

Oporezivanje digitalne ekonomije

Banović, Josipa

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:148:284543>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-26**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet

Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij

Poslovna ekonomija – smjer Financije

OPOREZIVANJE DIGITALNE EKONOMIJE

Diplomski rad

Josipa Banović

Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet

Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij

Poslovna ekonomija – smjer Financije

OPOREZIVANJE DIGITALNE EKONOMIJE

TAXATION OF THE DIGITAL ECONOMY

Diplomski rad

Student/ica: Josipa Banović

JMBAG: 0067599300

Mentor/ica: Izv. prof. dr. sc. Dajana Barbić

Zagreb, listopad 2024.

SAŽETAK

Digitalna ekonomija proizašla kao rezultat tehnološkog napretka te primjene Interneta i IKT u poslovanju predstavlja temeljnu prekretnicu u vremenu moderne ekonomije. Standardni poslovni modeli i načini kreiranja vrijednosti zamijenjeni su inovativnim rješenjima koji su znatno unaprijedili poslovanje. Iako se za digitalnu ekonomiju najčešće vežu pozitivne konotacije koje označavaju napredak za svjetsku ekonomiju, ono ipak sa sobom nosi i određene rizike za poduzeća kao i za porezne vlasti. Neporeciva je činjenica da su poduzeća koja primjenjuju digitalnu tehnologiju konkurentnija od poduzeća koja pripadaju industrijskom gospodarstvu. Međutim, nijedan sistem nije savršen pa tako ni ovaj, a područje u kojem se najjasnije vide manjkavosti je upravo ubiranje izravnih i neizravnih poreza. Porezna tijela diljem svijeta se godinama bore s nezakonitim praksama izbjegavanja plaćanja poreza ili plaćanja manjeg od propisanog. Razlog toga su rupe u međunarodnim sustavima oporezivanja te neujednačenost regulatornih pravila. Većina velikih poduzeća koja djeluju na svjetskom tržištu te plasiraju svoje usluge i proizvode na raznorazna područja, podliježu BEPS praksi (Base Erosion and Profit Shifting) tj. premještanju dobiti u porezne oaze ili smanjivanje osnovice kako bi platili što manje. Navedena problematika je u fokusu OECD-a sa zemljama G20 te Europskoj komisiji, a zajednički cilj je definirati inicijative i prijedloge kojima bi se obvezivalo kompanije na ispunjavanje poreznih obveza koje imaju djelovanjem u digitalnoj ekonomiji.

Ključne riječi: digitalna ekonomija, transformacija poslovanja, oporezivanje, BEPS, digitalne usluge

SUMMARY

The digital economy that has emerged as a result of progress and application of the Internet and ICT represents the fundamental turning point in the modern economy. Standard business models and ways of creating value are replaced by innovative solutions that have significantly improved business. Although the digital economy is most often associated with positive connotations that represents progress for the global economy, that still brings some risks for the companies and tax authorities. The undeniable fact is the companies that use digital technology are more competitive than those that belong to the industrial economy. However, there is no perfect system including this one, and the area where deficiencies are most clearly visible is in the collection of direct and indirect taxes. Tax authorities all over the world are fighting against illegal practices like tax avoidance or paying less than prescribed. The reasons for this are holes in international tax systems and non-uniformity regulatory rules. The majority of big companies that operate on the world market and place their services and products in the various locations are prone to BEPS practice (Base Erosion and Profit Shifting) i.e. profit shifting to the tax havens or reducing the base to pay as little as possible. The mentioned issue is in the focus of the OECD together with G20 countries and the European Commission, and the common goal is to define initiatives and proposals which would oblige companies to fulfill tax obligations they have by operating in the digital economy.

Key words: digital economy, business transformation, taxation, BEPS, digital services

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je diplomski rad / seminarski rad / prijava teme diplomskog rada isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija.

Izjavljujem da nijedan dio rada / prijave teme nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog izvora te da nijedan dio rada / prijave teme ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem, također, da nijedan dio rada / prijave teme nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

(vlastoručni potpis studenta)

(mjesto i datum)

STATEMENT ON THE ACADEMIC INTEGRITY

I hereby declare and confirm by my signature that the final thesis is the sole result of my own work based on my research and relies on the published literature, as shown in the listed notes and bibliography.

I declare that no part of the thesis has been written in an unauthorized manner, i.e., it is not transcribed from the non-cited work, and that no part of the thesis infringes any of the copyrights.

I also declare that no part of the thesis has been used for any other work in any other higher education, scientific or educational institution.

(personal signature of the student)

(place and date)

SADRŽAJ

SAŽETAK	1
SUMMARY	2
1. UVOD	6
1.1. Predmet i cilj rada	6
1.2. Izvori podataka i metode istraživanja	7
1.3. Sadržaj i struktura rada	7
2. DIGITALNA REVOLUCIJA	2
2.1. Pojmovno određenje digitalne ekonomije.....	2
2.2. Povijesni razvoj digitalne ekonomije	4
2.3. Transformacija tradicionalne u digitalnu ekonomiju	5
2.3.1. Transformacija poslovanja u digitalnoj eri	6
2.3.2. Digitalna vs. Tradicionalna ekonomija	7
2.4. Prednosti i nedostaci digitalne transformacije	8
2.4.1. Prednosti digitalne transformacije.....	8
2.4.2. Nedostaci digitalne transformacije.....	9
3. STRATEGIJE DIGITALNOG GOSPODARSTVA.....	11
3.1 Digitalizacija gospodarstva	11
3.1.1. Vrste digitalnih usluga	11
3.1.2. Zakon o digitalnim uslugama - Uredba (EU) 2022/2065.....	12
3.1.3. Digitalizacija u gospodarskim sektorima.....	14
3.2 Strategija digitalne Hrvatske do 2032.godine	15
3.2.1. Trenutačno stanje digitalizacije hrvatskog društva i gospodarstva.....	16
3.2.2. Strateški ciljevi.....	18
3.3. Strategija jedinstvenog digitalnog tržišta	19
3.3.1. Strategija jedinstvenog digitalnog tržišta Europske Unije	19
4. PRISTUPI I INICIJATIVE U OPOREZIVANJU DIGITALNE EKONOMIJE.....	21
4.1. Ciljevi oporezivanja digitalne ekonomije	21
4.1.1. Generalni (opći) ciljevi	22

4.1.2. Specifični ciljevi	23
4.1.3. Načela digitalnog oporezivanja.....	23
4.2. Inicijative Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj u oporezivanju digitalne ekonomije.....	25
4.2.1. BEPS akcijski plan.....	26
4.2.2. Inkluzivni okvir Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj.....	30
4.3. Inicijative Europske komisije u oporezivanju digitalne ekonomije	34
4.3.1. Direktiva Vijeća o utvrđivanju pravila u vezi s oporezivanjem poduzeća značajne digitalne prisutnosti.....	35
4.3.2. Direktiva Vijeća o zajedničkom sustavu poreza na digitalne usluge na prihode koji proizlaze iz pružanja određenih digitalnih usluga.....	36
4.3.3. Zajednička konsolidirana osnovica poreza na dobit vs. Poslovanje u Europi: Okvir za oporezivanje dohotka	38
4.4. Izazovi oporezivanja i akcijskih planova	40
5. ANALIZA PLANIRANIH RJEŠENJA OPOREZIVANJA DIGITALNIH USLUGA	42
5.1. Odabrane zemlje Europske Unije	43
5.1.1. Češka.....	45
5.1.2. Španjolska	46
5.1.3. Italija	47
5.2. Odabrane zemlje Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj	47
5.2.1. Poljska.....	49
5.2.2. Novi Zeland	50
5.2.3. Kanada	50
6. ZAKLJUČAK.....	52
POPIS TABLICA	55
POPIS SLIKA.....	55
LITERATURA	56
ŽIVOTOPIS.....	62

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Digitalna tehnologija zadnjih par desetljeća doživljava svoj vrhunac te ulazi u sve sfere privatnog i društvenog života, a ujedno je postala neizostavan segment poslovanja koje se odvija na dnevnoj bazi. Prelazak s tradicionalnog na novi način poslovanja koji se pretežno oslanja na tehnologiju, označio je potpunu revoluciju u gospodarstvu na globalnoj razini.

Danas je većina populacije izložena društvenim mrežama i ima pristup brojnim platformama poput Instagrama, Facebooka, Tik Toka itd. S obzirom na involviranost u sve novitete koje donose, moguće je vidjeti i nove modele poslovanja koji danas u globalnom gospodarstvu zauzimaju veliki udio. Upravo su pružanje usluga i prodaja online te usluge posredništva i poslovi koji se odvijaju na digitalnim platformama u fokusu rada, točnije oporezivanje istih. U tradicionalnom načinu poslovanju jasno su određena pravila koja se poštuju prilikom oporezivanja dobiti te određuju da se dobit oporezuje tamo gdje se vrijednost i stvara. Međutim, postavlja se pitanje što s digitalnim kompanijama koje vrijednost stvaraju online, uključuju više korisnika odnosno krajnjih potrošača te usluge/proizvode plasiraju na daljinu bez posjedovanja poslovne jedinice na području u kojem ostvaruju profite. U takvom sistemu standardna porezna pravila nisu prikladna, stoga se zadnjih par godina EU i OECD aktivno bave ovom problematikom, nastojeći zadovoljiti interese svih uključenih subjekata.

Ciljevi diplomskog rada su pobliže definirati digitalnu transformaciju poslovanja i digitalnu ekonomiju te istaknuti razlike u odnosu na tradicionalnu ekonomiju. Također će se objasniti što podrazumijeva digitalizacija gospodarstva te koji je plan za RH u narednim godinama. U najvažnijem dijelu rada predstaviti će se teorijski okvir i pojedine inicijative oporezivanja digitalne ekonomije od strane EU i OECD-a te pravila koja su pojedine zemlje usvojile.

1.2. Izvori podataka i metode istraživanja

Za potrebe rada bit će analizirani sekundarni podaci prikupljeni iz izvora literature vezanih uz tematiku koja je analizirana u radu. Korištene su baze znanstvenih i stručnih radova te znanstveni i stručni članci i knjige pretežno stranih autora. Također su korištene web stranice relevantnih organizacija i institucija te njihova izvješća i publikacije.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Rad se sastoji od šest poglavlja, uključujući uvod i zaključak. Nakon uvoda, u drugom poglavlju, predstavljen je teorijski okvir digitalne ekonomije te digitalne transformacije, odnosno prednosti i izazova koje transformacija nosi sa sobom. Treće poglavlje odnosi se na analizu strategija digitalizacije i koristi od Jedinstvenog digitalnog tržišta. U četvrtom dijelu se prelazi na ključni dio rada, odnosno na inicijative OECD-a i Europske komisije u rješavanju problema oporezivanja. Nastavno na četvrto, u petom poglavlju rada detaljnije je analizirana primjena određenih inicijativa tj. stopa poreza u odabranim zemljama EU i OECD-a. Posljednje poglavlje je zaključak kao kratki rezime cijelog rada uz potencijalne preporuke koje bi mogle doprinijeti rješavanju iznesenog problema.

2. DIGITALNA REVOLUCIJA

Početak 1900-ih se smatra periodom u kojem je započeo prelazak s analognih elektroničkih i mehaničkih uređaja na digitalnu tehnologiju, odnosno razdobljem digitalne revolucije što se ujedno naziva i Trećom industrijskom revolucijom (Haradhan, M, 2021). Kao produkt daljnjeg razvoja tehnologije počelo je razdoblje Četvrte industrijske revolucije koje traje i danas. Neprekidan i eksponencijalni razvoj digitalnog poslovanja doveo je ne samo do značajnih otkrića i globalnog povećanja prihoda, već i do velikih izazova gotovo za svaku industriju koja je danas izložena transformacijama (Schwab, K., 2016). Digitalna revolucija uvelike je utjecala kako na način života i komuniciranja, tako i na poslovanje. Može se reći da digitalizacija kao takva ulazi u sve sfere života čineći ga itekako praktičnim i u poslovnom svijetu inovativnijim te efikasnijim.

2.1. Pojmovno određenje digitalne ekonomije

Tradicionalan način poslovanja se svakodnevno unaprjeđuje te se usvajaju i primjenjuju novi načini obavljanja određenih radnji i pružanja usluga, a jedan od glavnih razloga i pokretača svakako je rasprostranjena primjena digitalne tehnologije. Digitalna ekonomija je u suštini odraz razvoja digitalne tehnologije te njenog utjecaja na dosad uobičajeni način trgovanja, tj. plasiranja i plaćanja proizvoda i usluga. U Tablici 1 se nalaze definicije digitalne ekonomije kroz različita razdoblja, filtrirane s relevantnih izvora.

Tablica 1 - Razvoj definicije digitalne ekonomije

Izvor	Definicija
Tapscott 1996: The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence	Nema izravne definicije, ali to je nazvano "Doba umrežene inteligencije" gdje se radi "ne samo o umrežavanju tehnologije... pametnih strojeva... nego o umrežavanju ljudi kroz tehnologiju" koja "kombinira inteligenciju, znanje, i kreativnost za prodore u

	stvaranju bogatstva i društvenog razvoja".
Mesenbourg 2001: Measuring the Digital Economy (US Bureau of the Census)	Definirao digitalnu ekonomiju kao da "ima tri primarne komponente": - "Infrastruktura e-poslovanja je udio ukupne gospodarske infrastrukture koristi se za podršku procesa elektroničkog poslovanja i provođenja elektroničke trgovine" - "Elektroničko poslovanje (e-business) je bilo koji proces koji poslovni organizacija provodi preko računalno posredovane mreže" - "Elektronička trgovina (e-trgovina) je vrijednost prodane robe i usluga putem računalno posredovanih mreža"
Economist Intelligence Unit 2010: Digital Economy Rankings 2010	Nema eksplicitne definicije, ali se rangiranje digitalnog gospodarstva temelji na: "Kvaliteti IKT infrastrukture zemlje te sposobnosti njezinih potrošača, poduzeća i vlada da iskoriste IKT u svoju korist."
European Commission 2013: Expert Group on Taxation of the Digital Economy	"...gospodarstvo temeljeno na digitalnoj tehnologije (ponekad zvano internetska ekonomija)".
OECD 2013: The Digital Economy	"Digitalna ekonomija omogućuje i obavlja promet robe i usluge putem elektroničkih trgovina na internetu"
House of Commons 2016: The Digital Economy	"Digitalna ekonomija odnosi se na digitalni pristup robi i uslugama i na korištenje digitalne tehnologije za pomoć poduzećima."
Deloitte n.d.: What is Digital Economy?	"...gospodarska aktivnost koja rezultira milijardama svakodnevnih online veza među ljudima, tvrtkama, uređajima, podacima i procesima. Okosnica digitalne ekonomije je hiperpovezanost što znači rastuća povezanost ljudi, organizacija i strojeva što je rezultat interneta, mobilne tehnologija i internet stvari (IoT)".

Izvor: Izrada autorice prema Bukht, R., Heeks, R.(2017.) Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy, (SSRN working paper series, br. 68), preuzeto s:

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3431732

Iz priloženog se vidi da je mnoštvo različitih definicija digitalne ekonomije, a razlog tome je protok vremena te otkrivanje novih spoznaja. U samim počecima se fokus stavljao na Internet kao ishodišnu točku svega, dok se danas s tehnološkim napretkom veći naglasak stavlja na mobilne mreže, Big data i računarstvo u oblaku. Na temelju navedenih definicija može se zaključiti kako digitalna ekonomija funkcionira pretežno korištenjem digitalne tehnologije te da je ono ujedno i temelj razvoja iste, odnosno radi se o gospodarstvu čije su aktivnosti generirane ispreplitanjem tehnoloških i ljudskih napora te veza koje se uspostavljaju online. Međutim, iako se srž digitalne ekonomije pretežno veže uz Internet i online poslovanje, danas postaje pomalo teško razlučiti što pripada tradicionalnoj, što digitalnoj ekonomiji s obzirom opseg poslovanja te njihovo međusobno upotpunjavanje. (Bukht, R., Heeks, R., SSRN, 2017).

2.2. Povijesni razvoj digitalne ekonomije

Suvremeno gospodarstvo je doživjelo svoj procvat pojavom Interneta te njegovom implementacijom u poslovanje. Nova era poslovanja je dovela do restrukturiranja poslovnih modela i procesa, a kao polazna osnova i temeljni resurs koji vodi k stvaranju konkurentске prednosti, u vidu povećanja efikasnosti i efektivnosti performansa u poslovnom smislu, je bio Internet. Tradicionalne kompanije i gospodarstvo doživljavaju vrhunac povećanjem učinkovitosti i boljih rezultata.

Sušтина primjene Interneta i tehnologije počiva na unaprjeđenju gospodarstava, većoj involviranosti i komunikaciji subjekata, stoga je bitno istaknuti i važnost razvoja informacijsko-komunikacijske tehnologije (IKT) koja je označila prekretnicu i uzlet gospodarskog rasta i napretka u globalu. Kao plod IKT i interneta nastaje digitalna ekonomija, koncept koji potiče inovativnost, eliminaciju suvišnih troškova, stvaranje novih radnih mjesta i ulaganja u napredak. (Bukht, R., Heeks, R., SSRN, 2017.)

Već spomenuta Digitalna revolucija označila je prelazak s analognih i elektronskih tehnologija na digitalnu s ciljem što veće optimizacije i automatizacije poslovanja. Primjena digitalne

tehnologije u svakodnevnom životu kao i u poslovnoj sferi, u potpunosti je i nepovratno promijenila način obavljanja svakodnevnih aktivnosti, komuniciranja i poslovanja u globalu (Haradhan, M., 2021).

Galopirajući napredak u tehnološkom smislu, unazad par desetljeća uzrokovao je početak Četvrte industrijske revolucije, poznatije kao Industrija 4.0. Mogućnost povezivanja putem Interneta stvari (IoT), postojanje cyber-fizičkih sustava te pristup podacima i stvarnom vremenu, otvaraju novu dimenziju digitalizacije koja nudi puno širi i potpuniji način proizvodnje i poslovanja. Industrija 4.0 se ubrzano razvija te osim prilika ispred sebe otvara brojne izazove za radnike, poduzeća i države. Osim što se digitalizacijom ostvarila bolja komunikacija, obavljanje posla i surađivanje više sektora, ono je omogućilo da ljudi bolje razumiju poslovanje i procese te da lakše i efikasnije obavljaju pojedine aktivnosti, uz veću kontrolu i minimiziranje pogrešaka, pojednostavljuvanjem radnji te preskakanjem suvišnih koraka u procesu “prepisivanja”(Claduz, M. 2024).

Na Četvrtu industrijsku revoluciju se značajno odrazilo i vrijeme COVID-19 pandemije koje je iziskivalo brzu adaptaciju i transformaciju novonastalim uvjetima, a upravo je agilnost i mogućnost lakog modificiranja tehnologije bila jedna od ključnih prednosti kojim se nastavilo te unaprijedilo poslovanje i u vremenu nepredviđene stagnacije svih procesa. (Calvino, F., Criscuolo, C., Ughi, A., 2024.)

2.3. Transformacija tradicionalne u digitalnu ekonomiju

Digitalna ekonomija relativno je novi pojam ekonomije koji počiva na digitalnoj tehnologiji, i u današnjem industrijaliziranom okruženju predstavlja mogućnost rasta gospodarstava diljem svijeta. Tranzicijom iz jednog u drugi oblik ekonomije, otvorile su se nove mogućnosti razvoja u svakom pogledu, no isto tako je bilo potrebno restrukturiranje postojećih poslovnih modela, načina razmišljanja i obavljanja aktivnosti.

