

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
NÁRODOHOSPODÁRSKA FAKULTA**

Evidenčné číslo: 101006/I/2024/36124048428138756

**Zdaňovanie digitálnej ekonomiky v EÚ
Diplomová práca**

2024

Bc. Tomáš Dzuba

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
NÁRODOHOSPODÁRSKA FAKULTA**

**Zdaňovanie digitálnej ekonomiky v EÚ
Diplomová práca**

Študijný program: Financie a dane

Študijný odbor: Ekonómia a manažment

Školiace pracovisko: Katedra financií

Vedúci záverečnej práce: doc. Ing. Jana Kušnírová, PhD.

Čestné vyhlásenie

Čestne vyhlasujem, že som záverečnú prácu vypracoval sám a že som uviedol všetku použitú literatúru.

Dátum: 28.03.2024

.....

(podpis študenta)

Pod'akovanie

Týmto by som sa chcel pod'akovať svojej školiteľke doc. Ing. Jane Kušnírovej, PhD. za cenné rady a odbornú pomoc, ktorú mi poskytla pri písaní diplomovej práce.

ABSTRAKT

DZUBA, Tomáš: Zdaňovanie digitálnej ekonomiky v EÚ – Ekonomická univerzita v Bratislave. Národohospodárska fakulta, Katedra financií – Vedúci záverečnej práce, doc. Ing. Jana Kušnírová, PhD.– Bratislava: NHF EU, 2024, 75 s.

Cieľom záverečnej práce je poskytnúť ucelený pohľad na problematiku zdaňovania digitálnej ekonomiky v EÚ a predstaviť praktické odporúčania na boj s problémom zdaňovania digitálnej ekonomiky, zhrnúť implementované nariadenia do slovenskej legislatívy a predstaviť model zdaňovania digitálnych spoločností, ktorý by bol spravodlivý a efektívny. Záverečná práca má 6 kapitol a obsahuje 12 grafov, 8 tabuliek a 7 obrázkov. V prvej kapitole je uvedený prehľad vývoja definícií digitálnej ekonomiky. Doplnená je o porovnanie tradičného a digitálneho podniku, prehľad nových obchodných modelov a konkrétne problémy týkajúce sa zdaňovania digitálnej ekonomiky. Druhá a tretia kapitola je venovaná cieľu a metodike práce. Štvrtá kapitola je zameraná na predstavenie medzinárodných iniciatív, ktoré adresujú problémy spomínané v tretej kapitole. V piatej kapitole je prehľad opatrení, ktoré boli implementované do slovenskej legislatívy. V šiestej kapitole je predstavený model, ktorý bol použitý pri zdanení spoločnosti Facebook a YouTube na Slovensku. Výsledok práce vychádza v prvom rade z porovnania rôznych prístupov zameraných na zdaňovanie digitálnej ekonomiky, kde sme zistili, že pomocou dane z digitálnych služieb oproti Pilieru 1, ktorého budúcnosť je stále neistá, sa dosiahli dobré výsledky a reálne vyzbierané sumy v krajinách, kde bola táto daň zavedená, sa približuje k odhadom príjmov pre Pilier 1. V druhom rade sme prišli na to, že v prípade úspešného zavedenia modelu, Slovenská republika stratila v rokoch 2017 až 2022 na daňových príjmoch v prípade scenára č. 1 minimálne 36,5 mil. eur, v prípade scenára č. 2 až 52,2 mil. eur.

Kľúčové slová:

digitálna ekonomika, BEPS, ATAD, OECD, zdaňovanie digitálnej ekonomiky, digitálne spoločnosti

ABSTRACT

DZUBA, Tomáš: Taxation of the digital economy in the EU– University of Economics in Bratislava, Faculty of National Economy, Department of Finance – Supervisor of the final thesis: doc. Ing. Jana Kušnírová, Phd. – Bratislava: NHF EU, 2024, 75 p.

The aim of the final thesis is to provide a comprehensive view of the issue of taxation of the digital economy in the EU and to present practical recommendations to address the problem of taxation of the digital economy, to summarize the implemented regulations in the Slovak legislation and to present a model of taxation of digital companies that would be fair and effective. The thesis has 6 chapters and contains 12 graphs, 8 tables and 7 figures. The first chapter gives an overview of the development of definitions of the digital economy. It is complemented by a comparison of traditional and digital businesses, an overview of new business models and specific issues related to the taxation of the digital economy. The second and third chapters are devoted to the purpose and methodology of the thesis. The fourth chapter is aimed at introducing international initiatives that address the issues mentioned in the third chapter. The fifth chapter provides an overview of the measures that have been implemented in Slovak legislation. The sixth chapter presents the model that has been used in the taxation of Facebook and YouTube in Slovakia. The result of the work is based firstly on a comparison of different approaches aimed at taxing the digital economy, where we found that using a digital services tax against Pillar 1, whose future is still uncertain, has achieved good results and the real amounts collected in countries where this tax has been introduced are close to the revenue estimates for Pillar 1. Secondly, we have found that if the model was successfully implemented, the Slovak Republic lost at least €36,5 million in tax revenue between 2017 and 2022 in scenario 1 and up to €52,2 million in scenario 2.

Key words:

digital economy, BEPS, ATAD, OECD, taxation of digital economy, digital companies

Obsah

Obsah	7
Úvod	9
1 Digitálna ekonomika a jej zdaňovanie	11
1.1 <i>Digitálna ekonomika</i>	11
1.2 <i>Porovnanie tradičného a digitálneho podniku</i>	13
1.3 <i>Nové obchodné modely v digitálnej ekonomike</i>	15
1.3.1 <i>Chýbajúca fyzická prítomnosť</i>	16
1.3.2 <i>Závislosť na dátach</i>	17
1.3.3 <i>Existencia sieťových efektov</i>	17
1.3.4 <i>Využívanie multi-sided obchodných modelov</i>	18
1.4 <i>Príklady digitálnych obchodných modelov</i>	19
1.4.1 <i>E-commerce</i>	19
1.4.2 <i>Online inzercia</i>	21
1.4.3 <i>Digitálne platformy</i>	22
1.4.4 <i>Platobné služby, obchody s aplikáciami, vysokofrekvenčné obchodovanie</i>	23
1.5 <i>Problémy zdaňovania digitálnej ekonomiky</i>	24
1.5.1 <i>Nexus a možnosť vzniku významnej prítomnosti bez vzniku daňových povinností</i>	24
1.5.2 <i>Údaje a hodnota vytvorená z používania relevantných údajov zhromažďovaných prostredníctvom používania digitálnych produktov</i>	26
1.5.3 <i>Daňová konkurencia medzi krajinami</i>	27
1.6 <i>Presun ziskov ako hlavné daňové riziko spôsobené nadnárodnými spoločnosťami</i>	29
1.6.1 <i>Transferové oceňovanie</i>	30
2 Ciele práce	32
3 Metodika práce a metódy skúmania	34
4 Medzinárodné iniciatívy týkajúce sa problematiky zdaňovania digitálnej ekonomiky	36
4.1 <i>The Base Erosion and Profit Shifting (BEPS) Project</i>	36
4.1.1 <i>BEPS 1.0. – Prvá fáza projektu OECD/G20 BEPS</i>	36
4.1.2 <i>BEPS 2.0. – Dvojpilierové riešenie</i>	38
4.2 <i>Daň z digitálnych služieb (DST)</i>	40
4.2.1 <i>Porovnanie dane z digitálnych služieb s Pilierom 1</i>	41

4.3	<i>Prístupy jednotlivých krajín k zdaňovaniu digitálnych spoločností pomocou dane z digitálnych služieb</i>	44
4.3.1	Francúzsko.....	44
4.3.2	Spojené kráľovstvo (UK).....	45
4.3.3	Taliansko	46
4.3.4	Slovensko	47
4.4	<i>Anti-Tax Avoidance Directive (ATAD)</i>	47
5	Prehľad implementovaných nariadení do slovenskej daňovej legislatívy	49
5.1	<i>Multilaterálny nástroj</i>	49
5.2	<i>Country-by-Country Reporting</i>	50
5.3	<i>Smernica OECD o transferovom oceňovaní.....</i>	50
5.4	<i>Návrh zákona o dorovnávačej dani</i>	51
5.4.1	Príklad k dorovnávačej dani	52
5.5	<i>Pravidlo obmedzenia daňovej uznateľnosti úrokov</i>	53
5.5.1	Príklad k pravidlu obmedzenia daňovej uznateľnosti úrokov	54
5.6	<i>Zdaňovanie pri odchode (Exit Tax)</i>	55
5.7	<i>CFC pravidlá</i>	56
5.8	<i>Pravidlá proti hybridnému nesúladu</i>	57
6	Jednoduchý model prerozdelenia a zdaňovania príjmov digitálnych spoločností.....	58
	Diskusia a záver	64
	Zoznam použitej literatúry	68

Úvod

V dnešnom rýchlo sa rozvíjajúcom a globalizovanom svete sa digitálna ekonomika stala silnou hnacou silou na podporu inovácií, rozvoja a ekonomickej expanzie. Podniky čoraz viac využívajú nové obchodné modely ako digitálne platformy, e-commerce a rôzne digitálne služby na oslovenie celosvetového publika, ktoré dokážu generovať zisky v krajinách bez ich fyzickej prítomnosti. To predstavuje čoraz väčší problém pre súčasné daňové systémy, ktoré boli vytvorené pre klasické obchodné modely. Tieto nové modely, ktoré spoločnosti využívajú, vyvolávajú otázky, či súčasný daňový systém ešte stále účinne rieši problematiku zdaňovania spoločností v medzinárodnom kontexte.

Jedným z hlavných cieľov záverečnej práce je pokúsiť sa poskytnúť ucelený pohľad na problematiku zdaňovania digitálnej ekonomiky v Európskej únii a priniesť praktické odporúčania pre tvorcov legislatívy na Slovensku, prípadne v iných krajinách EÚ. V práci sme pokryli širokú škálu aspektov súvisiacich so zdaňovaním digitálnych spoločností v medzinárodnom kontexte, osobitnej situácie na Slovensku a navrhli sme riešenia, čím sme poskytli ucelený pohľad na túto tému. Ďalším kľúčovým cieľom bolo zhrnutie nariadení a predpisov zapracovaných do slovenskej legislatívy, a to najmä tých, ktoré ovplyvňujú daňové zaťaženie slovenských spoločností. Ďalším veľmi dôležitým cieľom bolo navrhnúť model zdaňovania digitálnych spoločností, ktorý by mal v ideálnom prípade zabezpečiť spravodlivosť a efektívnosť daňového systému. Zároveň sme sa v záverečnej práci pokúsili zistiť, či môže navrhovaný model v prípade úspešnej implementácie prispieť k zvýšeniu daňových príjmov Slovenskej republiky, a či daňové predpisy zavedené v slovenskej legislatíve prešli zmenami, ktoré buď pozitívne, alebo negatívne ovplyvnili daňové zaťaženie slovenských spoločností.

Záverečná práca je rozdelená na 6 kapitol, pričom v každej kapitole sú spracované ďalšie podkapitoly. V prvej kapitole záverečnej práce venujeme pozornosť samotnej digitálnej ekonomike a aspektom súvisiacich s jej zdaňovaním. Prvá kapitola je obsahovo rozdelená na dve časti. V prvej časti sme si uviedli vývoj definícií digitálnej ekonomiky v čase. Následne sme sa zamerali na porovnanie tradičného a digitálneho podniku. A v neposlednom rade sme sa zaoberali dôležitou súčasťou digitálnej ekonomiky akou sú nové obchodné modely, ktoré sme si názorne popísali na relevantných príkladoch. V druhej časti boli skúmané konkrétne problémy zdaňovania digitálnej ekonomiky s ktorými sa vlády

stretávajú pri snahe upraviť daňové zákony tak, aby zohľadňovali rýchlo sa meniace digitálne prostredie. V druhej a tretej kapitole je definovaný cieľ práce a taktiež metodika práce, ktorá bola využitá pri jej spracovaní. Praktická časť práce je rozdelená do troch kapitol, z ktorých každá sa venuje jednému zo stanovených cieľov. V prvej kapitole praktickej časti je poskytnutý prehľad medzinárodných iniciatív, ktoré sa zaoberajú problematikou zdaňovania digitálnej ekonomiky. Súčasťou tejto časti je aj porovnanie dopadu implementácie týchto iniciatív vo vybraných krajinách. Následne v druhej časti praktickej časti sa podrobnejšie venujeme nariadeniam, ktoré boli implementované do slovenskej legislatívy, a ktoré ovplyvňujú základy dane slovenských spoločností. V poslednej časti praktickej časti sme predstavili model zdaňovania digitálnych spoločností, ktorý sme následne prakticky aplikovali na spoločnosť Facebook a YouTube.

1 Digitálna ekonomika a jej zdaňovanie

V tejto kapitole poskytujeme prehľad výziev súvisiacich so zdaňovaním digitálnej ekonomiky doma i v zahraničí. V kapitole rozoberáme definícií digitálnej ekonomiky, jej charakteristiky a nové obchodné modely. Poukazujeme na problémy so zdaňovaním digitálnych spoločností, ktoré pôsobia cezhranične a nemajú fyzickú prítomnosť v krajine, čo vedie k otázkam kde a ako by mali byť tieto spoločnosti zdaňované.

1.1 Digitálna ekonomika (teória a prax)

Pojem "digitálna ekonomika" sa vzťahuje na široké spektrum ekonomických činností a odvetví. Vzhľadom na zložitosť a rýchly rast digitálnej ekonomiky neexistuje jej jednotná a uznávaná definícia. Na základe rôznych názorov a kritérií predložilo viacero akademikov a inštitúcií rôzne definície. Tieto definície zahŕňajú širokú škálu oblastí vrátane nových obchodných modelov alebo výroby a distribúcie digitálnych produktov a služieb. Hoci neexistuje žiadna jednotná definícia, všeobecne sa uznáva, že digitálna ekonomika je kľúčovým činiteľom ovplyvňujúcim hospodársky rast v dvadsiatom prvom storočí.

V tabuľke 1 je uvedený prehľad definícií „digitálnej ekonomiky“, ktoré sa od vzniku tohto pojmu v priebehu času menili. Za originálneho tvorca definície považujeme Dona Tapscotta, ktorý ju opísal v knihe *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence* z roku 1996.

Definície vždy odrážajú obdobie a trendy z ktorých pochádzajú. Môžeme to pozorovať na technológiách, ktoré sú v nich spomínané. Prvé definície od Tapscott (1996) a Lane (1999) sa zameriavali najmä na využitie internetu, ktorý sa v 90. rokoch dostával do popredia. Neskoršie definície pridávajú nové technológie, ako sú mobilné siete, dáta, cloud, alebo sa rozhodujú pre všeobecnejší pojem „digitálne technológie.“ V súčasnosti sa môžeme stretnúť s jednoduchými a konkrétnejšími definíciami ako „ekonomika založená na digitálnych technológiách.“ (Rumana Bukht & Richard Heeks, 2017)

Tabuľka 1 Vývoj definícií digitálnej ekonomiky v čase

Zdroj	Definícia
<i>The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence</i> (Tapscott, 1996)	Priamu definíciu neuvádzal, túto éru označoval ako "Age of Networked Intelligence." Charakterizovaná kombináciou prepájania technológií a ľudí pomocou technológií, čo umožnilo kombinovať vedomosti a dosiahnuť významné výsledky pri vytváraní bohatstva a podpore sociálneho rozvoja.
<i>Advancing the Digital Economy into the 21st Century</i> (Lane, 1999)	Lane (1999) opísal digitálnu ekonomiku ako spojenie počítačových a komunikačných technológií na internete, ktoré vytvárajú nepretržitý tok informácií a technológií, ktorý je hnacou silou rastu elektronického obchodu a spôsobuje významné zmeny v spôsobe fungovania organizácií.
<i>Challenges for Competition Policy in a Digitalised Economy</i> (European Parliament, 2015)	„Digitálnu ekonomiku možno opísať ako komplexnú štruktúru niekoľkých úrovní/vrstiev, ktoré sú navzájom prepojené takmer nekonečným a neustále rastúcim počtom uzlov. Platformy sú na seba navrstvené, čo umožňuje viacero ciest ku koncovým používateľom a znemožňuje vylúčenie niektorých subjektov, t. j. konkurentov.“
<i>A Roadmap Toward a Common Framework for Measuring the Digital Economy</i> (OECD, 2020)	"Digitálna ekonomika zahŕňa všetky ekonomické aktivity, ktoré sa spoliehajú na, alebo sú výrazne podporované použitím digitálnych vstupov, vrátane digitálnych technológií, digitálnej infraštruktúry, digitálnych služieb a dát. Zahŕňa všetkých producentov a spotrebiteľov, vrátane vlády, ktorí využívajú tieto digitálne vstupy v svojich hospodárskych aktivitách."
<i>What is digital economy?</i> (Deloitte, 2023)	„Digitálna ekonomika je ekonomická činnosť, ktorá je výsledkom miliárd každodenných online prepojení medzi ľuďmi, podnikmi, zariadeniami, údajmi a procesmi. Základom digitálnej ekonomiky je hyperkonektivita, čo znamená rastúce prepojenie ľudí, organizácií a strojov, ktoré je výsledkom internetu, mobilných technológií a Internet of Things (IoT).“

Zdroj: vlastné spracovanie

Definícia digitálnej ekonomiky nám poskytuje základ na pochopenie jej rôznych aspektov. Identifikáciou jej znakov ju vieme charakterizovať a odlíšiť od tradičnej ekonomiky. Európska komisia (2014) v dokumente *„Working Paper: Digital Economy - Facts & Figures* definovala jej 3 kľúčové znaky: **mobilita, dáta, sieťové efekty**.

- Digitálna ekonomika umožňuje jednoduchú **mobilitu** v rôznych smeroch, podniky a jednotlivci sú prepojenejší a flexibilnejší v rýchlo sa meniacom prostredí. Ako

príklad sa môžeme pozrieť na nehmotný majetok, ktorý je ľahko prevoditeľný do krajín s nízkym zdanením, čo vytvára tlak na tradičné daňové systémy.

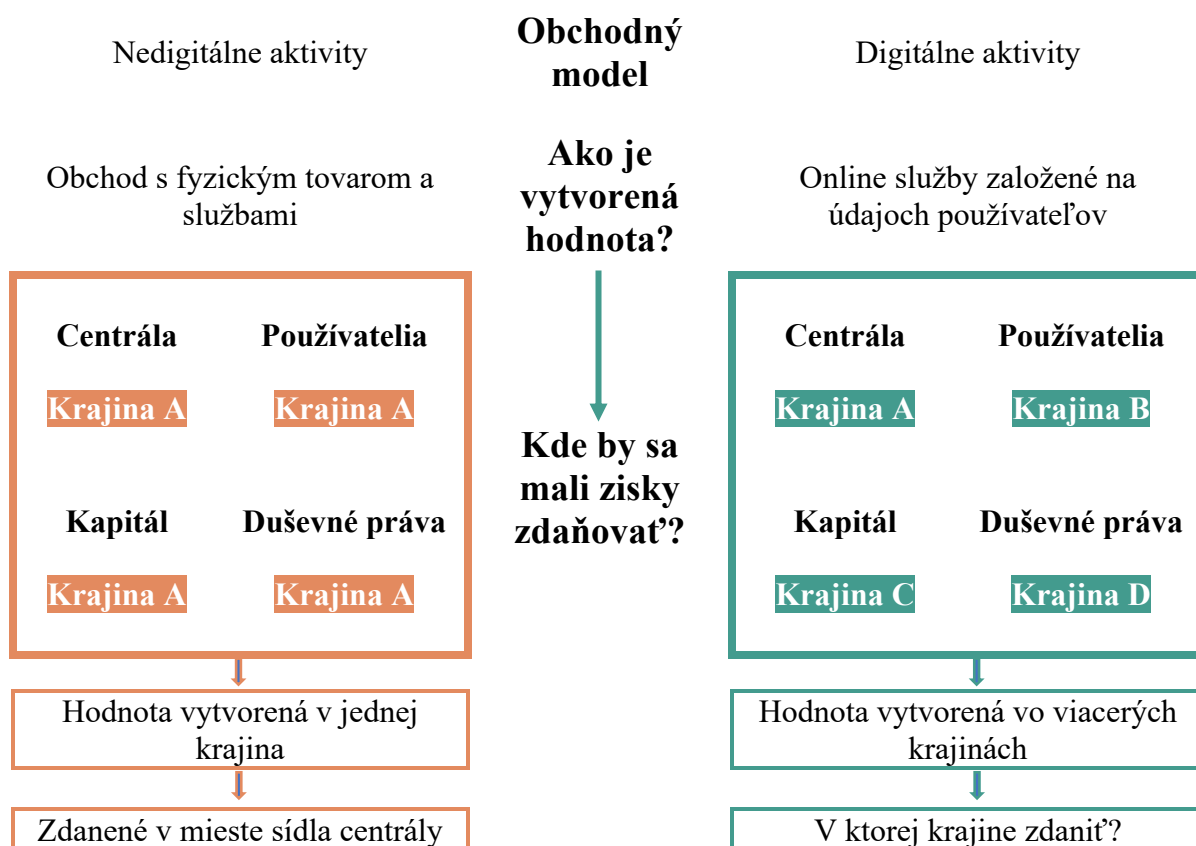
- Veľký dôraz sa kladie na **dáta** ako zdroj pridanej hodnoty. Dáta sú generované a zhromažďované rôznymi digitálnymi technológiami, ako mobilné telefóny a zariadenia pripojené na internet. Pre spoločnosti to sú cenné informácie o správaní a preferenciách spotrebiteľov, na základe ktorých spoločnosti vyvíjajú ciele marketingové stratégie.
- Pojmom **sieťové efekty** máme na mysli „multi-sided“ obchodné modely, fungujúce ako online platformy, na ktorých sa zúčastňuje veľké množstvo skupín osôb. Efekty, ktoré spôsobujú môžu byť pozitívne alebo negatívne. Jedným z bežných príkladov je, keď spoločnosti ponúkajú bezplatné služby, ktoré sú prekrývané reklamami.

1.2 Porovnanie tradičného a digitálneho podniku

Obrázok 1 jasne poukazuje na zásadný rozdiel medzi tradičnými obchodnými modelmi a digitálnymi, ktorý je daný predovšetkým cezhraničným charakterom vznikajúcich digitálnych podnikov. Zisky, ktoré tieto podniky generujú, nie sú naviazané iba na krajinu v ktorej má spoločnosť sídlo, ale sú naopak rozptýlené v rôznych jurisdikciách. Z tohto dôvodu majú daňové orgány problém pri určovaní príslušnej daňovej jurisdikcie a zdaniteľného príjmu týchto spoločností. Samozrejme, aj tradičný podnik môže vykonávať podnikateľskú činnosť v štáte v ktorom nemá sídlo, či už mu tam vznikla stála prevádzkareň alebo nie, tieto prípady sú podchytené v legislatíve a daňové orgány na nich dokážu reagovať. V prípade digitálnych podnikov, má súčasný daňový systém problém so zachytávaním nových obchodných modelov, ktoré dokážu generovať zisky v krajinách bez ich fyzickej prítomnosti. Ako príklad si môžeme uviesť spoločnosť so sídlom v USA, ktorá pôsobí v EÚ a poskytuje sociálnu sieť pre všetkých občanov zdarma. Spoločnosť zhromažďuje cenné informácie o svojich používateľov, ako sú ich nákupné zvyky, správanie a preferencie. Keďže ide o sociálnu sieť, ktorú využíva nesmierne množstvo ľudí, spoločnosť disponuje obrovským množstvom nehmotných aktív v podobe dát z rôznych krajín. Tieto dáta následne spoločnosť využíva pri predaji reklamného priestoru (cieľená inzercia), ktorá spoločnosti generuje väčšinu príjmov.

