



Martin Vlachynský

ODVOD REŤAZCOV

Strašiak pre veľkých, kladivo na malých

ZHRNUTIE

Na októbrovú schôdzu parlamentu je predložený návrh zákona o osobitnom odvode obchodných reťazcov. Podobné zákony sa v nedávnej minulosti zjavili aj v Maďarsku, či Poľsku, kde boli predmetom kritiky Európskej komisie a museli byť upravované.

Tento návrh považujeme za škodlivý pre podnikateľské prostredie na Slovensku troma spôsobmi. Ako každá iná daň, aj táto prinesie kombináciu vyšších cien pre spotrebiteľov (pričom viac zasiahnuté budú potraviny), menej zdrojov na mzdy zamestnancov a investície podnikateľov. Zároveň prinesie nemalú byrokratickú záťaž. Podnikatelia budú musieť dôsledne sledovať, kedy im vzniká odvodová povinnosť a aká je jej výška. V prípade opomenutia sú v návrhu automatické pokuty. Odvod je pritom nastavený tak, že do neho spadne veľké množstvo aj stredných a malých obchodníkov, či dokonca výrobcovia potravín, ktorí predávajú výrobky koncovým zákazníkom. Treťou škodou je zhoršenie podnikateľského prostredia v maloobchode. Začínajúci obchodníci a potravinári budú hrozbou odvodu odradení expandovať a rozširovať sa.

Okrem samotného zákona je problematický aj spôsob, akým vznikol. Napriek tomu, že táto téma bola opakovane komunikovaná vládou stranou, zákon bol predložený ako poslanecký návrh. Tým bola obídená možnosť širokej verejnej diskusie. Takýto postup je v priamom rozpore so stratégiou lepšej regulácie RIA 2020.

Hlavný dôvod zavedenia tohto odvodu, teda pomoc poľnohospodárom, je viac politickým marketingom ako realitou. Návrh zákona neobsahuje žiadne reálne prepojenie odvodu s poľnohospodárstvom, proklamovaný fond ešte ani neexistuje. Financovanie „analýz“ a „prieskumov“ spomínané v dôvodovej správe takisto veľa pridanej hodnoty nesľubuje.

Úvod

Zo strany vlády už pred časom prišlo avízo o zavedení osobitného odvodu na (malo)obchodné reťazce. Koncom septembra sa objavil konkrétny návrh¹ skupiny vládných poslancov. Aké môže mať tento návrh dopady na slovenský maloobchod a podnikateľské prostredie?

Sektorové dane, uvalené len na konkrétny typ podnikania, sa v posledných rokoch v strednej Európe objavili viackrát. Ich zámery sú väčšinou priamočiare – vybrať pre štátny rozpočet viac zdrojov od sektorov, ktoré sú voľičmi vnímané ako bohaté, prípadne nepopulárne (finančný sektor, energetika, obchod, podniky s prevažne zahraničným vlastníctvom, a pod.).

V oblasti maloobchodu je priekopníkom Maďarsko, ktoré v roku 2011 zaviedlo daň, eufemisticky nazvanú „poplatok za hygienickú kontrolu“, ktorá sa týkala len obchodníkov s určitým obratom a mala progresívny charakter, vďaka ktorému mohla dosiahnuť až 6 % z obratu. Po tom, čo Európska komisia aj Európsky súdny dvor takúto formu dane uznali za diskriminačnú, prišlo k jej zmene na pevnú sadzbu 0,1 % z obratu pre všetkých maloobchodníkov^{2,3,4}. Podobne dopadla aj „daň na reklamu“, ktorá bola progresívne uvalená na príjmy z reklamy. Európska komisia v nej videla nedovolenú štátnu pomoc (kvôli zvýhodneniu konkrétnych firiem so stratou v konkrétnom roku) a maďarská vláda musela túto daň zmeniť⁵.

