

Zdanění „digitální ekonomiky“

(aneb několik poznámek ke zdanění firem, jejichž přidaná hodnota je do značné míry tvořena samotnými uživateli)



MINISTERSTVO
PRŮMYSLU A OBCHODU

Odbor ekonomických analýz

Ing. Tomáš Řehůřek

6. 2. 2019

Obecná východiska

- panuje shoda v tom, že zisk by měl být zdaňován tam, kde vznikl
- dále panuje shoda v tom, že nadnárodní společnosti mají příležitosti (a využívají je) k přesunu zisků do zemí s nízkými daňovými sazbami
- téměř všechny země se shodnou na „potřebě“ regulovat/zdanit digitální podnikání
- digitální podnikání je „jiné“ než off-line podnikání
- preference globální shody



Důvody zdanění:

- 1) Dohnat „zaspání“ daňové legislativy, která reflektuje zejména starší typ podnikání a mezinárodního obchodu.
- 2) Narovnání podmínek mezi „kamennými obchody“ a digitálním/on-line podnikáním.
- 3) Dodatečný příjem do státního rozpočtu.
- 4) *Zastavení fragmentace společného trhu.*

Efektivní míra zdanění vs. statutární (nominální) sazba daně

- statutární (nominální) sazba daně
- efektivní míra zdanění = rozdíl mezi mírou zisku (ziskem) před a po zdanění (tzv. daňový klín)

Efektivních měř zdanění je více – vpřed hledící
zpět hledící
mikro data/makro data

Hlavní **rozdíl** je v **určení základu daně** (rozdílné odpočty,
(ne)uznatelné náklady atd.)

Nastínění geneze návrhu

- březen 2018 Bulharsko navrhuje Směrnici o zdanění digitální ekonomiky
- předsednictví Rakouska – kompromisní návrh
- česká pozice



Krátkodobé vs. dlouhodobé řešení:

- Krátkodobé:
- celosvětový roční příjem 750 mil. euro
 - příjem z digitálních aktivit na území EU od 50 mil. euro
 - sazba daně 3 %

- Dlouhodobé:
- příjmy v daném státě 7 mil. euro
 - 100 000 uživatelů
 - 3 000 obchodních smluv



Některá úskalí krátkodobého návrhu

Krátkodobé

- 3% nejsou ze zisku (ale z **obratu**) → možnost zdaňovat firmy ve ztrátě
- značný vliv velikosti marže (ziskovosti) na reálné zdanění

Typ firem, který je zdaněn

- typicky se jedná o firmy typu Google či Facebook
- jsou charakteristické tím, že jejich uživatelé neplatí přímo za jejich využívání/služby
- **platí** samozřejmě **nepřímo** – daty/informacemi
 - je obtěžován reklamou

Zdaněno bude...

Zdaněny budou tzv. „zdanitelné příjmy“, za které se považují příjmy pocházející z poskytování každé z následujících služeb:

- a) umístění cílené reklamy na digitální rozhraní;
- b) zpřístupnění mnohostranného digitálního rozhraní uživatelům;
- c) prodej dat shromážděných o uživatelích a generovaných činností uživatelů na digitálních rozhraních

.



Dopady na průmysl/pohled MPO

- 1) Myslíme si, že snažit se o širší shodu (OECD) je klíčové.
- 2) Potřeba zevrubnější analýzy dopadů na tuzemskou ekonomiku/průmysl.
- 3) ↑ přidané hodnoty → ↑ podíl digitální složky → ↑ větší dopad na české firmy
- 4) Daňové příjmy pro český státní rozpočet.



Děkuji za pozornost!



MINISTERSTVO
PRŮMYSLU A OBCHODU

Odbor ekonomických analýz

