



Bruselj, 21.9.2017
COM(2017) 547 final

SPOROČILO KOMISIJE EVROPSKEMU PARLAMENTU IN SVETU

Pravičen in učinkovit davčni sistem v Evropski uniji za enotni digitalni trg

Uvod

Enotni digitalni trg spada med 10 političnih prednostnih nalog Komisije. Cilj strategije za enotni digitalni trg¹ je ustvariti digitalne priložnosti za ljudi in podjetja na trgu z več kot 500 milijoni potrošnikov EU. Dokončanje enotnega digitalnega trga bi evropskemu gospodarstvu lahko prineslo do 415 milijard EUR na leto, ustvarilo nova delovna mesta in preoblikovalo naše javne storitve. V 18 mesecih po sprejetju strategije za enotni digitalni trg je Evropska komisija pripravila napovedane predloge. V vmesnem pregledu strategije² je posodobila svojo analizo in se osredotočila na naslednji niz izzivov. Digitalne tehnologije spreminjajo naš svet in imajo pomemben učinek na davčne sisteme. Pripomorejo k izboljševanju njihovega upravljanja ter ponujajo rešitve za zmanjšanje upravnih obremenitev, olajšujejo sodelovanje med davčnimi organi in se borijo proti davčnim utajam. Vendar pa preoblikujejo poslovne modele, pri čemer neopredmetena sredstva igrajo vedno pomembnejšo vlogo, kar vrši pritisk na evropski davčni sistem.

Enotni digitalni trg EU potrebuje sodoben in stabilen davčni okvir, da bi digitalno gospodarstvo spodbujalo inovacije, odpravilo razdrobljenost trga in omogočilo vsem akterjem, da izkoristijo novo tržno dinamiko pod pravičnimi in uravnoteženimi pogoji. To je bistvenega pomena za zagotavljanje varnosti na davčnem področju za poslovne naložbe in preprečevanje nastanka novih davčnih vrzeli na enotnem trgu.

Na področju obdavčevanja imajo oblikovalci politik težave pri iskanju rešitev, ki bi zagotovile pravično in učinkovito obdavčitev ob vse hitrejši digitalni preobrazbi gospodarstva. Mednarodni davčni predpisi so pomanjkljivi, saj so bili prvotno oblikovani za klasična podjetja in so zdaj zastareli. Sedanja davčna pravila niso več ustrezna za današnje razmere, v katerih se podjetja močno opirajo na neopredmetena sredstva, podatke in avtomatizacijo, ki olajšujejo čezmejno spletno trgovanje brez fizične prisotnosti in jih je težko vrednotiti. Ta vprašanja ne zadevajo le digitalnega gospodarstva, temveč potencialno vplivajo na vsa podjetja. Zato so nekatera podjetja prisotna v nekaterih državah, kjer potrošnikom ponujajo storitve in z njimi sklepajo pogodbe, pri čemer v polni meri izkoriščajo infrastrukturo in institucije pravne države, ki so na voljo, obenem pa se za davčne namene ne štejejo kot prisotna. Ta položaj, v katerem uživajo nezaslužene koristi, jim omogoča konkurenčno prednost v primerjavi z uveljavljenimi podjetji.

Čedalje večji izziv, kako zagotoviti pravično obdavčitev digitalnega gospodarstva, zato še vedno ni ustrezno rešen, in sicer zlasti zaradi pomanjkanja mednarodnega soglasja in večrazsežnostne narave problema. Takšno stanje je nevzdržno v vse bolj globaliziranem in digitalno povezanem svetu, v katerem se vedno več dejavnosti seli v digitalni prostor. Neuspešno reševanje teh razmer bo ustvarilo še več priložnosti za izogibanje davkom, manj bo davčnih prihodkov za javne proračune, to pa bo imelo posledice za socialno pravičnost, med drugim z zmanjševanjem socialnih proračunov, in bo zamajalo enake konkurenčne pogoje za podjetja. To ogroža konkurenčnost EU, pravično obdavčitev in vzdržnost proračunov držav članic. Kot je poudaril predsednik Komisije Jean-Claude Juncker v svojem govoru o stanju v Uniji³ leta 2017, Komisija poziva k pravični obdavčitvi za digitalno

¹ COM(2015) 192.

² COM(2017) 228.

³ http://europa.eu/rapid/press-release_SPEECH-17-3165_sl.htm

industrijo. Na neformalnem zasedanju Sveta ECOFIN v Talinu⁴ je predsedstvo ob podpori velikega števila držav članic pozvala Komisijo, naj prouči možnosti in predlaga učinkovite rešitve, z namenom, da bi se dogovorili o nadaljnjih korakih za EU do konca leta.