Tradičný podnik

Digitálny podnik

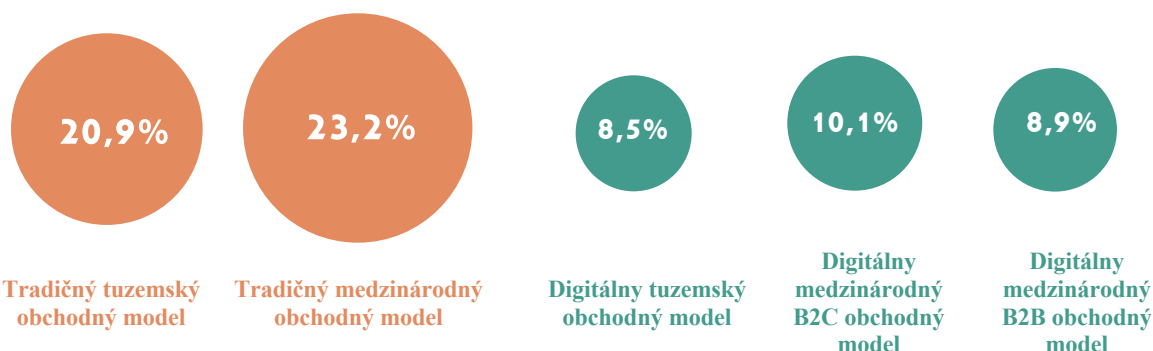


Obrázok 1 Porovnanie tradičného a digitálneho podniku

Zdroj: vlastné spracovanie podľa https://taxation-customs.ec.europa.eu/system/files/2018-03/factsheet_digital_taxation_21032018_en.pdf

Aby došlo k spravodlivému zdaňovaniu, je potrebné nastaviť rovnaké podmienky pre všetky podniky. Na grafe 1 môžeme vidieť rozdiel v priemernej efektívnej sadzbe dane z príjmu právnických osôb medzi tradičnými a digitálnymi spoločnosťami. Podľa odhadov z roku 2017, pre tuzemské tradičné podniky pôsobiace v EU28 bola priemerná efektívna sadzba 20,9 % a pre medzinárodné až 23,2 %. Zatiaľ čo pre tuzemské digitálne spoločnosti to bolo len 8,5 %, pre medzinárodné B2C podniky 10,1 % a medzinárodné B2B podniky 8,9 %. Digitálne podniky ťažia z obchodných modelov, ktoré sa vo veľkej miere spoliehajú na nehmotný majetok, čo im umožňuje presúvať zisky z krajiny A do krajiny B s nižšími daňami. (European Commission, 2017)

Priemerná efektívna sadzba dane z príjmu právnických osôb v EU28



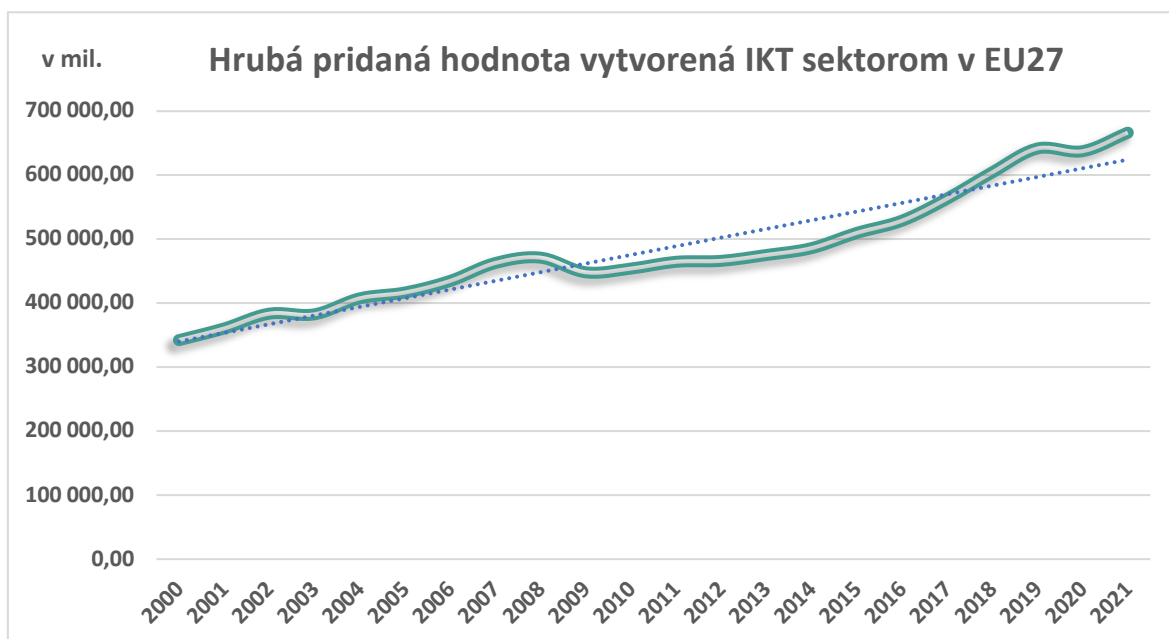
Graf 1 Priemerná efektívna sadzba dane z príjmov právnických osôb v EU28

Zdroj: vlastné spracovanie podľa s.6 https://taxation-customs.ec.europa.eu/system/files/2017-09/communication_taxation_digital_single_market_en.pdf

1.3 Nové obchodné modely v digitálnej ekonomike

Rýchly rast digitálnej ekonomiky viedol k vzniku nových obchodných modelov, ktoré priniesli zásadnú zmenu v spôsobe fungovania spoločností. Tieto modely využívajú technológie na vývoj a tvorbu nových produktov a služieb. Al-Debi et al. (2008) uviedli, že pre úspech podnikov v súčasnosti je veľmi dôležité mať prístup k relevantným informáciám a poznatkom. Keďže svet je čoraz komplexnejší, spoločnosti sa musia prispôsobiť a vyvíjať nové technológie, aby uspeli. Práve nové obchodné modely dokážu priniesť konkurenčnú výhodu pre spoločnosti, ktoré dokážu pohotovo reagovať na rýchle zmeny prostredia.

Podľa OECD (2015) mnohé z týchto modelov majú obdobu v tradičnom podnikaní, avšak pokrok v oblasti informačných a komunikačných technológií umožnil vykonávať mnoho podnikateľských činností v oveľa väčšom rozsahu a na vzdialenejších trhoch ako kedykoľvek predtým. Vďaka rýchlemu technologickému pokroku klesli náklady na informačne-komunikačné technológie a tak sa začali využívať vo všetkých ekonomických sektoroch v snahe zvýšiť produktivitu, rozšíriť dosah na trhy a znížiť prevádzkové výdavky, čo následne viedlo k enormnému rastu digitálnej ekonomiky. Toto zavádzanie IKT môžeme pozorovať na grafe 2, ktorý znázorňuje hrubú pridanú hodnotu, ktorú vyprodukoval IKT sektor za EU27 od 2000 – 2021. Na grafe môžeme pozorovať viac ako 100 % nárast v sledovanom období, čo poukazuje na rastúci význam IKT v globálnom hospodárstve a na ich transformačný vplyv na podniky a odvetvia na celom svete.



Graf 2 Hrubá pridaná hodnota vytvorená IKT sektorom v EU27

Zdroj: vlastné spracovanie podľa https://joint-research-centre.ec.europa.eu/predict/ict-sector-analysis-2022/data-metadata-2022_en

Spoločnosti dnes v dôsledku vývoja nových obchodných modelov, ktorých vznik uľahčila digitalizácia, fungujú zásadne iným spôsobom ako v čase, keď boli vytvorené medzinárodné daňové pravidlá. Napríklad na predaj tovaru a služieb na internete nie je potrebná fyzická prítomnosť, čo spôsobuje náročnosť určiť základ dane v jurisdikcii alebo samotný pôvod tovaru. Je pravda, že nové obchodné modely v digitálnej ekonomike prilákali na trh nové subjekty vrátane spotrebiteľov, investorov a podnikateľov, ktorí nie sú vždy oboznámení s daňovými povinnosťami, prípadne môžu svoje podnikateľské aktivity koncipovať tak, aby tieto povinnosti obchádzali. V dôsledku toho sa stále viac diskutuje o tom, ako regulovať a zdaňovať spoločnosti fungujúce na nových digitálnych modeloch. Z daňového hľadiska je preto veľmi dôležité preskúmať zásadne charakteristické vlastnosti nových digitálnych modelov. (European Commission, 2017)

1.3.1 Chýbajúca fyzická prítomnosť

V tradičnej ekonomike je fyzická prítomnosť spoločnosti jedným z kľúčových prvkov na základe ktorých sa stanoví kde spoločnosť vykonáva svoju činnosť a kde by mala byť zdanená. V 21. storočí dokážu digitálne podniky dosahovať príjmy bez potreby fyzickej prítomnosti v krajine. Na rozdiel od tradičných podnikov pôsobia výlučne v digitálnej sfére

a využívajú technológie na oslovenie zákazníkov prostredníctvom webových stránok, mobilných aplikácií, sociálnych sieti. (European Parliament, 2016)

Absencia fyzickej prítomnosti umožnila digitálnym podnikom osloviť globálne publikum a rýchlo rozšíriť svoje aktivity na miesta, kde sa nachádzajú spotrebitelia. Tým sa znížili ich výdavky a zvýšila sa ich efektívnosť, čo im umožnilo riadiť podnikateľské činnosti z inej krajiny. Ako praktický príklad si môžeme uviesť nadnárodnú technologickú spoločnosť, ktorá pôsobí predovšetkým v digitálnej sfére, konkrétne ako e-commerce platforma, kde ponúka sortiment produktov, ku ktorým majú zákazníci prístup odkiaľkoľvek na svete prostredníctvom internetu. Spoločnosť tak môže poskytovať produkty zákazníkom v rôznych krajinách bez toho, aby si musela zriaďovať fyzickú pobočku v každej krajine.

1.3.2 Závislosť na dátach

Vďaka využívaniu určitých produktov alebo služieb používateľa každodenne poskytujú na internete obrovské množstvo informácií, či už sa jedná o osobné údaje, záľuby, alebo preferencie. Tieto údaje o zákazníkoch sú zhromažďované spoločnosťami, ktoré ich následne dokážu analyzovať a na základe týchto poznatkov môžu spoločnosti prispôbiť svoje produkty a služby individuálnym potrebám zákazníkov. Hoci podniky vždy využívali informácie o komunikácii so zákazníkmi na zlepšenie svojich obchodných činností, digitálne technológie výrazne zvýšili schopnosť podniku využívať a speňažiť takéto činnosti. V dôsledku toho prudko vzrástol význam zberu údajov o zákazníkoch a používateľoch, najmä v špecifických odvetviach digitálnej ekonomiky. Pri obchodných modeloch zameraných na sociálne siete sú údaje kľúčovým faktorom, ktorý vytvára hodnotu podniku. (OECD, 2015)

1.3.3 Existencia sieťových efektov

Sieťové efekty vyplývajú z faktu, že rozhodnutia používateľov priamo ovplyvňujú výhody, ktoré majú ostatní používatelia. Názorný príklad tohto konceptu možno pozorovať pri zavedení faxu. Jednotlivo mal jeden fax len malý úžitok, ale keď sa viac používateľov rozhodlo zaviesť túto technológiu, hodnota vyplývajúca z ich rozhodnutia sa exponenciálne zvýšila. Táto hodnota sa prejavila vo forme rozšírených komunikačných možností. Rozhodnutia prvých používateľov v podstate otvorili cestu ďalším používateľom, aby mohli využívať výhody expandujúcej siete, čo je príkladom pôsobenia sieťových efektov. (OECD, 2015)

Sieťový efekt tak môžeme definovať ako jav, pri ktorom platí, že čím viac používateľov službu využíva, tým viac sa zvyšuje hodnota alebo užitočnosť služby ponúkanej spoločnosťou pre používateľov, ktorí ju budú využívať neskôr. Existujú dva typy sieťových efektov a to, **priame** a **nepriame**. Nicolas Colin et. al (2015, s. 3) ich definovali nasledovne:

- „**Priame sieťové efekty** sa prejavujú vtedy, keď každý používateľ siete má prospech z pripojenia iných používateľov rovnakého typu k sieti. Čím viac jednotlivcov sa pripojí, tým viac sa zvýšia výhody pre existujúcich používateľov. Ako príklad môžeme uviesť už spomínané zavedenie faxu.“
- „**Nepriame sieťové efekty** sa objavujú vtedy, keď na platformách interaguje viacero kategórií používateľov a dochádza k vzájomnému kontaktu viacerých typov subjektov, napríklad viacero kupujúcich a viacero predajcov. V tomto prostredí, označovanom ako „multi-sided market“, sa spokojnosť používateľov na jednej strane trhu zvyšuje s počtom používateľov na druhej strane.“

1.3.4 Využívanie multi-sided obchodných modelov

Digitalizácia podnietila vznik nových spoločností využívajúcich multi-sided obchodných modelov. Tieto obchodné modely zahŕňajú interakciu viacerých skupín zákazníkov prostredníctvom digitálnych platforiem a v ktorých rozhodnutia ktorejkoľvek skupiny ovplyvňujú rozhodnutia ostatných, čo vedie k pozitívnym alebo negatívnym externalitám, ktoré ovplyvňujú ceny. Uľahčenie výmen a interakcií medzi skupinami používateľov, umožňuje digitálnymi spoločnosťami dosiahnuť obrovský potenciál na zvyšovanie hodnoty spoločnosti. Ako príklad obchodného modelu, ktorý zahŕňa pozitívne externality si môžeme uviesť systém platobných kariet, ktorý bude pre obchodníkov cennejší, ak bude platobné karty používať viac spotrebiteľov, a pre spotrebiteľov cennejší, ak bude platobné karty akceptovať viac obchodníkov. (OECD, 2015)

Pri posudzovaní základných charakteristických vlastností nových digitálnych obchodných modelov je zrejmé, že dva kľúčové prvky sú úzko spojené s problémom zdaňovania týchto obchodných modelov. Jednak absencia fyzickej prítomnosti umožňuje spoločnostiam prilákať používateľov z celého sveta a dosahovať tak príjmy bez potreby

fyzickej prítomnosti v krajinách. Na druhej strane, ako kritický faktor sa vyníma zhromažďovanie údajov o používateľoch. Údaje slúžia digitálnym spoločnostiam ako významná konkurenčná výhoda oproti tradičným spoločnostiam.

1.4 Príklady digitálnych obchodných modelov

V tejto podkapitole sa pozrieme na niekoľko príkladov digitálnych obchodných modelov a osobitnú pozornosť budeme venovať tým, ktoré sa považujú za najrelevantnejšie, v otázke ich zdaňovania. Analýzou týchto modelov chceme zistiť podstatné skutočnosti o najmodernejších taktikách a prístupoch, ktoré priniesli spoločnostiam úspech a zároveň zohľadniť ich daňové dôsledky.

1.4.1 E-commerce

Ako prvé sa pozrieme do oblasti elektronického obchodu, všeobecne známeho ako e-commerce. Jednotná definícia e-commerce neexistuje, no viaceri autori sa zhodli, že elektronický obchod alebo elektronické obchodovanie je nákup a predaj tovaru a služieb na internete. V skratke môžeme povedať, že ide o podnikanie v elektronickej forme.

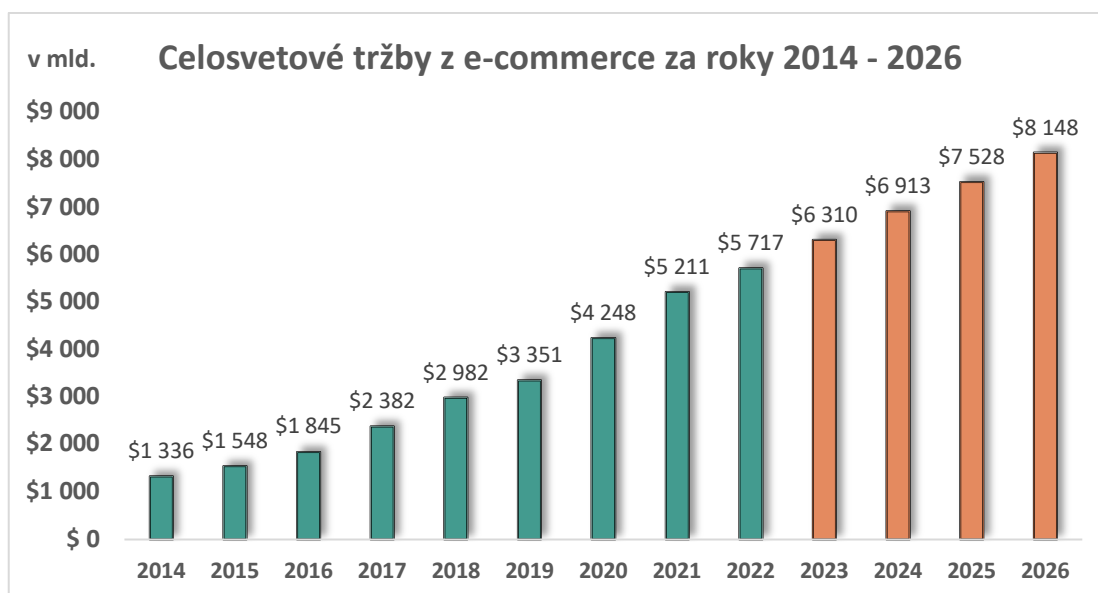
OECD (2011, s.72) definovalo v dokumente „*Guide to Measuring the Information Society*“ e-commerce ako „predaj alebo nákup tovaru a služieb uskutočňovaný prostredníctvom počítačových sietí metódami špeciálne navrhnutými na účely prijímania alebo zadávania objednávok. Tovar alebo služby sa objednávajú týmito metódami, ale platba a konečné dodanie tovaru alebo služieb sa nemusia uskutočniť online.“

E-commerce je bezpochyby rýchlo sa rozvíjajúci obchodný model, ktorý uľahčuje obchodné operácie a transakcie medzi organizáciami a jednotlivcami. Na rozdiel od tradičného obchodného modelu, ktorý sa pri transakciách spolieha na fyzické miesto, e-commerce umožňuje podnikom obchodovať nepretržite a celosvetovo v rámci online priestoru. Podstata, že e-commerce funguje v online priestore, spôsobuje problém daňovým úradom pri určovaní príslušnej jurisdikcie. S prihliadnutím na charakteristické vlastnosti digitálnych obchodných modelov, môžeme povedať, že e-commerce podnikom nevznikajú náklady na kamenné prevádzky, a tak môžu svoje investície usmerňovať do činností súvisiacich so zákazníkmi, ktoré sú možné vďaka zberu údajov. V tabuľke 2 môžeme vidieť rôzne typy obchodných modelov, ktoré sú podmienené vzťahmi na trhu.

Tabuľka 2 Prehľad rôznych typov e-commerce modelov

Typ	Definícia	Príklad
B2B	Predaj tovaru alebo služby priamo medzi dvoma podnikmi. Zahŕňa online transakcie medzi výrobcami a veľkoobchodnými predajcami, ktoré sa uskutočňujú prostredníctvom internetových predajných portálov. Tento typ dosahuje rýchly rast a považuje sa za jeden z najrýchlejšie rastúcich modelov. Podľa odhadov má celosvetovo hodnotu viac ako 12 biliónov USD. (Keenan, 2022)	Alibaba
B2C	Predaj tovaru alebo služby priamo zákazníkovi, teda konečnému používateľovi. Zákazník si môže vybrať tovar na webovej stránke a objednať si ho. Je to jedna z prvých foriem e-commerce podnikania. V mnohých prípadoch môže výrazne skrátiť dodávateľské reťazce tým, že odstráni potrebu mnohých veľkoobchodníkov, distribútorov a iných sprostredkovateľov. (OECD, 2015)	Amazon
C2C	Online platforma, ktorá umožňuje zákazníkom vzájomne sa zapájať do nákupných a predajných aktivít a vymieňať si svoje výrobky alebo služby. V rámci tohto typu slúžia online platformy ako sprostredkovatelia, ktoré uľahčujú transakcie medzi zákazníkmi a zabezpečujú priestor pre ich vzájomnú interakciu. (Kolibra Capital, 2022)	Craigslist
C2B	Typ obchodného modelu, pri ktorom spotrebiteľ poskytuje produkt alebo službu firme. Môžeme povedať, že v tomto prípade je zákazníkom firma.	Upwork

Zdroj: vlastné spracovanie



Graf 3 Celosvetové tržby z e-commerce za roky 2014 - 2026

Zdroj: vlastné spracovanie podľa <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>

Poznámka: Od roku 2023 sú údaje odhadované.

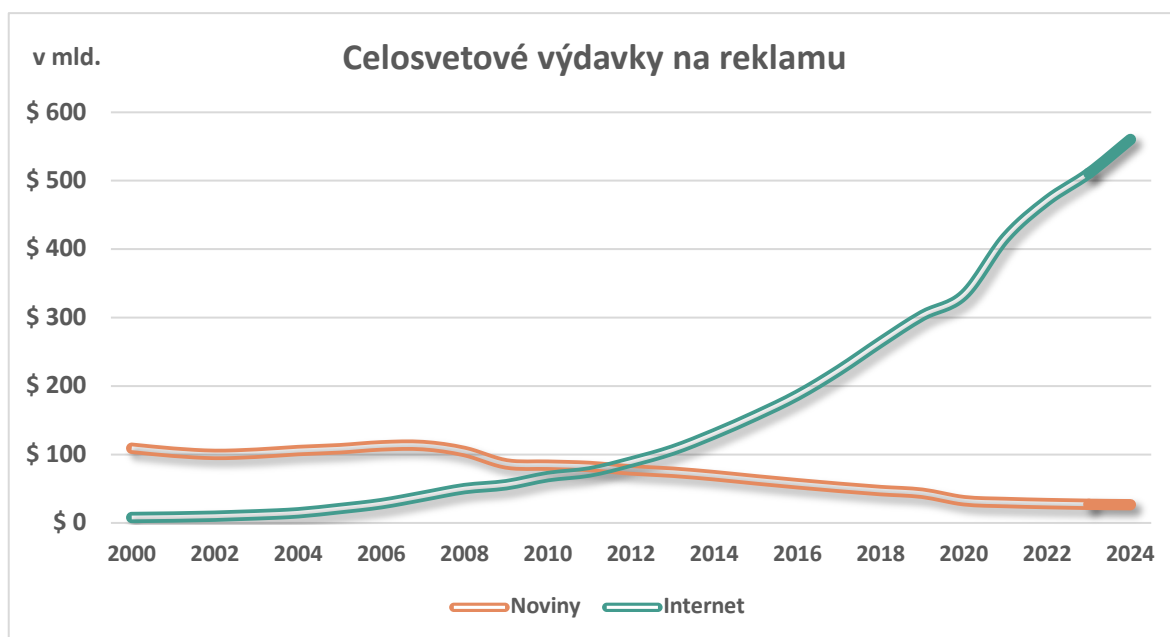
Za posledné dve desaťročia sa e-commerce zmenil na prosperujúce globálne odvetvie, ktoré zmenilo spôsob fungovania podnikov. Exponenciálny rozvoj, ktorý bol umožnený vďaka technologickému pokroku, môžeme pozorovať na grafe 3. Kde od roku 2014 do roku 2022 vzrástol o 328 % a predpokladá sa, že do roku 2026 vzrastie o ďalších 43 %.

1.4.2 Online inzercia

Online inzercia je obchodný model, ktorého koncept je založený na dosahovaní príjmov z predaja reklamy. Spoločnosti zvyčajne na začiatku budujú publikum prostredníctvom tvorby obsahu a následne svoje publikum speňajú predajom prístupu k nemu. Tento obchodný model získal značnú popularitu v poslednom desaťročí, pričom spoločnosti ako Google a Facebook vytvorili najrozsiahlejšie platformy digitálnej reklamy na celom svete. (Cuofano, 2023)

OECD (2015) chápe online inzerciu ako nástroj na doručovanie cieľených marketingových správ zákazníkom. Ak by sme to porovnali s tradičnými metódami reklamy, tak online reklama nám umožňuje využívať pokročilé techniky na kategorizáciu spotrebiteľov do špecifických skupín, čo im umožňuje presne zacieliť reklamu. Táto metóda sa spolieha na prístup inzerentov k údajom o zákazníkoch, ktoré si „kúpia“ od platforiem, ktoré sledujú online aktivity a zhromažďujú relevantné informácie. Častokrát spoločnosti využívajúce tento model poskytujú obsah zdarma s cieľom získať dostatočne veľkú sieť používateľov, ktorá zaujme inzerentov. Tieto spoločnosti následne využívajú rozsiahle siete používateľov a používajú sofistikované algoritmy na zhromažďovanie a analýzu údajov na účely cieľenej reklamy.

Údaje používateľov sú nevyhnutné pre fungovanie tohto modelu, teda pre cieľnú reklamu, a predstavujú pridanú hodnotu pre spoločnosti. Spoločnosti údaje zhromažďujú od používateľov po celom svete a opäť sa dostávame k záveru, že schopnosť spoločností pôsobiť cezhranične spôsobuje problémy pri určovaní, kde bola hodnota vytvorená a kde by mali byť príjmy zdanené. Na grafe 4 môžeme vidieť ako sa s postupom času zvyšovali výdavky na reklamu v online prostredí. Tento trend naznačuje rastúci význam online inzercie pri získavaní zákazníkov a podpore rastu spoločností.



