



ZASTĘPCA SZEFA
KANCELARII SEJMU

SPS-WP-020-160(5)/20

Warszawa, dnia 17 listopada 2020 r.

Przewodniczący
Komisji Krajowej
NSZZ "Solidarność"
Pan Piotr Duda

Szanowny Panie Przewodniczący

Z upoważnienia Marszałek Sejmu, uprzejmie przekazuję – w trybie art. 19 ust. 1 ustawy z dnia 23 maja 1991 r. o związkach zawodowych (Dz.U.2019.263 j.t. ze zm.) - poselski projekt ustawy o podatku od niektórych usług cyfrowych i Funduszu Technologii Cyfrowych (przedstawiciel wnioskodawców: poseł Adrian Zandberg), z prośbą o przedstawienie opinii.

Z poważaniem

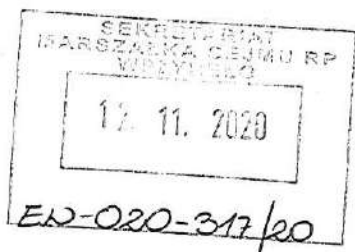
Dariusz Salamończyk



Warszawa, 12 listopada 2020 r.

Krzysztof Gawkowski

Przewodniczący Koalicyjnego Klubu Parlamentarnego Lewicy
(Razem, Sojusz Lewicy Demokratycznej, Wiosna Roberta Biedronia)



Szanowna Pani
Elżbieta Witek
Marszałek Sejmu RP

Szanowna Pani Marszałek,

Na podstawie art. 118 ust. 1 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej oraz art. 32 ust 2 Regulaminu Sejmu RP niżej podpisani posłowie wnoszą projekt ustawy:

- o podatku od niektórych usług cyfrowych i Funduszu Technologii Cyfrowych

Do reprezentowania wnioskodawców w pracach nad projektem ustawy upoważniamy posła Adriana Zandberga.

Z poważaniem

Krzysztof GAWKOWSKI

Przewodniczący KKP Lewicy

WYDZIAŁ OBSŁUGI PREZYDIUM SEJMU

L.dz. SPS-WP-020-166/20

Data wpływu 12.11.2020

USTAWA

z dnia ... 2020 roku

o podatku od niektórych usług cyfrowych i Funduszu Technologii Cyfrowych

Rozdział 1

Przepisy ogólne

Art. 1. Ustawa reguluje:

- 1) opodatkowanie podatkiem od niektórych usług cyfrowych;
- 2) obowiązki przedsiębiorstw sektora cyfrowego;
- 3) utworzenie i funkcjonowanie Funduszu Technologii Cyfrowych.

Art. 2. Ilekroć w ustawie jest mowa o:

- 1) adresie IP – rozumie się przez to opisany ciągiem znaków alfanumerycznych adres używany w sieci wykorzystującej protokół komunikacyjny IP (Internet Protocol), który przypisywany jest urządzeniu sieciowemu;
- 2) adresie MAC – rozumie się przez to opisany ciągiem znaków alfanumerycznych sprzętowy adres karty sieciowej, unikatowy w skali światowej i nadawany przez producenta danej karty sieciowej;
- 3) badaniach podstawowych – rozumie się przez to badania podstawowe w rozumieniu art. 2 pkt 84 rozporządzenia Komisji (UE) nr 651/2014 z dnia 17 czerwca 2014 r. uznającego niektóre rodzaje pomocy za zgodne z rynkiem wewnętrznym w zastosowaniu art. 107 i 108 Traktatu;
- 4) grupie kapitałowej – rozumie się przez to grupę kapitałową w rozumieniu art. 3 ust. 1 pkt 44 ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (Dz. U. z 2019 r.

- poz. 351, 1495, 1571 i 1680 oraz z 2020 r. poz. 568);
- 5) interfejsie cyfrowym – rozumie się przez to każdy rodzaj oprogramowania, łącznie ze stronami internetowymi, ich częściami, jak również wersjami mobilnymi, oraz aplikacjami, w tym aplikacjami mobilnymi;
 - 6) kampanii z wykorzystaniem reklam profilowanych – rozumie się przez to usługi świadczone reklamodawcom lub ich agentom pozwalające na wykupienie przestrzeni reklamowej w obrębie interfejsu cyfrowego w celu wyświetlania reklam profilowanych na podstawie danych dostarczonych przez użytkowników, wygenerowanych na podstawie interakcji w obrębie interfejsu cyfrowego, jak również usługi analityczne świadczone reklamodawcom lub ich agentom na podstawie danych zgromadzonych o użytkownikach;
 - 7) okresie rozliczeniowym – rozumie się przez to rok kalendarzowy liczony zgodnie z czasem urzędowym w rozumieniu ustawy z dnia 10 grudnia 2003 r. o czasie urzędowym na obszarze Rzeczypospolitej Polskiej (Dz. U. z 2004 r. nr 16 poz. 144), podawanym z dokładnością do 1 sekundy;
 - 8) przedsiębiorstwie – rozumie się przez to przedsiębiorcę w rozumieniu art. 4 ustawy z dnia 6 marca 2018 r. – Prawo przedsiębiorców (Dz. U. z 2019 r. poz. 1292 i 1495 oraz z 2020 r. poz. 424 i 1086);
 - 9) przedsiębiorstwie sektora cyfrowego – rozumie się przez to przedsiębiorstwo, grupę kapitałową lub osobę zagraniczną w rozumieniu art. 2 ustawy z dnia 6 marca 2018 r. o zasadach uczestnictwa przedsiębiorców zagranicznych i innych osób zagranicznych w obrocie gospodarczym na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej (Dz. U. z 2020 r. poz. 1252), wykonujące działalność gospodarczą w rozumieniu art. 15 ustawy z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług (Dz. U. z 2020 r. poz. 106, 568, 1065 i 1106) polegającą w przeważającej części na świadczeniu usług cyfrowych;
 - 10) reklamie – rozumie się przez to reklamę, o której mowa w Dyrektywie 2006/114/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 12 grudnia 2006 r. dotyczącej reklamy wprowadzającej w błąd i reklamy porównawczej;

- 11) reklamie profilowanej – rozumie się przez to reklamę skierowaną do użytkownika interfejsu cyfrowego w oparciu o dane zebrane o tym użytkowniku lub dane o urządzeniu, z którego korzysta;
- 12) treściach cyfrowych – rozumie się przez to dane dostarczane w formie cyfrowej, w szczególności programy komputerowe, aplikacje, pliki audiowizualne, pliki tekstowe, gry oraz pozostałe formy reprezentacji danych wykorzystywanych przez interfejs cyfrowy;
- 13) użytkownikowi – rozumie się przez to osobę fizyczną lub prawną korzystającą z interfejsu cyfrowego, będącą odbiorcą opodatkowanej usługi cyfrowej na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, bez względu na rodzaj urządzenia, z którego korzysta;
- 14) wielostronnym interfejsie cyfrowym – rozumie się przez to udostępniany za pomocą środków komunikacji elektronicznej interfejs cyfrowy, umożliwiający kontakt i interakcję z innymi użytkownikami, w szczególności w celu dostarczenia towarów lub świadczenia usług bezpośrednio między tymi użytkownikami;
- 15) wykorzystywaniu wielostronnego interfejsu cyfrowego – rozumie się przez to finalizowanie transakcji dokonywanych pomiędzy użytkownikami wielostronnego interfejsu cyfrowego polegających na wymianie usług lub dóbr, jak również udzielanie użytkownikom dostępu do korzystania z wielostronnego interfejsu cyfrowego.

Rozdział 2

Podatek od niektórych usług cyfrowych

Art. 3. 1. Przedmiotem opodatkowania podatkiem od niektórych usług cyfrowych, zwanego dalej „podatkiem”, jest świadczenie na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej usług cyfrowych polegających na:

- 1) prowadzeniu kampanii z wykorzystaniem reklam profilowanych;
- 2) umożliwianiu wykorzystywania wielostronnego interfejsu cyfrowego lub

3) przekazywaniu zgromadzonych danych o użytkownikach, wygenerowanych w wyniku aktywności użytkowników na interfejsach cyfrowych.

2. Opodatkowaniu podatkiem nie podlega świadczenie usług cyfrowych polegających na:

- 1) prowadzeniu kampanii z wykorzystaniem reklam innych niż reklamy profilowane, to jest opartych wyłącznie o treści cyfrowe danego interfejsu cyfrowego i o identycznej zawartości wyświetlanej wszystkim użytkownikom;
- 2) przeprowadzaniu rozliczeń międzybankowych i rozrachunków międzybankowych w rozumieniu ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. – Prawo bankowe (Dz. U. z 2019 r. poz. 2357 oraz z 2020 r. poz. 284, 288, 321 i 1086);
- 3) sprzedaży towarów lub usług za pośrednictwem interfejsu cyfrowego zbywcy tych towarów lub usług;
- 4) świadczeniu usług płatniczych w rozumieniu Dyrektywy PE i Rady (UE) 2015/2366 z dnia 25 listopada 2015 r. w sprawie usług płatniczych w ramach rynku wewnętrznego;
- 5) umożliwianiu wykorzystywania interfejsu cyfrowego, którego jedynym celem jest oferowanie użytkownikom dostępu do treści cyfrowych;
- 6) umożliwianiu wykorzystywania interfejsów cyfrowych świadczących wyłącznie usługi komunikacyjne.

3. Opodatkowaniu podatkiem nie podlegają również usługi świadczone wyłącznie pomiędzy podmiotami powiązanymi.

Art. 4. 1. Miejscem świadczenia usług cyfrowych, o których mowa w art. 3 ust. 1, jest:

- 1) w przypadku prowadzenia kampanii z wykorzystaniem reklam profilowanych – miejsce, w którym znajduje się urządzenie, poprzez które użytkownik, dla którego dedykowana jest reklama profilowana, korzysta z interfejsu cyfrowego;
- 2) w przypadku umożliwienia wykorzystywania wielostronnego interfejsu cyfrowego – miejsce, w którym znajduje się urządzenie, poprzez które użytkownik korzysta z wielostronnego interfejsu cyfrowego;

3) w przypadku przekazywania zgromadzonych danych o użytkownikach – miejsce, w którym znajdowało się urządzenie, poprzez które użytkownik, o którym zostały zgromadzone dane, korzystał z interfejsu cyfrowego.

2. Minister właściwy do spraw informatyzacji, po zasięgnięciu opinii Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej oraz Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, określi, w drodze rozporządzenia, sposób określenia lokalizacji urządzeń, o których mowa w ust. 1, w szczególności z wykorzystaniem adresu IP i adresu MAC, uwzględniając konieczność ochrony prywatności użytkowników.

Art. 5. 1. Podatnikami podatku są przedsiębiorstwa sektora cyfrowego, niezależnie od miejsca ich siedziby, o znaczącej obecności cyfrowej na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.

2. Przedsiębiorstwo sektora cyfrowego posiada znaczącą obecność cyfrową na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, jeżeli:

- 1) dokonało jednej lub więcej transakcji z użytkownikami zlokalizowanymi na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, a skonsolidowana wartość tych transakcji przekracza w okresie rozliczeniowym 4 mln euro, oraz
- 2) jego skonsolidowany przychód brutto w skali światowej przekracza w okresie rozliczeniowym 750 mln euro.

3. Wartość znaczącej obecności cyfrowej na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej stanowi równowartość przychodów przedsiębiorstwa sektora cyfrowego uzyskanych w danym okresie rozliczeniowym w części odpowiadającej świadczeniu na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej usług cyfrowych, o których mowa w art. 3 ust. 1.

Art. 6. Wyrażone w euro wielkości wskazane w art. 5 ust. 2 przelicza się na złote według średniego kursu euro ogłoszonego przez Narodowy Bank Polski w ostatnim dniu okresu rozliczeniowego.

Art. 7. Podstawę opodatkowania stanowi wartość znaczącej obecności cyfrowej na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.

Art. 8. Obowiązek podatkowy powstaje wraz z osiągnięciem przez przedsiębiorstwo sektora cyfrowego w danym okresie rozliczeniowym znaczącej obecności cyfrowej na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.

Art. 9. Stawka podatku wynosi 7% podstawy opodatkowania.

Art. 10. 1. Podatnicy są obowiązani, bez wezwania właściwego organu podatkowego:

- 1) składać właściwemu dla podatnika naczelnikowi urzędu skarbowego deklaracje podatkowe o wysokości podatku, sporządzone według ustalonego wzoru;
- 2) obliczać i wpłacać podatek na rachunek urzędu skarbowego, przy pomocy którego właściwy dla podatnika naczelnik urzędu skarbowego wykonuje swoje zadania – w terminie do dnia 21 marca roku kalendarzowego następującego po okresie rozliczeniowym, którego podatek dotyczy.

2. Minister właściwy do spraw finansów publicznych określi, w drodze rozporządzenia, wzór deklaracji podatkowej o wysokości podatku, wraz z objaśnieniami co do sposobu prawidłowego jej wypełnienia oraz terminu i miejsca jej składania, w celu umożliwienia rozliczenia podatku.

Art. 11. 1. W przypadku podatników posiadających siedzibę na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej właściwym miejscowo organem podatkowym jest naczelnik urzędu skarbowego właściwy ze względu na adres siedziby podatnika.

2. W przypadku podatników nieposiadających siedziby na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej właściwym organem podatkowym jest Naczelnik Drugiego Urzędu Skarbowego Warszawa-Śródmieście.

3. Jeżeli nie można ustalić właściwości organu podatkowego zgodnie z ust. 1, właściwym organem podatkowym jest Naczelnik Drugiego Urzędu Skarbowego Warszawa-Śródmieście.