Maďarský príklad nasledovalo v roku 2016 aj Poľsko. Pomerne komplikovaná daň na maloobchod sa mala týkať obchodníkov, ktorí v priebehu mesiaca vygenerujú na tržbách viac ako 17 miliónov zlotých, čo v realite znamenalo dopad na zhruba 100 obchodníkov. Aj v tomto prípade zasiahla Európska komisia, ktorá v dani videla nedovolenú štátnu pomoc. Zavedenie tejto dane ostáva v krajine nateraz otvorené^{6,7,8}.

Viacero príkladov selektívnych daní nájdeme aj na Slovensku. Banky platia od roku 2012 osobitný odvod (vyrátnaný zo špeciálneho základu pre túto daň) a takisto odvod Národného rezolučného fondu, ktorý sa vypočítava z depozitov, a ktorý je výsledkom vytvárania bankovej únie v EÚ^{9,10}. Okrem toho existuje Osobitný odvod z podnikania v regulovaných odvetviach, ktorý dopadá na telekomunikačné, či energetické spoločnosti. Vypočítava sa ako podiel na zisku pred zdanením z regulovaných činností vyššom ako 3 mil. eur¹¹. Napriek tomu, že bol zavedený na „preklenutie dôsledkov finančnej krízy trvajúcej v období rokov 2008 až 2014“, zostáva naďalej v platnosti¹². Už v roku 2008 sa zaviedol špeciálny odvod z poistného zmluvného poistenia motorových vozidiel vo výške 8 % z poistného¹³, ktorý smeruje na osobitný účet (má byť využívaný na nákup požiarnej a záchranej techniky). Od roku 2017 existuje odvod z neživotného poistenia, ktorý sa od 1.1.2019 mení na daň z poistenia¹⁴.

Neštandardný proces

Nie sú len dobré a zlé zákony, sú aj dobré a zlé spôsoby, ako tieto zákony môžu vznikať. Kvalitný legislatívny proces nevyhnutne zahŕňa dostatočný čas na diskusiu so všetkými zainteresovanými stranami - teda predbežnú informáciu o tom, že sa nejaký zákon pripravuje a verejnosť (odborná aj neodborná) môže prispieť k jeho vzniku návrhmi. Po vzniku konkrétnej zákonnej podoby návrhu by malo nasledovať pripomienkové konanie, kde sa verejnosť môže vyjadriť k jednotlivým bodom zákona, navrhnúť úpravy, či upozorniť na dopady, ktoré predkladateľ nepredvídal. Súčasťou tohto procesu je aj vypracovanie kvalitných dopadových doložiek, ktoré skúmajú nielen dopady na rozpočet, ale aj na podnikateľské prostredie.

Toto nie je nejaká obskúrna predstava nášho inštitútu, ale v celom vyspelom svete uznávaný proces tvorby kvalitných zákonov. V EÚ má podobu povinného vypracovania pravidiel RIA (Regulatory Impact Assessment). Na Slovensku boli tieto pravidlá pripravené na jeseň 2017 Ministerstvom hospodárstva¹⁵.

Nanešťastie, existuje pomerne jednoduchý spôsob, ako obísť tieto pravidlá, a to cez poslaneckú iniciatívu. Napriek tomu, že tento návrh avizovala vládna strana SNS už dlho (a bol dokonca v programovom vyhlásení vlády), dostáva sa do parlamentu nie cez vládu, ale cez šesticu poslancov. Tým pádom je diskusia minimalizovaná

na rozpravu v parlamente, v kanonáde 87 ďalších bodov októbrovej schôdze.

Okrem bodov, ktoré rozoberieme nižšie, návrh neponúka kvalitné dopadové doložky. Dopady na podnikateľské prostredie sú uvedené ako „negatívne aj pozitívne“, bez snahy ich nejak ďalej kvantifikovať. Alternatívne riešenia sú uvedené ako „bezpredmetné“. Skutočne na problémy, ktoré predkladatelia vo svojom návrhu spomínajú, existuje len toto jedinečné riešenie?



