# Spis treści

## I. Prezent czy przychód do opodatkowania


1. Czy paczka PR może podlegać opodatkowaniu?
2. Kiedy paczka PR dla osoby nieprowadzącej działalności nie będzie podlegać opodatkowaniu?
3. Jak patrzeć na limit zwolnienia od podatku dla paczki PR dla osoby nieprowadzącej działalności?
4. Paczka PR dla osoby nieprowadzącej działalności o dużej wartości handlowej?
5. Dlaczego prowadzenie firmy ma znaczenie?
6. Kiedy można mówić o prowadzeniu działalności?
7. Czy zatrudnienie u podmiotu przekazującego prezent ma znaczenie?
8. Czy umowa cywilnoprawna z podmiotem przekazującym prezent ma znaczenie?


## II. Prezent czy darowizna


1. Czy mogę go uznać za darowiznę?
2. Jak udokumentować darowiznę?
3. Kiedy darowizna jest nieopodatkowana?
4. Kilka darowizn od tej samej marki, czy to ma znaczenie?


## III. Prezent czy barter


1. Co, jeśli z prezentem wiąże się oczekiwanie do danego rodzaju działań reklamowych?
2. Co w przypadku własnej decyzji o podjęciu działań reklamowych?
3. Co w przypadku, gdy marka jedynie sugeruje publikację?
4. Na czym dokładnie polega barter i czy musi zostać objęty formalną umową o współpracy?
5. Dlaczego brak pieniędzy nie oznacza braku przychodu i czy prezent może być dodatkowym wynagrodzeniem?
6. Jak ustalić wartość wynagrodzenia w barterze?
7. Co z podatkiem VAT, czy barter podlega pod VAT?
8. Co z podatkiem VAT, czy barter należy dokumentować fakturą?
9. Produkt tylko do testów – dlaczego to ma znaczenie podatkowe?
10. Produkt użyczany na czas kampanii – dlaczego to ma znaczenie podatkowe?
11. Dokumentacja zwrotu, zużycia lub zniszczenia produktu w czasie kampanii – dlaczego to ma znaczenie podatkowe?
12. Jak prowadzić rejestr barterów i prezentów?
13. Kiedy regularne współprace wyglądają jak biznes?

14. Skąd urząd może wiedzieć o nawiązanej współpracy, dlaczego brak przelewu nie oznacza niewidzialności?
15. Współpraca z marką zagraniczną, na jakie dane marki zwrócić uwagę?
16. Współpraca z marką z Unii Europejskiej, kiedy pojawiają się kwestie unijnego VAT?
17. Współpraca z marką spoza Unii Europejskiej, czy różni się rozliczenie VAT?

## IV. Giveaway i rozdawanie otrzymywanych produktów

1. Na co zwrócić uwagę?
2. Konkurs, loteria, czy zwykła akcja promocyjna – na co zwrócić uwagę?
3. Jakie elementy muszą wystąpić, aby mówić o konkursie?
4. Czy każdy może być zwycięzcą?
5. Losowanie zwycięzcy – dlaczego to ryzykowne pod kątem podatkowym?
6. Kiedy możesz stać się organizatorem akcji odpowiedzialnym za zapłatę podatku?

## V. Współprace reklamowe

1. Dlaczego warto zadbać o dokładny opis współpracy i zakresu usług reklamowych?
2. Co to jest reklama i z czym wiążą się usługi reklamowe?
3. Czym jest sponsoring?
4. Czym jest zbycie praw majątkowych?
5. Czym jest zgoda na udostępnienie wizerunku?
6. Dlaczego nie warto podpisywać umów „w ciemno”?
7. Dlaczego ważne jest rozróżnienie zlecenia od umowy o dzieło?
8. Kiedy obowiązki publikacji i dodatkowych działań mają znaczenie?
9. Połączenie umowy o dzieło z licencją, kiedy to może mieć sens?
10. Kiedy powstaje przychód dla osoby nieprowadzącej działalności i dlaczego nie kopiować rozliczeń innych influencerów?
11. Kiedy powstaje przychód do opodatkowania podatkiem dochodowym dla osoby prowadzącej działalność gospodarczą?
12. Moment wykonania usługi, jak go rozpoznać?
13. Jak rozliczać kampanie wieloetapowe?
14. Jak rozliczać kampanie długotrwałe?
15. Czy moment wystawienia faktury może mieć znaczenie?
16. Czy moment otrzymania zapłaty może mieć znaczenie?
17. Kiedy mówimy o zaliczce?
18. Zaliczka i jej skutki w podatku dochodowym oraz w podatku VAT?
19. Płatność dzielona na transze, czy moment otrzymania płatności ma znaczenie podatkowe?