Art. 12. 1. Podatnicy, o których mowa w art. 11 ust. 2, są obowiązani ustanowić przedstawiciela podatkowego, z zastrzeżeniem ust. 2. Przepisy o przedstawicielu podatkowym z ustawy z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług (Dz. U. z 2020 r. poz. 106, 568, 1065 i 1106) stosuje się odpowiednio.

2. Minister właściwy do spraw finansów publicznych może określić, w drodze rozporządzenia, przypadki, w których nie ma obowiązku ustanawiania przedstawiciela podatkowego, uwzględniając konieczność zapewnienia prawidłowego rozliczenia podatku przez podmioty nieposiadające siedziby działalności gospodarczej lub stałego miejsca prowadzenia działalności gospodarczej na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.

Art. 13. W sprawach nieuregulowanych w niniejszej ustawie stosuje się odpowiednio przepisy ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. – Ordynacja podatkowa (Dz. U. z 2020 r. poz. 1325 i 1423).

Rozdział 3

Obowiązki przedsiębiorstw sektora cyfrowego

Art. 14. Przedsiębiorstwa sektora cyfrowego prowadzące działalność gospodarczą na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, niezależnie od tego, czy są podatnikami podatku, o którym mowa w art. 3 ust. 1, są obowiązane:

- 1) prowadzić rachunkowość, stosując przepisy rozporządzenia wydanego na podstawie art. 82 pkt 6 ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (Dz. U. z 2019 r. poz. 351, 1495, 1571 i 1680 oraz z 2020 r. poz. 568);
- 2) przedkładać ministrowi właściwemu do spraw informatyzacji informację roczną o świadczonych na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej usługach cyfrowych.

Art. 15. 1. Informacja roczna, o której mowa w art. 14 pkt 2, zawiera w szczególności:

- 1) dane o liczbie użytkowników;
- 2) dane o liczbie i rodzaju zrealizowanych usług cyfrowych oraz o łącznej wartości

tych usług, w podziale na ich rodzaj;

- 3) informację o wykorzystywanych algorytmach wpływających na świadczenie usług cyfrowych, w tym o przeprowadzonych testach oceny skutków algorytmu;
- 4) skróconą informację o zasadach ochrony danych użytkowników, w tym o zmianach zasad ochrony danych użytkowników w roku, którego dotyczy informacja.

2. Informacja roczna składana jest w terminie do dnia 21 marca za poprzedni rok kalendarzowy.

3. Minister właściwy do spraw informatyzacji może określić, w drodze rozporządzenia, szczegółowy wzór informacji rocznej, mając na względzie możliwość sporządzenia jej w formie elektronicznej.

4. Minister właściwy do spraw informatyzacji przekazuje z urzędu informacje roczne Prezesowi Urzędu Ochrony Danych Osobowych oraz Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów niezwłocznie po ich uzyskaniu.

Rozdział 4

Fundusz Technologii Cyfrowych

Art. 16. 1. Tworzy się Fundusz Technologii Cyfrowych, zwany dalej „Funduszem”.

2. Funduszem jest państwowym funduszem celowym gromadzącym środki finansowe na potrzeby zadań polegających na finansowaniu:

- 1) zadań operatora Ogólnopolskiej Sieci Edukacyjnej;
- 2) prowadzenia działalności naukowej.

3. Dysponentem Funduszu jest minister właściwy do spraw informatyzacji.

4. Bank Gospodarstwa Krajowego, zwany dalej „Bankiem”, prowadzi obsługę bankową Funduszu na zasadach określonych w umowie z dysponentem Funduszu.

5. Wysokość wynagrodzenia Banku za prowadzenie obsługi bankowej Funduszu nie może przekroczyć średniej wysokości wynagrodzenia pobieranego przez Bank za obsługę bankową innych państwowych funduszy celowych.

Art. 17. Środki Funduszu pochodzą z:

- 1) wpływów z tytułu podatku od niektórych usług cyfrowych, o którym mowa w Rozdziale 2 niniejszej ustawy;
- 2) budżetu państwa w części, której dysponentem jest minister właściwy do spraw informatyzacji;
- 3) odsetek od środków Funduszu pozostających na wyodrębnionych rachunkach bankowych, których obowiązek utworzenia wynika z obowiązujących przepisów lub umów, będących w dyspozycji jednostki realizującej zadania finansowane ze środków Funduszu;
- 4) odsetek od wolnych środków przekazanych albo przyjmowanych w zarządzenie zgodnie z przepisami o finansach publicznych;
- 5) darowizn i zapisów;
- 6) innych źródeł.

Art. 18. 1. Środki Funduszu przeznacza się na:

- 1) finansowanie zadań operatora Ogólnopolskiej Sieci Edukacyjnej, o których mowa w art. 5-6 ustawy z dnia 27 października 2017 r. o Ogólnopolskiej Sieci Edukacyjnej (Dz. U. z 2020 r. poz. 1334);
- 2) finansowanie prowadzenia działalności naukowej w rozumieniu art. 4 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. - Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U. z 2020 r. poz. 85, 374, 695, 875 i 1086), z wyłączeniem twórczości artystycznej, w zakresie, o którym mowa w ust. 2;
- 3) wydatki na obsługę Funduszu.

2. Działalność naukowa finansowana ze środków Funduszu prowadzona jest w zakresie:

- 1) automatyki, elektroniki i elektrotechniki;
- 2) informatyki technicznej i telekomunikacji;
- 3) informatyki;
- 4) matematyki;
- 5) nauk o bezpieczeństwie, o ile przedmiotem działalności naukowej jest cyberbezpieczeństwo w rozumieniu ustawy z dnia 5 lipca 2018 r. o krajowym

systemie cyberbezpieczeństwa (Dz. U. z 2020 r. poz. 1369);

6) innych dyscyplin naukowych, w tym projektów interdyscyplinarnych, o ile działalność naukowa prowadzona jest z wykorzystaniem uczenia maszynowego lub przetwarzania cyfrowego dużych zbiorów danych, w tym w chmurach obliczeniowych.

3. Działalność naukową finansowaną ze środków Funduszu prowadzą:

1) instytuty naukowe Polskiej Akademii Nauk, działające na podstawie ustawy z dnia 30 kwietnia 2010 r. o Polskiej Akademii Nauk (Dz. U. z 2019 r. poz. 1183 i 2227 oraz z 2020 r. poz. 695 i 1086)

2) państwowe instytuty badawcze, działające na podstawie ustawy z dnia 30 kwietnia 2010 r. o instytutach badawczych (Dz. U. z 2020 r. poz. 1383),

3) instytuty działające w ramach Sieci Badawczej Łukasiewicz, działające na podstawie ustawy z dnia 21 lutego 2019 r. o Sieci Badawczej Łukasiewicz (Dz. U. z 2019 r. poz. 534 i 2227 oraz z 2020 r. poz. 284, 695 i 875)

– zwane dalej „instytutami”.

4. Minister właściwy do spraw informatyzacji, w porozumieniu z ministrem właściwym do spraw nauki i szkolnictwa wyższego, określi, w drodze rozporządzenia, szczegółowe zasady podziału środków między instytutami, uwzględniając w szczególności przejrzystość procedury i potrzebę zapewnienia stabilnego finansowania badań podstawowych.

Art. 19. 1. Dysponent Funduszu sporządza projekt rocznego planu finansowego Funduszu, zawierający w szczególności wysokość:

1) wpływów w podziale na źródła, o których mowa w art. 17;

2) wydatków w podziale na cele, o których mowa w art. 18 ust. 1.

2. Dysponent Funduszu sporządza projekt planu, o którym mowa w ust. 1, w terminie do dnia 15 lipca roku poprzedzającego rok, w którym plan finansowy Funduszu ma obowiązywać.

3. Projekt planu, o którym mowa w ust. 1, podlega uzgodnieniu z ministrem właściwym do spraw finansów publicznych do dnia 31 lipca roku poprzedzającego rok, w

którym plan finansowy Funduszu ma obowiązywać.

4. Zmiana planu finansowego Funduszu wymaga uzgodnienia z ministrem właściwym do spraw finansów publicznych.

5. Minister właściwy do spraw informatyzacji, w porozumieniu z ministrem właściwym do spraw finansów publicznych, określi, w drodze rozporządzenia, szczegółowe zasady gospodarki finansowej Funduszu, mając na względzie zapewnienie racjonalności gospodarowania środkami Funduszu.

Rozdział 5

Przepisy zmieniające

Art. 20. W ustawie z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (Dz. U. z 2019 r. poz. 351, 1495, 1571 i 1680 oraz z 2020 r. poz. 568) w art. 82 dodaje się pkt 6 w brzmieniu:

„6) po zasięgnięciu opinii ministra właściwego do spraw informatyzacji, określić szczególne zasady rachunkowości przedsiębiorstw sektora cyfrowego, o których mowa w przepisach o podatku od niektórych usług cyfrowych i Funduszu Technologii Cyfrowych, w tym zakres informacji wykazywanych w sprawozdaniu finansowym lub skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym oraz sprawozdaniach z działalności.”.

Art. 21. W ustawie z dnia z dnia 27 października 2017 r. o Ogólnopolskiej Sieci Edukacyjnej (Dz. U. z 2020 r. poz. 1334) wprowadza się następujące zmiany:

1) art. 2 otrzymuje brzmienie:

„Art. 2. OSE jest publiczną siecią telekomunikacyjną służącą świadczeniu publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych:

- 1) szkole w rozumieniu art. 2 pkt 2 ustawy z dnia 14 grudnia 2016 r. - Prawo oświatowe (Dz. U. z 2020 r. poz. 910), z wyjątkiem szkół dla dorosłych, zwanej dalej „szkołą”;
- 2) biblioteki jednostki samorządu terytorialnego w rozumieniu art. 18 ust. 2

ustawy z dnia 27 czerwca 1997 r. o bibliotekach (Dz. U. z 2019 r. poz. 1479),
zwanej dalej „biblioteką.”;

- 2) w art. 3 w pkt 1 po wyrazie „szkole” dodaje się wyrazy „lub bibliotece”;
- 3) w art. 5:
 - a) w pkt 2 po wyrazie „szkole” dodaje się wyrazy „lub bibliotece”,
 - b) w pkt 3 po wyrazie „szkole” dodaje się wyrazy „lub bibliotece”;
- 4) w art. 7:
 - a) w ust. 1 po wyrazie „szkole” dodaje się wyrazy „lub bibliotece”,
 - b) dodaje się ust. 8 w brzmieniu:

„8. Przepisy ust. 3-7 stosuje się odpowiednio do biblioteki,
organizatora biblioteki i dyrektora (kierownika) biblioteki.”;
- 5) w art. 8:
 - a) w ust. 2 w pkt 2:
 - we wprowadzeniu do wyliczenia po wyrazie „szkoły” dodaje się wyrazy „lub biblioteki”,
 - w lit. b po wyrazie „szkole” dodaje się wyrazy „lub bibliotece”,
 - w części wspólnej po wyrazie „szkole” dodaje się wyrazy „lub bibliotece”,
 - b) w ust. 3:
 - w pkt 1 po dwukrotnie użytym wyrazie „szkole” dodaje się wyrazy „lub bibliotece” oraz po wyrazach „dyrektora szkoły” dodaje się wyrazy „lub dyrektora (kierownika) biblioteki”,
 - w pkt 2 po dwukrotnie użytym wyrazie „szkole” dodaje się wyrazy „lub bibliotece”,
 - w pkt 3 po dwukrotnie użytym wyrazie „szkole” dodaje się wyrazy „lub bibliotece” oraz po wyrazach „dyrektora szkoły” dodaje się wyrazy „lub dyrektora (kierownika) biblioteki”;
- 6) w art. 9 dotychczasową treść oznacza się jako ust. 1 i dodaje się ust. 2 w brzmieniu:

„2. Przepis ust. 1 stosuje się odpowiednio do organizatora biblioteki i

- biblioteki.”;
- 7) w art. 10:
- a) ust. 1 otrzymuje brzmienie:
- „1. Wykonywanie przez operatora OSE zadań, o których mowa w art. 5 i art. 6, finansowane jest ze środków budżetu państwa w formie dotacji celowej udzielanej przez ministra właściwego do spraw informatyzacji, środków gromadzonych w Funduszu Technologii Cyfrowych, o którym mowa w art. 11 ustawy o podatku od niektórych usług cyfrowych i Funduszu Technologii Cyfrowych, lub z budżetu środków europejskich.”,
- b) w ust. 2 po wyrazie „szkołę” dodaje się wyrazy „lub bibliotekę”,
- c) po ust. 3 dodaje się ust. 3a w brzmieniu:
- „3a. Przepis ust. 3 stosuje się odpowiednio do biblioteki, organizatora biblioteki i dyrektora (kierownika) biblioteki.”,
- 8) w art. 11 wprowadzenie do wyliczenia otrzymuje brzmienie:
- „Ze środków dotacji celowej lub środków gromadzonych w Funduszu Technologii Cyfrowych, o których mowa w art. 10 ust. 1, operator OSE w celu wykonywania zadań, o których mowa w art. 5, art. 5a i art. 6, może ponosić wydatki:”;
- 9) w art. 12 ust. 1 otrzymuje brzmienie:
- „1. Operator OSE składa wniosek o udzielenie dotacji celowej i przyznanie środków finansowych z Funduszu Technologii Cyfrowych do ministra właściwego do spraw informatyzacji na wezwanie tego ministra.”.

Rozdział 6

Przepisy przejściowe i końcowe

Art. 22. 1. W roku wejścia w życie ustawy informację roczną, o której mowa w art. 14 pkt 2, przedkłada się w terminie do dnia 21 lipca tego roku.