Graf 4 Celosvetové výdavky na reklamu

Zdroj: vlastné spracovanie podľa <https://www.statista.com/statistics/273708/global-newspaper-advertising-expenditure/> a <https://www.statista.com/statistics/1174928/internet-advertising-spending-worldwide-by-region/>

Poznámka: Od roku 2023 sú údaje odhadované.

1.4.3 Digitálne platformy

Watts (2020) uviedol, že digitálna platforma predstavuje celý systém, v ktorom sa stretávajú tvorcovia, konzumenti a komunikujúca komunita s cieľom uľahčiť výmenu informácií, tovaru alebo služieb. Je dôležité uvedomiť si, že komunita tvorí neoddeliteľnú súčasť digitálnej platformy, keďže jej prítomnosť významne prispieva k hodnote platformy. Cieľom digitálnej platformy je umožniť interakcie, vytvárať a využívať sieťové efekty, ktoré boli vysvetlené v časti 1.3.3. V závislosti od konkrétneho obchodného modelu, ktorý spoločnosti používajú, a cieľov, ktoré sa snažia dosiahnuť, môžu mať digitálne platformy rôzne podoby. Medzi najznámejšie digitálne platformy patria napríklad:

- Platformy sociálnych médií, ako sú Facebook, Twitter, Instagram alebo LinkedIn. Tieto platformy spájajú milióny používateľov na celom svete a generujú príjmy prostredníctvom cielej reklamy.
- Informačné platformy ako StackOverflow, Quora a Yahoo! Answers poskytujú používateľom platformu na vyhľadávanie a zdieľanie informácií.

- Platformy na zdieľanie obsahu, ako sú YouTube a Spotify, umožňujú používateľom nahrávať, zdieľať a konzumovať mediálny obsah. Tieto platformy generujú svoje príjmy prostredníctvom predplatného alebo reklamy.
- Platformy orientované na služby, ako sú Uber a Airbnb, uľahčujú transakcie medzi používateľmi. Tieto platformy spájajú zákazníkov a poskytovateľov služieb.

Ak by sme sa na tieto platformy pozreli z daňového hľadiska, opäť by sme došli k záveru, že zdanenie takýchto platforiem môže byť problematické. Vzhľadom na ich globálnu povahu je náročné spravodlivo rozdeliť príjmy do rôznych jurisdikcií v ktorých tieto príjmy vznikli a zdaňovať ich.

1.4.4 Platobné služby, obchody s aplikáciami, vysokofrekvenčné obchodovanie

OECD (2015) poskytla definície troch ďalších digitálnych obchodných modelov, ktoré sú v digitálnej ekonomike často využívané.

Ako prvé sa pozrieme na **platobné služby**. Poskytovateľ platobných služieb pôsobí ako sprostredkovateľ medzi online kupujúcimi a predávajúcimi a uľahčuje bezpečné transakcie spracovaním rôznych platobných metód (kreditné karty). Poskytovatelia platobných služieb si za transakcie účtujú poplatky, ktoré sú buď fixné alebo percento z hodnoty transakcie.

Ďalším model sú **obchody s aplikáciami**. Tieto obchody umožňujú používateľom prehľadávať, nakupovať a sťahovať aplikácie. Obchody s aplikáciami obsahujú aplikácie vyvinuté prevádzkovateľom obchodu alebo vývojármi tretích strán a ponúkajú možnosti bezplatného alebo plateného sťahovania.

Posledným modelom, ktorým sa zaoberáme je **vysokofrekvenčné obchodovanie**. Tento model využíva pokročilé technológie a zložité algoritmy na realizovanie obrovského počtu príkazov na burzách. Transakcie, ktoré sú vykonávané, sú čisto elektronické a preto môžu byť uskutočnené odkiaľkoľvek na svete.

1.5 Problémy zdaňovania digitálnej ekonomiky

Tieto nové modely, ktoré spoločnosti využívajú, vyvolávajú otázky, či súčasný daňový systém ešte stále účinne rieši problematiku zdaňovania spoločností v medzinárodnom kontexte. V tejto podkapitole sa budeme venovať súčasnému systému zdaňovania a jeho nedostatkom v prípade zdaňovania digitálnej ekonomiky.

1.5.1 Nexus a možnosť vzniku významnej prítomnosti bez vzniku daňových povinností

V súčasnosti fungujú nerezidentské spoločnosti v trhovej jurisdikcii zásadne odlišným spôsobom v porovnaní s tým, ako to bolo v čase, keď sa vytvárali medzinárodné daňové pravidlá. Táto zmena je spôsobená nástupom nových obchodných modelov a najmä expanziou digitálnej ekonomiky. Síce spoločnosti mohli vždy vykonávať činnosť v jurisdikcii bez toho, aby tam boli reálne fyzicky prítomné, zdokonalenie informačno-komunikačných technológií výrazne zvýšilo rozsah, v ktorom je teraz takáto činnosť možná. Vzhľadom na to, že mnohé tradičné obchodné modely vyžadujú fyzickú prítomnosť, aby mohli uskutočňovať predaj tovaru a služieb, krajiny dokážu jednoduchšie presadzovať svoje práva na zdanenie spoločnosti. No fakt, že v dnešných podnikateľských štruktúrach sa v ekonomike vyžaduje menšia fyzická prítomnosť, prináša výzvy pre medzinárodné zdaňovanie. (OECD, 2014)

V dôsledku rastu nadnárodných korporácií vo svete a fakt, že spoločnosti čoraz viac expandujú a investujú do mnohých krajín, sú prvky medzinárodných daňových systémov pod narastajúcim tlakom. Aj keby existovala všeobecná dohoda o najlepšom spôsobe zdaňovania globálnych ziskov spoločností, pri spoločnostiach, ktoré majú prevádzky vo viacerých krajinách, by sa muselo rozhodnúť, kde tieto zisky zdaňovať. Prípadne ako najlepšie rozdeliť zisky medzi rôzne krajiny. Zoberme si jednoduchý scenár, v ktorom má podnik sídlo v krajine A, a je v úplnom vlastníctve občanov tejto krajiny. Krajina A sa označuje ako krajina sídla. Podnik má dcérsku spoločnosť vo vlastníctve v krajine B, ktorá vyrába tovar. Krajina B sa označuje ako krajina pôvodu, v ktorej sa nachádzajú aktíva spoločnosti. Tento tovar sa vyváža do krajiny C, kde ho kupujú spotrebitelia. Krajina C je v tomto prípade krajina dodania tovaru. Otázka, ktorú si musíme položiť je, že v ktorej krajine by sa mali zisky zdaňovať? (Insitute for Fiscal Studies, 2022)

Digitálna povaha nových obchodných modelov, ktoré umožňujú podnikom vykonávať všetky obchodné činnosti v rôznych krajinách z jedného miesta, im dáva väčšiu slobodu a flexibilitu pri výbere miesta, alebo pri premiestňovaní existujúcich funkcií. Spoločnosti tak majú tendenciu sídliť v krajinách s relatívne nízkym zdanením príjmov zo zahraničia. V dôsledku toho je čoraz bežnejšie, že ľudia, IT infraštruktúra a klienti spoločnosti sú rozptýlení v mnohých krajinách, ďaleko od jurisdikcie. (OECD, 2014)

Vyššie spomínané záležitosti sa týkajú najmä významu stálej prevádzkarne (PE) v kontexte medzinárodného zdaňovania. Tento pojem sa používa na stanovenie zdanenia nadnárodných firiem v medzinárodných daňových zmluvách. Definuje hlavný mechanizmus, ktorým môže krajina pôvodu požadovať daň od firmy so sídlom v krajine rezidencie. Šestáková (2018, s. 129) k otázke stálej prevádzkarne uviedla, že „základným predpokladom pre vznik stálej prevádzkarne je trvalé miesto podnikania v rámci geografických hraníc krajiny, kde sa uskutočňuje predaj. Stále miesto môže zahŕňať administratívne kancelárie, továreň alebo dielňu, ale nie nevyhnutne obchodné priestory alebo skladovacie priestory. Podľa väčšiny zmlúv o zamedzení dvojitého zdanenia sa príjem firmy zdaňuje v krajine, kde má stálu prevádzkareň, len ak tam vykonáva nepretržitú a trvalú činnosť.“

Podľa existujúcich daňových predpisov sa zisky rozdeľujú do jurisdikcie, v ktorej sa nachádza stála prevádzkareň, na základe činností, ktoré prevádzkareň vykonáva. Inými slovami môžeme povedať, že existujúci systém vyžaduje, aby zahraničné podniky platili dane jurisdikcii, ak v nej majú zriadenú stálu prevádzkareň, ako sú továrne alebo dielne, ktoré vykonávajú predajné operácie. Ak však nejaká veľká IT spoločnosť bez stálej prevádzkarne poskytuje služby priamo zákazníkovi v jurisdikcii prostredníctvom internetu, nemá povinnosť platiť jurisdikcii daň z príjmov právnických osôb, aj keď z transakcie vzniká zisk. Na základe toho môžeme identifikovať dva problémy, ktoré nám vznikli. Po prvé, aj keď IT spoločnosť dosiahne zisk v trhovej jurisdikcii, tá tento zisk nezdaňuje. Po druhé, tuzemské spoločnosti sú v nevýhode, pretože dane platia len oni. (Kurihara, 2021)

Z tohto dôvodu bolo potrebné rozšíriť definíciu stálej prevádzkarne, ktorá sa v dobe digitálnych podnikov stáva premenlivejšou a neistejšou. Môžeme povedať, že daňové orgány sa usilujú o rozšírenie definície, aby sa prispôsobili spôsobu, akým sa v priebehu

rokov menilo podnikanie. Cieľom je zdať zisky, ktoré by inak nepodliehali zdaneniu. Šestáková (2018) uviedla, že alternatíva ku koncepcii stálej prevádzkarne je myšlienka významnej ekonomickej prítomnosti (významná digitálna prítomnosť) alebo virtuálnej stálej prevádzkarne. Pri určovaní významnej digitálnej prítomnosti by sa mali zohľadniť tri kategórie premenných a to faktory, ktoré sú založené na príjmoch, používateľoch a digitálnych faktorov. Navrhovaná koncepcia hovorí o tom, že virtuálna stála prevádzkareň vzniká ak daňovník nerezident poskytuje prístup k digitálnej platforme, ako je napríklad online trhovisko, aplikácia alebo ponúka reklamné služby na webovej stránke. V tomto prípade hovoríme o digitálnych faktorov, kde môžeme zaradiť napríklad aj názvy domén. Pri kategóriách založených na používateľov a príjmoch je potrebné stanoviť kvantitatívnu hranicu, pod ktorou sa činnosť považuje za významnú. Túto hranicu môžeme vyjadriť napríklad minimálnym počtom používateľov na platformách, objem medzinárodného elektronického obchodu alebo percento celkových príjmov z poskytovania digitálnych služieb.

1.5.2 Údaje a hodnota vytvorená z používania relevantných údajov zhromažďovaných prostredníctvom používania digitálnych produktov

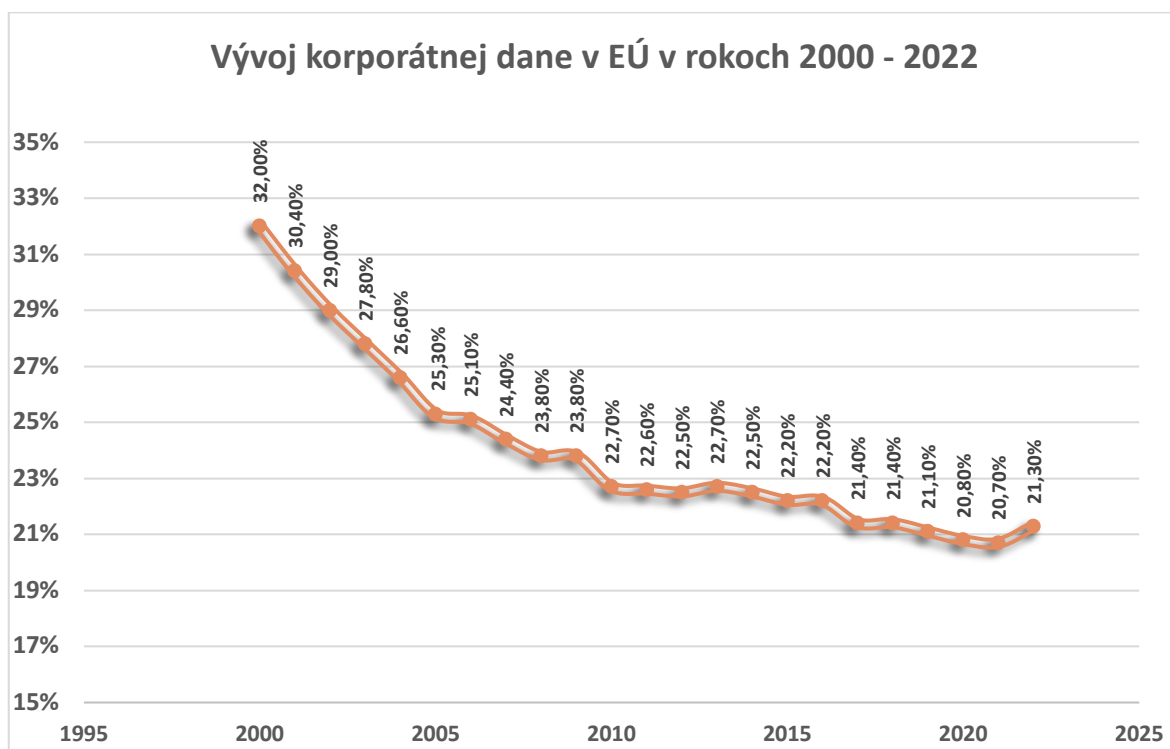
Ďalším veľkým problémom zdaňovania digitálnych spoločností je zber údajov o používateľoch a ťažkosť určenia hodnoty týchto údajov pre potreby zdanenia. OECD (2014) uviedlo, že vďaka digitálnym technológiám, ktoré umožňujú aj ukladanie a využívanie údajov, možno v súčasnosti získavať údaje na diaľku a zo vzdialenejších lokácií ako v minulosti. Zber údajov môže byť priamy od používateľov alebo zákazníkov, alebo nepriamy, kde sú údaje nakúpené od tretích strán. Spoločnosti používajú na získavanie údajov rôzne techniky. Následne sú údaje často hlavným vstupom do procesu tvorby hodnôt v digitálnej ekonomike. Spoločnosti môžu profitovať z využívania údajov viacerými spôsobmi, či už tým, že môžu prispôbiť ponuku zákazníkom alebo zlepšiť produkty a služby, ktoré využívajú. V kontexte zdaňovania je dôležité sa opýtať či sú súčasné daňové pravidlá naďalej vhodné alebo by sa mali pravidlá zmeniť a zisky, ktoré môžeme pripísať zberu údajov z rôznych krajín, by mali podliehať zdaneniu v štáte, z ktorého sa údaje zbierajú. Ďalšie otázky vznikajú o tom, či sa údaje správne ohodnocujú na daňové účely. Z dôvodu, že mnohé podniky vyvinuli rôzne metódy zberu a speňaženia údajov, je ťažké určiť objektívnu hodnotu samotným nespracovaným údajom a tak je oceňovanie údajov predmetom kritiky, pretože môže mať vplyv na daňové výsledky. Avšak vplyv na daňové

výsledky to má vtedy, ak je hodnota priradená k stálej prevádzkarni, ale nie vtedy, ak ich zhromažďuje priamo zahraničný podnik bez stálej prevádzkarne. Táto podstata vytvára otázky súvisiace s miestom zhromažďovania údajov a ich súvis s ich následným zdanením.

1.5.3 Daňová konkurencia medzi krajinami

Aj pred vznikom digitálnych podnikov existovala medzinárodná daňová rivalita medzi krajinami. Avšak kapitál a pracovná sila sa v posledných rokoch stali voľne mobilnými, čo viedlo k súťaži medzi krajinami o podnikateľské investície a daňové príjmy. Okrem toho, že sa uľahčil pohyb tovaru, služieb, kapitálu a pracovných miest cez hranice štátov, rýchly pokrok v komunikačných a dopravných technológiách tiež sťažil zdaňovanie týchto činností. Je to spôsobené rastúcou integráciou svetových ekonomík, zlepšeniami v liberalizácii obchodu a dereguláciou kapitálu. V súčasnosti sa digitálne podniky môžu často vyhnúť plateniu vysokých daní tým, že presunú svoje základy dane do krajín s nižším daňovým zaťažením. Dehejia a Genschel (1998) sa vyjadrili, že vlády sa budú pokúšať využiť tieto okolnosti znížením daní v porovnaní so susednými krajinami. Ak ostatné krajiny nereagujú recipročne a neznižujú svoje dane, podniky citlivé na dane tak ostávajú na domácich trhoch, čo zvyšuje domáci HDP, mieru zamestnanosti a koniec koncov aj daňové príjmy. Mnohí ekonómovia avšak varujú, že konkurencia by v konečnom dôsledku viedla k pretekcom o najnižšie možné dane.

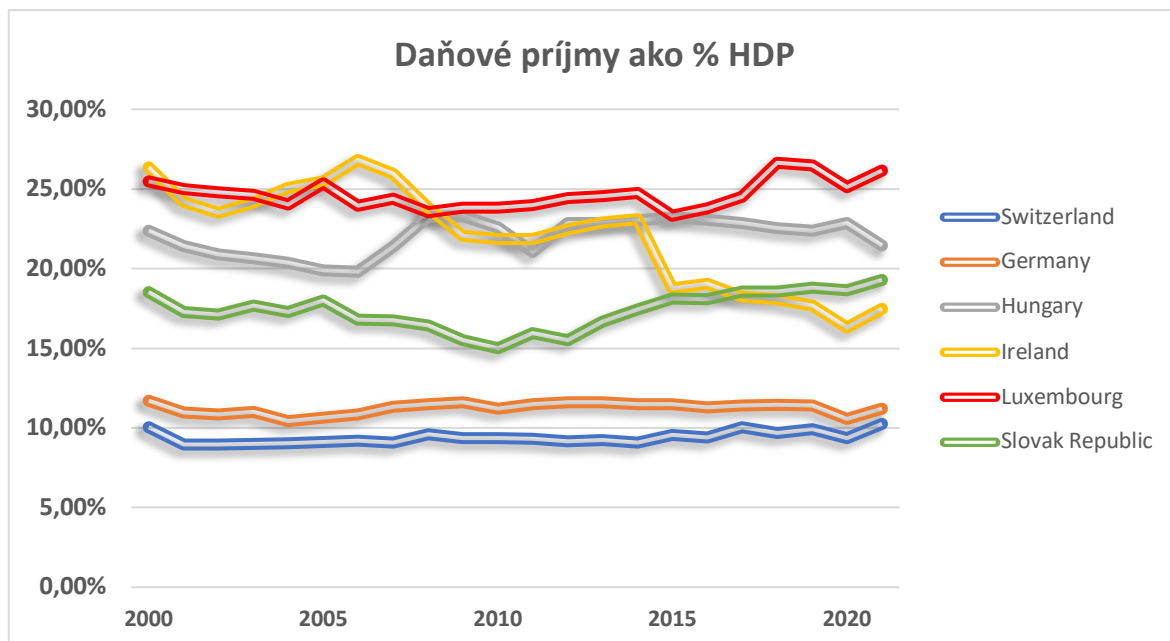
Na základe vyššie uvedených skutočností môžeme jednoducho definovať daňovú konkurenciu ako situáciu, v ktorej dve krajiny strategicky využívajú svoju daňovú politiku na prilákanie mobilných výrobných faktorov. Na grafe 5 môžeme vidieť vývoj sadzby dane z príjmov právnických osôb za posledných 22 rokov. Sadzba v EÚ klesla z približne 32 % na 21,30 %, čo potvrdzuje naše tvrdenie, že krajiny znižujú sadzby dane z príjmov právnických osôb. Európska únia v roku 2011 navrhla novú smernicu o spoločnom konsolidovanom základe dane (CCCTB), ktorá mala pomôcť s problémom daňovej konkurencie medzi krajinami, pretože obmedzuje mobilitu základu dane a spoločnosti tak majú menej priestoru na daňové plánovanie s cieľom vyhýbať sa zdaneniu. Táto smernica hovorí o jednotnom súbore pravidiel na výpočet zdaniteľných ziskov spoločností v celej EÚ. Zahraničné spoločnosti už nebudú musieť pri výpočte svojich zdaniteľných príjmov podľa CCCTB dodržiavať niekoľko samostatných národných pravidiel. Namiesto toho budú musieť dodržiavať len jeden jednotný systém EÚ. (European Commission, 2016)



Graf 5 Vývoj korporátnej dane v EÚ v rokoch 2000 - 2022

Zdroj: vlastné spracovanie podľa <https://tradingeconomics.com/european-union/corporate-tax-rate>

Ďalším dôležitým ukazovateľom súvisiacim s problematikou daňovej konkurencie je pomer daní k HDP (daňové príjmy ako % HDP). Na grafe 5 môžeme vidieť, že pokles sadzieb dane z príjmov právnických osôb nespôsobuje pokles pomeru daní k HDP, ale je stabilný. De Mooij a Nicodeme (2008) v dokumente „*Corporate tax policy and incorporation in the EU*“ uviedli, že krajiny postupne znížili úroveň zdanenie právnických osôb o viac ako 10 %, ako aj môžeme vidieť na grafe 5. Avšak príjmy z dane z príjmov právnických osôb boli v priebehu rokov relatívne stabilné, a to aj napriek zníženiu sadzieb. Ako jeden z možných dôvodov prečo s klesajúcimi sadzbami rastú daňové príjmy autori uviedli rozširovanie základov dane z príjmov právnických osôb. No to podľa autorov nie úplne vysvetľovalo prečo existuje práve tento vzťah medzi sadzbami dane a daňovými príjmami a preto sa zaoberali inou hypotézou: fenomén presunu príjmov z fyzických osôb k právnickým osobám. S poklesom sadzieb dane z príjmu právnických osôb došlo k zvýšeniu počtu registrovaných firiem.



Graf 6 Daňové príjmy ako % HDP

Zdroj: vlastné spracovanie podľa <https://data.worldbank.org>

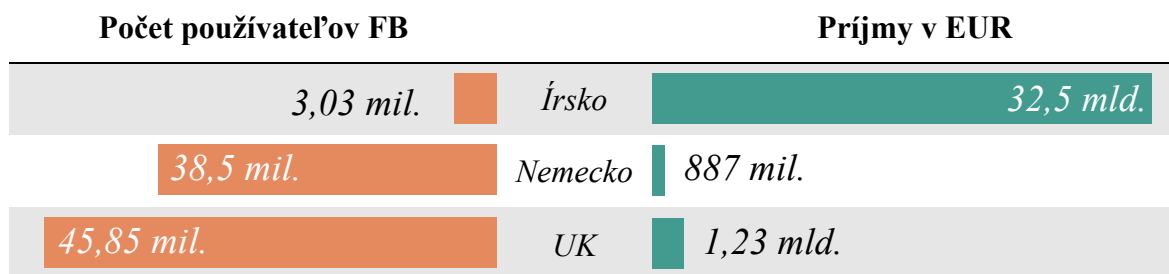
Mnohé digitálne spoločnosti si vyberajú sídlo v už spomínaných krajinách na grafe 6, ktoré boli analyzované z dôvodu poskytovania rôznych daňových úľav (Luxembursko) alebo existencie nízkej daňovej sadzby pre právnické osoby (Írsko, Maďarsko), aby platili nižšie dane, čo vedie k nerovnomernému rozdeleniu príjmov v krajinách EÚ. Na grafe 6 môžeme pozorovať, že niektoré krajiny s nižšími daňami ako je Írsko (12,5 % v roku 2022) majú vysoké príjmy vzhľadom na svoju nízku sadzbu dane. Zatiaľ čo iné krajiny, ako napríklad Nemecko (29,9 % v roku 2022), majú nízke príjmy v pomere k HDP.

