

Hanna Górska-Warsewicz
Beata Sawicka
Teresa Mikulska

Gastronomia. Tom III

Działalność gospodarcza w gastronomii

Podręcznik



rea

technik żywienia i usług gastronomicznych
kucharz

Podręcznik dopuszczony do użytku szkolnego przez ministra właściwego do spraw oświaty i wychowania i wpisany do wykazu podręczników przeznaczonych do kształcenia w zawodach na podstawie opinii rzeczoznawców: **mgr inż. Joanny Kubat, mgr inż. Anny Pożyczki i mgr. Klemensa Stróżyńskiego.**

Typ szkoły: **technikum, zasadnicza szkoła zawodowa.**

Zawód: **technik żywienia i usług gastronomicznych, kucharz.**

Kwalifikacja: **T.6. Sporządzanie potraw i napojów**

Numer ewidencyjny w wykazie: **1/2014.**

© Copyright by Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne sp. z o.o., Warszawa 2014

© Copyright by Wydawnictwo REA s.j., Warszawa 2014

Wydanie I

ISBN 978-83-02-14723-4

Redaktor koordynator: **Mieczysława Kompanowska**

Redaktor prowadzący: **Stanisław Grzybek**

Redakcja: **Danuta Dąbrowska**

Korekta językowa: **Aneta Mieszkowska**

Projekt okładki: **Radosław Pazdrijowski**

Skład i łamanie: **INPINGO SA www.inpingo.pl**

Wydano nakładem Wydawnictwa Szkolnych i Pedagogicznych sp. z o.o.

Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne spółka z ograniczoną odpowiedzialnością

00-807 Warszawa, Aleje Jerozolimskie 96

Tel.: 22 576 25 00

Infolinia: 801 220 555

www.wsip.pl

Druk i oprawa: Color Graf Sp. z o.o., Gdańsk

Publikacja, którą nabyłeś, jest dziełem twórcy i wydawcy. Prosimy, abyś przestrzegał praw, jakie im przysługują. Jej zawartość możesz udostępnić nieodpłatnie osobom bliskim lub osobiście znanym. Ale nie publikuj jej w internecie. Jeśli cytujesz jej fragmenty, nie zmieniaj ich treści i koniecznie zaznacz, czyje to dzieło. A kopiując jej część, rób to jedynie na użytek osobisty.



Szanujmy cudzą własność i prawo.

Więcej na www.legalnakultura.pl

Polska Izba Książki

SPIS TREŚCI

Wstęp	5
Rozdział 1. Wyjaśnienie podstawowych pojęć	7
1.1. Istota i funkcjonowanie gospodarki rynkowej	8
1.2. Przedsiębiorca i przedsiębiorstwo	17
1.3. Prawo podatkowe i konsekwencje jego nieprzestrzegania	25
1.4. Prawo pracy i konsekwencje jego nieprzestrzegania	35
1.5. Ochrona danych osobowych i konsekwencje jej nieprzestrzegania	45
1.6. Prawo autorskie i konsekwencje jego nieprzestrzegania	48
Rozdział 2. Działalność gospodarcza w gastronomii	53
2.1. Przepisy prawne dotyczące prowadzenia działalności gospodarczej i konsekwencje ich nieprzestrzegania	54
2.2. Przedsiębiorstwa i instytucje w branży gastronomicznej	62
2.3. Otoczenie przedsiębiorstwa gastronomicznego	72
2.4. Marketing mix. Dobór działań marketingowych do prowadzonej działalności	85
2.5. Procedura rejestracji działalności gospodarczej	91
2.6. Formy organizacyjnoprawne działalności gospodarczej	97
2.7. Dokumenty niezbędne do uruchomienia i prowadzenia działalności gospodarczej	104
2.8. Formy opodatkowania	128
2.9. Biznesplan	136
Rozdział 3. Uwarunkowania pracownicze działalności gospodarczej	143
3.1. Zarządzanie zasobami ludzkimi	144
3.2. Kultura i etyka zawodowa	153
3.3. Odpowiedzialność pracowników i tajemnica zawodowa	160
3.4. Stres zawodowy	166
3.5. Rozwój zawodowy pracowników	173
3.6. Komunikacja wewnątrz zespołu	181
3.7. Negocjacje i rozwiązywanie konfliktów	188
Rozdział 4. Organizacja wewnętrzna działalności gospodarczej	197
4.1. Organizacja pracy biurowej z zastosowaniem zasad ergonomii oraz bezpieczeństwa i higieny pracy	198

4.2. Urządzenia biurowe – dobór i obsługa	205
4.3. Pisma związane z prowadzeniem działalności gospodarczej	211
4.4. Ogólne zasady formułowania pism	215
4.5. Wykorzystanie internetu w działalności gospodarczej	222
4.6. Programy komputerowe wspomagające prowadzenie działalności gospodarczej	231
Rozdział 5. Koszty i przychody w działalności gastronomicznej	243
5.1. Przedsiębiorstwa gastronomiczne na różnych poziomach rynku	244
5.2. Czynniki kształtujące wielkość sprzedaży w zakładzie gastronomicznym	250
5.3. Popyt na usługi gastronomiczne i czynniki go kształtujące	259
5.4. Analiza działań prowadzonych przez przedsiębiorstwa konkurencyjne	266
5.5. Przychody i koszty w działalności gastronomicznej oraz ich wpływ na wynik finansowy	272
5.6. Kształtowanie kosztów działalności gastronomicznej	278
Rozdział 6. Kontrahenci i klienci zakładów gastronomicznych	289
6.1. Sposoby zaopatrzenia zakładu gastronomicznego	290
6.2. Proces zaopatrzenia zakładu gastronomicznego	296
6.3. Organizacja współpracy z kontrahentami w zakresie zaopatrzenia	302
6.4. Współpraca zakładu gastronomicznego z innymi podmiotami	309
6.5. Potrzeby i preferencje klientów zakładów gastronomicznych	316
6.6. Sposoby badania potrzeb i preferencji klientów	323
Literatura	337
Skorowidz	339

WSTĘP

Oddajemy w ręce Czytelników podręcznik przekazujący podstawową wiedzę z zakresu prowadzenia działalności gospodarczej w gastronomii. Publikacja została przygotowana zgodnie z podstawą programową kształcenia w zawodach: **kucharz oraz technik żywienia i usług gastronomicznych**, zgodnie z *Rozporządzeniem Ministra Edukacji Narodowej z dnia 7 lutego 2012 r. w sprawie podstawy programowej kształcenia w zawodach* (DzU z 17.02.2012 r., poz. 184).

W podręczniku w sposób przejrzysty objaśniono zasady funkcjonowania gospodarki rynkowej oraz przedstawiono definicje i pojęcia przedsiębiorstwa. Omówiono przepisy prawa dotyczące prowadzenia działalności gospodarczej w gastronomii (prawo pracy, prawo o ochronie danych osobowych, prawo podatkowe, prawo autorskie) oraz konsekwencje jego nieprzestrzegania. Zaprezentowano przedsiębiorstwa i instytucje funkcjonujące w branży gastronomicznej oraz otoczenie przedsiębiorstwa gastronomicznego. Wyjaśniono procedurę zakładania działalności gospodarczej, wybór formy organizacyjnoprawnej przedsiębiorstwa, dokumenty niezbędne do uruchomienia i prowadzenia działalności, formy opodatkowania oraz sposób przygotowania biznesplanu. Przedstawiono uwarunkowania pracownicze działalności gospodarczej, takie jak: zarządzanie zasobami ludzkimi, kulturę i etykę zawodową, odpowiedzialność pracowników i tajemnicę zawodową, stres zawodowy, rozwój zawodowy pracowników, komunikację wewnątrz zespołu, negocjacje oraz rozwiązywanie konfliktów. Omówiono organizację wewnętrzną działalności gospodarczej (w tym pracy biurowej) zgodną z zasadami BHP i ergonomią, opisano urządzenia biurowe i rodzaje pism związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej, wskazano na wykorzystanie internetu w działalności gospodarczej i programy komputerowe wspomagające jej prowadzenie. Omówiono koszty i przychody w działalności gospodarczej oraz ich wpływ na wynik finansowy. Wskazano kontrahentów i klientów zakładów gastronomicznych, zaprezentowano potrzeby i preferencje gości oraz metody ich badania.

Niniejszy podręcznik ma na celu przekazanie umiejętności niezbędnych w efektywnym prowadzeniu działalności gospodarczej w gastronomii. Staranny dobór treści pod względem merytorycznym i metodycznym został wzbogacony ilustracjami, schematami, tabelami, rysunkami, co pozwala na szybkie i efektywne przyswajanie wiedzy. Wiedzę teoretyczną wsparto przykładami, ćwiczeniami oraz zadaniami do wykonania, wskazując na liczne sposoby jej praktycznego zastosowania.

Rekomendujemy tę publikację nie tylko uczniom, lecz także osobom już zatrudnionym w gastronomii, chcącym uzupełnić swoją wiedzę oraz studentom szkół wyższych na kierunkach: żywienie człowieka, gastronomia i hotelarstwo.

Wyjaśnienie podstawowych pojęć

1.1.

ISTOTA I FUNKCJONOWANIE GOSPODARKI RYNKOWEJ

Na przełomie lat 1989–1990 dokonały się w Polsce przemiany ustrojowe polegające m.in. na wprowadzeniu gospodarki rynkowej w miejsce gospodarki centralnie planowanej i zarządzanej.

ISTOTA GOSPODARKI RYNKOWEJ

Gospodarka rynkowa to taka, w której zasadniczym regulatorem procesów gospodarczych jest samoczynnie działający mechanizm rynkowy, a nie plan centralny. Podczas zmiany systemu w Polsce za najważniejsze uznano zwalczenie hiperinflacji (spadku wartości pieniądza) oraz budowę rynkowego systemu gospodarczego. Zastosowano tzw. terapię szokową: zlikwidowano lub ograniczono dotacje budżetowe – przez co ceny wzrosły kilkakrotnie – ograniczono podaż pieniądza m.in. przez silną kontrolę płac, podwyższono oprocentowanie kredytów.