Ta Komisija že od začetka svojega mandata sprejema ukrepe za zagotovitev načela, da bi vsa podjetja, ki poslujejo v EU, morala plačevati davke tam, kjer se ustvarijo dobički in vrednost. To načelo je bistvenega pomena za pravično in učinkovito obdavčitev na enotnem trgu in ga je mogoče uveljaviti le s skupnimi in usklajenimi ukrepi. Različni nacionalni pristopi znotraj EU lahko povzročijo razdrobljenost enotnega trga, povečanje davčne negotovosti, destabilizacijo enakih konkurenčnih pogojev in nastanek novih vrzeli za davčne zlorabe. Kot je bilo navedeno že v poročilu Komisije maja 2014⁵, je mednarodni davčni okvir potreben reforme, da bo učinkovito zajel vrednost, ustvarjeno z novimi poslovnimi modeli; žal se je bilo po dosedanjih izkušnjah težko dogovarjati o rešitvah na globalni ravni, kot je razvidno iz poročila OECD iz oktobra 2015⁶. Zdaj pa je nastopil čas za ukrepanje. Komisija želi ambiciozno agendo EU za to področje in skupni pristop EU, da se zagotovi učinkovita obdavčitev digitalnega gospodarstva na način, ki bo zagotavljal pravičnost in podpiral rast.

Nova agenda bo dopolnila že doseženi znatni napredek pri izboljševanju okvira za davek od dohodkov pravnih oseb v preteklih letih, tako na ravni EU kot tudi na mednarodni ravni. Znotraj EU so se države članice dogovorile o sklopu ambicioznih novih pravil za preprečevanje agresivnega davčnega načrtovanja in povečanje davčne preglednosti ter okrepile svoje mednarodno stališče o dobrem davčnem upravljanju v okviru zunanje strategije za učinkovito obdavčenje. Na področju nadzora nad državno pomočjo je Komisija izvedla splošno poizvedbo glede praks izdajanja davčnih stališč držav članic in preiskuje davčna stališča in sheme, ki nekaterim podjetjem omogočajo ugodnejšo davčno obravnavo. Komisija je v več primerih odredila vračilo pomoči. Na področju davka na dodano vrednost (DDV) Komisija prav tako odločno obravnava izzive, ki jih prinaša digitalno gospodarstvo, s svojim predlogom o e-trgovanju⁷. Napredujejo pogajanja o skupni konsolidirani osnovi za davek od dohodkov pravnih oseb (CCCTB)⁸, ki jo je Komisija ponovno sprožila leta 2016. Ko bo sprejeta, bo CCCTB nudila konkurenčen, pravičen in trden okvir za obdavčitev podjetij na enotnem trgu.

Podjetja so danes bolj digitalizirana kot kdaj koli prej

Delujemo v globaliziranem svetu brez meja. Povečano porabo spremljata okrepljena trgovina in vedno večji obseg trgovanja. Hkrati je trgovina vse bolj mednarodna. Rast digitalnega gospodarstva prinaša korenite spremembe v vsakdanjem življenju in poslovne modele, ki ne vplivajo samo na tradicionalne gospodarske, politične, upravne, izvršilne in poslovne modele, temveč tudi na davčno in carinsko upravo.

⁴ <https://www.eu2017.ee/political-meetings/ECOFIN>

⁵ Glej poročilo strokovne skupine Evropske komisije za obdavčenje v digitalnem gospodarstvu, maj 2014.

⁶ Glej poročilo z naslovom Obravnavanje davčnih izzivov digitalnega gospodarstva (Addressing the Tax Challenges of the Digital Economy, Action 1 Report) iz serije poročil OECD o preprečevanju erozije davčne osnove in preusmeritve dobička, oktober 2015.

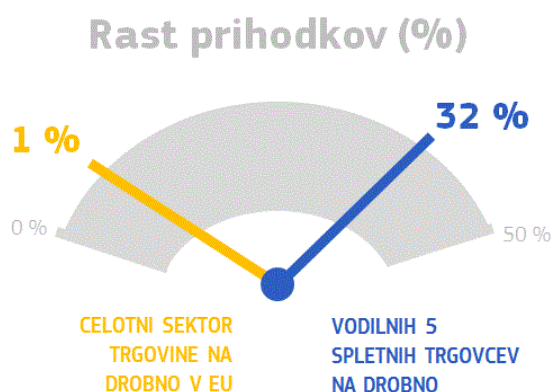
⁷ COM(2016) 757.

⁸ COM(2016) 683 in COM(2016) 685.

