

Računovodstveni i porezni aspekti prodaje na daljinu unutar EU

Tolić, Kristina

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **The University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić / Veleučilište s pravom javnosti Baltazar Zaprešić**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:129:782887>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-28**

Repository / Repozitorij:

[Digital Repository of the University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić](#) - The aim of Digital Repository is to collect and publish diploma works, dissertations, scientific and professional publications



VELEUČILIŠTE
s pravom javnosti
BALTAZAR ZAPREŠIĆ
Zaprešić

Stručni prijediplomski studij
Poslovanje i upravljanje

KRISTINA TOLIĆ

RAČUNOVODSTVENI I POREZNI ASPEKTI PRODAJE NA
DALJINU UNUTAR EU

ZAVRŠNI RAD

Zaprešić, 2024. godine

VELEUČILIŠTE
s pravom javnosti
BALTAZAR ZAPREŠIĆ
Zaprešić

Stručni prijediplomski studij
Poslovanje i upravljanje

Usmjerenje Poslovna ekonomija i financije

ZAVRŠNI RAD

RAČUNOVODSTVENI I POREZNI ASPEKTI PRODAJE NA
DALJINU UNUTAR EU

Mentorica:

dr. sc. Socio. Maja Buljat, v. pred.

Studentica:

Kristina Tolić

Naziv kolegija:

PODUZETNIČKO RAČUNOVODSTVO

JMBAG studenta:

0231028366

SADRŽAJ

SAŽETAK.....	1
ABSTRACT	2
1. UVOD.....	3
1.1 Predmet istraživanja	3
1.2 Ciljevi istraživanja.....	3
1.3 Metode istraživanja	4
1.4 Struktura rada	4
2. OSNOVNE ZNAČAJKE PRODAJE NA DALJINU	5
2.1 Oblici prodaje robe na daljinu	5
2.2 Zakonska regulativa prodaje na daljinu	6
2.2.1 Zakon o trgovini	6
2.2.2 Zakon o zaštiti potrošača.....	6
2.2.3 Zakon o elektroničkoj trgovini.....	7
3. SPECIFIČNOSTI PRODAJE ROBE NA DALJINU.....	8
3.1 Prednosti i nedostaci.....	8
3.2 B2B Prodaja	10
3.3 B2C Prodaja	10
3.4 Prodaja putem Amazona	11
4. OPOREZIVANJE POREZOM NA DODANU VRIJEDNOST U PRODAJI ROBE NA DALJINU	13
4.1 Područje primjene	13
4.2 Nastanak oporezivog događaja.....	14
4.3 Predmet oporezivanja	14
4.4 Mjesto oporezivanja	15

5. POSEBNI POSTUPAK OPOREZIVANJA PRODAJE DOBARA NA DALJINU .	17
5.1 Sustav „sve na jednom mjestu“ – OSS.....	18
5.1.1 Registracija u programu Unije	18
5.1.2 Prijava i plaćanje PDV-a u Union shemi	20
5.1.3 Potrebne evidencije	21
6. PRIJAVA PDV-a U OSS SUSTAVU NA PRIMJERU PODUZEĆA	23
6.1 Nova PDV prijava	23
6.2 Ispravak podnesene PDV prijave	24
7. ZAKLJUČAK	25
8. IZJAVA.....	27
9. POPIS LITERATURE	28
10. POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA	29

SAŽETAK

Prodaja na daljinu, koju uglavnom nazivamo internet prodaja ili e-trgovina, oblik je trgovine koja se odvija putem različitih sredstava daljinske komunikacije, izvan fizičkih trgovina. Internet prodaja pruža kupcima mogućnost da kupuju proizvode bez odlaska u fizičku trgovinu i to koristeći telefone, kataloge, internet, poštu i slične alate. Prodaja putem telefona, kataloška prodaja i internetska prodaja samo su neki od oblika prodaje na daljinu koji su postali široko prihvaćeni u poslovnom okruženju.

E-trgovinu reguliraju razni zakoni poput Zakona o zaštiti potrošača, Zakona o trgovini te Zakona o elektroničkoj trgovini. Navedeni zakoni propisuju obveze trgovcima u vezi s ispravnim informiranjem potrošača, sklapanjem ugovora i pružanjem prava na jednostrani raskid ugovora. Iako internet prodaja, kao najrasprostranjeniji oblik prodaje na daljinu, nudi niz prednosti, ali isto tako ima i svoje izazove poput zasićenosti tržišta, nedostatka ljudskog kontakta i problema sigurnosti.

U poslovnom okruženju, dva najučestalija modela prodaje su B2B (poslovni-poslovni) i B2C (poslovni-potrošač). Za jednostavnije porezno i računovodstveno tretiranje ovih transakcija, uspostavljen je poseban sustav oporezivanja unutar Europske unije, poznat kao OSS (One Stop Shop), koji olakšava procese prijave i plaćanja PDV-a za isporuke na daljinu unutar EU.

OSS sustav omogućuje poreznim obveznicima da se registriraju u jednoj od država članica i prijavljuju PDV za sve isporuke unutar EU putem jedinstvenog sučelja. Iako je registracija u OSS sustav dobrovoljna (do određenog praga), pruža značajno administrativno rasterećenje te osigurava usklađenost poreznim propisima unutar Europske unije.

Ključne riječi: Prodaja robe na daljinu, PDV, OSS sustav

Title in English: ACCOUNTING AND TAX ASPECTS OF DISTANCE SALES OF GOODS WITHIN THE EU

ABSTRACT

Distance sale of goods, also known as Internet sales or e-commerce, is a kind of sale that takes place through different distance communication tools, without physical stores. Internet sale allows buyers to make purchases without going to an actual store, using their phones, catalogues, internet, mail etc. Telephone sales, TV sales, catalogue and internet sale are some of the most used ways for distance sale that have been widely accepted in the business environment.

E-commerce is regulated by the Law on Consumer protection, the Law on Trade, and the Law on Electronic Trade. These laws regulate obligations of the sellers in relation to providing relevant information to consumers, concluding contracts, and allowing one-way cancellation of the contract. Even though internet sales, as the most widespread way of distance sales, has many advantages it also has its challenges, such as market overflow, lack of human contact and security issues.

In business environment, two most common models are B2B (business to business) and B2C (business to customer). For simpler tax and accounting treatment of these transactions, a special tax system has been set up within the EU, known as OSS (One Stop Shop), which eases the processes of registration and payment of VAT for distance sales of goods within the EU.

OSS system allows the taxpayer to register in only one Member state of the EU and submit VAT report using a singular interface. OSS system registration is voluntary (up to a certain threshold) however it provides significant administrative relief and tax compliance with EU regulations.

Key words: Distance sales of goods, VAT, OSS system

1. UVOD

Ovaj rad bavi se financijskim i poreznim aspektima obavljanja prodaje na daljinu preko granica EU. Obrađuju se teme PDV tretmana, usklađenosti sa poreznim propisima specifičnim za prekogranične transakcije unutar Europske unije te postupke koje porezni obveznici moraju ispoštovati kod prodaje na daljinu.

1.1 Predmet istraživanja

Svjedoci smo velike promjene u načinu trgovanja. Više nije nužno da fizički odemo u trgovinu po proizvod koji želimo kupiti. Razvoj interneta, digitalizacija i automatizacija su nam omogućile da iz udobnosti vlastitog doma „klikamo“ po web trgovinama i kupujemo te nam je manje bitno da li će proizvod doći iz Hrvatske, Njemačke ili pak Belgije. Međutim, prodavateljima koji stoje iza tih web stranica je itekako bitno, kao i njihovim računovodstvima i poreznim tijelima država u kojima se odvijaju te transakcije stoga će ovaj rad pružiti detaljniji uvid u postupke koji slijede nakon što potrošač obavi svoju kupnju putem interneta. Porezni obveznici, su u prethodnim razdobljima (nakon prelaska određenog praga) morali obaviti registraciju u PDV sustav svake države u kojoj bi krajnjem kupcu – potrošaču isporučili svoja dobra/usluge što je administrativno i financijski svakako bio zamoran posao. 1. srpnja 2021. uvodi se OSS sustav za posebni postupak oporezivanja prodaje na daljinu (koji je proširenje ranijeg MOSS sustava) te obveznici putem ovog jedinstvenog sustava prijavljuju svoje isporuke u svim državama članicama bez obveze pojedinačnog registriranja u svakoj od države članice. Iako postoje razni članci na ovu temu, smatram kako je bitno da se cjelokupna procedura i informacije objedine u jednom dokumentu. Ponajprije iz razloga što je prodaja na daljinu sve učestalija u Hrvatskoj te novi obveznici ovog sustava moraju biti upućeni u sve aspekte takvog načina poslovanja.