Trikrát škoda na podnikateľskom prostredí

Návrh osobitného odvodu reťazcov považujeme za škodlivý pre konkurencieschopnosť maloobchodu na Slovensku, ale aj pre spotrebiteľov, z troch dôvodov:

1. Efekt dodatočnej dane

Dodatočná daň uvalená na spoločnosť môže byť teoreticky uhradená len z troch možných zdrojov: cez vyššie ceny produktov, nižšie mzdy, alebo nižšiu návratnosť investície pre akcionárov. Nový odvod má byť uvalený na obrat (tržby), t.j. bude to „sales tax“ a bude obdobou zvýšenia DPH. Zároveň zasiahne prakticky celý sektor (o tom, ako návrh voľne definuje reťazce, píšeme nižšie). Aj keby bola skutočne namierená len na reťazce, tie ovládajú 90 % trhu. Efekt tohto dodatočného zdanenia bude rozprestretý rovnomerne po celom maloobchodnom trhu s potravinami, preto začneme s analýzou dopadu na ceny. Ten v takomto nastavení považujeme za najvýznamnejší.

Zvýšenie koncových cien

Väčšina spoločností venuje cenovej stratégii nemalé úsilie, v ktorej sledujú množstvo premenných. Z dlhodobého hľadiska sa ale všetky náklady musia odraziť v kalkulácii koncových cien, vrátane nákladov na dane. Ak by nárast cien znamenal konkurenčnú nevýhodu voči ostatným hráčom, spoločnosť sa môže snažiť vyššie náklady kompenzovať nižšími ziskami. Keďže dopad dane bude na všetkých rovnaký, spoločnosti sa budú snažiť udržiavať návratnosť investícií. Ich zníženie by znamenalo nespokojnosť akcionárov a odliv prostriedkov. Tento efekt vidíme napríklad pri zavedení nových spotrebných daní, či zvýšení (alebo znížení) DPH, kedy je prenos do cien relatívne priamočiary¹⁶. Na Slovensku sme ho zažili napríklad pri niektorých druhoch poistenia po zavedení odvodu na poistenie¹⁷.

Viacero empirických štúdií skúmalo efekt prenosu zmeny sadzby DPH či dane z obratu (sales tax) na ceny.

Dopady sú rôzne. Napríklad brazílska štúdia¹⁸ zmeny DPH zistila prenos zmeny do cien potravín menší ako 1 (1 % zmena sadzby znamená zmenu ceny o menej ako 1 %), no niektoré podskupiny potravín ho mali väčší ako 1. Podobne tak staršia americká štúdia¹⁹ identifikovala rôzne dopady, ale v prípade niektorých potravín (napr. ovocia) bol prenos dokonca 1,8, teda zvýšenie dane o 10 % znamenalo rast ceny o 18 %. Nedávna štúdia²⁰ sledovala zavedenie dane z cukru v meste Berkeley, ktorá sa do cien sladených nápojov preniesla s koeficientom takmer presne 1, celkovo bol prenos „cukrovej“ dane do rôznych potravín 0,67.

Mohlo by sa zdať, že hornou hranicou zvýšenia cien je v slovenskom prípade číslo 2,5 %, teda výška sadzby odvodu. Ako priemer to samozrejme platí, ale pri rôznych skupinách výrobkov môže byť efekt veľmi odlišný. Odvod je uvalený na tržby za všetky tovary, ktoré reťazec predáva. Pri niektorých tovaroch (napríklad elektronika, oblečenie) však reťazec ceny zvyšovať nemôže, pretože má konkurentov, ktorých sa tento odvod netýka (elektroobchody, obchody s oblečením) a tí ceny zvyšovať nebudú. Preto je predpoklad, že vyšší tlak na ceny bude pri tovare, v ktorom reťazce dominujú – teda pri potravinách. Skutočný nárast cien potravín tak môže prekročiť 2,5 %.

Priemerný mesačný výdavok štvorčlennej domácnosti na potraviny je 275 eur²¹. Ak by prišlo k zvýšeniu cien o 2,5%, znamenalo by to mesačné výdavky rodiny vyššie zhruba o 7 eur. Každé ďalšie percento nárastu cien potravín by znamenalo 2,75 eura navyš.