W procesie budowy gospodarki rynkowej wprowadzono wewnętrzną wymienialność złotego i zniesiono ograniczenia w handlu zagranicznym. W handlu wewnętrznym wprowadzono wolne ceny, zlikwidowano system reglamentacji w obrocie zaopatrzeniowym między przedsiębiorstwami, zmniejszono ograniczenia w obrocie gruntami rolnymi i lokalami użytkowymi. Rozpoczęto także prace nad przekształceniami systemowymi, głównie prywatyzacją i restrukturyzacją gospodarki. W wyniku przeprowadzonych reform inflacja spadła. Zniknęły niedobory rynkowe. Pojawił się szerszy asortyment towarów i wzrosła ich jakość. W 1995 r. przeprowadzono denominację złotego (10 000 starych złotych = 1 nowy złoty). Uwolniono kurs złotego i spełniono wymagania Międzynarodowego Funduszu Walutowego dotyczące wymienialności waluty krajowej. Powstało wiele firm świadczących nowy rodzaj usług, np. firmy reklamowe, biura rachunkowe, turystyczne, maklerskie. Był to także czas tworzenia przedsiębiorstw w branży gastronomicznej. Powstawały nowe restauracje, bary, kawiarnie, puby, kluby, rozwijała się sprzedaż na wynos, catering i gastronomia w obiektach handlowych.

W **gospodarce rynkowej** prywatne przedsiębiorstwa kierują się własnymi celami i starają się osiągać maksymalne korzyści, często bez pomocy czy ochrony ze strony państwa. To, co, jak i dla kogo wytwarzać wskazuje „niewidzialna ręka rynku”. Czynniki produkcji będące własnością prywatną podlegają mechanizmom rynkowym. Ceny dóbr i usług kształtują się na rynku i to właśnie rynek

określa ilość potrzebnych produktów. System gospodarki rynkowej funkcjonuje w krajach wysoko rozwiniętych, takich jak: Stany Zjednoczone, Kanada, Australia, Wielka Brytania, Niemcy, Francja, Szwajcaria czy Japonia, określanych jako kraje rozwiniętego kapitalizmu.

Podmioty gospodarcze mają swobodę działania, a celem prowadzenia działalności gospodarczej jest często maksymalizacja zysku, czyli nadwyżki przychodów nad kosztami. Państwo ogranicza swoją rolę do ochrony własności prywatnej oraz zapewnienia bezpieczeństwa obywatelom. Państwo określa stopy podatkowe, cła, system ubezpieczeń społecznych, minimalne płace oraz zakres opieki socjalnej. W ukształtowanej gospodarce rynkowej państwo wydaje odpowiednie przepisy np. w zakresie ochrony konkurencji i konsumentów oraz powołuje do życia specjalne instytucje, których zadaniem jest m.in. ujawnianie i zwalczanie nieuczciwej konkurencji lub nadużywania pozycji dominującej na rynku.

FILARY GOSPODARKI RYNKOWEJ

Trzy najważniejsze filary gospodarki rynkowej to:

- **Własność prywatna** – należąca do konkretnej osoby, która decyduje o dysponowaniu nią, a sprzedając, otrzymuje za nią pieniądze. W poprzednim ustroju częściowo zniesiono własność prywatną. Środki produkcji, nieruchomości były w większości państwowe lub spółdzielcze. W branży gastronomicznej działalność gospodarczą może obecnie podjąć każdy, rejestrując jednoosobową działalność gospodarczą osoby fizycznej lub zakładając spółkę. W tym wypadku osoba fizyczna lub spółka jest właścicielem lub najemcą posiadanego lokalu, budynku czy gruntu. Właściciele przedsiębiorstwa gastronomicznego mogą podejmować decyzje, czy np. zakupić dodatkowy lokal w celu rozszerzenia działalności.
- **Rynkowy system cen** – sam kształtuje ceny w odniesieniu do regulacji finansowych, podatkowych oraz sytuacji na zagranicznych rynkach. Sprawia to, że ceny utrzymują się z reguły na stałym poziomie, są raczej przystępne dla większości ludzi i wynikają z rzeczywistej sytuacji gospodarczej, nie są manipulowane. W poprzednim ustroju panował system cen sterowanych, tzn. państwo decydowało o cenach poszczególnych produktów i usług. W gospodarce rynkowej przedsiębiorca samodzielnie ustala ceny, kierując się np. kosztami surowców i cenami konkurencji.
- **Konkurencja**¹ – jest to proces rywalizacji podmiotów rynkowych – wytwórców dóbr i usług – przez przedstawianie konsumentom korzystniejszych

¹ O konkurencji i konkurencyjności przeczytasz więcej w rozdziale 5.4.

warunków, np. niższych cen. Uważa się ją za podstawę wolnego rynku, gdyż stymuluje wytwórców do oferowania nowych, zwykle lepszych, produktów w korzystnych cenach, co jest warunkiem niezbędnym do zdobycia klientów. Również w branży gastronomicznej konkurencja wpływa na różnorodność oferty, nie pozwala na ustalanie cen na wysokim poziomie i gwarantuje możliwość swobodnego wyboru spośród wielu usług dostępnych na rynku. Konkurencja działa zarówno w określonym miejscu, np. pomiędzy restauracjami, kawiarniami i innymi zakładami gastronomicznymi zlokalizowanymi w centrum handlowym, jak również na rynku ogólnokrajowym, np. konkurencja pomiędzy poszczególnymi sieciami kawiarni.

W gospodarce rynkowej czynniki produkcji są w zdecydowanej większości własnością prywatną. Dominuje własność prywatna jednoosobowej działalności gospodarczej osób fizycznych lub spółek.

Oprócz własności kapitalistycznej w rozwiniętych gospodarkach rynkowych występują także inne formy własności prywatnej (w szczególności własność drobnotowarowa i pracownicza). Forma **własności drobnotowarowej** występuje w postaci np. rodzinnych gospodarstw rolnych oraz niewielkich zakładów rzemieślniczych i usługowych. Zazwyczaj nie zatrudniają one regularnie pracowników najemnych. Jest to specyficzna kategoria przedsiębiorców: „osoby samozatrudniające się” – pracujące na własny rachunek. To obecnie dosyć często spotykana forma zatrudnienia w branży gastronomicznej.

W niektórych krajach wysoko rozwiniętych pewną rolę odgrywają tzw. **spółki pracownicze**, w których pracownicy posiadają kontrolny pakiet akcji. Pracownicy stają się stopniowo, często bez konieczności bezpośredniego angażowania własnych pieniędzy, właścicielami akcji, a tym samym współwłaścicielami przedsiębiorstw. Ich procentowe udziały w spółkach nie są na ogół duże, ale korzyści z tego tytułu bywają znaczne.

W krajach postkomunistycznych, zwłaszcza w Polsce, spółki pracownicze (najczęściej w formie spółek akcyjnych lub spółek z o.o.²) powstawały zazwyczaj w wyniku przekształceń przedsiębiorstw państwowych. Tworzenie spółek pracowniczych jest traktowane jako jedna z metod prywatyzacji przedsiębiorstw państwowych. Najczęściej przeważający udział ma w nich personel kierowniczy.

Gospodarka rynkowa zawdzięcza swą nazwę temu, że podstawowym regulatorem i koordynatorem procesów gospodarczych jest **rynek**. Nie mamy tu na myśli jakiegoś konkretnego rynku, np. rynku produktów lub rynku czynników produkcji (pracy, ziemi, kapitału), lecz rynek w ogólnym sensie tego słowa

² O formach organizacyjnoprawnych przeczytasz więcej w rozdziale 2.6.

– samoczynnie działający mechanizm wpływający na zachowania i decyzje podmiotów gospodarczych. Ich działania decydują o rozmieszczeniu i wykorzystaniu zasobów gospodarczych. Głównym elementem tego mechanizmu są wzajemne powiązania między cenami i dochodami, a popytem i podażą różnych dóbr, rzutujące na transakcje kupna i sprzedaży zawierane przez podmioty gospodarcze. Na rynku usług gastronomicznych ceny poszczególnych potraw lub napojów są ustalane w drodze mechanizmu rynkowego. Jeżeli dowolna sieć kawiarni ustali cenę kawy na zbyt wysokim poziomie, nie będzie miała klientów. To spowoduje konieczność obniżenia ceny.

Rynek jest to ogół transakcji kupna i sprzedaży, w wyniku których określone zostają ceny oraz ilość kupowanych i sprzedawanych przedmiotów, podlegających obrotowi. Sprzedający, oferując swoje dobra, tworzą **podaż**, czyli ilość dóbr w ustalonej cenie, w danym czasie. Dobra te zostały wytworzone przez producentów i dostarczone na rynek. Przykładowo na rynku usług gastronomicznych podaż oznacza ilość usług dostępnych na danym obszarze w danej cenie. Jest ona uzależniona m.in. od liczby przedsiębiorstw gastronomicznych na danym terenie.

Wzrost ceny (przy założeniu niezmienności pozostałych czynników) spowoduje wzrost podaży, gdyż wyższa cena zachęca producentów do wytwarzania większej ilości dóbr lub usług. Przedsiębiorstwa mogą wtedy osiągnąć wyższy zysk, który jest celem ich funkcjonowania w gospodarce rynkowej. **Prawo podaży** mówi, że wzrost ceny spowoduje wzrost ilości danego dobra lub usługi na rynku, czyli jego podaży, i odwrotnie, spadek ceny danego dobra lub usługi spowoduje spadek jego podaży. Przykładowo, im wyższa będzie cena dania zamówionego w ramach cateringu biurowego, tym więcej firm gastronomicznych będzie chciało takie danie dostarczać.