1.6 Presun ziskov ako hlavné daňové riziko spôsobené nadnárodnými spoločnosťami

V tejto časti budú predstavené hlavné stratégie používané digitálnymi nadnárodnými spoločnosťami na obchádzanie daňovej povinnosti. Podľa Francois a Vicarda (2023) nadnárodné spoločnosti využívajú tri hlavné stratégie na zníženie svojich celkových daňových povinností: manipulácia s transferovými cenami pri predaji, presun dlhu a umiestnenie nehmotného majetku v daňových rajoch. Tieto stratégie využívajú spoločnosti na presun príjmov z dcérskych spoločností, ktoré sa nachádzajú v krajinách s vysokým zdanením do krajín s nízkym zdanením. Presun ziskov nadnárodných spoločností je významným problémom pre efektívnosť a spravodlivosť daňového systému, ako aj pre stratu

daňových príjmov. V posledných rokoch krajiny samostatne a v spolupráci s inštitúciami predstavili rôzne iniciatívy na zabránenie presunu ziskov. Jedným z hlavných projektov, ktorý podporuje veľkú časť reforiem je projekt OECD Base Erosion and Profit Shifting (BEPS).

Na obrázku 2 môžeme vidieť výrazný rozdiel medzi miestom, kde sa nachádzajú používatelia Facebooku a miestom účtovania príjmov. Veľké digitálne platformy sa napríklad zapájajú do online interakcie s používateľmi v celej Európe, pričom takmer všetky svoje príjmy účtujú v členských štátoch EÚ s nízkymi daňami. Zároveň sme obrázkom 2 potvrdili tvrdenie, že dochádza k presunu ziskov.



Obrázok 2 Príjmy Facebooku v porovnaní s počtom používateľov Facebooku v roku 2020

Zdroj: vlastné spracovanie podľa <https://www.statista.com/statistics/917701/facebook-uk-revenue/>, <https://www.rte.ie/news/business/2021/1130/1263961-facebook-ireland-results/>, <https://www.northdata.com/Facebook+Germany+GmbH,+Hamburg/HRB+111963>

Poznámka: príjmy boli prepočítané kurzom USD 1 = 0,81407 EUR z 31. decembra 2020

1.6.1 Transferové oceňovanie








Výber daní z príjmov právnických osôb čelí určitým problémom v dôsledku rastúceho významu a dominancie nadnárodných spoločností. V poslednom období totiž nadnárodné spoločnosti ťažia z tejto situácie a vďaka svojim inovatívnym obchodným modelom a mnohým prístupom a plánom sa dokážu vyhnúť zdaneniu alebo ho znížiť. Základnou stratégiou je presúvať zisky zo štátov s vysokými daňami do štátov s nízkymi daňami, čím sa znižuje ich celkové daňové zaťaženie.

Európska komisia (2023) uviedla, že „**transferové oceňovanie** sa vzťahuje na podmienky týkajúce sa transakcií v rámci nadnárodných spoločností. Týka sa cien účtovaných medzi pridruženými podnikmi so sídlom v rôznych krajinách za ich vnútropodnikové transakcie, t. j. prevod tovaru a služieb. Keďže ceny stanovujú nezávislé

pridružené podniky v rámci nadnárodnej spoločnosti, môže sa stať, že ceny neodrážajú nezávislú trhovú cenu. To je hlavnou starosťou daňových orgánov, ktoré sa obávajú, že nadnárodné subjekty môžu stanoviť transferové ceny pri cezhraničných transakciách s cieľom znížiť zdaniteľné zisky v ich jurisdikcii. To viedlo k nárastu regulácií a presadzovania transferového oceňovania, čím sa transferové oceňovanie stalo hlavným problémom dodržiavania daňových predpisov.“

Wier a Zucman (2022) v dokumente „*Global profit shifting, 1975-2019*“ odhadujú, že v roku 2019 boli do daňových rajov celosvetovo presunutú zisky vo výške 907 miliárd eur, čo predstavuje 37 % globálnych ziskov nadnárodných spoločností. V roku 2015 to bolo 577 miliárd eur. Autori ďalej uviedli, že tieto presuny znížili príjmy z dane o viac ako 187 miliárd eur, čo predstavuje 10 % celosvetových príjmov z dane. Ako príklad si môžeme vziať spoločnosť Google, ktorá v roku 2017 vykázala príjmy vo výške 21,5 miliárd eur na Bermudách, kde je nulová sadzba dane z príjmov právnických osôb.¹

Daňové rajy, ktoré priťahujú najviac zahraničných ziskov

			Efektívna sadzba dane z presunutých ziskov
Luxembursko		60,3 mld.	4%
Írsko		121,3 mld.	6%
Holandsko		101,8 mld.	6%
Portoriko		29,8 mld.	2%
Kajmanské o.		71,4 mld.	0%
Bahamy		19,5 mld.	0%
Bermudy		54,7 mld.	0%

Graf 7 Daňové rajy, ktoré priťahujú najviac zahraničných ziskov

Zdroj: vlastné spracovanie podľa <https://missingprofits.world>

Poznámka: príjmy boli prepočítané kurzom USD 1 = 0,93657 EUR z 31. decembra 2022

¹ Prepočet všetkých ziskov kurzom USD 1 = 0,93657 EUR z 31.12.2022

2 Ciele práce

Hlavným cieľom diplomovej práce je prostredníctvom vedeckých metód overiť vplyv vybraných faktorov na zdaňovanie digitálnej ekonomiky v Európskej únii. Zhodnotiť faktory ovplyvňujúce daňové zaťaženie subjektov podnikajúcich v online prostredí a priniesť praktické odporúčania pre tvorcov legislatívy na Slovensku, prípadne v iných krajinách EÚ.

Na dosiahnutie hlavného cieľa diplomovej práce, boli stanovené ďalšie čiastkové ciele, ktoré nám dopomohli k jeho naplneniu:

- Teoreticky vymedziť základné definície digitálnej ekonomiky a určiť jej charakteristické znaky
- Analyzovať kľúčové rozdiely medzi tradičným a digitálnym podnikom a preskúmať ich rozdiely v kontexte ich zdaňovania
- Bližšie špecifikovať nové obchodné modely a zistiť podstatné skutočnosti o najmodernejších taktikách a prístupoch spoločností, ktoré ich využívajú, a analyzovať ich daňové dôsledky
- Hlbšie analyzovať komplikovanosť zdaňovania digitálnych podnikov a preskúmať praktické prekážky s cieľom navrhnúť riešenia týchto problémov
- Prakticky analyzovať a porovnať medzinárodné iniciatívy zamerané na zdaňovanie digitálnej ekonomiky a posúdiť vplyv ich implementácie v krajinách EÚ
- Preskúmať a porovnať prístupy, ktoré rôzne krajiny prijali pri zavádzaní daní z digitálnych služieb
- Poskytnúť komplexný prehľad nariadení a predpisov týkajúcich sa zdaňovania digitálnych spoločností zapracovaných do slovenskej legislatívy, ktoré ovplyvňujú daňové zaťaženie a prakticky znázorniť ich dôsledky
- Navrhnuť jednoduchý model prerozdelenia a zdanenia príjmov digitálnych spoločností, ktorý by zabezpečil spravodlivosť a efektívnosť daňového systému
- Navrhovaný model aplikovať na vybranú digitálnu spoločnosť a vyčísliť daňovú povinnosť splatnú v Slovenskej republike

- Formulovať odporúčania, výhody a nevýhody na základe nami zistenými výsledkami z predchádzajúcich analýz

Dôkladné spracovanie každého čiastkového cieľa predstavovalo pevný základ, ktorý nám umožnil a bol nápomocný k dosiahnutiu hlavného stanoveného cieľa. Spolu s hlavným a čiastkovými cieľmi je diplomová práca podporená radom jasne definovaných hypotéz:

- Krajiny EÚ s priaznivejšími daňovými predpismi priťahujú väčší počet nadnárodných digitálnych spoločností
- Navrhovaný model prerozdelenia a zdanenia príjmov digitálnych spoločností môže v prípade úspešnej implementácie prispieť k zvýšeniu daňových príjmov Slovenskej republiky
- Nedávne legislatívne zmeny v EÚ týkajúce sa zdaňovania digitálnych spoločností si vyžiadali úpravu legislatívy v Slovenskej republike

3 Metodika práce a metódy skúmania

Pri spracovaní diplomovej práce boli metódy, ktoré sme využívali pri písaní práce, determinované cieľmi práce. Pri vypracovaní sme používali štandardné vedecké výskumné techniky vrátane analýzy, komparácie, syntézy, indukcie, dedukcie, testovanie hypotéz a matematicko-štatistické techniky. So zámerom vytvorenia kvalitného teoretického rámca a docielenia stanovených cieľov bolo potrebné dôkladné preštudovanie relevantnej domácej a zahraničnej odbornej literatúry, ktoré boli zamerané na problematiku zdaňovania digitálnej ekonomiky. Hlavným zdrojom dát boli z väčšej časti internetové zdroje, pretože pre prácu bolo kriticky dôležité aby údaje s ktorými pracujeme, boli čo najaktuálnejšie. Odborná literatúra bola následne zhromaždená a roztriedená pomocou vedeckej metódy selekcie, na základe čoho sme dokázali sformulovať osnovu práce.

Syntéza bola v diplomovej práci jedným z kľúčových metodologických prístupov použitým na prepojenie rôznych zdrojov informácií a formulovanie zmysluplných a relevantných záverov. Pomocou syntézy sme dokázali identifikovať kľúčové myšlienky diplomovej práce a stanoviť tak parciálne ciele práce. Následne sa syntéza využila spolu s komparáciou, čo umožnilo vyvodiť spoločné a rozdielne črty pri porovnávaní medzinárodných iniciatív a prístupov jednotlivých krajín v oblasti zdaňovania digitálnej ekonomiky. V neposlednom rade bola syntéza nápomocná pri spracovaní modelu prerozdelenia a zdanenia digitálnych spoločností, ktorý sa opieral o poznatky získane z prehľadu literatúry.

Ďalším z hlavných metodologických prístupov použitých v práci bola analýza. Pomocou analýzy sme podrobne roztriedili a preskúmali obrovské množstvo údajov a informácií. Predovšetkým sme analyzovali smernice OECD a EÚ, zákon o dani z príjmov, zákon o medzinárodnej pomoci a spolupráci pri správe daní, zmluvy o zamedzení dvojitého zdanenia a ďalšie relevantné zdroje, z ktorých sme vyčlenili hlavné a podstatné body, relevantné pre dosiahnutie nami stanovených cieľov.

V praktickej časti práce sme využili metódu komparácie, kde sme porovnávali rôzne možnosti adresovanie problému zdaňovania digitálnej ekonomiky, konkrétne sme porovnávali daň z digitálnych služieb a Pilier 1 smernice BEPS. Táto metóda bola taktiež využitá pri porovnaní dvoch scenárov nami navrhnutým modelom, pri čom spolu

s komparáciou sme v tejto časti využili matematické metódy pri výpočtoch zdaniteľného príjmu skúmaných spoločností a pri určení ich daňovej povinnosti na Slovensku.

V práci sme taktiež využili testovanie hypotéz, kde sme overovali pravdivosť hypotéz na základe výsledkov záverečnej práce. Na základe výsledkov, ktoré sme v práci získali, sme v závere dokázali pomocou indukcie stanoviť z týchto výsledkov výhody a nevýhody zdaňovania digitálnej ekonomiky. Pomocou vedeckej metódy dedukcie sme pri návrhu modelu vychádzali zo zaužívaných pravidiel a poznatkov z literatúry, aby model dodržiaval teoretické princípy a zároveň bol použiteľný v reálnom svete. Taktiež sme pomocou dedukciu v závere dokázali navrhnúť konkrétne odporúčania súvisiace s výsledkami záverečnej práce. Tieto metódy boli použité v celom rozsahu záverečnej práce.

4 Medzinárodné iniciatívy týkajúce sa problematiky zdaňovania digitálnej ekonomiky

4.1 The Base Erosion and Profit Shifting (BEPS) Project

BEPS (Base erosion and profit shifting) sa v súčasnom globalizovanom svete stal rozsiahlym problémom pre vlády krajín a medzinárodné organizácie. V súčasnosti globálny daňový systém nedokáže spravodlivo zdaniť digitálne nadnárodné spoločnosti, pretože sa môžu jednoducho vyhnúť plateniu daní. Predstavme si situáciu, kde sa nadnárodné spoločnosti vyhýbajú plateniu daní tým, že svoje zisky premiestňujú cez rôzne medzery v zákone do krajín s nižším zdanením, a preto mnohé vnútroštátne a medzinárodné inštitúcie prijali opatrenia v reakcii na daňový problém spôsobený digitalizáciou hospodárstva. Inštitúcie ako OECD, EÚ a vlády krajín na celom svete sa snažia nájsť riešenie tohto problému. OECD (2023) uviedlo, že nekalé praktiky spoločností stoja krajiny ročne 93 až 224 miliárd eur² v rámci ušlých daňových príjmov, čo by predstavovalo približne 4 až 10 % celosvetových príjmov z dane z príjmov právnických osôb, a preto je potrebné aby na riešení problému spolupracovali všetky zúčastnené subjekty.

OECD (2023) ďalej uviedlo, že hlavným problémom a predmetom diskusie je otázka, či sú daňové pravidlá, ktoré boli vytvorené pre ekonomiku založenú na tradičných obchodných modeloch, stále postačujúce v súčasnej globalizovanej ekonomike. Základne zložky medzinárodného daňového systému, ktoré rozhodovali o tom, kde sa dane platiť budú a aké percento príjmov sa bude zdaňovať, fungovali správne a plnili svoj cieľ, čím chránili daňové príjmy krajín. V súčasnosti, kde sú obchodné modely častokrát postavené na nehmotných aktívach a skutočnosť, že spoločnosť môže pôsobiť v každej krajine bez toho, aby tam mala stálu prevádzkareň a podliehala daňovej povinnosti, je pre daňový systém problém.

4.1.1 BEPS 1.0. – Prvá fáza projektu OECD/G20 BEPS

EY (2021) zhrnuli, že The Base Erosion and Profit Shifting Project bol zavedený ako prvý krok v rámci iniciatívy OECD zameranej na riešenie problémov spojených so zdaňovaním digitálnych podnikov. Táto iniciatíva sa zameriava predovšetkým na

² Prepočet kurzom USD 1 = 0,93384 EUR z 01.01.2023

obmedzenie daňového plánovania s cieľom obmedziť alebo dokonca odstrániť daňové taktiky používané nadnárodnými spoločnosťami na zníženie základu dane jednej jurisdikcie v prospech inej. Projekt BEPS predložený v roku 2013 sa zaoberal 15 opatreniami, z ktorých každé sa zaoberá konkrétnym problémom súčasného medzinárodného zdaňovania s cieľom harmonizácii medzinárodných daňových pravidiel, boja proti daňovým únikom a riešenia daňových problémov, ktoré nastali v dôsledku digitalizácie ekonomiky. V roku 2015 OECD zverejnila finálny balík opatrení. Obsahoval minimálne požiadavky na členov, ako aj dodatočné opatrenia, kvôli ktorým krajiny zúčastnené na BEPS museli vykonať značné úpravy svojich daňových systémov.

Tabuľka 3 Prehľad akčných bodov projektu BEPS

Akčný bod BEPS	Rozsah opatrenia
Opatrenie 1: Daňové výzvy digitálneho hospodárstva	Určiť kľúčové výzvy, ktoré digitálna ekonomika predstavuje pre uplatňovanie súčasných medzinárodných daňových predpisov a vypracovať ich riešenia.
Opatrenie 2: Hybridné nesúladné opatrenia	Vytvoriť vzorové zmluvné ustanovenia a návrhy pre vnútroštátne právne predpisy na boj proti účinkom hybridných nástrojov a subjektov.
Opatrenie 3: Pravidlá pre kontrolované zahraničné spoločnosti (CFC)	Vytvoriť návrhy na vytvorenie predpisov pre kontrolované zahraničné spoločnosti (CFC)..
Opatrenie 4: Odpočty úrokov a iné finančné opatrenia	Vytvoriť návrhy na vytvorenie predpisov, ktoré zahŕňajú úrokové výdavky s cieľom zastaviť BEPS.
Opatrenie 5: Škodlivé daňové praktiky	Zmeniť súčasné právne predpisy o nekalých daňových praktikách. Medzi priority patrí zvýšenie transparentnosti.
Opatrenie 6: Predchádzanie zneužívaniu zmlúv	Vytvoriť zmluvné ustanovenia a návrhy pre vnútroštátne predpisy, aby sa zabránilo neoprávnenému poskytovaniu výhod zo zmlúv.
Opatrenie 7: Umelé vyhýbanie sa štatútu stálej prevádzkarne	Vypracovať zmeny definície stálej prevádzkarne.
Opatrenie 8 - 10: Zosúladenie výsledkov transferového oceňovania s tvorbou hodnoty	Vypracovanie pravidiel pre transakcie týkajúce sa nehmotného majetku, kapitálu a iných vysoko rizikových transakcií.
Opatrenie 11: Meranie a monitorovanie BEPS	Vytvoriť návrhy na meranie rozsahu a ekonomického vplyvu BEPS a zabezpečiť dostupnosť nástrojov na sledovanie a hodnotenie výsledkov opatrení zameraných na BEPS.
Opatrenie 12: Zverejňovanie agresívneho daňového plánovania	Predložiť návrhy na vytvorenie povinnosti zverejňovať informácie v prípade agresívnych daňových transakcií.
Opatrenie 13: Transferové oceňovanie	Vytvoriť prepisy o transferovom oceňovaní.

Opatrenie 14: <i>Mechanizmy na riešenie sporov</i>	Vypracovať riešenie na odstránenie problémov, ktoré bránia krajinám riešiť spory súvisiace so zmluvami.
Opatrenie 15: <i>Vypracovanie multilaterálneho nástroja</i>	Analyzovať daňové a medzinárodné právne záležitosti súvisiace s vytvorením MLI, aby mohli vlády zaviesť do praxe opatrenia súvisiace s BEPS a prehodnotiť bilaterálne daňové dohody.

Zdroj: vlastné spracovanie podľa <https://www.wolterskluwer.com/en-au/expert-insights/status-of-oecd-two-pillar-solution-2023-q1>

V tabuľke 3 sme predstavili prehľad 15 opatrení pod projektom BEPS, ktoré sme stručne predstavili. V prvom opatrení s názvom „daňové výzvy digitálneho hospodárstva“ je plná pozornosť venovaná zdaňovaniu digitálnej ekonomiky. Toto opatrenie poukazuje na to, ako globalizácia hospodárstva zvýšila zraniteľnosť medzinárodného daňového systému, nakoľko sa potreba fyzickej prítomnosti spoločnosti znížila a zároveň sú spoločnosti čo raz viac závislé od nehmotného majetku. Ďalšie opatrenia, ktoré sú relevantné pre zdaňovanie digitálnych spoločností s ohľadom na priame zdaňovanie sú Opatrenie 3, Opatrenie 5, Opatrenie 6, Opatrenie 7 a Opatrenie 8 – 10.

4.1.2 BEPS 2.0. – Dvojpilierové riešenie

Členovia inkluzívneho rámca OECD navrhli v roku 2019 celosvetové riešenie, ktoré je založené na dvojpilierovej stratégii: *Pilier 1* a *Pilier 2*. V októbri 2021 sa 136 krajín a jurisdikcií pripojilo k tomuto riešenie, ktorým sa ustanovil nový rámec pre medzinárodne zdaňovanie. Prvý z nich je založený na novom nexuse a pravidlách o spravodlivejšom prerozdeľovaní zisku medzi krajinami, najmä v prípade veľkých nadnárodných podnikov, ktoré profitujú z globalizácie. Druhý sa zameriava na globálnu minimálnu sadzbu dane z príjmov právnických osôb vo výške 15 % s cieľom obmedziť nadmernú daňovú konkurenciu.

Were, Greenbank a Urwin (2021) uviedli, že cieľom *Piliera 1* je upraviť globálny rámec pre zákony o nexuse a rozdelení ziskov z podnikania tak, aby riešil daňové problémy vzniknuté globalizáciou. Prvý pilier rozširuje práva jurisdikcií, v ktorých zahraničná spoločnosť aktívne a trvalo pôsobí v ekonomike, na zdanenie takejto spoločnosti. Na dosiahnutie tohto cieľa budú zavedené tri nové mechanizmy: a) nový súbor pravidiel nexus (Amount A), b) pevný výnos za určité základné marketingové a distribučné činnosti, ktoré

sa fyzicky vykonávajú v trhovej jurisdikcii (Amount B), c) postupy na zlepšenie daňovej istoty prostredníctvom účinných mechanizmov na predchádzanie a riešenie sporov.

Amount A načrtáva metódu zdaňovania nadnárodných spoločností, ktoré podnikajú v krajine s minimálnou fyzickou prítomnosťou. Ukladá korporátnu daň nadnárodným spoločnostiam, ktorých tržby podľa finančných výkazov presahujú 20 miliárd EUR a zisková marža je vyššia ako 10 %. Jurisdikcie, ktorých príjmy dosiahnuté na ich trhu predstavujú aspoň 1 milión eur, pre menšie jurisdikcie je hodnota stanovená na 250 tisíc eur. Následne nadnárodná spoločnosť, ktoré sú v rámci rozsahu Amount A, zaplatí daň z 25 % svojich ziskov, ktoré prekročia 10 % stanovený limit. Výsledná daň sa rozdelí medzi jurisdikcie, ktoré spĺňajú podmienku príjmov 1 milión eur, v pomere k ich príslušným príjmom. (International Lawyers Project, 2022)

Amount B je zameraný na riešenie otázky transferového oceňovania, ktorá vzniká, keď nadnárodné spoločnosti účtujú svojim medzinárodným dcérskym spoločnostiam a pobočkám poplatky za marketingové a distribučné operácie. Na stanovenie týchto poplatkov sa bude používať vopred stanovený vzorec, čím sa odstráni potreba, aby sa štáty nedohodli na primeranej výške poplatkov za tieto služby. (International Lawyers Project, 2022)

V súčasnosti bola implementácia Piliera 1 posunutá na rok 2025 skupinou OECD. Pôvodne bolo jeho zavedenie naplánované na rok 2023, ale na základe nadnárodných spoločností bolo už raz odložené a v júli 2023 opäť o jeden rok.

Cieľom *Piliera 2* je pomocou viacerých postupov zaručiť, aby sa príjmy zdaňovali spravodlivou sadzbou. Modelové globálne pravidlá proti erózii základu dane (GloBE) v rámci druhého piliera boli zverejnené v decembri 2021 v rámci inkluzívneho rámca OECD/G20. V druhom pilieri by sa zaviedla globálna minimálna sadzba dane z príjmov právnických osôb vo výške 15 %, ktorá by sa uplatňovala na nadnárodné spoločnosti s príjmami vyššími ako 750 miliónov eur. Zároveň by zahŕňala pravidlo o zahrnutí príjmov (IIR), ktoré ukladá materskému subjektu dodatočnú daň v súvislosti s nízko zdaneným príjmom zakladajúceho subjektu a je zároveň prvým a najdôležitejším prvkom Piliera 2. Krajiny môžu uplatňovať IIR aj na spoločnosti akejkoľvek veľkosti. (OECD, 2021)

4.2 Daň z digitálnych služieb (DST)

V súvislosti s rastúcou neistotou týkajúcou sa úspechu Piliera 1 by dane z digitálnych služieb boli jedným z reálnych a vhodných riešení na zvládnutie problémov, ktoré prináša digitalizácia hospodárstva na európskej úrovni. V tejto kapitole stručne zhrnieme problematiku DST v EÚ a porovnáme ju s Pilierom 1.

Vázquez (2023) zhrnul, že daň z digitálnych služieb je v zásade daň z hrubého príjmu získaného z rôznych digitálnych služieb. Sú kombináciou daní z hrubých príjmov a daní z transakcií, ktoré sa ukladajú na príjmy z takých činností, ako je predaj reklamného priestoru, poskytovanie digitálnych sprostredkovateľských služieb a predaj údajov používateľov. Na základe tohto môžeme povedať, že dane z digitálnych služieb nepatria medzi DPH (dane z pridanej hodnoty), a sú oddelené od daní z príjmu. OECD v súčasnosti charakterizuje daň z digitálnych služieb na základe troch kritérií: (01) zdaňujú sa na základe trhových kritérií; (02) sú vyčlenené pre zahraničné podniky a podniky v zahraničnom vlastníctve; (03) sú postavené mimo systému dane z príjmov (mimo rozsahu zmluvných štátov). Zároveň treba podotknúť, že definícia tejto dane nie je konečná a môže byť v budúcnosti pozmenená.