Digitalizacija je olajšala in pospešila čezmejno trgovino. Razvoj poslovnih modelov pomeni, da podjetja danes delujejo bistveno drugače, kot so delovala v času oblikovanja mednarodnih davčnih in carinskih predpisov; danes na primer za prodajo blaga in storitev na trgu ni potrebna fizična prisotnost, kar pomeni, da je morda težko določiti davčno osnovo v državi, pod katere jurisdikcijo je trg, ali poreklo blaga za carinske namene. Z enim klikom lahko naročamo izdelke z vsega sveta. To pomeni nov tržni doseg, na splošno nižje cene in nove priložnosti. Za obstoječe poslovne modele je to motnja, spletne platforme pa se učinkoviteje odzivajo na povpraševanje. Pomembno je, da posledica ni le povečanje trgovine, ampak tudi razdrobljenost trgovine, saj se vključujejo nove stranke, ki niso vedno seznanjene z davčnimi in carinskimi obveznostmi, ali pa morda znajo strukturirati svoje dejavnosti tako, da te obveznosti obidejo.

Digitalizacija spreminja naravo izmenjave, tako da briše meje med blagom in storitvami s preoblikovanjem izdelkov v njihovo digitalno predstavitev, kot so e-knjige, ali z uporabo najmanjše možne količine materiala, na primer s tiskanjem v tehniki 3D. Gospodarstvo je vedno bolj digitalizirano, zato se bodo z nastankom novih poslovnih modelov obstoječi poslovni modeli morali prilagoditi tej novi realnosti. Nekatere izmed glavnih značilnosti novih poslovnih modelov so sposobnost opravljanja dejavnosti na daljavo, nestanovitnost na trgu (npr. hitra pridobitev in izguba tržnega deleža), trend k monopolu ali oligopolu ter mrežni učinki⁹.

Digitalizacija svetovnega gospodarstva poteka hitro in v velikem obsegu ter prežema skoraj vsa področja družbe. V Evropi je skoraj tretjina rasti celotne industrijske proizvodnje posledica uvajanja digitalnih tehnologij¹⁰. Leta 2006 je bilo samo eno tehnološko podjetje med dvajseterico najboljših, kar je predstavljalo samo 7 % tržne kapitalizacije. Leta 2017 je bilo med vodilnimi 20 podjetji po tržni kapitalizaciji 9 tehnoloških podjetij, na katera je odpadlo 54 % skupne tržne kapitalizacije vodilne dvajseterice¹¹. Med letoma 2008 in 2016 so se prihodki vodilnih petih spletnih trgovcev na drobno v povprečju povečali za 32 % letno. V istem obdobju so prihodki v celotnem sektorju trgovine na drobno v EU porasli v povprečju za 1 % na leto¹². Z novo generacijo informacijskih tehnologij, kot so internet stvari, umetne inteligenca, robotika in virtualna resničnost, bo hitro sledil nadaljnji napredek. Digitalne rešitve se uporabljajo čedalje pogosteje in odpirajo nove priložnosti za državljane, podjetja, vlagatelje in javne uprave. Bistveno je, da podjetja EU izkoristijo te priložnosti, da ostanejo konkurenčna, in da lahko zagonska podjetja EU hitro rastejo, pri čemer izkoristijo rešitve računalništva v oblaku, velepodatkov, robotike in širokopasovnih povezav visokih hitrosti. Izziv pri tem je, da Evropa hitro izkoristi vse te digitalne



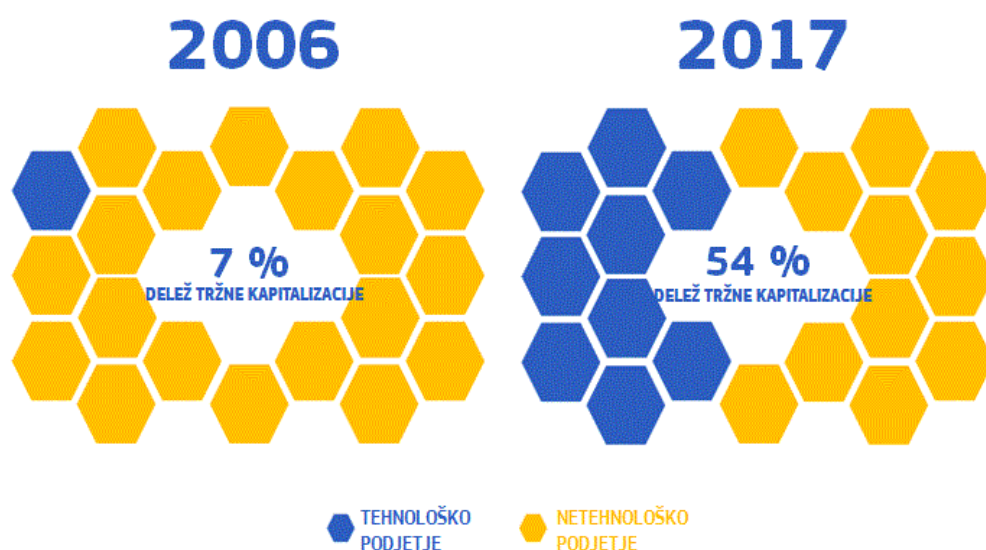
⁹ Glej poročilo z naslovom Obravnavanje davčnih izzivov digitalnega gospodarstva (Addressing the Tax Challenges of the Digital Economy, Action 1 Report) iz serije poročil OECD o preprečevanju erozije davčne osnove in preusmeritve dobička, oktober 2015.

