

# Nowy podatek od e-commerce

Wtorek, 29 lipiec 2025, 17:07, autor: Fakturowo.pl

**Pomysł objęcia sprzedaży internetowej podatkiem od sprzedaży detalicznej wywołuje coraz większe obawy wśród przedstawicieli sektora MŚP. Zamiast wsparcia cyfrowego handlu, może dojść do jego spowolnienia. Wzrosną koszty, obniży się konkurencyjność, a najbardziej odczują to właśnie małe firmy i konsumenci.**



## E-commerce: główny silnik wzrostu MŚP

W ostatnich latach sprzedaż internetowa rosła w Polsce w dwucyfrowym tempie. To nie tylko wygodna forma zakupów dla klientów, ale przede wszystkim szansa dla tysięcy firm, które bez dużych nakładów mogą wejść na rynek – także międzynarodowy.

Z danych opublikowanych w czerwcu wynika, że między lipcem 2024 a czerwcem 2025 wartość e-handlu osiągnęła w Polsce około 7,2 mld zł, co stanowiło 8,7% całego obrotu detalicznego. To wzrost o 8% rok do roku. W niektórych branżach e-commerce wręcz wyprzedził sprzedaż stacjonarną:

- żywność, napoje i wyroby tytoniowe: +53,1% w internecie vs. +4,2% ogółem
- meble, RTV i AGD: +12,0% vs. +9,0%
- odzież i obuwie: +17,2% vs. +10,1%
- motoryzacja i części: aż +383,9% online vs. +1,7% w całym sektorze

## Kto faktycznie zapłaci nowy podatek?

Wbrew pozorom, nie będą to wielkie platformy e-commerce. To sprzedawcy, korzystający z tych platform – najczęściej mikro i małe firmy – poniosą realne koszty. Wzrost podatków może oznaczać wyższe prowizje i opłaty za korzystanie z marketplace'ów. To z kolei podniesie ceny produktów lub zmniejszy marże, ograniczając możliwość rozwoju, inwestycji i ekspansji zagranicznej.

Dla wielu firm e-commerce to nie tylko forma sprzedaży, ale jedyny sposób, by zaistnieć na rynku międzynarodowym bez budowy własnej infrastruktury. Nowe regulacje mogą więc ograniczyć eksportowy potencjał polskich MŚP, które dopiero zaczynają konkurować za granicą.

## Ryzyko nierównego traktowania

Rozszerzenie podatku pierwotnie miało na celu walkę z dominacją wielkich sieci handlowych. Tymczasem teraz może uderzyć w małych sprzedawców internetowych, zamiast wyrównywać szanse. Jeśli koszty poniosą głównie mniejsze firmy, a globalne platformy pozostaną w dużej mierze nietknięte – trudno mówić o sprawiedliwym systemie.

Zaledwie 4% polskich firm prowadzi sprzedaż za granicę, przy unijnej średniej na poziomie 7%. To pokazuje, jak ważne są narzędzia cyfrowe, by umożliwić firmom wyjście poza lokalny rynek. Ich opodatkowanie w tym momencie może być krokiem w przeciwnym kierunku.

## Potrzebna dyskusja, nie pośpiech

Obecny system opodatkowania handlu internetowego – oparty na uszczelnianiu VAT i uproszczonych procedurach – działa efektywnie. Proponowane zmiany mogą nie tylko zaburzyć delikatną równowagę, ale też ograniczyć inwestycje w cyfryzację, eksport i innowacje.

Zamiast pochopnych decyzji, potrzebna jest szeroka konsultacja z branżą i analiza rzeczywistego wpływu zmian. Szczególnie, że małe firmy odgrywają coraz większą rolę w cyfrowej gospodarce i potrzebują stabilnych, przewidywalnych warunków do działania.

Tagi: podatek e-commerce, mśp, sprzedaż internetowa, handel detaliczny, e-handel, podatek od sprzedaży detalicznej, marketplace, cyfrowy handel, eksport mśp, kig