Daň z digitálnych služieb bola implementovaná vo viacerých krajinách EÚ, no v súčasnosti všetky krajiny túto daň pozastavili. Budúcnosť dane z digitálnych služieb je úzko spojená s budúcnosťou Piliera 1 projektu OECD, kde súčasťou Piliera 1 je, že všetky členovia majú zrušiť DST s jeho zavedením. V júli 2023 sa všetky krajiny okrem Kanady dohodli, že odložia uplatňovanie tejto dane. Kanada plánuje zaviesť daň z digitálnych služieb od roku 2024. (Reuters, 2023) Je dôležité povedať, že neistota okolo Piliera 1, bude viesť čoraz viac krajín k tomu, aby prehodnotili zavedenie tejto dane. Ako už bolo spomenuté, budúcnosť DST priamo súvisí s budúcnosťou Piliera 1 a tak môžeme zobrať do úvahy dva scenáre, ku ktorým by mohlo v budúcnosti dôjsť. Podľa Vázquez (2023) prvým, aj keď menej pravdepodobným scenárom je, že dôjde k implementácii Piliera 1 v roku 2024. V takomto prípade by naďalej pokračovali diskusie v rámci dvoj pilierového plánu v celosvetovom meradle s cieľom vyriešiť obavy krajín, ktoré vyjadrili nespokojnosť s výsledkami prvého piliera. Na základe tohto môžeme povedať, že v prípade prvého scenára by počet implementovaných DST poklesol. Druhou a pravdepodobnejšou možnosťou je, že implementácia Piliera 1 bude naďalej meškať. Mnohé krajiny by v tomto prípade mohli

zaviesť opatrenia na ochranu svojich daňových príjmov, kde by patrili aj dane z digitálnych služieb.

4.2.1 Porovnanie dane z digitálnych služieb s Pilierom 1

V tabuľke 4 môžeme vidieť porovnanie základných charakteristík týchto dvoch plánov. Pilier 1 je multilaterálny prístup, ktorý sa vzťahuje na všetky sektory s výnimkou ťažobného priemyslu a regulovaných finančných služieb, zatiaľ čo DST sú jednostranné a vzťahujú sa len na niektoré digitálne služby. Najvyššia určená hranica celosvetového príjmu pre DST je 750 miliónov eur a zároveň maximálna úroveň vnútroštátnych príjmov je 30 miliónov eur. Čo sa týka Piliera 1 ten sa vzťahuje na zostatkové zisky nadnárodných spoločností s celosvetovými príjmami nad 20 miliárd eur a zároveň existuje kritérium ziskovosti nad 10 %. Na rozdiel od DST poskytuje Pilier 1 aj metódu na odstránenie dvojitého zdanenia. Pilier 1 má celosvetový dosah, no zahŕňa len mimoriadne veľké organizácie, DST má menší rozsah, no zahŕňa podniky všetkých veľkostí.

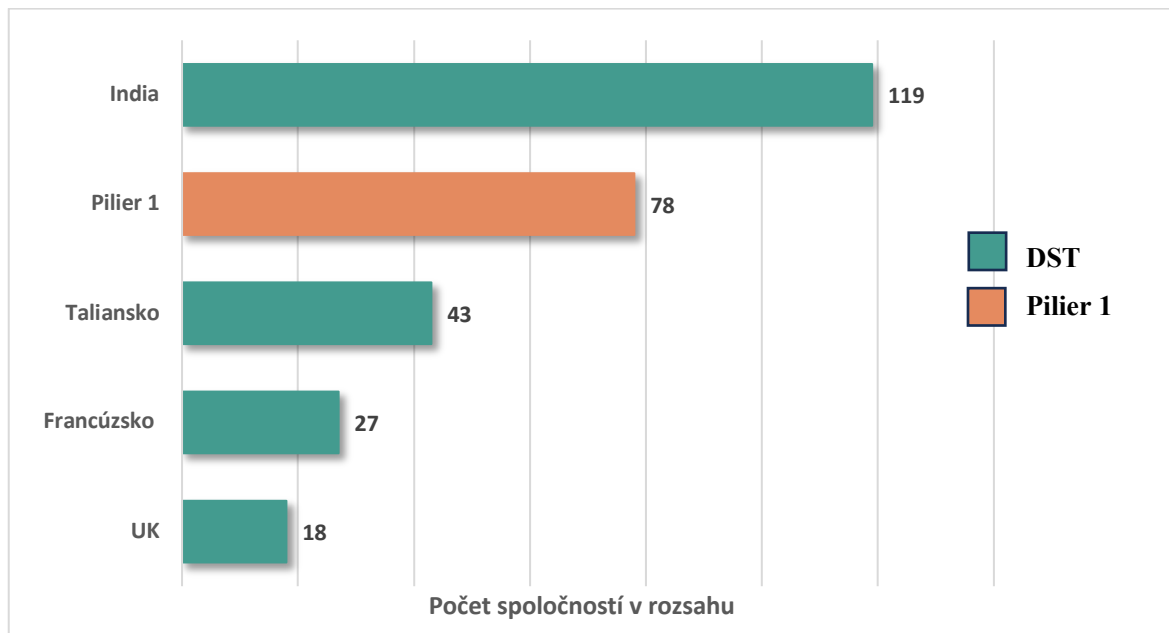
Tabuľka 4 Porovnanie hlavných znakov dane z digitálnych služieb a Piliera 1

Hlavné znaky	Daň z digitálnych služieb	Pilier 1
Implementácia	Jednostranná	Multilaterálna
Rozsah	Špecifické digitálne služby	Väčšina sektorov
Základ dane	Celosvetové príjmy	Celosvetové zostatkové zisky
Globálny limit príjmov	0 – 750 mil. eur	20 miliárd eur
Národný limit príjmov	0 – 30 mil. eur	250 tis. eur alebo 1 mil. eur
Hranica ziskovosti	Žiadna	10 %
Zamedzenie dvojitého zdanenia	Nie	Áno

Zdroj: vlastné spracovanie podľa https://shs.hal.science/halshs-04174657/file/EUTO_Digital-Service-Taxes_June2023.pdf

Na grafe 8 je zobrazený počet spoločností, ktoré spadali pod rozsah dane z digitálnych služieb podľa pravidiel jednotlivých krajín, ktoré mali túto daň zavedenú. Na grafe ešte môžeme vidieť odhadovaný počet spoločností na ktoré by sa vzťahovali pravidlá Piliera 1. Ako môžeme vidieť, v Indii odhadom až 119 spoločností v roku 2021 zaplatilo DST, v Taliansku v roku 2021 to bolo 43 spoločností, vo Francúzsku v roku 2021 to bolo 27 spoločností a v UK v roku 2021 to bolo 18 spoločností.

Čo sa týka Piliera 1, ten by sa podľa tlačovej správy z 2021 týkal 78 spoločností z 500 najväčších na svete. Daň sa momentálne vzťahuje len na podniky s ročnými príjmami nad 20 miliárd eur a ziskovosťou 10 %, čo je jedným z hlavných dôvodov, prečo je týchto podnikov tak málo. (EconPol, 2021) Podľa OECD (2022) by sa však po 7 rokoch od nadobudnutia účinnosti Amount A mala hraničná hodnota príjmov znížiť z 20 miliárd eur na 10 miliárd eur, čo by znamenalo viac krajín v rozsahu Piliera 1 a viac daňových príjmov.



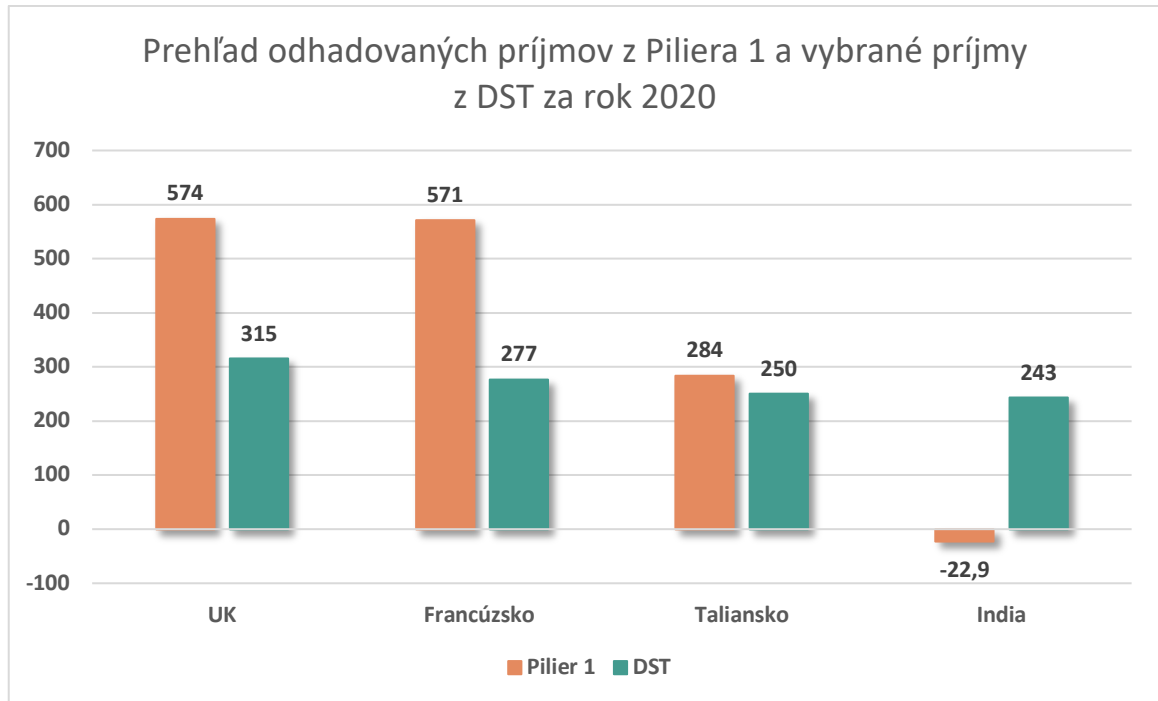
Graf 8 Počet spoločností v rozsahu DST a Pilier 1

Zdroj: vlastné spracovanie

Poznámka: údaje pri DST boli získané z oficiálnych zdrojov štátov, údaje pri Pilier 1 boli získane z https://www.econpol.eu/press_releases/2021-07-05

Na grafe 9 môžeme vidieť porovnané odhadované príjmy z Piliera 1 na rok 2020 a príjmy z DST vybraných štátov, ktoré boli vybrané v období medzi rokmi 2019 až 2020. Podľa štúdie Barake a Pouhaer (2023) si väčší rozdiel môžeme všimnúť pri Indii, kde vybrali 235 miliónov eur a v prípade odhadovaných príjmov z Piliera 1 by boli dokonca v mínuse. V prípade ostatných krajín by za rok 2020 bol výhodnejší Pilier 1, no celkovo sú veľkosti príjmov nie až tak výrazne odlišné, čo je vzhľadom na to, že DST sa uplatňuje na užšiu skupiny spoločností (iba digitálne spoločnosti) prekvapivé. Nie až tak markantný rozdiel môžeme vysvetliť aj prísnejším zameraním Piliera 1, ktorý sa vzťahuje len na spoločnosti, ktoré majú celosvetové príjmy nad 20 miliárd eur a ziskovosť vyššiu ako 10 %. Tento nie príliš veľký rozdiel potvrdzujú aj nové predpovede z Francúzska, kde by podľa francúzskej

vlády dokázali pomocou DST vybrať až 670 miliónov eur. (Politico, 2023) V prípade UK by to predstavovalo 526 miliónov eur. (GOV.UK) A v prípade Indie 458 miliónov eur. (FINSHOTS, 2022)



Graf 9 Prehľad odhadovaných príjmov z Piliera 1 a vybrané príjmy z DST za rok 2020

Zdroj: vlastné spracovanie podľa údajov z https://www.taxobservatory.eu/wp-content/uploads/2023/03/wp_202312_.pdf

Daň z digitálnych služieb je úplne nový daňový nástroj využívaný pre boj proti digitálnym spoločnostiam, ktoré doteraz platili len minimálnu daň z právnických osôb. Oproti Pilieru 1, ktorého budúcnosť je stále neistá, sa pomocou tejto dane dosiahli dobré výsledky a reálne vyzbierané čiastky v krajinách kde bola táto daň zavedená sa približujú k odhadom príjmov pre Pilier. Na záver môžeme povedať, že pomocou dane z digitálnych služieb vedeli krajiny úspešne zdaňovať digitálne spoločnosti a zabezpečiť si tým chýbajúce daňové príjmy.

4.3 Prístupy jednotlivých krajín k zdaňovaniu digitálnych spoločností pomocou dane z digitálnych služieb

S pokračujúcim rozmachom digitálnej ekonomiky sa členské štáty Európskej únie pustili do reorganizácie svojich daňových politík a snažia sa podchytiť podstatu tejto digitálnej revolúcie a zároveň zabezpečiť spravodlivosť, rovnosť a dlhodobu udržateľné daňové príjmy. Táto kapitola ponúka pohľad na významných členov EÚ a ich snahu a spoločné úsilie zamerané na vytvorenie harmonizovaného prístupu k zdaňovaniu nadnárodných gigantov pôsobiacich bez tradičnej fyzickej prítomnosti.

4.3.1 Francúzsko


Francúzsko je nepochybne významným príkladom členského štátu EÚ, ktorý má problémy s digitálnym zdaňovaním a stojí na čele úsilia o zdanenie digitálnych služieb a zabezpečenia toho, aby internetový giganti odvádzali svoj spravodlivý podiel. Daň z digitálnych služieb bola pomenovaná ako GAFA daň, čo je skratka pre Google, Apple, Facebook a Amazon.

EY (2020) uviedlo, že daň z digitálnych služieb bola vo Francúzsku zavedená v júli 2019 vo výške 3 % z hrubého príjmu z konkrétnych digitálnych služieb (ďalej len „zdaniteľné služby“), ktoré sú podľa francúzskej vlády nevyhnutné na vytváranie hodnôt a pri ktorých sa účasť používateľov považuje za kľúčovú. Medzi zdaniteľné služby patrí **cielená online reklama**, vrátane predaja údajov používateľov a **online digitálne služby** (platformy a trhoviská). Každá z týchto dvoch kategórií má podkategórie, ktoré majú vlastné pravidlá výpočtu podielu francúzskej prítomnosti. Podiel francúzskej prítomnosti môžeme v skratke vysvetliť ako podiel francúzskych používateľov pre každú podkategóriu služieb. Cieľom francúzskej digitálnej dane je riešiť problémy, ktorý predstavujú nadnárodné spoločnosti, ktoré môžu v krajine vytvárať značné zisky bez toho, aby v nej boli fyzicky prítomné. Tejto dani podliehajú len spoločnosti s celosvetovými príjmami zo zdaniteľných služieb vo výške 750 miliónov eur ročne a s celkovými zdaniteľnými príjmami zo zdaniteľných služieb získaných vo Francúzsku presahujúcimi 25 miliónov eur ročne.

V publikácii od Bird & Bird (2021) uviedli autori, že od roku 2019, kedy vstúpila daň do platnosti, priniesla do štátnej pokladnice v roku 2020 až 375 miliónov eur. V roku 2022 to bolo viac ako 450 miliónov eur.

Momentálne je daň z digitálnych služieb vo Francúzsku pozastavená po vzájomnej dohode s USA. Francúzsko sa avšak stále aktívne zapája do medzinárodných diskusií prostredníctvom organizácií ako OECD s cieľom dosiahnuť konsenzus o reforme digitálneho zdaňovania a v rámci Európskej únie sa usiluje o podporu jednotných opatrení. Francúzsko sa taktiež zapája do dialógov s nadnárodnými spoločnosťami s cieľom motivovať ich k väčšej transparentnosti.

Prehľad francúzskej dane z digitálnych služieb

	Predmet dane	Subjekt dane	Francúzska prítomnosť	Hraničné hodnoty	Uplatniť daň
	i. online reklama ii. predaj údajov iii. digitálne platformy	PO →	% francúzskych používateľov →	Celosvetové: 750 mil. eur Francúzsko: 25 mil. eur	3 %

Graf 10 Prehľad francúzskej dane z digitálnych služieb

Zdroj: vlastné spracovanie podľa https://www.ey.com/en_gl/tax-alerts/france-issues-comprehensive-draft-guidance-on-digital-services-tax

4.3.2 Spojené kráľovstvo (UK)


Podobne ako mnohé iné krajiny musí aj Spojené kráľovstvo riešiť problém digitálnych spoločností, ktoré využívajú daňové medzery na presun peňazí do krajín s nízkymi daňovými sadzbami. Stratégia Spojeného kráľovstva kombinuje medzinárodnú spoluprácu s OECD a Európskou úniou s priamym zdaňovaním digitálnych služieb prostredníctvom dane z digitálnych služieb. Vo všeobecnosti sa usilujú zmeniť daňový systém tak, aby odrážal meniace sa ekonomické prostredie.

Pinsent Masons (2021) uviedli, že daň z digitálnych služieb bola v Spojenom kráľovstve predstavená v júli 2021 a uplatňuje sa na príjmy dosiahnuté od 1. apríla 2020. Daň z digitálnych služieb sa uplatňuje vo výške 2 % z hrubého zisku veľkých nadnárodných spoločností prevádzkujúcich vyhľadávače, platformy sociálnych médií a online trhoviská v takej miere, v akej ich zisky súvisia s účasťou používateľov v Spojenom kráľovstve. Táto

daň sa uplatňuje bez ohľadu na sídlo spoločnosti, ktorá takéto príjmy vlastní a bez ohľadu na fyzickú prítomnosť v Spojenom kráľovstve. Tejto dani podliehajú spoločnosti, ktoré sú ziskové a ktoré dosahujú príjmy z digitálnych služieb vo výške najmenej 500 miliónov libier ročne a príjmy z digitálnych služieb v Spojenom kráľovstve vo výške 25 miliónov libier.

Podľa publikácie od Bird & Bird (2023) zavedenie dane prinieslo silný odpor v zahraničí a to hlavne v USA. Podľa USA sú dane na digitálne služby nespravodlivé a zaujaté voči americkým spoločnostiam. Keďže USA pohrozilo odvetnými opatreniami, Spojené kráľovstvo sa odvtedy spolu s viacerými ďalšími krajinami dohodlo s USA na kompromise, ktorý sa bude vzťahovať na prechodné obdobie od januára 2022 do konca decembra 2023 alebo do dátumu zavedenie Pillar I. Dohoda povoľuje zachovanie dane z digitálnych služieb s podmienkou, že by americké firmy podliehajúce tejto dani získali daňové úľavy na úhradu budúcich daňových povinností.

Prehľad britskej dane z digitálnych služieb

	Predmet dane	Subjekt dane	Účasť používateľov	Hraničné hodnoty	Uplatniť daň
	i. vyhľadávače ii. online trhoviská iii. platformy soc. sietí	PO	% UK používateľov	Celosvetové: 500 mil. eur Veľká Británia: 25 mil. eur	2 %

Graf 11 Prehľad britskej dane z digitálnych služieb

Zdroj: vlastné spracovanie podľa <https://www.pinsentmasons.com/out-law/guides/the-uks-digital-services-tax-dst>

4.3.3 Taliansko


Taliansko je ďalším významným predstaviteľom v Európskej únii, ktorý sa už nejaký čas aktívne venuje problematikou digitálneho zdaňovania a snaží sa určiť pravidlá zdaňovania príjmov z online transakcií.

EY (2020) uviedlo, že daň z digitálnych služieb bola v Taliansku zavedená v roku 2021 a to vo výške 3 % na príjmy dosiahnuté z digitálnych služieb za rok 2020. Túto daň sú povinné platiť subjekty vykonávajúce podnikateľskú činnosť, ktoré jednotlivo alebo spoločne v skupine dosiahli celkovú výšku príjmov (bez ohľadu na to, kde vznikli) 750 miliónov eur a zároveň suma príjmov z digitálnych služieb (v Taliansku) presiahli 5,5

milióna eur. Avšak daň sa vzťahuje len na príjmy z poskytovania reklamy na digitálnom rozhraní cielenej na používateľov toho istého rozhrania, poskytovanie digitálneho viacstranného rozhrania zameraného na umožnenie interakcie medzi používateľmi alebo na prenos údajov získaných od používateľov a vytvorený používaním digitálneho rozhrania.

Tak ako ostatné krajiny EÚ, aj Taliansko sa aktívne zúčastňuje na diskusiách a iniciatívach Európskej únie týkajúcich sa digitálneho zdaňovania a usiluje sa o zjednotenie pravidiel.

Prehľad talianskej dane z digitálnych služieb

	Predmet dane	Subjekt dane	Účasť používateľov	Hraničné hodnoty	Uplatniť daň
	i. online reklama ii. online trhová iii. prenos údajov	PO →	príjmy, plynúce z používateľov z Talianska →	Celosvetové: 750 mil. eur Taliansko: 5,5 mil. eur	→ 3 %

Graf 12 Prehľad talianskej dane z digitálnych služieb

Zdroj: vlastné spracovanie podľa <https://www.twobirds.com/en/insights/2019/global/digital-services-tax-in-italy>

4.3.4 Slovensko

Slovensko momentálne stále čaká na to, ako budú prebiehať diskusie o zavedení digitálnej dane na medzinárodnej úrovni, prípadne akým smerom sa vydá EÚ ako celok. Digitálna daň sa u nás spomínala v roku 2018 v „Návrhu zákona o dani z digitálnych služieb“ v ktorom je uvedené, že „cieľom legislatívneho návrhu je zavedenie dane z digitálnych služieb, ktorej budú podliehať výnosy z poskytovania digitálnych služieb, za ktoré sa na účely tohto zákona budú považovať predaj on-line reklamného priestoru, sprostredkovateľské služby (spočívajúce v prepojení podnikateľov so spotrebiteľmi) a predaj dát používateľov, ak tieto služby boli dodané nerezidentom.“

4.4 Anti-Tax Avoidance Directive (ATAD)

Cieľom európskej smernice proti vyhýbaniu sa daňovým povinnostiam (ATAD) je zaviesť v EÚ štandardizovaný a koordinovaný prístup k plneniu niektorých odporúčaní smernice OECD BEPS. Jej primárnym cieľom je poskytnúť minimálny stupeň ochrany trhu EÚ. Rada Európskej únie prijala návrh ATAD I v júli 2016 a smernica je samostatnou a odlišnou iniciatívou od plánov OECD v oblasti BEPS. Je nutné ale podotknúť, že smernica

je navrhnutá tak, aby nadväzovala na návrhy zverejnené v rámci iniciatívy BEPS. V máji 2017 Rada EÚ prijala smernicu ATAD II, ktorou doplnili opatrenia týkajúce sa hybridných nesúladoch. Smernica rozširuje článok 9 o hybridných nesúladoch medzi členskými krajinami EÚ a tretími krajinami. (KPMG, 2022)

ATAD I a II pozostáva z 5 opatrení: **Článok 4:** Pravidlá týkajúce sa obmedzenia daňovej uznateľnosti úrokov; **Článok 5:** Pravidlá zdaňovania pri odchode (Exit Tax); **Článok 6:** Všeobecné pravidlá proti zneužívaniu (GAAR); **Článok 7 a 8:** Pravidlá pre kontrolované zahraničné spoločnosti (CFC); **Článok 9:** Pravidlá proti hybridnému nesúladu

Článok 4: V článku 4 sa upravujú pravidlá týkajúce sa obmedzenia úrokov. Nariadenie obmedzuje výšku úrokov, ktoré možno odpočítať, na 30 % zdaniteľného zisku pred úrokmi, zdanením, odpismi a amortizáciou (EBITDA). Podľa smernice ATAD avšak členské štáty môžu uplatniť nižší percentuálny pomer. 30 % obmedzenie sa vzťahuje na nadmerné úrokové náklady. Zároveň sa uplatňuje maximálny strop na uplatnenie nákladov vo výške 3 miliónov eur, členské štáty si môžu nastaviť strop podľa seba, no maximálne vo výške 3 miliónov eur. (KPMG, 2022)

Článok 5: V článku 5 sa upravuje pravidlo na uvalenie exit dane na prevody aktív zo sídla daňovníka právnickej osoby do jeho stálej prevádzkarne v inom členskom štáte alebo v tretej krajine, ako aj naopak. (KPMG, 2022)

Článok 6: V článku 6 sa členským štátom nariaďuje, aby neprihliadali na žiadne dohody, ktoré boli uzavreté so zámerom získať daňovú výhodu, ktorá je v rozpore s platným daňovým zákonom. (KPMG, 2022)

Článok 7 a 8: Podstatou článku 7 a 8 je zameranie sa na nízko zdanené, nerozdelené príjmy, ktoré boli umelo presunuté s cieľom vyhnúť sa ich zdaneniu. Nariadenia umožňujú členskému štátu rezidentskej materskej spoločnosti možnosť zdaniť časť ziskov, ktoré budú prevedené do štátu s nízkymi alebo žiadnymi daňami. (Deloitte, 2023)

Článok 9: V článku 9 sa upravujú pravidlá pre hybridné nesúlad, ktoré využívajú rozdiely medzi daňovými systémami na dosiahnutie napríklad dvojitého odpočtu. Medzi tieto hybridy môžeme zaradiť finančné inštrumenty, kde nesúlad vzniká v dôsledku

rozdielov v charakteristike finančných nástrojov. Taktiež hybridné subjekty, kde ide o nesúlad v súvislosti so subjektmi, ktoré sa považujú za zdaniteľnú osobu v jednej jurisdikcii, ale ktorých vlastníci sa považujú za zdaniteľnú osobu v inej jurisdikcii. (KPMG, 2022)

5 Prehľad implementovaných nariadení do slovenskej daňovej legislatívy

V posledných rokoch sa na celom svete viedli rozsiahle diskusie týkajúce sa daní v digitálnej ekonomiky. Podobne ako mnohé iné krajiny, aj Slovensko spolupracuje na úprave svojich daňových zákonov tak, aby riešili problémy, ktoré predstavuje digitálna ekonomika. V tejto kapitole uvedieme prehľad pravidiel prijatých v slovenskej daňovej legislatíve v oblasti zdaňovanie digitálneho sektora.