1.2 Ciljevi istraživanja

Cilj ovog rada je teorijski analizirati prodaju na daljinu unutar EU sa računovodstvenog i poreznog stajališta, te na praktičnom primjeru prikazati računovodstvene procese koji nastaju kod takve prodaje kao i porezne prijave koji su obveznici dužni dostavljati.

1.3 Metode istraživanja

Raščlanjivanje složenih pojmova i zaključaka na jednostavnije dijelove provoditi će se metodom analize, dok će se metodom generalizacije iz pojedinačnih opažanja utvrditi opći zaključci. Suprotno od generalizacije, specijalizacijom će se postići „sužavanje“ tj. od općeg pojma dolazi se do jednog užeg. Deduktivnom metodom će se također iz općih sudova doći do onih pojedinačnih (ponajprije kod pojašnjavanja zakona). Metodom kompilacije će se u ovaj rad uključiti tuđa opažanja, stavovi, zaključci i spoznaje.

1.4 Struktura rada

Ova se završni rad sastoji o ukupno sedam poglavlja: Uvod, Osnovne značajke prodaje na daljinu, Specifičnosti prodaje robe na daljinu, Oporezivanje porezom na dodanu vrijednost u prodaji robe na daljinu, Posebni postupak oporezivanja prodaje dobara na daljinu, Prijava PDV-a u OSS sustavu na primjeru poduzeća te Zaključak.

Drugo poglavlje, osnovne značajke prodaje na daljinu, pobliže definira što je to točno prodaja na daljinu, koji sve oblici prostoje te kojim zakonskim okvirima je regulirana prodaja dobara na daljinu. U trećem poglavlju, specifičnosti prodaje robe na daljinu, analiziraju se prednosti i nedostaci Internet trgovine, specifičnosti B2B i B2C prodaje kao i posebne karakteristike prodaje putem Amazona.

Poglavlje oporezivanje poreznom na dodanu vrijednost detaljnije se objašnjavaju glavna pravila oporezivanja PDV-om, poput mjesta oporezivanja, kada točno nastaje oporezivi događaj, na koja područja se sve primjenjuje Zakon te što se smatra predmetom oporezivanja.

Peto i šesto poglavlje bave se posebnim postupkom oporezivanja te OSS sustavom. U ovim poglavljima, fokus se stavlja na prodaju robe na daljinu putem Internet trgovina, krajnjim potrošačima unutar EU. Pojašnjava se posebni postupak oporezivanja ovakve prodaje, te se analizira funkcioniranje OSS sustava koje koriste države članice Europske unije te države koje obavljaju ovakvu vrstu prodaje na teritoriju Europske unije.

Zadnje, šesto poglavlje je zaključak u kojem autorica sažima ključne informacije obrađene u radu te iznosi određene preporuke.

2. OSNOVNE ZNAČAJKE PRODAJE NA DALJINU

Prodaja na daljinu je oblik trgovine koja se odvija izvan fizičkih trgovina, odnosno prodaja dobara putem sredstava daljinske komunikacije. Crikveni Filipović (2017) navodi kako se sredstvima daljinske komunikacije smatraju sva sredstva putem kojih se mogu sklopiti ugovori na daljinu a bez fizičke prisutnosti trgovca i potrošača.

2.1 Oblici prodaje robe na daljinu

Najčešće se prodaja na daljinu odvija putem telefona, kataloga, interneta i pošte.

Prodaja putem telefona: Prema Crikveni Filipović (2017), jedan od učestalijih oblika prodaje na daljinu je telefonska prodaja koja podrazumijeva komunikaciju prodavatelja i kupca telefonskim putem bez neposrednog fizičkog doticaja. Telefonska prodaja se može obavljati bez ljudskog posredovanja ili s njim. Kod telefonske prodaje poziv najčešće dolazi od strane prodavatelja a uspješnost uvelike ovisi o sposobnostima prodavatelja.

Prodaja putem televizije: TV Prodaja je oblik prodaje na daljinu u kojem prodavatelj nudi svoje proizvode putem televizije. Kao i kod telefonske prodaje, do same realizacije dolazi telefonskim putem, međutim kod TV prodaje kupac je taj koji inicira poziv prema prodavatelju a na temelju TV oglasa.

Prodaja putem kataloga: Treći oblik prodaje na daljinu je kataloška prodaja. Prodavatelj robu nudi potrošačima putem kataloga u kojima su definirane vrste proizvoda, cijena, način plaćanja, način podnošenje reklamacije te uvjeti narudžbe. U sklopu samog kataloga se najčešće nalaze i narudžbenice putem kojih kupac može naručiti robu a prodavatelj istu dostavlja poštom.

Prodaja putem interneta: Internetska prodaja je danas najrašireniji oblik prodaje na daljinu (a i općenito prodaje). Kod ovog oblika prodaje roba se potrošačima nudi putem interneta. Prodaja se može obavljati bez izravnog doticaja kupca i prodavatelja, te u kombinaciji sa klasičnom prodajom. Cvanciger (2022) navodi da kombinacija sa klasičnom prodajom podrazumijeva da prodavatelj ima i fizičku trgovinu u kojoj kupac može pregledati proizvod te onda isti naručiti putem interneta.

2.2 Zakonska regulativa prodaje na daljinu

Prodaja na daljinu regulirana je Zakonom o trgovini (NN 87/08. – 33/23.), Zakonom o zaštiti potrošača (NN 19/22), Zakonom o elektroničkoj trgovini (NN 173/03. – 32/19.) te Zakonom o porezu na dodanu vrijednost (NN 73/13 do 114/23).

2.2.1 Zakon o trgovini

Svaka trgovina, pa tako i ona internetska, mora udovoljavati minimalnim tehničkim uvjetima koji su propisani Zakonom o trgovini, odnosno Pravilnikom o minimalnim tehničkim uvjetima. Međutim, navedeno vrijedi samo kada trgovac robu koju prodaje ujedno i skladišti. Ukoliko se prodaja vrši na način da se roba isporučuje kupcu direktno od dobavljača odnosno proizvođača, trgovac nije dužan ishoditi odobrenje za minimalne tehničke uvijete. U situacijama kada trgovac koji već ima fizičku trgovinu te posjeduje rješenje o minimalnim tehničkim uvjetima, odlučuje pokrenuti i Internet trgovinu, ne mora ishoditi novo odobrenje. Prema Lukač (2014), trgovac koji pokreće obavljanja prodaje putem interneta također mora registrirati trgovačko društvo ili obrt pod djelatnosti *usluge informacijskog društva*.

2.2.2 Zakon o zaštiti potrošača

Zakon o zaštiti potrošača uređuje zaštitu osnovnih prava potrošača pri kupnji ali i pri drugim oblicima stjecanja proizvoda na tržištu, pa tako glava III ovog Zakona uređuje sklapanje ugovora izvan poslovnih prostorija te ugovora na daljinu. Članci 60. i 61. Zakona definiraju obveze trgovca koje se moraju ispuniti prije sklapanja ugovora ili obvezujuće ponude izvan poslovnih prostorija i na internetskom tržištu. Između ostaloga, trgovac je obavezan na jasan i razumljiv način potrošača obavijestiti o glavnim obilježjima proizvoda, svojem nazivu i sjedištu, maloprodajnoj cijeni ili o izračunu cijene te ostalim troškovima poput dostave, poštarine i sl., uvjetima plaćanja i isporuke robe, načinu podnošenja prigovora i povrata i slično. Nadalje, trgovac je dužan navedene obavijesti prilagoditi sredstvu daljinske komunikacije koje se koristi.

