



PRZENIEŚ SWÓJ BIZNES DO INTERNETU

Materiał przygotowany przez zespół
[Arena Advisory](#)



Mateusz Bednarz (Arena Legal)
Przemysław Roszkowski (Arena Tax)
Przemysław Puzio (Arena Legal)

POLSKI RYNEK E-COMMERCE

Polska na początku 2020 roku zajmowała 13. miejsce na świecie pod względem najszybciej rosnących rynków e-commerce na świecie (podaje portal Komerso). W zasadzie każdy przedsiębiorca, który chce prosperować na swoim branżowym rynku musi prędzej czy później liczyć się z wejściem na rynek internetowy. Dodatkowo, prowadzenie sklepu internetowego pozwala na duże oszczędności – choćby jeśli chodzi o powierzchnię usługową; zwiększa to zysk przedsiębiorcy i daje możliwość cięcia cen, tak aby stały się bardziej konkurencyjne na rynku.

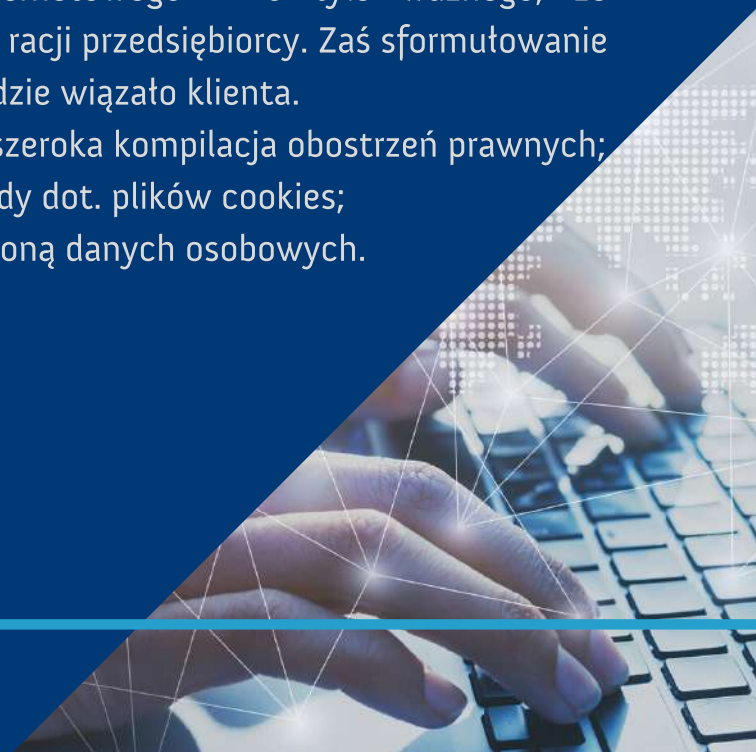
PRAWNA BARIERA WEJŚCIA?

Handel elektroniczny wiąże się jednak z wieloma obostrzeniami prawnymi, tym bardziej, że konsument ma w nim większe uprawnienia niż kupując w sposób tradycyjny.

Jednym z bardziej zawitych etapów prowadzenia usług e-commerce jest samo wejście na rynek handlu elektronicznego. Prowadzenie takiego biznesu wymaga otwarcia sklepu internetowego, który jednak nie polega na samym zamieszczeniu produktów na stronie internetowej.

Sklep internetowy wymaga kilku kluczowych, prawnych kroków do podjęcia:

- Zamieszczenie regulaminu sklepu internetowego – o tyle ważnego, że w sprawach spornych może przesądzić o racji przedsiębiorcy. Zaś sformułowanie przepisów sprzecznych z prawem nie będzie wiązało klienta.
Z regulaminem internetowym wiąże się szeroka kompilacja obostrzeń prawnych;
- Ustalenie polityki prywatności oraz zasady dot. plików cookies;
- Uregulowanie kwestii związanych z ochroną danych osobowych.



A GDZIE W TYM WSZYSTKIM KONSUMENT?

Popularność e-commerce ciągle rośnie, rośnie też ilość aktów prawnych chroniących konsumenta, o których muszą pamiętać sklepy internetowe. Dyrektywy Unii Europejskiej uzupełniają oczywiście przepisy krajowe.



Konsument posiada określone uprawnienia związane z m.in.:

- Prawem zwrotu - konsument ma co najmniej 14 dni na wystanie oświadczenia o rezygnacji z zakupu;
- Prawem rękojmi – przez okres 2 lat konsument ma prawo do odstąpienia od umowy z powodu wad fizycznych rzeczy,
- Gwarancji – jest prawem fakultatywnym, które może być udzielone przez przedsiębiorcę na określony czas.

Oprócz tego sam przedsiębiorca jest zobowiązany dodatkowo do informowania konsumenta – musi m.in przekazać:

- informacje o tożsamości sprzedawcy i formach kontaktu;
- informacje dotyczące cech towaru lub usługi;
- informacje o przysługujących konsumentowi prawach;
- informacja o sposobie i terminie zapłaty;
- sposobie i terminie wykonania prawa odstąpienia od umowy oraz kosztach;

Za niewypełnienie, któregoś z obowiązków czy za czyny uznane za nieuczciwą konkurencję istnieje szereg sankcji; najbardziej dotkliwe mogą sięgać nawet do 2 000 000 zł i nakładane są przez Prezesa UOKiK na osobę zarządzającą danym przedsiębiorstwem.