2. Informacja roczna, o której mowa w ust. 1, może nie zawierać informacji, o których mowa w art. 15 ust. 1 pkt 1 i 2.

Art. 23. Ustawa wchodzi w życie pierwszego dnia roku następującego po upływie 90 dni od dnia ogłoszenia, z wyjątkiem art. 21 pkt 1-6 i pkt 7 lit. b i c, które wchodzi w życie po upływie 60 dni od dnia ogłoszenia.

Uzasadnienie

1. Cel i potrzeba uchwalenia ustawy

1.1. *Istota regulacji.* Projekt ustawy zakłada (1) wprowadzenie podatku od niektórych usług cyfrowych, (2) określenie szczególnych obowiązków przedsiębiorstw sektora cyfrowego, (3) utworzenie Funduszu Technologii Cyfrowych, będącego państwowym funduszem celowym finansującym zadania operatora Ogólnopolskiej Sieci Edukacyjnej i działalność naukową prowadzoną przez publiczne instytuty badawcze oraz (4) włączenie do OSE bibliotek jednostek samorządu terytorialnego.

1.2. *Przedsiębiorstwa sektora cyfrowego.* Rozwój technologiczny przyczynił się do wzrostu gospodarczego znaczenia przedsiębiorstw sektora cyfrowego. Prowadzą one działania na odległość, przy ograniczonej obecności fizycznej w danym państwie lub bez tej obecności. W przedsiębiorstwach tych kluczową rolę odgrywają zasoby niematerialne oraz wkład użytkowników końcowych w proces wytwarzania wartości – przekształcają one aktywność użytkowników w rodzaj darmowej pracy. Znaczenie przedsiębiorstw sektora cyfrowego rośnie, ponieważ rozwijają się o wiele szybciej niż inne sektory gospodarki.

Obowiązujące przepisy dotyczące opodatkowania osób prawnych (w przypadku Polski kluczowe znaczenie ma tu podatek dochodowy od osób prawnych) w małym stopniu przystają do praktyki funkcjonowania tych przedsiębiorstw. Opierają się one na założeniu, że tworzenie wartości wiąże się z fizyczną obecnością przedsiębiorstwa w danym państwie oraz że zachodzi tradycyjna relacja między wytwórcą wartości (producentem, sprzedawcą, usługodawcą itd.) a klientem, który nie wytwarza wartości. Ponadto charakter działalności przedsiębiorstw sektora cyfrowego, opierający się w znacznej mierze na zasobach niematerialnych, ułatwia im stosowanie agresywnego planowania podatkowego. Unikanie opodatkowania przez te firmy wpływa negatywnie na dochody

sektora finansów publicznych i potencjał rozwojowy państw takich jak Polska.

1.3. *Agresywne planowanie podatkowe.* Problem unikania opodatkowania stał się w ostatnich latach przedmiotem zainteresowania instytucji międzynarodowych. Kraje OECD i G20 przyjęły plan działań w związku z projektem BEPS. Przeciwdziałanie *Base Erosion and Profit Shifting* obejmuje wprowadzenie spójności w krajowych regułach podatkowych, wzmocnienie standardów międzynarodowych oraz poprawę przejrzystości prawa. Propozycja nałożenia na największe przedsiębiorstwa sektora cyfrowego podatku przychodowego stanowi jeden z możliwych wariantów dostosowania polskich przepisów podatkowych do nowej rzeczywistości.

Przedsiębiorstwa sektora cyfrowego wykorzystują w znacznej mierze zasoby niematerialne. Autorzy raportu *Podatek cyfrowy od gigantów. Ekspertyza w zakresie wprowadzenia w Polsce podatku cyfrowego (DST)* wskazują, że ich „wycena i charakterystyka (np. geograficzna lokalizacja) jest wysoce sporna. W ten sposób cyfrowe platformy mogą przesuwac swoje aktywa, wykorzystywać ceny transferowe do manipulacji kosztami i raportować zyski w relatywnie niżej opodatkowanych jurysdykcjach, mimo operowania np. w państwie dobrobytu o wyższych stawkach podatkowych”¹.

W oczekiwaniu na wynik prac OECD Komisja Europejska wstrzymała wdrożenie własnej propozycji podatku cyfrowego z marca 2018 r. Prace OECD są jednak dotychczas niezakończone i nieznanym jest realistyczny termin ich zakończenia. Komisja Europejska (w projekcie Dyrektywy Rady w sprawie wspólnego systemu podatku od usług cyfrowych pobieranego od przychodów wynikających ze świadczenia niektórych usług cyfrowych z dnia 21 marca 2018 roku) zaproponowała alternatywne rozwiązanie tymczasowe, dające

¹ K. Chojecka, S. A. Roy, J. J. Zygmuntowski (2020) *Podatek cyfrowy od gigantów. Ekspertyza w zakresie wprowadzenia w Polsce podatku cyfrowego (DST)*, InStrat Policy Paper 02/2020, s. 12, raport dostępny online: <https://instrat.pl/podatek-cyfrowy/> [dostęp: 24 września 2020 roku].

możliwość nałożenia stosunkowo prostego podatku do momentu ustalenia jednolitych rozwiązań na szczeblu światowym². Model ten oparty jest o specyficzny podatek pobierany od skonsolidowanych przychodów podmiotów świadczących określone usługi (*Digital Service Tax – DST*). Alternatywną opcją, wskazywaną wcześniej przez Komisję Europejską, była zmiana kształtu CIT poprzez modyfikację definicji stałego (zagranicznego) zakładu i stworzenie wspólnej skonsolidowanej podstawy opodatkowania osób prawnych³. Tak skomplikowana regulacja wymagałaby jednak znacznych nakładów, modyfikacji fundamentalnych dla polskiego systemu podatkowego zasad, harmonizacji zmian prawnych co najmniej na poziomie unijnym oraz stosunkowo długich okresów przejściowych przewidzianych prawem – wprowadzenie jej byłoby więc znacząco utrudnione.

Wobec niekompletności prac OECD i wstrzymania prac na poziomie unijnym, kolejne kraje UE przyjmują (np. Francja, Austria) lub rozpoczynają prace (np. Czechy, Hiszpania) nad własnymi regulacjami w zakresie podatku cyfrowego, kształtowanymi w oparciu o dotychczasowe prace KE. Zawarta w niniejszym projekcie ustawy propozycja również opiera się na przedstawionym przez KE modelu DST.

1.4. *Monopolistyczny/oligopolistyczny charakter rynku cyfrowego.* Koncentracja firm operujących na rynku cyfrowym jest daleko posunięta. Łączny udział Alphabet (m.in. Google, YouTube i Android OS) i Facebook (m.in. Facebook, Instagram i WhatsApp) w amerykańskim rynku reklamy cyfrowej wyniesie w 2020 roku 60,7%, a kolejne 8,6%

² Projekt Dyrektywy Rady w sprawie wspólnego systemu podatku od usług cyfrowych pobieranego od przychodów wynikających ze świadczenia niektórych usług cyfrowych:
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018PC0148&from=EN> [dostęp: 24 września 2020 roku].

³ Projekt Dyrektywy Rady ustanawiającej przepisy dotyczące opodatkowania osób prawnych, których obecność na rynku cyfrowym jest znacząca:
https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:3d33c84c-327b-11e8-b5fe-01aa75ed71a1.0002.02/DOC_1&format=PDF [dostęp: 24 września 2020 roku].

rynku kontroluje – dynamicznie zwiększając swój udział – Amazon⁴. Według innych szacunków, pomijając rynek chiński, Alphabet i Facebook kontrolują 84% wydatków na światowym rynku reklamy⁵. Szacuje się, że w ciągu zaledwie dekady 30% całej światowej produkcji może być podporządkowane GAFA (Google, Amazon, Facebook, Apple) i garstce innych przedsiębiorstw operujących według ich modelu biznesowego⁶.

Przedsiębiorstwa sektora cyfrowego wykupują zarówno ugruntowanych, ale słabszych rywali na rynku cyfrowym, jak i potencjalnie zagrażające ich pozycji nowe przedsiębiorstwa, często jedynie w celu zduszenia konkurencji (tzw. *killer acquisitions*)⁷. Obecny poziom koncentracji kapitału na rynku cyfrowym zniechęca inwestorów do angażowania się w nowe przedsięwzięcia, które miałyby konkurować z podmiotami dominującymi na rynku⁸. W efekcie, poza największymi podmiotami, spadają prywatne nakłady na badania i rozwój. Gdy mniejsze przedsiębiorstwa sektora cyfrowego przestają wywierać presję na innowacyjność, cyfrowe giganty same również zmniejszają nakłady na B+R, przekierowując zaoszczędzone w ten sposób środki na intensyfikację fuzji i przejęć (M&A). Towarzyszą temu inne negatywne zjawiska, jak zmniejszenie udziału

⁴ N. Perrin (2019) *Facebook-Google Duopoly Won't Crack This Year*, „eMarketer”, 4 listopada 2019 roku: <https://www.emarketer.com/content/facebook-google-duopoly-won-t-crack-this-year> [dostęp: 24 września 2020 roku].

⁵ Dane Statista za: K. Chojecka, S. A. Roy, J. J. Zygmuntowski, op. cit., s. 9.

⁶ Subcommittee on Antitrust, Commercial and Administrative Law (2020) *Investigation of Competition in Digital Markets. Majority Staff Report and Recommendations*, Izba Reprezentantów Stanów Zjednoczonych, s. 11, raport dostępny online: https://judiciary.house.gov/uploadedfiles/competition_in_digital_markets.pdf [dostęp: 9 października 2020 roku].

⁷ C. Cunningham, F. Ederer, S. Ma (2018) *Killer Acquisitions*, artykuł dostępny online: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3241707 [dostęp: 24 września 2020 roku]; C. Pike (2020) *Start-ups, Killer Acquisitions and Merger Control – Background Note*, OECD Competition Papers DAF/COMP(2020)5, dokument dostępny online: [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP\(2020\)5/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP(2020)5/en/pdf) [dostęp: 24 września 2020 roku].

⁸ S. K. Kamepalli, R. G. Rajan, L. Zingales (2020) *Kill Zone*, Becker Friedman Institute for Economics Working Paper No. 2020-19, University of Chicago, artykuł dostępny online: https://bfi.uchicago.edu/wp-content/uploads/BFI_WP_202019.pdf [dostęp: 24 września 2020 roku].

wynagrodzeń w kosztach. Początkowe innowacje i wysoka produktywność, które leżały u źródeł dynamicznego rozwoju rynku cyfrowego, długoterminowo prowadzą więc paradoksalnie do ograniczenia innowacji i zahamowania wzrostu produktywności⁹.

Największe przedsiębiorstwa sektora cyfrowego wzbogacają swoje portfolio o linie biznesowe związane z rynkiem cyfrowym jedynie pośrednio albo niezwiązane z nim wcale (np. Alphabet jest właścicielem nie tylko Google i YouTube, ale też Android OS, Google Home, Google Fiber, Loon, Calico czy Waymo; Amazon jest z kolei właścicielem m.in. Kindle, Amazon Echo, Prime Video, Twitch, IMDb, Whole Foods Market czy AWS). Także przedsiębiorstwa sektora cyfrowego spoza „wielkiej czwórki”, niekorzystające z ich modelu biznesowego, wywierają znaczący wpływ na niezwiązane bezpośrednio z rynkiem cyfrowym tradycyjne rynki dóbr i usług, jak na przykład przedsiębiorstwa oferujące aplikacje do zamawiania usług transportu samochodowego na usługi taksówkarskie (czy szerzej rynek pracy¹⁰) czy platformy pośredniczące w zawieraniu umów najmu krótkoterminowego na między innymi rynek mieszkaniowy¹¹ – jednocześnie chętnie zaprzeczając, jakoby w ogóle na tych rynkach działały, i przedstawiając się jako firmy, które świadczą wyłącznie usługi informatyczne¹².

⁹ P. Aghion et al. (2018) *The Causal Effects of Competition on Innovation: Experimental Evidence*, „The Journal of Law, Economics, and Organization” t. 34 nr 2, Oxford University Press, artykuł dostępny online: <https://academic.oup.com/jleo/article/34/2/162/4919662> [dostęp: 24 września 2020 roku]; P. Aghion et al. (2019) *A Theory of Falling Growth and Rising Rents*, Bank Rezerwy Federalnej w San Francisco, Working Paper 2019-11, artykuł dostępny online: <https://www.frbsf.org/economic-research/files/wp2019-11.pdf> [dostęp: 24 września 2020 roku].

¹⁰ Por. np. D. Owczarek (red.) (2018) *New forms of work in Poland*, Instytut Spraw Publicznych, raport dostępny online: <https://www.isp.org.pl/en/publications/new-form-of-work-in-poland> [dostęp: 24 września 2020 roku].

¹¹ W kontekście Polski por. np. K. Gyódi, W. Hardy, J. Mazur (2019) *Airbnb w Warszawie. Charakterystyka rynku i wyzwania dla miasta*, DELab UW – Digital Economy Lab, raport dostępny online: https://www.delab.uw.edu.pl/wp-content/uploads/2020/09/DELab_airbnb_prezentacja.pdf [dostęp: 24 września 2020 roku].

¹² Por. np. S. Schechner (2016) *Uber's 'Not a Taxi Company' Defense on Trial in EU*, „The Wall Street Journal”, 29 listopada 2016 roku: <https://www.wsj.com/articles/ubers-not-a-taxi-company-defense-on-trial-in-eu-1480427094> [dostęp: 24 września 2020 roku].

