

Pomysł wprowadzenia podatku cyfrowego w Polsce

Ponownie rozważany w Polsce koncept podatku cyfrowego budzi poważne zastrzeżenia ze strony środowiska przedsiębiorców. Związek Przedsiębiorców i Pracodawców dostrzega potrzebę zwiększenia finansowania cyfryzacji w Polsce, jednak krytycznie odnosi się do propozycji dodatkowego obciążenia sektora. Poniżej przedstawiamy trzy kluczowe powody, dla których wprowadzenie podatku cyfrowego w Polsce to zły pomysł.

Niesprawiedliwość systemowa – potrzeba powszechnych rozwiązań zamiast sektorowego podatku

Podatek cyfrowy wymierzony jest wyłącznie w jedną branżę (głównie duże firmy internetowe i streamingowe), podczas gdy problem agresywnej optymalizacji podatkowej ma charakter systemowy i dotyczy wielu sektorów. Obecne międzynarodowe zasady opodatkowania nie przystają do realiów zglobalizowanej gospodarki. Globalne korporacje, niezależnie od branży w której funkcjonują, mają możliwość korzystania z zaawansowanych metod optymalizacji podatkowej, a w efekcie płacenia wyjątkowo niskich - w porównaniu do osiągniętych przychodów - kwot podatku dochodowego. Wyróżnianie w tym kontekście branży technologicznej jest niesprawiedliwe i nie daje się przekonująco uzasadnić - z przypadkami agresywnej optymalizacji mierzymy się bowiem w zupełnie "tradycyjnych" sektorach gospodarki, na co Związek Przedsiębiorców i Pracodawców już niejednokrotnie zwracał uwagę.

Zamiast doraźnie opodatkowywać tylko branżę technologiczną, potrzebujemy więc powszechnych rozwiązań uszczelniających system podatkowy. Trwa już globalna inicjatywa pod auspicjami OECD – tzw. Pillar One – mająca na celu nowe zasady alokacji dochodów największych korporacji do krajów, w których faktycznie działają ich użytkownicy i klienci. [4] Plan ten zakłada, że po wdrożeniu globalnego porozumienia państwa wycofają jednostronne podatki cyfrowe. Kompleksowe działania – obejmujące wszystkie branże – utrudnią unikanie opodatkowania niezależnie od sektora, wyrównując szanse konkurencji zgodnie z zasadą, że każdy duży podmiot powinien płacić sprawiedliwą daninę w miejscu prowadzenia realnej działalności. Tymczasem podatek cyfrowy byłby podejściem wybiórczym, systemowo niesprawiedliwym – piętnującym wyłącznie jedną grupę przedsiębiorstw.. ZPP opowiada się zatem za rozwiązaniami systemowymi (jak wdrożenie międzynarodowych uzgodnień podatkowych i uszczelnienie krajowych przepisów anty-abuzywnych), zamiast tworzenia sektorowego precedensu podważającego neutralność i równość systemu podatkowego.

Przerzucalność kosztów na klientów i negatywny wpływ na konkurencyjność oraz zatrudnienie

Doświadczenia państw, które wprowadziły podatek cyfrowy, pokazują, że jego ciężar jest w dużej mierze przerzucany na użytkowników końcowych oraz partnerów biznesowych objętych nim firm. W praktyce podatek od przychodów dużych firm cyfrowych działa podobnie do podatku obrotowego lub konsumpcyjnego – dostawca usługi dolicza dodatkowy koszt do ceny, jaką płaci klient. Według najnowszych analiz OECD z 2023 roku od 60% do 80% ciężaru podatku cyfrowego zostaje przerzucone na reklamodawców i konsumentów. To znaczy, że ekonomicznie obciążone zostają de facto krajowe firmy korzystające z platform opodatkowanych firm (np. kupujące reklamy) oraz zwykli obywatele jako użytkownicy usług. W konsekwencji rosną ceny usług cyfrowych, co szczególnie uderza w sektor MŚP, ograniczając jego konkurencyjność. Przykłady są namacalne: we Francji po wprowadzeniu podatku cyfrowego koszty reklamy online wzrosły o 2–3%, zaś w Hiszpanii ceny w e-handlu zwiększyły się o ok. 0,5–1%. Analiza Uniwersytetu w Mediolanie wskazuje, że wyższe koszty reklam obniżają zdolność konkurencyjną małych i średnich firm. Innymi słowy, to lokalne przedsiębiorstwa (np. sklepy internetowe, startupy technologiczne) płacą więcej za promocję swoich produktów, co hamuje ich rozwój. [2] Również przedstawiciele branży cyfrowej w Polsce alarmują, że ostatecznie “koszty podatku cyfrowego poniosą małe i średnie przedsiębiorstwa” korzystające z ekosystemu usług cyfrowych. Z perspektywy konsumentów podatek ten działa jak ukryta podwyżka cen – usługi streamingowe, platformy ogłoszeniowe czy dostawy zakupów online mogą zdrożeć, obciążając budżety gospodarstw domowych. Długofalowo taki dodatkowy koszt w systemie gospodarczym może przekładać się na niższy poziom inwestycji i mniejszą skłonność firm do tworzenia miejsc pracy, szczególnie w sektorze nowoczesnych usług.