Ukoliko se ugovor sklapa putem telefona, trgovac je, sukladno članku 73. Zakona, dužan potrošaču dostaviti ponudu na trajnom mediju u svrhu nedvojbenog utvrđivanja primitka ponude, a ugovor se smatra sklopljenim tek kada potrošač dostavi trgovcu svoju suglasnost o sklapanju ugovora.

Obzirom na prirodu sklapanja ugovora na daljinu, neminovno je da će postojati situacije kada potrošač nije zadovoljan uslugom odnosno kupljenom robom. U takvim situacijama, potrošač ima pravo na jednostrani raskid ugovora. Zakon o zaštiti potrošača kroz članke 79. do 86. pripisuje prava i obveze trgovca i potrošača prilikom jednostranog raskida ugovora. Potrošač ima pravo u roku od 14 dana, bez obrazloženja, jednostrano raskinuti ugovor a trgovac mora bez odgađanja potrošaču vratiti sve što je plaćeno na temelju tog ugovora.

2.2.3 Zakon o elektroničkoj trgovini

Kada do sklapanja ugovora dolazi elektroničkim putem, na takvu prodaju se primjenjuju odredbe Zakona o elektroničkoj trgovini. Ovaj Zakon je ujedno usklađen i za Direktivom 2000/31/EZ Europskog parlamenta odnosno sa „Direktivom o elektroničkoj trgovini“. Ranije je spomenuto kako trgovac u slučaju otvaranja Internet trgovine, mora registrirati djelatnost usluge informacijskog društva te je upravo u tom dijelu nadležan Zakon o elektroničkoj trgovini. Zakon definira obveze informiranja davatelja usluga, isprave u elektroničkom obliku te prijenos informacija. Ugovor u elektroničkom obliku sklopljen je onoga trenutka kada ponuditelj primi elektroničku poruku koja sadrži izjavu ponuđenog da prihvaća ponudu (NN 32/19).

3. SPECIFIČNOSTI PRODAJE ROBE NA DALJINU

U današnje digitalno doba, Internet prodaja je najučestaliji oblik prodaje robe na daljinu, stoga ćemo se u ovom poglavlju osvrnuti na prednosti i nedostatke Internet trgovine kao i neke specifične situacije u računovodstvenom i poreznom tretmanu.

3.1 Prednosti i nedostaci

Internet prevladava cijelim svijetom, bilo to na osobnoj ili poslovnoj razini. Iskorištavanje prednosti koje nudi daje nam priliku za snižavanje troškova, stvaranje prihoda, promidžbu, marketing te pristup tržištima. Taher (2021), navodi kako je E-trgovina tijekom vremena postala temelj ekonomije a njezina sposobnost da omogućuje trgovinama širenje raspona potrošača kao i sposobnost da potrošačima nudi praktičnost, doprinosi značaju i rastu e-trgovine. Internet trgovina nudi mnoge prednosti, kako trgovcima tako i potrošačima. Taher također navodi i neke od prednosti Internet trgovine, poput:

- ❖ **Kupovina 0-24h kroz cijelu godinu** – Internet trgovina je dostupna uvijek, potrošači mogu kupovati u bilo koje doba dana, godine. To je posebice praktično potrošačima koji inače nemaju dovoljno slobodnog vremena za odlazak u fizičku trgovinu.
- ❖ **Sistematičnost** – E-trgovine, u pravilo, imaju izbornik koji je podijeljen u razne kategorije (ovisno o kakvoj trgovini se radi) što omogućuje potrošačima da pregledavaju samo proizvode iz kategorije koji ih zanimaju. Fizičke trgovine su često dizajnirane na način da je potrebno proći kroz cijelu (ili barem većinu) trgovine kako bi našli što vam treba ili samo izašli iz trgovine. Također, e-trgovine imaju pretraživače za još lakši i brži pronalazak proizvoda.
- ❖ **Praktičnost** – Upravo zbog praktičnosti je Internet trgovina iznimno popularna. Potrošač proizvode može naručiti sa bilo kojeg kraja svijeta u bilo koje doba dana.
- ❖ **Ušteda vremena** – Jedna od glavnih prednosti Internet trgovine je brzina odnosno ušteda vremena. Potrošaču je dovoljno par klikova za obavljanje kupnje što mu ostavlja više slobodnog vremena za ostale aktivnosti.
- ❖ **Nema geografskih ograničenja** – Ovo je izuzetno bitna karakteristika i velika prednost Internet trgovine. Jednako je važan za potrošače i za trgovce. Potrošač nije ograničen sa ponudom koja se nudi samo na prostoru na kojem živi, već ima mnoštvo izbora. Također, trgovcima omogućuje doseg tržištima na cijelom svijetu, bez troškova otvaranja fizičkih lokacija.

- ❖ **Ušteda novca** – Internet trgovine imaju značajno manje operativne troškove u odnosu na fizičke trgovine, nije potrebno plaćati najam prostora, režije i slično. Potrebno je manje djelatnika te se fokus može staviti na korisničku podršku.

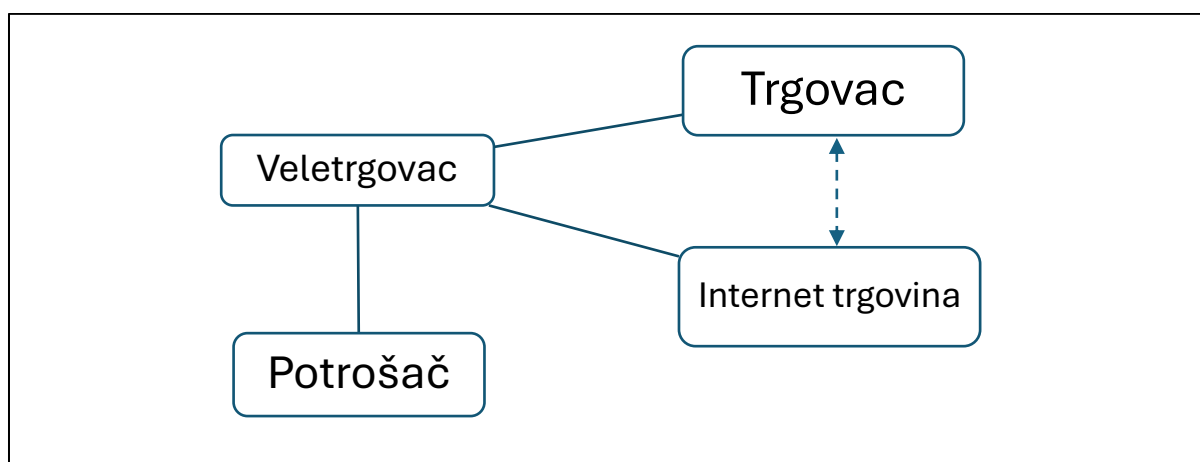
Iako Internet trgovina ima mnoge prednosti, kao i svaka druga trgovina, ima svoje nedostatke. Moglo bi se reći kako je većina navedenih prednosti i neka vrsta nedostataka:

- ❖ **Zasićenost tržišta** – Više, brže, jeftinije kao da je postao glavni moto velikog dijela Internet trgovina koje nastaju „kao gljive nakon kiše“. Svjedoci smo velikog razvoja e-trgovine, a samim time i njihove brojnosti što dovodi do zasićenosti na tržištu. Jednostavnim pretraživanjem proizvoda na Internet pretraživaču možemo vidjeti na desetke različitih e-trgovina koje prodaju istu stvar. Potrošačima to može izazvati osjećaj zagušenosti, te posljedično rezultirati odustajanjem o e-kupnje te odlaskom u trgovinu.
- ❖ **Nedostatak ljudskog kontakta** – Internet trgovini nedostaje jedan od glavnih faktora koji je u povijesti trgovinu činilo to što ona jest, a to je kontakt sa ljudima. Nema pozdrava, osmijeha i asistencije prodavačica i prodavača te nema prostora za stvaranjem ljudske povezanosti.
- ❖ **Dostava** – Koliko god se e-trgovine trude ubrzati procese dostave, potrošači jednostavno ne vole čekati. Nestrpljenje potrošača dovodi do nezadovoljstva. Drugim riječima, zadovoljstvo koje kupac ima nakon kupovine u fizičkoj trgovini, gdje dođe doma i može odmah koristiti proizvod koji je kupio, ne postoji kod Internet trgovine.
- ❖ **Nepovjerenje** – Kod e-trgovine potrošač nema mogućnost isprobati proizvod prije kupnje, može pročitati recenzije i gledati slike, ali nema testiranja. I tu dolazimo do problema. Kako znati da je recenzija stvaran a ne plaćena? Kako znati da su slike i opisi proizvoda vjerni stvarnom proizvodu? Čak i uz zakone o zaštiti potrošača, postoje lažne Internet trgovine koje prodaju lažnu robu, šalju prazne kutije i slično. Sve to uzrokuje skeptičnost i nepovjerenje kod potrošača.
- ❖ **Sigurnost** – Cyber sigurnost je svakako problem na globalnoj razini. Razvojem Interneta razvijaju se i hakeri te nije neuobičajeno da dolazi do „rušenja“ web stranica, krađe osobnih podataka poput podatka o kreditnim karticama.