Nižšie mzdy

Viacero empirických štúdií ukazuje veľký prenos daňovej záťaže na zamestnancov, najmä v prípade zvýšenia dane z príjmu právnických osôb (corporate tax). Napríklad štúdia z roku 2010 na dátach viac ako 55 000 spoločností v Európe identifikovala 49 %-ný prenos na mzdy (teda 1€ dane zredukovalo mzdové výdavky o 49 centov)²². Priemerne sa udáva prenos 30 % - 250 % z dodatočného zdanenia na mzdy zamestnancov²³.

Na súčasnom trhu práce sa takýto scenár zdá byť nepravdepodobný, keďže zamestnanci by prechádzali do iných sektorov za výhodnejšou ponukou. Maloobchod je však významným zamestnávateľom v zaostalejších regiónoch a významným poskytovateľom flexibilnej práce pre matky, či dôchodcov, a takisto vstupnou bránou na trh práce pre ľudí s nízkou kvalifikáciou, či dlhodobo nezamestnaných, ktorí veľkú možnosť voľby zamestnania nemajú. Prenos nákladov do miezd tiež nemusí znamenať pokles nominálnych miezd, ale pomalší nárast miezd, či benefitov.

Nižšie investície

Okrem vyšších koncových cien a nižších miezd, môže maloobchod zareagovať aj znížením ziskovosti (marže). Napriek ľudovej popularite takejto udalosti, nižšie zisky v prvom rade znamenajú nižšie investície, keďže sa zníži množstvo kapitálu v sektore. Nižšie investície budú znamenať pomalší rozvoj maloobchodu a neskorší príchod moderných technológií a služieb pre zákazníkov. Z takéhoto vývoja môžu profitovať tí obchodníci, ktorí majú priestor na zníženie marží a získať trhovú podiel, či priamo vytlačiť konkurenciu z trhu.

2. Byrokracia a neistota

Okrem samotnej sadzby odvodu (priame finančné náklady) treba počítať aj s dopadom administratívnych nákladov odvodu (byrokratické náklady). Akákoľvek sektorová daň musí mať z definície úzke vymedzenie, „koho“ bude zdaňovať. V prípade spotrebných daní je to pomerne jednoduché, keďže sa posudzuje jasne vymedzený produkt ako je benzín, lieh, alebo tabak. V prípade činností je to zložitejšie, pretože v skutočnom svete neexistujú jasné hranice. V potravinách si vie zákazník kúpiť kreditnú kartu, na benzínke potraviny, na pošte drogeriu. To následne vedie k zložito konštruovaným pravidlám, ktoré na jednej strane spôsobujú podnikateľom nemalé náklady, aby vôbec správne vypočítali svoju odvodovú povinnosť (alebo vôbec zistili, či sa ich odvod týka), a na druhej strane zložité pravidlá motivujú k objavovaniu dier a ich využívaniu. Výsledkom sú často súdne spory, napríklad spor pri Osobitnom odvode z podnikania v regulovaných odvetviach, kde

sa musí zložito odlišovať, ktoré príjmy pochádzajú z regulovaného, a ktoré z neregulovaného podnikania. Napríklad v rozsudku 25-235-2014 sa okrem iného konštatuje: „18. Zákon o osobitnom odvode nerešpektuje požiadavku určitosti a zrozumiteľnosti právnych noriem, keďže obsahuje viaceré zásadné nejasnosti, čo sa týka obsahu a výkladu v ňom obsiahnutých právnych noriem²⁴.“

Definícia platiteľa odvodu v návrhu zákona je pomerne jednoduchá. Obmedzujúce kritériá sú len štyri:

1. Odvodová povinnosť nad 5000 eur, teda čistý obrat do 200 000 eur ročne.
2. Aspoň 10 % obratu pochádza z predaja potravín konečnému spotrebiteľovi.
3. Má prevádzky aspoň v dvoch okresoch.
4. Je prevádzkovateľom potravinárskeho podniku²⁵.