Ryzyko polityczne i międzynarodowe – napięcia transatlantyckie nie warte potencjalnych wpływów

Polska, będąc suwerennym państwem, ma pełny tytuł do wprowadzania takich rozwiązań prawnych, jakie uznaje za stosowne. Nie uważamy wobec powyższego, by opinia jakiegokolwiek zagranicznego polityka powinna być kluczowym argumentem w dyskusji na temat implementacji konkretnych regulacji w kraju. Jednocześnie, zwłaszcza w kontekście napiętej i niepewnej sytuacji międzynarodowej, trudno jest abstrahować od kontekstu geopolitycznego. W przypadku podatku cyfrowego nie jest tajemnicą, że z uwagi na kraj pochodzenia obejmowanych nim firm, kluczowym przeciwnikiem rozwiązania pozostają Stany

Zjednoczone. Nie jest to też nowość - USA od lat postrzegają jednostronne podatki cyfrowe nakładane przez państwa jako uderzające w interesy amerykańskich firm i reagują na nie stanowczo. Już sama zapowiedź prac nad polskim podatkiem cyfrowym spotkała się z ostrą reakcją Waszyngtonu – nominowany ambasador USA Tom Rose publicznie ostrzegł, że będzie to “autodestrukcyjny podatek, który zaszkodzi tylko Polsce i jej relacjom z USA”, wprost domagając się wycofania projektu pod groźbą konsekwencji. [3] Nie ulega wątpliwości, że relacje transatlantyckie są w trudnym momencie. Działania nowej amerykańskiej administracji, jakkolwiek kontrowersyjne, nie przekreślają jednak wagi i znaczenia więzi łączącej Unię Europejską, w tym w szczególności Polskę, ze Stanami Zjednoczonymi. W tych skomplikowanych i niełatwych okolicznościach należy z tym większą uważnością unikać generowania nowych, dodatkowych napięć i - wzmacniając relacje i pozycję Polski wewnątrz Unii Europejskiej - w dalszym ciągu zabiegać o możliwie silny sojusz transatlantycki. Elementem takiego podejścia powinno być ograniczanie liczby pól do potencjalnych napięć i kolizji spojrzeń oraz interesów.

Podsumowanie

Zdaniem ZPP podatek cyfrowy w proponowanej formie byłby rozwiązaniem niesprawiedliwym i szkodliwym. Nie rozwiązuje on systemowo problemu unikania opodatkowania (a jedynie punktowo piętnuje jedną branżę), obciąża pośrednio polskich przedsiębiorców i konsumentów, a do tego generuje niepotrzebne napięcia w i tak już trudnej relacji transatlantyckiej. Zamiast wprowadzać nową daninę, Polska powinna skupić się na implementacji kompleksowych, multilateralnych reform podatkowych oraz usprawnianiu istniejących mechanizmów tak, by wszystkie firmy – niezależnie od sektora – uczciwie kontrybuowały do budżetu. W obecnej sytuacji gospodarczej i geopolitycznej stabilność oraz przewidywalność otoczenia regulacyjnego jest wartością nadrzędną, a podatek cyfrowy niestety tej stabilności nie służy.

Źródła:

1. Eurostat – Stopa bezrobocia w Europie (styczeń 2025). Komunikat Eurostat z 4 marca 2025 r. (dane: Polska 2,6%, Czechy 2,6% – najniższe w UE; Hiszpania 10,4% – najwyższe; Francja ok. 7,5%; Włochy ok. 6,3%) tvn24.pl; ec.europa.eu; eunews.it

2. Forsal.pl / PAP – “Eksperci ostrzegają: podatek cyfrowy podniesie ceny i uderzy w giełdę”, 21 marca 2025. (Analiza skutków podatku cyfrowego: przeliczanie 60–80% kosztów na klientów, przykłady wzrostu cen we Francji i Hiszpanii, wpływ na MŚP, opinie ekspertów oraz kontekst międzynarodowy) forsal.pl
3. Polskie Radio 24 – “Ministerstwo Finansów: nie pracujemy nad podatkiem cyfrowym”, 11 marca 2025. Wypowiedź ambasadora T. Rose o negatywnych konsekwencjach dla relacji Polska–USA) polskieradio24.pl
4. Tax Foundation – “Digital Services Taxes in Europe, 2024”, 7 czerwca 2023. (Przegląd podatków cyfrowych w Europie i kontekst inicjatywy OECD Pillar One – plan wycofania DST po wdrożeniu globalnych rozwiązań) taxfoundation.org
5. KPMG (Tax Alert) – “Globalny podatek minimalny od 1 stycznia 2025 r.” (Omówienie wdrożenia w Polsce globalnego minimalnego CIT 15% od największych korporacji, jako element przeciwdziałania erozji bazy podatkowej) grantthornton.pl
6. PAP/Bankier.pl – “Polska w czołówce UE pod względem najniższego bezrobocia”, 2 grudnia 2024. (Dane Eurostat: bezrobocie w Polsce 3,1% w X 2024, vs. Hiszpania 11,2%, Grecja 9,8% – kontekst klimatu inwestycyjnego) bankier.pl
7. PAP/TVN24 – “Polska i Czechy z najniższym bezrobociem w Unii Europejskiej”, 4 marca 2025. (Najnowsze dane Eurostat: Polska 2,6% bezrobocia, UE średnio 5,8%, strefa euro 6,2%) tvn24.pl
8. EUNews – “Eurozone unemployment at 6.2%. In Italy, it falls but stays among the highest”, 4 marca 2025. (Sytuacja we Włoszech: spadek bezrobocia z 7,1% do 6,3% w ciągu 2024 r., nadal wynik powyżej średniej UE) eunews.it
9. Instytut Spraw Obywatelskich / InStrat – “Podatek cyfrowy od gigantów. Ekspertyza...”, styczeń 2025. (Proponowane założenia podatku cyfrowego w Polsce – stawka 7% od przychodów powyżej określonych progów; przytoczone w celu ilustracji zakresu planowanej daniny) instytutsprawobywatelskich.pl