

KOMENTARZ

Rabat lepszy niż nagroda



ARTUR CMOCH
doradca podatkowy
wspólnik zarządzający GWW Tax

Przedsiębiorcy, by uatrakcyjnić swoją ofertę, często organizują akcje promocyjne, w których przekazują na rzecz klientów świadczenia pieniężne. Mogą np. spłacić za nich część odsetek od kredytu albo (jak się to odbywa w przypadku deweloperów) finansować zobowiązania z tytułu czynszu.

W przypadku osób fizycznych nieprowadzących działalności gospodarczej, jeżeli promocja spełnia przesłanki do uznania jej za sprzedaż premiową, obowiązek rozliczenia podatku od przekazywanych świadczeń ciąży na sprzedawcy. W takiej sytuacji istnieje możliwość zastosowania zwolnienia z opodatkowania na podstawie art. 21 ust. 1 pkt 68 ustawy o podatku dochodowym od osób fizycznych. Zgodnie z przepisem, zwolnienia te dotyczą nagród, otrzymanych przez osobę fizyczną, jeżeli łącznie spełnione są następujące warunki: nagrody są związane ze sprzedażą premiową, jednorazowa wartość nagród nie przekracza kwoty 760 zł, otrzymane nagrody nie pozostają w związku z działalnością gospodarczą prowadzoną przez podatnika i nie stanowią przychodu z tej działalności. Ponadto, zgodnie z praktyką organów podatkowych przywilej traktowania promocji jako sprzedaży premiowej dotyczy tylko niektórych nagród. Jakich? Wyłącznie tych, które wydane są w związku z nabyciem danego towaru lub usługi, i równocześnie przyznawane są każdemu nabywcy, bez konieczności rywalizacji pomiędzy uczestnikami.

W praktyce więc sprzedaż premiowa rodzi dla organizatora pewne utrudnienia, gdyż to na nim ciąży obowiązek poboru podatku od nagrody uzyskanej przez osobę fizyczną. Powinien on obliczyć i pobrać zryczałtowany podatek, dokonać wpłaty podatku na rachunek urzędu skarbowego właściwego według siedziby bądź miejsca prowadzenia działalności, w terminie do 20. dnia miesiąca następującego po tym, w którym pobrano podatek, oraz przekazać roczną deklarację o zryczałtowanym podatku dochodowym (PIT-8AR), w terminie do końca stycznia następnego roku podatkowego.

Jest jednak prosty sposób, aby ułatwić życie przedsiębiorcy. W sytuacji gdy wartość nagrody przekracza podaną wyżej kwotę zwolnienia, w miejsce świadczenia niepieniężnego warto rozważyć udzielenie rabatu, który stanowi równowartość nagrody. Rabat (bonifikata, upust cenowy) powinien być bezpośrednio związany z konkretną transakcją sprzedaży danego towaru lub usługi. Efekt: rabat powoduje po stronie sprzedawcy obniżenie przychodu oraz zobowiązania z tytułu VAT, po stronie klienta nie wywołuje zaś skutków podatkowych.

” Gdy wartość nagrody przekracza podaną wyżej kwotę zwolnienia, w miejsce świadczenia niepieniężnego warto rozważyć udzielenie rabatu, który stanowi równowartość nagrody. Rabat powinien być bezpośrednio związany z konkretną transakcją.