¹⁰ COM(2016) 180.

¹¹ Vodilnih 100 podjetij na svetu po tržni kapitalizaciji, PWC, 2017; podatkovna zbirka vodilnih 500 podjetij na svetu Financial Timesa, 2006.

¹² Bloombergove in Eurostatove podatkovne zbirke, vpogled 13. septembra 2017.

priložnosti za zagotavljanje evropske konkurenčnosti, pri tem pa zagotovi pravično obdavčitev.



Digitalizacija vpliva na vsa podjetja, vendar v različni meri. Izziv za davčno politiko predstavljata raznolikost poslovnih modelov, ki jih omogoča tehnologija, in izkoriščanje velikih količin podatkov. Potrošniki lahko kupujejo blago in storitve povsod po svetu prek spleta namesto v lokalnih trgovinah. Novim generacijam potrošnikov več pomeni takojšen dostop kot lastništvo. Digitalne platforme, ki ne potrebujejo veliko sredstev, povezujejo proste zmogljivosti in povpraševanje ter omogočajo velike količine sodelovalnih transakcij, za katere se v naslednjem desetletju napoveduje rast za 35 % na leto¹³. Precejšnji del vrednosti vseh vrst podjetij danes izvira iz neopredmetenih sredstev, informacij in podatkov. Ena sama značilnost, ki bi opredeljevala nove načine poslovanja v digitalnem prostoru, ne obstaja in različni vidiki takšnega poslovanja so pogosto združeni v enem in istem podjetju. Zaradi te raznolikosti je potrebno določiti obseg različnih vrst digitalnih dejavnosti in storitev, ki bodo zajete v morebitnih rešitvah. V nadaljevanju sledi neizčrpni seznam, v katerem so navedeni nekateri novi načini poslovanja v digitalnem gospodarstvu, pri katerih se poraja vprašanje kraja in predmeta obdavčitve. Te nove paradigme terjajo nove odzive politike.

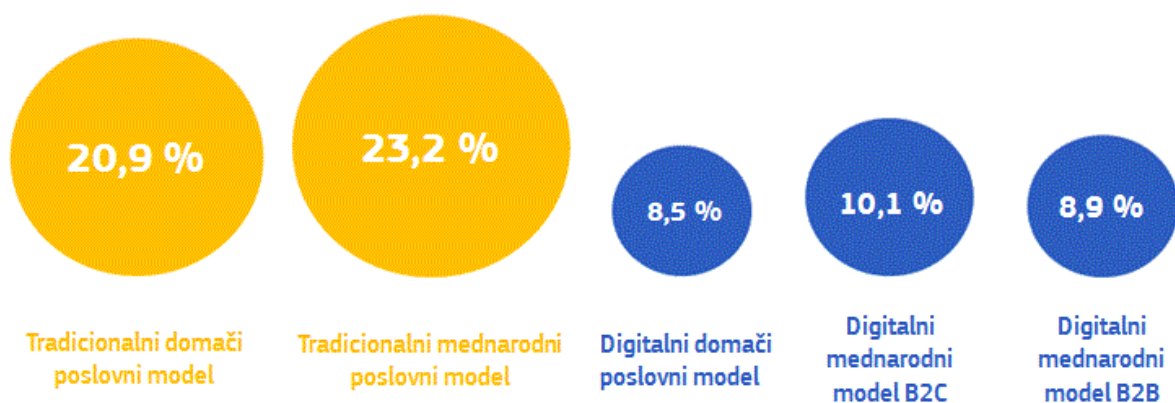
Primeri novih načinov poslovanja

- **Model spletnih trgovcev na drobno**, pri katerem spletne platforme prodajajo blago ali povezujejo kupce in prodajalce v zameno za plačilo za transakcijo ali posredniško provizijo. Primeri takih podjetij so Amazon, Zalando in Alibaba.
- **Model družbenih medijev**, pri katerem imajo lastniki omrežij prihodke od oglaševanja, ki poteka s pošiljanjem ciljno usmerjenih marketinških sporočil potrošnikom. Primeri takih podjetij so Facebook, Xing in Qzone.
- **Naročniški model**, pri katerem platforme zaračunavajo naročnino za stalni dostop do digitalnih storitev (npr. glasbe ali video vsebin). Primeri takih podjetij so Netflix, Spotify in iQiyi.
- **Model sodelovalnih platform**, pri katerem digitalne platforme povezujejo proste zmogljivosti in povpraševanje, uporabljajo mehanizme ugleda kot temelj potrošnje in posameznikom omogočajo, da delijo „dostop“ do sredstev namesto njihovega lastništva. Platforme zaračunavajo fiksno ali variabilno provizijo za vsako transakcijo. Primeri takih podjetij so Airbnb, Blablacar in

¹³ Glej Pregled literature o obdavčenju, podjetništvu in sodelovalnem gospodarstvu – končno poročilo študije, ki jo po naročilu Evropske komisije pripravlja Dondena in IHS.