5.1 Multilaterálny nástroj

Multilaterálny nástroj (MLI), ktorý je kľúčovou súčasťou programu BEPS, umožňuje účinnú a rýchlu implementáciu niektorých opatrení BEPS do zmlúv o zamedzení dvojitého zdanenia a súčasne zabrániť daňovým únikom dane z príjmov. Slovenská republika sa rozhodla využiť MLI na zabezpečenie zmlúv o zamedzení dvojitého zdanenia, pričom sa stala signatárom MLI dňa 7. júna 2017, prezident SR ratifikoval MLI 30. júla 2018 a následne 1. januára 2019 nadobudol platnosť. MLI upravuje zmluvy o zamedzení dvojitého zdanenia v nasledujúcich oblastiach súvisiacich s opatreniami BEPS: **Opatrenie 2**: Neutralizácia efektov hybridných schém; **Opatrenie 6**: Zamedzenie udeľovania výhod zo zmlúv o zamedzení dvojitého zdanenie; **Opatrenie 7**: Vyhýbanie sa vzniku stálej prevádzkarne; **Opatrenie 14**: Mechanizmus riešenia sporov v oblasti zdaňovania. Samotný multilaterálny nástroj predstavuje **Opatrenie 15** Akčného plánu BEPS. (MFSR, 2023)

Ako príklad si môžeme uviesť Zmluvu o zamedzení dvojitého zdanenie medzi Slovenskou republikou a Írskom, ktorá nadobudla platnosť 30. decembra 1999. V súvislosti s Mnohostranným dohovorom na zavedení opatrení na zamedzenie narúšania základov dane a presunov zisku súvisiacich s daňovými zmluvami, ktorý bol podpísaný v Paríži 7. júna 2017, sa 1. mája 2019 zmenila a doplnila Zmluva o zamedzení dvojitého zdanenia a zabránenia daňovým únikom v odbore daní z príjmov a z majetku. Za pomoci MLI sa

napríklad doplnilo znenie článku 7, kde sa hovorí, že „*ak je možné usúdiť, a to s ohľadom na všetky relevantné skutočnosti a okolnosti, že získanie výhody zo zmluvy bolo jedným z hlavných účelov akéhokoľvek opatrenia alebo akejkol'vek transakcie priamo alebo nepriamo vedúceho k tejto výhode, táto výhoda bez ohľadu na ktorékoľvek iné ustanovenia zmluvy nebude poskytnutá vo vzťahu k časti príjmu, pokiaľ sa nepreukáže, že poskytnutie tejto výhody v danej situácii by bolo v súlade s účelom a cieľom príslušných ustanovení zmluvy.*“ (Oznámenie 257/2019 Z.z., 2019) Táto zmena upravuj zmluvu súvisiacu s **Opatrením 6**: Zamedzenie udeľovania výhod zo zmlúv o zamedzení dvojitého zdanenia.

5.2 Country-by-Country Reporting

S účinnosťou od 1. marca 2017 sa prostredníctvom novely Zákona o medzinárodnej pomoci a spolupráci pri správe daní zaviedlo do slovenskej legislatívy DAC4/Country-by-Country vykazovanie. Jedná sa o zdieľanie informácií medzi Finančným riaditeľstvom SR a daňovými správami členských a zmluvných štátov o nadnárodných zoskupeniach podnikov s ročným obrátom nad 750 miliónov eur, ktoré podávajú správy o svojich aktivitách a dcérskych spoločnostiach v jednotlivých krajinách. Takéto subjekty sú povinné podať Country-by-Country správu na Slovensku alebo oznámiť o tom, kto a kde bude správu podávať. Subjekt je povinný podať správu najneskôr posledný deň lehoty na podanie jeho daňového priznania k dani z príjmov za finančný rok. (Finančná správa, 2022)

5.3 Smernica OECD o transferovom oceňovaní

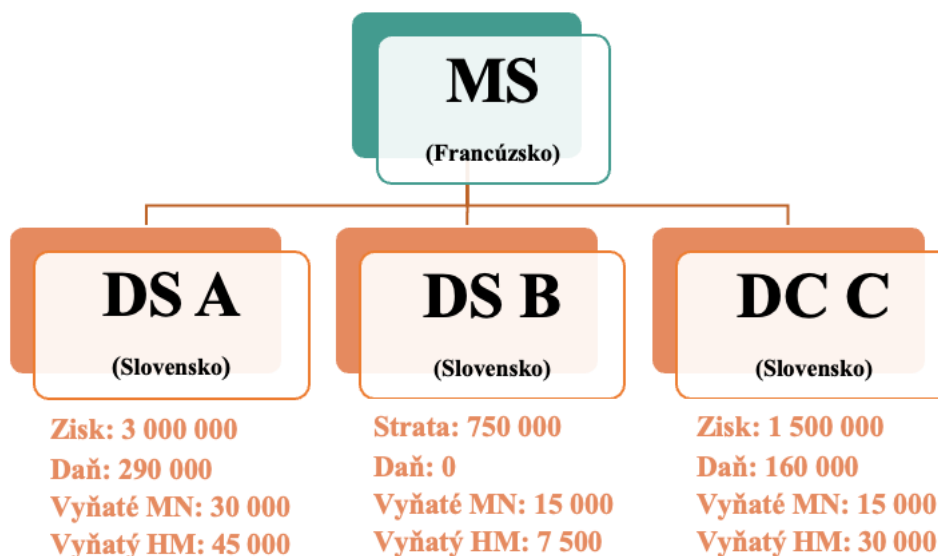
Všeobecne uznávanou príručkou na implementáciu predpisov o transferovom oceňovaní je smernica OECD o transferovom oceňovaní. V smernici sú podrobne rozpracované koncepcie nezávislého vzťahu, techniky transferového oceňovania, prístupy daňových správ k transferovému oceňovaniu a vedenie transferovej dokumentácie. V Slovenskej republike avšak nie je smernica OECD o transferovom oceňovaní uznaná ako všeobecne záväzný predpis, no má významný vplyv na naše transferové oceňovanie. Mnohé pojmy a princípy boli zapracované do zákona č. 595/2003 Z. z. o dani z príjmov. Táto smernica slúži slovenským daňovníkom a daňovým úradom ako základná interpretačná pomôcka pri dodržiavaní predpisov o transferovom oceňovaní. (profiTRANSFEROVÉOCEŇOVANIE, 2018)

V novele zákona o dani z príjmov platného od roku 2023 sa doplnilo pri určení ekonomického prepojenia spočítavanie podielov blízkych osôb. Podľa upraveného ustanovenia sa podiely blízkych osôb na účely určenia priameho podielu alebo nepriameho podielu sčítajú, a ak ich súčet predstavuje aspoň 25 %, príslušne osoby alebo podniky sa považujú za ekonomicky prepojené. Od roku 2023 sa odstránil pojem zahraničnej závislej osoby a závislá činnosť bola vylúčená z kontrolovaných transakcií. Taktiež bola doplnená odvolávka na Smernicu OECD o transferovom oceňovaní, ktorá upravuje určenie základu dane závislej osoby a doplnený bol aj postup správcu dane v prípade, že daňovník použije cenu, ktorá sa neriadi princípom nezávislého vzťahu. (PWC, 2022)

5.4 Návrh zákona o dorovnávej dani

V auguste 2023 Ministerstvo financií SR predstavilo nový návrh zákona, ktorý súvisí s implementáciou Piliera II. Richard Pánek (2023), partner daňového poradenstva v spoločnosti EY, sa vyjadril, že „cieľom legislatívy je, aby veľké skupiny podnikov celosvetovo podliehali zdaneniu aspoň na úrovni 15 %.“ a zároveň dodal, že „návrh zákona by mal zabezpečiť, aby sa príjmy slovenských dcérskych spoločností, ktorých efektívna sadzba dane klesne pod 15 %, zdani prostredníctvom dorovnávej dane v SR, a nie v štáte materskej spoločnosti.“ Zákon nadobudol účinnosť od 31.12.2023 a vzťahuje sa na spoločnosti v rámci koncernu skupín, ktorých konsolidované príjmy dosiahli aspoň 750 miliónov eur v najmenej dvoch zo štyroch účtovných období predchádzajúcich skúmanému obdobiu. Zákon sa však nevzťahuje na vládne subjekty, dôchodkové fondy a neziskové organizácie. Efektívnu daňovú sadzbu budú musieť počítať všetky spoločnosti, na ktoré sa zákon bude vzťahovať. V tomto prípade sa efektívna daňová sadzba určí ako podiel zahrnutých daní a zisku/straty po úprave o špecifické položky, ktoré sú uvedené v návrhu. Ak bude výsledná efektívna sadzba nižšia ako 15 %, daňovník zaplatí dorovnávaciu daň vo výške rozdielu. V návrhu sa taktiež uvádza možnosť vylúčiť z výšky zdaniteľných príjmov časť príjmov, ktorá súvisí s určitým percentom mzdových výdavkov a účtovnou hodnotou hmotného majetku, ktorý sa nachádza na Slovensku.

5.4.1 Príklad k dorovnávej dani



Obrázok 3 Hierarchia spriaznených spoločností

Zdroj: vlastné spracovanie

Materská spoločnosť v Írsku je 100 % vlastníkom troch dcérskych spoločností na Slovensku. Spoločnosť A dosiahla v roku 2024 zisk 3 mil. eur a odvieďla na daniach 290 tis. eur. Spoločnosť B bola v roku 2024 v strate vo výške 750 tis. eur a neodvieďla preto žiadnu daň. Spoločnosť C v roku 2024 dosiahla zisk vo výške 1,5 mil. eur a na daniach odvieďla 160 tis. eur. Prvým krokom je z nasledovných údajov vypočítať výšku celkového zisku/straty a zaplatených daní v jurisdikcii a to nasledovne: $3\,000\,000 - 750\,000 + 1\,500\,000 = 3\,750\,000$ eur, čo predstavuje celkový príjem spoločnosti na Slovensku. Celková zaplatená daň na Slovensku: $290\,000 + 160\,000 = 450\,000$ eur.

Druhým krokom je vypočítať ETR (efektívna sadzba dane) a zistiť výšku dorovnávej dane, kde ETR vypočítame ako podiel zaplatených daní a celkového zisku/straty v danej jurisdikcii: $450\,000 / 3\,750\,000 = 12\%$. Efektívna sadzba dane skupiny spoločností na Slovensku je vo výške 12 %. A keďže efektívna miera zdanenie je nižšia ako 15 %, daňovník bude musieť zaplatiť dorovnávaciu daň vo výške rozdielu a to: $15\% - 12\% = 3\%$.

Tretím krokom je vylúčenie príjmov, ktoré nebudú podliehať dorovnávej dani. Jedná sa o percentuálnu časť mzdových nákladov a hodnoty hmotného majetku na Slovensku. Suma vyňatých mzdových nákladov skupiny predstavuje: $30\,000 + 15\,000 +$

$15\ 000 = 60\ 000\ \text{eur}$. Suma vyňatého hmotného majetku skupiny predstavuje: $45\ 000 + 7\ 500 + 30\ 000 = 82\ 500\ \text{eur}$. Daňovník následne upraví celkový zisk/stratu o tieto položky a to nasledovne: $3\ 750\ 000 - 60\ 000 - 82\ 500 = 3\ 607\ 500\ \text{eur}$.

Štvrtým krokom je samotný výpočet dorovnávej dane, ktorá sa odvedie na Slovensku. Daň sa vypočíta z upraveného zisku o položky, ktoré nepodliehajú tejto dani a to nasledovne: $3\ 607\ 500 * 0,03 = 108\ 225\ \text{eur}$. Daň z dorovnávej dani je za rok 2024 vo výške 108 225 eur. Daň sa následne pomerovo rozdelí medzi dve dcérske spoločnosti, ktoré dosiahli zisk. Spoločnosť A zaplatí navyše daň vo výške: $(3\ 000\ 000 / 4\ 500\ 000) * 108\ 225 = 72\ 150\ \text{eur}$. Spoločnosť C zaplatí navyše daň vo výške: $(1\ 500\ 000 / 4\ 500\ 000) * 108\ 225 = 36\ 075\ \text{eur}$.

5.5 Pravidlo obmedzenia daňovej uznateľnosti úrokov

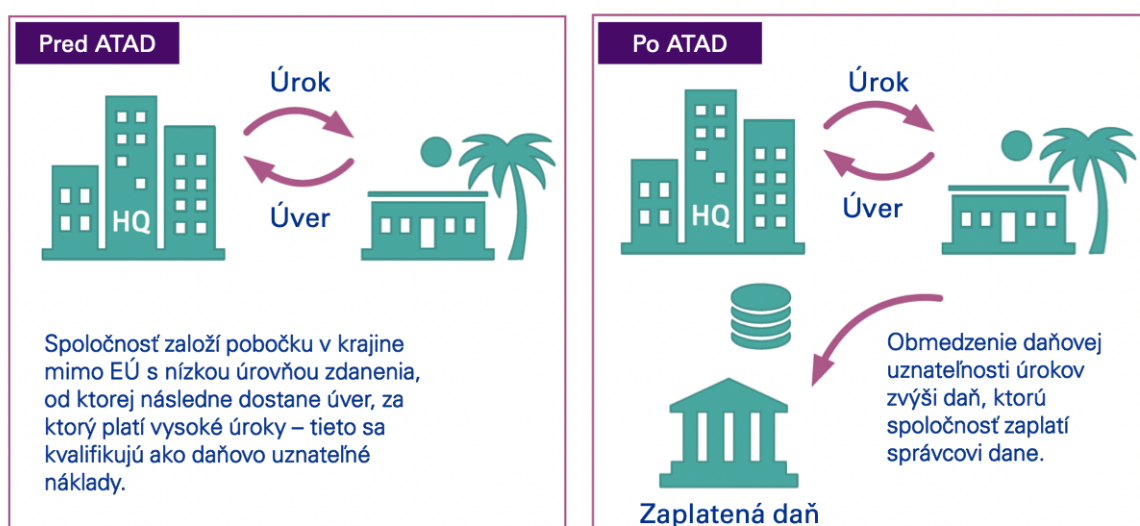
V súčasnosti zákon o dani z príjmov obsahuje limitáciu úrokových nákladov v § 21a od 01.01.2015. Pravidlá nízkej kapitalizácie sa vzťahujú na daňovníka – právnickú osobu a zároveň sa vzťahujú výlučne na úrokové náklady, ktoré vzniknú medzi závislými osobami. Ak závislá osoba poskytne pôžičku alebo úver, dlžník smie do daňových výdavkov zahrnúť úroky a súvisiace poplatky z pôžičiek maximálne do výšky 25 % EBITDA. To sa zároveň netýka úverov alebo ich častí, ak sú úroky súčasťou obstarávacej ceny majetku podľa osobitného predpisu. (Finančná správa, 2023)

S novelou zákona o dani z príjmov schválenou v decembri 2022 bude s účinnosťou od 1. januára 2024 zavádzať do ZDP pravidlo o obmedzení úrokových nákladov, a to v § 17k. ATAD I tak bude plne začlenený do slovenskej legislatívy implementáciou nového nariadenie o obmedzení úrokových nákladov. Cieľom týchto nariadení je zakázať spoločnostiam, aby umelo znižovali základ dane. Nové pravidlá sa budú týkať všetkých daňovníkov, ktorí sú právnickými osobami a prijímajú úvery alebo pôžičky bez ohľadu na to, či ich poskytujú závislé alebo nezávislé osoby, čo je rozdiel oproti súčasnému obmedzeniu úrokových nákladov podľa § 21a ZDP. Zároveň je nutné podotknúť, že nová úpravu obmedzenia úrokových nákladov bude mať prednosť pred pravidlami nízkej kapitalizácie. (Vidová, 2022)

Jeden zo základných princípov nového pravidla podľa Čl. 4 smernice ATAD je: „Presahujúce náklady na prijaté úvery a pôžičky sú odpočítateľné v zdaňovacom období, v ktorom vznikli, len do výšky 30 % príjmov daňovníka pred započítaním úrokov, daní, odpisov a amortizácie (EBITDA).“

Tento limit sa vzťahuje iba na daňovníkov, ktorých čisté úrokové výdavky presahujú 3 milióny eur. V takomto prípade si situácia vyžaduje, aby si daňovník zvýšil základ dane. EBITDA, ktorá sa využíva pri tomto výpočte nie je totožná s bežne zaužívanou EBITDA vo všeobecnom účtovníctve. EBITDA potrebná na výpočet obmedzených úrokových nákladov sa vypočíta ako súčet jednotlivých druhov základov dane, čistých úrokových nákladov a daňových odpisov. (EY, 2022)

5.5.1 Príklad k pravidlu obmedzenia daňovej uznateľnosti úrokov



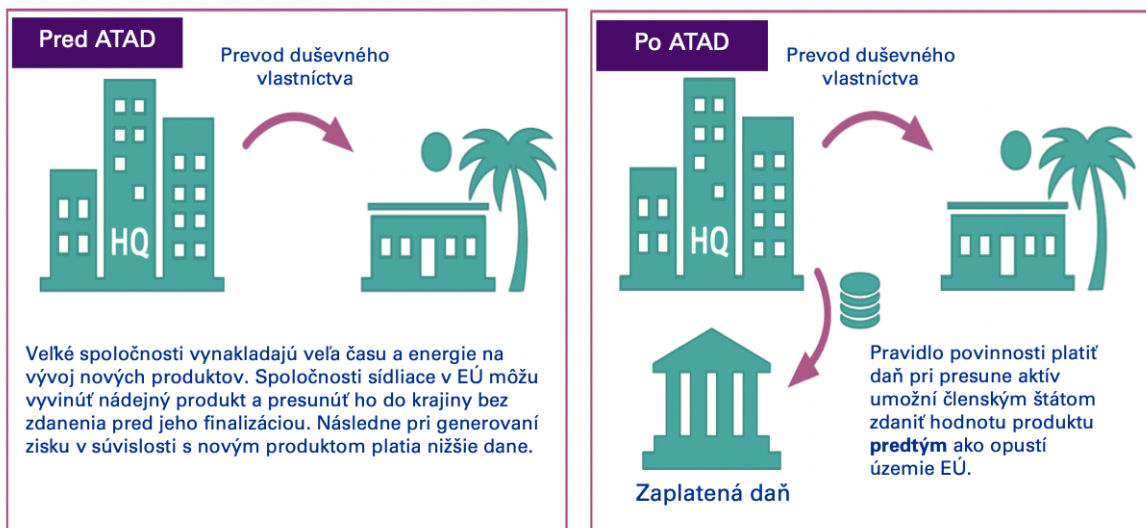
Obrázok 4 Porovnanie obmedzenia daňovej uznateľnosti úrokov pred a po ATAD

Zdroj: https://taxation-customs.ec.europa.eu/anti-tax-avoidance-directive_en

Dcérka spoločnosť A poskytla svojej slovenskej materskej spoločnosti B úver vo výške 11 miliónov eur. Na konci roka spoločnosť B zaplatila na úrokoch 3,1 milióna eur, čo zároveň predstavovalo aj čisté úrokové náklady spoločnosti a uplatnila si daňové odpisy vo výške 35 tisíc eur. Slovenská spoločnosť v zdaňovacom období vykázala nasledovné základy dane: a.) základ dane uvedený na riadku 400 v daňovom priznaní vo výške 200 tisíc eur; b.) osobitný základ dane podľa § 51e (podieľ na zisku – dividendy) vo výške 35 tisíc eur. Podľa pravidiel platných od 01.01.2024 je právnická osoba povinná upraviť základ

dane, pretože čisté úrokové náklady presiahli sumu 3 miliónov eur. Daňovník je povinný vypočítať daňovú EBITDA podľa § 17k a to nasledovne: $200\ 000 + 35\ 000 = 235\ 000\text{€}$, čo predstavuje súčet základov dane, ktoré zvýšime o čisté úrokové náklady a daňové odpisy. $235\ 000 + 3\ 100\ 000 + 35\ 000 = 3\ 370\ 000\text{€}$. Daňová EBITDA predstavuje sumu 3 370 000€. Daňovník následne upraví základ dane o sumu, o ktorú čisté úroky budú presahovať 30 % daňovej EBITDA: $0,30 * 3\ 370\ 000 = 1\ 011\ 000\text{€}$. Daňovník upraví základ dane o sumu vo výške: $3\ 100\ 000 - 1\ 011\ 000 = 2\ 089\ 000\text{€}$. Sumu 2 089 000€ uvedie v daňovom priznaní na riadku 130.

5.6 Zdaňovanie pri odchode (Exit Tax)



Obrázok 5 Porovnanie dane na odchode pred a po ATAD

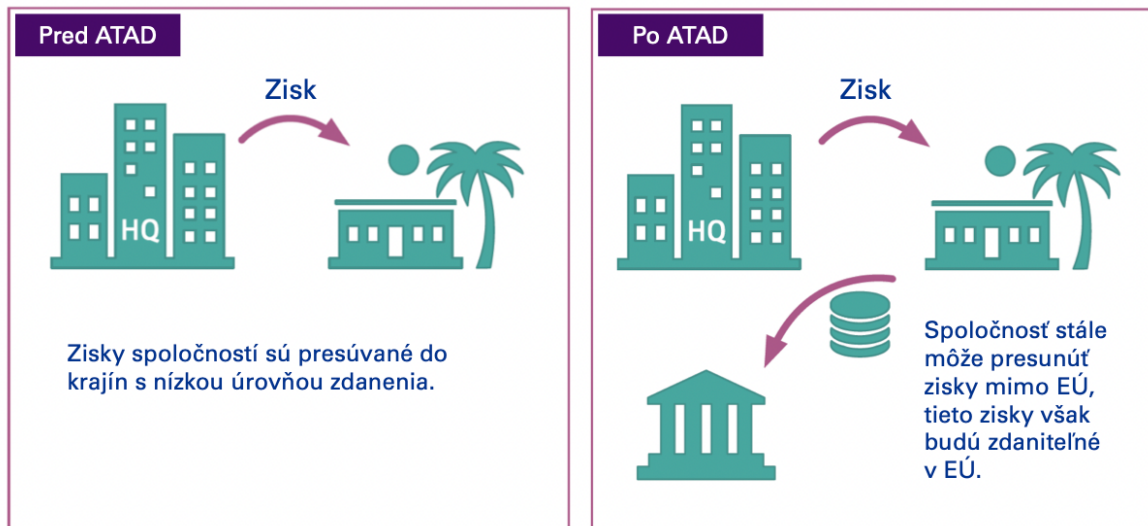
Zdroj: https://taxation-customs.ec.europa.eu/anti-tax-avoidance-directive_en

Cieľom zdaňovania pri odchode je zabezpečiť, aby štát zdanil akúkoľvek ekonomickú hodnotu kapitálových ziskov dosiahnutých na jeho území, aj keď tieto zisky ešte neboli realizované v čase odchodu, kedy daňovník prevedie majetok alebo svoju daňovú rezidenciu mimo daňovej jurisdikcie tohto štátu. V zákone o dani z príjmov je zdanenie pri presunu majetku daňovníka, odchode daňovníka alebo presune podnikateľskej činnosti daňovníka do zahraničia upravené v § 17f a § 17g.