Na základe týchto veľmi širokých kritérií tak do povinnosti platiť odvod môže spadnúť obrovské množstvo maloobchodov. Bude to prakticky akákoľvek predajňa, ktorá aspoň v malom množstve (10% obratu) predáva potraviny, a zároveň má prevádzky aspoň v dvoch okresoch. Ale to nie je zďaleka koniec. Ocitnúť sa tam môžu aj malé predajne, zapojené v alianciách, pretože aj aliancia (napríklad Môj obchod) poskytujúca len marketingové, alebo dodávateľské služby, sa ráta za „reťazec“. Do odvodu môžete spadnúť aj právnym či príbuzenským vzťahom. Ste spoločníkom v dvoch s.r.o., ktoré predávajú potraviny v dvoch okresoch? Problém. Máte úspešné mäsiarstvo v jednom okrese a vaša mama predajňu koláčov v druhom? Hrozí vám, že na vás budú pozerieť ako na reťazec. Podmienkou je síce mať spoločné marketingové aktivity, či dizajn, ale čo to presne znamená?

Ďalšou otázkou môžu byť e-shopy, predávajúce potraviny. Formálnu prevádzku majú väčšinou iba jednu, no uspokojí sa s tým daňová kontrola? Problém môžu mať aj potravinári, ktorí majú veľké podnikové predajne, ktoré im zabezpečia viac ako 10 % obratu. Paradoxne sa môžu dostať do situácie, keď radšej na čas prestanú v predajni predávať koncovým zákazníkom, len aby neprekročili hranicu 10%. Pozerajúc na oficiálny odhad príjmov z tohto odvodu, ktorý kopíruje len obrat veľkých reťazcov, predkladatelia nad možnosťou širokého dopadu svojho zákona neuvažujú.

Niektorých veľmi malých obchodníkov môže od odvodu ochrániť limit 5 000 eur odvodovej povinnosti, teda obrat do 200 000 eur. Ale pozor, ochráni len od platenia odvodu, nie od jeho vykazovania! Byrokracia vám teda ostane.

Aby to nebolo málo komplikované, samotný odvod sa platí štvrťročne, takže povinnosť platiť sa môže „zapínať“ a „vypínať“ podľa toho, či vaše podnikanie presiahne v danom štvrťroku obrat 200 000 eur. V poslednom štvrťroku je dokonca akési „odvodové zúčtovanie“, keď sa miesto štvrťroku sadzba odvodu použije na obrat za celý rok a predchádzajúce štvrťroky sa od neho následne odčítajú.

Byrokracia tak bude nemalá. Zákon samozrejme pamätá aj na sankcie. Ak nepodá obchodník oznámenie, alebo odvod nezaplatí, dostane pokutu 0,2% z posledných známych výnosov za účtovné obdobie. Ako spomíname vyššie, zákon nič nehovorí o tom, že obchodníci pod limitom nemusia poslať oznámenie. Takže „reťazec“ s výnosmi 100 000 eur, ktorý síce platí odvod nemusí, ale nepošle výnos, dostane pokutu 200 eur. Musíte si strážiť nielen obrat, ale aj podiel predaja potravín koncovému zákazníkovi, ktorý nemôže byť viac ako 10%. To znamená viac práce pre účtovníkov, ktorí musia pozorne rozlišovať, ktorá položka je potravinou, a ktorá nie. Za každý štvrťrok zvlášť! K byrokracií sa tak pridáva aj neistota pokuty.

Poškodené podnikateľské prostredie

Nezanedbateľným efektom novej dane bude aj dopad na podnikateľské prostredie na Slovensku ako také. Už štvrtá selektívna daň behom niekoľkých rokov signalizuje investorom a podnikateľom zvýšenú neistotu a riziko. Dane sú uvažované bez jasného zámeru v časoch, keď rozpočtové príjmy dosahujú rekordy. Dnes sú to

banky, poisťovne, telekomunikácie, energetika, reťazce, zajtra to môže byť ktorýkoľvek iný sektor. Rovnako tak okruh zasiahnutých subjektov má tendenciu rásť – videli sme to nielen v zahraničných príkladoch, ale aj pri slovenskej dani z poistenia, ktorá sa rozrástla z úzkeho okruhu na takmer všetko poistenie. Podobne tak daň z „reťazcov“ dnes môže byť daňou z „obchodu“ zajtra.

