

SATYRYKON PODATKOWY

Dodatek do Biuletynu Instytutu Studiów Podatkowych – Doradztwo Podatkowe Nr 10/2007

Hospicjum podatkowe

Do niedawna politycy uważali, że są proste recepty na podatki. Wystarczy je „uproszczyć”, stawki „obniżyć”, zlikwidować „wszystkie ulgi i zwolnienia”. Koronnym przykładem magii podatkowej było szczęśliwie zapomniane 3 X 15 (VAT, PIT i CIT). Na marginesie można tylko stwierdzić, że ekonomiczna treść stawki podatku dochodowego od osób prawnych nie ma nic wspólnego z pośrednim opodatkowaniem konsumpcji podatkami od towarów i usług, ale ten oczywisty pogląd jest u nas raczej nieznanym.

Mamy to już za sobą. Warto po wyborach wrócić do dyskusji o systemie podatkowym, gdyż bezsporne jest to, że wymaga on głębokich zmian; bo po prostu się zestarzał. Straciliśmy dobre 10 lat na jałowych, a w zasadzie pozornych sporach, a każdy twór pracy ludzkiej, zwłaszcza tak „wirtualny” jak podatki, wymaga pielęgnacji, której zabrakło. Teraz już sama pielęgnacja nie wystarczy, chyba że idzie o pielęgnację charakterystyczną dla hospicjum.

ZE ŚWIATA MEDIÓW – IV WŁADZA



Proszę mówić całkiem swobodnie. My i tak puścimy tylko to, co jest zgodne z linią naszej redakcji



Oni przygotowują się do pracy nad nową ustawą akcyzową

Plewy podatkowe

Mimo mocnego postanowienia, aby nie zajmować się problemami podatkowymi w programach wyborczych partii startujących w obecnych wyborach, pozwolę sobie podzielić się jednak pewną niezbyt oryginalną refleksją. W zasadzie nie powinienem tego robić, bo programami wyborczymi nikt sobie nie zawraca głowy, z ich twórcami włącznie; jeśli się przegra, to stał się on nieaktualny, a gdy przyjdzie wygrana, to jeszcze nikt w naszej najnowszej historii nie realizował w praktyce swojego programu wyborczego. Są one co najwyżej środkami zdobywczymi władzy. I tylko tym.

A teraz wspomniana refleksja: aby uzdrowić legislację podatkową trzeba zacząć od oddzielenia

wiedzy podatkowej od lobbingu ukrytego pod jej pozorami. U nas od dawna to drugie zdominowało media oraz publiczną debatę o podatkach. Przykłady? Jest ich wiele. Sama koncepcja „podatku liniowego” jest niczym innym jak realizacją interesów lobby finansowego, która to droga chce zmusić firmy do zwiększenia korzystania ze zewnętrznych źródeł finansowania inwestycji. U nas przecież medialnymi autorytetami podatkowymi są młodociani pracownicy firm, których nazwy kojarzone są tylko z „kreatywną księgowością”.

O co więc trzeba się pomodlić? O chwilę olśnienia dla polityków, którzy powinni wreszcie odróżniać przyszłowie ziarno od plew. Wiemy już nawet do kogo: jest nim Św. Mateusz.

Cud podatkowy

Jeśli ktoś w pewnym północno-wschodnim kraju chce wygrać wybory lub choćby znaleźć miejsce w parlamencie, musi jak ognia unikać w kampanii wyborczej poruszania jakichkolwiek istotnych dla wyborców problemów, takich jak np. podatki. Każdy pogląd w tej sprawie wyrażony publicznie jest przysłowiowym strzałem w stopę.

Uczestnicząc w głosowaniu w istocie nie wybieramy jakiegokolwiek programu podatkowego. Warto więc zastanowić się, co powinno nastąpić, aby ta niewiadoma nie okazała się dla wyborców groźna lub zabójcza. Tu powiem tylko o dość uniwersalnych warunkach wstępnych.