PWC (2022) zhrnuli, že daňovník v Slovenskej republike odvedie daň z príjmov ak presunie mimo územie SR: a) individuálny majetok, pri čom nedôjde k jeho predaju; b) podnikateľskú činnosť; c) daňovú rezidenciu. Zdanenie sa zároveň týka iba právnických

osôb, ktoré majú v SR sídlo alebo zahraničných osôb, ktoré podnikajú v SR pomocou stálej prevádzkarne. Daň sa vypočíta uplatnením 21 % sadzby dane na stanovený základ dane. Táto daň sa musí zaplatiť buď v jednej splátke v lehote na podanie daňového priznania, alebo v piatich ročných splátkach, ak ide o prevod do členského štátu EÚ.

5.7 CFC pravidlá



Obrázok 6 Porovnanie CFC pravidiel pred a po ATAD

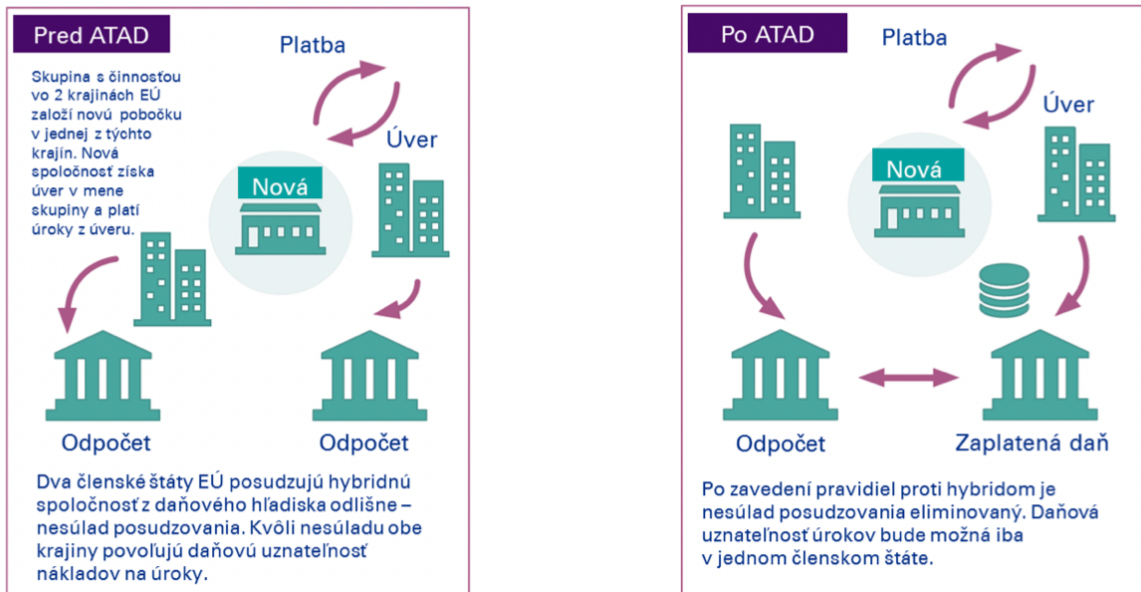
Zdroj: https://taxation-customs.ec.europa.eu/anti-tax-avoidance-directive_en

CFC pravidlá boli v slovenskej legislatíve implementované v roku 2019 v §17h ZDP. Pravidlá sa zaviedli proti znižovaniu základu dane presunom činností a príjmov dcérskych spoločností v krajinách s nízkymi daňami. V zákone o dani z príjmov v § 17h je uvedené, že v rámci uplatnenie CFC pravidiel ATAD 1 v SR PO spĺňa pravidlá CFC, ak: a) daňovník vlastní viac ako 50 % priamy alebo nepriamy podiel na základnom imaní alebo na hlasovacích právach alebo má nárok na podiel zisku vo výške viac ako 50 %; b) skutočná daň zaplatená CFC v zahraničí je nižšia ako rozdiel medzi daňou, ktorá bola vypočítaná podľa § 17 až 29 a daňou, ktorú by platila CFC v zahraničí. Následkom je, že sa materskej spoločnosti zahrnú základy dane všetkých zahraničných kontrolovaných spoločností do základu dane, zdaní sa v krajine v ktorej sídli materská spoločnosť a časť dane, ktorá bola odvedená v zahraničí je možné odpočítať.

V roku 2020 sa v novele zákona o dani z príjmov rozšírili pravidlá pre zahraničné kontrolované spoločnosti aj na fyzické osoby s účinnosťou od 01.01.2022. Avšak od 1.

augusta 2023 poslanci schválili zrušenie pravidiel CFC, ktoré sa uplatňovali pre fyzické osoby, ktoré vlastnili aspoň 10 % podiel alebo vykonávali skutočnú kontrolu nad zahraničnou spoločnosťou so sídlom v krajine s nízkymi daňami alebo v nespolupracujúcej krajine. (EY, 2023)

5.8 Pravidlá proti hybridnému nesúladu



Obrázok 7 Porovnanie pravidiel proti hybridným nesúladam pred a po ATAD

Zdroj: https://taxation-customs.ec.europa.eu/anti-tax-avoidance-directive_en

Hybridné nesúlady vznikajú, keď viaceré členské štáty z daňových dôvodov posudzujú tú istú spoločnosť alebo príjmy rozdielne a preto sa v takýchto prípadoch zaviedli pravidlá, podľa ktorých budú krajiny povinné riadiť sa pohľadom na spoločnosti a príjem podľa právnych nariadení krajiny zdroja a zároveň, pokiaľ hybridný nesúlad vedie k dvojitému odpočtu, odpočet sa umožní len v členskom štáte, v ktorom má platba zdroj. (Ciran, 2017)

Podľa zákona o dani z príjmov v § 17i sa základ dane daňovníka (iba PO) upraví iba ak došlo k hybridnému nesúladu medzi závislými osobami a medzi nezávislými osobami v rámci štruktúrovanej schémy. V § 17i odsek 2 ZDP sú definované typy hybridných nesúlado, v § 17 odsek 3 ZDP sú definované jednotlivé pojmy súvisiace s odsekom 2.

6 Jednoduchý model prerozdelenia a zdaňovania príjmov digitálnych spoločností

Ako bolo spomenuté v časti 1.5.2, digitálne podniky zhromažďujú množstvo údajov o používateľoch, ktoré predstavujú nový významný zdroj bohatstva. Nové obchodné modely sú preto častokrát postavené na zhromažďovaní, analýze a speňažovaní týchto údajov. Na základe tohto môžeme povedať, že veľká časť príjmov týchto spoločností je dosiahnutá práve vďaka aktívnej účasti používateľov, čím poskytujú spoločnostiam obrovské množstvo údajov. Skvelým príkladom sú reklamné spoločnosti ako YouTube a Facebook, na ktoré neskôr model aplikujeme. Tieto spoločnosti poskytujú služby zdarma pre používateľov, no platia za nich zadávatelia reklamy. Otázkou teda je, či sú a v akej miere, údaje používateľov zodpovedné za obrovské príjmy z reklamy. Evidentnou odpoveďou je, že údaje môžu zvýšiť účinnosť reklamy tým, že je lepšie cieleňá. No zároveň môžeme povedať, že reklama by generovala príjmy aj bez využitia údajov na cieleňú reklamu. Cieleňú reklamu budeme v tomto prípade nazývať ako „*behaviorally targated advertising*“ a reklamu, ktorá nie je cieleňá ako „*run of network*“. Ak spoločnosť bude poskytovať spôsob reklamy ako „*run of network*“, reklamu bude dostávať široké spektrum ľudí bez možnosti výberu konkrétnych používateľov. Beales (2010) vo svojej práci zistil, že cena, ktorú musia inzerenti zaplatiť za 1000 zobrazení, výrazne líši pri „*run of network*“ a „*behaviorally targated advertising*“. V roku 2009 bola cena za 1000 zobrazení pri necieleňej reklame 1,38 eur, zatiaľ čo pri cieleňej reklame bola viac ako 2-krát väčšia a to 2,87 eur.³ V súčasnosti je priemerná cena za 1000 zobrazení pri cieleňej reklame 9,32 eur.⁴ (Statista, 2023) Na základe toho môžeme vyvodit' záver, že cena za cieleňú reklamu je výrazne vyššia ako za necieleňú a zároveň potvrdit', že dáta, vďaka ktorým je cieleňé reklama možná, predstavujú dôležitú a neodmysliteľnú súčasť tvorby príjmov spoločností ako Facebook a YouTube. Model, s ktorým budeme pracovať, bude vychádzať z údajov z dvoch štúdií z roku 2010 a 2018 na základe ktorých si predstavíme dva scenáre. Z daňového hľadiska je potrebné, aby sa zabezpečili spravodlivé daňové príjmy krajín a preto bude model slúžit' na prerozdelenie príjmov, ktoré pochádzajú z údajov používateľov, aby sa mohli zdaňit' v krajine, kde sa nachádzajú daní používatelia. Prvá štúdia je z roku 2010 od Howarda Bealesa v ktorej sa zaoberal vplyvom „*behaviorally targated advertising*“ na ceny a príjmy z tohto typu

³ Prepočet hodnôt z 2009 kurzom USD 1 = 0,69768 EUR z 31.12.2009

⁴ Prepočet kurzom USD 1 = 0,93384 EUR z 01.01.2023

reklamy. Beales v tejto štúdií zistil, že približne 75 % príjmov bolo dosiahnutých využitím „behaviorally targated advertising“. Môžeme teda povedať, že približne 75 % sumy, ktorú platia inzerenti, pripadá na údaje, ktoré umožňujú cieľnú reklamu. Preto 75 % príjmov spoločností z reklamy pripadá na údaje používateľov. Druhá štúdia je z roku 2018 od Garretta A. Johnsona, Scotta K. Shrivera a Shaoyin Du, ktorí v nej skúmali výber ochrany súkromia používateľov v kontexte online zobrazovania reklamy, kde inzerenti sledujú prehliadanie webových stránok používateľov s cieľom zlepšiť cielenie reklamy. V tejto štúdií sa prišlo na to, že necielené reklamy priniesli o 52 % nižšie príjmy ako porovnateľné cielené reklamy. Môžeme teda povedať, že približne 52 % príjmov z reklamy pochádza z osobných údajov, ktoré sa používajú na cielenie reklám na konkrétne osoby. Navrhovaný model by zdaňoval digitálne spoločnosti, konkrétne reklamné spoločnosti, na základe počtu používateľov a počtu reklamných zmlúv v krajine. Keďže na Slovensku spoločnosti vykazujú takmer 0 príjmy, % reklamných zmlúv, ktoré sú registrované na Slovensku bude 0.

Tabuľka 5 Výpočet odhadovanej výšky dane z právnických osôb pre spoločnosť Facebook za obdobie 2017-2022

Facebook	Scenár #1					
% príjmov dosiahnutých vďaka údajom	52 %					
<i>v mil. \$</i>	2017	2018	2019	2020	2021	2022
zdaniteľný príjem v Európe	4 917	6 173	5 889	7 895	11 456	6 261
počet aktívnych užívateľov v Európe	362	377	388	412	423	410
počet aktívnych užívateľov v SK	2,4	2,6	2,5	2,9	3,3	3,5
% aktívnych používateľov SK/EU	0,67%	0,68%	0,65%	0,71%	0,78%	0,85%
zdaniteľný príjem v Európe vďaka údajom	2 557	3 210	3 062	4 105	5 957	3 255
zdaniteľný príjem na Slovensku vďaka údajom	17,1	21,7	19,9	29,0	46,2	27,7
sadzba dane z príjmov právnických osôb	21 %					
odhadovaná daňová povinnosť (v mil. €)	3,2	3,9	3,7	5,4	8,2	5,6

Zdroj: vlastné spracovanie podľa výročných správ Facebooku za rok 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022

a <https://www.statista.com/statistics/1029968/facebook-users-slovakia/>

Poznámka: odhadovaná daňová povinnosť bola prepočítaná priemerným kurzom USD/EUR za každý rok podľa <https://www.exchangerates.org.uk/USD-EUR-spot-exchange-rates-history-2022.html>

Tabuľka 6 Výpočet odhadovanej výšky dane z právnických osôb pre spoločnosť Facebook za obdobie 2017-2022

Facebook	Scenár #2					
% príjmov dosiahnutých vďaka údajom	75 %					
<i>v mil. \$</i>	2017	2018	2019	2020	2021	2022
zdaniteľný príjem v Európe	4 917	6 173	5 889	7 895	11 456	6 261
počet aktívnych užívateľov v Európe	362	377	388	412	423	410
počet aktívnych užívateľov v SK	2,4	2,6	2,5	2,9	3,3	3,5
% aktívnych používateľov SK/EU	0,67%	0,68%	0,65%	0,71%	0,78%	0,85%
zdaniteľný príjem v Európe vďaka údajom	3 688	4 630	4 416	5 921	8 592	4 696
zdaniteľný príjem na Slovensku vďaka údajom	24,7	31,4	28,8	41,9	66,7	40,0
sadzba dane z príjmov právnických osôb	21 %					
odhadovaná daňová povinnosť (v mil. €)	4,6	5,6	5,4	7,7	11,8	8

Zdroj: vlastné spracovanie podľa výročných správ Facebooku za rok 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022 a <https://www.statista.com/statistics/1029968/facebook-users-slovakia/>

Poznámka: odhadovaná daňová povinnosť bola prepočítaná priemerným kurzom USD/EUR za každý rok podľa <https://www.exchangerates.org.uk/USD-EUR-spot-exchange-rates-history-2022.html>

V tabuľke 5 a 6 je predstavená aplikáciu modelu v ktorom sa zameriavame na spoločnosť Facebook. V súčasnosti Facebook za posledné roky na Slovensku neplatil žiadne dane a vzhľadom na počet používateľov na Slovensku, ktorí poskytujú svoje údaje spoločnosti, by Facebook mal na Slovensku odvádzať časť daní. V tabuľkách sú uvedené dva scenáre pre roky 2017, 2018, 2019, 2020, 2021 a 2022. Scenáre sú založené na dvoch rôznych štúdiách, ktoré poskytujú odhady percentuálneho podielu príjmov spoločnosti Facebook pochádzajúcich z údajov a to konkrétne 52 % a 75 %. Tieto percentá sme neskôr použili na výpočet zdaniteľného príjmu Facebooku v Európe, ktorý dosiahli práve vďaka

údajom. Následne sme pri výpočte zdaniteľného príjmu Facebooku prislúchajúceho pre Slovensko zohľadnili celkový počet aktívnych používateľov Facebooku v Európe a na Slovensku za každý príslušný rok, kde sme si vypočítali koľko % z celkových používateľov v Európe sa nachádza na Slovensku. Na tento príjem bola následne aplikovaná 21 % sadzba dane z príjmov právnických osôb a výsledné hodnoty predstavujú odhadovanú daňovú povinnosť Facebooku na Slovensku za 6 sledovaných rokov. V prípade scenára (75 %) Slovensko v rokoch 2017 až 2022 prišlo spolu odhadom o 43,1 milióna eur. Pri scenári (52 %) by Slovensko v rokoch 2017 až 2022 prišlo odhadom o 30 milióna eur. Je nutné podotknúť, že vypočítaná daňová povinnosť je odhadovaná, no v oboch prípadoch môžeme povedať, že Slovensko prišlo v sledovaných rokoch o značné daňové príjmy, keďže Facebook v skutočnosti odviedol na daniach 0 €.

Tabuľka 7 Výpočet odhadovanej výšky dane z právnických osôb pre spoločnosť YouTube za obdobie 2017-2022

YouTube	Scenár #1					
% príjmov dosiahnutých vďaka údajom	52 %					
<i>v mil. \$</i>	2017	2018	2019	2020	2021	2022
zdaniteľný príjem v EMEA	659	939	1 149	1 562	3 149	2 065
počet aktívnych užívateľov v EMEA	313	391	422	474	569	578
počet aktívnych užívateľov v SK	2,2	2,7	3,0	3,3	4,0	4,1
% aktívnych používateľov SK/EMEA	0,70%	0,70%	0,70%	0,70%	0,70%	0,70%
zdaniteľný príjem v Európe vďaka údajom	343	488	597	812	1 637	1 074
zdaniteľný príjem na Slovensku vďaka údajom	2,4	3,4	4,2	5,7	11,5	7,5
sadzba dane z príjmov právnických osôb	21 %					
odhadovaná daňová povinnosť (v mil. €)	0,5	0,6	0,8	1,1	2	1,5

Zdroj: vlastné spracovanie podľa výročných správ Alphabet za rok 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022

a <https://www.globalmediainsight.com/blog/youtube-users-statistics/>

<https://www.crossrivertherapy.com/research/youtube-statistics>

<https://datareportal.com/reports/digital-2022-slovakia>

Poznámka: odhadovaná daňová povinnosť bola prepočítaná priemerným kurzom USD/EUR za každý rok podľa <https://www.exchangerates.org.uk/USD-EUR-spot-exchange-rates-history-2022.html>

Tabuľka 8 Výpočet odhadovanej výšky dane z právnických osôb pre spoločnosť YouTube za obdobie 2017-2022

YouTube	Scenár #1					
% príjmov dosiahnutých vďaka údajom	75 %					
<i>v mil. \$</i>	2017	2018	2019	2020	2021	2022
zdaniteľný príjem v EMEA	659	939	1 149	1 562	3 149	2 065
počet aktívnych užívateľov v EMEA	313	391	422	474	569	578
počet aktívnych užívateľov v SK	2,2	2,7	3,0	3,3	4,0	4,1
% aktívnych používateľov SK/EMEA	0,70%	0,70%	0,70%	0,70%	0,70%	0,70%
zdaniteľný príjem v Európe vďaka údajom	494	704	862	1 171	2 361	1 549
zdaniteľný príjem na Slovensku vďaka údajom	3,4	4,9	6,0	8,2	16,5	10,8
sadzba dane z príjmov právnických osôb	21 %					
odhadovaná daňová povinnosť (v mil. €)	0,6	0,9	1,1	1,5	2,9	2,1

Zdroj: vlastné spracovanie podľa výročných správ Alphabet za rok 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022 a <https://www.globalmediainsight.com/blog/youtube-users-statistics/>, <https://www.crossrivertherapy.com/research/youtube-statistics>, <https://datareportal.com/reports/digital-2022-slovakia>

Poznámka: odhadovaná daňová povinnosť bola prepočítaná priemerným kurzom USD/EUR za každý rok podľa <https://www.exchangerates.org.uk/USD-EUR-spot-exchange-rates-history-2022.html>

V tabuľke 7 a 8 je predstavená aplikáciu modelu v ktorom sa zameriavame na spoločnosť YouTube, ktorou vlastník je Google. V súčasnosti Google na Slovensku zaplatil na daniach podľa výročných správ Google Slovakia, s. r. o. v rokoch 2022, 2021, 2020, 2019, 2018 iba 216.000 eur. V tabuľkách sú uvedené dva scenáre pre roky 2017, 2018, 2019, 2020, 2021 a 2022. Scenáre sú založené na dvoch rôznych štúdiách, ktoré poskytujú odhady percentuálneho podielu príjmov spoločnosti YouTube pochádzajúcich z údajov a to

konkrétne 52 % a 75 %. Tieto percentá sme neskôr použili na výpočet zdaniteľného príjmu YouTube v EMEA regióne, ktorý dosiahli práve vďaka údajom. Následne sme pri výpočte zdaniteľného príjmu YouTube prislúchajúceho pre Slovensko zohľadnili celkový počet aktívnych používateľov YouTube v EMEA regióne a na Slovensku za každý príslušný rok, kde sme si vypočítali koľko % z celkových používateľov v EMEA regióne sa nachádza na Slovensku. Na tento príjem bola následne aplikovaná 21 % sadzba dane z príjmov právnických osôb a výsledné hodnoty predstavujú odhadovanú daňovú povinnosť YouTube na Slovensku za 6 sledovaných rokov. V prípade scenára (75 %) Slovensko v rokoch 2017 až 2022 prišlo spolu odhadom o 9,1 miliónov eur. Pri scenári (52 %) by Slovensko v rokoch 2017 až 2022 prišlo odhadom o 6,5 miliónov eur. Je nutné podotknúť, že vypočítaná daňová povinnosť je odhadovaná, no v oboch prípadoch môžeme povedať, že Slovensko prišlo v sledovaných rokoch o značné daňové príjmy, keďže spoločnosť Google Slovakia, s. r. o. odviedla celkovo za skupiny na Slovensku iba 216.000 eur.

Na základe vyššie uvedeného modelu navrhujeme, aby digitálne spoločnosti podliehali dani z príjmu právnických osôb, ktorá by sa určovala podľa počtu aktívnych používateľov a reklamných zmlúv, ktoré majú v danej krajine. Náš návrh spočíva vo výpočte zdaniteľného príjmu spoločností na regionálnej úrovni a následnom rozdelení tohto príjmu medzi členské štáty daného regiónu (napr. Európa, EMEA). Následne navrhujeme extrahovať iba príjmy, ktoré pochádzajú z dát používateľov pomocou určeného koeficientu. V našom prípade sme sa riadili koeficientami z dvoch rôznych štúdií, ktoré slúžili na porovnanie dvoch rôznych scenárov. V prípade implementácie v skutočnom živote by na určenie koeficientov bola potrebná širšia a komplexná analýza. Tento prístup k zdaňovaniu by umožnil spravodlivé prerozdelenie ziskov do každej krajiny, v ktorej sa nachádzajú používatelia danej digitálnej spoločnosti a využívajú ich dáta na dosahovanie príjmov. Vzhľadom na to, že digitálne spoločnosti ako Facebook, Google, YouTube generujú príjmy predovšetkým z údajov svojich používateľov, je odôvodnené usudzovať, že tieto spoločnosti by mali odvádzať spravodlivú časť daní v krajinách. Môžeme tvrdiť, že tento model by efektívne zachytil tvorbu hodnoty týchto spoločností a presun ziskov do krajín s nízkym daňami by bol menej realizovateľný kvôli tomu, že používatelia sú nemobilní.