Laická verejnosť si často zamieňa obrat so ziskom, preto je dôležité upozorniť, že tržby nedávajú ani zďaleka kompletný obraz o výkonnosti spoločnosti. Vysoké tržby môže mať aj spoločnosť na hranici bankrotu. Daň uvalená na tržby dopadá rovnakým dielom na spoločnosti vo vynikajúcej kondícii, aj na spoločnosti s problémami. Neznamená to, že daň uvalená na zisk je „lepšia“ (ekonómia s takouto terminológiou ani nepracuje), ale je potrebné vnímať rozdiely. Daň uvalená na zisk zase môže znižovať motivácie investovať, odradiť novú konkurenciu od vstupu na slovenských trh, a tým nepriamo poškodiť spotrebiteľa. Na tému finančnej výkonnosti slovenských maloobchodných reťazcov si môžete prečítať napríklad komentár Aká je realita „nadmerných“ ziskov reťazcov²⁶.

Paradoxne, už dnes reťazce platia niečo, čo sa dá vzdialene prirovnať k maďarskému „poplatku za hygienické kontroly“. Na Slovensku majú podobu miliónových pokút za hygienické prehrešky, ktorým sa ale vzhľadom k ich nastaveniu prakticky nedá vyhnúť, a vzhľadom k množstvu prevádzok je ich priebežné uvalovanie na reťazce len otázkou štatistiky. V prípade jedného reťazca ich celková výška dosiahla v rokoch 2014 – 2016 až dve tretiny jeho daňovej povinnosti²⁷.

Päť najväčších reťazcov²⁸ dosiahlo v roku 2017 tržby 4,7 miliardy eur. Pri aplikácii 2,5 % sadzby vychádza za minulý rok odvodová povinnosť 118 miliónov eur. Celkový zisk týchto spoločností pritom dosiahol len 263 miliónov eur. Ak budeme predpokladať opačný extrém, teda že odvod sa vôbec neprenesie do cien, ale celý ho pokryjú obchodníci nižšími maržami, zisk sa zníži na polovicu. Pritom práve zisk je kľúčovým zdrojom pre nové investície.

Aj keď dnes je na verejnosti pojem „investor“ vnímaný najmä cez optiku automobiliek, aj v maloobchode je nevyhnutný prílev kapitálu do investícií. Sektor služieb zamestnáva vo vyspelom svete najviac ľudí, a aj sem prinášajú technológie menšie či väčšie revolúcie. Americká spoločnosť Amazon začiatkom septembra 2018 prekonal trhovú kapitalizáciu bilión dolárov. Z pôvodného zásielkového predajcu kníh sa vypracovala na svetového technologického lídra, ktorý spojil maloobchod s témami ako automatizácia, umelá inteligencia, či mobilita. Maloobchod sa naprieč svetom naďalej prudko transformuje, a tento proces bude úspešný len v kvalitnom podnikateľskom prostredí. S postupujúcim zjednocovaním trhu EÚ má čoraz viac služieb cezhraničný dosah. Termín „konkurencieschopnosť“ má dôležitý význam aj v maloobchode.

Paradoxne, budú to práve menší obchodníci, na ktorých kladivo odvodu dopadne najviac. Formovanie reťazcov a aliancií je kľúčový spôsob, ako byť úspešný na trhu s veľkými hráčmi. Malé obchody s farmárskymi či lokálnymi produktami, či malí výrobcovia potravín predávajúci priamo koncovému zákazníkovi, budú odvodom odradení od rastu. Rast z jednej prevádzky na dve či viac, alebo zapojenie sa do aliancie, bude pre nich znamenať nový nával byrokracie a novú finančnú záťaž.

Pomôže odvod poľnohospodárstvu?

Kľúčovým argumentom predkladateľov je pomoc poľnohospodárstvu, ktorú má zabezpečiť práve tento odvod. Opäť existuje viacero dôvodov, prečo o tom pochybovať:

- Odvod nie je nijako legislatívne prepojený s poľnohospodárstvom. V návrhu zákona sa spomína len to, že „v kapitole ministerstva pôdohospodárstva ... sa každoročne rozpočtujú finančné prostriedky zodpovedajúce rozdielu sumy výnosu z odvodu...“ Žiaden fond sa reálne týmto zákonom nenapĺňa – on totiž ani neexistuje, ešte je len na začiatku legislatívneho procesu.