EU potrebuje sodoben davčni okvir za izkoriščanje digitalnih priložnosti in hkratno zagotavljanje pravične obdavčitve. Enaki konkurenčni pogoji so osnovni pogoj, da se vsem podjetjem omogočijo inovacije, razvoj in rast za podporo višjih ravni produktivnosti, zaposlovanja in blaginje. Vendar pa se stopnja digitalizacije od sektorja do sektorja razlikuje, zlasti v primerjavi med visokotehnološkimi in bolj tradicionalnimi področji, pa tudi med državami članicami in regijami. Obstajajo tudi znatne razlike med velikimi podjetji in MSP. V povprečju za domače digitalizirane poslovne modele velja dejanska davčna stopnja v višini le 8,5 %, ki ne dosega niti polovice stopnje, ki velja za tradicionalne poslovne modele¹⁴ (glej diagram spodaj). To je predvsem posledica značilnosti digitaliziranih poslovnih modelov, ki so močno odvisni od neopredmetenih sredstev in imajo koristi od davčnih spodbud. Čezmejna digitalizirana podjetja imajo koristi od prav tako nizke davčne obremenitve, celo brez upoštevanja agresivnega čezmejnega davčnega načrtovanja, ki lahko davčno obremenitev zniža tako rekoč na ničlo¹⁵.

Povprečna dejanska davčna stopnja v EU28



Vir: Digitalni davčni indeks (Digital Tax Index), PWC in ZEW, 2017.

¹⁴ Glej Digitalni davčni indeks (Digital Tax Index), PWC in ZEW, 2017. Tradicionalni poslovni model: predpostavlja se, da so sredstva enakomerno porazdeljena med zgradbe, stroje, inventar, finančna sredstva in neopredmetena sredstva. Digitalni poslovni model je povprečje treh različnih modelov („domačega“, „B2C, med podjetji in potrošniki“, „B2B, med podjetji“). Osnovna predpostavka pri vseh treh je, da so sredstva enakomerno porazdeljena med pridobljena neopredmetena sredstva, neopredmetena sredstva, ki jih je podjetje ustvarilo samo, strojno opremo IT, pridobljeno programsko opremo in programsko opremo, ki jo je podjetje ustvarilo samo. Modela B2C in B2B za organizacijo svoje prodaje in tržnih dejavnosti uporabljata hčerinske družbe.

¹⁵ Glej Učinek davčnega načrtovanja na prihodnje efektivne davčne stopnje (The Impact of Tax-Planning on Forward-Looking Effective Tax Rates), ZEW, dokument o davkih št. 64, GD TAXUD, Evropska komisija.

Ključni izzivi

Glavni izziv je reforma mednarodnega davčnega okvira, ki je bil prvotno oblikovan na začetku dvajsetega stoletja in ne ustreza več svojemu namenu. Dobro je deloval za tradicionalna, klasična podjetja, v času vse večje globalizacije in digitalizacije poslovnih dejavnosti pa stara pravila niso najbolj učinkovita.

Temeljno načelo za davek od dohodkov pravnih oseb je, da bi bilo treba dobičke obdavčiti tam, kjer se ustvarja vrednost. Vendar v digitaliziranem svetu ni vedno povsem jasno, kakšna je ta vrednost, kako jo meriti in kje je ustvarjena.

Dva glavna politična izziva, ki ju je treba obravnavati, je mogoče povzeti, kot sledi:

- **Kje obdavčiti? (povezanost – neksus)** – kako vzpostaviti in zaščititi pravice do obdavčitve v državi, kjer podjetja lahko zagotavljajo storitve v digitalni obliki z malo fizične prisotnosti ali brez nje, čeprav so tržno prisotna; in
- **Kaj obdavčiti? (ustvarjanje vrednosti)** – kako pripisati dobiček v novih digitaliziranih poslovnih modelih, ki temeljijo na neopredmetenih sredstvih, podatkih in znanju.

Te izzive je treba obravnavati skupaj, da bi našli uporabno rešitev za določitev kraja izvajanja gospodarskih dejavnosti in ustvarjanja vrednosti za davčne namene. Vprašanje kraja obdavčitve – kako vzpostaviti pravice do obdavčitve v državi, kjer ima podjetje le digitalno prisotnost in ni fizično prisotno, ponazarja naslednji teoretični primer.