20. Jakie jest znaczenie raportów, statystyk, protokołów, harmonogramów i innych dokumentów?
21. Dlaczego należy rozróżniać wynagrodzenie podstawowe i wynagrodzenie dodatkowe: prowizje, premie i bonusy za wyniki sprzedażowe?
22. Kiedy wiadomo, czy masz prawo do prowizji za wyniki sprzedażowe i jak to udokumentować?
23. Ustal kto jest Twoim kontrahentem: marka, agencja reklamowa, czy dom mediowy?
24. Rozszerzanie zakresu prac w czasie kampanii – dlaczego dokumentacja powinna nadążać za kampanią?
25. Zerwanie współpracy w czasie kampanii – czy rozliczać wynagrodzenie na wykonane prace?
26. Kiedy UOKiK może zakwestionować oznaczenia reklamy?

## VI. Platformy: YouTube, Meta, TikTok

1. YouTube, Meta, TikTok: jak rozumieć przychód AdSense?
2. YouTube, Meta, TikTok: AdSense i inne zarobki z tytułu wyświetleń reklamowych – czy to najem powierzchni reklamowej?
3. YouTube, Meta, TikTok: panel YouTube to nie księgowość – które raporty pobierać?
4. YouTube, Meta, TikTok: potrącenia AdSense – o co chodzi z potrąceniem podatku u źródła?
5. YouTube, Meta, TikTok: promocja postów na Instagramie – jak rozliczyć faktury od Meta?
6. YouTube, Meta, TikTok: TikTok i różne sposoby monetyzacji – czy warto to rozdzielić dla potrzeb księgowości?
7. YouTube, Meta, TikTok: prezenty na live'ach TikToka – napiwek bez podatku czy przychód do opodatkowania?
8. YouTube, Meta, TikTok: donejty – darowizny bez podatku czy przychód do opodatkowania PIT?
9. YouTube, Meta, TikTok: zbiórki charytatywne influencerów – czy takie darowizny mogą generować ryzyko podatkowe?
10. YouTube, Meta, TikTok: subskrypcje – kto płaci i jak to dokumentować?
11. YouTube, Meta, TikTok: przychody z kilku platform – na co zwrócić uwagę?
12. YouTube, Meta, TikTok: zgłoszenie do KRRiT – czy to mnie dotyczy?

## VII. Afiliacja i prowizje

1. Przychody z marketingu afiliacyjnego – dlaczego prowizja od sprzedaży jest wynagrodzeniem za reklamę?
2. Kod rabatowy, link, lead – jak działa afiliacja?
3. Kiedy powstaje przychód z afiliacji – klik, sprzedaż, czy może wypłata?
4. Prowizja zatwierdzona, ale jeszcze niewypłacona – czy ma to znaczenie podatkowe?
5. Cofnięte prowizje, zwroty i reklamacje – jak korekta afiliacji wpływa na opodatkowanie?
6. Prowizje w walutach obcych (EUR/USD) – jak to ogarnąć podatkowo?
7. Afiliacja oraz reklama płatna – jak rozdzielić modele wynagradzania i rozliczeń?
8. Dashboard afiliacyjny – jakie ma znaczenie dowodowe przed urzędem skarbowym?

9. Afiliacja bez faktury – co przekazać księgowości?
10. Jakie są najczęstsze błędy przy rozliczaniu afiliacji influencerów?