Tendencja do powstawania na rynku cyfrowym monopolu napędzana jest przez minimalne koszty przyłączenia do sieci kolejnego użytkownika (zjawisko to zachodzi nawet wyraźniej niż w przypadku tradycyjnych monopolu naturalnych, takich jak wodociągi). Efekt sieciowy i brak interoperacyjności interfejsów należących do różnych podmiotów unieważniają pozornie niski koszt zmiany dostawcy usługi cyfrowej („co z tego, że rezygnacja z serwisu społecznościowego na rzecz podobnego, potencjalnie lepszego, jest prosta, skoro to tego pierwszego używają wszyscy moi znajomi?”). Korzystając z dominującej pozycji, duże przedsiębiorstwa sektora cyfrowego są w stanie osiągnąć marżę operacyjną na poziomie 25-70%, czyli od bardzo wysokiej do niespotykanej w innych sektorach gospodarki¹³. Pozwala im to z oczywistych przyczyn na dalszą koncentrację.

Giganci cyfrowi po eliminacji konkurencji mogą pozwolić sobie na obniżenie jakości świadczonych usług. Sztandarowym przykładem jest wykorzystywanie algorytmów manipulujących uwagą użytkowników oraz słaba ochrona ich danych¹⁴. Te praktyki biznesowe przynoszą negatywne efekty społeczne, jak popularyzacja teorii spiskowych i szerzenie nienawiści¹⁵.

Podsumowując: monopolizacja gospodarki cyfrowej zmniejsza nakłady prywatnych

¹³ K. Chojecka, S. A. Roy, J. J. Zygmuntowski, op. cit., s. 12.

¹⁴ H. A. Shelanski (2013) *Information, Innovation, and Competition Policy for the Internet*, artykuł dostępny online: https://scholarship.law.upenn.edu/penn_law_review/vol1161/iss6/6/ [dostęp: 24 września 2020 roku]. D. N. Cicilline, T. McSweeney (2018) *Competition Is at the Heart of Facebook's Privacy Problem*, „Wired”, 24 kwietnia 2018 roku: <https://www.wired.com/story/competition-is-at-the-heart-of-facebooks-privacy-problem/> [dostęp: 24 września 2020 roku]

¹⁵ D. Allington et al. (2020) *Health-protective behaviour, social media usage and conspiracy belief during the COVID-19 public health emergency*, „Psychological Medicine” 1–7, Cambridge University Press, <https://doi.org/10.1017/S003329172000224X> [dostęp: 24 września 2020 roku]. W temacie szerzenia nienawiści: E. Meixler (2018) *U.N. Fact Finders Say Facebook Played a 'Determining' Role in Violence Against the Rohingya*, „Time”, 13 marca 2018 roku: <https://time.com/5197039/un-facebook-myanmar-rohingya-violence/> [dostęp: 24 września 2020 roku].

przedsiębiorstw na B+R; ogranicza wzrostu produktywności; prowadzi do ustalania nieracjonalnie wysokich marż, znacznie przewyższających wynikający z umowy społecznej tzw. godziwy zysk; osłabia pozycję małych przedsiębiorstw; prowadzi do szkodliwych efektów zewnętrznych (takich jak prekaryzacja pracy, ograniczenie dostępności mieszkań, gentryfikacja, dezinformacja); umożliwia obniżenie jakości świadczonych usług.

Problem monopolizacji rynku cyfrowego i ich wpływu na otaczającą nas rzeczywistość budzi w ostatnich latach zainteresowanie społeczeństwa obywatelskiego¹⁶. Powstrzymanie tego negatywnego trendu jest celem, który stawia sobie coraz więcej organizacji międzynarodowych i rządów. Wśród proponowanych rozwiązań można wymienić między innymi wzmocnienie kontroli antymonopolowej, w tym rozbitcie już istniejących monopolii na rynku cyfrowym¹⁷; dalszą regulację sektora, w tym wprowadzenie wymogów dotyczących interoperacyjności, ochrony danych użytkowników czy bardziej szczegółowej sprawozdawczości przedsiębiorstw; dostosowanie systemów podatkowych do gospodarki cyfrowej; wspieranie alternatyw wobec cyfrowych gigantów, w tym MŚP, przedsiębiorstw publicznych czy platformowych spółdzielni¹⁸. Nałożenie nowego podatku od niektórych usług cyfrowych – będącego w istocie podatkiem od renty monopolistycznej – może stanowić jeden ze sposobów regulacji sektora. Jego przyjęcie to jednak dopiero początek drogi. Należy zgodzić się z autorami raportu *Podatek cyfrowy*

¹⁶ W Polsce działa m.in. koalicja ekspercka na rzecz Polskiej Karty Suwerenności Cyfrowej: <https://cyfrowasuwerennosc.pl/>

¹⁷ Subcommittee on Antitrust, Commercial and Administrative Law, op. cit., s. 378-406. Rozbitcie cyfrowych gigantów na mniejsze podmioty było jednym z najważniejszych wątków kampanii prezydenckiej senator Elizabeth Warren, por. E. Warren (2019) *Here's how we can break up Big Tech*, „Medium”, 8 marca 2019 roku: <https://medium.com/@teamwarren/heres-how-we-can-break-up-big-tech-9ad9e0da324c> [dostęp: 24 września 2020 roku].

¹⁸ K. Chojecka, S. A. Roy, J. J. Zygmuntowski, op. cit., s. 41-42. Szerzej o spółdzielczości platformowej por. J. J. Zygmuntowski (2018) *Commoning in the Digital Era: Platform Cooperativism as a Counter to Cognitive Capitalism*, „Praktyka Teoretyczna” t. 27 nr 1, <https://doi.org/10.14746/prt.2018.1.7> [dostęp: 24 września 2020 roku]; A. Burnicka, J. J. Zygmuntowski (2019) *#CoopTech: Platform Cooperativism as the Engine of Solidary Growth*, Instrat, <http://instrat.pl/en/cooptech-en/> [dostęp: 24 września 2020 roku].

od gigantów, że „ten instrument nie może być traktowany jako wystarczające rozwiązanie, ale może znacząco przyczynić się do zmniejszenia problemów związanych z aktywnością cyfrowych gigantów i zwiększyć możliwości finansowania niezbędnych dla społeczeństwa i gospodarki informacyjnej programów rozwojowych”¹⁹.

1.5. *Spoleczne wytwarzanie wartości.* Chociaż korzystanie ze znacznej części wielostronnych interfejsów cyfrowych nie wymaga wnoszenia przez użytkownika końcowego opłat w tradycyjnym znaczeniu, usługi świadczone przez przedsiębiorstwa sektora cyfrowego nigdy nie są w rzeczywistości darmowe. Najczęściej odbiorca usługi płaci za nią swoimi danymi²⁰, które są następnie analizowane, wykorzystywane przez algorytmy wybierające reklamy profilowane lub dążące do podtrzymania uwagi, a także sprzedawane innym podmiotom. To sami użytkownicy sami tworzą treści cyfrowe (portale społecznościowe) lub są dostawcami towarów (platformy *ecommerce*) i usługodawcami (platformy pośredniczące). W tym sensie wykonują na rzecz przedsiębiorstw sektora cyfrowego pracę, której wartość przekracza wartość oferowanych usług cyfrowych. Podatek od niektórych usług cyfrowych jest sposobem na odzyskanie dla społeczeństwa części wartości tej nieopłaconej pracy²¹.

Warto podkreślić, że przedsiębiorstwa sektora cyfrowego korzystają z zasobów powstałych dzięki publicznemu finansowaniu. Najważniejsze technologie umożliwiające funkcjonowanie cyfrowych gigantów – na czele z internetem – zostały opracowane dzięki publicznym środkom i przez publiczne instytucje²². Zasadne wydaje się więc, że część ich zysków powinna wrócić do społeczeństwa i zostać przeznaczona na inwestycje użyteczne

¹⁹ K. Chojecka, S. A. Roy, J. J. Zygmuntowski, op. cit., s. 9.

²⁰ R. Chopra, Federalna Komisja Handlu: „Te usługi mają cenę, a płacisz za nie swoimi danymi”; J. Furman, Harvard Kennedy School: „Konsumentom może się wydawać, że otrzymują *darmowe* produkty, ale tak naprawdę płacą za te produkty na szereg sposobów”. Za: Subcommittee on Antitrust, Commercial and Administrative Law, op. cit., s. 37.

²¹ K. Chojecka, S. A. Roy, J. J. Zygmuntowski, op. cit., s. 11.

²² Klasyczne już omówienie przedstawiła M. Mazzucato (2016) *Przedsiębiorcze państwo. Obalić mit o relacji sektora publicznego i prywatnego*, Wydawnictwo Ekonomiczne Heterodox.

społecznie, takie jak cyfryzacja edukacji, upowszechnienie dostępu do szybkiego internetu czy finansowanie publicznych B+R, ze szczególnym uwzględnieniem badań podstawowych, niechętnie finansowanych przez inwestorów prywatnych.

1.6. *Podatek od niektórych usług cyfrowych a suwerenność cyfrowa Polski i europejska solidarność.* Giganci cyfrowi pochodzą praktycznie wyłącznie z dwóch państw: Stanów Zjednoczonych (m.in. Alphabet, Facebook, Amazon) i Chin (m.in. Tencent, Alibaba Group). Na rynku europejskim, w tym polskim, często korzystają ze wsparcia władz tych państw. Wyrazistym przykładem jest sprzeciw administracji amerykańskiej wobec wprowadzenia jakiegokolwiek formy podatku cyfrowego, wyrażający się m.in. w zapowiedziach „akcji odwetowych”²³. Stany Zjednoczone próbują obecnie opóźnić zawarcie porozumienia w tej sprawie na poziomie Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju²⁴. Realistyczny termin zakończenia prac na poziomie OECD, a w razie fiaska negocjacji – na poziomie Komisji Europejskiej, nie jest znany. W tej sytuacji przyjmowanie regulacji przez poszczególne państwa UE staje się także narzędziem wywierania presji, mobilizującym OECD i KE do intensyfikacji prac nad rozwiązaniem międzynarodowym. Rozpoczęcie prac nad polskim podatkiem cyfrowym będzie świadczyć o gospodarczej i cyfrowej suwerenności naszego państwa, a zarazem będzie wyrazem solidarności z krajami europejskimi, które już rozpoczęły takie prace.

W przypadku osiągnięcia międzynarodowego porozumienia na poziomie OECD „polski podatek cyfrowy” powinien zostać albo odpowiednio dostosowany, albo całkowicie

²³ B. Fung (2019) *US threatens 100% tariffs on French cheese and champagne*, „CNN Business”, 3 grudnia 2019 roku: <https://edition.cnn.com/2019/12/02/tech/french-tariffs-digital-services-tax/index.html> [dostęp: 24 września 2020 roku]; J. Leonard, L. Davison (2020) *U.S. starts probe into digital tax plans from EU to India*, „Accounting Today”, 2 czerwca 2020 roku: <https://www.accountingtoday.com/articles/u-s-starts-probe-into-digital-tax-plans-from-eu-to-india> [dostęp: 24 września 2020 roku].

²⁴ L. Thomas (2020) *OECD says U.S. still committed to global digital tax talks*, „Reuters”, 1 lipca 2020 roku: <https://www.reuters.com/article/us-oecd-tax-idUSKBN242519> [dostęp: 24 września 2020 roku].

zastąpiony rozwiązaniem ponadnarodowym. To, czy projektowany podatek stałby się trwałym czy jedynie tymczasowym elementem polskiego systemu, pozostaje kwestią zależną od uwarunkowań międzynarodowych.

2. Podatek cyfrowy w niektórych państwach UE²⁵

2.1. *Czechy.* W Czechach prace nad podatkiem cyfrowym trwają w Izbie Poselskiej²⁶. Czeski rząd zdecydował się uregulować kwestię podatku w formule DST proponowanej przez Komisję Europejską. Przedmiotem opodatkowania ma być świadczenie następujących usług cyfrowych: (1) prowadzenie kampanii reklamowych z wykorzystaniem reklam profilowanych, (2) umożliwienie wykorzystywania wielostronnego interfejsu cyfrowego, (3) obrót danymi użytkowników. Podmiotem zobowiązanym do uiszczenia podatku ma być podmiot należący do grupy kapitałowej świadczącej opodatkowaną usługę cyfrową, jeżeli spełnił łącznie dwa warunki: (1) jego skonsolidowany przychód w skali światowej przekracza 750 mln euro rocznie, (2) jego przychód za świadczenie usług na terytorium Republiki Czeskiej przekracza 100 mln koron rocznie. Podstawą opodatkowania są przychody uzyskane ze świadczenia usług w Czechach. Początkowo planowano, by stawka podatku wynosiła 7%, jednak po protestach administracji amerykańskiej koalicja rządowa postanowiła obniżyć ją do 5%²⁷. Ponadto czeski projekt przewiduje wprowadzenie podatku częściowego w trzech wariantach (w zależności od rodzaju świadczonej usługi), w związku z czym obejmie on także nieco mniejsze platformy cyfrowe. Dobrze ocenianym elementem propozycji czeskiej jest stosunkowo prosty sposób określania podstawy opodatkowania.

²⁵ Cała sekcja opracowana została na podstawie K. Chojecka, S. A. Roy, J. J. Zygmuntowski, op. cit., s. 15-22.

²⁶ *Vládní návrh zákona o dani z digitálních služeb*, druk nr 658 w VIII kadencji Izby Poselskiej: <https://www.psp.cz/sqw/historie.sqw?o=8&t=658> [dostęp: 24 września 2020 roku].

