

Inne

- [Eksport zamówień według produktów](#)
- [Czy limit dla działalności nierejestrowanej obejmuje koszt wysyłki i prowizji?](#)
- [Jak mogę pobrać listę adresów e-mail kupujących?](#)
- [Czy osoba niepełnoletnia może sprzedawać przez 1koszyk?](#)
- [Dyrektywa DAC7 i obowiązki raportowania platformy](#)
- [Autoryzacja dwuetapowa \(2FA\)](#)
- [Przykłady](#)
- [Zabezpieczanie plików cyfrowych - znak wodny](#)

Eksport zamówień według produktów

Eksport dostępny jest na liście zamówień i uwzględnia wybrane parametry jej filtrowania. Opcja ta umożliwia wyeksportowanie zamówień w rozbiciu na produkty. Umożliwia to analizę trendów sprzedaży danego produktu, obliczanie zysku z uwzględnieniem zmian cen w określonym przedziale czasu itp.

Eksport do formatu xlsx zawiera następujące kolumny:

- Identyfikator
- Nazwa
- Ilość
- Wartość
- Waluta
- Stawka VAT
- Zamówienie
- Utworzone
- Anulowane
- Klient
- Typ płatności
- Status płatności
- Status wysyłki

Czy limit dla działalności nierejestrowanej obejmuje koszt wysyłki i prowizji?

Limit dla działalności nierejestrowanej uwzględnia przychód, czyli łączną kwotę należności od kupującego (cała wartość koszyka).

Tak więc koszty wysyłki i prowizji wliczają się do limitu przychodu przewidzianego dla tej formy sprzedaży.

Zgodnie z przepisami rozliczenie kosztów możliwe jest dopiero na podstawie rozliczenia rocznego zeznania PIT.

Aby przypadkowo nie przekroczyć limitu, bramka płatnicza automatycznie blokuje transakcje w momencie osiągnięcia dozwolonej kwoty przychodów.

Szczegółowe informacje na temat działalności nierejestrowanej można znaleźć na stronie

<https://www.biznes.gov.pl/pl/portal/00115>

Jak mogę pobrać listę adresów e-mail kupujących?

Lista adresów z informacją o statusie zgody marketingowej dostępna jest w panelu administracyjnym, w zakładce "Zamówienia > Klienci i zgody". Adresy e-mail kupujących dostępne są również na liście zamówień.

W planie abonamentowym możliwe jest wyeksportowanie danych do pliku Excel. Eksport uwzględnia filtrowanie list.



- Zamówienia
- Lista zamówień
- Przesyłki DPD
- Przesyłki FedEx
- Przesyłki paczkomaty InPost
- Przesyłki kurier InPost
- Odbiory osobiste
- Transport sprzedawcy
- Zewnętrzna dostawa kurierska
- Przesyłki cyfrowe
- Płatności Blue Media
- Płatności DotPay
- Klienci i zgody

Czy osoba niepełnoletnia może sprzedawać przez 1koszyk?

Osoby niepełnoletnie nie mogą sprzedawać za pośrednictwem bramki Autopay. Musi zostać zarejestrowana osoba pełnoletnia.

Dyrektywa DAC7 i obowiązki raportowania platformy

Co to jest DAC7?

DAC7 - Dyrektywa Rady (UE) 2021/514 z dnia 22 marca 2021 r. to unijne rozporządzenie, które wprowadza nowe obowiązki dla platform cyfrowych.

Celem dyrektywy DAC7 jest m.in. zwiększenie przejrzystości transakcji online poprzez dostęp dla organów podatkowych do informacji o transakcjach dokonywanych na platformach internetowych działających na terenie Unii Europejskiej.

Obowiązki nałożone przez dyrektywę DAC7 dotyczą operatorów różnego rodzaju platform cyfrowych, w tym tych, na których sprzedawcy mogą oferować swoje produkty i usługi.

W Polsce dyrektywa DAC7 została wdrożona Ustawą z dnia 23 maja 2024 r. o zmianie ustawy o wymianie informacji podatkowych z innymi państwami oraz niektórych innych ustaw, obowiązującą od 01.07.2024 r.