Teoretični primer podjetja, ki ponuja družabno omrežje, ki se financira s prihodki od oglaševanja v obliki pošiljanja ciljno usmerjenih marketinških sporočil njegovim uporabnikom v EU:

Uporabniki v EU imajo prost dostop do družabnega omrežja, ki ga vodi podjetje zunaj EU. Podjetje zbira podatke o svojih uporabnikih, na primer informacije o njihovih potrošniških navadah, okusih in preferencah. Čeprav podjetje ustvarja prihodke predvsem s prodajo oglasnega prostora drugim podjetjem, ki njegovim uporabnikom v EU prek omrežja pošiljajo ciljno usmerjena marketinška sporočila, ni nujno, da je podjetje v okviru sedanjega mednarodnega davčnega okvira davčni zavezanec v EU, zato ni zavezano k plačilu davka od dohodkov pravnih oseb v EU.

Teoretični primer podjetja, ki zagotavlja digitalne storitve strankam v EU prek spletne platforme:

Stranke, ki se nahajajo v EU, plačujejo naročnino za dostop do digitalnih storitev (npr. glasbe ali video vsebin) prek spletne platforme, ki jo vodi podjetje zunaj EU. Čeprav prihodki iz naročnin prihajajo od strank v EU, ponudnik platforme v okviru sedanjega mednarodnega davčnega okvira ni davčni zavezanec v EU, zato ni zavezan k plačilu davka od dohodkov pravnih oseb v EU.

Za reševanje teh izzivov je ključnega pomena ustvariti in ohranjati mednarodni zagon na tem področju na politični ravni, ki je bil do zdaj precej šibek zaradi velikega števila akterjev in pomanjkanja soglasja v mednarodni razpravi. Še vedno velja, da bi bilo najbolje poiskati večstranske mednarodne rešitve za obdavčitev digitalnega gospodarstva glede na globalno naravo tega izziva.

Komisija meni, da bi države članice EU morale imeti usklajeno stališče, da bi imele večji učinek na prizadevanja na svetovni ravni. Zavzemati bi se morale za skupni pristop, s katerim bi si prizadevale za ambiciozen rezultat. Rezultat bi moral stabilizirati davčne osnove posameznih držav članic ter

zagotoviti pošteno konkurenco in razcvet podjetij, ki delujejo na enotnem trgu. V mednarodnih razpravah bi EU morala zagotoviti, da bodo dobičke, ustvarjene v EU, učinkovito obdavčile države članice EU in da bodo ti pravično porazdeljeni.

Pomemben mejnik bo nastopil v začetku leta 2018, ko bo OECD skupini G20 predstavila vmesno poročilo o obdavčenju digitalnega gospodarstva. Bistveno je, da to poročilo pride do ustreznih in realističnih sklepov o nadaljnjih korakih ter opredeli dejanske možnosti politike za reševanje tega izziva.

Obenem mora EU proučiti vse možnosti, da se sprejmejo nova pravila za obdavčitev digitalnega gospodarstva v okviru enotnega trga. Osredotočiti bi se morala tudi na rešitve EU, če bi se izkazalo, da je napredek na mednarodni ravni prepočasen.

Cilji

Potreben je celovit in sodoben pristop k obdavčitvi digitalnega gospodarstva za uresničitev cilja pravičnejše in učinkovitejše obdavčitve ter za podporo rasti in konkurenčnosti EU prek enotnega digitalnega trga. V ozadju takega pristopa bi morali biti naslednji cilji:

- **Pravičnost** – zagotovitev, da se dobiček podjetij obdavči tam, kjer se ustvari vrednost. Treba je ohraniti enake konkurenčne pogoje in sistem, ki je odporen na zlorabe, tako da vsa podjetja plačujejo pravičen delež, ne glede na to, ali so velika ali majhna, bolj ali manj digitalizirana, s sedežem v EU ali zunaj nje.
- **Konkurenčnost** – oblikovanje ustreznega davčnega okolja za hitro rast zagonskih podjetij in razcvet podjetij na našem enotnem trgu. Za izboljšanje konkurenčnosti EU moramo odpraviti obstoječe ovire in preprečiti ustvarjanje novih davčnih ovir za nastanek novih podjetij, ki spodbujajo inovacije in ustvarjajo delovna mesta.
- **Celovitost enotnega trga** – zbliževanje v smeri skupne rešitve, ki bi preprečevala enostranske ukrepe, ki bi destabilizirali delovanje enotnega trga. Neusklajeni nacionalni ukrepi bodo povzročili razdrobljenost enotnega trga, nadaljnja izkrivljanja in davčne ovire, ki podjetjem onemogočajo rast in naložbe na enotnem trgu.
- **Vzdržnost** – zagotavljanje sistema davka od dohodkov pravnih oseb, ki bo kos izzivom prihodnosti in dolgoročno vzdržen. Z vse večjo digitalizacijo tradicionalnih poslovnih modelov bi davčne osnove v državah članicah lahko postopoma izginile, če davčna pravila ne bodo prilagojena tako, da bodo zajela nove digitalizirane poslovne modele. Brez ustreznega ukrepanja bo to privedlo do povečanja davčnega bremena na drugih področjih.