²⁷ J. Lopatka, E. Hardcastle (2020) *Czech coalition agrees 5% digital tax aimed at global internet giants*, „Reuters”, 10 czerwca 2020 roku: <https://www.reuters.com/article/czech-internet-tax-idUSL8N2DN4MC> [dostęp: 24 września 2020 roku].

2.2. *Francja.* Francja przyjęła ustawę o podatek cyfrowym w lipcu 2019 roku²⁸. Podatek jest oparty na modelu DST i zwykle nazywany „podatkiem [od] GAFA”. Stawka wynosi 3%, zaś podatnikami są spółki o rocznym przychodzie z tytułu świadczenia opodatkowanych usług wynoszącym powyżej 750 mln euro w skali światowej i 25 mln euro we Francji. Podstawa opodatkowania obliczana jest według określonych wzorów w zależności od opodatkowanej usługi. Usługami cyfrowymi podlegającymi opodatkowaniu są (1) umożliwienie wykorzystywania wielostronnego interfejsu cyfrowego, (2) usługi świadczone reklamodawcom lub ich agentom pozwalające im na wykupienie przestrzeni reklamowej w interfejsie cyfrowym w celu wyświetlenia reklam profilowanych. Interesującym aspektem francuskiego DST jest domniemanie lokalizacji podmiotu opodatkowanego we Francji – jeżeli co najmniej jeden użytkownik serwisu jest zlokalizowany we Francji, ciężar udowodnienia, że przedsiębiorstwo nie jest zlokalizowane we Francji, spoczywa na tym podmiocie.

2.3. *Austria.* Austriacki podatek cyfrowy, uchwalony w 2019 roku i obowiązujący od 1 stycznia 2020 roku²⁹, konstrukcyjnie zbliżony jest do modelu DST, ale wyróżnia się przedmiotem opodatkowania – jest nim świadczenie usług reklamowych online (nie tylko reklam profilowanych). Pod tym względem *Digitalsteuergesetz 2020* jest uzupełnieniem *Werbeabgabegesetz 2000*, czyli ustawy o podatku od reklam³⁰. Podatnikami są przedsiębiorcy o rocznym przychodzie z tytułu świadczenia opodatkowanej usługi wynoszącym (1) powyżej 750 mln euro w skali globalnej i (2) 25 mln euro w Austrii.

²⁸ *LOI n° 2019-759 du 24 juillet 2019 portant création d'une taxe sur les services numériques et modification de la trajectoire de baisse de l'impôt sur les sociétés:*

<https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000038811588?r=ubJP0Wqhwf> [dostęp: 24 września 2020 roku].

²⁹ *Digitalsteuergesetz 2020 (DiStG 2020):*

<https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20010780> [dostęp: 24 września 2020 roku].

³⁰ *Bundesgesetz, mit dem eine Abgabe auf Werbeleistungen eingeführt wird (Werbeabgabegesetz 2000):*

<https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20000689> [dostęp: 24 września 2020 roku].

Podstawę opodatkowania stanowią przychody, które podmiot uzyskuje z aktywności użytkowników znajdujących się na terytorium Austrii wobec treści reklamowych. Stawka podatku cyfrowego została określona – podobnie jak w przypadku wcześniejszego podatku od reklam – na poziomie 5%.

2.4. *Hiszpania.* Rządowy projekt podatku cyfrowego został skierowany do Kongresu Deputowanych w lutym 2020 roku i ostatecznie zaakceptowany przez obie izby Korteżów 6 października 2020 roku³¹. Ustawa wejdzie w życie na początku 2021 roku. Hiszpański podatek od niektórych usług cyfrowych również oparty jest na modelu DST zaproponowanym przez KE, ale znacząco go modyfikuje – podatek naliczany jest na bieżąco przy każdej transakcji, a nie na podstawie skonsolidowanego przychodu w okresie rozliczeniowym, w związku z czym jest klasycznym podatkiem obrotowym. Podatnikami są spółki, których roczne przychody przekraczają (1) 750 mln euro w skali światowej i (2) 3 mln euro w Hiszpanii. Przedmiotem opodatkowania jest świadczenie usług cyfrowych polegających na (1) prowadzenie kampanii reklamowych z wykorzystaniem reklam profilowanych (przy czym obowiązuje domniemanie, że każda reklama online jest reklamą profilowaną, a ciężar udowodnienia, że jest inaczej, spoczywa na podatniku), (2) umożliwienie wykorzystywania wielostronnego interfejsu cyfrowego, (3) obrót danymi użytkowników. Stawka podatku wynosi 3%.

3. Projektowane rozwiązania

3.1. *Przepisy ogólne (art. 1 i 2).* W pierwszym rozdziale projektu ustawy wskazano zakres przedmiotowy jego regulacji (tj. opodatkowanie podatkiem od niektórych usług cyfrowych; obowiązki przedsiębiorstw sektora cyfrowego; utworzenie i funkcjonowanie

³¹ *Proyecto de Ley del Impuesto sobre Determinados Servicios Digitales:*

http://www.congreso.es/portal/page/portal/Congreso/Congreso/Iniciativas?_piref73_2148295_73_1335437_1335437.next_page=/wc/servidorCGI&CMD=VERLST&BASE=IW14&FMT=INITXDSS.fmt&DOCS=1-1&DOCORDER=FIFO&OPDEF=ADJ&QUERY=%28121%2F000001*.NDOC.%29 [dostęp: 10 października 2020 roku].

Funduszu Technologii Cyfrowych) i wprowadzono definicje użytych w nim pojęć użytych w nim pojęć. Za szczególnie istotne należy uznać definicje:

- przedsiębiorstwa sektora cyfrowego (art. 2 pkt 9) – przez co rozumie się przedsiębiorstwo (przedsiębiorca w rozumieniu art. 4 ustawy z dnia 6 marca 2018 r. – Prawo przedsiębiorców (Dz. U. z 2019 r. poz. 1292 i 1495 oraz z 2020 r. poz. 424 i 1086)), grupę kapitałową w rozumieniu art. 3 ust. 1 pkt 44 ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (Dz. U. z 2019 r. poz. 351, 1495, 1571 i 1680 oraz z 2020 r. poz. 568) lub osobę zagraniczną w rozumieniu art. 2 ustawy z dnia 6 marca 2018 r. o zasadach uczestnictwa przedsiębiorców zagranicznych i innych osób zagranicznych w obrocie gospodarczym na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej (Dz. U. z 2020 r. poz. 1252) wykonujące działalność gospodarczą polegającą w przeważającej części na świadczeniu usług cyfrowych;
- wielostronnego interfejsu cyfrowego (art. 2 pkt 14) – szczególny rodzaju interfejsu cyfrowego, umożliwiającego użytkownikowi kontakt i interakcję z innymi użytkownikami.

3.2. *Podatek od niektórych usług cyfrowych. Przedmiot opodatkowania (art. 3 i 4).*
Drugi rozdział projektu ustawy reguluje opodatkowanie podatkiem od niektórych usług cyfrowych. Jako przedmiot opodatkowania wskazane zostało świadczenie na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej usług cyfrowych polegających na:

- prowadzeniu kampanii z wykorzystaniem reklam profilowanych;
- umożliwianiu wykorzystywania wielostronnego interfejsu cyfrowego;
- przekazywaniu zgromadzonych danych o użytkownikach, wygenerowanych w wyniku aktywności użytkowników na interfejsach cyfrowych.

Proponuje się więc, by opodatkowane zostały usługi wskazane w propozycji DST Komisji Europejskiej – podobnie jak w przypadku czeskiego i hiszpańskiego podatku cyfrowego. Następnie w projekcie ustawy wskazane zostały usługi, które miałyby być wyłączone spod

podatku:

- prowadzenie kampanii z wykorzystaniem reklam innych niż reklamy profilowane – w ocenie projektodawcy reklamy o identycznej zawartości wyświetlanej wszystkim użytkownikom interfejsu cyfrowego, a więc nieopierające się na danych pozyskanych od użytkowników, nie różnią się wystarczająco od reklam zamieszczanych np. w tradycyjnej prasie, w telewizji czy na billboardach, w związku z czym nie powinny zostać objęte podatkiem od niektórych usług cyfrowych;
- przeprowadzanie rozliczeń międzybankowych i rozrachunków międzybankowych;
- sprzedaż towarów lub usług za pośrednictwem interfejsu cyfrowego zbywcy tych towarów lub usług – podatkiem nie będą więc objęte tradycyjne sklepy internetowe, gdzie przedsiębiorca nie pełni funkcji pośrednika między użytkownikami korzystającymi z wielostronnego interfejsu cyfrowego (np. internetowego targowiska), ale sam przy użyciu interfejsu cyfrowego (np. zwykłej strony internetowej) sprzedaje towary lub usługi;
- świadczenie usług płatniczych w rozumieniu Dyrektywy PE i Rady (UE) 2015/2366 z dnia 25 listopada 2015 r. w sprawie usług płatniczych w ramach rynku wewnętrznego;
- umożliwianie wykorzystywania interfejsu cyfrowego, którego jedynym celem jest oferowanie użytkownikom dostępu do treści cyfrowych – podatkiem nie będą więc objęte np. platformy streamingowe, o ile nie opierają one swojej działalności także na umożliwianiu wykorzystywania wielostronnego interfejsu cyfrowego czy prowadzeniu kampanii z wykorzystaniem reklam profilowanych. Przedsiębiorstwa takie nie czerpią bowiem zysku z pozyskiwania i przetwarzania danych użytkowników. Warto przy tym zwrócić uwagę, że od dnia 1 lipca 2020 r. na podmioty dostarczające audiowizualne usługi medialne na żądanie nałożono obowiązek wpłaty na rzecz Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej 1,5% przychodu uzyskanego z tytułu opłat za dostęp do udostępnianych publicznie

audiowizualnych usług medialnych na żądanie albo przychodu uzyskanego z tytułu emisji przekazów handlowych (przepisy wprowadzone ustawą z dnia 14 maja 2020 r. o zmianie niektórych ustaw w zakresie działań osłonowych w związku z rozprzestrzenianiem się wirusa SARS-CoV-2 (Dz. U. z 2020 r. poz. 875));

- umożliwienie wykorzystywania interfejsów cyfrowych świadczących wyłącznie usługi komunikacyjne – podatkiem nie będą więc objęte w większości przypadków np. poczta elektroniczna czy aplikacje do wideokonferencji, które nie różnią się w wystarczającym stopniu od usług telefonii i nie czerpią zysku z pozyskiwania i przetwarzania danych użytkowników.

Opodatkowaniu podatkiem nie będą podlegać również usługi świadczone wyłącznie pomiędzy podmiotami powiązаныmi. Jakkolwiek zwolnienie to może budzić wątpliwości, zwłaszcza w kontekście trzeciej z opodatkowanych usług, tj. przekazywania zgromadzonych danych o użytkownikach, to w ocenie projektodawcy podatek od niektórych usług cyfrowych nie jest odpowiednim narzędziem do przeciwdziałania współdzieleniu danych użytkowników między interfejsami należącymi do jednego przedsiębiorstwa sektora cyfrowego. Problem ten wymaga osobnych rozwiązań, daleko wykraczających poza zakres niniejszego projektu.

W art. 4 określono, że miejscem świadczenia opodatkowanych usług cyfrowych jest miejsce, w którym faktycznie znajduje się urządzenie użytkownika końcowego, a także wprowadzono delegację ustawową w zakresie szczegółowego technicznego sposobu określenia lokalizacji urządzeń.

3.3. *Podatek od niektórych usług cyfrowych. Podmiot opodatkowania. Znacząca obecność cyfrowa (art. 5 i 6).* W art. 5 ust. 1 projektu ustawy określono podmiot opodatkowania. Podatnikami podatku są przedsiębiorstwa sektora cyfrowego (rozumiane zgodnie z definicją z art. 2 pkt 9), niezależnie od miejsca ich siedziby, o znaczącej obecności cyfrowej na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.

W rozumieniu projektu ustawy przedsiębiorstwo sektora cyfrowego posiada znaczącą obecność cyfrową na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, jeżeli jednocześnie:

- dokonuje transakcji z użytkownikami znajdującymi się w Polsce i jego roczny przychód z tego tytułu przekracza 4 mln euro;
- jego roczny przychód w skali świata przekracza 750 mln euro.

Jest to więc rozwiązanie zbliżone do sposobu, w jaki podatników określono w przypadku omówionych wcześniej podatków cyfrowych z innych państw europejskich – nie jest jednak z nimi w pełni tożsame. Przede wszystkim transakcje, o których mowa w art. 5 ust. 2 pkt 1 projektu ustawy, nie muszą dotyczyć świadczenia usług cyfrowych – tak długo jak, co wynika z definicji przedsiębiorstwa sektora cyfrowego, przeważająca ich część polega na świadczeniu usług cyfrowych. Przyjęcie takiego rozwiązania związane jest z opisaną w podsekcji 1.4. uzasadnienia tendencją przedsiębiorstw sektora cyfrowego do ekspansji na rynki inne niż cyfrowy. Ponieważ projektowany podatek od niektórych usług cyfrowych ma być co do założenia podatkiem od renty monopolistycznej, proponowane rozwiązanie wydaje się być zasadne i lepiej oddawać intencję projektodawcy. Jednocześnie należy podkreślić, że zgodnie z art. 5 ust. 3 projektu ustawy wartość znaczącej obecności cyfrowej stanowi równowartość przychodów przedsiębiorstwa sektora cyfrowego uzyskanych w danym okresie rozliczeniowym w części odpowiadającej świadczeniu na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej opodatkowanych usług – a nie całości przychodów osiągniętych w Polsce, które służą jedynie jako kryterium uznania, że przedsiębiorstwo posiada znaczącą obecność cyfrową.

