

### POREZ NA PROMET

mr. sc. Marina KESNER-ŠKREB  
Institut za javne financije, Zagreb

Pojmovnik\*  
UDK 336.223  
JEL H20

Porez na promet propisuje se postotkom na cijenu dobra (ili usluge) koje se razmjenjuje. Općenito ga plaća kupac pri svakoj kupovini robe, ali je prodavatelj odgovoran za njegovo prikupljanje i uplaćivanje državi. Porez na promet neizraavan je porez jer ga ne snosi onaj tko ga plaća. Naime, porez na promet za potrošača poreznoj upravi uplaćuje trgovac koji taj porez ne snosi već ga u plaćenju cijeni snosi kupac. Taj se porez često smatra regresivnim jer teret poreza teže pada, proporcionalno gledano, poreznim obveznicima (tj. konačnim platcima poreza) s nižim dohocima.

Porez na promet razlikuje se prema određivanju osnovice, broju poreznih stopa i točki ubiranja.

Prema određivanju osnovice porez na promet može se uvoditi na jedinicu proizvoda, tzv. *jedinični porez*, ili se zaračunava na vrijednost proizvoda, tzv. *ad valorem porez*. Većina trošarina (ili kako se još nazivaju posebnim porezima) na primjer na duhan, benzin ili alkoholna pića, izražava se određenim iznosom za svaku kupljenu jedinicu. Za razliku od jediničnog poreza, *ad valorem* porez obračunava se u postotku vrijednosti kupljene robe.

Prema broju poreznih stopa porez na promet može biti *opći porez*, kada se jednaka porezna stopa primjenjuje na kupnju svih proizvoda, ili *selektivni porez*, koji se nameće na kupnju različitih proizvoda po različitim stopama.

Prema točki ubiranja porez na promet može biti *jednofazni* ili *višefazni*. Višefazni porez na promet ubire se na isti proizvod u svim uzastopnim fazama proizvodno-prodajnog lanca. Jednofazni porez na promet ubire se u jednoj točki proizvodno-prodajnog lanca: kod proizvođača, u veleprodaji ili u maloprodaji. Porez na promet u fazi proizvodnje jednofazni je porez koji se propisuje na prodaje ili isporuke proizvođačeve robe. Jednofazni porez na promet u maloprodaji obračunava se pri prodaji robe konačnom potrošaču u trgovini na malo. Taj porez u veleprodaji obračunavaju trgovci na veliko trgovcima na malo. Prednost poreza na promet u veleprodaji jest to što je, u odnosu prema porezu na promet koji se u maloprodaji obračunava konačnim potrošačima, znatno manji broj poreznih obveznika od kojih se porez ubire. No u praksi se uglavnom primjenjuje porez na promet u maloprodaji.

\* Primljeno (*Received*): 12.9.2005.  
Prihvaćeno (*Accepted*): 20.9.2005.

Kada je riječ o višefaznom porezu na promet koji se ubire u svim fazama proizvodnje i prodaje, treba razlikovati *kumulativne ili kaskadne poreze i porez na dodanu vrijednost*. Kod kumulativnih ili kaskadnih poreza trgovci nemaju pravo na odbitak poreza plaćenoga u prethodnoj fazi, tj. prilikom njihovih prethodnih kupovina. Kod poreza na dodanu vrijednost trgovci koji kasnije dalje prodaju proizvode ovlašteni su odbiti prethodno plaćene poreze ili ostvariti pravo na povrat plaćenih poreza. Problem s kumulativnim ili kaskadnim porezima na promet jest to što ga trgovci plaćaju svaki put kada se proizvod proda sljedećem u lancu (tj. od proizvođača do trgovca na malo), bez mogućnosti odbitka poreza plaćenoga u prethodnoj fazi, te tako dolazi do kumuliranja poreza. Osim ako proizvodi nisu izričito izuzeti od oporezivanja, porezne „kaskade“ opterećuju većinu trgovaca, te su proizvodi koji prolaze kroz veći broj distribucijskih faza opterećeni i većim poreznim teretom. Učinak je napuhana konačna cijena koju plaća potrošač. Nedostaci takvog poreza u mnogim su zemljama doveli do njegove zamjene porezom na dodanu vrijednost koji dopušta odbitak poreza plaćenoga u prethodnoj fazi od porezne obveze za svakog trgovca u proizvodno-distribucijskom lancu.

