

## Digitálna daň

Popri americko – čínskych obchodných sporoch sa na poli svetového obchodu črtá nové napätie. Týka sa novej formy zdaňovania ziskov z medzinárodného predaja cez internet, takzvanej digitálnej daní. Hovorí sa o nej už zopár rokov, ale až teraz jednotlivé krajiny podnikajú konkrétne kroky.

O čo ide?

V „klasickom“ medzinárodnom obchode výrobca z krajiny „A“ predáva tovary svojim zákazníkom v krajine „B“ prostredníctvom svojej pobočky (stálej prevádzkarne) alebo prostredníctvom inej nezávislej osoby. Výrobca zdaňuje svoj zisk v krajine „A“ a distribútor svoju maržu v krajine „B“. Krajina „B“ si len musí ustriechnuť, aby výrobca svoju distribučnú pobočku nezvýhodňoval (rozumej nedotoval) a teda aby boli zisky pobočky na bežnej úrovni a dane z nich plynúce do štátneho rozpočtu krajiny „B“ tiež.

Avšak, v posledných desiatkach rokov sa táto schéma postupne mení. Dnes nie je ojedinelé, že výrobca v krajine „A“ predáva svoj tovar zákazníkom v krajine „B“ prostredníctvom internetového obchodu v krajine „C“, pričom ten používa servery v krajine „D“. Na stránke internetového obchodu „C“ zároveň pre zákazníkov v krajine „B“ inzeruje reklamná agentúra sídliaca v krajine „E“ a ktorá používa dáta o zákazníkoch výrobcu „A“, pre svojich iných firemných zákazníkov v krajine „F“. Kde vzniká hodnota v tomto komplikovanom pletenci vzťahov? V krajine „A“, ktorý vyvinul celú schému predaja produktu? Alebo v krajine „B“, ktorá je zdrojom ziskov pre výrobcu „A“, ale aj reklamnú agentúru v krajine „E“. Alebo je to reklamná agentúra v krajine „E“, vďaka ktorej sa výrobcovi „A“ darí v krajine „B“? A ako sa na tom podieľa internetový obchod v krajine „C“ či jeho servery v krajine „D“? Kto prináša akú hodnotu do celkového obchodného vzťahu a ako sa teda bude zdaňovať?

Tieto komplikácie by možno zostali bez povšimnutia viacerých krajín, avšak globalizácia a individualizácia distribučných ciest za posledné dve desaťročia odniesla z „klasického daňového základu“ príliš veľa peňazí na to, aby to zostalo mimo pozornosti. A tak sa začalo pracovať na „spravodlivom“ prerozdelení ziskov.

V zásade sú známe dve koncepcie: jedna od OECD a jedna od Európskej komisie, obe boli zverejnené v marci 2018. Report OECD sa snaží popísať spôsob akým digitalizácia mení business modely a tvorbu hodnôt. Digitalizáciu chápe ako proces, kedy sa spoločnostiam darí získavať významné tržby na zahraničných trhoch bez toho, aby bola na nich potrebná fyzická prítomnosť. Zvyšuje sa dôležitosť nehmotných aktív a samotné údaje o zákazníkoch sa prepájajú s intelektuálnym vlastníctvom firiem.

V súbežných rokovaniach medzi členskými krajinami OECD sa nepodarilo dosiahnuť žiadnu dohodu ako s týmito meniacim sa prostredím daňovo naložiť. Krajiny sa zoskupili

do troch názorových prúdov – prvý z nich vidí riešenie len v úprave súčasných medzinárodných daňových zmlúv. Druhá skupina krajín si myslí, že digitalizácia je nezvratný trend, ktorý zásadným spôsobom kvalitatívne mení medzinárodné daňové prostredie, no čo treba reagovať jeho zásadou zmenou. Tretia skupina krajín vidí digitalizáciu len ako jednu z mnohých foriem znižovania daňovej základne a odklonu ziskov (angl. BEPS = base erosion and profit shifting), tzv. daňovú optimalizáciu, ktorú veľké firmy „štandardne“ realizujú, a teda samotnej digitalizácii sa netreba špeciálne venovať.