Art. 6 określa sposób przeliczenia wartości wskazanych w art. 5 w euro na złote.

3.4. *Podatek od niektórych usług cyfrowych. Wysokość podatku (art. 7-9).* W kolejnych artykułach określono podstawę opodatkowania, powstanie obowiązku podatkowego i stawkę podatku. Podstawą opodatkowania podatkiem od niektórych usług cyfrowych jest

omówiona wyżej wartość znaczącej obecności cyfrowej na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej podatnika, a obowiązek powstaje wraz z osiągnięciem przez niego w danym okresie rozliczeniowym znaczącej obecności cyfrowej na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.

Stawkę podatku określono na poziomie 7% podstawy opodatkowania, czyli jak w pierwotnej wersji propozycji czeskiej. Przedsiębiorstwa sektora cyfrowego osiągają wyjątkowo wysokie marże operacyjne (25-75%). Jak wskazują autorzy raportu *Podatek cyfrowy od gigantów*, gdyby „platforma deklarowała wszystkie przychody zgodnie ze stanem rzeczywistym, polski podatek CIT w wysokości 19% dla marży operacyjnej 40% (jak np. Facebooka) efektywnie obciążałby firmę w takim stopniu jak podatek cyfrowy o stawce 7,6%”³². Przyjęcie stawki 7% jest więc uzasadnione i nie jest nieproporcjonalne.

3.5. *Podatek od niektórych usług cyfrowych. Obowiązki podatnika w zakresie płatności podatku i właściwość organów podatkowych. Podsumowanie (art. 10-13).* Podatnicy będą obowiązani, bez wezwania organu podatkowego, do składania właściwemu dla podatnika naczelnikowi urzędu skarbowego deklaracji o wysokości podatku oraz do obliczania i wpłacania podatku na rachunek właściwego urzędu skarbowego. Obowiązki te dotyczyć będą rocznych okresów rozliczeniowych i muszą zostać spełnione w terminie do 21 marca roku kalendarzowego następującego po roku kalendarzowym, w którym powstał obowiązek podatkowy. Projekt ustawy przewiduje wprowadzenie delegacji dla ministra właściwego do spraw finansów publicznych do określenia wzoru deklaracji podatkowej. Następnie określono właściwość organów podatkowych i wprowadzono obowiązek ustanowienia przedstawiciela podatkowego w przypadku podatników nieposiadających siedziby na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej wraz z nieobowiązkową delegacją dla ministra do określenia przypadków, w których ustanowienie przedstawiciela podatkowego nie jest konieczne.

³² K. Chojecka, S. A. Roy, J. J. Zygmuntowski, op. cit., s. 12.

Art. 13 ma charakter ogólny i odsyła w sprawach nieuregulowanych w projekcie ustawy do przepisów Ordynacji podatkowej.

Podsumowując, należy wskazać, że projektowany podatek od niektórych usług cyfrowych – podobnie jak inne podatki oparte na modelu DST zaproponowanym przez Komisję Europejską – ma stosunkowo prostą konstrukcję. Jest, podobnie jak czeski, francuski i austriacki podatek cyfrowy, podatkiem przychodowym, w odróżnieniu od hiszpańskiego podatku cyfrowego, będącego tradycyjnym podatkiem obrotowym. Podstawowym wyróżnikiem projektowanej regulacji jest wskazanie podmiotu podatku w odniesieniu do koncepcji znaczącej obecności cyfrowej na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, choć rozwiązanie to w oczywisty sposób koresponduje z kryteriami wskazanymi w ustawach o podatku cyfrowym w innych omówionych w uzasadnieniu krajach europejskich.

3.6. *Obowiązki przedsiębiorstw sektora cyfrowego (art. 14 i 15, art. 20, art. 22).* Projekt ustawy przewiduje nałożenie na wszystkie przedsiębiorstwa sektora cyfrowego prowadzące działalność na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, niezależnie od tego, czy są podatnikami podatku od niektórych usług cyfrowych, (1) prowadzenia rachunkowości zgodnie z przepisami rozporządzenia wydanego na podstawie projektowanego art. 82 pkt 6 ustawy o rachunkowości (przepis ten wprowadza się w art. 20), (2) przedkładania ministrowi właściwemu do spraw informatyzacji informacji rocznych o świadczonych na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej usługach cyfrowych, zawierających w szczególności informacje o liczbie polskich użytkowników, realizowanych w Polsce usługach, wykorzystywanych algorytmach i polityce ochrony prywatności użytkowników. Na ministra właściwego do spraw informatyzacji nałożony zostaje obowiązek przekazywania uzyskanych informacji rocznych Prezesowi Urzędu Ochrony Danych Osobowych oraz Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. W art. 22 zawarto przepis przejściowy dotyczący informacji rocznej przekazywanej w roku wejścia w życie ustawy.

3.7. *Fundusz Technologii Cyfrowych (art. 16-19).* Projekt ustawy przewiduje utworzenie państwowego funduszu celowego, którego dysponentem będzie minister właściwy do

spraw informacji. Określa się ogólne cele gromadzenia środków finansowych oraz powierza obsługę bankową Funduszu Bankowi Gospodarstwa Krajowego. Podstawowym źródłem, z którego pochodzą środki gromadzone przez FTC, są wpływy z tytułu podatku od niektórych usług cyfrowych. Art. 19 dotyczy gospodarki finansowej Funduszu, ze szczególnym uwzględnieniem obowiązku sporządzenia rocznego planu finansowego. Projektowane przepisy nie różnią się w tym zakresie od innych regulujących funkcjonowanie państwowych funduszy celowych.

Środki gromadzone w FTC przeznaczone będą na finansowanie przedsięwzięć rozwojowych. W projekcie ustawy wskazano dwa podstawowe cele:

- finansowanie zadań operatora Ogólnopolskiej Sieci Edukacyjnej;
- finansowanie prowadzenia przez instytuty naukowe Polskiej Akademii Nauk, państwowe instytuty badawcze i instytuty działające w ramach Sieci Badawczej Łukasiewicz (łącznie zwane dalej „instytutami”) działalności naukowej.

Pierwszy cel zostanie omówiony szczegółowo w kolejnej podsekcji uzasadnienia, ponieważ projekt ustawy zakłada również nowelizację ustawy z dnia 27 października 2017 r. o Ogólnopolskiej Sieci Edukacyjnej (Dz. U. z 2020 r. poz. 1334).

Działalność naukowa prowadzona przez instytuty będzie finansowana w zakresie następujących dyscyplin naukowych:

- automatyki, elektroniki i elektrotechniki;
- informatyki technicznej i telekomunikacji;
- informatyki;
- matematyki;
- nauk o bezpieczeństwie, o ile przedmiotem działalności naukowej jest cyberbezpieczeństwo;
- innych dyscyplin naukowych, w tym projektów interdyscyplinarnych, o ile

działalność naukowa prowadzona jest z wykorzystaniem uczenia maszynowego lub Big Data – punkt został wprowadzony do projektu ustawy zgodnie z opinią Ogólnopolskiego Porozumienia Związków Zawodowych, które w ramach konsultacji założeń wnioskowało o objęcie finansowaniem także nauk społecznych, humanistycznych czy przyrodniczych. O ile wykorzystywanie uczenia maszynowego i Big Data jest oczywiste w kontekście dziedzin nauk inżynieryjno-technicznych, nauk medycznych i nauk o zdrowiu czy nauk ścisłych i przyrodniczych, to na wyjaśnienie zasługuje fakt, że zaawansowane narzędzia cyfrowe coraz częściej znajdują zastosowanie także w humanistyce i naukach społecznych, np. w językoznawstwie korpusowym czy analizie dużych zbiorów dokumentów historycznych.

Szczegółowe zasady podziału środków między instytucjami ustalą minister właściwy do spraw informatyzacji w porozumieniu z ministrem właściwym do spraw nauki i szkolnictwa wyższego. Decyzja o przeniesieniu szczegółowej procedury z poziomu ustawy na poziom rozporządzenia motywowana jest potrzebą zapewnienia elastyczności w doborze kryteriów podziału środków, w tym możliwości wprowadzenia więcej niż jednego rodzaju procedury. Niemniej w przepisie ustanawiającym delegację zaznaczono, że właściwi ministrowie mają kierować się potrzebą zapewnienia stabilnego finansowania badań podstawowych. Badania podstawowe są szczególnie narażone na brak finansowania, ponieważ prowadzenie ich nie ma na celu natychmiastowego wdrożenia i komercjalizacji. Inwestycje w badania podstawowe obarczone są dużym ryzykiem, a ich ewentualne zastosowanie komercyjne – o ile w ogóle do niego dojdzie – zwykle możliwe jest dopiero w odległym horyzoncie czasowym. W związku z tym podmioty rynkowe są niezdolne do inwestowania w nie na odpowiednio dużą skalę. Jednocześnie niedofinansowanie badań podstawowych hamuje postęp nauk stosowanych. W związku z tym konieczne jest, by odpowiedzialność za ich finansowanie wzięło na siebie państwo, które w przeciwieństwie do prywatnego biznesu jest w stanie planować inwestycje także w długiej perspektywie historycznej. W ocenie projektodawcy środki z FTC powinny być przeznaczane zgodnie z zasadą „nakierowania na misje” – w znaczeniu, jakie nadaje temu sformułowaniu Mariana

Mazzucato³³. Wyznaczenie takich misji zdecydowanie wykracza jednak poza zakres niniejszego projektu i jego uzasadnienia.

Katalog przedsięwzięć finansowanych przez FTC ze środków pozyskanych dzięki podatkom od niektórych usług cyfrowych w przyszłości mógłby zostać uzupełniony. Na obecnym etapie – m.in. ze względu na to, że nie jest jasne, jak długo obowiązywać miałyby polski podatek cyfrowy i czy ewentualne rozwiązanie na poziomie międzynarodowym nie będzie dotyczyć raczej zmiany konstrukcji CIT, a nie wprowadzenia DST – projektodawca proponuje ograniczenie liczby celów do dwóch, wskazanych w projekcie ustawy.

3.8. *Ogólnopolska Sieć Edukacyjna (art. 18 ust. 1 pkt 1 i art. 21)*. Ogólnopolska Sieć Edukacyjna (OSE) jest publiczną siecią telekomunikacyjną, przy pomocy której szkołom zapewnia się nieodpłatnie usługę dostępu do szerokopasmowego Internetu oraz usługi bezpieczeństwa sieciowego i teleinformatycznego, utworzoną na mocy ustawy z dnia 27 października 2017 r. o Ogólnopolskiej Sieci Edukacyjnej (Dz. U. z 2020 r. poz. 1334).

³³ M. Mazzucato (2018) *Mission-oriented research & innovation in the European Union: A problem-solving approach to fuel innovation-led growth*. Komisja Europejska, Dyrekcja Generalna ds. Badań Naukowych i Innowacji, raport dostępny online: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/mazzucato_report_2018.pdf [dostęp: 24 września 2020 roku]. Misje powinny (1) być odważne i ekscytujące oraz angażować społeczeństwo na poziomie emocjonalnym, (2) być sformułowane w jasny sposób i zakładać konkretny cel, którym ma zostać zrealizowany w stosunkowo długiej, ale wyobraźalnej perspektywie czasowej, (3) jednocześnie ryzykowne (tj. to, czy uda się je zrealizować, nie powinno być oczywiste) i realistyczne, (4) interdyscyplinarne i angażujące podmioty z różnych sektorów gospodarki i życia społecznego (państwo, prywatny kapitał, organizacje pozarządowe itd.), (5) zakładać możliwość osiągnięcia celu na różne sposoby (nawet jeśli część z nich skończy się porażką), a nie tylko według jednego scenariusza. Paradigmatyczną misją było lądowanie człowieka na Księżycu w ramach programu Apollo. W gospodarczej historii Polski trudno wskazać tak rozumiane misje, choć część z kryteriów wskazanych w raporcie spełniają np. budowa portu w Gdyni i Centralnego Okręgu Przemysłowego czy odbudowa Warszawy. Mazzucato jako przykłady misji, jakie może wyznaczyć dla siebie Unia Europejska, wymienia (1) osiągnięcie neutralności węglowej przez 100 europejskich miast do 2030 roku, (2) oceany wolne od plastiku – ograniczenie o 90% ilości plastiku przedostającego się do środowiska morskiego i zebranie ponad połowy plastiku już znajdującego się w oceanach, morzach i na obszarach przybrzeżnych do 2025 r., (3) ograniczenie o 50% postępu demencji u dotkniętych nią pacjentów do 2030 roku.

Operatorem OSE jest Naukowa i Akademicka Sieć Komputerowa (NASK). Dotychczasowa działalność OSE jest oceniana bardzo pozytywnie, chociaż proces podłączania szkół przebiega z pewnymi opóźnieniami, co wynikało w dużej mierze z opóźnień w dostarczaniu łączy przez operatorów prywatnych³⁴. Pomimo tych, wskazanych przez Najwyższą Izbę Kontroli problemów, OSE należy uznać za inicjatywę dobrze zaplanowaną i pożyteczną. W projekcie ustawy proponuje się, by Fundusz Technologii Cyfrowych stał się dodatkowym źródłem środków na finansowanie zadań operatora, dzięki czemu możliwe stanie się świadczenie usług na jeszcze wyższym niż dotychczas poziomie:

Ponadto proponuje się, by do Ogólnopolskiej Sieci Edukacyjnej włączone zostały także biblioteki jednostek samorządu terytorialnego. Umożliwiłoby to dostęp do szerokopasmowego internetu osobom, które nie są uczniami ani nauczycielami. Przyniosłoby to korzyść zwłaszcza mieszkańcom obszarów, gdzie nadal brak powszechnego dostępu do szybkiego Internetu szerokopasmowego³⁵. Z uwagi na proponowane włączenie do OSE bibliotek w ustawie o OSE dokonuje się szeregu drobnych zmian dostosowujących przepisy.