- Dôvodová správa nejasnosti ďalej zvyšuje. Píše sa v nej okrem iného: „V tejto súvislosti považujeme za

potrebné financovať najmä odbyt poľnohospodárskych produktov a potravinárskych výrobkov, financovať analýzy, prieskumy, výstavy a prezentácie súvisiace s odbytom poľnohospodárskych produktov a potravinárskych výrobkov.“ Koľko zdrojov z odvodu reálne skončí v rukách poľnohospodárov a koľko pôjde na analýzy, prieskumy, výstavy a prezentácie je otázne. Kampane sa pritom často ani nevyhodnocujú, ako v prípade neslávne známej kampane na sladkovodné ryby.

- Len zo Spoločnej poľnohospodárskej politiky má slovenské poľnohospodárstvo k dispozícii zhruba 700 miliónov eur ročne. Pritom panuje celý rad podozrení, ako sa s týmito zdrojmi nakladá, či už v prvom pilieri (aktuálne „talianske“ kauzy), či v druhom pilieri (kauza „Babindol“).

- Kritickým miestom slovenského poľnohospodárstva sú vlastnícke a užívateľské vzťahy k pôde, ktoré dodatočné peniaze nijak neriešia.

Záver

Maloobchod, najmä vo forme reťazcov, je nevyhnutnou súčasťou dobre fungujúcej ekonomiky. Napriek romantickým predstavám o malých obchodíkoch v susedstve, väčšina spotrebiteľov preferuje pohodlie a rýchlosť nakupovania bežných spotrebných statkov v super- a hypermarketoch. Koncentrácia predaja umožňuje znížiť koncovú cenu pre zákazníka a spraviť tovar dostupnejším. V dnešných časoch nie sú zanedbateľné ani environmentálne efekty koncentrácie – menej jazd osobných áut aj zásobovacích kamiónov, menšie náklady na chladenie, či vykurovanie, atď.. Horšie fungujúci maloobchod nepomôže ani slovenským výrobcom potravín, či iných produktov. Len finančne zdravý maloobchod, dostatočne kapitálovo vybavený a schopný zaplatiť kvalitných ľudí, si môže dovoliť pribrať medzi dodávateľov aj malých lokálnych výrobcov.

Veľkí obchodníci zdražia, budú menej investovať, či opatrnejšie rozdávať bonusy zamestnancom. No pre malých obchodníkov môže odvod znamenať zásadnú bariéru pre ich rast. Ak sa ju rozhodnú prekonať, čakajú ich vyššie náklady, byrokracia a pokuty. To všetko v mene pomoci poľnohospodárstvu, ktorá je viac fatamorgánou, ako realitou.

Kontakt:

