

CIO

BUSINESS TECHNOLOGY LEADERSHIP

#11

ноември 2019

цена 10 лв.

www.cio.bg

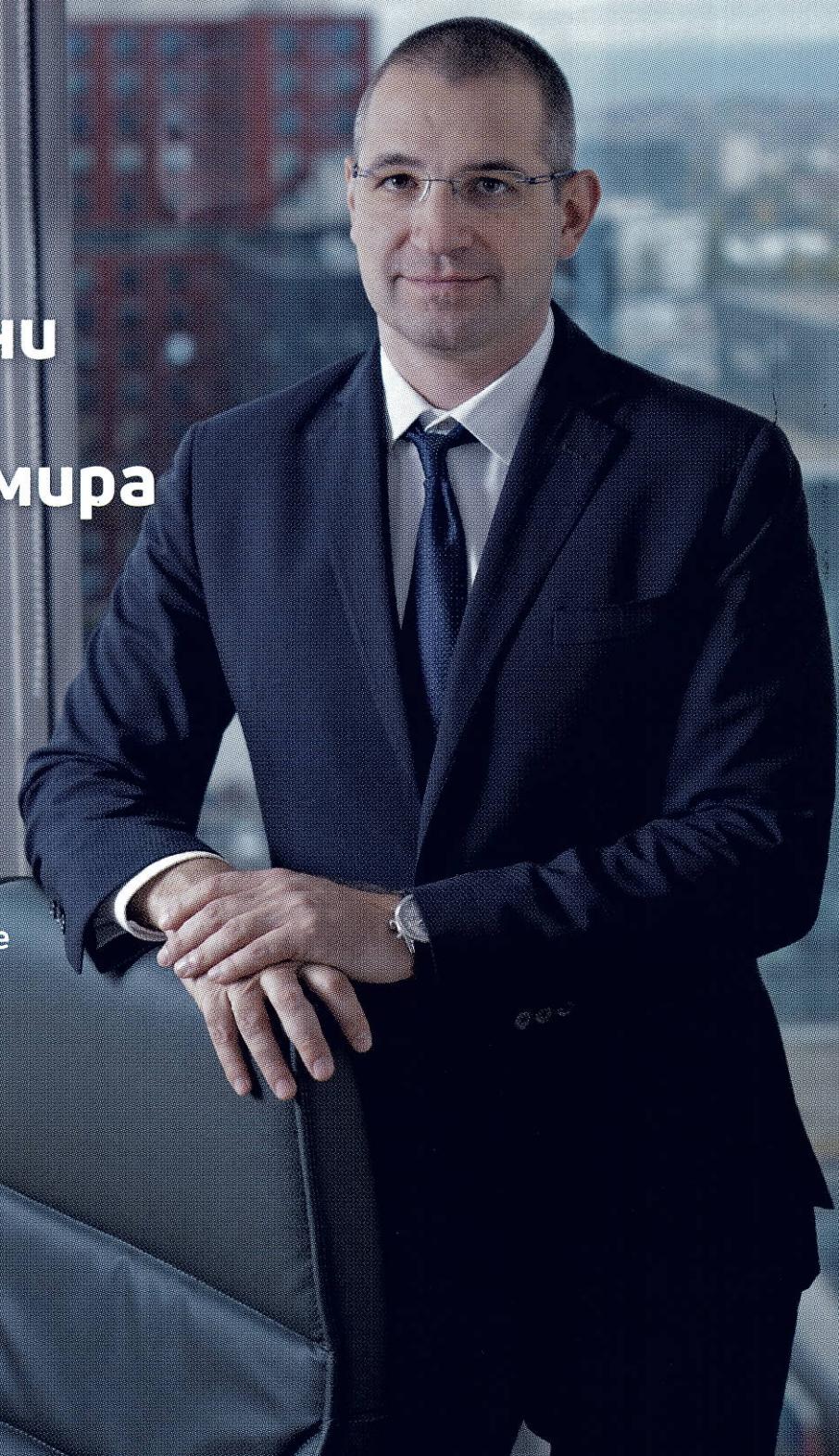
Росен Тончев,
директор ИТ във "ВиВаком"

**За 10 години
ИТ се
трансформира
в основен
партньор
на бизнеса**

**# PSD2 - готови ли са
банките у нас? >4**

**# 5G между фалшивите
новини и науката >14**

**# Индустрията расте,
автоматизация дебне
отвсякъде >36**



Дигиталният данък на кръстопът между икономиката и политиката

— Мария Динкова

МИНИЯ МЕСЕЦ ИТАЛИЯ ОДОБРИ

Въвеждането на нов дигитален данък, който ще влезе в сила от следващата година. Франция също предприе подобен ход тази година, като в страната вече се облагат продажбите, направени от мултинационалните технологични компании като Google, Amazon, Facebook и Microsoft. Всъщност законодателните промени в национален план са резултат от провала на тържавите членки в рамките на Европейския съюз да постигнат единодушие по въпроса. Разбира се, не само страните на Стария континент обсъждат темата – в Мексико и Турция също вече се водят преговори за въвеждането на подобен данък.