2.3.1. Transformacija poslovanja u digitalnoj eri

Digitalna transformacija kao posljedica uvođenja digitalizacije u obavljanje poslovanja je proces koji se događa evolucijski i nije ga moguće zaustaviti, samo je potrebna prilagodba jer se ne radi isključivo o tehnološkoj, nego i o kulturološkoj promjeni (Blatnik, D., 2022). S aspekta poslovanja, digitalna u odnosu na tradicionalnu ekonomiju, pruža potpuno novi način stvaranja vrijednosti kao i vrednovanja iste te plasiranja proizvoda na tržište. Izlazi van standardnih okvira te otvara novu dimenziju stvari, ostvarujući veoma dinamičan, prilagodljiv i inovativan sustav u kojem se vrlo brzo i lako postižu konkurentske prednosti, rast i rezultati na globalnom tržištu, ukoliko se na kvalitetan način upotrijebe znanja i vještine. No, isto tako stvaranje vrijednosti u digitaliziranom okruženju može biti itekako zamršeno te može iziskivati iteraciju postupaka kako bi se postigli željeni rezultati, a za to je ujedno potrebna snažna koordinacija i suradnja različitih sektora i pojedinaca. Za razliku od tradicionalne ekonomije koja je bila usko vezana za jednu lokaciju, u novoj ekonomiji ono ne predstavlja više ograničavajući čimbenik jer je bilo kakvu transakciju moguće obraditi putem Interneta. (Ungureanu, A. 2021.)

Bazirajući se na poslovanje, kod tradicionalnih ekonomija je glavni faktor za razvoj bio materijalne prirode, no s vremenom je otvorena nova domena gdje se briše fizičko, a u fokus se stavlja praktično znanje i dijeljenje istog. Korisnici, odnosno potrošači su sve više involvirani u procese koji danas zaobilaze nekadašnju masovnu proizvodnju te se usredotočuju na personalizirane proizvode za čiju izradu je itekako važna povratna informacija tj. doživljaj korisnika. Proizvodi generiraju vrijednost samo ukoliko je njihova primjena rasprostranjena jer bez obzira na uložene inpute u stvaranje nečega, bez velikog interesa, ono ne bi ostvarilo svoj maksimum (Komatina, A., 2016).

2.3.2. Digitalna vs. Tradicionalna ekonomija

Iako je krajnji cilj tradicionalne i digitalne ekonomije u svojoj srži isti, a odnosi se na stvaranje vrijednosti i generiranje prihoda, pojedinačne karakteristike se razlikuju. Prvenstveno, razmjena dobara koja se kod tradicionalne ekonomije svodi isključivo na fizičku i opipljivu imovinu, materijalne prirode te usluge koje su pružene individualno potrošačima, u vremenu digitalne ekonomije je zamijenjena nematerijalnim i digitalnim proizvodima koji su usmjereni široj javnosti. Dakle, radi se o sustavu u kojem je ostvarena mobilnost imovine, korisnika i funkcija poduzeća (Ungureana, A., 2021).

Lokacija i geografski položaj su za tradicionalne oblike poslovanja predstavljali ograničavajući parametar dok digitalna ekonomije ne poznaje granice te vrste. Poslovne operacije i procesi se obavljaju van poslovnih prostora, oslanjajući se na radnu snagu diljem svijeta, zamjenjujući fizičko umrežavanje i logistiku, online platformama putem kojih je moguće neograničeno povezivanje. Osim radne snage, ovakav način funkcioniranja je omogućio dopiranje i do najudaljenijih potrošača ukoliko posjeduju internet. (Ungureana, A., 2021)

Nadalje, troškovi pokretanja i vođenja poslovanja unutar digitalne ekonomije su značajno niži u odnosu na tradicionalnu u kojoj velika ulaganja iziskuje samo potrebna fizička infrastruktura.

Fleksibilnost poslovanja i skalabilnost su dvije veoma važne karakteristike za digitalnu ekonomiju u vremenu brzog mijenjanja stvari i izazova kojima su izloženi i pojedinci i velike korporacije. Asimetrija informacija o proizvodima i uslugama puno je rjeđa pojava u vremenu postojanja online platformi i društvenih mreža putem kojih korisnici izmjenjuju iskustva i informacije o svemu što ih interesira, ne oslanjajući se na ograničene informacije od strane pružatelja usluga, odnosno prodavača proizvoda (Kumar, S., 2024).

Razlike između ove dvije ekonomije je moguće sažeti u tri ključne stavke (Shah, R., 2023.):

1. u digitalnoj ekonomiji se vrijednosti razvijaju brzo i karakterizira ih eksponencijalan rast, dok se tradicionalna rjeđe razvija i rast je linearan,

2. u digitalnoj ekonomiji se trošenjem resursa i dijeljenjem istih povećava i stvara vrijednost, a u industrijskoj to prvenstveno predstavlja trošak,
3. ekonomski je isplativija digitalna jer su marginalni troškovi proizvodnje i distribucije proizvoda i usluga niži od istih u tradicionalnoj strukturi.

2.4. Prednosti i nedostaci digitalne transformacije

Nedvojbeno je da je digitalna transformacija pružila prednosti koje se ogledaju u mnoštvu multiplikativnih učinaka uključivanjem i aktivnim sudjelovanjem više proizvodnih lanaca u jedinstvenom informacijskom prostoru. Odraz digitalne transformacije na društvo u cjelini i ekonomsku sigurnost je dvosmislen (Karimov, N.G., Khamidova, F.A., Saydullaev, S.S., Parpieva, R.A., 2021). Iako se, sumirajući sve činjenice, dolazi do zaključka kako je više koristi digitalne transformacije, ipak postoje i negativne konotacije vezane uz istu.

2.4.1. Prednosti digitalne transformacije

U suvremenom okruženju značajnih tehnoloških otkrića i vještina, bilo je pitanje vremena kada će postojeći način poslovanja biti većim dijelom zamijenjen digitalnom tehnologijom. No, sama digitalna transformacija ima širu definiciju i nadilazi svoje značenje, odnosno puno je više od samog oslanjanja na tehnologiju, radi se o pridavanju veće uloge i značenja krajnjem korisniku. Digitalna transformacija donijela je mnoštvo prednosti koje su povećale funkcionalnost ekonomije i poslovanja te kao krajnji cilj ostvarile veće zadovoljstvo potrošača. Jedna od ključnih prednosti je bolja informiranost o preferencijama potrošača zahvaljujući analitičkim podacima na temelju kojih se proizvodi modificiraju kako bi što preciznije udovoljili njihovim zahtjevima i interesima. Ovakav način prikupljanja podataka ne bi bio moguć da nije došlo do razvoja novog načina komuniciranja putem društvenih mreža, mobilnih aplikacija i drugih medija kojima se postiže uska povezanost i veća interakcija između korisnika i pružatelja usluga, minimizirajući broj posrednika. Može se reći da je to transformacija pod vodstvom korisnika jer je jedna od temeljnih zadaća zadovoljiti njihove potrebe (Astapciks, I., 2023).

Osim navedenih prednosti koji se tiču pretežno korisnika, prelazak na digitalizaciju u vidu automatizacije i operativne učinkovitosti kombinacijom više faktora je dovelo i do većeg zadovoljstva zaposlenika. (Alshammari, K. H., 2023.) Premještanje rutinskih zadataka s ramena zaposlenika donijelo je pozitivno ozračje na većini radnih mjesta omogućivši baziranje na strateški teže i važnije poslove koji traže značajniji angažman, kreativnost i fokusiranost čime je ostvarena i veća produktivnost. Raznorazni digitalni alati su omogućili efikasniju prilagodbu novim potrebama tržišta te brže reakcije na promjene, čime si velike kompanije omogućavaju zadržavanje konkurentnosti u globalnoj tržišnoj utakmici i iskorištavanje novonastalih prilika koje se ukažu.

Kao rezultat svega navedenog i osim benefita ove prirode, uvođenje digitalnih strategija otvara i mogućnost rasta te ostvarivanja prihoda, odnosno poboljšanja financijskog rezultata uz veću učinkovitost i niže troškove. (Pratt M., K., 2024.)

2.4.2. Nedostaci digitalne transformacije

Prelazak na nove tehnologije i transformiranje tradicionalne ekonomije većinom predstavlja nešto pozitivno i korisno, gledano iz više kutova, ipak je nepremostiva činjenica kako ni u 21. stoljeću nemaju svi jednake prilike uživati pogodnosti digitalizacije. Iako je tehnologija naizgled neiscrpan izvor potencijala za kreiranje vrijednosti, činjenica da je za gotovo 2,7 mil. ljudi svijeta internet i dalje nepoznanica, ostavlja dojam da je digitalizacija i sav preokret koji donosi, rizik za nastanak još veće isključenosti i neproporcionalnog rasporeda mogućnosti te posljedično bogatstva, odnosno marginaliziranja društva (Kemp, S., 2024).

Nadalje, digitalna transformacija jest omogućila minimiziranje određenih troškova u vidu manjeg ulaganja u uredsku infrastrukturu ili rješavanja nepotrebne radne snage, no ipak integriranje tehnologije u sve pore poslovanja predstavlja ogroman izdatak za pojedince i velike kompanije. Odnosno, jedan od nedostataka je brzo zastarijevanje postojeće tehnologije te potreba za nabavom nove ili modificiranje stare. Iako se čini da danas tržište vrvi obučanim IT stručnjacima, ipak dolazi i do problema u pronalasku kompetentnih stručnjaka te financiranja njihove neprekidne naobrazbe. (Olmstead, L., 2024.)

Podaci u digitalnom formatu izloženi su velikom riziku otuđenja i probijanja od strane hakera te sama integracija digitalizacije u sve poslovne procese otvara vrata raznim napadima, a kako bi se takvo što spriječilo potrebno je uvijek biti korak ispred uz neprestana usavršavanja i edukacije zaposlenika u pogledu složenog upravljanja bazama podataka kao i ažuriranje sustava. Također, velik broj radnika koji su obavljali ponavljajuće poslove je zamijenjen strojevima, čime se smanjio broj radnih mjesta. Bez obzira na to što je tehnologija većini olakšala rasterećenjem od takvih poslova, ipak je nekolicina radnika samo za te poslove bila i obučena. (Aurel, C., 2023.)

Općenito je ovakav oblik transformacije prvotno uzrokovao skepticizam kod zaposlenika i kolektivni otpor promjeni, ne samo iz straha već i zbog svjesnosti koliko je resursa i vremena potrebno uložiti u samu implementaciju te koliko je zapravo suludo većinski se oslanjati na tehnologiju. Kako bi se izbjegao negativan učinak transformacije ovog tipa potrebno se usmjeriti na: a) pitanje regulacije te uspostave zakona i ograničenja u digitalnoj industriji b) raditi na povećanju broja digitalno pismenog stanovništva te obrazovanih stručnjaka kao i razvoj širokopojasnog pristupa internetu c) stvaranje pogodnog “teritorija” za razvoj digitalne industrije na različitim područjima (Digital Defynd, 2024).

3. STRATEGIJE DIGITALNOG GOSPODARSTVA

3.1 Digitalizacija gospodarstva

U posljednja tri desetljeća se gospodarstvo znatno promijenilo i s industrijskog evoluiralo u digitalno, odnosno se iz gospodarstva koje je u nedostatku inputa: drva, ugljena, ljudskog kapitala prebacilo u gospodarstvo obilnih inputa: ljudskih resursa prije svega, kreativnosti i socijalnih veza (Meredith, P., Stymiest, B., 2024). Sazrijevanje tehnologije i integracija raznih digitalnih alata te njihov prodor na tržišta doveli su do radikalnih promjena u poslovanju. U borbi za osvajanjem konkurentske prednosti, poduzeća se neprestano digitaliziraju što dovodi do potpuno novog okruženja te modifikacije gospodarstva kakvo je nekad bilo poznato (Reis, J., Amorim, M., Melão, N., Matos, P. 2018). Govoreći o diskutabilnom području ekonomske aktivnosti, pretežno se aludira na vrijednosti nematerijalne prirode, odnosno digitalne usluge koje se istovremeno pružaju većem broju korisnika i tako generiraju prihod. Jedno od najzahtjevnijih stvari vezanih uz digitalizaciju je bilo odrediti što se uopće smatra tim dijelom gospodarstva. Svaki element koji se oslanja na kodiranje podataka smatra se digitalnim elementom, a svaka transakcija koja se sastoji od dva i više ovakvih elemenata se kategorizira kao digitalna transakcija te dijelom digitalnog gospodarstva (Lucas-Mas, C. Ó., Junquera-Varela, R.F., 2021).

3.1.1. Vrste digitalnih usluga

Definicija digitalnih usluga obuhvaća usluge pružene putem elektroničkih mreža, odnosno interneta čija priroda omogućava da se najvećim dijelom obavljaju s minimalnim ljudskim učestvovanjem uz oslanjanje na automatizaciju. S obzirom na to da im je osnova informacijska tehnologija, u slučaju odsustva iste, njihov opstanak ne bi bio moguć. Navedene usluge uključuju (Europska komisija, 2018., str.14-15):

- (a) isporuku općenitih digitaliziranih proizvoda kao što je softver te njegovih preinaka i modifikacija sa svrhom nadogradnje;
- (b) usluge kojima se omogućava prisustvo ili privatne osobe ili poslovnog entiteta putem elektroničkih mreža poput web stranica;
- (c) automatizirane usluge koje se na temelju primateljeva unosa podataka isporučuju putem interneta tj. elektroničkih mreža;
- (d) prijenos koji se vrši uz dodatak prava koja se tiču prodaje robe i usluga korištenjem internetskih stranica tj. *online* tržišta putem kojeg korisnici iznose ponudu automatiziranim postupkom i preko kojeg su sve strane informirane o prodaji automatskom e-poštom poslanom s računala;
- (e) internetske pakete informacijskih usluga (ISP-e) čiji je pomoćni dio telekomunikacijska stavka, točnije paketi koji osim pristupa internetu imaju i druge elemente, kao što su stranice kojima su sadržaj vijesti, vremenska prognoza, turističke informacije, igre, rasprave na mreži i slično.

3.1.2. Zakon o digitalnim uslugama (DSA) - Uredba (EU) 2022/2065

Zadnja dva desetljeća bilježi se snažan napredak i razvoj ovog sektora, stoga je Direktivu o elektroničkoj trgovini iz 2000-ih bilo potrebno prilagoditi i doraditi u skladu s novonastalim tržišnim okolnostima. Kao produkt toga nastala je Uredba o digitalnim uslugama (eng. Digital Services Act, DSA) te tako postala ključni zakon kojim se uređuje pravni okvir pružanja digitalnih usluga na području EU. Direktiva o elektroničkoj trgovini se odnosila na internetske posrednike te se njom najviše nastojalo utjecati na minimiziranje ilegalnih radnji, širenje dezinformacija i manipulativnog sadržaja, kibernasilja i ciljanog oglašavanja. Akt o digitalnim uslugama i Uredba o digitalnim tržištem dio su Paketa digitalnih usluga, a njihovim kombiniranim djelovanjem stvara se sigurniji i otvoreniji digitalni prostor koji potiče inovativnost i konkurentnost te ujedno štiti prava potrošača u online domeni. Razlika navedenih uredbi je to što je u Zakonu o digitalnim uslugama fokus na zaštiti korisnika i reguliranju internetskog sadržaja dok je Uredba o digitalnim tržištima usredotočena na sprječavanje

utjecajnih digitalnih kompanija u onemogućavanju ostvarivanja konkurentnosti od strane drugih kompanija primjenom nepoštenih praksi, odnosno zalažu se za jednaka prava i mogućnosti svih sudionika u digitalnoj sferi. DSA pokriva sve vrste posredničkih usluga koje se pružaju fizičkim i pravnim osobama u EU, ali se odnose i na posrednike izvan EU koji djeluju na Jedinstvenom tržištu EU (Europska Unija, 2022). Popis usluga i njihovo objašnjenje se nalazi u Tablici 2.

Tablica 2 - Vrste posredničkih usluga prema DSA

POSREDNIČKA USLUGA	ZADATAK
Usluga “samo prijenosa” (eng. mere conduit)	Transmisija informacija putem komunikacijske mreže prikupljenih od korisnika koji prima uslugu ili od pristupanja u komunikacijsku mrežu.
Usluga “privremenog smještaja” (eng. caching)	Automatizirana i kratkotrajna usluga pohranjivanja informacije koja se prenosi komunikacijskom mrežom, radi postizanja efikasnijeg prijenosa informacija na zahtjev, u budućnosti.
Usluga “smještaja informacija na poslužitelju” (eng. hosting)	Skladištenje informacija prikupljenih na zahtjev i od strane primatelja.

Izvor: Izrada autorice prema IUS-INFO (2023.), Nova regulativa digitalnih usluga. Dostupno na: <https://www.iusinfo.hr/aktualno/u-sredistu/nova-regulativa-digitalnih-usluga-53882>

Uredbom su uređene i obveze koje imaju pružatelji usluga te se “osnovni” skup obveza odnosi na posredničke usluge i određivanje obveza vezano uz pregled uvjeta poslovanja kako bi se zadovoljili minimalni kriteriji u vidu transparentnosti i pravednosti te izvješćivanja o promjenama sadržaja na godišnjoj razini. Osim toga, dužni su odabrati pravnog zastupnika za europodručje te uspostaviti jedinstvenu točku kojom se postiže direktan kontakt između nadležnih tijela država članica, Europskog odbora za digitalne usluge, Komisije i pružatelja usluga (Barišić Kozina, T., 2023).

U navedeni skup “krucijalnih” obveza DSA za pružatelje usluga smještaja informacija na poslužitelju se uvodi obveza uspostave mehanizama koji služe prijavljivanje nezakonitih i

neprijemljenih sadržaja te poduzimanje mjera za njihovo rješavanje. Također, pružatelji usluga hostinga koji pripadaju internetskim platformama dužni su razviti interni sustav koji služi za besplatno podnošenje elektroničkih pritužbi na pojedine odluke o promjenama sadržaja, tj. omogućavaju slobodu govora. Uza sve navedeno, pružatelji su dužni težiti transparentnosti sustava te su odgovorni da korisnicima približe razjasne kako funkcionira softver koji služi predviđanju njihovih preferencija i na koji način prikupljaju potrebne informacije. (Europska komisija, 2020).

3.1.3. Digitalizacija u gospodarskim sektorima

Prelaskom s tradicionalnog načina proizvodnje i prodaje, digitalizacija je postepeno ušla gotovo u sve gospodarske sektore te tako dovela do značajnih promjena i revolucionarnih otkrića koja su pojednostavnila svakodnevne aktivnosti kao i složene poslovne procese. Implikativni učinak se očituje u svim gospodarskim sektorima što je dosad rezultiralo raznim inovacijama, a najznačajnije se ogledaju u idućim sektorima:

A) Digitalizacija maloprodaje – pojednostavljeno je i ubrzano obavljanje fizičke kupnje i obavljanje online kupnje koje je unaprijeđeno prikupljanjem podataka te razvijanjem proizvoda i usluga koje zadovoljavaju preferencije i potrebe potrošača te osiguravaju personalizirana iskustva za svakog pojedinog potrošača (Dedola, L., Ehrmann, M., Hoffmann, P., Lamo, A., Pardo, P. G., Slacalek, J., Strasser, G., 2023).