Návrh Európskej komisie je už konkrétnejší a „prísnejší“. Je to logické, pretože jednak krajiny EÚ majú štrukturálne a aj hodnotovo k sebe bližšie ako krajiny OECD a dohoda je ľahšia. A zároveň, práve tu je výber daní nižší ako by mohol byť. V krajinách EÚ totiž chýbajú veľké digitálne firmy, ktoré by vytvárali daňový základ pri tvorení biznisu tak ako napríklad v USA (nie nadarmo sa digitálna daň v Európe nazýva GAFA podľa štvorice amerických firiem Google – Amazon – Facebook - Apple), ale nechýbajú spotrebiteľia. Tunajšie vlády tak vidia digitálny biznis ako ďalší zo zdrojov zdaňovania, ktorý možno aj vhodne politicky odkomunikovať. A dokonca Európska komisia ho vidí aj ako priamy zdroj rozpočtu Európskej únie (čo je nepravdepodobné).

V návrhu EK sa pobočka (stálu prevádzkareň) digitálnej firmy nazýva ako „Významná digitálna prítomnosť“ („Significant Digital Presence“) a musí byť splnená aspoň jedna z troch podmienok: celkové tržby z digitálnych služieb v členskom štáte presahujú v zdaňovacom období 7 mil. EUR, počet užívateľov digitálnych služieb presahuje 100 tis. alebo počet zmlúv s firemnými užívateľmi služieb presiahne 3000. Pod digitálnymi službami sa rozumejú služby, ktoré sa poskytujú prostredníctvom internetu alebo elektronickej siete a ich povaha je automatizovaná, vyžaduje minimálny ľudský zásah a nie je ich možné poskytnúť bez IT podpory. Konkrétne ide o software a jeho aktualizáciu, webstránky, automaticky počítačom generované služby, provízie pre e-shopy, sťahovanie filmov či hudby. Digitálna pobočka sa zdaňuje tak, ako keby sa tržby v získavali v nezávislej pobočke.

Kým sa nepodarí dohodnúť konsenzus, Európska komisia navrhuje dočasné riešenie: zdaňovať príjmy z predaja reklamného priestoru, z tržieb zo sprostredkovania obchodu, z tržieb z predaja dát o zákazníkoch v tých krajinách, kde sa nachádzajú zákazníci digitálnych firiem. Zdaňovať by sa mali firmy s celosvetovými ročnými tržbami aspoň 750 mil. EUR, z ktorých aspoň 50 mil. generujú v EÚ. Uvažovaná sadzba je 3%. Treba dodať, že tento druhý, dočasný návrh, nie je tak „naivný“ ako prvý (nemôžno stanoviť rovnaké absolútne parametre minimálneho počtu zákazníkov povedzme pre Nemecko a pre Maltu) atď.

Európske rokovania nedospeli k žiadnemu konsenzu, a tak sa členské štáty vydávajú na vlastnú cestu. Najďalej je Francúzsko a Maďarsko. Francúzsko rozhodlo v polovici roka 2019, že so spätnou účinnosťou od 1.1.2019 bude zdaňovať 3% sadzbou tržby z predaja reklamného priestoru tých spoločností, ktoré dosahujú celosvetové ročné tržby aspoň 750 mil. eur, z toho z Francúzska aspoň 25 mil. EUR. Maďarsko má ešte prísnejší režim – tam dosahuje sadzba 7.5%, pričom na kvalifikovanie sa platiteľa dane stačí hranica 100 mil. HUF (cca 300 tis. EUR). Od januára 2020 plánuje zaviesť daň aj Rakúsko a Taliansko, neskôr aj Turecko, Indonézia, Malajzia, Taiwan, Pakistan, Singapur, Mexiko, Uruguaj, Keňa a Zimbabwe. O dani – v rôznych štádiách - diskutuje Veľká Británia, Španielsko Česko, Poľsko, Slovensko, Slovinsko, Rusko, Izrael, Južná Kórea, Thajsko, Kanada, Čile, Egypt.

Daň však zďaleka nie je všade prijímaná s nadšením. Kritici jej oprávnene vyčítajú, že negatívne ovplyvňuje inovácie, investície a hospodársky rast. Tým, že je počítaná z tržieb a nie zo ziskov, neberie do úvahy žiadne náklady potrebné na dosiahnutie ziskov a dokonca sa môže stať, že firma bude zdanená aj vtedy, ak má stratu. Ďalej, digitálne firmy v podstate nepoužívajú fyzickú verejnú infraštruktúru, odpadá argument o podieľaní sa na nákladoch verejnej správy. Daň sa z veľkou pravdepodobnosťou pretaví do vyšších cien pre klientov a pôvodný cieľ „spravodlivo znížiť“ zisk týchto firiem sa naplniť nepodarí. Navyše, digitálne firmy sú už vo svojich krajinách zdaňované daňou z príjmu právnických osôb, a tak digitálna daň zavádza dvojité zdanenie.