Pot naprej

Državljanje in vlade EU vse bolj skrbijo domnevna neravnovesja pri obdavčitvi novih digitaliziranih poslovnih modelov. Če do dogovora o ustrezni rešitvi ne bi prišlo v doglednem času, se bo povečal pritisk za ukrepanje na nacionalni ravni, kar bo ogrozilo enotni trg.

Ena od možnih rešitev bi bila vključitev obdavčitve digitalnega gospodarstva v splošni mednarodni okvir davka od dohodkov pravnih oseb. Temeljna reforma mednarodnega okvira davka od dohodkov pravnih oseb, ki se trenutno uporablja za digitalno gospodarstvo, bi zagotovila doslednost in usklajenost davčnih pravil po vsem svetu ter zagotovila stabilnost in varnost za podjetja. EU pričakuje

velikopoteznost pri vmesnem poročilu o obdavčenju digitalnega gospodarstva, ki ga bo OECD predstavila skupini G20. Bistveno je, da bodo v poročilu predlagane pomembne možnosti politike za rešitev obravnavanih vprašanj.

Zlasti so potrebna nova mednarodna pravila, ki ustrezajo izzivom, ki jih prinaša digitalno gospodarstvo, da se določi, kje se ustvari vrednost podjetij in kako naj se pripiše za davčne namene. To bi pomenilo reformo mednarodnih davčnih pravil v zvezi s stalno poslovno enoto, transfernimi cenami in pripisovanjem dobička, ki se uporabljajo za digitalne tehnologije.

Pravila o stalni poslovni enoti se uporabljajo za določitev praga dejavnosti, ki jo je treba izvajati v državi, da bi bilo podjetje v tej državi obdavčljivo, in v veliki meri temeljijo na fizični prisotnosti. Po zaslugi digitalnih tehnologij so podjetja zdaj lahko pomembno gospodarsko prisotna na trgu pod jurisdikcijo določene države, pri čemer ni nujna tudi njihova tamkajšnja pomembna fizična prisotnost. Zato so potrebni alternativni kazalniki pomembne gospodarske prisotnosti, da bi lahko vzpostavili in zaščitili pravice do obdavčitve v zvezi z novimi digitaliziranimi poslovnimi modeli.

Ko je podjetje obdavčljivo v državi, je treba določiti in dodeliti tej državi še dobiček, ki ga to podjetje ustvari. **Pravila za določanje transfernih cen** se uporabljajo za pripisovanje dobička mednarodnih skupin različnim državam na podlagi analize funkcij, sredstev in tveganj znotraj vrednostne verige v skupini. Vendar so bila ta pravila oblikovana za tradicionalne poslovne modele in gospodarsko okolje. Digitalno gospodarstvo je močno odvisno od neopredmetenih sredstev, ki so čedalje pomembnejši dejavnik ustvarjanja vrednosti v mednarodnih skupinah in ki jih je težko ovrednotiti. Izziv prepoznavanja in vrednotenja neopredmetenih sredstev ter določanja njihovega prispevka k ustvarjanju vrednosti zahteva alternativne metode za pripisovanje dobička, ki bolje zajamejo ustvarjanje vrednosti v novih poslovnih modelih, ki bi jih bilo zato treba obravnavati skupaj s spremembami pravil o stalni poslovni enoti. Poleg tega bi zaradi možnosti prelivanja dobička iz ene države v drugo z zlorabo stalne poslovne enote in pravil za določanje transfernih cen lahko razmislili o pravilih o preprečevanju zlorab, da se uveljavi skladnost in zagotovi, da se v EU ustvarjeni dobiček tam tudi obdavči.

Na ravni EU je predlog o skupni konsolidirani osnovi za davek od dohodkov pravnih oseb podlaga za obravnavo teh ključnih izzivov. Komisija še vedno meni, da CCCTB ponuja okvir EU za revidirana pravila o stalni poslovni enoti in za dodelitev dobička velikih mednarodnih skupin z uporabo pristopa dodelitve s formulo na podlagi sredstev, dela in prodaje, ki bi moral bolje odražati, kje se ustvarja vrednost. V sedanjem predlogu o CCCTB bi lahko proučili nadaljnje izboljšave, da se zagotovi učinkovita vključitev digitalnih dejavnosti. V zvezi s tem že potekajo razprave v Svetu pod estonskim predsedstvom in v Evropskem parlamentu. Komisija je pripravljena sodelovati z državami članicami pri proučevanju teh možnosti v okviru tekočih pogajanj o CCCTB, da bi poiskali velikopotezen pristop za enotni trg, ki je združljiv s pravom EU.