Nabywcy określają **popyt** na dane dobra lub usługi, czyli ich ilość, jaką są gotowi kupić po danej cenie w konkretnym miejscu i czasie, czyli na rynku. **Prawo popytu** mówi, że jeżeli wzrasta cena danego dobra, to spada popyt na nie, czyli nabywcy kupują go mniej. I odwrotnie – spadek ceny spowoduje wzrost popytu. W wyniku negocjacji między sprzedającymi i kupującymi kształtują się ceny, które najistotniej wpływają na wielkość popytu i podaży na rynku. Duże znaczenie mają ceny danego dobra, ale także towarów substytucyjnych, czyli zamiennych (np. masło i margaryna, kawa i herbata) oraz ceny dóbr komplementarnych, czyli wzajemnie zależnych (np. paliwo i samochody, kawa i śmietanka/mleczko do kawy). Wpływ na kształtowanie cen mają także dochody, gusty i upodobania konsumentów, reklama i promocja, warunki naturalne, koszty wytworzenia oraz zdarzenia nadzwyczajne, losowe.

RODZAJE RYNKÓW

Podział rynku w zależności od różnych kryteriów:

- a. Według zasięgu terytorialnego:
 - lokalny,
 - regionalny,
 - krajowy,
 - zagraniczny,
 - międzynarodowy,
 - światowy.
- b. Według przedmiotu transakcji:
 - dóbr,
 - usług,
 - pracy,
 - środków produkcji,
 - finansowy (papiery wartościowe, akcje, obligacje, rynek walutowy, obrót pieniędzmi).
- c. Według skali transakcji:
 - detaliczny,
 - hurtowy.
- d. Według stopnia zaspokojenia potrzeb:
 - rynek konsumenta – na którym popyt na dany towar jest mniejszy od jego podaży (konsument dyktuje cenę),
 - rynek producenta – na którym popyt na dany towar jest większy od jego podaży (producent dyktuje cenę).

W pełni rozwinięty rynkowy mechanizm regulowania gospodarki ma następujące cechy:

- dominacja własności prywatnej i swoboda przepływu prywatnych praw własności,
- swoboda prowadzenia działalności gospodarczej,
- istnienie sprawnie działających instytucji obsługujących rynek, takich jak: Komisja Papierów Wartościowych, giełdy, banki, instytucje powiernicze, firmy doradztwa prawnego i inwestycyjnego, instytucje ubezpieczeniowe oraz biura maklerskie,

- integralność rynku, czyli wzajemne uzależnienie się od siebie poszczególnych segmentów rynku, np. rynku dóbr fizycznych i finansowego, produktów i usług, rynku pieniężnego i walutowego.

NAJWAŻNIEJSZE FUNKCJE RYNKU

- Rynek dokonuje wyceny różnych dóbr – produktów, usług i zasobów gospodarczych. We współczesnej gospodarce rynkowej ceny dóbr i usług ustalane są rynkowo. Rynek jest więc instrumentem oraz miejscem naturalnej, obiektywnej wyceny dóbr.
- Rynek jest podstawowym źródłem informacji dla podmiotów gospodarczych. Dostarcza najbardziej obiektywnej informacji o cenach i wzajemnych powiązaniach różnych produktów, usług i zasobów. Z rynku płyną również dane o podaży, popycie na poszczególne produkty i usługi, oprocentowaniu depozytów i kredytów bankowych, wysokości płac różnych grup zawodowych. Są to informacje niezbędne do podejmowania trafnych decyzji. Rynek jest więc najsprawniejszym systemem informowania o gospodarce. Z rynku usług gastronomicznych można zaczerpnąć informacje, jakie np. są przeciętne ceny poszczególnych dań w restauracjach, a jakie – w placówkach typu fast food. Rynek dostarcza także informacji o przeciętnym wynagrodzeniu w branży gastronomicznej.
- Rynek stwarza warunki racjonalnego wykorzystania zasobów gospodarczych, zarówno produktów, jak i czynników produkcji (pracy, ziemi i kapitału). Umożliwia przedsiębiorstwu podejmowanie decyzji opartych na rachunku ekonomicznym i skłania je do oszczędnego, racjonalnego, efektywnego gospodarowania zasobami. Dzięki informacjom rynkowym, osoba chcąca rozpocząć działalność gospodarczą może podjąć decyzję, czy będzie to placówka typu fast food, restauracja, kawiarnia, czy punkt gastronomiczny. Na podstawie rachunku ekonomicznego podejmuje decyzje, jak wykorzystać posiadany kapitał, jakie wyposażenie i urządzenia gastronomiczne zakupić oraz jakich zatrudnić pracowników.
- Rynek umożliwia ustalanie się stanu równowagi w gospodarce. Parametry rynkowe – ceny, stawki płac, stopy procentowe, itp. – dostarczają podmiotom gospodarczym ważnych informacji. Reakcją na te sygnały są działania uczestników rynku, których efektem może być powstawanie, przywracanie i utrzymywanie się stanu równowagi w gospodarce. Jeśli konsumenci zwiększają zakup jakiegoś produktu, to sklepy zwiększą zamówienia na ten produkt u swoich dostawców. Przy dotychczasowej cenie może to wywołać stan nierównowagi. Ta nierównowaga może skłonić sprzedawców

do podwyższenia ceny tego towaru, a wyższa cena skłonić jego producentów do zwiększenia dostaw. Może to przywrócić równowagę między popytem a podażą. Przykładem jest rozwój sieci kawiarni obserwowany ostatnio w Polsce. Konsumenci, wybierając te placówki, wpływają na wzrost popytu na kawę i napoje kawowe, ale także na sprzedaż innych produktów związanych z konsumpcją kawy, np. ekspresów do kawy.

- Rynek weryfikuje społeczną przydatność produkcji i dostosowuje produkcję do potrzeb. Dopiero na rynku okazuje się, czy dane dobro znalazło zainteresowanie u potencjalnych nabywców. Chcąc sprzedać swoje produkty lub usługi, przedsiębiorcy są zmuszeni dostosowywać wielkość i strukturę ich podaży do wielkości i struktury popytu. Rynek pełni więc funkcję mechanizmu dostosowywania produkcji do potrzeb. W branży gastronomicznej przykładem jest dostosowanie menu do potrzeb klientów i oferowanie potraw, które cieszą się największą popularnością.

Rynek, pełniąc przedstawione wyżej funkcje, jest równocześnie podstawowym mechanizmem rozwiązywania trzech kluczowych problemów każdej gospodarki, tzn. **co, jak i dla kogo** produkować. Dla odpowiedzi na pytanie, co produkować, istotne znaczenie mają zachowania i preferencje konsumentów, a także pewne trendy i mody. Sygnalizują one przedsiębiorcom, że produkcja pewnych dóbr powinna być zwiększona (popyt na nie rośnie), a innych zmniejszona (popyt na nie maleje). Producenci natomiast, biorąc pod uwagę pewne ograniczenia w postaci ilości i cen dostępnych w danym okresie zasobów i metod produkcji, dostosowują w miarę możliwości podaż do potrzeb popytu. Ustalają ceny sprzedawanych produktów, opierając się na kosztach ich wytworzenia. Będą zwiększali produkcję przynoszącą im wyższe zyski, a zmniejszali produkcję przynoszącą niższe zyski lub straty. W ten sposób rynek godzi popyt konsumentów z podażą producentów, uwzględniając upodobania klientów, ale i obiektywne ograniczenia zasobów czy technologii. W branży gastronomicznej oznacza to podejmowanie decyzji dotyczących oferty potraw i napojów, a także usług dodatkowych, tj. cateringowych czy sprzedaży z dostawą do domu.

Odpowiedź na pytanie, **jak** produkować, prowadzi do dostrzeżenia konkurencji między producentami. Aby sprostać konkurencji i osiągnąć zyski, producenci muszą wytwarzać dużo i sprzedawać tanio. W związku z tym muszą utrzymywać koszty produkcji na możliwie najniższym poziomie. Inną strategią jest produkcja dóbr i świadczenie usług wysokiej jakości, które można sprzedawać w wyższej cenie.

Odpowiedź na trzecie pytanie, **dla kogo** produkować, można uzyskać głównie dzięki obserwacji kształtowania się relacji popytu i podaży na rynku. Do kogo

innego skierowana będzie oferta placówki typu fast food, do kogo innego – restauracji w zamku. Należy uwzględnić rodzaj oferowanych potraw i napojów, ceny, sposób aranżacji wnętrza i inne czynniki.

ZALETY I WADY GOSPODARKI RYNKOWEJ

Do najważniejszych **zalet** gospodarki rynkowej można zaliczyć m.in.:

- tendencję do racjonalnego wykorzystania zasobów,
- efektywny system motywacyjny,
- dużą innowacyjność,
- dyscyplinę finansową przedsiębiorstw, związaną z konkurencją,
- tendencję do samoczynnego ustalania się równowagi rynkowej,
- dużą elastyczność,
- dobre zaopatrzenie sklepów.

Dążąc do jak największego zysku, przedsiębiorcy starają się produkować więcej i lepiej niż ich konkurenci oraz możliwie najtaniej. Wymaga to poszukiwania najtańszych produktów oraz wprowadzania innowacji technologicznych i organizacyjnych obniżających koszty. Zysk stanowi motor napędowy działań producentów i sprawia, że wytwarzają oni dobra, których pragną kupujący.

Reasumując można stwierdzić, że najistotniejszą zaletą gospodarki rynkowej jest konkurencja, w wyniku której do konsumentów docierają tylko najlepsze i najtańsze produkty znajdujące nabywców. Konkurencja wyzwala także takie cechy jak chęć kształcenia się, kreatywność, przedsiębiorczość, dzięki którym łatwiej jest zrobić karierę czy uzyskać wysoki status finansowy.