Výrazným kritikom dane sú Spojené štáty americké, väčšina zasiahnutých firiem pochádza odtiaľ. K dani sa negatívne stavajú aj Írsko, Holandsko, Luxembursko, krajiny s nízkymi daňovými sadzbami, v ktorých sa teraz veľké technologické giganty zdaňujú. Proti je Nemecko, ktoré sa obáva amerických colných opatrení proti automobilkám. A aj Švédsko a Dánsko, ktoré požadujú globálne riešenia, minimálne na úrovni OECD.

A tak Francúzsko zostáva zatiaľ jedinou veľkou krajinou s takouto daňou. Ale niet sa čomu čudovať. Francúzsko má

tradične extrémne vysoké dane. Podiel daní a odvodov na HDP presahuje 50% a je spolu s Fínskom najvyšší zo všetkých vyspelých krajín. Viac ako „sociálne“ škandinávске krajiny Švédsko alebo Dánsko. A výrazne viac ako napríklad Nemecko (45%), Veľká Británia (40%), Japonsko (35%) či USA (30%).

Okrem toho má Francúzsko aj napätý rozpočet. V roku 2019 bude pravdepodobne jedinou krajinou z celej 28 člennej EÚ, ktorej deficit verejného rozpočtu presiahne 3% HDP. Napriek tomu, že takéto deficity mala aj v minulosti a ako veľká zakladajúca krajina dostala „neoficiálnu“ výnimku z procedúry nadmerného deficitu, tlak na zvyšovanie daní je zrejmý. Navyše, francúzske obyvateľstvo je veľmi „vzdorné“ a francúzske vlády veľmi populistické. Len nedávno sa pokúšal bývalý prezident François Hollande zaviesť 75% daň z bohatstva, ktorá po úplnom fiasku do roka potichu skončila. Kvôli tlaku verejnosti (nedávno tzv. žlté vesty, aktuálne protest proti dôchodkovej reforme) vlády nie sú schopné znížiť výdavky, naopak, Francúzsko ich dlhodobo zvyšuje.

Digitálna daň má teda práve vo Francúzsku pevné korene. Jej zrušenie je vysoko nepravdepodobné a bude inšpiráciou pre ďalšie a ďalšie krajiny. A čím viac individuálnych krajín bude daň mať, tým ťažšie sa dohodne medzinárodný konsenzus. Napätie medzi USA a EÚ môže narastať, USA môžu poľahky prijať protopatrenia. A keďže USA a aj EÚ patria do trojice najväčších obchodníkov sveta, dôsledky by boli globálne. Navyše, obchodná vojna medzi USA a Čínou stále pokračuje.

Ovplyvnená bude samozrejme aj ziskovosť technologických gigantov a tým aj vývoj hodnoty ich akcií na burze. Len GAFA (Google – Amazon – Facebook – Apple) má 12% podiel v americkom indexe S&P 500, celý IT sektor 23%.

Nasledujúci rok bude určite zaujímavý.

**Richard Tóth**  
Hlavný ekonóm

**Kontakt:** Richard Tóth, Hlavný ekonóm. Tel. +421 2 3226 6531. Fax: +421 2 3226 6910. E-mail: research@privatbanka.sk, toth@privatbanka.sk. Web: www.privatbanka.sk.

**Upozornenie:** Vyjadrené názory a pohľady sú stanoviskom autora v čase písania správy. Táto správa vyjadruje len všeobecné stanovisko. Žiadna informácia alebo názor nepredstavuje ponuku na nákup alebo predaj cenného papiera alebo iného finančného nástroja. Správa nie je určená na poskytovanie osobného investičného poradenstva a neberie do úvahy špecifické investičné ciele, finančnú situáciu a osobné záujmy kohokoľvek, kto by mohol túto správu prijať. Hoci sú informácie v správe považované za spoľahlivé, nie je možné zaručiť ich správnosť. Právo meniť akúkoľvek formuláciu kedykoľvek a bez upozornenia vopred je vyhradené. Hodnota cenného papiera alebo iného finančného aktíva a príslušného výnosu môže stúpať alebo klesať a návratnosť investície nie je zaručená. Výkonnosť cenného papiera alebo iného fin. nástroja v minulosti nie je zárukou alebo indikátorom výkonnosti v budúcnosti. Investície na trhoch rýchlo sa rozvíjajúcich krajín sú spravidla kvôli vyššej politickej a ekonomickej nestabilite a nerozvinutému trhu a systému rizikovejšie. Zmeny výmenných kurzov a daňový režim vplyvajú na hodnotu, cenu alebo výnos cenného papiera alebo iného finančného nástroja.