Ze względu na opóźnienie we wdrożeniu dyrektywy w polskich przepisach, ustawa zobowiązuje operatorów do zaraportowania danych o sprzedających także za rok 2023 i cały rok 2024. Sprawozdania za lata 2023 i 2024 muszą zostać złożone nie później niż do 31.01.2025.

Co to dla mnie oznacza?

W związku z w/w przepisami platforma 1koszyk ma co rok obowiązek zbierania i przekazywania informacji o sprzedawcach i ich transakcjach do organów podatkowych. Zgodnie z ustawą, w raporcie znajdują się sprzedawcy, którzy w danym roku zrealizowali minimum 30 transakcji lub wartość ich zrealizowanych transakcji wyniosła powyżej 2000 euro.

Jakie informacje znajdują się w raporcie?

W raporcie znajdują się dane umożliwiające identyfikację sprzedawcy oraz dane transakcyjne. Te drugie podzielone są na kwartały oraz dwie kategorie transakcji:

- sprzedaż towarów
- sprzedaż usług świadczonych osobiście

Dane dotyczące transakcji i przychodów (podzielone na kwartały):

- **Sprzedaż towarów**

- ilość zamówień z przesyłką fizyczną utworzonych w danym okresie sprawozdawczym (roku), które nie zostały anulowane;
- Przychód ze sprzedaży towarów - suma płatności online oraz płatności przy odbiorze pomniejszone o prowizje pobrane przy płatności przez bramkę płatniczą (w momencie płatności) oraz należności pobrane przez platformę (wyrównanie do prowizji minimalnej oraz koszty przesyłek);
- Prowizje od sprzedaży towarów - suma prowizji pobranych przez platformę tj. wyrównań do prowizji minimalnej oraz kosztów przesyłek.

- **Sprzedaż usług świadczonych osobiście**

- ilość wszystkich pozostałych zamówień tj. tych z przesyłką cyfrową lub brakiem przesyłki;
- Przychód z usług świadczonych osobiście - suma płatności online pomniejszona o prowizje pobrane przez bramkę płatniczą (w momencie płatności) oraz prowizje pobrane przez platformę (wyrównanie do prowizji minimalnej);
- Prowizje od sprzedaży usług - suma wyrównań do prowizji minimalnej.

Dane w przypadku firmy:

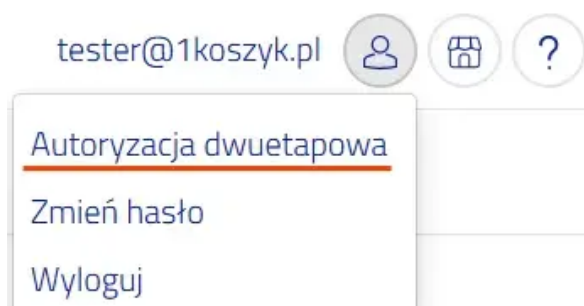
- Nazwa firmy
- Adres rejestrowy
- Identyfikator podatkowy (NIP)
- REGON/KRS
- Numer rachunku bankowego

Dane w przypadku tzw. działalności nierejestrowanej:

- Imię
- Nazwisko
- Pesel
- NIP (opcjonalnie)
- Adres
- Numer rachunku bankowego

Autoryzacja dwuetapowa (2FA)

Aby skonfigurować dodatkowy składnik autoryzacji, należy w panelu administracyjnym z menu użytkownika wybrać opcję "Autoryzacja dwuskładnikowa"



Następnie na ekranie wyboru zaznaczyć opcję weryfikacji poprzez wiadomość e-mail wysyланą na adres użytkownika lub poprzez aplikację autentykacyjną kompatybilną Google Authenticator lub kompatybilną.

[Autoryzacja dwuetapowa](#) » Edytuj element

Metoda autoryzacji dwuetapowej

Brak E-mail Google Authenticator

W przypadku wyboru aplikacji, po zapisaniu pojawi się ekran umożliwiający aktywację zabezpieczenia poprzez zeskanowanie kodu QR oraz podanie kodu autoryzacyjnego wygenerowanego przez aplikację.

Zeskanuj poniższy kod QR za pomocą aplikacji Google Authenticator oraz wprowadź wygenerowany w niej kod uwierzytelniający.



Kod uwierzytelniania *



Zapisz

Po zapisaniu ustawień, przy ponownym logowaniu do panelu będzie wymagane podanie dodatkowego jednorazowego kodu o krótkim terminie ważności.

