabijanie niektórych produktów na kasę pod inną nazwą (i z inną stawką VAT), handlowanie próbkami nieprzeznaczonymi do sprzedaży, rozdzielanie opakowań promocyjnych. Można również spotkać się z zabiegami ewidentnie godzącymi w kupujących, choć te należą do znacznie mniej powszechnych (sklepikarzom zależy wszak na utrzymaniu klientów) - umieszczanie innych cen towarów na półce i kasie, nadmierne glazurowanie produktów mrożonych w celu zwiększenia ich objętości, sprzedaż produktów przeterminowanych, rozcieńczanie alkoholu lub przestrajanie wag sklepowych.

Wyższy podatek nie zawsze przynosi zysk państwu

Obecne podwyżki podatków zapewne nie są ostatnimi, które czekają nas w najbliższym czasie. Tymczasem

ekonomiści i organizacje branżowe zwracają uwagę, że istnieją pewne granice opodatkowania, których przekroczenie wiąże się z negatywnymi następstwami dla budżetu. Sytuację tą obrazuje krzywa Artura Laffera. Istnieje punkt w wysokości opodatkowania, po przekroczeniu którego dochody państwa z pobieranych podatków zaczynają gwałtownie maleć. Gdy handel i produkcja oraz praca zarobkowa stają się nieopłacalne, przedsiębiorcy albo ograniczają działalność, rezygnują z jej prowadzenia lub zaczynają funkcjonować właśnie w szarej strefie.

- Politycy podnosząc podatki powinni zdawać sobie sprawę z tego, że dalsze obciążenia fiskalne mogą skierować część drobnych przedsiębiorców na zasilek. Właściciele niewielkich sklepików mogą być tu jedną z najliczniejszych grup – komentuje Paweł Farfał, Ekspert Instytutu Outsourcingu.

Uczciwość w europejskim rankingu

Z raportu prof. Friedricha Shneidera z Wydziału Ekonomii Uniwersytetu Johannesesa Keplera w Linzu (2010) wynika, że w udział polskiej szarej strefy w PKB wyniósł 27,2%. To więcej niż chociażby na Słowacji (18,9%), w Niemczech (14,7%) czy Czechach (18,9%). Największy udział szarej strefy w Europie występuje na Łotwie (42%), w Estonii (39,9%) oraz Rumunii (37%). Średnia dla całej Europy wynosi ok 14-15%. Jednak, jeśli chodzi o wartość szarej strefy, Polska plasuje się mniej więcej w połowie stawki (tj. 117 mld. dol.). Zaznaczyć należy, iż w ostatnich dwóch latach wzrost wartości polskiej szarej strefy jest jednym z najniższych w Europie. Czy uda nam się utrzymać pozycję jednego z liderów biznesowej uczciwości? Obecne wzrastające obciążenia drobnych przedsiębiorstw stawiają tu duży znak zapytania.

LinkLeaders