B) Zdravstvo – digitalizacija je donijela napredak omogućivši brže uspostavljanje dijagnoza, kraće vrijeme čekanja i smanjujući potrebu odlaska kod liječnika zahvaljujući podacima dostupnim na portalu e-Građani, brojne druge izume koji su olakšali operacije i liječenje kao i uvođenje e-uputnica, e-recepta itd. (AmCham, 2023.)

C) Obrazovanje – digitalna transformacija je razvojem e-dnevnika i e-učionica te platformi za održavanje online predavanja te virtualne stvarnosti, omogućila dostupnost obrazovanja široj populaciji, a brojnim obrazovnim ustanovama omogućila jednostavnije i fleksibilnije održavanje nastave u svim okolnostima (Claduz, M., 2024).

D) Bankarstvo – digitalna transformacija je zagazila u sferu bankarstva olakšavši obavljanje transakcija i drugih investiranja putem mobilnog bankarstva, obavljanjem plaćanja korištenjem e-novčanika, minimalizirajući potrebu za odlaskom u fizičke poslovice te omogućivši praćenje svih bitnih informacija i novosti koji bi mogli biti zanimljive korisnicima (Dedola, L. i sur., 2023).

E) Logistika – primjenom digitalnih rješenja su procesi transporta postali efikasniji i jednostavniji, omogućeno je praćenje proizvoda u tranziciji što je poboljšalo iskustvo kupnje kod potrošača te ujedno proizvođačima omogućilo da pravovremeno reagiraju na potencijalne nedaće u procesu i realiziraju isporuku proizvoda uz smanjene troškove (Dedola, L. i sur., 2023). Također se računalnim simulacijama i korištenjem virtualnih blizanaca, koji omogućavaju virtualni prikaz realnog stanja sinkroniziranog sa stvarnošću, ostvarila bolja organizacija i pozadina obavljanja spomenutih procesa. (CroSi, 2022).

F) Poljoprivreda – digitalni izumi olakšali su tradicionalno obavljanje raznih poslova kao i prilagođavanje klimatskim promjenama, a razni programi su poljoprivrednicima omogućili informiranje o novim praksama što je ujedno i prouzročilo korelaciju između visokih prinosa i digitalne poljoprivrede (McFadden, J., Casalini F., Griffin, T., Anton, J., 2022).

G) Turizam – digitalnom tehnologijom marketing se unaprjeđuje (korištenje virtualne stvarnosti) te se na taj način učinkovitije promiču različite kulture i poboljšava reklama određenih destinacija (Europska komisija, 2021).

3.2 Strategija digitalne Hrvatske do 2032.godine

Ključni pokretači promjena u gospodarstvu su ubrzan i kontinuiran razvoj digitalne tehnologije i umreženosti. Digitalizacija kao takva utječe na gospodarski rast, kroz različita istraživanja, investicije i privlačenje kvalitetnog poslovnog kadra (Hodžić, S., 2019). Iako je malo otvoreno gospodarstvo, Hrvatskoj je kao i drugim manjim zemljama, koncept digitalne ekonomije uvelike pridonio što se tiče položaja na globalnom tržištu. Razlog tome je što je postao skoro pa zanemariv segment veličina kompanija ili posjedovanje poslovnih jedinica te svi imaju priliku

kotirati na tržištu i nuditi svoje usluge i proizvode. Međutim, što se oporezivanja, pravila i politika tiče, neophodne su preinake brojnih sustava te formiranje sporazuma koji će biti prilagođen i približno jednak svima po pitanju regulacije gospodarstva i sustava oporezivanja.

Vizija Hrvatske do 2030.godine je postizanje sigurne, konkurentne i inovativne zemlje koja svima nudi jednake mogućnosti i prilike kao i jednake životne uvjete (NRS, 2030.), dok vizija digitalne Hrvatske do 2032. glasi: “Hrvatska unaprijeđena digitalnom transformacijom” (NN 2/2023). Kako bi postigla zacrtane ciljeve te postala gospodarski, društveno razvijena i klimatski neutralna zemlja, neminovno je iskorištavanje digitalne tehnologije te primjena inoviranih rješenja u provedbi programa.

Brojne zemlje svijeta su izložene posljedicama nedavne pandemije, a detaljnije analize su ukazale na činjenicu kako su države koje su većim dijelom oslonjene na digitalnu tehnologiju pretrpjele manje šokove te su zabilježile niže stope gospodarskog pada od zemalja koje su još digitalno “nezrele”. Iz toga se da zaključiti koliko digitalizacija može osnažiti jedno gospodarstvo i omogućiti veću otpornost u nedaćama na koje nailazi tijekom krize.

Usprkos tome što su informacijske i komunikacije tehnologije jedan od većih potrošača električne energije, pravilnim upravljanjem mogu se koristiti u svrhu ostvarivanja klimatske neutralnosti i resursne učinkovitosti, stoga je za očekivati da će se u provođenju navedene strategije nastojati ostvariti sinergija digitalne i zelene tranzicije (NN, 2/2023).

3.2.1. Trenutačno stanje digitalizacije hrvatskog društva i gospodarstva

Prilikom proučavanja stanja RH po pitanju digitalizacije sumirani su brojni statistički podaci i informacije te rezultati PESTLE i SWOT analize kako bi se utvrdili svi interni i eksterni čimbenici koji utječu na snage i slabosti i time imaju relevantan utjecaj na prioritetna područja: digitalnu tranziciju gospodarstva, digitalnu javnu upravu, razvoj digitalnih sposobnosti i otvaranje radnih mjesta te multikanalnih elektroničkih komunikacijskih mreža. Prvo prioritetno područje predstavlja digitalna tranzicija gospodarstva, a prema Indeksu gospodarske i društvene digitalizacije (DESI) iz 2022.godine, Hrvatska se nalazila na 14. mjestu među zemljama članicama EU, što je iznad prosjeka,. Također, u kategoriji malih i srednjih poduzeća u RH, primarnu razinu digitalne zastupljenosti ima minimalno 50% , dok je prosjek EU 55%. Hrvatska

je iznad prosjeka EU i po primjeni IKT s ciljem dugoročne održivosti okoliša kao i u upotrebi napredne digitalne tehnologije u poduzećima, poput računarstva u oblaku, e-računa itd. No ipak, Hrvatska nije svugdje iznad prosjeka pa je tako po pitanju zastupljenosti društvenih mreža u poslovanju tj. po primjeni naprednih IT rješenja u poduzećima ispod kao i po sposobnosti odgovaranja na prilike i prijetnje. Premda Hrvatska ima snažnu IT industriju što pogoduje daljnjoj digitalizaciji te godinama napreduje i raste na IMD-ovoj svjetskoj ljestvici digitalne konkurentnosti i dalje je, prema podacima iz 2023.godine, nisko rangirana u odnosu na ostale zemlje EU te se nalazi na 44. od 64 mjesta. Osim IKT industrije funkciju poluge za bržu digitalizaciju svakako predstavlja primjena digitalne tehnologije u financijskom sektoru jer bi veća zastupljenost digitalnih rješenja u vidu platnih sustava jačala vjerovanje u sigurnost takvog oblika funkcioniranja trgovine i pružanja usluga i povećane primjene (NN, 2/2023). Drugo prioritarno područje je digitalizacija javne uprave koja se postepeno postiže razvojem i kontinuiranim unapređenjem portala eGrađani koji korisnicima nudi preko 100 usluga iz 12 područja koja pokriva. No, usprkos tome Hrvatska je, prema određenim parametrima i DESI kategoriji Digitalnih javnih usluga, 2022.godine bila ispod prosjeka EU, konkretno na 23. mjestu od 27. Razne studije ukazuju na to da se sporo digitalizira zbog nedovoljnog iskorištavanja IKT kapaciteta i potencijala u stvaranju inovativnog načina pružanja e-usluga te tako zaostaje za ostatkom EU. Iz navedenog proizlazi da je neophodna implementacija novih digitalnih rješenja u funkcioniranju e-uprave, nadograđivanje trenutne informacijske infrastrukture te reforma kompletnog sustava pružanja e-usluga (NN, 2/2023). Treće promatrano područje predstavlja razvoj širokopojasne komunikacijske mreže, a Hrvatska je po sposobnosti povezivanja na začelju među članicama EU dok je najveći izazov s kojim se susreće, a utječe na razvoj navedenih mreža, pokrivenost ruralnih područja adekvatnom infrastrukturom za prijenos velikih podataka i služenje naprednom tehnologijom (NN, 2/2023). Posljednje prioritarno područje jesu digitalne kompetencije i radna mjesta. Prema DESI komponenti “ljudski kapital”, Hrvatska je izvrsno pozicionirana među članicama EU, te se nalazi na 9.mjestu. Međutim, na hrvatskom tržištu ipak nedostaje IKT stručnjaka sa zadovoljavajućim kompetencijama. Poražavajući je udio obrazovane mlade radne snage koja se zadržava na tržištu rada te se ista ne može nadomjestiti nekolicinom stručnjaka koji pristižu iz inozemstva. Nužna je reforma cjelokupnog sustava te pridavanje veće značajnosti edukaciji u smjeru digitalizacije jer se trenutno Hrvatska nalazi u točki disbalansa

između potreba i stanja na tržištu, ne samo što se tiče IKT stručnjaka već i neinformatičkih zanimanja koje traže posjedovanje digitalnih vještina (NN, 2/2023).

3.2.2 Strateški ciljevi

Prethodno spomenuta prioritetna područja i trenutno stanje vezano uz njih predstavljali su ishodišne točke za razvoj strateških ciljeva koji se nastoje realizirati u doglednom razdoblju. Ukupno su definirana četiri strateška cilja, a to su: stvaranje razvijenog i inovativnog digitalnog gospodarstva, digitalizacija javne uprave, omogućavanje pristupa i korištenja mreža velikih kapaciteta te razvoj digitalnih kompetencija neophodnih za život i rad u digitalno doba (NN, 2/2023).

- Prvi strateški cilj je stvaranje razvijenog i inovativnog digitalnog gospodarstva

U fokusu cilja je digitalna transformacija gospodarstva s naglaskom na malim i srednjim poduzećima koji se nalaze ispod prosjeka EU prema digitalnom intenzitetu, odnosno prakticiranju digitalizacije čime je direktno narušena i njihova konkurentnost. Također će se nastojati poticati rast IKT sektora administrativnim i parafiskalnim rasterećenjem te optimizacijom postojećeg poreznog zakonodavstva. Osim toga, jedan od planova je i posvetiti se razvoju kreativnih vještina i kibernetičkoj sigurnosti čime bi poraslo povjerenje u digitalnu tehnologiju.

- Drugi cilj je digitalizirana javna uprave

S obzirom na to da je višestruko djelovanje digitalizacije javne upravne na cjelokupni razvoj hrvatskog društva, neophodna je reforma postojećeg sustava. Navedeni strateški cilj se zalaže za dostupne, brze, cjenovno prihvatljive i kvalitetne usluge kojima će se stvoriti pozitivno i efikasno poslovno okruženje te potaknuti građane na ravnopravno sudjelovanje i time racionalizaciju poslovanja.

- Treći cilj su razvijene, dostupne i korištene mreže velikih kapaciteta

Realizacija navedenog cilja je preduvjet za razvoj digitalnih usluga kojima će se prenositi razni poslovni modeli te koji zahtijevaju brzinu i egzaktnost prijenosa. Ostvari li se gigabitna povezanost, podatkovni promet eksponencijalno će rasti i minimizirati će se digitalni jaz između ruralnih i tradicionalnih područja što će omogućiti ravnopravni regionalni razvoj.

- Četvrti cilj je razvijanje digitalne kompetencije za život i rad u digitalno doba

Posjedovanje digitalnih kompetencija danas je neizostavan segment u bilo kojem obliku poslovanja, kako za obavljanje svakodnevnih zadataka tako i za zadržavanje konkurentnosti neprestanim razvojem inovativnih rješenja. Zbog međuovisnosti interneta, digitalne tehnologije i radne snage neminovno je raditi na usavršavanju navedenih vještina. Do 2030. godine EU ima plan opskrbiti digitalnim vještinama 80% zemalja i na taj način ujedno povećati i broj IKT stručnjaka.

3.3. Strategija Jedininstvenog digitalnog tržišta

Optimizacija poslovanja potaknuta digitalizacijom, omogućila je rast i razvoj tržišta u više smjerova. Međutim razvoj navedenog se ne prati po svim zemljama jednako te dolazi do nastanka neravnoteža i prepreka koje se nastoje riješiti stvaranjem Jedininstvenog digitalnog tržišta (JDT). Temeljni cilj JDT-a je uklanjanje nacionalnih barijera prilikom obavljanja internetskih transakcija, što podrazumijeva slobodu kretanja kapitala, roba, usluga i ljudi. Navedeno ne bi utjecalo samo na smanjenje transakcijskih troškova i uvođenje poslovnih modela s prihvatljivim utjecajem na okoliš, već i na razne pogodnosti od kojih bi potrošači izravno imali koristi kao što su veći izbor kvalitetnih proizvoda, niže cijene koje je lakše uspoređivati, pristup informacijama i nove poslovne prilike (Europska komisija, 2017).

3.3.1. Strategija Jedininstvenog digitalnog tržišta EU

Strategija se sastoji od ukupno 16 ciljanih akcija koje se temelje na tri stupa i kojima se namjerava poduzeti skup mjera u određenom vremenskom periodu sa završetkom u 2016. godini (Europska unija, 2015).

Prvi stup za cilj je imao poboljšati potrošačima pristup digitalnim dobrima i uslugama diljem Europe. Pod okriljem ovog stupa Komisija predložila pravila kojima se prekograničnu trgovinu nastojalo učiniti jednostavnijom i bržom, također je predložena revizija Uredbe o suradnji za zaštitu potrošača radi dosljednog provođenja potrošačkih prava. Dalje se radilo na efikasnijoj i pristupačnijoj prekograničnoj dostavi paketa te na sprječavanju nepravednog geo-blokiranja,

odnosno ograničavanje pristupa internetskom sadržaju na temelju geografske lokacije korisnika čime se znatno trebao povećati izbor mogućnosti za europske korisnike online usluga. Također su se namjeravali identificirati potencijalni problemi koji su utjecali na europska područja e-trgovine zalažući se za moderniji, više “europski” pristup u poštivanju zakona o autorskim pravima. Posljednje dvije stavke su obuhvaćale pregled Satelitske i kabelske direktive da bi se procijenilo je li potrebno proširiti njezin opseg kako bi se uključili emitenti online prijenosa te smanjilo administrativno opterećenje za poduzeća, uzrokovano različitim režimima PDV-a.

Drugi stup strategije pri stvaranju Jedinственog digitalnog tržišta EU je predstavljao inicijativu stvaranja pravednih i univerzalnih uvjeta za procvat digitalnih mreža i inovativnih usluga. Komisija je za ostvarenje tog cilja predložila remont telekomunikacijskih pravila EU kao i reviziju audiovizualnog medijskog okvira kako bi se bolje uklopio u 21.stoljeće. Nadalje, plan je bio analizirati kakva je uloga internetskih platformi kao što su tražilice ili društveni mediji na Jedinственom digitalnom tržištu te procijeniti kako spriječiti ilegalan sadržaj. Samim tim bi poraslo povjerenje u digitalne usluge, osobito u rukovanje osobnim podacima koji su na internetu izloženi raznim prijetnjama. Ovo je ujedno podrazumijevalo i pregled Direktive o e-privatnosti te ugovaranju partnerstva s industrijom koja radi na osiguravanju kibernetičke sigurnosti u okviru tehnologije i internetske mrežne sigurnosti (Europska komisija, 2024).

Posljednji stup se usmjerio na iskorištavanje potencijala za rast i razvoj digitalnog gospodarstva. S ciljem ostvarivanja spomenutog, Komisija je predložila "Inicijativu slobodnog protoka podataka" i inicijativu “Europski oblak” kako bi se promicala sloboda kretanja podataka u EU. Izuzev toga, definirani su prioriteti za standarde i kompatibilnost uređaja, aplikacija, mreža i usluga koje su kritične i ključne za ostvarivanje jedinstvenog tržišta. Kao posljednji cilj navodi se podrška i poticaj za uključivo digitalno društvo u kojem građani posjeduju kompetencije i vještine kojima bi mogli ispitati i iskorištavati mogućnosti interneta te posljedično povećati vjerojatnost pronalaska posla (Europska unija, 2015).

4. PRISTUPI I INICIJATIVE U OPOREZIVANJU DIGITALNE EKONOMIJE

S poreznog aspekta digitalna ekonomija smatra se važnim izvorom rasta i otvaranja novih radnih mjesta u kombinaciji istraživanja, kvalificiranog kadra i inovativnih rješenja, kako u EU tako i u svijetu općenito. Stoga je regulatorni okvir bilo potrebno veoma pomno i smišljeno restrukturirati sa svrhom ostvarivanja maksimalnog potencijala. Kako bi se potakle investicije i rast sektora, bilo je potrebno osigurati poticajno i povoljno okruženje, a to je jedino bilo moguće prilagodbom porezne politike (Jimenez, A.M., 2018).

Tradicionalna porezna pravila su postala neprihvatljiv i neadekvatan okvir koji bi se mogao primijeniti u novom okruženju u kojem se prodaju proizvodi i nude usluge koje nisu fizičkog karaktera. Ako se i ubiru porezi od digitalnih poduzeća, znatno su niži nego u tradicionalnim poduzećima (Phoomsavarth, M., 2023). Također je jedan od problema bila i pristranost poreznih pravila po državama te je tog razloga je bilo potrebno utvrditi skup poreznih pravila kako bi se način oporezivanja ujednačio u različitim zemljama te osigurala pravednost kao i ne narušavanje poreznih osnovica u zemljama (Porezna uprava, 2014). Dakle, cilj jest oporezivati digitalnu ekonomiju, a da se pritom: izbjegnu veliki troškovi usklađivanja, promiču pravna i regulatorna sigurnost, ublaži utjecaj na mala i srednja poduzeća te da se zanemare ideje o selektivnim mjerama, odnosno državnim uplitanjima u pravila oporezivanja i da se zaštite male zemlje koje bi mogle ostati na gubitku s obzirom da se pravila kreću prema jurisdikcijama odakle potječu korisnici usluga (Jakob, N., Simonelli, F. 2019).

4.1. Ciljevi oporezivanja digitalne ekonomije

Djelovanje unutar digitalne ekonomije omogućava poduzetnicima da iz potpuno drugačije perspektive gledaju na svjetsko tržište, zanemarujući sve dosadašnje prepreke smatrajući ih suvišnim okvirima. Krucijalni segment uspjeha na “novom” tržištu je kreativnost u osmišljavanju inovativnih proizvoda i usluga koje se bez barijera mogu transportirati na globalno tržište. Neizostavni dio za pravedno i učinkovito funkcioniranje ovog sistema je i plan oporezivanja

ostvarene dobiti u digitalnoj sferi poslovanja. Problem neusklađenosti mjesta naplate poreznog prihoda i mjesta korištenja digitalnih usluga se nastoji riješiti paketom dugoročnih mjera (Europska unija, 2022).