Słabsze strony gospodarki rynkowej wiążą się z pewnymi niedomaganiem rynku, wykorzystywanymi często w argumentacji na rzecz aktywnej roli państwa w gospodarce. Wady bywają niekiedy nazywane skutkami ubocznymi gospodarki rynkowej. Najistotniejszą z nich jest bezrobocie. Wynika ono z faktu, że przedsiębiorcy, uwzględniając rachunek ekonomiczny, zatrudniają jak najmniejszą liczbę pracowników, wymagając od nich wszechstronności. Doprowadza to do podziału społeczeństwa na klasę najniższą, średnią i wyższą. Krytycznie oceniany i powodujący niezadowolenie części społeczeństwa z obecnej formy gospodarki jest powszechny konsumpcjonizm i świadomość, że nie ma nic za darmo, że za wszystko trzeba płacić. Powoduje to, że ludzie gorzej wykształceni czy gorzej zarabiający, są zmuszeni do korzystania z dóbr gorszego gatunku, co powiększa dysproporcje społeczne. Inne wady gospodarki rynkowej to:

- zanieczyszczenie środowiska,
- trudności małych firm w dostępie do rynku,

- pojawianie się nieuczciwej konkurencji,
- konieczność płacenia za dobra społeczne (np. oświetlenie ulic),
- bezrobocie (niepełne wykorzystanie mocy wytwórczych),
- powstawanie dużych różnic dochodów i majątku, co prowadzi do protestów, frustracji, powiększania obszarów ubóstwa, czyli pauperyzacji niektórych grup społecznych.

Mimo różnorodnych opinii i doświadczeń społeczeństwa, należy przyjąć, że kraje o rozwiniętej gospodarce rynkowej zapewniają swoim obywatelom statystycznie wyższy przeciętny poziom dobrobytu niż kraje mające gospodarkę centralnie sterowaną, gwarantując równocześnie najszerszy zakres swobód obywatelskich.

PRZEDSIĘBIORCA I PRZEDSIĘBIORSTWO

1.2.

Świadczenie usług gastronomicznych odbywa się w konkretnych warunkach. Konieczne są odpowiedni lokal, zaplecze gastronomiczne i sala konsumencka. Restauracja, kawiarnia lub bar zatrudnia pracowników, zamawia produkty żywnościowe i sprzedaje potrawy i napoje.

Należy rozróżnić pojęcia przedsiębiorca i przedsiębiorstwo. Termin przedsiębiorca pojawia się w wielu przepisach prawnych, natomiast przedsiębiorstwo jest pojęciem ekonomicznym.

PRZEDSIĘBIORCA

Przedsiębiorcą jest każdy podmiot prowadzący działalność gospodarczą. Przepisy prawne mówią, że przedsiębiorcą jest osoba fizyczna i osoba prawna wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Za przedsiębiorców uważa się także wspólników spółki cywilnej. Taka definicja wymaga wyjaśnienia poszczególnych pojęć:

- **osoba fizyczna** – to każda osoba, każdy człowiek, każdy z nas, kto podejmuje decyzję, czy pracować na podstawie umowy o pracę w restauracji, kawiarni, barze lub punkcie gastronomicznym, czy też założyć własną działalność gospodarczą, nazywaną **jednoosobową działalnością gospodarczą osoby fizycznej**. Osobom fizycznym przysługuje tzw. **zdolność do czynności prawnych**, czyli możliwość podejmowania decyzji w wielu sytuacjach życiowych, zawodowych, prawnych itp.,
- **osoba prawna** – to podmiot, w którym pracują ludzie, wykorzystując środki materialne (budynki, urządzenia, wyposażenie) dla realizacji określonych zadań. To jednostka organizacyjna wyposażona przez prawo w osobowość prawną. **Osobowość prawna** oznacza bycie podmiotem praw i obowiązków. Osoba prawna posiada także zdolność do czynności prawnych. **Czynnościami prawnymi** są np.: zatrudnianie pracowników, zaciągnięcie kredytu, zamówienie i dostawa produktów żywnościowych, zakup wyposażenia itp. Osobowość prawną posiadają m.in. przedsiębiorstwa państwowe, spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, spółki akcyjne, spółdzielnie, fundacje. Osoba prawna działa przez swoje organy

(czyli wewnętrzne władze, np. dyrektora, zarząd), co jest zapisane w umowie spółki lub w statucie, a także w KRS, pełnomocnictwach, itp.¹,

- **we własnym imieniu** – oznacza, że przedsiębiorca samodzielnie, tzn. prowadząc odpowiednie działania, promuje własną firmę, podejmuje decyzje konieczne w świadczeniu usług lub produkcji towarów, ponosząc własne ryzyko. Przedsiębiorca np. zamawia produkty żywnościowe, kierując się zapotrzebowaniem prowadzonej przez siebie restauracji. Hurtownia dostarczająca produkty oczekuje zapłaty zgodnie z terminem wyznaczonym na fakturze,
- **działalność gospodarcza** – jest to działalność zarobkowa prowadzona w sferze produkcji, usług, handlu. Określenie działalność zarobkowa oznacza nastawienie na osiąganie zysku przez sprzedaż produktów gotowych i usług. Różnica między przychodami a kosztami wskazuje na wynik finansowy, który może być dodatni (zysk) lub ujemny (strata).

Przedsiębiorca funkcjonuje pod określoną nazwą, definiowaną w przepisach prawnych jako firma. Nazwa przedsiębiorcy powinna odróżniać się od nazw innych przedsiębiorstw prowadzących działalność na tym samym rynku. Nie może ona wprowadzać w błąd co do przedmiotu działalności, miejsca i źródeł zaopatrzenia.

Wielu przedsiębiorców świadczy usługi gastronomiczne. Firmy gastronomiczne różnią się wielkością, lokalizacją, ofertą usług, cenami, osiąganymi wynikami finansowymi itp. Zgodnie z ustawą o swobodzie działalności gospodarczej wśród firm wyróżnia się mikroprzedsiębiorstwa oraz małe i średnie przedsiębiorstwa. Jako kryteria podziału przyjęto:

- wielkość zatrudnienia,
- roczny obrót,
- wysokość aktywów, czyli wartość posiadanego majątku.

Przez **wielkość zatrudnienia** rozumie się zatrudnienie średnioroczne. W poszczególnych miesiącach firmy mogą zatrudniać różną liczbę pracowników. W przedsiębiorstwach usługowych doświadczających sezonowości sprzedaży, w okresie letnim zatrudnia się pracowników sezonowych lub w niepełnym wymiarze czasu pracy. Taka sytuacja występuje w przedsiębiorstwach gastronomicznych na terenach o dużym zróżnicowaniu liczby turystów sezonowych, tj. nad morzem – w lecie, w górach – w lecie i zimą. Dla zdefiniowania zatrudnienia uwzględnia się zarówno pełne, jak i niepełne etaty, gdyż niektórzy pracownicy (w szczególności młodzież) są zatrudniani w niepełnym wymiarze godzin. Przy obliczaniu średniorocznego zatrudnienia nie uwzględnia się pracowników

¹ O formach organizacyjnoprawnych przeczytasz więcej w rozdziale 2.6.

przebywających na urloпах macierzyńskich i wychowawczych, a także zatrudnionych w celu przygotowania zawodowego.

Roczny obrót ustala się na podstawie wysokości sprzedaży towarów, wyrobów i usług. Bierze się pod uwagę przychody ze sprzedaży usług gastronomicznych podstawowych (potraw, napojów) oraz usług dodatkowych (np. świadczonych podczas organizacji imprez okolicznościowych). Uwzględnia się również operacje finansowe, np. związane z zakupem i sprzedażą walut, posiadane przez przedsiębiorstwo nadwyżki gotówki, z których można utworzyć w banku lokatę terminową i uzyskać odsetki.

Aktywa jest to posiadany przez przedsiębiorstwo majątek w podziale na majątek trwały i obrotowy. Majątek trwały to np. budynki, lokale, pomieszczenia, samochody dostawcze, wyposażenie zaplecza i sali konsumenckiej. Są to składniki majątku wykorzystywane przez długi czas (przewidywany okres użytkowania dłuższy niż 1 rok), które zużywają się, dlatego muszą być remontowane, konserwowane i naprawiane. Majątek obrotowy przedsiębiorstwa to m.in. zapasy. W wypadku przedsiębiorstwa gastronomicznego są to zapasy produktów żywnościowych, zastawy stołowej, obrusów, środków czystości, artykułów biurowych itp. Wartość aktywów (czyli majątku) jest umieszczona w dokumencie księgowym zwanym bilansem, który – zgodnie z przepisami prawnymi – przedstawia stan tego majątku na ostatni dzień roku.

Za **mikroprzedsiębiorstwo** uważa się firmę, która w co najmniej jednym z dwóch ostatnich lat zatrudniała średniorocznie mniej niż 10 pracowników. Jako drugie kryterium przyjmuje się roczny obrót ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług oraz operacji finansowych nieprzekraczający 2 mln euro przeliczonych na złote wg aktualnego kursu lub sumę aktywów w bilansie nieprzekraczającą także 2 mln euro.

Małym przedsiębiorcą jest ten, kto w przynajmniej jednym z dwóch ostatnich lat zatrudniał średniorocznie mniej niż 50 pracowników. Roczny obrót ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług oraz operacji finansowych nie przekracza 10 mln euro lub suma posiadanych aktywów (majątku) to maksymalnie 10 mln euro.

Średni przedsiębiorca zatrudnia w przynajmniej jednym z dwóch ostatnich lat mniej niż 250 pracowników. Roczny obrót ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług, operacji finansowych nie przekracza 50 mln euro. Dla tego typu przedsiębiorcy przewidziany jest majątek (czyli aktywa) o maksymalnej wartości 43 mln euro.

PRZEDSIĘBIORSTWO

Przedsiębiorstwo można zdefiniować w kategoriach prawnych, ekonomicznych i społecznych.