Diskusia a záver

V diplomovej práci sme došli k záveru, že vlády na celom svete musia riešiť zložitý a aktuálny problém zdaňovania digitálnej ekonomiky. Organizácia pre hospodársku spoluprácu a rozvoj (OECD) aj Európska únia priznávajú, že tradičné daňové systémy sú z dôvodu rýchleho rozvoja digitálnych služieb a zmeny tradičných podnikov na digitálne subjekty v ohrození. V dnešnom rýchlo sa rozvíjajúcom a globalizovanom svete sa digitálna ekonomika stala silnou hnacou silou na podporu inovácií, rozvoja a ekonomickej expanzie. Podniky čoraz viac využívajú nové obchodné modely ako digitálne platformy, e-commerce a rôzne digitálne služby na oslovenie celosvetového publika, ktoré dokážu generovať zisky v krajinách bez ich fyzickej prítomnosti. To predstavuje čoraz väčší problém pre súčasné daňové systémy, ktoré boli vytvorené pre klasické obchodné modely. Tieto nové modely, ktoré spoločnosti využívajú, vyvolávajú otázky, či súčasný daňový systém ešte stále účinne rieši problematiku zdaňovania spoločností v medzinárodnom kontexte. Naším hlavným cieľom v tejto práci bolo dôkladne preskúmať zdaňovanie digitálnej ekonomiky v Európskej únii a poskytnúť tak ucelený pohľad na túto problematiku. V prvej kapitole praktickej časti práce sme analyzovali medzinárodné iniciatívy zamerané na zdaňovanie digitálnej ekonomiky a zhodnotili ich vplyv na krajiny EÚ. Porovnali sme rôzne prístupy a prišli sme k záveru, že pomocou dane z digitálnych služieb oproti Pilieru 1, ktorého budúcnosť je stále neistá, sa dosiahli dobré výsledky a reálne vyzbierané čiastky v krajinách kde bola táto daň zavedená sa približujú k odhadom príjmov pre Pilier 1. Na záver môžeme povedať, že pomocou dane z digitálnych služieb vedeli krajiny úspešne zdaňovať digitálne spoločnosti a zabezpečiť si tým chýbajúce daňové príjmy. Taktiež môžeme povedať, že smernica ATAD je jednou s najdôležitejších a spolu s opatreniami v projekt OECD/BEPS slúžia ako oporné piliere v boji proti problému zdaňovania digitálnych spoločností. Zároveň sme porovnali rôzne prístupy jednotlivých krajín, ktoré zaviedli daň z digitálnych služieb, čo nám umožnilo identifikovať rozdiely v prístupoch krajín. Táto komparácia by mohla slúžiť v prípade opätovného zavedenia daní z digitálnych služieb ako základ pre potencionálne harmonizačné úsilie v rámci EÚ. V druhej kapitole praktickej časti sme sa pozreli na prehľad implementovaných nariadení do slovenskej legislatívy, kde sme pomocou praktických príkladov zhodnotili ich vplyv na daňové zaťaženie subjektov v Slovenskej republike. Slovenská republika v plnej miere spolupracuje s EÚ a OECD v boji proti vyhýbaniu sa daňovým povinnostiam a prijatými opatreniami ako je exit tax, pravidlá obmedzenia daňovej uznateľnosti úrokov, zákon o dorovnávej dani, CFC pravidlá znemožňuje využívanie

nekalých praktík. V tretej kapitole praktickej časti sme navrhli model prerozdelenia a zdanenia príjmov digitálnych spoločností. Tento model sme následne aplikovali na spoločnosti Facebook a YouTube, ktorých väčšina príjmov je z reklamy. Aplikáciu modelu sme porovnali v dvoch situáciách a to pri dvoch rôznych koeficientoch, ktoré nám hovoria koľko % príjmov bolo dosiahnutých kvôli údajom používateľov. V práci sme pracovali s koeficientami 0,52 a 0,75. Pri úspešnej aplikácii modelu v reálnej ekonomike, Slovenská republika prišla iba pri týchto dvoch spoločnostiach v prípade koeficientu 0,52 v rokoch 2017 až 2022 o 36,5 mil. eur. V prípade koeficientu 0,75 by to bolo až 52,2 mil. eur. Navrhovaný model by v prípade úspešnej implementácie modelu na viacero spoločností mohol prispieť k zvýšeniu daňových príjmov Slovenskej republiky. Tento prístup k zdaňovaniu by umožnil spravodlivé prerozdelenie ziskov do každej krajiny, v ktorej sa nachádzajú používatelia danej digitálnej spoločnosti a využívajú ich dáta na dosahovanie príjmov. V práci sme taktiež prišli k záveru, že krajiny s priaznivejšími daňovými predpismi priťahujú väčší počet nadnárodných digitálnych spoločností. Pozreli sme sa na to, kde sa účtuje najviac príjmov týchto spoločností a jedná z krajín s priaznivým daňovým systémom, ktorý priťahuje tieto spoločnosti je Írsko.

Na záver sa pokúsime priniesť praktické odporúčania pre tvorcov legislatívy či už na Slovensku, prípadne v iných krajinách EÚ. S cieľom podporiť zdravú konkurencieschopnosť a vyrovnať podmienky pre všetky podniky by Európska únia mala vynaložiť hlavné úsilie na harmonizáciu svojich predpisov týkajúcich sa zdaňovania digitálnych aktivít. Na dosiahnutie tohto cieľa je však potrebné prijať spoločné definície, kritériá a predpisy pre zdaňovanie digitálnych produktov a služieb. Taktiež určiť jednotné hraničné hodnoty, kedy by digitálne podniky začali podliehať zdaneniu a podporovať členské štáty, aby spolupracovali pri vytváraní pravidiel a ich následnej implementácii. Prijatím jednotnej stratégie môžeme znížiť prípadné daňové medzery a zvýšiť celkové dodržiavanie daňových predpisov. Harmonizácia daňových systémov je už dlhodobo spornou otázkou, pretože rozdielne daňové politiky môžu mať na rôzne krajiny významný hospodársky vplyv. Krajiny častokrát využívajú lákavé daňové predpisy, rôzne výnimky pre určité subjekty a druhy príjmov s cieľom prilákať zahraničné investície. Hoci harmonizácia v rámci celej EÚ je pre niektoré členské štáty kontroverzná, z dôvodu, že si tieto štáty chcú zachovať svoju konkurencieschopnosť na globálnom trhu, vytvorenie integrovanejších systémov vykazovania, výberu a poukazovania daní v celej EÚ je viac než potrebné. O väčšine daňových záležitosti súvisiacich so zdaňovaním digitálnych aktivít rozhodujú

a riešia ich jednotlivé členské štáty individuálne, avšak členské štáty spolupracujú v mnohých otázkach s EÚ a OECD. Pokračovanie v realizácii akčného plánu BEPS a zabezpečenie jeho úplnej implementácie by mala byť prioritou pre všetky zúčastnené strany. Nehovoriac o tom, že ďalšie rôzne iniciatívy sú vzájomne prepojené s týmto plánom, či už sa jedná o daň z digitálnych služieb alebo projekt BEFIT, ktorý je náhradou za neúspešné pokusy EÚ o harmonizáciu pravidiel s iniciatívami ako Common Consolidated Corporate Tax Base (CCCTB) a Common Corporate Tax Base (CCTB).

Transparentnosť a presné podávanie výkazov sú kľúčovými prvkami účinného zdaňovania v digitálnej ére, hlavne v prípade veľkých medzinárodných digitálnych firiem. EÚ môže vďaka podpore otvorenosti a dôkladného vykazovania dosiahnuť viacero cieľov naraz, vrátane zvýšenie daňových príjmov, predchádzaniu daňových podvodov a vytvorenia spravodlivých podmienok pre všetky podniky. Jeden z hlavných bodov, ktorým by sa mala EÚ a OECD venovať v súvislosti s daňovou transparentnosťou je Opatrenie 13 v akčnom pláne BEPS. OECD (2023) v skratke vysvetlili, že „v rámci Opatrenia 13 BEPS sa od všetkých veľkých nadnárodných podnikov vyžaduje, aby vypracovali country-by-country report (CbC) so súhrnnými údajmi o globálnom rozdelení príjmov, zisku, zaplatených daní a hospodárskej činnosti medzi daňové jurisdikcie, v ktorých pôsobia.“ V súčasnosti existuje viac ako 3300 vzťahov na výmenu CbC a momentálne takmer každá nadnárodná spoločnosť s konsolidovanými príjmami vo výške aspoň 750 miliónov eur je povinná tento report spracovávať. Tieto reporty sa podávajú predovšetkým v mieste sídla materskej spoločnosti. EÚ spolu s OECD by mala pokračovať v presadzovaní opatrení týkajúcich sa daňovej transparentnosti a penalizovať nepresné a nečasné podávanie reportov. Tieto sankcie by mali byť dostatočne vysoké na to, aby to odradilo spoločnosti od poskytovania nepravdivých informácií a aby sa zabezpečila účinnosť týchto opatrení.

Jedným z ďalších možných krokov k zabezpečeniu toho, aby digitálne podniky prispievali primeranou časťou do verejných rozpočtov a k zachovaniu priaznivého kompetitívneho prostredia je zavedenie dane z digitálnych služieb na úrovni EÚ. Vzhľadom na rastúcu neistotu v súvislosti s úspechom Piliera 1 a jeho neistým zavedením v roku 2024 vzniká možnosť, že sa daň z digitálnych služieb opätovne zavedie na národnej úrovni, preto by Európska únia mala aktívne preskúmať zavedenie dane z digitálnych služieb ako ochranného opatrenia na celoeurópskej úrovni a znova tak rozprúdiť diskusie o tom, či by bola táto daň vhodným riešením problémov, ktoré digitálna ekonomika prináša. Na záver

môžeme povedať, že v prípade zlyhania Piliera 1, dobre navrhnutý systém dane z digitálnych služieb predstavuje účinný spôsob riešenia súčasných daňových výziev.

V súčasnej digitálnej ére by ani Európska únia nemala zaostávať s technológiami, ktoré jej môžu pomôcť zefektívniť procesy a zvýšiť účinnosť dodržiavania daňových predpisov. Investície do takýchto technológií by mohli veľmi efektívne pomôcť a podporiť snahu o vytvorenie spravodlivejšieho a transparentnejšieho daňového prostredia pre všetky druhy podnikov. Jedným z príkladov môže byť využitie umelej inteligencie daňovými úradmi na boj proti daňovým podvodom. Richard Asquith (2023) uviedol, že umelá inteligencia by mohla byť použitá na viacero účelov. Napríklad pri odhaľovaní daňových podvodov a chýb, kde umelá inteligencia obzvlášť dobre funguje pri identifikácii neobvyklých finančných tokov a analyzovaní obrovského množstva údajov. Umelá inteligencia dokáže pomôcť so zlepšením komunikácie s daňovými poplatníkmi a taktiež pri spresnení a urýchlení viacerých procesov. Jedným z dobrých príkladov využívania umelej inteligencie na daňové účely je Taliansko, kde len za minulý rok identifikovalo viac ako 1 milión rizikových prípadov pomocou algoritmu riadeného umelou inteligenciou, ktorý porovnáva daňové priznania, príjmy, majetkové záznamy, bankové účty a hľadá pri tom nezrovnalosti.

Zoznam použitej literatúry

AL-DEBI, Mutaz – EL-HADDADEH, Ramzi – AVISON, David. Defining the Business Model in the New World of Digital Business. AMCIS. [online]. 2008. [cit. 2023-05-06]. Dostupné na: <https://core.ac.uk/download/pdf/301364463.pdf>

ASQUITH, Richard. Tax authorities adopt AI for tax fraud and efficiencies [online]. 2023. [cit. 2023-08-24]. Dostupné na: <https://www.vatcalc.com/artificial-intelligence/tax-authorities-adopt-ai-for-tax-fraud-and-efficiencies/>

BARAKE, Mona - POUHAER, Elvin Le. Tax Revenue from Pillar One Amount A: Country-by-Country Estimates [online]. 2023. [cit. 2023-09-30]. Dostupné na: https://www.taxobservatory.eu/wp-content/uploads/2023/03/wp_202312_.pdf

BEALES, Howard. The Value of Behavioral Targeting [online]. 2010. [cit. 2023-09-16]. Dostupné na: https://www.researchgate.net/profile/Howard-Beales/publication/265266107_The_Value_of_Behavioral_Targeting/links/599ecee6fdcc500355d5af/The-Value-of-Behavioral-Targeting.pdf

Bird & Bird. Digital Services Tax in France [online]. 2021. [cit. 2023-08-12]. Dostupné na: <https://www.twobirds.com/insights/2019/global/digital-services-tax-in-france>

Bird & Bird. Digital Service Tax in the UK [online]. 2023. [cit. 2023-08-12]. Dostupné na: <https://www.twobirds.com/en/insights/2019/global/digital-services-tax-in-the-uk>

BUKHT, Rumana - HEEKS, Richard. Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy. Manchester : Global Development Institute, 2017. 24 s. ISBN 978-1-905469-62-8.

CIRAN, Tomáš. BEPS (Base Erosion and Profit Shifting) [online]. 2017. [cit. 2023-10-05]. Dostupné na: https://www.flaw.uniba.sk/fileadmin/praf/Pracoviska/Katedry/KFP/Prednasky/BEPS_2017

COLIN, Nicolas et al. The Digital Economy [online]. 2015. [cit. 2023-06-08]. Dostupné na: <https://www.cairn-int.info/revue-notes-du-conseil-d-analyse-economique-2015-7-page-1.htm&wt.src=pdf>

CUOFANO, Gennaro. What Is The Advertising Business Model? The Advertising Business Model In A Nutshell [online]. 2023. [cit. 2023-06-17]. Dostupné na: <https://fourweekmba.com/advertising-business-model/>

DEHEJIA, Vivek H. - GENSCHEL, Philipp. Tax Competition in the European Union [online]. 1998. [cit. 2023-06-30]. Dostupné na: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/43162/1/243820577.pdf>

Deloitte. Implementation of the EU Anti-Tax Avoidance Directive [online]. 2023. [cit. 2023-10-01]. Dostupné na: <https://www.deloitte.com/global/en/services/tax/perspectives/atad-survey.html>

Deloitte. What is digital economy? [online]. 2023. [cit. 2023-04-29]. Dostupné na: <https://www2.deloitte.com/mt/en/pages/technology/articles/mt-what-is-digital-economy.html>

EconPol. OECD Tax Reform Affects Only 78 of The World's Largest 500 Companies [online]. 2021. [cit. 2023-09-30]. Dostupné na: https://www.econpol.eu/press_releases/2021-07-05

European Commission. A Fair and Efficient Tax System in the European Union for the Digital Single Market [online]. 2017. [cit. 2023-05-06]. Dostupné na: https://taxation-customs.ec.europa.eu/system/files/2017-09/communication_taxation_digital_single_market_en.pdf

European Commission. Common Consolidated Corporate Tax Base (CCCTB) [online]. 2016. [cit. 2023-06-30]. Dostupné na: https://taxation-customs.ec.europa.eu/common-consolidated-corporate-tax-base-ccctb_en

European Commission. Transfer pricing in the EU context [online]. 2023. [cit. 2023-07-01]. Dostupné na: https://taxation-customs.ec.europa.eu/transfer-pricing-eu-context_en

European Commission. Working Paper: Digital Economy – Facts & Figures [online]. 2014. [cit. 2023-04-29]. Dostupné na: https://taxation-customs.ec.europa.eu/system/files/2016-09/2014-03-13_fact_figures.pdf

European Parliament. Challenges for Competition Policy in a Digitalised Economy [online]. 2015. [cit. 2023-04-29]. Dostupné na: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/542235/IPOL_STU\(2015\)542235_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/542235/IPOL_STU(2015)542235_EN.pdf)

European Parliament. Tax Challenges in the Digital Economy [online]. 2016. [cit. 2023-05-07]. Dostupné na: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/579002/IPOL_STU\(2016\)579002_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/579002/IPOL_STU(2016)579002_EN.pdf)

EY. France issues comprehensive draft guidance on digital services tax [online]. 2020. [cit. 2023-08-12]. Dostupné na: https://www.ey.com/en_gl/tax-alerts/france-issues-comprehensive-draft-guidance-on-digital-services-tax

EY. Italy's Digital Services Tax enters into force as of 1 January 2020 [online]. 2020. [cit. 2023-08-12]. Dostupné na: https://www.ey.com/en_gl/tax-alerts/ey-italys-digital-services-tax-enters-into-force-as-of-1%20A0january-2020

EY. Najnovšie daňové zmeny v oblasti priamych daní, ktoré dostali zelenú od parlamentu [online]. 2023. [cit. 2023-10-05]. Dostupné na: https://www.ey.com/sk_sk/tax/ey-danove-a-pravne-novinky/najnovsie-danove-zmeny-v-oblasti-priamych-dani-ktore-dostali-zelenu-od-parlamentu

EY. Novela Zákona o dani z príjmov [online]. 2022. [cit. 2023-10-01]. Dostupné na: https://www.ey.com/sk_sk/tax/ey-danove-a-pravne-novinky/novela-zakona-o-dani-z-prijmov

EY. The latest on BEPS and beyond – 2021 in review [online]. 2021. [cit. 2023-09-24]. Dostupné na: https://www.ey.com/en_gl/tax-alerts/the-latest-on-beps-and-beyond-a-2021-review

Finančná správa Slovenská republika. FAQs -často kladené otázky k DAC4/CbCR [online]. 2022. [cit. 2023-10-01]. Dostupné na: https://www.financnasprava.sk/_img/pfsedit/Dokumenty_PFS/Infoservis/AVI/2021/2021.07.14_FAQs_DAC4CbCR.pdf

Finančná správa Slovenská republika. Pravidla nízkkej kapitalizácie [online]. 2023. [cit. 2023-10-01]. Dostupné na: <https://podpora.financnasprava.sk/663968-Pravidlá-nízkej-kapitalizácie->

FINSHOTS. An explainer on India's digital tax revenues [online]. 2022. [cit. 2023-09-30]. Dostupné na: <https://finshots.in/archive/indias-digital-tax/>

GOV.UK. Digital Services Tax [online]. 2020. [cit. 2023-09-30]. Dostupné na: <https://www.gov.uk/government/publications/introduction-of-the-digital-services-tax/digital-services-tax>

IFS. Corporate Taxation in an International Context [online]. 2022. [cit. 2023-06-19]. Dostupné na: <https://ifs.org.uk/sites/default/files/2022-08/18.%20Corporate%20taxation%20in%20an%20international%20context.pdf>

International Lawyers Project. A Short Guide to Pillars 1 and 2 of the OECD's Inclusive Framework [online]. 2022. [cit. 2023-09-24]. Dostupné na: <https://www.internationallawyersproject.org/post/a-short-guide-to-pillars-1-and-2-of-the-oecd-s-inclusive-framework>

JOHNSON, Garrett A. - SHRIVER, Scott K – DU, Shaoyin. Consumer privacy choice in online advertising: Who opts out and at what cost to industry? [online]. 2019. [cit. 2023-09-16]. Dostupné na: <https://deliverypdf.ssrn.com/delivery.php>

KAYALI, Laura. France's digital taxman goes after Amazon – again [online]. 2022. [cit. 2023-09-30]. Dostupné na: <https://www.politico.eu/article/france-digital-taxman-amazon-big-tech/>

KEENAN, Michael. What is B2B Ecommerce? Types + Examples [online]. 2022. [cit. 2023-06-12]. Dostupné na: <https://www.shopify.com/enterprise/b2b-ecommerce>

Kolibra Capital. Understanding the C2C E-commerce Business Model [online]. 2022. [cit. 2023-06-13]. Dostupné na: <https://www.linkedin.com/pulse/understanding-c2c-e-commerce-business-model-kolibra-capital/>

KPMG. EU Anti-Tax Avoidance Directive [online]. 2022. [cit. 2023-10-01]. Dostupné na: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2022/08/eu-anti-tax-avoidance-directive-member-state-implementation-overview.pdf>

KURIHARA, Katsufumi. Taxation on the Digital Economy – Issues on Implementation and Enforcement [online]. 2021. [cit. 2023-06-24]. Dostupné na: https://www.mof.go.jp/english/pri/publication/pp_review/ppr17_01_05.pdf

LANE, Neal. Advancing the Digital Economy into the 21st Century [online]. 1999. [cit. 2023-04-29]. Dostupné na: link.springer.com/content/pdf/10.1023/A:1010010630396.pdf

MANON, Francois. - VICARD, Vincent. Tax Avoidance and the Complexity of Multinational Enterprises [online]. 2023. [cit. 2023-07-01]. Dostupné na: http://www.cepii.fr/PDF_PUB/wp/2023/wp2023-04.pdf

Ministerstvo financií Slovenskej Republiky. Multilaterálny nástroj [online]. 2023. [cit. 2023-10-01]. Dostupné na: <https://www.mfsr.sk/sk/dane-cla-uctovnictvo/priame-dane/dane-z-prijmu/zmluvy-zamedzeni-dvojiteho-zdanenia/multilateralny-nastroj/multilateralny-nastroj-2.html>

MOOIJ, Ruud A. - NICODEME, Gaëtan. Corporate tax policy and incorporation in the EU [online]. 2008. [cit. 2023-07-01]. Dostupné na:

<https://www.cpb.nl/sites/default/files/publicaties/download/corporate-tax-policy-and-incorporation-eu.pdf>

OECD. A Roadmap Toward a Common Framework for Measuring the Digital Economy [online]. 2020. [cit. 2023-04-29]. Dostupné na: <https://www.oecd.org/sti/roadmap-toward-a-common-framework-for-measuring-the-digital-economy.pdf>

OECD. Action 1 Tax Challenges Arising from Digitalisation [online]. 2023. [cit. 2023-09-23]. Dostupné na: <https://www.oecd.org/tax/beps/beps-actions/action1/>

OECD. Action 13 Country-by-Country Reporting [online]. 2023. [cit. 2023-08-20]. Dostupné na: <https://www.oecd.org/tax/beps/beps-actions/action13/>

OECD. Addressing the Tax Challenges of the Digital Economy, Action 1 – 2015 Final Report, OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting Project [online]. 2015. [cit. 2023-05-06]. Dostupné na: https://www.oecd-ilibrary.org/taxation/addressing-the-tax-challenges-of-the-digital-economy-action-1-2015-final-report_9789264241046-en

OECD. Guide to Measuring the Information Society [online]. 2011. [cit. 2023-06-11]. Dostupné na: https://read.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oecd-guide-to-measuring-the-information-society-2011_9789264113541-en#page74

OECD. International collaboration to end tax avoidance [online]. 2023. [cit. 2023-09-30]. Dostupné na: <https://www.oecd.org/tax/beps/>

OECD. Progress Report on Amount A of Pillar One [online]. 2022. [cit. 2023-09-30]. Dostupné na: <https://www.oecd.org/tax/beps/frequently-asked-questions-progress-report-on-amount-a-pillar-one-july-2022.pdf>

OECD. Two Pillar Solution to Address the Tax Challenges Arising from the Digitalisation of the Economy [online]. 2021. [cit. 2023-09-23]. Dostupné na: <https://www.oecd.org/tax/beps/brochure-two-pillar-solution-to-address-the-tax-challenges-arising-from-the-digitalisation-of-the-economy-october-2021.pdf>

Oznámenie č. 257/2019 Z. z.

PÁNEK, Richard. Návrh zákona o dorovnávačnej dani [online]. 2023. [cit. 2023-08-26]. Dostupné na: https://www.ey.com/sk_sk/tax/ey-danove-a-pravne-novinky/navrh-zakona-o-dorovnavacej-dani

Pinsent Masons. The UK's digital services tax (DST) [online]. 2021. [cit. 2023-08-12]. Dostupné na: <https://www.pinsentmasons.com/out-law/guides/the-uks-digital-services-tax-dst>

profittransferové oceňovanie. Smernica OECD o transferovom oceňovaní [online]. 2018. [cit. 2023-10-01]. Dostupné na: <https://profittransferoveocenovanie.sk/smernica-oecd-o-transferovom-ocenovani/>

PWC. Exit tax [online]. 2022. [cit. 2023-10-02]. Dostupné na: <https://taxsummaries.pwc.com/slovak-republic/corporate/income-determination>

PWC. Prehľad najvýznamnejších zmien v daňovej oblasti [online]. 2022. [cit. 2023-10-01]. Dostupné na: <https://www.pinsentmasons.com/out-law/guides/the-uks-digital-services-tax-dst>

Reuters. Countries agree to extend digital services tax freeze through 2024 [online]. 2023. [cit. 2023-09-30]. Dostupné na: <https://www.reuters.com/business/finance/countries-agree-extend-digital-services-tax-freeze-through-2024-2023-07-12/>

ŠESTÁKOVÁ, Monika. Redefining the „Permanent Establishment“ Concept to Make Its Measurement more Relevant for a Digital Economy [online]. 2018. [cit. 2023-06-24]. Dostupné na: http://www.cutn.sk/Library/proceedings/km_2018/PDF_FILES/11_Sestakova-128-136-9s.pdf

TAPSCOTT, Don. The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence [online]. 1996. [cit. 2023-04-29]. Dostupné na: <https://www.pdfdrive.com/the-digital-economy-promise-and-peril-in-the-age-of-networked-intelligence-e194539276.html>

VÁZQUEZ, Juan M. Digital Services Taxes in the European Union: What Can We Expect? [online]. 2023. [cit. 2023-09-30]. Dostupné na: https://kluwertaxblog.com/2023/02/14/digital-services-taxes-in-the-european-union-what-can-we-expect/#_ftn3

VIDOVÁ, Michaela. Nove zákona o dani z príjmov od 1.1.2023 [online]. 2022. [cit. 2023-10-01]. Dostupné na: <https://www.epi.sk/clanok-z-titulky/novela-zakona-o-dani-z-prijmov-od-1-1-2023-akt-epi.htm>

WATTS, Stephen. Digital Platforms: A Brief Introduction [online]. 2020. [cit. 2023-06-18]. Dostupné na: <https://www.bmc.com/blogs/digital-platforms/>

WERE, Rhiannon K. - GREENBANK, Ashley. – URWIN, Lucy. Unpacking Pillar One and Pillar Two Blueprints [online]. 2021. [cit. 2023-09-24]. Dostupné na: <https://www.macfarlanes.com/what-we-think/in-depth/2020/pillar-one-and-pillar-two/>

WIER, Ludvig. - ZUCMAN, Gabriel. Global profit shifting, 1975 – 2019 [online]. 2022. [cit. 2023-07-01]. Dostupné na: <https://www.wider.unu.edu/sites/default/files/Publications/Working-paper/PDF/wp2022-121-global-profit-shifting-1975-2019.pdf>

595/2003 Z.z. - Zákon o dani z príjmov