Spletom okolnosti zadnjih par godina prouzročenih globalnom Covid-19 pandemijom, ubrao se razvoj digitalnog gospodarstva. Onemogućeno kretanje ljudi izvan granica svojeg mjesta obitavanja poticajno je utjecalo na rast digitalnog poslovanja, posebno e-trgovine koja je u to vrijeme bila i jedini način obavljanja transakcija. Analizom OECD-a dobiveni su rezultati koji pokazuju kako su poduzeća u to vrijeme brže prihvaćala i uvodila digitalna rješenja sa svrhom zadržavanja kontinuiteta poslovanja, kako ona napredna tako i ona koja se dotad nisu oslanjala na digitalizaciju, što je uzrokovalo heterogenost među njima (Calvino, F., C. Criscuolo i A. Ughi, 2024). Usporedno s razvojem ovog sektora, rasla je i dobit trgovačkih društava te multinacionalnih kompanija (MNK). Iako je rast digitalnog sektora trebao na neki način i pridonositi javnim financijama, kao jedan od vodećih problema u doba procvata digitalnog gospodarstva javila se praksa izbjegavanje plaćanje poreza ili porezna evazija odnosno radnje premještanja dobiti u porezne oaze. Rezultat toga je ujedinjavanje snaga Europske Unije i OECD-a sa skupinom G20 kako bi se uspostavila odgovarajuća porezna politika kojoj je cilj bio rješavanje ili barem ublažavanje navedenog problema (Porezna uprava, 2014).

4.1.1. Generalni (opći) ciljevi

Opći ciljevi oporezivanja digitalne ekonomije su ustanovljeni od strane Europske komisije te predstavljaju generalno i vremenski ujednačeno rješenje, a sastoje se od četiri stavke. Prvenstveno su usmjereni na zaštitu integriteta Jedinstvenog digitalnog tržišta te na ostvarivanje nesputanog funkcioniranja takvog tržišta. Drugi cilj teži sprječavanju erozije nacionalnih poreznih osnovica te održavanju stabilnosti javnih financija članica Unije. Europska komisija osim toga nastoji ostvariti socijalnu pravednost, odnosno jednake prilike i mogućnosti za poslovanje svih pojedinaca EU. S obzirom na to da je Europskoj komisiji temeljni cilj bila uspostava efikasnog poreznog sustava u kojem će se pravedno bilježiti mjesto stvaranja vrijednosti i poslovanja, posljednji cilj je usmjeren na onemogućavanje poreznog planiranja te

obvezivanje digitalnih poduzeća na plaćanje poreza u jurisdikciji u kojoj ostvaruju dobit. (Europska komisija, 2018).

4.1.2. Specifični ciljevi

Za razliku od općih ciljeva, specifični nisu jednaki za privremeno kao i za sveobuhvatno rješenje, odnose se na porezni okvir koji bi bio prilagođen ekonomiji novog stoljeća, odnosno namijenjen oporezivanju digitalne ekonomije. S obzirom na neprilagođenost tradicionalnog sustav oporezivanja, kao imperativ oporezivanja se postavljaju obvezno definiranje osnove po kojoj bi se oporezivale digitalne aktivnosti te ostvarivanje jednakih uvjeta za poduzetnike koji djeluju na zajedničkom tržištu, a to bi bilo moguće uspostavom stabilnog okvira koji se tiče oporezivanja, a da je pritom dovoljno fleksibilan za preinake i prilagodbu na nacionalnoj razini. U specifične ciljeve spada utvrđivanje modela prema kojem bi se oporezivale digitalne usluge dok se ne postigne međunarodni konsenzus kao dugoročnije rješenje ovog pitanja (Žaja, M. M., Klemens, A., 2022).

4.1.3. Načela digitalnog oporezivanja

Bunn i suradnici (2020.) su definirali osnovna načela kojih se nužno pridržavati prilikom oporezivanja u digitalnoj ekonomiji, a to su: jednostavnost, transparentnost, neutralnost i stabilnost (Bunn, D., Asen, E., & Enache, C., 2020).

1. Jednostavnost

Porezni zakoni bi trebali biti jednostavni i razumljivi kako za porezne obveznike tako i za vlade zemalja da bi ih se mogli pridržavati, provoditi ih i upravljati njima. Digitalne porezne politike ne prolaze test jednostavnosti ukoliko važne definicije ostanu nejasne ili ako se dodaju nepotrebni izazovi usklađenosti za tvrtke koje pokušavaju shvatiti koliko poreza su dužni platiti. Navedeno proizlazi iz nejasnih standarda za identifikaciju opsega poslovnih elemenata za virtualne stalne poslovne jedinice i poreze na digitalne usluge. Iako je širi koncept pojedinih digitalnih poreza jednostavan, kompleksnost se javlja u praktičnom dijelu identificiranja relevantnih korisnika i prihoda, ponekad bez jasnih uputa kako to činiti. Vlade će se također suočavati i s izazovima pri procjeni je li neka

digitalne tvrtka platila točan iznos poreza, a posebno za digitalne porezne politike koje se oslanjaju na mjesto korištenja, odnosno lokaciju korisnika.

2. Transparentnost

Porezne politike moraju transparentno i jasno definirati što obveznici moraju platiti i u kojem vremenskom periodu. Prikrivanje poreznih opterećenja kod složenih struktura bi trebalo izbjegavati. Digitalni porezi su ponekad osmišljeni kao slabo prikrivena zamjena za ostale poreze (porez na potrošnju ili dobit), a ne kao produžetak već postojećeg poreza. Uz to, porezi na digitalne usluge obično imaju niže zakonske stope, no s obzirom na to da se primjenjuju na dobit, a ne na dohodak, porezno opterećenje je veće od onog što stopa implicira.

3. Neutralnost

Svrha poreza je prikupiti dovoljno poreznog prihoda, bez da se favorizira jedne, odnosno kažnjava druge industrije ili djelatnosti. Pojedini digitalni porezi djeluju na način kojim se stvara neutralnost između digitalnih i običnih poslovnih modela. Neutralni tretman potrošnje može biti rezultat proširenja poreza na potrošnju kao i proširenje pravila o stalnim poslovnim jedinicama u skladu s jasnim tržišnim vezama među poslovnim jedinicama. Međutim, ciljani porezi na digitalne usluge i povlastice za hi-tech tvrtke stvaraju neujednačen porezni tretman na osnovu industrije ili sektora kojem poduzeće pripada.

4. Stabilnost

Poreznim obveznicima bi trebali biti osigurani predvidljivi i konzistentni porezni zakoni, a vlade ne bi trebale pribjegavati donošenju privremenim poreznih zakona. Brojne digitalne politike su dizajnirane kao privremena rješenja s vremenskim rokovima vezanim uz međunarodne sporazume o promjenama. Privremene porezne politike stvaraju neizvjesnost i izazove kako za administraciju tako i za usklađivanje. Nadalje, porezne politike su često usmjerene na određene poslovne aktivnosti koje neprestano evoluiraju kako se digitalizacija ekonomije nastavlja. Stoga, politike ne bi trebale biti osmišljene oslanjajući se na definicije poslovnih aktivnosti koje podliježu promjenama u dinamičnoj ekonomiji.

4.2. Inicijative OECD-a u oporezivanju digitalne ekonomije

U posljednjem desetljeću se tradicionalni način poslovanja brojnih kompanija iz korijena promijenio, neki podaci pokazuju kako je većina zemalja s razvijenom digitalnom ekonomijom u tom periodu zabilježila brži porast BDP-a, nego zemlje koje zaostaju za razvijenim digitalnim oblicima poslovanja. Međutim, digitalizacija je utjecala i na stanje zastarjelosti tj. neprikladnosti dotad primjenjivanih poreznih zakona te se javila potreba za uspostavom novih poreznih okvira koji bi bili uvaženi standardi u cijelom svijetu (Török, L., 2024).

Kao što je već prethodno spomenuto, jedna od većih prednosti za multinacionalne kompanije, ali i prijetnja javnim financijama diljem zemalja, je upravo neobavezna prisutnost poslovne jedinice u državama unutar kojih posluju. Razlog zbog kojeg je ovo problem na globalnoj razini je spomenuta praksa brojnih kompanija izbjegavanja plaćanja poreza uopće kroz porezno planiranje te strategije porezne erozije osnovice i prelijevanja dobiti u jurisdikcije u kojim se ne posluje, ali su porezi niski ili ne postoje (OECD, 2020).

Ujedinjenim snagama su znanstvenici sa Sveučilišta u Kopenhagenu i Kaliforniji su napravili podatkovnu bazu koja omogućava uvid u informacije gdje pojedine svjetske korporacije knjiže. Na taj način se omogućava utvrđivanje iznosa prebačene dobiti i smanjivanja poreznih računa određene kompanije. Multinacionalne korporacije su u 2019. godini prenijeli 1 bilijun dolara, što je za 10% smanjilo globalni primitak na osnovu poreza na dobit. Najveći gubitak porezne dobiti je u zemljama EU, dok MNK s američkog područja prebacuju otprilike 60% svog profita. U EU su glavna odredišta prebacivanja profita Irska, Luksemburg i Nizozemska i tu odlazi čak 77% ostvarene dobit. Produkt premještanja dobiti je smanjenje poreznog prihoda od 18% u EU, 14% u SAD-u, 5% u drugim zemljama OECD-a i 5% u zemljama u razvoju (Tørsløv, T., Wier, L., Zucman G., 2022.). Jedna od posljedica takvog djelovanja je pojava porezne konkurencije koja najčešće negativno utječe na donošenje investicijskih odluka i pothvata te naposljetku uzrokuje nepovjerenje u porezni sustav.

4.2.1. BEPS akcijski plan

Pri izradi nacionalnih poreznih pravila, suverene zemlje najčešće ne uzimaju u obzir porezna pravila i regulative u drugim zemljama te njihovom interakcijom dolazi do jaza i nesrazmjera koje pojedinci mogu iskoristiti dok je drugima potencijalno na štetu. Odnosno velike korporacije koje djeluju na više svjetskih tržišta, mogu biti izložene riziku dvostrukog oporezivanja ili opciji u kojoj je njihov korporativni prihod lišen bilo kojeg poreza zbog nedefiniranih mjerila i mjesta oporezivanja. Kao produkt međunarodne suradnje proizašla su zajednička načela i mreža bilateralnih poreznih ugovora kojima je cilj sprječavanje dvostrukog oporezivanja kod prekogranične trgovine. Vremenom su otkrivene brojne slabosti pravila te otvorene prilike za BEPS akcije, odnosno aranžmane kojima se ostvaruju niže porezne obveze zahvaljujući premještanju dobiti u jurisdikcije koje su pogodnije ili ne podliježu oporezivanju. Kako bi se spriječile daljnje nezakonite prakse BEPS-a, OECD u suradnji sa zemljama G20 radio je na utemeljenju međunarodnih standarda kojima bi se prevenirali navedeni problemi vezani uz izbjegavanje plaćanja poreza. Akcijskim planom BEPS, OECD evidentira 15 mjera koje se nalaze unutar 5 područja i time ističe kritične točke oporezivanja digitalne ekonomije, a temeljna nastojanja plana su: jačanje koherentnosti domaćih pravila koja imaju utjecaj na prekogranične aktivnosti, jačanje zahtjeva o sadržaju prema međunarodnim standardima te povećanje transparentnosti i sigurnosti poreznog sustava (OECD, 2024). Navedeni projekt je za cilj imao riješiti problem “rupa” u sustavu oporezivanja te ujednačavanje sustava oporezivanja na međunarodnoj razini. Akcijskim planom su utvrđene radnje koje je nužno podnijeti, potrebni resursi i rokovi unutar kojih se namjeravaju ostvariti ciljevi (OECD, 2013).

A) BEPS i indirektno oporezivanje

Suprotno svijetu koji se brzo razvija i u kojem je globalizacija uzela maha, nacionalne politike oporezivanja su ostale na jednakom nerazvijenom nivou koji je doveo do problema otvaranja mogućnosti dvostrukog neoporezivanja pri kupnji/prodaji digitalnih usluga i dobara.

Akcijska mjera 1 BEPS plana za temeljni cilj postavlja identifikaciju i rješavanje problema na koje nailaze međunarodne porezne politike u vezi s digitalnom ekonomijom. Kada se radi o B2C

transakcijama, navedenom mjerom se naglašava potreba da se obveza plaćanja PDV-a prebacuje na određenu jurisdikciju odnosno zemlju u koju se proizvod distribuira i troši. U prekograničnoj trgovini kada više nije neophodno posjedovati poslovnu jedinicu u zemlji u kojoj se proizvodi i usluge prodaju, dolazi nerijetko do problema izbjegavanja plaćanja poreza. Razlog je toga što u situaciju u kojoj se na tržište plasiraju primjerice filmovi preko platforme (ili neko drugo nematerijalno dobro dostupno na internetu), usluga je usmjerena na potrošače koji je mogu koristiti putem svojih privatnih uređaja u okviru svojeg doma ukoliko imaju osiguranu internet podršku bez obzira na destinaciju na kojoj se nalaze i bilo koji drugi čimbenik. Dvije su moguće opcije, prva je da postoji obveza prikupljanja i naplaćivanja PDV-a u zemlji u kojoj se pruža usluga, ako se radi o rezidentnom pružatelju koji je pod istom tržišnom jurisdikcijom kao i potrošač. No, druga situacija u kojoj se radi o nerezidentnom pružatelju online sadržaja dovodi do problema kod oporezivanja, odnosno određivanja hoće li se poštovati sustav PDV-a u zemlji krajnjeg potrošača ili pružatelja. Ako se podilazi sustavu oporezivanja prema zemlji odakle dolazi usluga, pružatelj će platiti porez prema stopi utvrđenoj u toj jurisdikciji. Ali u slučaju da se radi o tržišnoj jurisdikciji koja primjenjuje nultu stopu ili je niža negoli u zemlji korisnika, iznos prikupljenog prihoda od poreza će biti nizak i neraspodijeljen u zemlju krajnjeg potrošača (OECD, 2013).

Ukoliko se radi o B2B transakciji poslovni korisnik bi trebao sam razrezivati PDV prema mehanizmu obrnute naplate. Do rizika BEPS-a dolazi ukoliko poduzeće isporučuje primjerice financijske usluge koje ne podliježu PDV-u, a u zemlji primatelje ne postoji obveza samooporezivanja PDV-om ili se usluge oporezive u zemlji isporučitelja. Do idućeg izazova dolazi u slučaju kada poduzeće s različitih lokacija pribavlja digitalnu opskrbu za pružanje usluga na više tržišta, a PDV se primjenjuje samo u zemlji u kojoj subjekt kupuje isporuku.

Osim spomenutih izazova, akcijskim planom se nastojao riješiti problem koji se odnosio na oporezivanje uvoza male vrijednosti koji nisu ulazili u sustav PDV-a. Današnja jednostavnost obavljanja online kupnje i obavljanja e-transakcija potiču potrošače na kupnju proizvoda od raznoraznih inozemnih proizvođača te tako jačaju njihovu konkurentnost na domaćem tržištu i lokalne dobavljače stavljaju u strateški lošiji položaj. Takav pritisak i prikaz iskorištavanja rupa u sustavu oporezivanja može motivirati domaće dobavljače da razmatraju opciju prebacivanja poslovnica u offshore “područja” te da tako izbjegnu svoju obvezu plaćanja PDV-a za isporuke

manje vrijednosti. Stoga se za isporuku e-usluga na daljinu u B2C transakcijama nastojalo ozakoniti načelo oporezivanja prema odredištu uz obvezu naplate PDV-a i od pružatelja. U zemljama koje ne implementiraju načelo odredišnog oporezivanja, može doći do problema dvostrukog oporezivanja. Akcija 1 također naglašava potrebu pojednostavljivanja procesa registracije kako bi se smanjili i troškovi usklađivanja (OECD, 2013).

Prema podacima iz 2023.godine, ukupno je 138 jurisdikcija članica OECD/G20, što je cca. 90% svjetskog BDP-a, radilo na implementaciji i provedbi globalnog poreznog sporazuma (OECD, 2023).

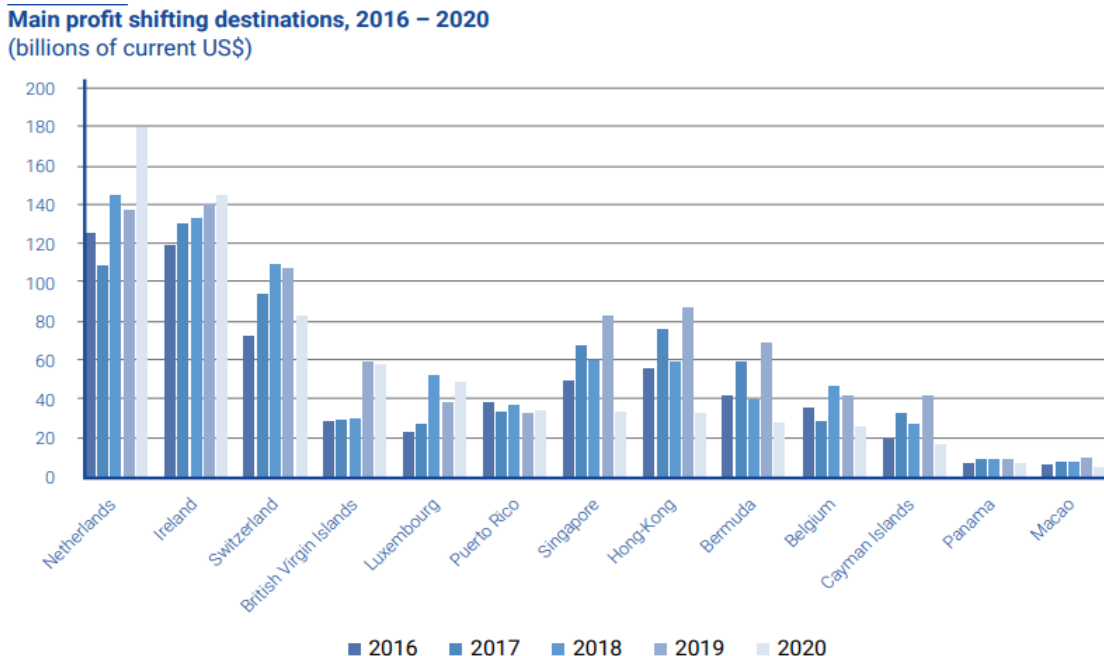
B) BEPS i direktno oporezivanje

Širenjem digitalne ekonomije za međunarodne porezne politike predstavlja izazovno područje zbog prevelikog oslanjanja na nematerijalnu imovinu te uporabu podataka (ponajviše osobnih) kojima se kreira vrijednost i ostvaruje prihod za koji je teško odrediti kojoj nadležnosti pripada. Došlo je do pitanja izvora stvaranja vrijednosti i profita te određivanja koncepta oporezivanja koji se primjenjuje. BEPS se prvenstveno pojavljuje kod direktnog oporezivanja. Razlog navedenog je zakon kojim se dobit oporezuje samo ondje gdje postoji stalna poslovna jedinica, što dovodi do situacije u kojoj se većina poduzeća stacionira u području koje im najviše odgovara te od tamo pružaju koristi diljem svijeta i povećavaju profit. Prekogranična trgovina, u vidu prodaje proizvoda i pružanja usluga krajnjim potrošačima na daljinu te djelovanjem u više jurisdikcija, ide u prilog postupcima prebacivanja dobiti ili uopće izbjegavanja plaćanja poreza.