Iz svega navedenoga, razvidno je kako Internet trgovina ima mnoštvo prednosti i nedostataka a samim time i mjesta za daljnji razvoj i poboljšanje.

3.2 B2B Prodaja

Prema Jozić (2011), B2B (*Business to Business*) prodaja se odnosi na prodaju između dva ili više poslovnih subjekata a može se podijeliti na vertikalni i horizontalni model. Vertikalni model podrazumijeva trgovinu unutar jedne industrije odnosno industrijskog sektora. Vertikalna B2B trgovina može biti interesantna poduzećima koje imaju specifičnu proizvodnju pa im ovaj model omogućuje da pronađu točno sirovinu ili uslugu koja im je potrebna za proizvodnju. Kod horizontalnog modela B2B prodaje učestvuju poduzeća iz svih industrijskih grana. Ovim modelom se omogućuje stvaranje skupina povezanih poduzeća koje se bave sličnim uslugama ili trguju sličnim proizvodima. Drugim riječima, horizontalni model omogućuje stvaranje klastera.



Grafikon 1. B2B prodaja

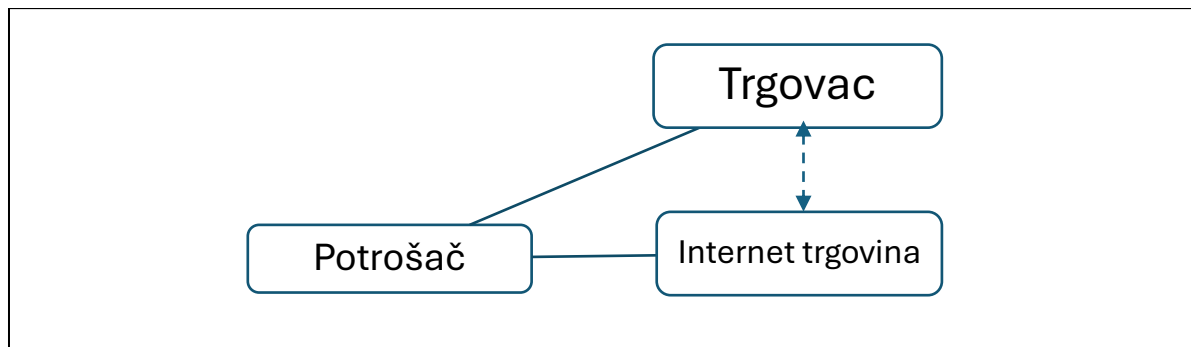
(Izvor: izradila autorica, (prema Tahin, 2021))

Sa računovodstvenog i poreznog stajališta, B2B prodaja na daljinu se tretira kao isporuka dobara i usluga unutar Europske unije. Prema zakonu o PDV-u, sudionici B2B prodaje unutar EU trebaju posjedovati PDV identifikacijski broj, a mjesto oporezivanja je mjesto primatelja usluge odnosno odredišta dobara.

3.3 B2C Prodaja

B2C (*Business to Customer*) prodaja podrazumijeva prodaju direktno potrošačima. Sam proces kupnje kod B2C modela je jednostavan i kratak, kupac posjećuje određenu Internet trgovinu, pretražuje željeni proizvod te isti kupuje. Kod B2C prodaje uglavnom se ne ostvaruje dugoročan

odnos sa kupcima (što je cilj u B2B prodaji), te kupci svoje odluke donose na temelju emocija. Najpoznatiji primjer Internet B2C trgovine je Amazon marketplace.



Grafikon 2. B2C prodaja

(Izvor: izradila autorica, (prema Tahin, 2021))

Sa poreznog i računovodstvenog aspekta, B2C prodaja ima kompleksniji princip oporezivanja. Za razliku od B2B, kod B2C prodaje na daljinu mjesto prodaje se smatra mjesto u kojem se nalazi krajnji potrošač tj. kupac te društva bez obzira na svoje sjedište moraju prodaju oporezovati prema Zakonima države članice u kojoj se nalazi kupac. U cilju pojednostavljenja ovog procesa i administrativnog rasterećenja, unutar Europske unije je razvijen posebni postupak oporezivanja - OSS sustav. Ovaj sustav omogućuje prodavateljima prijavu PDV-a u svim državama članicama u kojima su ostvarili prodaju, a putem jednog jedinstvenog sučelja. Sam posebni postupak oporezivanja i OSS sustav će se detaljnije obraditi u narednim poglavljima.

3.4 Prodaja putem Amazona

Amazon *marketplace* je svakako jedna od najpoznatijih i najraširenijih Internet trgovina današnjice. Kada društvo prodaje veću količinu robe putem Amazona, čest je slučaj da robu isporučuje sa komisijskog skladišta koje se nalazi u različitoj državi članice od one u kojoj društvo ima sjedište. Komisijsko skladište (u primjeru Amazona) predstavlja skladište koje je u vlasništvu Amazona, dok je roba koju prodavatelj smješta u to skladište i dalje u njegovom vlasništvu sve do trenutka prodaje. Dakle, recimo da prodavatelj sa sjedištem u Republici Hrvatskoj ima robu na komisijskom skladištu Amazona u Njemačkoj. Kupac iz Turske obavi kupnju preko Amazon internet trgovine te se roba isporučuje iz Njemačke. Navedeni primjer je specifične situacije za prodavatelja iz RH, koji mora izdati račun kupcu ali prateći Zakonodavstvo države članice u kojoj počinje otprema robe. Mjestom isporuke za prodaju

dobara na daljinu unutar Europske unije smatra se mjesto gdje se dobra nalaze u trenutku u kojem otprema ili prijevoz dobara kupcu završava (Zakon o PDV-u, NN 114/23). Što znači da, u konkretnom primjeru, prodavatelj iz RH mora biti upoznat sa načinom oporezivanja prodaje dobara iz Njemačke u Tursku. Obzirom na kompleksnost postupka oporezivanja, postoje razne online platforme koje nude usluge upravljanja poreznom usklađenošću (engl. *tax compliance management*) te na jednostavan način, putem geolociranja, omogućuju korisniku da ispravno oporezuje prodaju, preda potrebne PDV prijave te, eventualno ostvari i povrat pretporeza.

4. OPOREZIVANJE POREZOM NA DODANU VRIJEDNOST U PRODAJI ROBE NA DALJINU

Porez na dodanu vrijednost, poznatiji i kao PDV, prvi je put uveden u Francuskoj 1958. godine te se nakon toga proširio na Europsku uniju i ostale države. Bakran i sur. (2016; str.1-5) navode kako je PDV neto svefazni porez na promet, što znači da se oporezivanje provodi u svakoj fazi prometa i proizvodnje te se oporezuje samo dodana vrijednost. PDV se može obračunavati primjenom više različitih metoda poput metode zbrajanja, metode oduzimanja te kreditne metode. Posljednja, kreditna metoda, smatra se najboljom te se primjenjuje i u RH, a podrazumijeva da se od iznosa PDV-a obračunatog na temelju prodaje oduzima iznos PDV-a plaćenog pri nabavi dobara i usluga (poznat kao i pretporez).