Prawne zdefiniowanie przedsiębiorstwa jest związane z jego opisem w odpowiednich aktach prawnych. Zgodnie z przepisami prawnymi zawartymi w Kodeksie cywilnym (Art. 55) przedsiębiorstwo jest zorganizowanym zespołem składników niematerialnych i materialnych przeznaczonym do prowadzenia działalności gospodarczej. Obejmuje w szczególności:

- **nazwę** – każde przedsiębiorstwo (w tym także gastronomiczne) musi posiadać oznaczenie, czyli nazwę, umożliwiającą jego identyfikację i odróżnienie od innych przedsiębiorstw oferujących ten sam zakres usług. Prawo wymaga określenia nazwy w momencie zakładania przedsiębiorstwa. Nazwa pozwala klientom zidentyfikować firmę. Trafna nazwa spowoduje, że klient zapamięta daną restaurację (np. Zamkowa, Pod Kaktusem), poleci ją znajomym. Łatwo będzie można ją wyszukać w internecie np. w celu sprawdzenia najnowszej oferty,
- **własność nieruchomości lub ruchomości**, w tym urządzeń, materiałów, towarów i wyrobów – przedsiębiorstwo gastronomiczne prowadzi działalność w lokalach i pomieszczeniach, które mogą stanowić własność przedsiębiorstwa lub właścicieli. Dla świadczenia usług gastronomicznych konieczne jest także wyposażenie zaplecza i sali konsumenckiej, które właściciele muszą nabyć,
- **prawa wynikające z umów najmu i dzierżawy nieruchomości lub ruchomości**. Innym sposobem pozyskania lokalu – oprócz jego zakupu – jest wynajem. Działalność gastronomiczna może być prowadzona w lokalach będących własnością przedsiębiorstwa lub w pomieszczeniach wynajętych. W tym drugim wypadku kierownik przedsiębiorstwa lub osoba posiadająca stosowne umocowanie podpisuje umowę najmu lokalu na czas określony (np. 1 rok, 2, 3, 5 lat lub dłużej) lub czas nieokreślony. Zawiera ona szczegółowe warunki najmu, w tym wysokość czynszu, termin płatności, odpowiedzialność osoby wynajmującej za ewentualne powstałe szkody itp. Wyposażenie zaplecza i sali konsumenckiej – oprócz ich zakupu – może być pozyskane w ramach leasingu, tj. wydzierżawienia na podstawie odpowiedniej umowy na określony czas,
- **środki pieniężne** – przedsiębiorstwo musi mieć odpowiednią kwotę dla: założenia przedsiębiorstwa i zakupu m.in. wyposażenia i urządzeń gastronomicznych, bieżącej działalności związanej ze świadczeniem usług gastronomicznych, np. zakupu produktów żywnościowych, wypłaty wynagrodzeń

itp., realizacji inwestycji, np. remontów zaplecza gastronomicznego, rozbudowy sali gastronomicznej, unowocześniania jej aranżacji itp.,

- **koncesje, licencje i zezwolenia** – osoba rozpoczynająca prowadzenie działalności gastronomicznej musi uzyskać pozwolenia np. na realizację produkcji gastronomicznej, sprzedaż alkoholu, świadczenie usług w obiekcie zabytkowym itp.,
- **patenty i inne prawa własności przemysłowej, intelektualnej oraz ochrony danych osobowych** – dla przedsiębiorstwa gastronomicznego konieczne jest m.in. ustalenie określonej nazwy. Można uzyskać ochronę prawną dla wprowadzonej nazwy, aby nie została ona zastosowana dla innej restauracji, kawiarni, baru czy przedsiębiorstwa gastronomicznego. Taką ochronę uzyskuje się przez złożenie wniosku do Urzędu Patentowego i wpis do odpowiedniego rejestru, dostępnego na stronie internetowej. Przedsiębiorstwo gastronomiczne musi chronić dane osobowe swoich pracowników, dostawców i klientów,
- **tajemnice przedsiębiorstwa** – w restauracji tajemnicę może stanowić np. receptura określonej potrawy, która jest główną specjalnością tej restauracji,
- **księgi i dokumenty związane z prowadzeniem działalności gospodarczej** – każde przedsiębiorstwo musi prowadzić pełną dokumentację działalności dotyczącą m.in. spraw osobowych (umowy o pracę, ewidencja czasu pracy, dokumentacja badań lekarskich, kalkulacja wynagrodzeń, karty oceny pracowników itp.), księgowości i rachunkowości (ewidencja dokumentów księgowych w podziale na dokumenty sprzedaży – faktury, wydruki z kas fiskalnych; dokumenty dostawy – zamówienia, dowody dostaw, faktury; dokumenty ewidencjonowania majątku trwałego tj. urządzeń, samochodów – karty ewidencyjne; dokumenty magazynowe – karty poszczególnych produktów, protokoły inwentaryzacyjne, czyli sprawdzające aktualny stan magazynu, dokumenty przyjęcia do magazynu i wydania) oraz inne dokumenty.

Ekonomiczne zdefiniowanie przedsiębiorstwa oddaje jego istotę jako podmiotu gospodarczego prowadzącego na własny rachunek działalność gospodarczą w celu osiągnięcia określonych korzyści. Działalność gospodarcza przedsiębiorstwa gastronomicznego to produkcja gastronomiczna i świadczenie usług gastronomicznych, które podzielić można na podstawowe i dodatkowe. Ich zróżnicowanie jest uzależnione od rodzaju przedsiębiorstwa, jego wielkości, możliwości lokalowych, liczby zatrudnionych pracowników itp. Przedsiębiorstwo gastronomiczne prowadzi działalność samodzielnie, ryzyko ponoszą właściciele. Od ich umiejętności i przedsiębiorczości w dużej mierze uzależniony jest sukces przedsiębiorstwa. Decyzje właścicieli i kierowników muszą uwzględniać sytuację rynkową, popyt na usługi gastronomiczne i liczbę firm konkurencyjnych, świadczących podobne usługi w zbliżonych

cenach. Sukces przedsiębiorstwa gastronomicznego zależy od umiejętności dostosowania oferty do potrzeb i możliwości określonych grup klientów, jak również zapewnienia usług dodatkowych, np. obsługi imprez biznesowych.

Spoleczne zdefiniowanie przedsiębiorstwa dotyczy zatrudnionych pracowników stanowiących zespół, ich wzajemnych relacji, zachowań, motywacji, stopnia integracji i identyfikowania się z przedsiębiorstwem. Społeczny aspekt działania przedsiębiorstwa gastronomicznego jest związany z zarządzaniem zasobami ludzkimi. Kierujący firmą określa, ilu pracowników należy zatrudnić, jakie powinny być ich kompetencje zawodowe, jak zorganizować pracę na poszczególnych zmianach, jak ocenić pracę poszczególnych osób, jak je motywować itp. Właściwa organizacja pracy jest istotna w procesie świadczenia usług, w szczególności w sytuacji wzmózonych zamówień lub przy realizacji imprez przeznaczonych dla większej liczby uczestników. Innym ważnym aspektem jest umiejętność rozwiązywania sporów i konfliktów oraz stosowanie odpowiednich metod motywujących pracowników, np. okresowych premii.

Podsumowując kategorie definiowania przedsiębiorstwa: prawne, ekonomiczne i społeczne należy wskazać na konieczność występowania określonych cech. Mówimy o przedsiębiorstwie gastronomicznym, gdy:

- **jest zorganizowaną całością** – określenie przedsiębiorstwa gastronomicznego jako zorganizowanej całości oznacza wyznaczenie działów w ramach struktury organizacyjnej i zdefiniowanie poszczególnych stanowisk pracy wraz z ich zadaniami. Pracownicy zatrudnieni na poszczególnych stanowiskach współpracują ze sobą, całości przewodzi kierownik. Zorganizowanie całości, jaką jest przedsiębiorstwo gastronomiczne, oznacza również organizację procesu produkcji gastronomicznej – zaplanowanie pracy, grafiku pracy pracowników, dostaw produktów żywnościowych,
- **prowadzi sprecyzowaną działalność produkcyjno-usługową** – założenie przedsiębiorstwa gastronomicznego wiąże się z decyzją, czy będzie to np. restauracja, kawiarnia czy bar. Należy określić profil działalności gastronomicznej i rodzaj oferowanych potraw i napojów oraz wskazać, czy będą świadczone usługi gastronomiczne w postaci cateringu i sprzedaży na wynos. Wymaga to dodatkowego wyposażenia i zakupu np. samochodów dostawczych. W trakcie funkcjonowania przedsiębiorstwa na bieżąco można wprowadzać zmiany w menu w celu jego urozmaicenia i pozyskania dodatkowych klientów,
- **zatrudnia pracowników** – prowadzenie działalności gastronomicznej wymusza zatrudnienie pracowników o właściwych kwalifikacjach na poszczególne stanowiska pracy, np. kucharzy, cukierników, kelnerów itp. Tworzą oni zespół

pracowników. Od jego sprawności i organizacji pracy zależy poziom realizacji poszczególnych zleceń i zamówień²,