Usporedno sa širenjem i integracijom gospodarstva na globalnoj razini, zasnivale su se i razvile velike kompanije te su počele zauzimati veliki udio u svjetskom BDP-u, a trgovina među poduzećima je odnosila veći dio ukupne svjetske trgovine. Sve veći fokus je pridat uslužnom gospodarstvu i digitalnim proizvodima, što je poduzećima pojednostavnilo lociranje aktivnosti proizvodnje i isporuku proizvoda putem interneta potrošačima koji su daleko od njihove poslovne jedinice koja egzistira u fizičkom obliku. No, usprkos ovim olakotnim okolnostima za pojedina poduzeća i kupce, navedeno je dovelo i do radnji čija je pravednost i zakonitost upitna. Naime, poslovanje na daljinu je stvorilo uvjete pogodne za porezno planiranje i poreznu arbitražu, odnosno smanjivanje poreznog opterećenja brojnim poduzećima, a nesavršenosti koje proizlaze iz ovoga se nastojalo riješiti BEPS projektom, s više akcijskih planova (Olbert, M.,

Spengel, C., 2019). Akcijskim planom 1 u planu suzbijanja BEPS-a prepoznat je navedeni problem te se nastojalo izjednačiti mjesto oporezivanja dobiti s mjestom odvijanja aktivnosti i stvaranja vrijednosti. Razlog tome je što iz spomenutih praksa više strana izlazi oštećeno. Smanjen porezni prihod direktno utječe na javne financije, tj. smanjivanje investicija i posljedično gospodarskog rasta. Prebacivanje dobiti u jurisdikcije pogodnih poreznih pravila, daleko od mjesta obavljanja aktivnosti, čini štetu poreznim obveznicima u toj jurisdikciji jer snose veći porezni teret. Osim toga, tržišno natjecanje je narušeno jer se manja poduzeća ne mogu uspoređivati svjetskim korporacijama koje sele svoj prihod kako bi platile manje ili izbjegle plaćanje poreza (OECD, 2013). Transferne cijene se također nalaze u problematici BEPS plana, jer mnoge svjetske korporacije osnivaju društva kćeri kako bi prividno smanjili dobit koju ostvaruju u zemlji u kojoj im je sjedište te kojima transferiraju dio dobiti u zemlje s nižim stopama poreza (OECD, 2020). Primjerice Microsoft intelektualno vlasništvo prodaje svojim podružnicama koje se nalaze u poreznim oazama te njima plaća za korištenje tog intelektualnog vlasništva te umjesto da se dobit očitava u SAD-u ili UK, to se događa upravo tamo gdje će biti malo oporezivana. U slučaju Microsoft-a se radi o Puerto Ricu gdje je stopa poreza na dobit bila 0%. No, ne radi se ovdje samo o jednoj kompaniji, tu su brojne druge koje pronalaze svoja utočišta, kao što su Facebook, Amazon itd. (Bloomberg Tax, Song, M. 2024) Slika 1 prikazuje o kojim se zemljama najčešće radi kod prebacivanja dobiti radi pogodnih stopa. Još jedan “opravdan” način zbog kojeg kompanije izbjegavaju oporezivanje u zemljama u kojima posluju je taj što nemaju poslovne jedinice u fizičkom obliku već se djelovanje svodi na digitalnu prisutnost, stoga se Akcijskom mjerom 7 navodi nužnost uvođenja virtualnih poslovnih jedinica te njihovo poistovjećivanje sa tradicionalnim, čime bi se omogućilo oporezivanje dobiti u svakoj od država u kojoj određeno poduzeće posluje. Akcijske mjere 8-10 se zalažu za izjednačavanje mjesta oporezivanja dobiti s odredištem gdje se ta dobit stvara, odnosno mjesto kreiranja vrijednosti s tim da se Akcija 8 usredotočuje na nematerijalnu imovinu dok se 9 i 10 tiču izbjegavanja prijenosa rizika među članovima ili raspodjele prekomjernog kapitala na njih (OECD, 2013).

Slika 1. Glavna odredišta prebacivanja profita



Izvor: EU Tax observatory (2024.)

https://www.taxobservatory.eu/wwwsite/uploads/2023/10/global_tax_evasion_report_24.pdf

4.2.2. Inkluzivni okvir OECD-a

U izjavi Inkluzivnog okvira OECD-a i skupine zemalja G20 o BEPS-u iz listopada 2020. godine predviđeno je rješenje pokriveno unutar 2 stupa: Prvi stup (*Pillar One*) je koncentriran na mjesto oporezivanja dobiti, a Drugi stup (*Pillar Two*) se bazira na uvođenje minimalnog poreza na globalnoj razini. U 2021. godini je više od 135 članica Inkluzivnog okvira, koje ujedno čine i preko 95% svjetskog BDP-a, prihvatilo navedeno rješenje u okviru dva stupa kojim bi se reformirala međunarodna pravila oporezivanja te osiguralo pravedno plaćanje poreza od strane svih multinacionalnih kompanija koje ostvaruju zaradu izvan teritorijalnih granica države porijekla. Rok za implementaciju pravila je postavljen na 2023. godinu (OECD, 2021). OECD je također obznanio kako se ne planiraju uvoditi novi PDU (porez na digitalne usluge) niti nove

inicijative oporezivanja do kraja 2024. godine ili dok ne stupi Multilateralna konvencija (MLC) na snagu (Bloomberg Tax, 2024).

A) Prvi stup (Pillar one)

Prvim stupom namjeravalo bazirati na velike svjetske kompanije, točnije one koje ostvaruju minimalno 20 mlrd. EUR konsolidiranog prihoda u fiskalnoj godini i čija je profitna marža veća od 10% u tom razdoblju, i od njih potraživati plaćanje poreza na lokacijama u kojima se nalaze njihovi krajnji potrošači i gdje ostvaruju profit, ako ne u punom iznosu, onda barem dijelom. U skladu s Nacrtom, ključni elementi Prvog stupa mogu se grupirati u tri komponente (OECD, 2020):

Novo porezno pravo za tržišne jurisdikcije (Iznos A) - predstavlja nadopunu već postojećim pravilima raspoređivanja dobiti s tim da ne bi bio ograničeno na uzak krug multinacionalnih kompanija već bi bilo široko rasprostranjen i time bi se omogućila preraspodjela dobiti u više jurisdikcija u kojima kompanije posluju. Temeljne značajke koje uključuje novo pravo oporezivanja su:

- utvrđivanje nalazi li se poslovni entitet unutar grupe koja zadovoljava uvjete, odnosno u okviru minimalnog praga ostvarenih prihoda u fiskalnoj godini. Cilj je osigurati niže troškove usklađivanja te izbjegavanje prelijevanja dobiti,
- određivanje izvora, odnosno porijekla prema vrsti prihoda,
- nakon što je utvrđeno da prihod u velikoj jurisdikciji prelazi 1 mil. EUR te u maloju 250 tisuća EUR, dužnost za MNK je izračun prilagođene dobiti. Upravo iznos A tržišnim jurisdikcijama raspoređuje udio prilagođene dobiti. Izračun se temelji na relevantnoj formuli kojoj su osnova konsolidirani financijski izvještaji iz koji se sagledava računovodstveno-financijska situacija u promatranom periodu. Nakon izračuna prilagođene dobiti, slijedi definiranje dijela dobiti koji se raspodjeljuje. Preraspoređena dobit po jurisdikciji je 25% iznad praga profitabilnosti (10%), a podjela prema jurisdikcijama ide prema udjelu lokalnog prihoda određene jurisdikcije u cjelokupnom prihodu grupe kojoj pripada. Oporezivanje se individualno određuje ovisno o režimu primjenjivom unutar pojedine jurisdikcije,

- režimom prijenosa gubitka će se osigurati da nema dodjeljivanja iznosa A ukoliko poslovanje nije profitabilno. Da bi se osiguralo da se iznos A odnosi samo na ekonomski profit, u obzir će se uzeti MNK kojima je dopušten prijenos gubitaka nastalih prije uvođenja iznosa A u režim prijenosa gubitaka, koji će se orijentirati na buduće zarade kako bi se gubici prebijali,
- mehanizam za uklanjanje dvostrukog oporezivanja se sastoji od dvije komponente: pronalaska i identifikacije obveznika plaćanja i metode uklanjanja. Da bi se identificirali obveznici za plaćanje iznosa A potreban je proces od 4 etape. Prva od njih je analiza poslovanja kako bi se utvrdilo koliko je poduzeće profitabilno i postoji li mogućnost plaćanja iznosa A. Prioritetno pravilo bi se potom primijenilo na obveznike koji su u vezi s jurisdikcijom u kojoj se ubire obveza, a obveznici koji ne generiraju adekvatnu dobit potrebu će biti izuzeti i taj će se iznos raspodijeliti među drugim subjektima. Konačni cilj je identifikacija subjekata koji snose poreznu obvezu te upotreba metode izuzeća ili kreditne metode za izbjegavanje dvostrukog oporezivanja od strane prebivališne jurisdikcije,
- tamo gdje MNK prakticiraju novo pravo oporezivanja, planira se razviti administrativno jednostavniji postupak s ciljem minimiziranja tereta podnošenja i plaćanja što ide u prilog poreznim upravama i obveznicima,
- implementacija novog prava oporezivanja bi se postigla kroz restrukturiranje domaćeg zakona putem instrumenata međunarodnog javnog prava, posebno bi potrebna bila multilateralna konvencija koja bi uz domaći zakon bila upotpunjena smjernicama tamo gdje bi bilo neophodno.

Fiksni povrat za određene osnovne marketinške i distribucijske aktivnosti (Iznos B)

Dvije su temeljne svrhe *Iznosa B*, prva je pojednostavljivanje pravila primjene pravila transfernih cijena i snižavanje troškova usklađivanja za porezne obveznike. Druga svrha *Iznosa B* bi bila povećati poreznu sigurnost i smanjiti nesuglasice između poreznih obveznika i uprava. Iz ovog razloga su ga članovi Inclusive Frameworka i MNK priznali ključnim dijelom Prvog stupa kojim bi se mogle ostvariti željene koristi.

Namjena Iznosa B bi bila približiti se rezultatima utvrđenim prema ALP-u (Arm's length principle), a temeljio bi se na komparativnoj analizi kompanija u skladu s metodom transakcijske neto marže (TNMM) s kvantitetom koja bi varirala po industriji. Rezultat toga bi bio raspon potencijalnih fiksnih povrata koji bi bili osigurani za nadoknadu osnovnih marketinških i distribucijski aktivnosti unutar Iznosa B.

Poboljšani proces porezne sigurnosti

Prvi stup uključuje inovativne mehanizme rješavanja i sprječavanja sporova. Navedeni mehanizmi bi trebali poštovati suverenitet jurisdikcija uz plaćenu naknadu u slučaju određenih gospodarstava u razvoju koji nemaju ili imaju nisku razinu međusobnog dogovora (MAP – mutual agreement procedure).

B) Drugi stup (Pillar two)

Globalna pravila protiv erozije osnovice (GloBe - Global anti-base erosion) su za cilj imala koordinirati sustav oporezivanja s naglaskom na MNK i obvezu plaćanja minimalnog poreza na prihod ostvarenog u jurisdikcijama u kojima ga stvaraju (OECD, 2021). Vlade su se pretežno oslonile na ovu inicijativu obvezivanja na minimalne stope poreza na dobit, kao potencijalno rješenje problema nejednakih mogućnosti u određenoj tržišnoj jurisdikciji, u kojoj su strani proizvođači postali neravnopravni konkurenti domaćim proizvođačima. Ključni zaštitni mehanizmi koji bi u sklopu pravila GloBe, osim minimalnog oporezivanja dobiti, spriječili dvostruko oporezivanje ekonomske dobiti, prilagodbu različitim poslovnim modelima i sustavima oporezivanja raznih jurisdikcija, univerzalna i transparentna pravila kao te snižavanje troškova administracije i usklađivanja su pravilo o uključivanju prihoda (IIR) i pravilo o nedovoljno oporezivanoj dobiti (UTPR). Kriteriji za određivanje opsega efektivnog oporezivanja su kod oba pravila jednaka te se odnose na MNK i povezane poslovne subjekte u okviru konsolidirane grupe čiji je prihod u financijskim izvještajima minimalno dvije od četiri prethodne fiskalne godine veći od 750 milijuna eura te bi oni bili dužni plaćati 15% “dodatnog poreza” ako je efektivna porezna stopa ispod minimalne (OECD, 2021). IIR kao primarni alat bi imao funkciju uključivanja dohotka prema hijerarhijskom rasporedu od vrha prema dnu u

primjenjivanju dodatnog poreza. Odnosno, krajnji matični entitet (UPE) bi trebao plaćati porez proporcionalan dodijeljenom udjelu. Ukoliko je UPE pozicioniran u jurisdikciji koja ne podliježe pravilu IIR, idući matični entitet dobiva obvezu plaćanja dopunskog poreza (OECD, 2021).

UTPR kao drugi mehanizam GloBe pravila će se primjenjivati ukoliko pravilo uključivanja dohotka (IIR) ne obuhvaća izračunati dopunski porez. Dakle, radi se o rezervnom alatu koji služi za direktno podizanje poreza na podružnice, uz neophodne prilagodbe u vidu ukidanja odbitaka ili povećanja oporezivog dohotka. (OECD, 2021).

Europska Unija (EU) uz nekolicinu drugih zemalja je odredila da će pravila Drugog stupa stupiti na snagu u 2024. godini dok su ostali naznačili početak provedbe u 2025. godini (KPMG, 2023).

4.3. Inicijative Europske komisije u oporezivanju digitalne ekonomije

Temeljni cilj formiranja Jedinственog digitalnog tržišta je otvaranje jednakih digitalnih mogućnosti za sve sudionike na europskom, odnosno svjetskom tržištu. Na taj način bi se eliminirao problem podijeljenosti tržišta, potaknule bi se brojne inovacije te bi svi pojedinci mogli iskoristiti dinamičnost i prilike koje nudi tržište. S obzirom na to da državne granice više nisu bitne te da je besmisleno voditi se poreznim zakonima koji su na snazi u određenoj zemlji, na takvom tržištu je nužno je uspostaviti pravedan i učinkovit sustav oporezivanja koji bi bio primjenjiv za sve članove. Dva su zakonska prijedloga oporezivanja digitalnog gospodarstva iz 2018.godine kojim se osim uspostave pravednog sustava oporezivanja namjeravao riješiti i problem agresivnog poreznog planiranja (Europska komisija, 2018.):

- reforma pravila o porezu na dobit s idejom da se dobit oporezuje tamo gdje tvrtke imaju značajnu digitalnu prisutnost
- razvoj privremenih poreza za prihode od digitalnih usluga

Osim navedena dva prijedloga direktiva vezanih uz oporezivanje digitalnog gospodarstva, kako bi se izbjegla situacija u kojoj 27 članica donosi pravila svojstvena određenoj zemlji i time uzrokuju još veću pomutnju na europskom tržištu, Europska komisija je 2016. razvila još jedan prijedlog koji se odnosio na tzv. Zajedničku konsolidiranu osnovicu poreza na dobit (CCCTB) koja je bila produžetak već postojećeg prijedloga o zajedničkoj osnovici poreza na dobit

(CCTB). Međutim, taj prijedlog nije ozakonjen zbog političkih i tehničkih pitanja te je ujedno i smijenjen nakon uvođenja BEFIT-a (Business in Europe: Framework for Income Taxation) (Bray, S. Mengden, A., 2023).

4.3.1. Direktiva Vijeća o utvrđivanju pravila u vezi s oporezivanjem poduzeća značajne digitalne prisutnosti

U prijedlogu Europske komisije koji se odnosi na uspostavu pravednog okvira za oporezivanje digitalne ekonomije razmatra se pitanje oporezivanja dobiti koja je proizašla iz značajne digitalne aktivnosti. Porezna politika i pravila oporezivanja koja su na snazi nisu adekvatni alat kojim bi se ravnomjerno oporezivalo digitalno gospodarstvo u zemljama članicama Unije. Upravo zbog nepostojanja univerzalnih pravila oporezivanja, područje digitalne ekonomije postalo siva zona u kojoj su mnoga poduzeća pribjegavala praksi izbjegavanja plaćanja poreza, snižavanju porezne osnovice i prebacivanju dobiti u porezne oaze, što je dovelo do snižavanja prihoda od poreza u zemljama EU (Thomadakis, A., 2023).

Prijedlogom Direktive se nastoje odrediti iznos oporezive veze za digitalna poduzeća kojima poslovanje nije ograničeno na državni teritorij te pružaju digitalne usluge i proizvode bez posjedovanja poslovne jedinice. Sukladno članku 3, Direktivom se utvrđuju pravila kojim se nadograđuje postojeći koncept poslovne jedinice što se primjenjuje za porez na dobit u svakoj zemlji članici uz dodatak stalne digitalne prisutnosti, odnosno obavljanja djelatnosti u potpunosti ili dijelom korištenjem digitalnog sučelja, a da pritom zadovoljava barem jedan od navedenih uvjeta (Europska komisija, 2018):

- iznos prihoda od pružanja digitalnih usluga korisnicima unutar jurisdikcije prelazi 7 milijuna EUR
- broj korisnika u zemlji članici u poreznom razdoblju prelazi 100.000
- sklopljeno više od 3.000 poslovnih ugovora za digitalne usluge u poreznom razdoblju

Osim spomenutog, uvjet je da je aktivnost koja se obavlja uz digitalnu prisutnost relevantna za razvoj, održavanje, napredak, zaštitu i iskorištavanje nematerijalne imovine tvrtke (Europska komisija, 2018).

Stavkom 5. čl. 5, definirane su ekonomske aktivnosti koje se obavljaju sa značajnom digitalnom prisutnošću ili u vezi s njom te uključuju: 1) prikupljanje, pohranjivanje, obrada, analiza, implementacija i prodaja na razini korisnika 2) prikupljanje, pohranjivanje, obrada i prikaz sadržaja kojeg korisnici stvaraju 3) prodaja online prostora za oglašavanje 4) stavljanje na raspolaganje sadržaja izrađenog od treće strane na digitalnom tržištu 5) pružanje bilo koje digitalne usluge koja nije navedena u točkama 1-4.

Ključnim ciljem navedene Direktive se smatra poboljšanje otpornosti internog tržišta kako bi se nesmetano moglo odgovoriti na izazove koji proizlaze iz digitalnog gospodarstva, ne zanemarujući načela porezne neutralnosti i slobodnog kretanja te pružanja usluga na jedinstvenom tržištu između različitih poduzeća u Uniji kao i izvan nje. Ovaj cilj je nemoguće ostvariti individualnim djelovanjem svake države članice jer digitalne tvrtke imaju mogućnost poslovanja bez prisutnosti ili s minimalnom fizičkom prisutnošću u okviru određene jurisdikcije, stoga je veoma važno imati utvrđena pravila kojim bi se obvezalo poduzeća na plaćanje poreza u jurisdikciji u kojoj generiraju dobit (Europski parlament, 2018).

4.3.2. Direktiva Vijeća o zajedničkom sustavu poreza na digitalne usluge na prihode koji proizlaze iz pružanja određenih digitalnih usluga

Postojeća pravila oporezivanja dobiti su osmišljena za tradicionalna poduzeća te podrazumijevaju da se dobit oporezuje ondje gdje se stvara vrijednost. Neporezni rezidenti postaju porezni obveznici ukoliko u zemlji imaju ustaljenu poslovnu jedinicu. Međutim, navedena pravila nisu prihvatljiva što se tiče digitalnih aktivnosti kada fizička prisutnost poduzeća više ne predstavlja ograničenje pri pružanju usluga te je njihova primjena dovela do neusklađenosti između mjesta oporezivanja dobiti i mjesta stvaranja vrijednosti. Iz porezne perspektive, ovo predstavlja dvostruki izazov. Prvenstveno, input koji je dobiven od tvrtke korisnika, što je zapravo kreiranje vrijednosti za tvrtku, može se nalaziti pod poreznom jurisdikcijom u kojoj poduzeće nije fizički prisutno i kao takvo se ne može oporezivati. No, s

druge strane, čak ako i tvrtka postoji i u fizičkom obliku u jurisdikciji gdje se nalaze korisnici, vrijednost koja je kreirana njihovim učestvovanjem, ne uzima se u obzir pri odlučivanju o visini poreza koji se mora platiti u svakoj zemlji. Ovo također za posljedicu ima izbjegavanje utvrđenih pravila stalne poslovne jedinice kojim se narušava jednakost tržišnog natjecanja te dovodi do negativnog utjecaja na porezne prihode (Enache, C., 2024).