## VIII. Kiedy kończy się hobby i zaczyna biznes

1. Kiedy rozpoznanie kosztów ma znaczenie podatkowe i czym jest przychód, dochód oraz koszt uzyskania przychodu?
2. Dlaczego skarbówka widzi same wydatki prywatne?
3. Rozdział prywaty od biznesu – dlaczego to tak istotne?
4. Biznesplan – kiedy i dlaczego warto go mieć?
5. Czy rejestracja działalności gospodarczej w CEiDG ma znaczenie dla podatku dochodowego?
6. Kiedy mogę prowadzić działalność nierejestrowaną?
7. Jak zarejestrować działalność w CEiDG?
8. Jakie PKD warto rozważyć?
9. ZUS influencera – co trzeba wiedzieć, zanim przyjdzie pierwsza składka do opłaty?
10. Kasa fiskalna, faktury i sprzedaż online – kiedy temat zaczyna Cię dotyczyć?
11. Jak wybrać księgową, która rozumie influencerów?
12. Księgowy/a mówi jedno, a internet drugie – jak nie zgubić się na początku?

## IX. Firma influencera i podatek dochodowy

1. Co muszę zrobić w pierwszej kolejności przy założeniu działalności gospodarczej i dlaczego forma opodatkowania PIT ma znaczenie?
2. Jaką formę opodatkowania PIT wybrać, kiedy skala będzie atrakcyjna?
3. Jaką formę opodatkowania PIT wybrać, kiedy opodatkowanie liniowe będzie atrakcyjne?
4. Jaką formę opodatkowania PIT wybrać, kiedy ryczałt będzie atrakcyjny?
5. Kiedy można zmienić formę opodatkowania?
6. Czy mogę mieć do czynienia z różnymi stawkami opodatkowania ryczałtem?
7. Co oznacza kwota wolna od opodatkowania i kiedy ma zastosowanie?
8. Co to jest danina solidarnościowa i kiedy ma zastosowanie?

## X. Koszty influencera

1. Czy mogę to wrzucić w koszty – jaka jest zasada rozpoznawania kosztów podatkowych i dlaczego nie warto opierać się na TikToku?
2. Sprzęt do tworzenia contentu w kosztach – czy to możliwe?
3. Ubrania, kosmetyki, perfumy w kosztach – czy to możliwe?
4. Fryzjer, kosmetyczka, zabiegi beauty, siłownia w kosztach – czy to możliwe?
5. Restauracja w kosztach – czy to możliwe?

6. Hotele i przeloty w kosztach – czy to możliwe?
7. Mieszkanie jak studio – co można rozliczać w kosztach?
8. Szkolenia, kursy, mastermind – kiedy rozwój jest kosztem?
9. Podwykonawcy – fotograf, montażysta, content creator itp. – jak bezpiecznie rozliczać taką współpracę i na co zwraca uwagę skarbówka?
10. Luksusowe wydatki – zegarki, biżuteria, ubrania i samochody premium oraz 5-gwiazdkowe hotele – kiedy robi się niebezpiecznie i na co zwraca uwagę skarbówka?
11. Brak opisu kosztu i jego związku z działalnością – dlaczego taki mały błąd generuje duże ryzyko?

## XI. Obalmy mity internetu

1. MIT: Ryczałt zawsze najlepszy dla internetowego twórcy.
2. MIT: Na JDG wszystko wrzucisz w koszty.
3. MIT: Przekraczasz 120 tys. dochodu – nie możesz być na skali.
4. MIT: Załóż spółkę z o.o., ominiesz ZUS.
5. Kiedy myślenie o spółce z o.o. ma sens?

## XII. VAT influencera

1. Odróżniaj podatek VAT od podatku dochodowego – dlaczego VAT i ryczałt to nie to samo?
2. Barter, prowizje i współprace reklamowe a VAT – co stanowi wynagrodzenie opodatkowane VAT?
3. Podatnik VAT, ale na zwolnieniu – co to oznacza?
4. Kiedy kończy się prawo do zwolnienia z VAT?
5. Rejestracja na VAT – kiedy należy jej dokonać i co się z tym wiąże?
6. VAT UE – czy warto rozważać rejestrację na potrzeby VAT unijnego?
7. Reverse charge (odwrotne obciążenie) – czyli jak rozliczać sprzedaż na rzecz zagranicznych marek?
8. Informacja podsumowująca VAT-UE – co to takiego?
9. Import usług – czyli jak rozliczać zakupy od zagranicznych podmiotów?
10. VAT OSS – o co chodzi?
11. Obowiązki związane z fakturowaniem i KSeF?
12. KSeF – co to?