3.9. *Wejście ustawy w życie (art. 23)*. Projekt ustawy zakłada wydłużone *vacatio legis*. Ustawa miałaby wejść w życie pierwszego dnia roku następującego po upływie 90 dni od dnia ogłoszenia.

Projektodawca zdecydował się na wydłużenie okresu spoczywania ustawy ze standardowych 14 dni ze względu na zasadę pewności prawa oraz zaufania do państwa i stanowionego przez nie prawa, z których wynika zakaz wprowadzania zmian w zakresie podatków w trakcie okresu rozliczeniowego oraz reguła miesięcznego okresu

³⁴ Najwyższa Izba Kontroli (2020) *Realizacja programu Ogólnopolskiej Sieci Edukacyjnej (OSE)*. Informacja o wynikach kontroli, dokument dostępny online:

<https://www.nik.gov.pl/plik/id,22667,vp,25360.pdf> [dostęp: 24 września 2020 roku].

³⁵ Por. *Atlas szerokopasmowego dostępu do Internetu* przygotowany przez Urząd Komunikacji Elektronicznej: <https://mapbook.uke.gov.pl/areas> [dostęp: 24 września 2020 roku].

dostosowawczego. Wymogi te nie mają co prawda bezwzględnie wiążącego charakteru, jednak przestrzeganie ich stanowi dobry obyczaj. Ustanowienie takiego *vacatio legis* wydaje się także zasadne ze względów praktycznych: przyjęcie projektu wiązałoby się z koniecznością podjęcia dodatkowych działań przez administrację skarbową, jak np. przeprowadzenie dodatkowych szkoleń dla pracowników.

Wyjątek od terminu wejścia w życie całości ustawy dotyczy art. 21 pkt 1-6 i pkt 7 lit. b i c, które dotyczą włączenia bibliotek jednostek samorządu terytorialnego do Ogólnopolskiej Sieci Edukacyjnej. W ich przypadku okres spoczywania ustawy został określony jako 60 dni.

4. Przewidywane skutki społeczne, gospodarcze, finansowe i prawne

4.1. *Wpływy z podatku od niektórych usług cyfrowych.* Poniżej przedstawiona została prognoza wpływów z podatku od niektórych usług cyfrowych zawarta w ekspertyzie zamówionej na potrzeby prac nad projektem ustawy³⁶. Na wstępie należy jednak zaznaczyć, że modelowanie finansowe zostało przeprowadzone wiosną 2020 roku na podstawie danych sprzed globalnego kryzysu gospodarczego spowodowanego pandemią COVID-19. Do czasu publikacji raportu nie pojawiły się żadne w pełni wiarygodne prognozy dotyczące wpływu pandemii na wzrost gospodarczy w 2020 roku – a także dziś prognozy dotyczące 2021 roku należy uznać za co najmniej niepewne, zważywszy, że wciąż nie wiemy chociażby tego, kiedy opracowana zostanie skuteczna szczepionka przeciwko SARS-CoV-2 i kiedy stanie się ona powszechnie dostępna. Ze względu na wprowadzane w celu przeciwdziałania COVID-19 lockdowny zauważalny jest znaczący wzrost użycia części wielostronnych interfejsów cyfrowych (jak np. portale społecznościowe i internetowe targowiska) i spadek w przypadku innych (jak np. platformy pośredniczące w zawieraniu umów najmu krótkoterminowego). Jednakże

³⁶ K. Chojecka, S. A. Roy, J. J. Zygmuntowski, op. cit., s. 28-38 i 46-51.

również w tym zakresie nadal nie dysponujemy pełnym zestawem danych.

Symulacja oparta została na trzech podstawowych założeniach:

- wykorzystanie modelu równowagi cząstkowej – uwzględnione zostały wyłącznie interakcje uczestników rynku cyfrowego, a zignorowano ich skutki dla pozostałych sektorów gospodarki. Innymi słowy, w symulacji uwzględniono podwyżki cen na platformach cyfrowych oraz zmiany popytu korzystających z nich podmiotów związane ze zmianą opodatkowania, pominięto natomiast np. potencjalne zwiększenie obrotów na konkurencyjnych, analogowych rynkach i ich konsekwencje fiskalne, np. ewentualny wzrost dochodów budżetowych z tytułu VAT;
- symulacja średniookresowa – oszacowanie efektów długookresowych wymagałoby uwzględnienia m. in. decyzji inwestycyjnych czy wejść/wyjść firm na rynek cyfrowy;
- dezagregacja modelowanego sektora przez segmentację rynku na platformy obrotu dobrami, platformy obrotu usługami i dostawcy reklam profilowanych.

W symulacji zastosowano współczynniki cenowej elastyczności popytu, określające względną procentową zmianę popytu wywołaną procentową zmianą ceny (przykładowo współczynnik równy -1 oznacza, że wzrost ceny o 1% wiąże się ze spadkiem popytu o 1%). Przyjęte cenowe elastyczności zaprezentowano w tabeli nr 1.

Tabela nr 1: Współczynniki cenowej elastyczności popytu

Segment	Elastyczność cenowa popytu sprzedawców	Elastyczność cenowa popytu konsumentów
----------------	---	---

Platformy obrotu dobrami	-1	-2,2
Platformy obrotu usługami	-1	-0,6
Dostarczyciele reklam profilowanych	-1	-

Źródło: K. Chojecka, S. A. Roy, J. J. Zygmuntowski (2020) *Podatek cyfrowy od gigantów. Ekspertyza w zakresie wprowadzenia w Polsce podatku cyfrowego (DST)*, Instrat Policy Paper 02/2020, s. 30.

W przypadku segmentu dostawców reklam profilowanych nie uwzględniono elastyczności cenowej popytu konsumentów, ponieważ nie są one bezpośrednio sprzedawane konsumentom (konsumentom nie zgłaszają popytu na reklamy).

Wykorzystane w modelowaniu dane dotyczące przychodów podatników dotyczą roku obrotowego 2018 (ostatniego, dla którego możliwe było pozyskanie możliwie kompletnych danych) i opierają się zarówno na oficjalnej sprawozdawczości finansowej jak i opracowaniach branżowych. Zestawienie danych o przychodach prezentuje tabela nr 2.

Tabela nr 2: Szacunek przychodów podmiotów opodatkowanych podatkiem od niektórych usług cyfrowych

Segment	Udział Polski w globalnym rynku	Przeciętna prowizja	Przychody w 2018 r.
---------	---------------------------------	---------------------	---------------------

Platformy obrotu dobrami	0,91%	8,11%	3 386 248 340,75 PLN
Platformy obrotu usługami	0,6%	20,13%	3 127 314 411,92 PLN
Dostarczyciele reklam profilowanych	-	-	2 982 000 000 PLN

Źródło: K. Chojecka, S. A. Roy, J. J. Zygmuntowski (2020) op. cit., s. 33.

Przyjmując powyższe dane wyjściowe, model przewiduje, że gdyby podatek obowiązywał od 2018 roku, konsekwencje jego wprowadzenia byłyby we wspomnianym roku następujące:

- Platformy obrotu dobrami: podatek spowodowałby spadek liczby transakcji o 3,5%. Optymalna stopa przeniesienia w górę (ku sprzedawcom) wynosi w tym przypadku 0,5, zaś optymalna stopa przeniesienia w dół (ku konsumentom) wynosi 0. Całkowita kwota podatku w tym segmencie wyniosłaby w 2018 roku 172 mln zł.
- Platformy obrotu usługami: podatek nie spowodowałby spadku liczby transakcji. Optymalna stopa przeniesienia zarówno w górę (ku sprzedawcom) jak i w dół (ku konsumentom) wynosi 0. Całkowita kwota podatku w tym segmencie wyniosłaby w 2018 roku 196 mln zł, a całość obciążenia podatkowego zostałaby poniesiona przez platformy.
- Dostarczyciele reklam profilowanych: podatek spowodowałby spadek liczby transakcji o 7%. Optymalna stopa przeniesienia w górę (ku reklamodawcom) wynosi 0,5. Całkowita kwota podatku w tym segmencie wyniosłaby w 2018 roku 194 mln zł,

Całkowite, średniookresowe (po dostosowaniach popytu i podaży) wpływy z tytułu podatku od niektórych usług cyfrowych wyniosłyby więc w 2018 roku 562 mln zł. Rozkład obciążeń podatkowych prezentowałyby się następująco: platformy 67,4%, sprzedawcy/reklamodawcy 32,6%, konsumenci 0%.

Uzyskane wyniki zostały następnie wykorzystane do przeprowadzenia prognozy wpływów z podatku w kolejnych latach (do 2024 roku). Tabela nr 3 prezentuje przyjęte założenia dotyczące wzrostu gospodarczego i dynamiki usług cyfrowych. Ponownie należy zwrócić uwagę, że użyte dane pochodzą sprzed globalnego kryzysu gospodarczego wywołanego pandemią COVID-19.

Tabela nr 3: Założenia dotyczące wzrostu gospodarczego i segmentów sektora cyfrowego

Rok	Dynamika PKB (r/r) wg NBP	Dynamika PKB (r/r) wg MFW	Dynamika e-handlu (r/r)	Dynamika reklam (r/r)
2018	5,1%	5,1%	18,0%	14,2%
2019	4,6%	4,0%	16,76%	13,0%
2020	3,2%	3,1%	15,75%	12,03%
2021	3,1%	2,7%	15,31%	11,59%
2022	3,0%	2,5%	15,08%	11,37%
2023	-	2,5%	15,08%	11,37%
2024	-	2,5%	15,08%	11,37%

Źródło: K. Chojecka, S. A. Roy, J. J. Zygmuntowski (2020) op. cit., s. 35.

W prognozie pominięto ewentualne skokowe zmiany struktury rynku w przyszłości (np. możliwość, że podmiot nieuwzględniony w bazie podatkowej w 2018 r. stanie się podatnikiem). Wyniki prognozy przedstawia tabela nr 4.

Tabela nr 4: Założenia dotyczące wzrostu gospodarczego i segmentów sektora cyfrowego

Rok	Prognoza wpływów z podatku od niektórych usług cyfrowych
2022	965,6 mln zł
2023	1 099,9 mln zł
2024	1 253,2 mln zł

Źródło: K. Chojecka, S. A. Roy, J. J. Zygmuntowski (2020) op. cit., s. 36.

Ze względu na to, że w szacunkach zignorowano ewentualne skokowe zmiany struktury rynku, mają one konserwatywny charakter – przy ich uwzględnieniu wpływy na poziomie sięgającym 2 mld zł rocznie byłyby możliwe do osiągnięcia w ciągu kilku lat od wprowadzenia podatku.

Wpływ pandemii COVID-19 na rynek cyfrowy trudno jest szczegółowo ocenić. Można założyć, że w 2020 roku znaczenie gospodarcze platform obrotu dobrami i dostarczycieli reklam profilowanych wzrosło w większym stopniu, niż można się było spodziewać przed pandemią, natomiast przynajmniej część platform obrotu usługami osiągnęła niższe niż przewidywane przychody. O ile w przypadku reklam profilowanych i platform pośredniczących w świadczeniu usług efekt COVID-19 jest prawdopodobnie tylko tymczasowy, to zwiększone zainteresowanie internetowymi targowiskami może na stałe wpłynąć na preferencje konsumentów. Dynamika wzrostu rocznych wpływów z tytułu podatku od niektórych usług cyfrowych może być więc – zwłaszcza po ustaniu pandemii

– istotnie wyższa niż by to wynikało z przedstawionej wyżej prognozy.

4.2. *Oddziaływanie podatku na monopole.* Bezpośredni efekt antymonopolowy polskiego podatku od niektórych usług cyfrowych będzie niestety – w skali światowej – ograniczony. Można jednak spodziewać się, że wprowadzenie DST w Polsce zachęci kolejne państwa do przyjmowania analogicznych rozwiązań. Krajowe regulacje w zakresie podatku cyfrowego przyczyniają się do intensyfikacji prac nad rozwiązaniem międzynarodowym. Przyjęcie DST w całej Unii Europejskiej (czy nawet w jej części) miałyby już niebagatelny wpływ na pozycję cyfrowych monopolistów.

Niezależnie od tego należy uznać, że wprowadzenie podatku cyfrowego w Polsce znacząco wzmocni konkurencję na polskim rynku. Mniejsze przedsiębiorstwa sektora cyfrowego wyraźnie skorzystają na przyjęciu zaproponowanych rozwiązań.

4.3. *Zwiększenie wiedzy na temat rynku usług cyfrowych w Polsce.* Nałożenie na przedsiębiorstwa sektora cyfrowego obowiązku informacyjnego, o którym mowa w art. 15 projektu ustawy, przyczyni się do lepszego zrozumienia rynku cyfrowego. Pozyskane informacje będą wartościowym materiałem dla ekonomistów badających gospodarkę cyfrową, a władzom publicznym ułatwią skuteczniejszą regulację rynku.

4.4. *Potencjał rozwojowy Polski.* Wydatkowanie środków z Funduszu Technologii Cyfrowych na wskazane w projekcie ustawy cele w długim okresie znacząco wzmocni polską gospodarkę dzięki rozwijaniu kompetencji cyfrowych (finansowanie zadań operatora OSE), a także podniesienie ogólnych nakładów na badania i rozwój (finansowanie działalności naukowej, ze szczególnym uwzględnieniem badań podstawowych). Inwestycje te nie przyniosą natychmiastowego zysku, pozwolą jednak na wzmacnianie przewag konkurencyjnych innych niż zapewnianie dostępu do taniej siły roboczej.