Porez na dodanu vrijednost u Republici Hrvatskoj uređen je Zakonom i Pravilnikom o porezu na dodanu vrijednost. Za primjenu navedenih zakonskih okvira bitno je razumjeti koje je područje primjene, što je predmet i koje je mjesto oporezivanja te kada nastaje porezna obveza.

4.1 Područje primjene

Prema Zakonu o PDV-u (NN 73/13 do 114/23) područja primjene su:

- „Tuzemstvo“ – područje Republike Hrvatske,
- „Europska unija“, „područje Europske unije“ odnosno „država članica“ – područje država članica Europske unije koje je kao takvo određeno Ugovorom o osnivanju EU, osim „trećih područja“
- „Treća zemlja“ – bilo koja država ili područje koje nije područje EU, odnosno na koje se ne primjenjuje Ugovor o osnivanju EU.

Treća područja u smislu Zakona o PDV-u su dijelovi područja države članice a koji su izuzeti iz područja Europske unije, a to su:

- a) Otok Heligoland i područje Büsingen u Saveznoj Republici Njemačkoj
- b) Ceuta, Melilla i Kanarsko otočje u Kraljevini Španjolskoj
- c) Lvgno, Campione d'Italia i talijanske vode jezra Lugano u Republici Italiji
- d) U Republici Francuskoj su ta područja navedena u članku 349. i 355. Ugovora o funkcioniranju Europske unije
- e) Planina Athos u Helenskoj Republici

- f) Alandski otoci u Republici Finskoj te
- g) Kanalski otoci u Kraljevini Velike Britanije i Sjeverne Irske

4.2 Nastanak oporezivog događaja

Članak 30. st. 1. Zakona o PDV-u definira kako oporezivi događaj i obveza obračuna PDV-a nastaju kada su dobra isporučena ili usluge obavljene. Ukoliko se za isporuku dobara i usluga kontinuirano ispostavljaju računi tada se smatra da su dobra isporučena tj. usluge obavljene protekom razdoblja na koji se takvi računi odnose. Pojednostavljeno, ako prodavatelj kontinuirano kroz mjesec Siječanj obavlja usluge za kupca, nema obvezu svaki dan izdavati račun i obračunavati PDV već se isto radi istekom tog mjeseca. Kod prodaje robe na daljinu unutar EU, oporezivi događaj nastaje u trenutku isporuke dobara kupcu.

4.3 Predmet oporezivanja

Prema Balog i Lešić (2021), PDV spada u skupinu poreza na promet gdje objekt oporezivanja mogu biti proizvodi, usluge prava te nekretnine. Prema Zakonu o PDV-u predmetom oporezivanja su samo isporuke obavljene uz naknadu. Posebno je definirano koje isporuke bez naknade se poistovjećuju sa isporukama obavljenim uz naknadu pa samim time postaju predmetom oporezivanja. Oporezive transakcije su tako isporuke dobara i obavljanje usluga u tuzemstvu, stjecanje dobara unutar EU, uvoz dobara.

Isporuka dobara u tuzemstvu je predmet oporezivanja ukoliko se obavlja uz naknadu te ukoliko isporuku obavlja porezni obveznik. Markota i sur. (2014, str. 4) ističu da se isporukom dobara smatra prijenos prava raspolaganja materijalnom imovinom, predaja dobara na raspolaganje prema ugovoru o najmu, odnosno lizingu na određeno vrijeme, prodaja dobara uz odgodu plaćanja, isporuka električne energije, plina grijanja i dr.

Obavljanjem usluga u tuzemstvu se podrazumijeva svaka transakcija koja se ne smatra isporukom dobara.

Stjecanje dobara unutar Europske unije je nabava dobara u zemlji članici EU pod uvjetom da isporuka dobara nije obavljane kupcu u istoj toj zemlji članici. Prodavatelj iz jedne države članice neće obračunati PDV ako se isporuka obavlja poreznom obvezniku druge države članice

ako su ispunjeni ostali uvjeti popisani zakonodavstvom. Prodavatelj i kupac mogu porezni status druge strane provjeriti u VIES¹ bazi.

Bakran i sur. (2016, str 90.) navode kako se uvozom dobara smatra stjecanje dobara iz „trećih zemalja“, tj. svaki unos dobara u EU koja nisu u slobodnom prometu na njenom području prema carinskim propisima dok Markota i sur. (2014, str. 6) ističu da navedeno znači da će carinska uprava prilikom uvoza dobara obračunati PDV a porezni obveznik je dužan platiti carinski dug u koji je uključen i taj obračunati PDV.

4.4 Mjesto oporezivanja

Kako bi se moglo ispravno odrediti način oporezivanja te čija pravila oporezivanja se primjenjuju bitno je definirati mjesto isporuke dobara odnosno mjesto obavljanja usluge.

Markota i sur. (2014, str.8) navode da se prilikom obavljanja usluga primjenjuje načelo zemlje primatelja usluge (ukoliko se radi o B2B prometu). Porezna obveza se prenosi na primatelja usluge bez obzira da li primatelj ima pravo na priznavanje pretporeza ili ne. Tu se radi o mehanizmu prijenosa porezna obveze (eng. *Reverse charge*). Primjenom ovog mehanizma, pružatelj usluge se ne treba registrirati za potrebe PDV-a u zemljama u kojima obavljaju usluge, već primatelj tj. tuzemni porezni obveznik preuzima poreznu obvezu na sebe (a ako ima uvijete, istovremeno si priznaje i pretporez). Međutim, ako se radi o B2C prometu, tada je mjesto obavljanja usluge ono mjesto u kojem porezni obveznik koji obavlja uslugu ima sjedište. Dakle, ako se na primjer koriste usluge smještaja u Sloveniji, obračunati će se slovenski PDV bez obzira tko je korisnik smještaja.

Kada se radi o isporuci dobara, mjesto isporuke se određuje ili prema zemlji podrijetla ili prema zemlji odredišta dobara. Zemlja podrijetla je ona zemlja od kuda potječu dobra ili usluge, dok je zemlja odredišta ona zemlja gdje se dobra ili usluge isporučuju te ta zemlja ima pravo oporezivanja.

Prilikom isporuke dobara unutar EU, ako se radi o B2B transakciji te oba poduzetnika imaju valjani PDV ID broj, primjenjuje se načelo države odredišta. Međutim, kada se radi o B2C isporukama, odnosno isporukama dobara za krajnju potrošnju gdje kupac nije porezni obveznik

¹ VIES je informatička baza za provjeru statusa poreznika članica EU (eng. VAT Information Exchange System)

i nema PDV ID broj, primjenjuje se načelo države podrijetla te je isporučitelj dobara obavezan zaračunati PDV. Jedna od iznimaka je i isporuka dobara na daljinu, koje su oporezive u državi podrijetla sve dok isporučitelj ne prijeđe propisani prag isporuke, o čemu ćemo više u daljnjem poglavlju.

5. POSEBNI POSTUPAK OPOREZIVANJA PRODAJE DOBARA NA DALJINU

Usklađivanje nacionalnog zakonodavstva sa Direktivama Vijeća je obveza svake države članice, stoga je i Zakon o porezu na dodanu vrijednost usklađen 01. srpnja 2021. u dijelu oporezivanja prodaje dobara na daljinu unutar EU putem elektroničkih sučelja za isporuke poreznih obveznika sa sjedištem unutar EU ali bez sjedišta u državi članici potrošnje. Riječ je o posebnom postupku oporezivanja, koji se ranije, točnije od 01. siječnja 2015. godine, primjenjivao samo na telekomunikacijske usluge, usluge televizijskog i radijskog emitiranja te usluge obavljene elektroničkim putem. Koristio se elektronički sustav MOSS², poduzeća koja su prodavala robu na daljinu unutar EU bili su, nakon prelaska određenog praga, obavezni registrirati za potrebe PDV-a u svakoj državi članici potrošnje te podnositi PDV prijave. Novom regulativom se to promijenilo, MOSS je postao OSS (One stop shop) te je poreznim obveznicima na taj način pojednostavljena prijava PDV-a za isporuke u drugim državama članicama. Novi prošireni sustav obuhvaća tri programa odnosno sheme: *Union* shema, *non-Union* shema te *Import* shema. Za potrebe ovog rada fokusirati ćemo se na *Union* shemu.