Iskanje ustrezne rešitve, ki bi zajela in dodelila vrednost, ki se ustvarja v digitalnem gospodarstvu v več državah, lahko traja. Dodatno ga zapleta večrazsežnostna narava problema, nenehno spreminjajoča se narava digitalnega gospodarstva ter raznolikost poslovnih modelov in kompleksnosti ekosistemov, v katerih ustvarjajo vrednost. Vendar z dolgotrajnim iskanjem rešitve izpad davčnih prihodkov postaja vse večji. Zato se bo nadaljeval razvoj enostranskih pobud v EU in na

mednarodni ravni. Države, kot sta Indija in Izrael, že od leta 2016 preizkušajo alternativne pristope za zagotovitev učinkovite obdavčitve digitalnega gospodarstva.

Poleg oblikovanja dolgoročne strategije obstajajo tudi hitrejši, dodatni in kratkoročni ukrepi, o katerih bi bilo treba razmisliti za zaščito neposrednih in posrednih davčnih osnov držav članic. V EU in na mednarodni ravni so bile predstavljene različne zamisli glede tega, kako na alternativen način vključiti digitalne dejavnosti v mednarodni okvir davka od dohodkov pravnih oseb ter zagotoviti enako obravnavo in enake konkurenčne pogoje za vsa podjetja.

Nekatere alternativne možnosti za kratkoročne rešitve

- **Davek za izravnavo davčne obremenitve na promet digitaliziranih družb** – davek od vseh neobdavčenih ali premalo obdavčenih prihodkov, ustvarjenih iz vseh internetnih poslovnih dejavnosti, med drugim med podjetji ter med podjetji in potrošniki, plačljiv z davkom od dohodkov pravnih oseb ali kot ločen davek.
- **Pri viru odtegnjeni davek na digitalne transakcije** – samostojni končni pri viru odtegnjeni davek na bruto osnovi od nekaterih plačil nerezidenčnim ponudnikom blaga in storitev, naročenih prek spleta.
- **Dajatev od prihodkov, ustvarjenih z zagotavljanjem digitalnih storitev ali dejavnosti oglaševanja** – ločena dajatev bi se lahko uporabila za vse na daljavo sklenjene posle s strankami znotraj države, če je nerezidenčni subjekt pomembno gospodarsko prisoten.

Vse kratkoročne možnosti imajo prednosti in slabosti, potrebna pa so nadaljnja prizadevanja glede podrobnega pristopa k iskanju ustreznih rešitev za enotni trg in svetovno gospodarstvo kot celoto. Proučiti bi bilo treba vprašanja glede združljivosti takih pristopov s sporazumi o izogibanju dvojnemu obdavčevanju, pravili o državni pomoči, temeljnimi svoboščinami in mednarodnimi zavezami, ki izhajajo iz sporazumov o prosti trgovini, in pravili Svetovne trgovinske organizacije. Vendar je treba ukrepati. Komisija je še vedno prepričana, da je potrebno ukrepanje na ravni EU. Samo usklajen pristop na ravni EU bo prinesel rešitev, ki bo primerna za enotni digitalni trg in bo lahko pripomogla k uresničevanju naših ciljev pravičnosti, konkurenčnosti in vzdržnosti.

Sklep

To sporočilo zavzema trdno in ambiciozno stališče EU v zvezi z obdavčitvijo digitalnega gospodarstva, ki bi se moralo odražati v stalnem mednarodnem delu glede tega vprašanja. Cilj je tudi zagotoviti podlago za nadaljnje politične razprave med državami članicami na digitalnem vrhu v Talinu 29. septembra, tako bi se doseglo skupno stališče v mednarodnih razpravah.

Komisija bo podprla estonsko predsedstvo pri delu glede teh vprašanj z namenom ustitve sklepov Sveta o oblikovanju usklajenega pristopa EU do konca leta. Ti sklepi bi tvorili skupno osnovo, ki bi jo EU in njene države članice uporabile za pripravo predlogov v mednarodnih razpravah.

EU pričakuje pomemben napredek pri globalni agendi in si mora prizadevati, da se bo to odražalo v poročilu OECD finančnim ministrom skupine G20 na zasedanju aprila 2018. Komisija bo prispevala k uspešnemu zaključku tekočih svetovnih razprav na vrhu skupine G20.

V primeru pomanjkanja ustreznega globalnega napredka bi bilo treba uveljaviti rešitve EU na enotnem trgu, Komisija pa je pripravljena predstaviti ustrezne zakonodajne predloge. Komisija bo še naprej analizirala možnosti politike in se posvetovala z ustreznimi zainteresiranimi stranmi in predstavniki industrije o tem pomembnem in perečem vprašanju pred morebitnim predlogom do pomladi 2018.