- **posiada środki finansowe (gotówka)** – powołanie przedsiębiorstwa gastronomicznego wiąże się z wniesieniem kapitału m.in. na dostosowanie lokalu do prowadzenia produkcji gastronomicznej. W trakcie funkcjonowania przedsiębiorstwa gastronomicznego konieczne są środki finansowe (gotówka) dla realizacji bieżących zadań, tj. zakupu produktów żywnościowych, zatrudnienia pracowników itp. Środki pieniężne pozyskiwane są przez sprzedaż usług gastronomicznych. Wysokość pozyskanych środków musi wystarczyć na pokrycie kosztów związanych z prowadzeniem przedsiębiorstwa. Jest to podstawowy warunek funkcjonowania przedsiębiorstw w gospodarce rynkowej,
- **dysponuje zasobami materialnymi** – usługi gastronomiczne świadczy się w restauracji, kawiarni lub innym zakładzie. Konieczne jest posiadanie odpowiedniego lokalu, wyposażenia zaplecza i sali konsumpcyjnej. Wyposażenie obejmuje m.in. urządzenia gastronomiczne, meble, zastawę stołową, stoły i krzesła w sali konsumpcyjnej, obrusy, serwetki i inne. Rodzaj wyposażenia zależy od planowanej wielkości restauracji, posiadanych środków pieniężnych, preferencji właściciela itp. Aranżacja zaplecza i sali konsumpcyjnej jest uzależniona od wielkości pomieszczeń oraz ich rozkładu. Ważne jest również, czy w lokalu mogą być przeprowadzone pewne zmiany i wprowadzone udogodnienia techniczne. Jeżeli restauracja lub kawiarnia umieszczona jest w obiekcie zabytkowym, np. w piwnicy zamku, konieczne jest uzyskanie pozwolenia od konserwatora zabytków,
- **jest utworzone świadomie** – powstanie przedsiębiorstwa gastronomicznego poprzedzone jest przemyśleniem decyzji przez właściciela, sporządzeniem biznesplanu i określeniem własnych możliwości. Szczegółowa analiza planowanej działalności gastronomicznej pozwala ograniczyć ryzyko i przewidzieć niepomyślnie zdarzenia,
- **jest podmiotem samodzielnym ekonomicznie** – kierownik w imieniu przedsiębiorstwa gastronomicznego podejmuje konkretne decyzje. Są to decyzje dotyczące bieżącego funkcjonowania restauracji, kawiarni, baru lub innego przedsiębiorstwa np. wybór dostawców mięsa i wędlin, wielkość tygodniowych zamówień, ustalenie grafików pracy pracowników zatrudnionych na poszczególnych stanowiskach itp.,
- **realizuje określone cele** – jako cel główny przedsiębiorstwa gastronomicznego należy przyjąć świadczenie usług gastronomicznych (produkcja

² O formach organizacyjnych przeczytasz więcej w rozdziale 3.6.

i sprzedaż potraw i napojów) oraz przynoszenie zysku. Właściciele ustalają dla przedsiębiorstwa tzw. cele ilościowe i jakościowe. Cele ilościowe dotyczą m.in. zwiększania osiąganego zysku i większej wydajności. Cele jakościowe związane są z zaspokajaniem potrzeb klientów, ich satysfakcją, zadowoleniem, poprawą warunków pracy i kompetencji personelu, dbaniem o dobrą atmosferę w firmie itp.,

- **zaspokajają potrzeby klientów** – jest to jeden z celów przedsiębiorstwa gastronomicznego, który bezpośrednio wpływa na wielkość sprzedaży. Dostosowanie menu do potrzeb wpływa na liczbę klientów odwiedzających daną restaurację lub kawiarnię, co przekłada się na wielkość zamówień i wysokość przychodów ze sprzedaży potraw i napojów. Konieczne jest stałe analizowanie potrzeb klientów, modyfikowanie menu, jego uatrakcyjnianie i dostosowywanie np. do sezonowego zapotrzebowania. Przykładowo kawa z cynamonem i pierniczki kojarzą się ze świętami Bożego Narodzenia i powinny być w ofercie kawiarni lub restauracji w grudniu, nie w lipcu. Z kolei potrawy zawierające owoce powinny dominować w lecie. Należy również zwrócić uwagę na dostosowanie lokalu gastronomicznego do potrzeb niektórych grup konsumentów, np. rodziców z małymi dziećmi przez zapewnienie tzw. kąciaka dla mamy i dziecka.

PRAWO PODATKOWE I KONSEKWENCJE JEGO NIEPRZESTRZEGANIA

1.3.

Funkcjonowanie przedsiębiorstw gastronomicznych wiąże się z koniecznością płacenia podatków. Sprzedaż i osiągnięcie przychodu i zysku jest podstawą rozliczenia się z urzędem skarbowym i zapłacenia VAT i podatku dochodowego od osób prawnych CIT. Te restauracje, kawiarnie i inne zakłady gastronomiczne, także osoby fizyczne, które posiadają majątek w postaci gruntów i budynków, muszą zapłacić podatek od nieruchomości. Wreszcie każdy z nas, podejmując pracę na podstawie umowy o pracę, umowy o dzieło lub umowy zlecenia, musi rozliczyć się z podatku dochodowego od osób fizycznych (PIT).

DEFINICJE I FUNKCJE PODATKÓW

Podatki są to świadczenia pieniężne o charakterze przymusowym, nieodpłatnym, bezzwrotnym, generalnym, publicznoprawnym, pobierane na podstawie przepisów prawa na rzecz Skarbu Państwa, województwa, powiatu lub gminy. W tak sformułowanej definicji poszczególne pojęcia wymagają wyjaśnienia:

- świadczenie pieniężne – podatek jest świadczeniem wymierzonym i płatnym w jednostkach pieniężnych występujących w danym państwie,
- świadczenie przymusowe, obowiązkowe – obowiązek uiszczenia podatku wynika z przepisów prawnych, nie jest to świadczenie dobrowolne. W sytuacji braku zapłaty podatku stosowany jest przymus służący wyegzekwowaniu należnej kwoty,
- świadczenie nieodpłatne – osoba płacąca obowiązkowy podatek w zamian nie otrzymuje żadnej korzyści. Zapłacie podatku nie towarzyszy żadne powiązane świadczenie ze strony Skarbu Państwa, województwa, powiatu lub gminy, na rzecz których podatek został odprowadzony. Tak więc osoba, która dokonała zapłaty podatku nie może żądać konkretnego świadczenia np. ze strony Skarbu Państwa,
- świadczenie bezzwrotne – podatek jest świadczeniem przekazany ostatecznie (definitywnie) na rzecz Skarbu Państwa, województwa, powiatu lub gminy,

- świadczenie generalne (ogólne) – obowiązek zapłaty podatku, wynikający z konkretnych przepisów ustaw, dotyczy szerszej grupy osób lub przedsiębiorstw, a nie konkretnej osoby lub konkretnego przedsiębiorstwa,
- świadczenie publicznoprawne – podatek jest płacony na rzecz Skarbu Państwa, województwa, powiatu lub gminy.

Podatki spełniają w państwie trzy podstawowe funkcje. Pierwszą z nich jest **funkcja fiskalna**, wynikająca z faktu, że podatki stanowią główne źródło dochodów budżetu państwa, gwarantując finansowanie wydatków publicznych. Uzyskane przez państwo dochody umożliwiają finansowanie m.in. szkolnictwa (podstawowego, średniego, wyższego), opieki zdrowotnej (funkcjonowanie szpitali i przychodni), świadczeń społecznych (wypłata rent, emerytur, zasiłków rodzinnych, pielęgnacyjnych i innych), wojska i policji, administracji publicznej (ministerstwa).

Funkcja redystrybucyjna odnosi się do przesuwania (transferu) dochodów między różnymi grupami społecznymi. Osoby, które utraciły zdolność do pracy, pobierają renty, a pracownicy po osiągnięciu wieku emerytalnego – emerytury. Osoby o najniższych dochodach otrzymują pomoc z ośrodków pomocy społecznej, wypłacane są także zasiłki rodzinne. Starsi lub niepełnosprawni otrzymują zasiłki pielęgnacyjne i inne świadczenia.

Istotna jest również **funkcja stymulacyjna** podatków. Państwo przez wysokość podatków wpływa na decyzje przedsiębiorstw. Zastosowanie ulg dla przedsiębiorców zatrudniających osoby niepełnosprawne oddziałuje na decyzje o przyjęciu tych osób pracy.

PODSTAWOWE DOKUMENTY PRAWNE PRAWA PODATKOWEGO

Każde państwo wprowadza wiele przepisów regulujących powstawanie, ustalenie i pobór podatków oraz prawa i obowiązki wszystkich obywateli i przedsiębiorstw. Zbiór takich przepisów prawnych nosi nazwę **prawa podatkowego**.

Podstawowym dokumentem prawnym regulującym kwestie prawa podatkowego jest **ordynacja podatkowa**¹. Ordynacja podatkowa m.in. definiuje wiele pojęć, wprowadza zasady podatkowe, określa sposoby poboru podatków, kontrolę podatkową, postępowania podatkowe wobec podatników.

W systemie podatkowym każdego państwa istotne są także dwa pojęcia: podatnik i płatnik. **Podatnik** to osoba fizyczna, prawna lub inna jednostka,

¹ Ordynacja podatkowa (*Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 roku z późn. zm.*) ogłoszona jako *Obwieszczenie Marszałka Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 10 maja 2012 r. w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu ustawy – Ordynacja podatkowa*, DzU z dnia 3 lipca 2012 r., poz. 749.

na której spoczywa obowiązek zapłacenia podatku. W wypadku większości podatków podatnik jest równocześnie ich płatnikiem (np. podatek od nieruchomości, podatek od towarów i usług), w niektórych wypadkach płatnikiem może być inny podmiot gospodarczy, przekazujący podatek w imieniu podatnika (np. zaliczki na podatek dochodowy od osób fizycznych).

Płatnikiem jest osoba fizyczna lub prawna dokonująca zapłaty podatku w wyznaczonym terminie w związku z powstałym zobowiązaniem. Przykładem może być pracownik zatrudniony w restauracji na podstawie umowy o pracę. Pracownik jest podatnikiem, otrzymuje wynagrodzenie wynikające z podpisanej umowy o pracę, na nim spoczywa obowiązek zapłacenia podatku. Natomiast pracodawca (restauracja) jest płatnikiem, potrąca co miesiąc – od wynagrodzenia brutto pracownika – zaliczkę na poczet podatku dochodowego od osób fizycznych. Dokonuje technicznej czynności przelewu zaliczki na konto urzędu skarbowego. Pracownik po zakończonym roku kalendarzowym – jako podatnik – ma obowiązek złożyć deklarację podatkową (PIT) i rozliczyć się z urzędem skarbowym z podatku dochodowego od osób fizycznych.