Posebni postupak oporezivanja za prodaju dobara na daljinu unutar Europske unije, za isporuke dobara unutar države članice koje obavljaju elektronička sučelja koja omogućuju te isporuke i za usluge koje isporučuju porezni obveznici sa sjedištem unutar Europske unije, ali bez sjedišta u državi članici potrošnje mogu primjenjivati porezni obveznici koji imaju sjedište na području Europske unije, ali nemaju sjedište u državi članice potrošnje, dok je država članica u kojoj se prijavljuju za potrebe oporezivanja ona država u kojoj imaju sjedište. Prema Zakonu o PDV-u država članica potrošnje je:

- u slučaju obavljanja usluga, država članica za koju se smatra da se u njoj obavlja usluga u skladu s člancima 16. do 26. Zakona
- u slučaju prodaje dobara na daljinu unutar Europske unije, država članica u kojoj završava otprema ili prijevoz dobara kupcu
- u slučaju da isporuke dobara obavlja porezni obveznik koji omogućuje te isporuke u skladu s člankom 7.b stavkom 2. Zakona pri čemu otprema ili prijevoz dobara počinje i završava u istoj državi članici, ta država članica

² Eng. *Mini One Stop Shop*

Jedna od zanimljivosti navedenog posebnog postupka oporezivanja je ta da obveznik koji ga primjenjuje nije dužan izdavati račune za isporuke dobara na daljinu unutar Europske unije, međutim obavezan je voditi evidenciju o obavljenim transakcijama obuhvaćenim kroz posebni postupak oporezivanja. Evidencija treba biti u elektroničkom obliku, obzirom da ju takvu, na zahtjev, mora dostaviti Poreznoj upravi Republike Hrvatske i/ili poreznom tijelu države članice potrošnje. Kao i ostala vjerodostojna dokumentacija u računovodstvu, prema Zakonu o PDV-u, i ova evidencija se mora čuvati 10 godina od kraja poslovne godine u kojoj je došlo do transakcija.

5.1 Sustav „sve na jednom mjestu“ – OSS

OSS je elektronički sustav u koji se registriraju porezni obveznici kako bi si pojednostavili obveze plaćanja PDV-u u državama članicama potrošnje. OSS nije obavezan, koristi se dobrovoljno, međutim obveznik koji se ne registrira u OSS sustav, a obavlja isporuke na daljinu unutar EU mora se registrirati za potrebe PDV-a u svakoj državi članici u kojoj djeluje. Borota i Brković (2022) navode da obveznici koji se pak registriraju u OSS sustav trebaju isti primijeniti na isporuku i dobara i usluga, ne može samo jedno ili samo drugo. Kako bi se pojednostavili procesi, uveden je jedinstven prag od 10.000 eura godišnjeg prometa za isporuke na daljinu (prema B2C). Za obveznike to znači sljedeće: ne moraju više voditi brigu o različitim pragovima definiranim u svakoj državi članici, sve do prelaska praga mjesto isporuke se smatra država u kojoj obveznik ima poslovni nastan, čim se prijeđe prag primjenjuje se opće pravilo bez iznimke, odnosno mjesto isporuke je država članica potrošača.

OSS sustav obuhvaća 4 elementa: registraciju, prijavu PDV-a, plaćanje PDV-a te vođenje evidencije.

5.1.1 Registracija u programu Unije

Obveznici koji se odluče na primjenu OSS sustava registriraju se u jednoj državi članici – članica identifikacije. Prema Borota i Brković (2022), u Union shemi, kada porezni obveznik ima poslovni nastan u državi Europske unije, članica identifikacije je onda ta država u kojoj je već porezni obveznik. Ukoliko porezni obveznik ima više poslovnih jedinica u različitim državama Europske unije, može birat u kojoj od tih država će se registrirati u OSS sustav, te tu odluku smije promijeniti tek protekom dvije kalendarske godine od godine u kojoj se registrirao. Na primjer, ako se u jednoj državi registrirao 1. srpnja 2023. godine, tu odluku može

promijeniti 01.01.2026. Iznimka su raspust ili preseljenje poslovne jedinice u odabranoj državi članici. Porezni obveznik je u OSS sustav registriran sa istim PDV identifikacijskim brojem sa kojom je registriran i za nacionalne potrebe u svojoj državi.

Kada država članica identifikacije zaprimi podatke potrebne za registraciju te ih potvrdi, podaci se spremaju u bazu podataka i dijele sa drugim državama članicama. Država članica identifikacije naravno provodi i određene provjere zaprimljenih podataka kako bi se osiguralo da porezni obveznik udovoljava uvjetima za prijavu u OSS.

Porezni obveznik se može i odjaviti iz OSS sustava. Borota i Brković (2022) napominju kako za potrebe odjave iz Union sheme, porezni obveznik mora o tome obavijestiti državu članicu identifikacije barem 15 dana prije isteka kalendarskog tromjesečja koje prethodi razdoblju za koji ima namjeru prestat koristiti sustav. Na primjer, ako se želi odjaviti iz sustava od 01. rujna, mora do 15. kolovoza o tome obavijestiti državu članicu identifikacije.

Država članica identifikacije može poreznog obveznika isključiti iz sheme koju koristi. Razlozi isključenja mogu biti sljedeći:

- Kada porezni obveznik obavijesti državu članicu identifikacije o prestanku isporuke robe tj. obavljanja usluga koje spadaju u shemu
- Kada porezni obveznik nije imao isporuke u okviru odabrane sheme 8 uzastopnih kalendarskih tromjesečja – nastaje pretpostavka da su djelatnosti u okviru programa prestale
- Ukoliko porezni obveznik više ne ispunjava potrebne uvijete
- Porezni obveznik sustavno krši pravila koja se odnose na prijavljenu shemu.

Tablica 1. Datum stupanja na snagu isključenja / brisanja iz Union sheme

RAZLOG ISKLJUČENJA/BRISANJA	DATUM STUPANJA NA SNAGU
Dobrovoljni prekid	Prvi dan kalendarskog tromjesečja nakon obavijesti
Isključenje (svi razlozi osim kršenja pravila)	Prvi dan kalendarskog tromjesečja nakon odluke o isključenju

Preseljenje sjedišta poslovanja / stalnog poslovnog nastana u drugu državu članicu	Datum promjene
Neprekidno nepridržavanje pravila	Prvi dan kalendarskog tromjesečja nakon odluke o isključenju

Izvor: izradila autorica

5.1.2 Prijava i plaćanje PDV-a u Union shemi

Svaki porezni obveznik koji se prijavio u jednu od shema dužan je elektronski podnijeti PDV prijavu preko OSS sustava. Isto kao i kod klasične PDV prijave u nacionalnom sustavu, nije bitno da li je bilo isporuka tijekom poreznog razdoblja, ako ih nije bilo podnosi se prazna prijava. Porezno razdoblje u Union shemi je kalendarsko tromjesečje a rok za prijavu (ujedno i plaćanje) je zadnji dan u mjesecu koji slijedi nakon kraja poreznog razdoblja, nema promjene ukoliko zadnji dan pada na vikend ili državni praznik.