Martin Vlachynský
martin.vlachynsky@iness.sk

Vydal: INESS – Inštitút ekonomických a spoločenských analýz

www.iness.sk

Rok vydania: 2018



Zdroje

- ¹ <https://www.nrsr.sk/web/Default.aspx?sid=zakony/zakon&ZakZborID=13&CisObdobia=7&CPT=1162>
- ² <https://www.reuters.com/article/hungary-retail-idUSL8N12S4C320151028>
- ³ <https://www.kcgpartners.com/eu-courts-decision-on-the-hungarian-food-chain-inspection-fee-and-tobacco-sales-tax/>
- ⁴ https://bbj.hu/politics/ecj-rules-hungarys-tax-on-retailers-discriminatory_75389
- ⁵ <https://www.kcgpartners.com/hungarian-advertisement-tax-contrary-eu-law/>
- ⁶ <https://www.squirepattonboggs.com/~media/files/insights/publications/2016/08/new-tax-on-retail-sales-in-poland/newtaxonretailsalesinpoland.pdf>
- ⁷ <https://www.ft.com/content/89946dd6-5d89-11e7-9bc8-8055f264aa8b>
- ⁸ <https://www.ey.com/gl/en/services/tax/international-tax/alert--poland-further-delays-implementation-of-retail-sales-tax-following-european-commissions-finding-of-state-aid>
- ⁹ <https://www.etrend.sk/financie/bankovy-odvod-nakoniec-moze-zaplatit-spotrebiteľ.html>
- ¹⁰ <http://www.teraz.sk/ekonomika/banky-prispevky-rezolucny-fond/164159-clanok.html>
- ¹¹ <https://podpora.financnasprava.sk/564852-V%C5%A1eobecn%C3%A9-inform%C3%A1cie>
- ¹² <http://hsr.rokovania.sk/162877/2018-/>
- ¹³ https://www.nbs.sk/_img/Documents/_Legislativa/_Vestnik/MU_2_2010.pdf
- ¹⁴ <https://spravy.pravda.sk/ekonomika/clanok/454068-odvod-z-poistenia-nahradi-dan/>
- ¹⁵ http://iness.sk/sites/default/files/documents/pdf/INT/2017/int_7-2017_lepsie_zakony.pdf
- ¹⁶ Vid' napríklad Aký vplyv na ceny malo zavedenie nižšej sadzby DPH na potraviny. Alebo prečo sa aj predpovede môžu myliť...“, Martin Hudcovský, Monitor hospodárskej politiky 2017 č.2/jún, KHP, NHF, EUBA, Online dostupné na https://www.nhf.euba.sk/www_write/files/MHP_06_17_web.pdf
- ¹⁷ <https://www.fincentrum.com/sk/aktuality/poistovne-kvoli-novemu-odvodu-zdvihli-ceny-niektorých-produktov/>
- ¹⁸ https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/19613/CEPESP_Politi%3B%20Mattos.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- ¹⁹ <http://www.nber.org/papers/w6667.pdf>
- ²⁰ <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5395172/>
- ²¹ Slováci mŕňajú takmer pätinu svojich výdavkov na potraviny a nealko nápoje <https://www.etrend.sk/ekonomika/slovaci-minaju-takmer-patinu-svojich-vydavkov-na-potraviny-a-nealko-napoje.html>
- ²² <http://ftp.iza.org/dp5293.pdf>, pri použití mediánu dokonca 75% http://www.sbs.ox.ac.uk/sites/default/files/Business_Taxation/Docs/Publications/Working_Papers/Series_09/WP0917.pdf
- ²³ <https://taxfoundation.org/labor-bears-corporate-tax/> Table 4. Empirical Evidence on the Economic Incidence of CIT on Labour
- ²⁴ <https://obcan.justice.sk/content/public/item/4e760bad-01fd-4b95-9811-79ca89708d30>
- ²⁵ Predkladatelia sa odvolávajú na Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 178/2002, kde sa píše: „potravinársky podnik“ znamená akýkoľvek podnik, či už pre zisk alebo nie, štátny alebo súkromný, vykonávajúci ktorúkoľvek z činností súvisiacich s ktorýmkoľvek stupňom výroby, spracúvania a distribúcie potravín“
- ²⁶ <https://blog.etrend.sk/iness/aka-je-realita-nadmerných-ziskov-retazcov.html>
- ²⁷ Viac v publikácii OBCHODNÉ REŤAZCE: MÝTY A FAKTY I - Hygiena v reťazcoch
- ²⁸ Tesco, Lidl, Kaufland, Billa, Metro
- ²⁹ Marketingový fond má pomôcť slovenským potravinám na ceste do obchodu <https://spravy.pravda.sk/ekonomika/clanok/484158-marketingovy-fond-ma-pomocť-slovenským-potravinám-na-cestě-do-obchodu/>
- ³⁰ <https://www.aktuality.sk/clanok/598793/zakazka-z-eurofondov-sla-bez-sutaze-kmotrikovym-firmam-eu-ju-nepreplatila> Zákazka z eurofondov šla Kmotríkovej TA3 bez súťaže. EÚ ju nepreplatila
- ³¹ <https://domov.sme.sk/t/4314/kauza-babindol>