Prednost poreza na promet jest jednostavnost njegova ubiranja. On se, naime, prikuplja od prodavača u maloprodaji kao postotak prodajne cijene. Da bi ubrala tu vrstu poreza, porezna vlast ne treba raspolagati brojim podacima o poreznim obveznicima kao za ubiranje ostalih poreza, ponajprije poreza na dohodak. Naime, kako bi procijenila poreznu snagu svakog obveznika, porezna vlast mora prikupiti brojne podatke o vrstama dohodaka, o broju uzdržavanih članova obitelji, različitim izdacima poreznog obveznika koji se izu-

zimaju od oporezivanja i sl. Sve to pri ubiranju poreza na promet nije potrebno činiti. No to ne znači da je ubiranje poreza na promet pošteđeno svih administrativnih problema. Naime, najjednostavniji je za ubiranje opći porez na promet u maloprodaji koji se prikuplja po jedinstvenoj poreznoj stopi. Problem nastaje kada se zbog raznih ekonomsko-socijalnih razloga porezna vlast odluči za primjenu diferenciranih poreznih stopa koje zahtijevaju definiranje većeg broja proizvoda. Nejasnoće, naime, proizlaze kada se neprecizno razluče oporezive od neoporezivih transakcija. Klasičan je primjer oporezivanje kruha nižim poreznim stopama radi zaštite standarda građana. Naime, potrebno je jasno definirati što se smatra kruhom jer će se ubrzo i fina peciva naći na listi za niži porez.

Glavni nedostatak poreza na promet jest njegova regresivnost, tj. obilježje da on relativno više opterećuje siromašne. Naime, bogati potroše manji dio svojeg dohotka, a veći dio uštede (ulažu), dok siromašni uglavnom cijeli svoj dohodak troše, a gotovo ništa ne mogu uštedjeti. Prema tome, siromašni plaćaju relativno veći iznos poreza na promet u relativno većoj potrošnji. No barem dva problema dovode u pitanje takvo konvencionalno stajalište o distribucijskim obilježjima poreza na promet. Prvo, smanjeni udio potrošnje bogatih pri određivanju regresivnosti promatra se prema godišnjem dohotku. No istraživanja pokazuju da je udio potrošnje prema životnom dohotku na svim razinama dohotka otprilike jednak, tj. da svi građani troše sličan dio svojega životnog dohotka. Prema tome, i porez opterećuje sve građane podjednakim teretom. Drugo, obilježje poreza na promet jest da se on prevaljuje. Implicitno se podrazumijeva da cjelokupni teret poreza na promet snose potrošači tih

dobara. No porez na promet se prevaljuje, i to uglavnom na komplicirani način koji ovisi o elastičnostima ponude i potražnje. Evo primjera: uvođenjem poreza na krznenе kapute nastoji se bogate, koji su najčešći kupci te luksuzne robe, opteretiti porezom. No oni će možda odlučiti ne kupiti krznени kaput koji im zbog poreza postaje preskup. Tada će doći do pada prodaje krznenih kaputa, a vlasnik krznarske radionice morat će smanjiti svoje troškove, u sklopu čega vjerojatno i nadnice svojih radnika. Dakle, povećani porez na krznenе kapute nije pogodilo bogate, već su ga u obliku nižih nadnica platili siromašniji građani koji rade u krznarnici. Zbog kompliciranog procesa prevaljivanja nije lako odrediti tko u konačnici snosi porez na promet pa je stoga

teško donositi konačne zaključke o njegovoj regresivnosti.

#### LITERATURA

**Arbutina, H. i Ott K., 1999.** *Porezni leksikon s višejezičnim rječnikom*. Zagreb: Institut za javne financije.

**Messere, K., 1993.** *Tax Policy in OECD Countries*. Amsterdam: IBFD.

**Musgrave, R. A. and Musgrave, P. B., 1989.** *Public Finance in Theory and Practice*. New York: McGraw-Hill.

**Rosen, S. H., 1999.** *Public Finance*. Boston: Irwin McGraw-Hill.

**Stiglitz, E. J., 1986.** *Economics of the Public Sector*. New York: W.W. Norton & Company.