Direktivom su obuhvaćeni novi poslovni modeli koji ne bi mogli egzistirati u današnjem obliku bez participacije korisnika. Uloga koju obnašaju korisnici digitalni usluga je znatno kompleksnije od one koju imaju tradicionalni kupci. Usluge se mogu pružati na daljinu, stoga su ovi poslovni modeli najzaslužniji za različito mjesto gdje se stvara, a gdje oporezuje dobit. Međutim, objekt oporezivanja su prihodi dobiveni monetizacijom unosa korisnika, a ne njihovim sudjelovanje zasebno (Europska komisija, 2018).

Prema članku 3. stavka 1. se predlaže da područje u kojem će se primjenjivati pravila oporezivanja digitalne ekonomije budu ona koja će proizaći iz navedenih aktivnosti (Europska komisija, 2018):

- usluge koje se sastoje od oglašavanja koje je usmjereno na korisnike digitalnog sučelja kao i transmisiju podataka o korisnicima koji su prikupljeni njihovom aktivnošću na digitalnom sučelju
- usluge koje se sastoje od stavljanja na raspolaganje višestranih digitalnih sučelja korisnicima, koje također spadaju pod “usluge posredovanja” i koje korisnicima omogućavaju pronalazak drugih korisnika te njihovu interakciju što ujedno i omogućava izravnu isporuku dobara i usluga među njima.

Prihodi generirani u slučajevima kada višestrana digitalna sučelja olakšavaju temeljnu opskrbu robom ili uslugama izravno između korisnika sučelja, kao i prihodi od maloprodajne aktivnosti koja podrazumijeva prodaju roba i usluga ugovorenih online, putem web mjesta dobavljača (što obično predstavlja e-trgovinu) su izuzeti iz opsega PDU. Razlog toga je to što vrijednost koja se stvara pripada robi i uslugama koje trgovac na malo pruža, a digitalno sučelje se koristi kao sredstvo komunikacije (Europska komisija, 2018).

Obveznici za plaćanje poreza su definirani člankom 4. stavkom 1. iz Direktive i to su: 1) porezni subjekti kojima ukupni iznos prihoda u pojedinoj financijskoj godini mjereno na svjetskoj razini i za koje postoji dostupan financijski izvještaj prelaze 750 milijuna EUR te 2) subjekti kojima je

ukupni iznos oporezivih prihoda ostvarenih na području EU u određenoj financijskoj godini veći od 50 milijuna EUR (Europska komisija, 2018).

Prvim pragom se ograničava oporezivanje na poduzeća koja zauzimaju moćnu tržišnu poziciju koja im omogućava iskorištavanje enormne količine podataka prikupljenih od korisnika. Ekonomski kapacitet poduzeća koja ispunjavaju uvjete poreznih obveznika trebali bi se smatrati sposobnim za privlačenje većeg broja korisnika, što je potrebno za održivost poslovnog modela. Osim toga, veća poduzeća imaju i veće mogućnosti za agresivno porezno planiranje. Komisija smatra kako mala ili nova poduzeća ne bi mogla podnijeti teret poreza, stoga ih se ovim pragom isključuje. Drugi prag ograničava primjenu poreza na slučajeve u kojima postoji značajan digitalni trag na razini EU u odnosu na prihode koji su obuhvaćeni PDU-om, a definiran je kako bi se zapostavile razlike u veličinama pojedinih tržišta.

Nadalje, oporezive usluge definirane su člankom 3 te uključuju podatke generirane iz aktivnosti korisnika na sučelju. Usluge koje su u okviru PDU su one koje koriste digitalno sučelje kao način kreiranja korisničkog unosa, umjesto onih što sučelje koriste za prenošenje podataka koji su dobiveni na drugi način. Stoga, PDU nije porez na prikupljanje ili korištenje podataka koje je firma prikupila interno za vlastite potrebe ili za besplatno dijeljenje s drugim stranama. Definirana je jedinstvena stopa PDU-a i iznosi 3% za cijelo područje Unije. (Europska komisija, 2018)

4.3.3. Zajednička konsolidirana osnovica poreza na dobit (CCCTB) vs. Poslovanje u Europi: Okvir za oporezivanje dohotka (BEFIT)

Zajednička konsolidirana osnovica poreza na dobit (CCCTB) je bila inicijativa koja je za cilj postavila rješavanje fiskalnih prepreka koje su onemogućavale efikasan rast i razvoj jedinstvenog tržišta. Nedostatak utemeljenih, zajedničkih pravila o porezu na dobit te interakcija neusklađenih poreznih politika, nerijetko su rezultirale nepravednim oporezivanjem, najčešće pretjeranim ili dvostrukim oporezivanjem, što je poduzećima prouzročilo visoke troškove i administrativno opterećenje. Stoga je prijedlog o zajedničkom pristupu bila ideja kojom bi se nastojalo osigurati ravnopravnost i dosljednost pri određivanju poreznih obveza.

CCCTB je sustav zajedničkih pravila za izračunavanje porezne osnovice tvrtki koje su porezni rezidenti EU-a te podružnica tvrtki trećih zemalja kojima je sjedište u EU-u. Temeljna korist

uvođenja CCCTB-a bila bi smanjenje troškova usklađivanja za poduzeća. Rezultati provedene ankete od Europske komisije, ukazuju na smanjenje troškova usklađivanja za ponavljajuće zadatke koji vezani uz porez u rasponu od 7% prema CCCTB-u. Reduciranje stvarnih i percipiranih troškova usklađivanja također djeluju i na ambicije poduzeća u vidu širenja na inozemna tržišta. Osim toga, primjena CCCTB-a bi rezultirala značajnim uštedama vremena i izdataka za usklađivanje u slučaju da matično društvo osnuje novo društvo kćer u drugoj državi članici (Europski komisija, 2016). U prosjeku, porezni stručnjaci koji su sudjelovali u studiji procijenili su da veliko poduzeće potroši više od 140 tis. EUR (0,23% prometa) na porezne troškove za otvaranje nove podružnice u drugoj državi članici. CCCTB bi smanjio te troškove za 87 tis. EUR ili 62%. Uštede za poduzeće srednje veličine još su značajnije, jer se očekuje da bi troškovi pasti sa 128 tis. EUR (0,55% prometa) na 42 tis. EUR tj. očekivano je smanjenje od 67% (Europska komisija, 2015).

Međutim, zbog raznih političkih razloga i tehničkih problema pri uspostavi, CCCTB nikad nije ozakonjen, nakon uvođenja BEFIT-a ga je Europska komisija i povukla iz prijedloga.

Spomenuta dva prijedloga se razlikuju u planu realizacije i učinku. Prijedlog CCCTB-a iz 2016. godine je bio fokusiran na ostvarivanje ujedinjene osnovice poreza na dobit koja bi vrijedila za sve multinacionalne kompanije kojima je godišnji prihod preko 750 mil. EUR, što bi značilo da je potrebna minimalna modifikacija nacionalne porezne osnovice za svaku državu. Dok BEFIT cilja na istu grupu obveznika i uz iste uvjete za one koji posluju na području EU, a za grupe kojima je sjedište u trećim zemljama vrijedi uvjet da moraju imati minimalno 50 mil. EUR zajedničkih prihoda u zadnje 2-4 fiskalne godine ili pak 5% cjelokupnih prihoda grupe. Manje grupacije imaju pravo na pristup ukoliko pripremaju konsolidirana financijska izvješća (Europski parlament, 2023). Odnosno, sukladno prijedlogu, nacionalni porezni propisi bi i dalje bili ključni pri određivanju porezne obveze, a ne BEFIT osnovica. Jedini izravni utjecaj na poreze politike poduzeća bio bi kroz eliminiranje poreza po odbitku unutar EU za podnošenje prijave kompanija. Zaključno, oba pristupa dolaze sa svojim koristima i onim malo manje korisnim kompromisima. Prijedlogom CCCTB osmišljen je sveobuhvatni pristup za multinacionalne kompanije, međutim uspostava ovog načina oporezivanja bi zaostajala za učinkovitijim praksama u Uniji. Kao suprotnost tom pristupu određivanja osnovice dolazi BEFIT prijedlog kojim se obvezuje dvostruko podnošenje porezne prijave, što bi olakšalo usklađivanje s transfernim cijenama i

porezom po odbitku. No, ova inicijativa i dalje stvara pritisak na članice Unije kako bi uskladili nacionalna pravila oporezivanja s BEFIT osnovicom i time spriječili dvostruko nastajanje troškova usklađivanja i povećali konkurentnost porezne politike na razini cijele EU. Također bi za mala i srednja poduzeća predstavljalo prednost jer bi imali manje posla oko usklađivanja s višestrukim sustavima oporezivanja dobiti (Bray, S. Mengden, A., 2023).

4.4. Izazovi oporezivanja i akcijskih planova

Širenje i napredak u području digitalne ekonomije donosi brojne benefite, u smislu rasta, otvaranja radnih mjesta te blagostanja općenito. No, u isto vrijeme donosi niz izazova kako za donositelje politika tako i za ostale. Izazovi se protežu dalekom izvan domaće i međunarodne porezne politike i dotiču se područja međunarodnog prava o privatnosti i zaštiti podataka, kao i računovodstva i regulativa. Razvoj digitalne tehnologije je doveo do toga da ekonomski značajni akteri djeluju na razne načine kako bi izbjegli, uklonili ili barem smanjili iznos porezne obveze, a time se izravno povećava pritisak na manji broj poreznih obveznika koji kompenziraju gubitke poreznih prihoda. Za kreatore politika je također jedan od izazova i osmišljavanje politika poreza na potrošnju i dobit poduzeća, a da se pritom stvara poticajno okruženje u kojem se promiče rast i ulaganje, a da se istovremeno smanjuje nejednakost i stvaraju jednaki uvjeti među gospodarskim subjektima (Popova, N., 2020). Također, kako je već više puta spomenuto, digitalne tehnologije olakšavaju poslovanje u različitim jurisdikcijama te omogućavaju pristup proizvodima i uslugama s bilo kojeg mjesta na svijetu, stoga se dolazi do otežanih uvjeta za prikupljanje odgovarajućeg iznosa poreza na potrošnju. Jedan od fundamentalnih pitanja je svakako i određivanje što će biti porezna osnovica. U završnom izvješću o “Addressing the Tax Challenges of the Digital Economy”, OECD potvrđuje kako se izazovi javljaju i u direktnom i indirektnom oporezivanju (OECD 2015.). Inicijativama OECD-a nastoji se izbjeći bilo kakvo oporezivanje digitalnih tvrtki restrukturiranjem postojećeg okvir oporezivanja uz ukomponirane nove smjernice nastale globalnom koordinacijom. No, za razliku od tog Europska komisija predlaže privremeno rješenje oporezivanja digitalnih usluga iz čega potječe još jedna kritika zbog mogućnosti nastanka dvostrukog oporezivanja i pravne nesigurnosti za porezne obveznike u sukobu s međunarodnim trgovinskim propisima (Europska komisija, 2018).

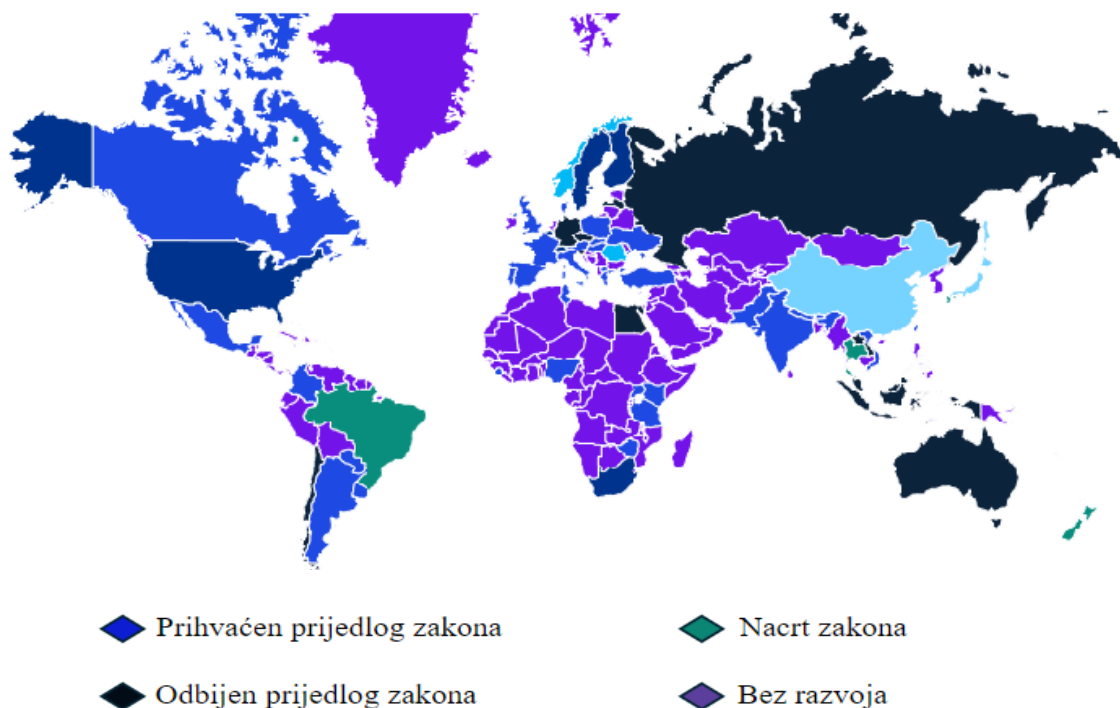
Prvi izazov kod izravnog oporezivanja, poglavito poreza na dobiti proizlazi iz činjenice da digitalne tvrtke mogu jednostavno prisustvovati na međunarodnom tržištu bez obveze uspostavljanja oporezive spone prema tamošnjim tradicionalnim standardima, odnosno nije potrebno imati formiranu poslovnu jedinicu u svim zemljama djelovanja. Drugi izazov proizlazi iz prebacivanja dobiti digitalnih poduzeća u područja niskih stopa, odnosno prakse agresivnog poreznog planiranja.

Kao temeljni izazov kod neizravnih poreza ističe se mogućnost visoko digitaliziranih tvrtki da lociraju svoje prodajno mjesto unutar jurisdikcija s niskom stopom poreza na potrošnju, kako bi snizili svoj PDV kad god se takav porez ubire u zemlji gdje se dobra i usluge pružaju (Olbert i Spengel, 2019). Prema radnom dokumentu Olbert i Werner (2018.) otkrivaju kako digitalna poduzeća koja pružaju usluge imaju praksu značajnijeg smanjivanja (povećanja) prijavljene prodaje u zemlji u kojoj su osnovane kao odgovor na promjenu stope PDV-a u razdoblju od 2007. do 2015. Kasnije je OECD iznio da su mnoge zemlje na putu k uspješnom rješavanju navedenog problema uvođenjem načela odredišnog oporezivanja kod B2B i B2C sluga, što je potvrđeno i porastom poreznog prihoda (OECD, 2018).

5. ANALIZA PLANIRANIH RJEŠENJA OPOREZIVANJA DIGITALNIH USLUGA

Predloženi porezi na digitalne usluge se razlikuju u svojoj implementaciji u pojedinim zemljama, odnosno ne oporezuju sve zemlje iste vrste digitalnih usluga i u istom opsegu, niti se radi o jednakim stopama. Na slici 2 se nalazi prikaz zemalja koje su radile na prihvaćanju takve porezne stope dok se ne postigne sporazum na razini OECD-a. Prema podacima iz 2020., 40% vrijednosti razvijeno je u informacijskim industrijama u Sjevernoj Americi, a 40% korisnika na globalnom nivou je potjecao iz jugoistočne i istočne Azije. Također je preko sto država uvelo PDV ili porez na robu i usluge (GST) u prekograničnoj trgovini i time povećalo prihod od poreza. Primjerice, na području Europske Unije prihod od poreza je povećan sedam puta u razdoblju od 2015. do 2022. (Enache, C., 2024).

Slika 2. Prikaz implementiranih PDU po zemljama



Izvor: KPMG, “Taxation of the digitalized economy: developments summary”, 2024. Dostupno na: <https://kpmg.com/kpmg-us/content/dam/kpmg/pdf/2023/digitalized-economy-taxation-developments-summary.pdf>

Iz priložene slike može se uočiti kako je na području Amerike većina zemalja prisvojila prijedlog ili čeka globalno rješenje, za razliku od Europe u kojoj je podijeljeno stanje po pitanju poreza na digitalne usluge tj. dok je od dijela zemalja prihvaćen prijedlog zakona, drugi su bez pomaka u tom smjeru. Australija i veći dio Azije je u potpunosti odbacio ideju poreza, a na afričkom kontinentu, koji većinom zaostaje za ostatkom svijeta, je tek nekoliko država prihvatilo prijedlog.

5.1. Odabrane zemlje Europske Unije

Budući da se nije uspjelo dogovoriti univerzalni PDU na razini EU, određene zemlje su implementirale spomenuti porez na jedinstven način uz prihvaćanje većine ideja iz plana Europske komisije (Bruce, M.R., Adekoya, A.F., Boateng, S., & Appiahene, P., 2022.). Travanj 2024. godine označio je početak implementacije primjene poreza na digitalne usluge (PDU) u Austriji, Danskoj, Mađarskoj, Francuskoj, Italiji, Poljskoj, Portugalu, Španjolskoj, Švicarskoj, Turskoj i Ujedinjenom Kraljevstvu. Dok su Belgija i Češka objavile službene prijedloge uvođenja (Enache, C., 2024).

Tablica 3 - Prikaz stopa poreza na digitalne usluge u odabranim zemljama članicama EU

Država članica	Stopa poreza	Porezna osnovica	Oporezivi prag prihoda	Implementacija
Austrija	5%	Prihodi od usluga oglašavanja na digitalnim sučeljima, bilo kojoj vrsti softvera ili web stranica.	750 milijuna EUR	Prihvaćeno <input type="checkbox"/>
Španjolska	3%	Bruto prihod ostvaren na temelju: <ul style="list-style-type: none"> • Usluga 	750 milijuna EUR	Prihvaćeno <input type="checkbox"/>

		<p>digitalnog posredovanja</p> <ul style="list-style-type: none"> • Usluga digitalnog oglašavanja • prodaja korisničkih podataka generiranih putem digitalnih sučelja 		
Italija	3%	<p>Bruto prihodi ostvareni na temelju:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Usluga oglašavanja na digitalnim sučeljima • Višestrano digitalno sučelje koje korisnicima omogućava kupnju/prodaju digitalnih usluga i dobara • transmisija korisničkih podataka uporabom digitalnih platformi 	750 milijuna EUR	Prihvaćeno <input type="checkbox"/>
Češka	7% uz potencijalno smanjenje na 5%	<p>Prihodi od:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ciljanog oglašavanja putem digitalnog sučelja • Prijenos korisničkih podataka 	750 milijuna EUR	<input type="checkbox"/> Predloženo (zaustavljeno)

		<p>prikupljenih njihovom aktivnošću na sučelju</p> <ul style="list-style-type: none"> • Multilateralno digitalno sučelje koje olakšava korisnicima razmjenu dobara i usluga 		
Francuska	3%	<ul style="list-style-type: none"> • Usluge posredovanja putem digitalnog sučelja • Usluge oglašavanjem temeljene na podacima korisnika 	750 milijuna EUR	Prihvaćeno <input type="checkbox"/>

Izrada autora prema KPMG, "Taxation of the digitalized economy: developments summary", 2024. Dostupno na: <https://kpmg.com/kpmg-us/content/dam/kpmg/pdf/2023/digitalized-economy-taxation-developments-summary.pdf> (pristupljeno: 28.08.2024.)