Przykłady

Sklepy sprzedające przez katalog 1koszyk:

<https://tralaladlasmyka.pl/>

<https://kotcukierek.pl/>

<https://kekusie.1ct.eu>

<https://nocnamamaa.1ct.eu/>

<https://sarnodzielo.1ct.eu>

Sklepy używające linków sprzedażowych, widgetu lub w pełni zintegrowane przez API:

<https://bdo360.pl/poznaj-oferte/>

<https://latarnik.com.pl/>

<https://www.dekordeska.pl/probka/>

<https://www.iagellonica.com.pl/>

<https://www.ptiszu.com/ebooki/>

Ścieżkę płatności z testową bramką płatniczą można sprawdzić tutaj:

<https://testkoszyka.pl/>

Zabezpieczanie plików cyfrowych - znak wodny

Pobranie pliku możliwe jest wyłącznie po dokonaniu płatności i – w zależności od wymogów sprzedawcy – odstąpieniu od prawa zwrotu. Plik dostępny jest dla zalogowanego użytkownika. Adres pobierania jest każdorazowo modyfikowany, co zapobiega nieuprawnionemu udostępnianiu treści poprzez przekazywanie adresu pliku.

W większości przypadków oferowane w 1koszyk produkty sprzedawane są w niewielkiej skali, a ich ceny są relatywnie niskie. Co za tym idzie, obecnie nie stosujemy zabezpieczeń plików i treści cyfrowych. Poniżej przedstawiamy opis metod zabezpieczenia, ich cechy i potencjalne ograniczenia:

Widoczny znak wodny (Personalizacja)

Często spotykaną praktyką jest nanoszenie danych kupującego (np. imienia, nazwiska czy adresu e-mail) bezpośrednio na strony e-booka. Choć popularne, jest to najłabsza forma ochrony. Widoczne dane można w prosty sposób usunąć za pomocą darmowych edytorów PDF lub narzędzi do usuwania warstw tekstowych. Ten rodzaj zabezpieczenia pełni głównie rolę psychologiczną – ma uświadomić uczciwemu nabywcy, że plik jest przypisany do niego.

Digital Fingerprinting (Niewidoczna sygnatura)

To technika wprowadzania do kodu pliku unikalnych, niewidocznych gołym okiem znaczników identyfikujących konkretną transakcję. Niewidoczna sygnatura jest trudniejsza do usunięcia niż zwykły znak wodny. Ma ona jednak sens wyłącznie wtedy, gdy sprzedawca dysponuje infrastrukturą do monitorowania sieci.

Bez narzędzi, które automatycznie przeszukują internet, fora i serwisy pirackie w poszukiwaniu plików oraz możliwości ich weryfikacji, sygnatura nie przyniesie żadnych korzyści. Pozwala ona na identyfikację sprawcy po fakcie, o ile plik zostanie znaleziony, ale nie zapobiega samemu procesowi kopiowania.

DRM (Digital Rights Management)

Systemy typu DRM (np. Adobe DRM) to najbardziej restrykcyjne formy ochrony. Plik jest zaszyfrowany i powiązany z konkretnym urządzeniem lub kontem użytkownika. Metoda ta jest znacznie bardziej skuteczna w zapobieganiu nieautoryzowanemu kopiowaniu. Wymusza jednak na czytelniku instalację dedykowanych aplikacji koniecznych do odczytania treści. Użytkownicy często skarżą się na trudności z autoryzacją plików na różnych urządzeniach, co może prowadzić do zwiększonej liczby reklamacji i frustracji klientów, którzy kupili produkt legalnie.

Ekonomia egzekwowania naruszeń

Warto spojrzeć na kwestię zabezpieczeń przez pryzmat opłacalności. Proces dochodzenia roszczeń za naruszenie praw autorskich w internecie jest kosztowny. Wymaga zaangażowania prawników i często specjalistycznych firm informatycznych, a procedury identyfikacji sprawcy i procesy sądowe trwają miesiącami.

Przy małej skali sprzedaży lub niskiej cenie jednostkowej produktu (np. e-book za 20–50 zł), koszty prawne i operacyjne związane ze ściganiem pojedynczego naruszenia zazwyczaj wielokrotnie przewyższają wartość samej straty.