Очевидната цел на тези регулатции са глобалните компании, които основават своите регионални подразделения в държави с атрактивна фискална политика, какъвто е случаят с Ирландия и Люксембург. В същото време те плащат малки или почти никакви данъци на пазарите, където генерират значителна част от печалбите си. Има и това предвид, икономическият стимул

от въвеждането на подобно законодателство несъмнено е голям за редица държави. Например Рим очаква да събере около 600 млн. евро през следващата година от новия дигитален данък, твърдят източници на Reuters. Да ли обаче технологичните гиганти ще бъдат единствените засегнати и кой ще е истинският печеливш, ако предизвикателствата по приемането на дигиталния данък бъдат преодолени в световен мащаб?

Идеята зад дигиталния данък

Настоящата система за данъчно облагане е създадена в период от време, когато все още не съществуваха дигиталните услуги. Според нея на мястото, където се генерира дадена услуга, се плащат и данъците. В технологичния свят обаче продукти като софтуера могат да се разработват навсякъде по света, например в Ирландия, където данъците са ниски, и оттам да се продават в цяла Европа. Липсата на дигитални граници налага необходимост да се измишлят различни

механизми, с които да се балансира облагането, за да може справедлив процент от генерираните приходи да попада в съответната национална хазна.

„Дигиталният данък е вид данък, с който се облагат приходите на компаниите от предоставянето на дигитални услуги. Спецификата при него е, че мястото на облагане не е там, където е установена компанията, а там, където е генериран съответният приход. На този етап липсва международно уреждане на този тип данък, т.е. той се появява като изолирано явление в отделни държави, водени от мяхната собствена фискална политика“, коментира адв. Десислава Кръстева, съдружник в „Димитров, Петков и Ко.“

Въпреки че във всяко от законодателствата има специфики, държавите като цяло следват подобен модел при уреждането на въпроса. За локалното облагане се определят лимити по отношение на оборотите и приходите на дадената компания. По този начин се гарантира, че малките играчи на





shutterstock

пазара няма да бъдат засегнати, тъй като събирането на техните данъци би излязло доста скъпо и на практика неизгодно за местните администрации. Например във Франция законодателните промени ще засегнат дигиталните компании с приходи над 750 млн. евро, от които поне 25 млн. евро са генериирани в страната. Организациите, които отговарят на тези условия, ще трябва да плащат 3% данък на база на продажбите, направени във Франция, а не върху печалбите. С други думи, се предвижда предимно да се събират данъци от приходите от продажби, генериирани най-вече към крайния клиент, който е установен в държавата, налагаща данъка.

По думите на адв. Кръстева, когато се говори за подобни регулатии, става дума преди всичко за преразпределение на данъците и със сигурност би трябвало да се избегнат случаите на ввойно данъчно облагане. Например една международна компания със седалище в САЩ трябва да плати във Франция данък единствено върху

направените в европейската държава продажби. „Не би следвало за тези приходи да се дължи данък и в държавата, където е установена компанията. Това би било несправедливо – т.е. говорим по-скоро за това, че част от данъците ще отиват в хазната на дадена държава, а не за ввойно заплащане на данък. Ако това се случи, със сигурност ще има преструктуриране на самия бизнес на тези международни компании, защото никој една организация не би допуснала да бъде облагана ввойно за едни и същи приходи“, обяснява адв. Кръстева.

Kои ще бъдат реално засегнатите

Именно това преразпределение на приходите в хазната, което поражда дигиталният данък, е и основната причина за липсата на консенсус в рамките на Европейския съюз, както и за възникването на конфликт по въпроса на международно ниво. Въщност с въвеждането на дигиталния данък технологичните гиганти ще продължат да плащат своите задължения, дори и да има някаква промяна в правилата за облагане. Реално засегнатите не са толкова компаниите, колкото държавите, чиито икономически и политически стремежи могат да бъдат осуетени.

„Поначало в сферата на данъчното облагане е доста трудно да се постигне консенсус между отделните страни, тъй като за всяка една съверенна държава водещ е нейният собствен интерес. Дори в рамките на Европейския съюз са налице противоречия по тази тема. На международно ниво никога не е имало и никога не бих очаквала да има глобално уреждане на данъчна политика. По-често са налице външтранни или многостранни уговорки между страните, с които се цели избягване на ввойното данъчно облагане. Съответно всяка държава е заинтересувана да облага при себе си“, отбелязва адв. Кръстева.