Pierwszym z nich jest maksymalne uwolnienie procesu tworzenia podatków, a przede wszystkim materialnych przepisów podatkowych, od lobbingu. Po drugie, do kosza należy wyrzucić powtarzany w tym kręgu postulat „neutralności ekonomicznej po-

datków”. Każdemu systemowi daleko od tego ideału. Nawet ustawy obowiązujące od maja 2004 r. w tym „wspólnotowy” VAT, nie jest „neutralny”, mimo że wymagają tego dyrektywy UE, a tej cechy nie ma i mieć nie będzie z istoty zatem inny podatek. Podobnie z lobbieniem: sposób tworzenia przepisów podatkowych w demokratycznych procedurach, gdzie szczególnego znaczenia zawsze nabierają wpływy nie zawsze dostatecznie zidentyfikowanych uczestników gry, całkowite wyeliminowanie lobbingu, zwłaszcza o charakterze medialnym, graniczyłoby z cudem, ale przecież one się zdarzają, choć „podatnikami” są zarówno dziennikarze jak i wydawcy prasy, a przede wszystkim parlamentarzyści i sami politycy. Bajka o suwerennym, wolnym od wszelkich wpływów procesie tworzenia podatków przez „ustawodawcę” jest jedną z większych mistyfikacji intelektualnych. Ale do ideału trzeba dążyć.



Musimy pogłębić znajomość akcyzy

Warto czytać gazety (z miesięcznym opóźnieniem)

Oczywiście warto, a nawet trzeba czytać gazety i czasopisma omawiające problemy polityczne i gospodarcze. Z pewną poprawką: chodzi o gazety stare, co najmniej sprzed miesiąca. Proponuję, aby było to zasadą: kupujemy na bieżąco ale odkładamy i czytamy dopiero jak minie miesiąc. Polecam ten eksperyment w celach badawczych, gdyż będzie źródłem istotnego odkrycia wręcz naukowego. Otóż okaże się, trwałą prawidłowością (polecam to odkrycie prasoznawcom) zasada nie sprawdzających się prognoz. Wyjątki są tak rzadkie, że można je pominąć. Czy dalej sięgniemy w przeszłość, tym fakty (prasowe) mocniej potwierdzają tą tezę. My mamy przewagę, bo już znamy przyszłość, o której piszą nasi prześwietni dziennikarze.

Co ciekawe, dla autorów tych notorycznych wpadek nie ma to jakiegokolwiek znaczenia. Dalej głoszą swoje, a prozaiczna rzeczywistość dla nich nie istnieje.

Nasze odkrycie jest na tyle szokujące, że ciśnie się na usta pytanie: czy obiektywnie można z uporem wykonywać jakikolwiek zawód w sposób zaprzeczający podstawowym jego kanonom? Okazuje się, że można i nikomu to nie przeszkadza. Może to dowodzić, że w tym wszystkim chodzi o coś zupełnie innego, a ważne jest tworzenie „medialnej” rzeczywistości, która żyje własnym życiem. Tylko w imię czego?

Nie jest moją rolą odpowiadać na pytanie. Powiem tylko, że moje, jak sądzę, wiekopomne odkrycie było oczywiście przypadkowe. Po prostu przez pomyłkę zacząłem czytać wydany przed miesiącem numer wielce „opiniotwórczego tygodnika”.



Podatki to moja pasja

SATYRYKON PODATKOWY

Stały dodatek do miesięcznika DORADZTWO PODATKOWE – Biuletyn Instytutu Studiów Podatkowych

Wydawca: INSTYTUT STUDIÓW PODATKOWYCH
MODZELEWSKI I WSPÓLNICY Sp. z o.o.

04-367 Warszawa, ul. Kałęska 8
tel. (0-22) 810-87-80, 810-36-73

Dział Wydawnictw tel. (0-22) 870-34-09, fax (0-22) 870-41-78
NIP 113-02-34-978

Rach. Bank. PEKAO SA X Oddz. Warszawa
Nr 05 1240 1095 1111 0000 0336 0569
ISSN 1427-2008

www.isp-modzelewski.pl, e-mail: biuro@isp-modzelewski.pl

Redakcja: WITOLD MODZELEWSKI, KINGA BARAN, JÓZEFA ROSZCZYK
WSZELKIE PRAWA ZASTRZEŻONE:

kopiowanie, przedruk i rozpowszechnianie (w całości lub części)
bez zgody wydawcy zabronione.

Adres redakcji: INSTYTUT STUDIÓW PODATKOWYCH
MODZELEWSKI I WSPÓLNICY Sp. z o.o.

04-367 Warszawa, ul. Kałęska 8

Skład i łamanie: Grzegorz Onufrowicz

Druk: PRZEDSIĘBIORSTWO POLIGRAFICZNE „UNIVERS” S.C.
Zielona Góra, ul. Niecała 2D