Tablica 2. Prikaz poreznih razdoblja i rokova podnošenja prijave

Porezno razdoblje	Rok podnošenja prijave (i plaćanja) u OSS sustav
1Q: 01.01.-31.03.	30. travnja
2Q: 01.04.-30.06	31. srpnja
3Q: 01.07.-30.09.	31. listopada
4Q: 01.10.-31.12.	31. siječnja slijedeće godine

Izvor: izradila autorica

Prema Borota i Brković (2022), porezna prijava u OSS sustavu, u Union shemi, treba sadržavati sve podatke o isporukama obavljenim kupcima u svakoj državi članici potrošnje pojedinačno za robu i usluge. Također, potrebno je odvojeno evidentirati isporuke obavljene iz države članice identifikacije od onih obavljenih iz stalnih poslovnih jedinica koje imaju nastan u različitoj državi. Nakon poslana prijave, država članica identifikacije prosljeđuje pojedinosti PDV prijave državama potrošnje te državama iz kojih je roba otpremljena ili prevezena. Za svaku prijavu generira se referentni broj koji se obavezno navodi prilikom plaćanja. PDV prijava u OSS sustavu se u pravilu unosi u eurima, međutim države identifikacije kojima euro

nije službena valuta mogu zatražiti da se prijava podnosi u njihovoj nacionalnoj valuti. Ukoliko su isporuke obavljene u različitim valutama, za potrebe PDV prijave, potrebno je obračunati tečajne razlike prema tečaju Europske središnje banke na posljednji dan izvještajnog razdoblja

U Union shemi prijavljuju se sljedeće B2C isporuke:

- Isporuke dobara (uključujući i ona podložna trošarinama)
- Isporuke robe unutar Europske unije
- Domaće isporuke od strane pretpostavljenih dobavljača³
- Isporuke usluga u državi članici u kojoj dobavljač nema sjedište

Ako porezni obveznik kasni sa prijavom, država članica identifikacije izdaje podsjetnik 10 dana nakon isteka roka za prijavu te obavještava ostale države članice potrošnje. Svaki daljnji podsjetnik šalju države članice potrošnje, te ukoliko porezni obveznik zaprimi podsjetnik za tri uzastopna tromjesečja, biti će isključen iz sustava zbog sustavnog kršenja pravila.

Europska komisija u svojim uputama iz 2021. godine navodi kako se PDV prema poreznoj prijavi plaća državi članici identifikacije u ukupnom iznosu, zatim država članica identifikacije distribuirala pripadajuće iznose državama članicama potrošnje iz te PDV prijave. Za kašnjenja u plaćanju vrijede ista pravila kao i kod kašnjenja sa podnošenjem prijave, do isključenja neće doći samo ako je iznos po svakom tromjesečju za koji se kasni manji od 100 eura.

Dva su slučaja u kojima porezni obveznik može imati preplatu PDV-a u OSS sustavu:

1. Porezni obveznik je uplatio veći iznos od onoga na prijavi – država članica identifikacije vraća preplaćeni iznos poreznom obvezniku.
2. Ispravkom PDV prijave dođe do preplate u nekoj od državi članici potrošnje – ta država poreznom obvezniku izravno vraća preplaćeni iznos.

5.1.3 Potrebne evidencije

Ranije je spomenuto kako u Union shemi porezni obveznik nema obvezu izdavanja računa, međutim mora voditi određenu evidenciju. Sadržaj evidencije je propisan Uredbom Vijeća 282/2011 članak 63.c, a uključuje informacije poput države članice potrošnje, vrste i datum

³ Porezni obveznik koji nije stvarni dobavljač ali omogućava isporuku robe te se zbog toga, samo za potrebe PDV-a, smatra dobavljačem

isporuke, stopu i iznos PDV-a, pojedivosti o svim plaćanjima na račun i slično. Evidencije moraju biti elektronički dostupne na zahtjev države članice identifikacije ili bilo koje države članice potrošnje. U slučaju da evidencija nije dostavljena u roku od mjesec dana od primitka podsjetnika, smatrati će se da porezni obveznika krši pravila programa što će rezultirati isključenjem. Porezni obveznik je dužan evidencije čuvati 10 godina od isteka godine u kojoj je transakcija obavljena, bez obzira koristili još uvijek shemu ili ne.

6. PRIJAVA PDV-a U OSS SUSTAVU NA PRIMJERU PODUZEĆA

Već smo ranije spomenuli kako porezni obveznici nisu dužni izdavati račune za prodaju robe na daljinu fizičkim osobama, međutim moraju voditi određenu evidenciju. Razna informatička rješenja tako omogućavaju poreznim obveznicima da ispravno iskazuju poreznu osnovicu te iznose PDV-a koji služe kao podloga za prijavu PDV preko OSS sustava. Primjerak jedne takve evidencije je prikazan na slici 1 niže.

Naziv	ABC d.o.o.									
Adresa	Ilica 10									
OIB	45876589314									
Evidencija za posebni postupak OSS										
Razdoblje od 01.01.2024 do 31.03.2024										
Redni br.	Dokument	Datum	Datum prometa	Opis isporuke	Stranka	Država	Valuta	Stopa PDV-a	Osnovica	PDV
1	IR:113-1-1	28.1.2024	28.1.2024	Isporuka dobara	Kupac DE	DE	USD	19	48,94	9,30
2	IR:114-1-1	31.1.2024	31.1.2024	Isporuka dobara	Kupac IE	IE	USD	23	55,19	12,70
3	IR:115-1-1	7.2.2024	7.2.2024	Isporuka dobara	Kupac FR	FR	USD	20	124,12	24,82
4	IR:116-1-1	5.2.2024	5.2.2024	Isporuka dobara	Kupac DE	DE	EUR	19	54,74	10,40
5	IR:117-1-1	6.2.2024	6.2.2024	Isporuka dobara	Kupac NL	NL	USD	21	22,92	4,82
6	IR:118-1-1	20.2.2024	20.2.2024	Isporuka dobara	Kupac AT	AT	USD	20	22,80	4,56
7	IR:119-1-1	20.2.2024	20.2.2024	Isporuka dobara	Kupac DE	DE	USD	19	30,65	5,82
8	IR:120-1-1	20.2.2024	20.2.2024	Isporuka dobara	Kupac EL	EL	USD	24	14,73	3,53
9	IR:121-1-1	20.3.2024	20.3.2024	Obavljene usluge	Kupac EL	EL	USD	24	5,88	1,41
10	IR:122-1-1	20.3.2024	20.3.2024	Isporuka dobara	Kupac DE	DE	USD	19	11,49	2,19
11	IR:123-1-1	20.3.2024	20.3.2024	Obavljene usluge	Kupac DE	DE	USD	19	6,13	1,16
									397,59	80,71

Slika 1. Evidencija za posebni postupak OSS iz programa Minimax

Na ovom primjeru možemo vidjeti kako je većina isporuka evidentirana u valuti USD, što znači da je za potrebe OSS PDV prijave potrebno iznose svesti na protuvrijednost u eurima prema srednjem tečaju Hrvatske narodne banke a na zadnji dan izvještajnog razdoblja.

6.1 Nova PDV prijava

Prilikom unosa PDV prijave, nije potrebno evidentirati stavku po stavku prema gore prikazanoj evidenciji, već se unose zbirni iznosi po vrsti isporuke, državi te stopi PDV-a. Minimax sustav stoga nudi mogućnost ispisa i evidencije u kojoj su iznosi već konvertirani u euro prema odgovarajućem tečaju te sumirani prema državama a prema kojoj iznose možemo jednostavno unijeti u OSS sustav.

Nakon prijave u OSS sustav odmah se otvara sučelje za novu PDV prijavu u kojem odabiremo kvartal te godinu te, ukoliko je potrebno, prijavljujemo promjenu države članice identifikacije. Ako nema promjene, nastavlja se dalje na PDV prijavu. Kako je ranije navedeno, isporuke

usluga i isporuke dobara se ne zbrajaju u ovoj prijavi već ih je potrebno unijeti odvojeno, klikom na *Dodaj isporuku* otvara se mogućnost odabira države članice potrošnje te se nude aktivne PDV stope za odabranu državu, unosi se samo porezna osnovica u eurima a sustav sukladno odabranoj stopi izračuna iznos pripadajućeg PDV. Navedeno je prikazano na slici 2.

Stopa PDV-a	Porezna osnovica	Iznos PDV-a
20.00 %	23.45 EUR	4.69 EUR
13.00 %	0.00 EUR	0.00 EUR
10.00 %	0.00 EUR	0.00 EUR
5.00 %	0.00 EUR	0.00 EUR
Ukupno:	23.45 EUR	4.69 EUR

Slika 2. Unos isporuke usluga u OSS sustavu

Unos se nastavlja za sve preostale isporuke usluga i dobara koje je porezni obveznik ostvario u izvještajnom kvartalu.

6.2 Ispravak podnesene PDV prijave

Nije neuobičajeno da nakon podnesene prijave, poreznim obveznik ima određene korekcije po pitanju evidencije isporuka. U tom slučaju se ne radi ispravak već podnesene PDV prijave, već se ispravak unosi prilikom slanja prijave za sljedeći kvartal. Kada se unosi ispravak ranije prijave, prvo se odabire kvartal koji se ispravlja te godina, zatim se unosi država te iznos PDV-a. Za razliku od inicijalne prijave, kod ispravka nije potrebno posebno unositi usluge i dobra a također se ne unosi ni osnovica već samo iznos PDV-a u eurima. Primjer ispravka je prikazan na slici 3.