В тази връзка дигиталният



Адв. Десислава Кръстева,
съдружник в „Димитров,
Петков и Ко.“

сира
злии
коди
тион-
нък,
е на
ето
ата
ага-
зена
ге-
. На
дно
т.е.
яв-
рот
ску-
лаша
ров,

ако-
ки,
Зат
с на
е се
ние
да-
н се
и на

данък, който цели да размести дългогодишно усстановеното статукво, ще има отзвук върху редица аспекти. На практика той би бил от полза за големите пазари като Германия и Франция, които генерираят най-значимите приходи за технологичните компании. Трябва обаче да се има предвид, че ако бъдат повлияни печалбите на компаниите, то това неминуемо ще се отрази и върху крайната цена за потребителите.

От другата страна са по-малките държави, които в момента използват възможностите на настоящото данъчно законодателство. Те се стремят да създават благоприятен бизнес климат, чрез който да привличат международните технологични компании на своята територия. Благодарение на тази своя политика те получават солидни приходи в хазната си, а и подпомагат откърването на множество високоплатени работни позиции (напр. Ирландия). По този начин те създават една екосистема от компании, която ще бъде сериозно засегната от подобни законодателни промени.

Не на последно място, дигиталният данък може да има значително отражение и върху дипломатическите отношения между страните. „Вече няколко години наблюдаваме такъв тип събития, свързани с прилагането на контрамерки от страна на една икономика към друга. Промяната във фискалната политика на ЕС съответно би могла да рефлектира върху промяна на политиките на САЩ, Китай и други държави. Би било много откъслечен поглед върху събитията да счitаме, че ощетени ще бъдат няколко международни компании, събитията са много по-мащабни“, камегорична е авт. Кръстева. Тя дава за пример администрацията във Вашингтон, за която въвеждането на дигитален данък от страна на другите държави е много чудесна тема. Обикновено подобни действия се възприемат като а-

гресивен ход срещу икономическите интереси на САЩ. В резултат на това често се прилагат контрамерки като вдигане на мита и използване на други международни търговски инструменти.

Мястото на България

Безспорно България попада в групата на европейските държави, чийто пазар е малък и по-скоро нямат интерес от въвеждането на дигитален данък. Според експерта подобни мерки биха имали предимно негативен ефект, тъй като няма да доведат до голямо увеличение на фиска, но биха могли да изострят отношенията ни с по-мощните икономики.

„Видимо от години нашата страна се опитва да привлече, засега не толкова успешно, инвестициите на големите международни компании чрез изграждането на един атрактивен данъчен режим, тъй като сме установили плосък и доста нисък корпоративен данък, както и много нисък данък върху дигиталните. Така че тук по-скоро политиката на нашата държава, бидејќи малък пазар по подобие на Ирландия, е в посока привличането на тези компании да се установят тук – Вместо да разчитаме на събирането на данъците от генерираните на територията на нашата страна продажби, несъизмерими спрямо Франция, Германия и Италия“, изтъква Кръстева.

Макар за големите икономики дигиталният данък да носи свои

те ползи, рисковете от неговото гласуване определено не са за подценяване. Последствията от подобно законодателство могат да бъдат както икономически, така и политически. „Поради тази причина е доста спорно кои държави биха се престрашили на такава самостоятелна инициатива в бъдеще, тъй като това видимо рефлектира в налагане на допълнителни мита върху техните стоки. Например Германия е солиден износител на множество продукти и въвеждането на подобен данък вероятно ще се отрази върху нейната търговия“, споделя експертът. Именно и замова е малко вероятно най-голямата икономика в Европа да въведе дигитален данък.

Все пак появата на национални дигитални данъци е белег за зараждането на една нова тенденция, че рано или късно ще трябва да се промени политиката за облагане на приходите. Новият тип услуги надхвърлят националните граници и не дават на държавите достатъчно голям контрол върху средствата, които циркулират на техния пазар. Поради тази причина е необходимо да се преструктурира законодателната система, така че да бъде в крак с новата епоха и променените условия на пазара. Вероятно обаче ще мине още доста време, преди да видим реални промени на европейски и международно ниво.

„В ЕС от няколко години се говори за този данък, но интересите в самия съюз са силно противоречиви. В близките години не очаквам този въпрос да бъде разрешен в посока на установяването на обща европейска политика. Някои по-малки държави или такива, които се стремят да се превърнат в технологични хъбове за глобалните дигитални компании, нямат интерес от въвеждането на такъв тип данък. От своя страна големите икономики имат други предпочитания и евентуално 27-те държави ще се договорят по този въпрос в близките години“, заключава авт. Кръстева.

Появата на национални дигитални данъци е белег за зараждането на нова тенденция за промяна на политиката за облагане.