5.1.1 Češka

Prijedlog plana oporezivanja digitalne ekonomije u Češkoj je trebao stupiti na snagu tijekom 2021. godine, međutim prije parlamentarnih izbora je prijedlog odbačen od strane češkog Donjeg doma parlamenta, a pobjednička koalicija je bila za rješenje na razini OECD-a. Vlada je Saboru predstavila prijedlog prihoda koji bi bili osnova za oporezivanje od 7% pri prelasku praga od 5 mil. CZK: 1) ciljano oglašavanje putem digitalnog sučelja 2) transmisija korisničkih podataka generiranih aktivnošću na digitalnom sučelju 3) višestrano digitalno sučelje koje omogućava korisnicima razmjenu roba i usluga, ukoliko broj korisnika prelazi 200 tisuća. Obveznici PDU-a bi bile korporacije kojima je prihod veći od 750 milijuna EUR, a porezna osnovica digitalnih usluga pruženih na području CZ veća od 100 milijuna CZK. Tvrtke kojima se prihod od pružanja digitalnih usluga nalazi ispod 10% ukupnih prihoda u Europi bi bile obavezne izvještavati o

prihodima, ali ne i plaćati porez. Spomenute privremene mjere su trebale biti na snazi od 2020. do 2024., no zbog prijedloga koalicijske stranke koja je ujedno i predložila niži porez u iznosu od 5% plan je odgođen za siječanj 2021. kada je predloženo nekoliko amandmana (KPMG, 2024):

- odgoda primjene zakona do siječnja 2022. ili 2023. godine
- snižavanje stope na 5 %
- dodatno reduciranje stope na 3% za sve vrste digitalnih usluga ili samo za posredovanje na digitalnim platformama i prodaju podataka
- izuzimanje iz okvira oporezivanja poslove posredovanja pri prodaji roba i usluga preko digitalnih sučelja

Češka Republika je bila na listi zemalja koje su prema Zakonu o trgovini iz 1974. diskriminirale pojedine američke tvrtke načinom na koji su razmatrale ili primjenjivale zakone o oporezivanju digitalnih usluga. Međutim, kako je u Češkoj prijedlog naposljetku odbačen, nikad nije ni bila podvrgnuta istraživanju.

Indirektnom oporezivanju u Češkoj podvrgnuti su strani dobavljači digitalnih usluga potrošačima B2C, uključujući digitalne platforme, neovisno o iznosu prodaje. Na dobavljače kojima je sjedište u EU se obveza plaćanja počela odnositi u 2015. godini. Kasnije, 2019-e je uveden prag od 10 tisuća EUR za registraciju u sustav PDV-a, ali samo za “domaće” dobavljače. Od nerezidentnih dobavljača koji robu manje vrijednosti (<150 eura) direktno plasiraju češkim potrošačima (B2C) se zahtijeva registraciju i naplatu PDV-a (KPMG, 2024).

5.1.2. Španjolska

Španjolska je 16. siječnja 2021. uvela porez na digitalne usluge (PDU) u visini od 3% na ostvarene prihode putem oglašavanja na digitalnim platformama, uslugama digitalne intermedijacije te prodajom podataka korisnika koji su prikupljeni njihovom aktivnom prisutnošću na digitalnom sučelju. Porez na digitalne usluge obračunavat će se tromjesečno, a dužne su ga plaćati samo tvrtke čiji je godišnji prihod, mjeren na svjetskoj razini, veći od 750 milijuna EUR te prihod od spomenutih aktivnosti, ostvaren u Španjolskoj, veći od 3 milijuna EUR. Ako je tvrtka dio veće grupacije tad će se pragovi gledati u odnosu na cijelu grupu.

Što se tiče indirektnog oporezivanja, Španjolska od ranih 2000-ih inzistira, od dobavljača digitalnih usluga koji su izvan EU, registraciju i ubiranje PDV-a, bez obzira na visinu prihoda od prodaje. Od siječnja 2015.godine se primjenjuje prag od 10 tisuća EUR za registraciju pružatelja digitalnih usluga u sustav PDV-a, sa sjedištem unutar EU (KPMG, 2024).

5.1.3. Italija

Postotak oporezivog svjetskog prihoda nastalog na temelju usluga pruženih u Italiji, unutar jedne kalendarske godine se određuje ovisno o kategoriji digitalne usluge. Prihodi koji podliježu stopi od 3% se ostvaruju na temelju usluga: oglašavanja, prodaja/kupnja dobara usluga i prijenos korisničkih podataka putem digitalnog sučelja. Ključni segmenti pri oporezivanju digitalnih usluga su: a) priroda digitalnih usluga b) definiranje usluga koje ne spadaju pod opseg PDU c) izračun oporezivog prihoda nastalog na teritoriju zemlje i d) priprema računovodstvene dokumentacije i podnošenje povrata PDU.

Stopa poreza se primjenjuje kako na rezidente tako i na nerezidentne koji su u prethodnoj godini ostvarili prihode veće od 750 milijuna EUR te unutar Italije ostvarili prihod od pružanja digitalnih usluga veći od 5,5 milijuna EUR (KPMG,2024).

5.2. Odabrane zemlje OECD-a

Tablica 4 - Prikaz stopa poreza na digitalne usluge odabranih zemalja OECD-a

Država članica	Stopa poreza	Porezna osnovica	Oporezivi prag prihoda	Implementacija
Poljska	1,5%	Bruto prihod pružatelja na temelju: <ul style="list-style-type: none"> • Audio-vizualne medijske usluge • Audio-vizualne komercijalne aktivnosti 	750 milijuna EUR	Prihvaćeno <input type="checkbox"/>

	7%	<ul style="list-style-type: none"> ● Digitalna uslužna poduzeća sa značajnom prisutnošću u Poljskoj 		<input type="checkbox"/> Predloženo (zaustavljeno)
Turska	7,5% s mogućnošću smanjivanja ili povećavanja	<p>Bruto prihod od usluga:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Digitalnog oglašavanja ● Zvučnog, vizualnog ili digitalnog sadržaja ● Višestrana digitalna sučelja za komunikaciju korisnika 	750 milijuna EUR	Prihvaćeno <input type="checkbox"/>
Kanada	3%	<p>Prihodi od:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Društvenih medija ● Online tržišta ● Online oglašavanja ● Korisnički podaci 	750 milijuna EUR	Prihvaćeno <input type="checkbox"/>
Novi Zeland	3%	<ul style="list-style-type: none"> ● Posredničke platforme ● Platforme društvenih mreža i dijeljenja sadržaja ● Internet tražilice ● Digitalno oglašavanje i 	750 milijuna EUR	<input type="checkbox"/> Predloženo (zaustavljeno)- očekuje se do siječnja 2025.

		<ul style="list-style-type: none"> • Aktivnosti povezane s podacima koje generiraju korisnici 		
UK	2%	Bruto prihod ostvaren na temelju: <ul style="list-style-type: none"> • Platformi društvenih mreža • Internetske tražilice • Online tržište 	500 milijuna GBP	Prihvaćeno <input type="checkbox"/>
Izrael	3% ili 5%	<ul style="list-style-type: none"> • Usluge posredovanja putem digitalnog sučelja • Usluge oglašavanjem temeljene na podacima korisnika 	Nije definirano	Čeka globalno rješenje

Izrada autora prema KPMG, "Taxation of the digitalized economy: developments summary", 2024. Dostupno na: <https://kpmg.com/kpmg-us/content/dam/kpmg/pdf/2023/digitalized-economy-taxation-developments-summary.pdf> (pristupljeno: 28.08.2024.)

5.2.1. Poljska

U 2021., kada je uvođenje poreza bilo predloženo, jedan od temeljnih ciljeva tako prikupljenog novca je bilo ublažavanje posljedica COVID-19 pandemije. Zakon bi se aplicirao na digitalna i konvencionalna poduzeća kojima su izvor prihoda usluge oglašavanja, no osigurao bi se različiti pristup i pravila ovisno o kojoj vrsti oglašavanja se radi. Digitalne kompanije koje od usluga oglašavanja ostvaruju minimalno 5 milijuna EUR unutar zemlje te na globalnoj razini imaju prihode preko 7 milijuna EUR, obvezni su plaćati porez u iznosu od 5%. Naknadno je predložen porez od 7% za sve digitalne tvrtke koje imaju poslovnu značajnost na poljskom teritoriju,

neovisno o tome gdje im se nalazi fizička poslovna jedinica te gdje su osnovane. Pod pojmom tvrtke sa značajnom prisutnošću na državnom teritoriju smatra se ako (KPMG, 2024):

- obavlja transakcije s korisnicima unutar Poljske u iznosu koji prelazi 4 milijuna EUR godišnje
- godišnji prihod u odnosu na svjetsku razinu premašuje 750 milijuna EUR.

5.2.2. Novi Zeland

Novi Zeland je jedna od zemalja u kojoj je tek nedavno došlo do razvoja prijedloga i inicijativa za oporezivanje digitalne ekonomije. U kolovozu 2023.godine je Vlada predstavila nacrt Zakona o oporezivanju digitalnih usluga koji bi stupio na snagu u siječnju 2025 .godine. Tim zakonom uveo bi se porez od 3% na prihode multinacionalnih kompanija koje na godišnjoj razini ostvaruju preko 750 milijuna EUR pružanjem digitalnih usluga diljem svijeta te preko 3,5 milijuna NZD od usluga pruženih na Novom Zelandu ili u vezi sa zemljom. Što se tiče neizravnih poreza, na Novom Zelandu je od 2016. uvedeno da nerezidenti koji pružaju digitalne usluge na daljinu, na području Australije, naplaćuju GST ako im prodaja prelazi 60 tisuća NZD u periodu od 12 mjeseci (KPMG, 2024).

5.2.3. Kanada

Porez na digitalne usluge u iznosu od 3% stupio je na snagu 28. lipnja 2024. godine i plaća se retroaktivno na prihode ostvarene od siječnja 2022. godine.

Sredinom 2021.godine je razmatran 3%-tni DST za velike tvrtke koji ostvaruju tokove prihoda od internet tržišta, društvenih medija, oglašavanja i dijeljenja korisničkih podataka, veće od 750 milijuna EUR na svjetskom nivou, prihod kanadskih korisnika koji bi se podvrgao oporezivanju je više od 20 tisuća CAD. Međutim, ovakav sustav naplate poreza je u Kanadi kao primjerice i u Francuskoj, proizveo nepravedno ozračje u kojem digitalni divovi prelijevaju porez na korisnike u obliku više cijene za jednake usluge (npr. Google, Amazon, Apple...) (Petkanchin, V. 2023).

Također je od 1.rujna 2024. cilj prikupljati 5% poreza za streaming čime će se financijski poduprijeti kanadski sustav emitiranja.

Osim direktnog oporezivanja, u Kanadi se zadnjih godina dosta radilo na uvođenju, nerezidentnih pružatelja online usluga u sustav oporezivanja PDV-om, a jedan od razloga toga

jest stvaranje nejednakosti na tržištu između rezidentnih i nerezidentnih MNK koje, u ovom slučaju, na području Kanade plasiraju gomilu internet sadržaja i usluga. Nerezidentni dobavljači su dužni ući u sustav naplate saveznog PDV-a ako unutar 12 mjeseci prodajom proizvoda i pružanjem usluga potrošačima (B2C transakcije) ostvaruju prihod preko 30 tis. CAD (KPMG,2024).

6. ZAKLJUČAK

Posljednjih je desetljeća razvoj digitalne ekonomije i formiranje novih poslovnih modela uzelo maha i utjecalo na poslovanje kompanija od globalne važnosti te posljedično na živote pojedinaca. Tri su temeljne komponente koje čine razliku između digitalne i tradicionalne ekonomije, a to su: osnova digitalne ekonomije je nematerijalna imovina, ne postoji potreba za fizičkom prisutnošću poslovne jedinice i neizostavna uloga potrošača u kreiranju vrijednosti. Iako je privid da je digitalizacija donijela isključivo napredak i inovacije koje su unaprijedile tržište i život generalno, ipak neka ograničenja i izazovi proizašli iz toga tvrde suprotno.

Novi model poslovanja je omogućio nepoklapanje mjesta korištenja digitalnih sučelja s mjestom njihove kreacije te ubrzo meta kritika i negodovanja vlada diljem svijeta zbog neadekvatnog oporezivanja poslovnih rezultata, odnosno profita ostvarenog na njihovom teritoriju kao i određivanja tko snosi obvezu poreza na potrošnju u prekograničnoj trgovini. Brojne multinacionalne kompanije su iskoristile rupe u poreznim politikama i zakonima država kojima isporučuju usluge i proizvode te u kojima bez fizičke prisutnosti stječu dobit te primjenjivale BEPS praksu, odnosno prebacivanje dobiti u tržišne jurisdikcije u kojima su uvjeti oporezivanja pogodniji, tj. u kojima su stope poreza niže ili eroziju porezne osnovice te izbjegavanje plaćanja uopće. Digitalizacija gospodarstva je stvorila situaciju u kojoj pojedine digitalne transakcije prolaze “ispod radara” poreznih vlasti te izbjegavaju izravno i neizravno oporezivanje. Zbog toga je sve veći broj zemalja uveo obvezu izvještavanja o provođenju oporezivih aktivnosti preko platformi ili drugih posrednika, čija bi svrha bila surađivanje između različitih međunarodnih poreznih sustava te porezna transparentnost.

Budući da je područje digitalne ekonomije specifično te je skoro neizvedivo utvrditi regulatorni okvir i rješenja koja će zadovoljiti jednako sve subjekte koji su involvirani, neophodno je barem doći do relativno pravednog kompromisa koji se tiče poreza na potrošnju i poreza na dobit. S ciljem postizanja univerzalnog i pravednog sustava oporezivanja koji bi u potpunosti eliminirao mogućnost BEPS prakse i agresivno porezno planiranje većine zemalja, u 2013. godini OECD s G20 zemljama formira BEPS akcijski plan koji je sažimao potencijalne ideje i rješenja u 15 akcijskih mjera kojim su obuhvaćala različita područja za koje je utvrđeno da su problematična u

području oporezivanja dobiti i dodane vrijednosti. Nakon toga, 2020. godine je OECD uspostavio Inkluzivni okvir kojim je predložen globalni minimalni porez na dobit "GloBe" od 15% za MNK s prihodom iznad 750 milijuna EUR kojim bi se nastojala povući paralela između oporezivanja dobiti u tradicionalnim i digitalnim poduzećima. No, nije samo OECD uvidio potrebu donošenja novih pravila i poreznih politika, i Europska komisija je također donosila određene inicijative vezane uz područje digitalnih usluga te donijela kratkotrajno rješenje u vidu poreza od 3% na prihode od prodaje digitalnih usluga. Osim toga, Europska komisija detaljnije definira pojam stalne poslovne jedinice te definira pragove koje poduzeće treba zadovoljiti kako bi se smatralo poduzećem od značajne digitalne prisutnosti. Kako bi se uskladilo i pojednostavnilo oporezivanje, osim spomenutih inicijativa predložena je i CCCTB (zajednička konsolidirana osnovica poreza na dobit) koja je kasnije dodatno razrađena planom BEFIT (Poslovanje u Europi: Okvir za oporezivanje dohotka) kojim se zakonodavno nadogradila postojeća inicijativa. No, nijedna verzija nije donijela veliko poboljšanje i iskorak na području oporezivanja u EU.

Iz teorijskog okvira koji je pobliže prikazan u radu, uočljivo je kako je određeni broj zemalja EU i OECD usvojilo ili je u postupku usvajanja multilateralnog sporazuma vezanog uz oporezivanje te su svjesne važnosti minimiziranja distinkcije između digitalnog poslovanja i tradicionalne ekonomije, premda je danas to doista isprepletano područje. Svaka zemlja bi se u donošenju poreza trebala voditi načelom jednakosti kojim bi se nastojao ostvariti tretman koji je jednak za fizička i digitalna poduzeća te ravnopravnost poduzeća u tržišnoj utakmici kao i sniženi troškovi usklađivanja uz manju učestalost izbjegavanja plaćanja. Navedeno bi trebalo realizirati vodeći računa o svim mogućim radnjama, sprječavajući poduzeća da prenose obvezu plaćanja na manje kupce jer bi se time samo mogla narušiti stabilnost tržišta i destimulirati buduće ulaganje.

Iako je cilj rada bio pobliže proučiti područje oporezivanja digitalne ekonomije, ipak postoje određena ograničenja u analizi. Područje digitalne ekonomije je još uvijek relativno novo područje, a teorijska pozadina se i dalje može nadopunjavati s obzirom da se sve jako brzo razvija i dolazi do novih spoznaja. Također, radi se o jako razgranatom području i teško je razlučiti u kojem smjeru se ide i potom donijeti valjan zaključak o učinkovitosti oporezivanja i ostvarivanju prihoda od poreza u zemljama zbog različitih pristupa, tj. stopa poreza i provođenja drugih zakonskih regulativa. Uzorak za analizu je relativno uzak jer se radi o manjem broju

zemalja koje su uopće usvojile prijedlog oporezivanja, dok je veći broj ostalih zemalja EU i OECD-a tek u procesu implementacije ili je u potpunosti odbacio ideju privremenog poreza dok se čeka globalno rješenje. Zaključno, ostaje još dosta prostora za istraživanje vezanog za ovu temu, no uz uvjet da je postignut međunarodni konsenzus kako bi se lakše povukla paralela te potencijalno napravila komparativna analiza, ali među zemljama sličnih zakonskih regulativa kao i stupnja razvijenosti digitalne ekonomije.