Ispravci drugih prijava		
srpanj - rujanj/2023	Država članica potrošnje: Nizozemska	Iznos: -16.27 EUR Iznos nakon konverzije: -16.27 EUR
srpanj - rujanj/2023	Država članica potrošnje: Austrija	Iznos: -27.50 EUR Iznos nakon konverzije: -27.50 EUR
srpanj - rujanj/2023	Država članica potrošnje: Njemačka	Iznos: -176.42 EUR Iznos nakon konverzije: -176.42 EUR
srpanj - rujanj/2023	Država članica potrošnje: Belgija	Iznos: -28.63 EUR Iznos nakon konverzije: -28.63 EUR

Slika 3. Unos ispravka ranije podnesene PDV prijave

7. ZAKLJUČAK

Internet je svakako postao nezaobilazan faktor kako u osobnom tako i u poslovnom životu, a samim razvojem interneta razvila se i prodaja na daljinu te postala ključan segment trgovine koji se odvija izvan tradicionalnih trgovina. Kupci i prodavatelji mogu trgovati putem različitih kanala daljinske komunikacije, a svaki od tih kanala nosi svoje prednosti poput dostupnosti 24/7, praktičnosti i uštede vremena, ali i nedostatke poput zasićenosti tržišta te nedostatka ljudskog kontakta.

U današnjem digitalnom okruženju, Internet trgovine također moraju poštovati minimalne tehničke uvijete i pravne regulative koje su ključne za zaštitu potrošača te usklađenost sa zakonskim okvirima. Zakon o trgovini, Zakon o zaštiti potrošača te Zakon o elektroničkoj trgovini jasno definiraju koje su obveze trgovca ali i koje su obveze potrošača. Trgovci su tako dužni osigurati transparentnost i pristup svim potrebnim informacijama, potrošači pak imaju pravo na jednostrani raskid ugovora unutar određenog roka (najčešće 14 dana) ukoliko nisu zadovoljni sa pruženom uslugom ili isporučenom robom.

Svaka trgovina ima svoje posebnosti, a kod prodaje na daljinu se posebno ističu dva ključna modela. Riječ je o B2B i B2C prodaji, B2B prodaja omogućuje poslovnim subjektima da surađuju unutar iste industrije ili preko različitih sektora te na taj način lakše pronalaze potrebne sirovine ili usluge te je sa računovodstvenog i poreznog stajališta manje kompleksna. S druge strane, B2C prodaja zahtjeva prilagođeni pristup zbog kompleksnijeg principa oporezivanja, naročito na međunarodnom nivou. Također, primjer Amazon prodaje ilustrira složenost poslovanja kod prodaje na daljinu, gdje postupci oporezivanja zahtijevaju detaljno poznavanje zakonodavstva država članica te mogu biti izazovni za trgovce.

Prodaja na daljinu će se u budućnosti sve više razvijati, posebno uz rastući trend digitalizacije i sve veću udobnost potrošača u obavljanju kupovine putem digitalnih platformi. Internet trgovina je ključni segment prodaje na daljinu, a svoje nedostatke može rješavati kroz kontinuirani razvoj, prilagodbu te ulaganje u sigurnost i kvalitetu usluga. Dosljedna primjena zakonskih propisa igra važnu ulogu u razvoju prodaje na daljinu te samim time i Internet prodaje, jer bez adekvatne zakonske regulacije nema ni napretka. Usklađivanje nacionalnog zakonodavstva s direktivama Vijeća dovelo je do uspostave posebnog postupka oporezivanja putem OSS sustava. Ovaj sustav pojednostavljuje postupke oporezivanja za porezne obveznike koji obavljaju isporuke usluga i dobara na daljinu unutar Europske unije. OSS omogućuje

poreznim obveznicima da podnesu PDV prijavu u svojoj državi članici identifikacije, koja onda raspoređuje pripadajuće iznose drugim državama članicama potrošnje. Možemo zaključiti kako OSS sustav stoga predstavlja važan korak prema pojednostavljenju postupka u prodaji na daljinu, olakšava podnošenje PDV prijave te trgovcima nudi administrativno rasterećenje.

8. IZJAVA

Izjava o autorstvu završnog rada i akademskoj čestitosti

Ime i prezime studenta: Kristina Tolić

Matični broj studenta: 0231028366

Naslov rada: Računovodstveni i porezni aspekti prodaje na daljinu unutar EU

Pod punom odgovornošću potvrđujem da je ovo moj autorski rad čiji niti jedan dio nije nastao kopiranjem ili plagiranjem tuđeg sadržaja. Prilikom izrade rada koristila sam tuđe materijale navedene u popisu literature, ali nisam kopirala niti jedan njihov dio, osim citata za koje sam navela autora i izvor te ih jasno označila znakovima navodnika. U slučaju da se u bilo kojem trenutku dokaže suprotno, spremna sam snositi sve posljedice uključivo i poništenje javne isprave stečene dijelom i na temelju ovoga rada.

Potvrđujem da je elektronička verzija rada identična onoj tiskanoj te da je to verzija rada koju je odobrila mentorica.

Datum

Potpis studenta

9. POPIS LITERATURE

KNJIGE I ČLANCI

Bakran D., Cutvarić M., Čevizović I., Javor Lj., Kalčić R., Sirovica R. (2016). *Vodič za primjenu poreza na dodanu vrijednost*. Zagreb: Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnica

Balog A., Lešić D., (2021). *Temelji poreznog sustava: priručnik za studente*, Zaprešić: Veleučilište s pravom javnosti Baltazar Zaprešić

Borota N., Brković M. (2022). Posebni postupak oporezivanja usluga obavljenih osobama koji nisu porezni obveznici i prodaje dobara na daljinu – sustav OSS (One stop shop), *Financije, pravo i porezi* (03/2022) 120-136

Crikveni Filipović T., (2017). Obračun PDV-a pri isporukama dobara na daljinu. *Računovodstvo, revizija i financije* (6.2017), 131-138

Markota Lj., Božina A., Brkanić V., Cirkveni T., Glavota M., Guzić Š, ... Vuk J. (2014). *Porez na dodanu vrijednost: primjena u praksi*, Zagreb: RRIF plus

Taher, G. (2021). E-Commerce: Advantages and Limitations. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences* (vol. 11, No. 1.), 153-165, doi: [10.6007/IJARAFMS/v11-i1/8987](https://doi.org/10.6007/IJARAFMS/v11-i1/8987)

INTERNETSKI IZVORI, ZAKONI I DRUGI PROPISI

Jozić I. (2011) *B2B i B2C – osnovni pojmovi elektroničkog poslovanja*. <https://profitiraj.hr/b2b-i-b2c-%E2%80%93-osnovni-pojmovi-elektronickog-poslovanja/>

Europska komisija (2021) *Vodič za prijavu PDV-a u sustavu usluga na jednom mjestu*

Porezna Uprava, (n.d.), *Oporezivanje usluga obavljenih osobama koje nisu porezni obveznici i prodaje dobara na daljinu*, https://www.porezna-uprava.hr/PdviEu/Stranice/PDV_OSS.aspx

Zakon o elektroničkoj trgovini, Narodne novine 173/03 do 32/19

Zakon o porezu na dodanu vrijednost, Narodne novine br. 73/13 do 114/23

Zakon o zaštiti potrošača, Narodne novine 19/22

Zakon o trgovini, Narodne novine 87/08 do 33/23

10. POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA

Grafikon 1. B2B prodaja 10

Grafikon 2. B2C prodaja 11

Tablica 1. Datum stupanja na snagu isključenja / brisanja iz Union sheme 19

Tablica 2. Prikaz poreznih razdoblja i rokova podnošenja prijave 20

Slika 1. Evidencija za posebni postupak OSS iz programa Minimax 23

Slika 2. Unos isporuke usluga u OSS sustavu..... 24

Slika 3. Unos ispravka ranije podnesene PDV prijave..... 24