Zestawienie podatków pobieranych w państwie nosi nazwę **systemu podatkowego**. Jest regulowany przepisami prawnymi, tworzy pewną całość. System podatkowy każdego kraju podlega licznym zmianom, wynikającym z uwarunkowań historycznych, gospodarczych i prawnych. W poszczególnych krajach mogą występować znaczne różnice w zakresie rodzajów podatków, stawek i skal podatkowych oraz ulg i zwolnień. System podatkowy zawiera określenie przedmiotu i podstawy opodatkowania, stawek i skal podatkowych oraz elementów korygujących wymiar podatku (np. ulg i zwolnień). Niektóre z tych określeń wymagają oddzielnego wyjaśnienia:

- **przedmiot opodatkowania** – to np. dochody uzyskiwane przez pracowników w wypadku podatku dochodowego od osób fizycznych (PIT); dochód przedsiębiorstwa dla podatku dochodowego od osób prawnych (CIT); sprzedaż (dostawa) dóbr lub usług – w wypadku VAT; posiadany i użytkowany majątek – w wypadku podatku od nieruchomości; posiadane grunty rolne – w wypadku podatku rolnego,
- **podstawa opodatkowania** – wartość wyrażona w złotych, będąca podstawą wyliczenia wysokości podatku, który należy zapłacić zgodnie z obowiązującą formułą jego naliczania. Dla podatku dochodowego od osób fizycznych podstawą opodatkowania jest wysokość osiąganego przez pracownika dochodu,
- **stawka podatkowa**, inaczej zwana **stopą opodatkowania** – to kwotowe lub procentowe wyrażenie wysokości podatku. Stawka podatkowa może mieć

charakter stały (proporcjonalny) lub zmienny (np. progresywny), uzależniającej jej wielkość od poziomu podstawy opodatkowania. Przykładem stałej stawki podatkowej jest podstawowa stawka podatku od towarów i usług wynosząca 23%. Natomiast progresywne stawki podatku występują dla podatku dochodowego od osób fizycznych: 18%, a po przekroczeniu kwoty 85 528 zł dochodu rocznie stawka podatku wzrasta do 32%,

- **skala podatkowa**, inaczej zwana **taryfą podatkową** – to zestawienie stawek podatkowych dla danego rodzaju podatku. Skala podatkowa odnosi się do podatków o zmiennym poziomie stawek, określa praktyczny sposób wyznaczania kwoty podatku. Dla podatku dochodowego od osób fizycznych, potocznie określanego jako PIT, skalę podatkową przedstawiono w tabeli 1 (na s. 31).

PODZIAŁ PODATKÓW

System podatkowy występujący w danym kraju podlega różnym podziałom uwzględniającym:

1. kto płaci podatek, a kto ponosi ciężar jego sfinansowania – podział na podatki bezpośrednie i pośrednie;
2. przedmiot opodatkowania – podział podatków na podatki dochodowe, podatki od obrotu i konsumpcji (VAT) oraz podatki majątkowe;
3. podmiot opodatkowania, czyli kto ustanawia podatek i na czyją rzecz podatek jest pobierany – podział podatków na podatki centralne, lokalne i wspólne.

Ad 1. Ten podział podatków nosi nazwę klasyfikacji ze względu na jedność podmiotu opodatkowania. Wyróżnia się podatki bezpośrednie i pośrednie.

W wypadku **podatków bezpośrednich** ta sama osoba (to samo przedsiębiorstwo) opłaca podatek i ponosi ciężar jego sfinansowania. Występuje więc tzw. jedność podmiotu opodatkowania. Do podatków bezpośrednich zalicza się podatki dochodowe i podatki majątkowe. Przedsiębiorstwo gastronomiczne posiadające lokal lub osoba fizyczna posiadająca mieszkanie opłacają podatek od nieruchomości i jednocześnie ponoszą ciężar jego sfinansowania (tzn. nie mogą żądać od innego przedsiębiorstwa lub od innej osoby zapłaty tego podatku).

Podatki pośrednie to takie, w wypadku których przedsiębiorstwo zobowiązane do ich naliczenia i zapłacenia nie ponosi ciężaru jego sfinansowania. Przykładem może być VAT lub akcyza. Klienci korzystający z usług restauracji dokonują zapłaty za zamówione potrawy, płacąc cenę gastronomiczną brutto, zawierającą VAT. Odprowadzenia VAT do urzędu skarbowego dokonuje restauracja.

Podobnie sytuacja wygląda w wypadku zakupów w sklepie spożywczym. Konsumenci, kupując produkty żywnościowe, dokonują zapłaty kwoty brutto, zawierającej VAT. Odprowadzenia VAT do urzędu skarbowego dokonuje sklep.

Ad 2. Przedmiotem opodatkowania może być osiągnięty dochód (są to podatki dochodowe), obrót, czyli sprzedaż towarów i usług (podatki obrotowe, w tym VAT) oraz posiadany majątek (podatki majątkowe).

Podatki dochodowe to te, w których przedmiotem opodatkowania jest osiągnięty dochód. Kwota podatku dochodowego uzależniona jest od wysokości dochodu oraz od obowiązującej skali podatkowej. Podatki dochodowe są płacone przez osoby fizyczne i przedsiębiorstwa według różnych zasad.

W wypadku **podatków obrotowych** przedmiotem opodatkowania jest obrót, czyli wartość sprzedaży towarów i usług. Ze względu na ważność tego podatku dla przedsiębiorstw gastronomicznych, VAT zostanie omówiony poniżej.

Wśród podatków istotnych dla przedsiębiorstw gastronomicznych należy zwrócić uwagę również na **podatki majątkowe**, czyli związane z posiadaniem majątkiem lub wzrostem jego wartości. Wyróżnić można:

1. podatki od posiadanego majątku – w Polsce najważniejszymi podatkami tej grupy są: podatek rolny (podatek od posiadanego na własność gruntu rolnego) oraz podatek od nieruchomości (podatek od posiadanego na własność gruntu, budynku, lokalu itp.);
2. podatki od przyrostu majątku – przedmiotem opodatkowania są nabycie rzeczy przez kupno, darowizna lub spadek. Do tej grupy zalicza się podatek od spadków i darowizn;
3. podatki od transformacji substancji majątkowej – są to podatki płacone w wypadku sprzedaży np. lokalu.

Ad 3. **Podatki centralne** pobierane są na rzecz budżetu państwa i obejmują m.in. podatek od towarów i usług (VAT), podatek akcyzowy. **Podatki lokalne** stanowią dochód jednostek samorządowych (gminy), wśród nich wyróżnić można podatek od nieruchomości, podatek od spadków i darowizn, podatek rolny oraz leśny. Do **podatków wspólnych** należą podatki zasilające Skarb Państwa oraz jednostki samorządowe samorządów terytorialnych. Są to podatek dochodowy od osób fizycznych oraz podatek dochodowy od osób prawnych.

PODSTAWOWE PODATKI W POLSCE

Z punktu widzenia funkcjonowania przedsiębiorstw gastronomicznych omówimy podatki:

1. dochodowy od osób prawnych (CIT);
2. dochodowy od osób fizycznych (PIT);
3. VAT;
4. akcyzę.

Ad 1. Podatek dochodowy od osób prawnych (CIT, z ang. Corporate Income Tax) to podatek powszechny, bezpośredni o charakterze globalnym, płacony przez przedsiębiorstwa. Przepisy prawne dotyczące tego podatku zawarte są w ustawie o podatku dochodowym od osób prawnych². Przedmiotem opodatkowania podatkiem dochodowym od osób prawnych jest całkowity dochód przedsiębiorstwa, będący różnicą między przychodami a kosztami ich uzyskania, ustalonymi na podstawie ewidencji księgowej. Jest to podatek liniowy płacony zaliczkowo w ratach miesięcznych, a rozliczany po zakończeniu roku podatkowego.

Stawka podatku dochodowego od osób prawnych w 2012 i 2013 r. wynosiła 19% podstawy opodatkowania.

Ad 2. Podatek dochodowy od osób fizycznych (PIT, z ang. Personal Income Tax) jest to podatek powszechny, bezpośredni o charakterze globalnym od dochodów uzyskiwanych przez osoby fizyczne. Przepisy prawne regulujące zasady pobierania tego podatku dochodowego reguluje ustawa o podatku dochodowym od osób fizycznych³.

Opodatkowaniu podatkiem dochodowym od osób fizycznych podlegają dochody osiągnięte przez osoby zatrudnione na podstawie umowy o pracę (czyli z tzw. stosunku pracy), umowy o dzieło, umowy zlecenia (czyli z twórczości i działalności naukowej, oświatowej, literackiej, artystycznej i publicystycznej), emerytów, rencistów, osoby otrzymujące zasiłki (np. dla bezrobotnych), osoby prowadzące działalność gospodarczą, osoby uzyskujące dochody z tytułu wynajmu (np. mieszkań), osiągające dochody kapitałowe (np. odsetki od lokat bankowych) itp.

² *Ustawa z 15 lutego 1992 r. o podatku dochodowym od osób prawnych*, DzU z 2011 r. nr 74, poz. 397; ost. zm. DzU z 2014 r., poz. 40; tekst jednolity: DzU z 2011 r., nr 178, poz. 1059 z późn zm.

³ *Ustawa z 26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych*, DzU z 2012 r., poz. 361; ost. zm. DzU z 2013 r., poz. 1717; tekst jednolity: DzU z 2012 r., poz. 361 z późn zm.

Podstawą opodatkowania jest dochód, który stanowi różnicę między przychodem a kosztami jego uzyskania. Jest to tzw. podatek progresywny, o dwu-stopniowej skali podatkowej, wyznaczonej przez progi podatkowe, ze stawkami podatkowymi 18% (do wysokości osiągniętego dochodu 85 528 zł) i 32% (dochód powyżej 85 528 zł).

Podatek jest naliczany i odprowadzany do urzędu skarbowego zaliczkowo do dnia 20 miesiąca następnego po miesiącu uzyskania dochodu, a rozliczany przez podatnika po upływie roku podatkowego do dnia 30 kwietnia następnego roku.

Tabela 1. Skala podatkowa w 2012 r., 2013 r. i 2014 r.