POPIS TABLICA

Tablica 1 - Razvoj definicije digitalne ekonomije	2
Tablica 2 - Vrste posredničkih usluga prema DSA.....	13
Tablica 3 - Prikaz stopa poreza na digitalne usluge u odabranim zemljama članicama EU	43
Tablica 4 - Prikaz stopa poreza na digitalne usluge odabranih zemalja OECD-a.....	47

POPIS SLIKA

Slika 1. Glavna odredišta prebacivanja profita	30
Slika 2. Prikaz implementiranih PDU po zemljama	42

LITERATURA

1. Alshammari, K. H., (2023.), The potential impacts of digital transformation on organizations, Research Gate. Dostupno na: <https://www.researchgate.net/publication/372693053> The potential impacts of digital transformation on organizations/citations
2. AmCham (2023.), Digitalna transformacija zdravstva. Dostupno na: https://www.amcham.hr/storage/upload/doc_library/digitalna_transformacija_zdravstva_12283.pdf
3. Astapciks, I. (2023.), Why Do Companies Need Digital Transformation?, Forbes, dostupno na: <https://www.forbes.com/councils/forbestechcouncil/2023/03/20/why-do-companies-need-digital-transformation/>
4. Aurel, C.(2023.), Study: The digital revolution will lead to the loss of 14 million jobs in the next 4 years, BR. Dostupno na: <https://business-review.eu/business/human-resources/study-the-digital-revolution-will-lead-to-the-loss-of-14-million-jobs-in-the-next-4-years-246116>
5. Barišić, K. T.(2023.), Nova regulativa digitalnih usluga. IUS-INFO Dostupno na: <https://www.iusinfo.hr/aktualno/u-sredistu/nova-regulativa-digitalnih-usluga-53882>
6. Bloomberg Tax, (2024), Understanding Digital Services Taxes & the OECD. Dostupno na: <https://pro.bloombergtax.com/insights/international-tax/understanding-digital-services-taxes-the-oecd/>
7. Blatnik, D.(2022.), Izazovi digitalne transformacije, Frodx. Dostupno na: <https://frodx.com/hr/blog/izazovi-digitalne-transformacije-prvi-dio>
8. Bray, S. Mengden, A., (2023), CCCTB vs. BEFIT: How have the proposals changed?. Tax Foundation [e-publikacija]. Dostupno na: <https://taxfoundation.org/blog/ccctb-befit-eu-corporate-tax-base/>
9. Bruce, M.R., Adekoya, A.F., Boateng, S., & Appiahene, P. (2022). Komparativna analiza poreznih tehnika i modela koji se koriste u digitalnoj ekonomiji. *Međunarodni časopis za ekonomiju i financijska pitanja*, 12 (6), 22– 29. <https://doi.org/10.32479/ijefi.13544>
10. Bukht, R., Heeks, R.(2017.) Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy, (SSRN working paper series, br. 68), preuzeto s: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3431732
11. Bunn, D., Asen, E., & Enache, C. (2020). Digital taxation around the world, *Tax foundation*, 20(1). Dostupno na: <https://files.taxfoundation.org/20200527192056/Digital-Taxation-Around-the-World.pdf>
12. Bunn, D. (2018). *Summary of Criticisms of the EU Digital Tax*. Washington, DC: Tax Foundation. No. 618. Dostupno na: <https://files.taxfoundation.org/20181022090015/Tax-Foundation-FF618.pdf>
13. Bunn, D. (2021., 4.veljače) Tax Foundation, *The European Commission and the Taxation of the Digital Economy*, preuzeto s: <https://taxfoundation.org/research/all/eu/european-commission-eu-digitallevy/>

14. Calvino, F., C. Criscuolo i A. Ughi (2024.), “Digitalno usvajanje tijekom COVID-19: dokazi iz mikropodataka u različitim zemljama”, radni dokumenti OECD-a za znanost, tehnologiju i industriju , br. 2024/03, izdavanje OECD-a, Pariz, <https://doi.org/10.1787/f63ca261-en>
15. Claduz, M. (2024.) The 4th Industrial Revolution and Its Impact on Entrepreneurial Education. Research Gate, doi: [10.4018/979-8-3693-0409-9.ch009](https://doi.org/10.4018/979-8-3693-0409-9.ch009)
16. CroSi, (2023.), Pametne industrije i digitalna transformacija. Dostupno na: <https://smartindustry.hr/wp-content/uploads/2022/12/PAMETNE-INDUSTRIJE-I-DIGITALNA-TRANSFORMACIJA-V5.2-7-12-2022-Final-1.pdf>
17. DailyLearn, (2023.), „Digital vs Traditional Economy: Digital transformation rise” [epublikacija]. Preuzeto s: <https://dailylearn.vercel.app/course/digital%20economycourse/digital-vs-traditional-economy-digital-transformation-rise>
18. Dedola, L., Ehrmann, M., Hoffmann, P., Lamo, A., Pardo, P. G., Slacalek, J., Strasser, G. (2023.), Digitalisation and economy, (ECB working paper series, br. 2809), preuzeto s: <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/scpwps/ecb.wp2809~6d29dc358d.en.pdf>
19. Digital Defynd (2024.) 20 Pros and Cons of Digital Transformation. [epublikacija] X Dostupno na: <https://digitaldefynd.com/IQ/digital-transformation-pros-cons/>
20. Enache, C. (2024.) Digital taxation around the world, Tax Foundation. Dostupno na: <https://taxfoundation.org/research/all/global/digital-taxation/>
21. European Council, (2024). „Digital taxation”, Dostupno na: <https://www.consilium.europa.eu/hr/policies/digital-taxation/>
22. Europska komisija (2016.), Proposal for a Council directive on a Common Consolidated Corporate Tax Base, preuzeto s: https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:ff337b5c-9b7d-11e6-868c-01aa75ed71a1.0002.02/DOC_1&format=PDF
23. Europska komisija (2017.), Implementation of the Digital Single Market Strategy. Dostupno na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM:2017:228:FIN#document2>
24. Europska komisija (2018.) Prijedlog Direktive oporezivanja dobiti poduzeća sa značajnom digitalnom prisutnošću. Dostupno na: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-7419-2018-INIT/en/pdf>
25. Europska komisija (2018.) Direktiva vijeća o zajedničkom sustavu poreza na digitalne usluge kojim se oporezuju prihodi od pružanja određenih digitalnih usluga. Dostupno na: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-7420-2018-INIT/hr/pdf>
26. Europska komisija (2021.), The digital transition of tourism, preuzeto s: https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-tourism-transition/digital-transition-tourism_en (29.08.2024.)
27. Europska komisija (2024.), Second report on the State of the Digital Decade calls for strengthened collective action to propel the EU's digital transformation. Preuzeto s: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_3602
28. Europski Parlament (2018.), Oporezivanje dobiti trgovačkih društava od značajne digitalne prisutnosti. Dostupno na: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2018-0524_HR.pdf

29. European Parliament (2021.), *Taxing the digital economy: New developments and the way forward*. Dostupno na: [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI\(2021\)698761](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI(2021)698761)
30. Europska unija (2015.), The EU's new digital single market strategy. Dostupno na: <https://eur-lex.europa.eu/EN/legal-content/summary/the-eu-s-new-digital-single-market-strategy.html> pristupljeno: 16.08.2024.
31. Europska unija (2022.) Uredba (EU)2022/2065 Europskog parlamenta i Vijeća o jedinstvenom digitalnom tržištu i izmjeni Direktive 2000/31/EZ. Dostupno na: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj>
32. Harpaz, Assaf, *Taxation of the Digital Economy: Adapting a Twentieth-Century Tax System to a Twenty-First-Century Economy* (2021. siječanj). Assaf Harpaz, *Taxation of the Digital Economy: Adapting a Twentieth-Century Tax System to a Twenty FirstCentury Economy*, 46 *Yale J. Int'l L.* (2021)., (57-102). Dostupno na SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3593936>
33. Hodžić, S. (2019). Tax administrative challenges of the digital economy: The Croatian experience. *EJournal of Tax Research, Suppl.Special Edition: Atax 13th International Tax Administration Conference*, 16(3), 762-779. Preuzeto s: <https://www.proquest.com/scholarly-journals/tax-administrative-challenges-digitaleconomy/docview/2221651185/se-2>
34. Iljazović, B.(2019., 27.svibanj), Oporezivanje digitalnih aktivnosti, IUS INFO, preuzeto s: <https://www.iusinfo.hr/aktualno/u-sredistu/oporezivanje-digitalnihaktivnosti-37918>
35. Iacob, N., Simonelli, F.,(2019., 02.prosinac) „Taxing the digital economy”, preuzeto s: <https://www.ceps.eu/taxing-the-digital-economy/>
36. Karimov, N.G., Khamidova, F. A., Saydullaev, S.S., Parpieva, R. A. (2021.) DIGITAL TRANSFORMATION OF THE ECONOMY AS A NEW CHALLENGE TO ECONOMIC SECURITY. In *The 5th International Conference on Future Networks amp Distributed Systems (ICFNDS 2021), Dubai, United Arab Emirates*. ACM, New York, NY, USA, 352.-353.. Dostupno na: <https://doi.org/10.1145/3508072.3508129>
37. Kemp, S. (2024.), Internet use in 2024, DataReportal. Dostupno na: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-deep-dive-the-state-of-internet-adoption>
38. Komatina, A. (2016.) Digitalna vs Tradicionalna ekonomija, preuzeto 14.kolovoza 2024.s <https://aleksandrakomatina.wordpress.com/2016/04/12/digitalna-vs-tradicionalna-ekonomija/>
39. KPMG, „Taxation of digitalized economy: Developments summary”, 2023. Dostupno na: <https://kpmg.com/kpmg/us/content/dam/kpmg/pdf/2023/digitalizedeconomy-taxation-developments-summary.pdf>
40. Kumar, S. (2024.) Digital Business Models, Vercel, preuzeto s: <https://dailylearn.vercel.app/blog/digital-business-models-and-its-features-and-types-of-digital-business-models>
41. Lucas-Mas, C. Ó., Junquera-Varela, R.F. (2021). Tax Theory Applied to the Digital Economy: A Proposal for a Digital Data Tax and a Global Internet Tax Agency, 1. Dostupno na: <https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/08f3366f05a05a87-a869-5d26b90274d4/content>

42. Martin Jimenez, Adolfo, BEPS, the Digital(ized) Economy and the Taxation of Services and Royalties (June 2018). UCA Tax Working Papers 2018/1 , Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3215323>
43. McFadden, J., Casalini F., Griffin, T., Anton, J. (2022.), “Digitalizacija poljoprivrede: Pregled literature i nova pitanja politike”, *Dokumenti OECD-a o hrani, poljoprivredi i ribarstvu* , br. 176, Izdavanje OECD-a, Pariz, <https://doi.org/10.1787/285cc27d-en>
44. Meredith, P., & Stymiest, B. (2024). *In the digital economy, accountancy faces an existential threat: A problem in the digital economy: Because accountants are focused on ensuring assets are not overstated, they dramatically understate them.* Toronto: The Globe and Mail. Preuzeto s: <https://www.proquest.com/blogs>
45. Mol, JM, Molho, C. Informacije o promjenama u oporezivanju ekonomije platforme umanjuju optimizam u pogledu buduće upotrebe. *J Econ Sci Assoc* (2024). <https://doi.org/10.1007/s40881-024-00160-y>
46. Mohajan, Haradhan (2021): *Third Industrial Revolution Brings Global Development.* Published in: *Journal of Social Sciences and Humanities* , Vol. 7, No. 4 (6 December 2021): pp. 239-251. Dostupno na: https://mpra.ub.uni-muenchen.de/110972/1/MPRA_paper_110972.pdf
47. Narodne novine (2/2023), Strategija digitalne Hrvatske za 2032. godinu. Dostupno na: [/eli/sluzbeni/2023/2/17](https://eli.sluzbeni/2023/2/17) . pristupljeno: 16.08.2024.
48. OECD (2013), *Action Plan on Base Erosion and Profit Shifting*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/9789264202719-en>.
49. OECD (2018), *Tax and digitalization*, Dostupno na: <https://www.oecd.org/tax/beps/tax-and-digitalisation-policy-note.pdf>
50. OECD (2020), *Tax Challenges Arising from Digitalisation – Report on Pillar One Blueprint: Inclusive Framework on BEPS, OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting Project*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/beba0634-en>
51. OECD (2021), *Tax Challenges Arising from Digitalisation of the Economy – Global Anti-Base Erosion Model Rules (Pillar Two): Inclusive Framework on BEPS, OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting Project*, OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/782bac33-en>
52. OECD (2023.), 138 countries and jurisdictions agree historic milestone to implement global tax deal. Dostupno na: <https://www.oecd.org/en/about/news/press-releases/2023/07/138-countries-and-jurisdictions-agree-historic-milestone-to-implement-global-tax-deal.html>, pristupljeno 01.09.2024.
53. OECD (2024), *Tax Challenges Arising from the Digitalisation of the Economy – Consolidated Commentary to the Global Anti-Base Erosion Model Rules (2023): Inclusive Framework on BEPS, OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting Project*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/b849f926-en>
54. Olbert, M., Spengel, C., „Taxation in the Digital Economy - Recent Policy Developments and the Question of Value Creation”, ZEW - Centre for European Economic Research Discussion Paper No. 19-010, preuzeto s: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3368092
55. Olmstead, L. (2024.), 11 Critical Digital Transformation Challenges to Overcome, Whatfix, dostupno na: <https://whatfix.com/blog/digital-transformation-challenges/>

56. Petkanchin, V. (2023.), Canada's Proposed Digital Services Tax: A Poor Solution in Search of a Problem. Perspectives on tax law & policy, str.6. Dostupno na: <https://www.iedm.org/canadas-proposed-digital-services-tax-a-poor-solution-in-search-of-a-problem/>
57. Phoomsavarth, M. (2023). THE CHALLENGES OF DIGITAL ECONOMY TAXATION IN THE EU PUBLIC ADMINISTRATION. [A DIGITÁLIS GAZDASÁG ADÓZTATÁSÁNAK KIHÍVÁSAI AZ UNIÓS KÖZIGAZGATÁSBAN] *Multidiszciplináris Kihívások, Sokszínű Válaszok*, (2), 146-169. <https://doi.org/10.33565/MKSV.2023.02.06>
58. Polonijo, D. (2023.), Digitalna transformacija ima i svoju mračnu stranu, Bloombergadria, preuzeto s: <https://hr.bloombergadria.com/ostalo/opce/25541/digitalna-transformacija-ima-i-svoju-mracnu-stranu/news>
59. Popova, N. (2020.), Challenges to the taxation of the digital economy. Proceedings of 4th International Scientific Conference – EMAN 2020 – Economics and Management 233-241, University of National and World Economy, Bulgaria, doi: <https://doi.org/10.31410/EMAN.2020.233>
60. Porezna uprava. (2015.) EU BEPS postignuti rezultati. Dostupno na: https://www.porezna-uprava.hr/EU_Vanjski_poslovi/Documents/EU%20BEPS%20projekt%20postignuti%20rezultati%20V%202015.pdf
61. Porezna uprava (2014.), Oporezivanje digitalne ekonomije. Dostupno na: https://www.porezna-uprava.hr/EU_Vanjski_poslovi/Documents/Oporezivanje%20digitalne%20ekonomije_02_2014.pdf
62. Pratt M., K. (2024.), 12 digital transformation benefits for business, TechTarget, dostupno na: <https://www.techtarget.com/searchcio/tip/Top-10-digital-transformation-benefits-for-business>
63. Reis, J., Amorim, M., Melão, N., Matos, P. (2018). Digital Transformation: A Literature Review and Guidelines for Future Research. In: Rocha, Á., Adeli, H., Reis, L.P., Costanzo, S. (eds) Trends and Advances in Information Systems and Technologies. WorldCIST'18 2018. Advances in Intelligent Systems and Computing, vol 745. Springer, Cham, dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/323994364_Digital_Transformation
64. Sabayová, M., Červená, K., Challenges of digital economy, Financial Law Review (2023.) [e-publikacija], broj 31 (3)/2023, 71 – 85, <https://doi.org/10.4467/22996834FLR.23.013.18597>
65. Schwab, K. (2016.), The Fourth Industrial Revolution: what it means, how to respond. World Economic Forum. Dostupno na: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-fourth-industrial-revolution-what-it-means-and-how-to-respond/>
66. Shah, R., (2023.), Comparing traditional and digital business models, 2Stallions, preuzeto: <https://2stallions.com/blog/comparing-traditional-and-digital-business-models/>
67. Thomadakis, A. (2023), EU corporate taxation in the digital era – The road to a new international order, CEPS-ECMI Task Force Report, Centre for European Policy Studies
68. Tørsløv, T., Wier, L., Zucman G. (2022.) The Missing Profits of Nations. Dostupno na: [file:///C:/Users/josip/Downloads/TWZ2022Restud%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/josip/Downloads/TWZ2022Restud%20(1).pdf), pristupljeno: 25.08.2024.

69. Török, L. (2024). The relationship between digital development and economic growth in the European Union. *International Review of Applied Sciences and Engineering* (published online ahead of print 2024). <https://doi.org/10.1556/1848.2024.00797>
70. Ungureana, A. (2021.). Digital economy. The conversion of the traditional economy as a consequence of the ICT innovations. Vol.4. doi: [10.52326/jss.utm.2021.4\(1\).02](https://doi.org/10.52326/jss.utm.2021.4(1).02)
71. Žaja, M. M., & Klemens, A. (2022). Izazovi i inicijative u oporezivanju digitalne ekonomije. *Zbornik Ekonomskog Fakulteta u Zagrebu*, 20(1), 129-153. doi: <https://doi.org/10.22598/zefzg.2022.1.129>
72. 4 types of digital transformation, dostupno na: <https://digitaldirections.com/types-of-digital-transformation/>

ŽIVOTOPIS



Josipa Banović

Državljanstvo: hrvatsko Datum rođenja: 04/01/2000 Spol: Žensko Telefonski broj: (+385) 958639771

E-adresa: josipa.banovic14@gmail.com

Kućna: Ulica Magistrala Ruskamen 11, Lokva Rogoznica, 21317 Ruskamen (Hrvatska)

O MENI

Studentica sam pete godine Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, smjera Financije. Ambiciozna sam i odgovorna osoba s konstantnom željom za stjecanjem novih znanja i vještina. Veoma sam komunikativna i spremna za suradnju i timski rad, kao i za individualne poslove.

RADNO ISKUSTVO

Asistent u odjelu računovodstva

Studentac d.o.o. [01/07/2024 – Trenutačno]

Mjesto: Omiš | Zemlja: Hrvatska

- rad na računalu i u IPIS sustavu
- pregledavanje i unošenje ulaznih faktura dobavljača
- svakodnevno komuniciranje s različitim trgovačkim podružnicama
- ovjeravanje računa
- vezivanje računa te ostali poslovi vezani uz administraciju

Asistentica u odjelu računovodstva

Studentac d.o.o. [01/05/2023 – 15/09/2023]

Zemlja: Hrvatska

- rad na računalu i u IPIS sustavu
- unošenje faktura dobavljača
- ostali administrativni poslovi po potrebi

Pomoćnica u trgovini

Studentac d.o.o. [01/07/2022 – 15/09/2022]

Zemlja: Hrvatska

- sezonski posao
- interakcija s kupcima i dobavljačima na dnevnoj bazi
- rad u skladištu te briga o funkcionalnosti radnog mjesta
- prijem robe i rad na blagajni

OBRAZOVANJE I OSPOSOBLJAVANJE

/

Srednja škola Jure Kaštelan [2014 – 2018]

Mjesto: Omiš | Zemlja: Hrvatska

/

Ekonomski fakultet u Zagrebu, Sveučilište u Zagrebu [2019 – Trenutačno]

Mjesto: Zagreb | Zemlja: Hrvatska

JEZIČNE VJEŠTINE

Materinski jezik/Jezici: hrvatski

Drugi jezici:

engleski

talijanski

SLUŠANJE B2 ČITANJE B2 PISANJE B2

SLUŠANJE A2 ČITANJE B2 PISANJE A2

GOVORNA PRODUKCIJA B2 GOVORNA INTERAKCIJA B2 GOVORNA PRODUKCIJA A2 GOVORNA INTERAKCIJA A2

Razine: A1 i A2: temeljni korisnik; B1 i B2: samostalni korisnik; C1 i C2: iskusni korisnik

DIGITALNE VJEŠTINE

MC Office (Word, Excel, Power Point) / RStudio / Canva

KONFERENCIJE I SEMINARI

[13/10/2021 – 15/10/2021] Zagreb

Financijska akademija

VOLONTIRANJE

IILAB

- organiziranje događaja u suradnji s kolegama
- izrada Power Point prezentacija i ažuriranje podataka na web stranici

ORGANIZACIJSKE VJEŠTINE

Rad pod pritiskom, sistematičnost, pedantnost i pouzdanost pri odrađivanju zadataka

VOZAČKA DOZVOLA

Vozačka dozvola: B