PODATKI W E-COMMERCE CZYLI...?

Poza licznymi obowiązkami wynikającymi z przepisów szeroko rozumianego prawa gospodarczego, dla przedsiębiorców rozpoczynających działalność w sieci istnieją również szczególne reguły związane z zasadami prowadzenia rozliczeń podatkowych, których zakres jest w sposób szczegółowy regulowany przepisami prawa podatkowego.

W zależności, zatem od kategorii obsługiwanych klientów tj.: (i) konsumentów (B2C) lub (ii) klientów biznesowych (B2B) na przedsiębiorcy planującym rozszerzenie dotychczasowych kanałów dystrybucji o branżę e-commerce mogą ciążyć szczególne rodzaje obowiązków związanych z raportowaniem transakcji dla celów VAT.

Przykładowo, przedsiębiorcy planujący rozszerzenie działalności o sprzedaż towarów na rzecz konsumentów powinni każdorazowo zwracać uwagę na:

- Transgraniczne i krajowe wymogi dotyczące dokumentowania sprzedaży online, w tym zasady wystawiania faktur i ewidencjonowania sprzedaży przy użyciu kas fiskalnych,
- Zasady ewidencjonowania i wymogi dokumentacyjne związane z rozliczaniem zwrotów towarów,
- Istniejące progi przewidziane dla limitów sprzedaży wysyłkowej do poszczególnych krajów UE po przekroczeniu, których konieczna staje się rejestracja dla celów VAT i prowadzenie rozliczeń podatkowych w innym państwie członkowskim UE według lokalnych reguł.



Z kolei przedsiębiorcy, których klientami w przeważającym stopniu pozostają klienci biznesowi, w przypadku rozszerzenia działalności o dystrybucję towarów za pośrednictwem Internetu, na rzecz podmiotów z innych państw UE, powinni zwracać uwagę na aspekty związane z m.in.:

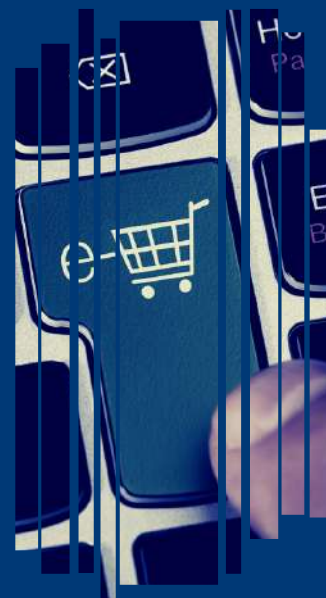
- Koniecznością uzyskania numeru VAT-UE i prowadzenia szczegółowej ewidencji dla celów transakcji wewnątrzspółnotowych,
- Rejestracją i prowadzeniem raportowania dla celów INTRASTAT,
- Gromadzeniem odpowiedniej dokumentacji umożliwiającej zastosowanie stawki 0% przy transakcjach wewnątrzspółnotowej dostawy towarów,
- Odpowiednim rozliczaniem tzw. transakcji łańcuchowych oraz wewnątrzspółnotowych transakcji trójstronnych,
- Korzystaniem z uproszczeń związanych z wywoływaniem dostaw za pośrednictwem magazynów konsygnacyjnych.

Branża e-commerce nie ogranicza się wyłącznie do obrotu towarowego. Sprzedaż internetowa dotyczy również świadczenie usług dla których przepisy podatkowe przewidują szczególne reguły dotyczące miejsca opodatkowania, zasad dokumentacji, możliwość skorzystania z Małego Punktu Kompleksowej Obsługi (ang. Mini-One-Stop-Shop), niekiedy powodując również konieczność zapłaty podatku u źródła.



OD CZEGO ZACZAĆ?

Powyższe informacje są jedynie wstępnymi i najważniejszymi kwestiami w zakresie e-commerce. Jeśli mają Państwo więcej pytań, zespół prawników i doradców podatkowych Arena Advisory może zaoferować wsparcie i pomoc w zakresie e-biznesu. Jesteśmy w stanie przeprowadzić Państwa przedsiębiorstwo tak, by mogło zacząć świadczyć swe usługi w Internecie, oferujemy m.in.:



- Memorandum definiujące prawa konsumenta i przedsiębiorcy w zakresie e-commerce,
- Audyt istniejących już regulaminów czy dokumentów, na których opiera się działalność przedsiębiorcy,
- Wdrożenie regulaminu sklepu internetowego,
- Określenie procedur i schematów do poszczególnych czynności zachodzących w relacji konsument-przedsiębiorca,
- Wdrożenie polityki prywatności, zasad przechowywania plików cookies, ochrony praw autorskich,
- Usługi modelowania biznesowego i strukturyzowania rozliczeń pod kątem efektywności prowadzonych rozliczeń podatkowych przedsiębiorstwa,
- Usługowe prowadzenie rozliczeń podatkowych,
- Pośrednictwo w przypadku zawierania umów kurierskich, pocztowych czy bankowych,
- Bieżącą pomoc prawną oraz usługi doradztwa podatkowego w zależności od potrzeb klienta.

BEZPOŚREDNI KONTAKT DO EKSPERTA:

Mateusz Bednarz

Legal Partner

Radca prawny
mateusz.bednarz@arenaadvisory.com
+48 519 571 006