Podstawa obliczenia podatku w zł		Podatek wynosi
ponad	do	
	85 528	18% minus kwota zmniejszająca podatek 556 zł 02 gr
85 528		14 839 zł 02 gr + 32% nadwyżki ponad 85 528 zł

Źródło: opracowano na podstawie Broszury informacyjnej do zeznania PIT-37.

Ad 3. Podatek od towarów i usług (podatek od wartości dodanej, podatek VAT, z ang. *Value Added Tax*) jest formą podatku obrotowego. Opodatkowaniu podatkiem od towarów i usług podlega sprzedaż towarów, świadczenie usług oraz eksport towarów i usług. Podstawowa stawka podatku od towarów i usług wynosi 23%. Stawki 8%, 5% i 0% ustalone zostały dla towarów i usług wymienionych w ustawie oraz rozporządzeniach wykonawczych.

VAT jest podatkiem wielofazowym: podatnik nalicza go od wartości sprzedanych towarów i usług, ale przedsiębiorca płaci tylko różnicę między podatkiem naliczonym a zapłaconym w związku z wcześniejszym nabyciem towarów i usług (produkcyjnych lub handlowych), uwidocznionym w fakturach zakupu.

Przykład: w kwietniu sprzedaż netto (bez VAT) zrealizowana przez restaurację według raportu z kas fiskalnych wynosiła 20 000 zł, łącznie z podatkiem VAT 24 600 zł. Kwota podatku VAT tzw. należnego wyniosła 4 600 zł.

Zakupy produktów żywnościowych wg faktur potwierdzających zakup osiągnęły wartość 15 000 zł netto, razem z VAT 18 450 zł. Wartość podatku naliczonego wyniosła więc 3 450 zł.

W tym wypadku różnica między podatkiem należnym a naliczonym wynosi 1 150 zł (4 600 – 3 450) i taką kwotę należy odprowadzić do urzędu skarbowego.

Ad 4. Przedsiębiorstwa gastronomiczne placą również w niektórych przypadkach **podatek akcyzowy**⁴, popularnie nazywany akcyzą. Jest on nakładany selektywnie na towary konsumpcyjne, najczęściej napoje alkoholowe, wyroby tytoniowe, paliwa płynne oraz różne artykuły luksusowe, m.in. samochody, broń. Akcyza jest określana proporcjonalnie do wartości towaru (stawka procentowa), jej kwota podwyższa cenę płaconą przez nabywcę. Przedsiębiorstwa gastronomiczne są podatnikami podatku akcyzowego w sytuacji, gdy są importerami lub nabywcami wewnątrzspółnotowymi towarów akcyzowych.

Celem stosowania podatku akcyzowego może być dążenie do ograniczenia konsumpcji niektórych dóbr np. alkoholu i tytoniu ze względów zdrowotnych lub paliw płynnych z uwagi na wyczerpywanie się ich rezerw. Należy wskazać również redystrybucyjną funkcję podatku akcyzowego w wypadku towarów luksusowych. Akcyza jest podatkiem typowym dla gospodarki rynkowej, zwłaszcza w krajach wysoko rozwiniętych.

KONSEKWENCJE NIEPRZESTRZEGANIA PRAWA PODATKOWEGO

Przestrzeganie prawa podatkowego jest kontrolowane przez pracowników urzędu skarbowego. Przedsiębiorca jest informowany o zamiarze przeprowadzenia kontroli podatkowej. Rozpoczyna się ona nie wcześniej niż po 7 i nie później niż po 30 dniach od daty doręczenia zawiadomienia o kontroli. Zawiadomienie powinno zawierać: wskazanie, kto będzie przeprowadzał kontrolę, jaki będzie jej zakres oraz pouczenie o prawie do złożenia korekty deklaracji podatkowej.

Urząd skarbowy może skontrolować przedsiębiorcę bez powiadomienia, gdy kontrola dotyczy m.in. zwrotu różnicy podatku VAT, przestępstwa karnego lub skarbowego, nieujawnionych dotychczas przychodów, niezgłoszonej działalności gospodarczej, finansowania terroryzmu oraz ewidencjonowania obrotu za pomocą kasy rejestrującej.

Kontrola prowadzona jest w siedzibie przedsiębiorcy, w miejscu przechowywania dokumentacji księgowej oraz w miejscach związanych z prowadzoną działalnością i w godzinach jej prowadzenia. Osoby uprawnione do przeprowadzenia kontroli mają prawo wstępu na teren przedsiębiorstwa, do budynków, lokali lub innych pomieszczeń należących do przedsiębiorcy oraz obejrzenia składników majątkowych tj. samochodów, maszyn czy urządzeń.

⁴ *Ustawa z dnia 6.12.2008 r. o podatku akcyzowym*, DzU z 2009 r. nr 3, poz. 11 z późn. zm., tekst jednolity DzU z 2011 r., nr 108, poz. 626 z późn. zm.

Mają również prawo dokonać kontroli dokumentacji i akt, łącznie z wykonaniem kopii, wyciągów, wydruków i pobierania danych w formie elektronicznej oraz zebrać niezbędne materiały. Zebrane dowody podlegają zabezpieczeniu i są następnie podstawą sporządzenia protokołu. Przebieg kontroli może być utrwalony w formie filmu na odpowiednim nośniku, który stanowi załącznik do protokołu kontroli. Przepisy prawne zawarte w ordynacji podatkowej precyzują, co powinien zawierać protokół kontroli:

- dane przedsiębiorcy, u którego przeprowadza się kontrolę,
- nazwiska osób kontrolujących,
- określenie przedmiotu i zakresu kontroli,
- określenie miejsca i czasu przeprowadzenia kontroli,
- opis dokonanych ustaleń i ocenę zaistniałej sytuacji,
- pouczenie o prawie złożenia zastrzeżeń lub wyjaśnień oraz o prawie złożenia korekty deklaracji.

Protokół sporządza się w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach.

Nieprawidłowości stwierdzone podczas kontroli podatkowej podlegają karom w postaci konieczności zapłacenia odsetek od zaległej, a niezapłaconej kwoty podatku, możliwe jest także wszczęcie postępowania w sprawie o wykroczenie skarbowe.

Odsetki są naliczane, gdy:

- podatnik (osoba fizyczna i przedsiębiorstwo) nie zadeklarował całości lub części osiągniętych przychodów ze sprzedaży, tzn. nie ujął ich w deklaracji podatkowej, a tym samym urząd skarbowy nie został poinformowany o tym, że osoba fizyczna lub przedsiębiorstwo uzyskały określoną kwotę ze sprzedaży usług,
- podatnik nie zapłacił w terminie zadeklarowanego podatku. Złożenie deklaracji w terminie bez zapłacenia podatku powoduje, że powstaje zaległość, od której urząd skarbowy nalicza odsetki za zwłokę,
- podatnik nie złożył deklaracji w przewidzianym terminie. Przepisy prawne dokładnie precyzują terminy składania deklaracji podatkowych w odniesieniu do podatku dochodowego od osób fizycznych i przedsiębiorstw; ta sama sytuacja dotyczy rozliczania się z urzędem skarbowym z VAT.

Odsetki za zwłokę od zaległości podatkowych wynoszą 10,00% kwoty zaległości w stosunku rocznym. Obniżona stawka odsetek za zwłokę od zaległości podatkowych wynosi 7,50% kwoty zaległości⁵. Stawki odsetek za zwłokę od zaległości podatkowych ogłasza Minister Finansów w postaci obwieszczenia publikowanego na stronie internetowej Sejmu oraz Ministerstwa Finansów. Podatnik może złożyć wniosek o zmniejszenie wysokości odsetek, odroczenie płatności, rozłożenie jej na raty lub umorzenie zaległości podatkowej wraz z odsetkami za zwłokę.

Gdy podatnik uchyla się uporczywie od płacenia podatków, istnieje możliwość zastosowania wobec niego sankcji karnej skarbowej. Ciągłe nieprzestrzeganie terminów opłacania podatku może spowodować nałożenie kary grzywny za wykroczenie skarbowe.

Odpowiedzialności za niewpłacenie pobranego podatku w terminie podlega również płatnik, czyli np. przedsiębiorstwo. Jako sankcja może być zastosowana kara grzywny do 720 stawek dziennych, kara pozbawienia wolności do lat 3 lub obie kary łącznie. Obniżenie sankcji następuje, jeżeli kwota niewpłaconego podatku jest niewielka lub jeżeli przed wniesieniem sprawy do sądu podatnik wpłacił zaległy podatek z odsetkami.

⁵ *Obwieszczenie Ministra Finansów z dnia 9 lipca 2013 r. w sprawie stawki odsetek za zwłokę od zaległości podatkowych oraz obniżonej stawki odsetek za zwłokę od zaległości podatkowych*, MP z 25 lipca 2013 nr 106 poz. 596.

Źródła ilustracji i fotografii

Okładka: Wavebreak Media Ltd/123RF.com

Strony: 36, 59, 63, 65, 67, 68, 72, 77, 98, 106, 150, 157, 167, 176, 194, 214, 216, 217, 224, 228, 230, 236, 277, 317 – wykonało studio ANTER na podstawie materiałów dostarczonych przez autorki.

Strony: 156 – © auremar / Shutterstock.com, 158 – © Robert Kneschke / Shutterstock.com.

Strona: 202 – wykonał Brunon Nowicki na podstawie materiałów autorki.

Strona 237 – materiał promocyjny za zgodą firmy SOFTECH.

Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne oświadczają, że podjęły starania mające na celu dotarcie do właścicieli i dysponentów praw autorskich wszystkich zamieszczonych utworów. Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, przytaczając w celach dydaktycznych utwory lub fragmenty, postępują zgodnie z art. 29 ustawy o prawie autorskim. Jednocześnie Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne oświadczają, że są jedynym podmiotem właściwym do kontaktu autorów tych utworów lub innych podmiotów uprawnionych w wypadkach, w których twórcy przysługuje prawo do wynagrodzenia.