5. Źródła finansowania

W przypadku uchwalenia ustawy administracja skarbową poniesie pewne wydatki związane m.in. z koniecznością dodatkowego przeszkolenia pracowników. Jak w przypadku każdej daniny publicznej administracja skarbową będzie także ponosić koszty związane z poborem podatku. Wydatki te są jednak pomijalne w kontekście znaczących wpływów, jakie podatek od niektórych usług cyfrowych przyniesie sektorowi finansów publicznych. Koszty te będą finansowane z budżetu państwa.

6. Wpływ na działalność mikroprzedsiębiorców oraz małych i średnich przedsiębiorstw

Mikroprzedsiębiorcy oraz mali i średni przedsiębiorcy nie będą podatnikami podatku od niektórych usług cyfrowych – ich przychody kształtują się poniżej wskazanych w projekcie ustawy kryteriów posiadania znaczącej obecności cyfrowej na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej. Ponieważ agresywne planowanie podatkowe jest domeną dużych międzynarodowych korporacji, wprowadzenie projektowanych rozwiązań przyczyni się do wyrównania warunków prowadzenia działalności gospodarczej, na czym mniejsze przedsiębiorstwa skorzystają. Ryzyko przeniesienia obciążenia podatkowego omówione zostało w podsekcji 4.1 uzasadnienia dotyczącej modelowania wpływów z podatku.

Mikroprzedsiębiorców oraz małe i średnie przedsiębiorstwa będzie dotyczył obowiązek informacyjny, o którym mowa w art. 15 projektu ustawy. W przypadku działalności na małą skalę spełnienie obowiązku nie będzie jednak nadmiernie uciążliwe.

7. Obowiązek notyfikacji przepisów technicznych

Projekt ustawy zawiera przepisy techniczne w rozumieniu Dyrektywy (UE) 2015/1535 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 9 września 2015 r. ustanawiającej procedurę

udzielania informacji w dziedzinie przepisów technicznych oraz zasad dotyczących usług społeczeństwa informacyjnego, w związku z czym podlega obowiązkowi notyfikacji Komisji Europejskiej.

8. Zgodność z prawem Unii Europejskiej i z Konstytucją RP

8.1. *Prawo Unii Europejskiej.* Rozwiązania zawarte w projekcie nie są sprzeczne z prawem Unii Europejskiej. Projekt ustawy nie zawiera przepisów mających na celu wykonania prawa UE.

8.2. *Konstytucja RP.* Projekt ustawy jest w ocenie projektodawcy w pełni zgodny z Konstytucją RP. Konstrukcja przepisów dotyczących podatku od niektórych usług cyfrowych spełnia wymogi określone w art. 217 Konstytucji. Przyjęcie projektu ustawy pozwoli na pełniejszą realizację wyrażonej w art. 2 zasady sprawiedliwości społecznej. Projektowane rozwiązania – w świetle dotychczasowego orzecznictwa Trybunału Konstytucyjnego – nie są niezgodne z art. 64 Konstytucji RP.

9. Konsultacje społeczne

Dnia 3 marca 2020 roku założenia do projektu ustawy, wraz z jego roboczą wersją, skierowano do konsultacji społecznych z kilkudziesięcioma podmiotami (związkami zawodowymi i organizacjami pracodawców, organizacjami gospodarczymi i organizacjami pozarządowymi). W ramach konsultacji swoje uwagi do przedstawionej propozycji zgłosiły następujące podmioty:

- Amerykańska Izba Handlowa w Polsce,
- Crido Taxand R. Namysłowski i Wspólnicy sp.k. (za pośrednictwem Business Centre Club),
- Konfederacja Lewiatan,
- Krajowa Izba Gospodarcza Elektroniki i Telekomunikacji,

- Ogólnopolskie Porozumienie Związków Zawodowych,
- Polska Izba Komunikacji Elektronicznej,
- Związek Cyfrowa Polska,
- Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska.

Ponadto Konfederacja Lewiatan i Polska Izba Informatyki i Telekomunikacji zwróciły się z wnioskiem o przedłużenie lub odroczenie konsultacji. Zestawienie uwag zgłoszonych w ramach konsultacji stanowi załącznik nr 1 do projektu ustawy. Na potrzeby prac nad projektem ustawy projektodawca zlecił Fundacji Inicjatyw Strategicznych Informatyki przygotowanie ekspertyzy w przedmiotowym zakresie.

10. Założenia projektów podstawowych aktów wykonawczych

10.1. *Rozporządzenie ministra właściwego do spraw informatyzacji w sprawie sposobu określania lokalizacji urządzenia, przy pomocy którego użytkownik korzysta z interfejsu cyfrowego (art. 4 ust. 2).* Minister wyda rozporządzenie po zasięgnięciu opinii Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej i Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych. Rozporządzenie będzie miało w przeważającej mierze techniczny charakter, opisujący sposób pozyskiwania i przechowywania przez przedsiębiorstwo sektora cyfrowego danych dotyczących lokalizacji urządzenia (a zatem także użytkownika), w szczególności z wykorzystaniem adresu IP i adresu MAC. Należy w tym miejscu zauważyć, że przedsiębiorstwa sektora cyfrowego już dziś często pozyskują dane o lokalizacji użytkownika, w tym przy użyciu systemów nawigacji satelitarnej i adresów IP. Przy projektowaniu rozporządzenia minister właściwy do spraw informatyzacji powinien wziąć pod uwagę już obowiązujące przepisy m.in. rozporządzenia Ministra Infrastruktury z dnia 28 grudnia 2009 r. w sprawie szczegółowego wykazu danych oraz rodzajów operatorów publicznej sieci telekomunikacyjnej lub dostawców publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych obowiązanych do ich zatrzymywania i przechowywania (Dz. U. z 2009 r. nr 226 poz. 1828) i dyrektywy 2002/58/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 12 lipca 2002 r. dotyczącej przetwarzania danych osobowych i ochrony prywatności

w sektorze łączności elektronicznej. W ocenie projektodawcy należy rozważyć ustanowienie w rozporządzeniu domniemania, że użytkownik znajduje się na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, jeżeli wskazuje na to dowolna wskazana w ostatecznym tekście rozporządzenia i dostępna dla przedsiębiorstwa sektora cyfrowego metoda lokalizacji urządzenia, nawet jeśli użycie innej metody wskazywać by mogło na inne jego umiejscowienie (co może mieć znaczenie np. w przypadku korzystania przez użytkownika z wirtualnej sieci prywatnej). Gromadzone dane o lokalizacji powinny ograniczać się jedynie do wskazania, czy użytkownik znajduje się na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej (z perspektywy poboru projektowanego podatku od niektórych usług cyfrowych oraz obowiązku informacyjnego nałożonego na przedsiębiorstwa sektora cyfrowego nie ma bowiem potrzeby bardziej szczegółowego ich określania), i nie pozwalać na identyfikację użytkownika. Ponadto rozporządzenie powinno uwzględniać realną zdolność przedsiębiorstwa do pozyskiwania danych.

10.2. *Rozporządzenie ministra właściwego do spraw finansów publicznych w sprawie wzoru deklaracji podatkowej o wysokości podatku od niektórych usług cyfrowych (art. 10 ust. 2).* Wzór deklaracji podatkowej uwzględniać powinien w szczególności miejsce i cel składania deklaracji, dane identyfikacyjne podatnika, obliczenie podatku, określenie kwoty podatku do zapłaty oraz podpis podatnika lub osoby go reprezentującej, a także stosowne pouczenia. Ponieważ upoważnienia do wydawania rozporządzeń w sprawie wzorów deklaracji podatkowych występują w ustawach podatkowych powszechnie³⁷, projektodawca nie widzi potrzeby przedstawienia bardziej szczegółowych założeń projektu rozporządzenia.

10.3. *Rozporządzenie ministra właściwego do spraw informatyzacji w sprawie szczegółowych zasad podziału środków z Funduszu Technologii Cyfrowych przeznaczonych na finansowanie prowadzenia działalności naukowej (art. 18 ust. 4).*

³⁷ D. Antonów (2020) *Źródła, wykładnia i stosowanie prawa podatkowego*, w: P. Borszowski (red.), *Prawo podatkowe z kuzusami i pytaniami*, Wolters Kluwer, s. 47.

Minister właściwy do spraw informatyzacji wyda rozporządzenie w porozumieniu z ministrem właściwym do spraw nauki i szkolnictwa wyższego. Upoważnienie celowo zostało sformułowane w sposób dość ogólny, co ma zapewnić wspomnianym ministrom pewną elastyczność w zakresie ustanowienia zasad podziału środków między instytuty. Należy jednak zaznaczyć, że w przepisie ustawy podkreślono znaczenie zapewnienia stabilnego finansowania badań podstawowych. Rozważyć należy określenie więcej niż jednej puli środków, w przypadku których szczegółowa procedura mogłaby się różnić (np. wprowadzenie z jednej strony otwarte postępowanie konkursowe, a z drugiej – zastrzeżenie, że część środków może zostać przyznana w bardziej uznaniowy sposób, np. mając na względzie określone przez Sejm lub Radę Ministrów misje, o których mowa w podsekcji 3.7 uzasadnienia projektu).

10.4. *Rozporządzenie ministra właściwego do spraw informatyzacji w sprawie szczegółowych zasad gospodarki finansowej Funduszu Technologii Cyfrowych (art. 19 ust. 5).* Rozporządzenie zostanie wydane w porozumieniu z ministrem właściwym do spraw finansów publicznych. Określenie w drodze rozporządzenia gospodarki finansowej państwowego funduszu celowego jest stosowane powszechnie i musi być zgodne po pierwsze z ustawą tworzącą fundusz (a więc z projektowanym rozdziałem 4 ustawy o podatku od niektórych usług cyfrowych i Funduszu Technologii Cyfrowych), a po drugie z ustawą z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych (Dz. U. z 2019 r. poz. 869 i 1649 oraz z 2020 r. poz. 284, 374, 568, 695 i 1175), ze szczególnym uwzględnieniem art. 29. Rozporządzenie będzie więc zawierać regulacje zbliżone do tych dotyczących już istniejących państwowych funduszy celowych, w związku z czym nie ma potrzeby przedstawienia bardziej szczegółowych założeń aktu wykonawczego.

Zestawienie uwag zgłoszonych w ramach konsultacji społecznych do założeń projektu ustawy o podatku od niektórych usług cyfrowych i Funduszu Technologii Cyfrowych

Uwagi ogólne			
Lp.	Treść lub istota uwagi	Zgłaszający uwagę	Stanowisko projektodawcy
1.	<p>PIKE: „w opinii Izby wszelkie pozarządowe prace ustawodawcze nad koncepcją opodatkowania przedsiębiorstw sektora cyfrowego, nieuwzględniające w gruntownym stopniu konsultacji z ekspertami z przedmiotowej dziedziny, stanowią niewłaściwą ścieżkę legislacyjną dla procedowania takiego projektu ustawy. (...) złożoność tych prac uzasadniałaby podjęcie tego tematu w ramach rządowych prac legislacyjnych stosownego resortu”.</p>	<p>Polska Izba Komunikacji Elektronicznej</p>	<p>Uwaga niezasadna. Zgodnie z art. 118 ust. 1 Konstytucji RP inicjatywa ustawodawcza przysługuje m.in. posłom. Art. 32 ust. 2 regulaminu Sejmu precyzuje ten zapis, wskazując, że „poselskie projekty ustaw mogą być wnoszone przez komisje sejmowe lub co najmniej 15 posłów podpisujących projekt”. Art. 221 Konstytucji RP stanowi, że „Inicjatywa ustawodawcza w zakresie ustawy budżetowej, ustawy o prowizorium budżetowym, zmiany ustawy budżetowej, ustawy o zaciąganiu długu publicznego oraz ustawy o udzielaniu gwarancji finansowych przez państwo przysługuje wyłącznie Radzie Ministrów”, z kolei art. 235 ust. 1 mówi, że „Projekt ustawy o zmianie Konstytucji może przedłożyć co najmniej 1/5 ustawowej liczby posłów, Senat lub Prezydent Rzeczypospolitej”. Są to jedyne przewidziane wyjątki ograniczające poselską inicjatywę ustawodawczą. Projektodawca na potrzeby prac nad projektem ustawy zamówił odpowiednią ekspertyzę oraz przeprowadził konsultacje z partnerami społecznymi. Udział Rady Ministrów w pracach nad projektem będzie – jak w</p>

2.	<p>PIKE: „ze szczegółowymi pracami legislacyjnymi nad zagadnieniem podatku cyfrowego Polska powinna wstrzymać się do czasu ogłoszenia w tej sprawie oficjalnych ustaleń unijnych oraz Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju”.</p> <p>ZCP: „Zwracamy uwagę na toczące się na forum międzynarodowym prace zmierzające do uchwycenia fenomenu cyfryzacji w międzynarodowych systemach podatkowych prowadzone od kilku lat na forum OECD”.</p> <p>ZCP: „Warto też mieć na uwadze, że Komisja Europejska zapowiedziała podjęcie działań celem wprowadzenia podatku cyfrowego w przypadku gdyby prace OECD w tym obszarze zakończyły się w 2020 r. niepowodzeniem”.</p> <p>IAB: „IAB Polska zdecydowanie popiera działania ukierunkowane na osiągnięcie międzynarodowego konsensusu polegającego na przeprowadzeniu reformy międzynarodowego systemu podatkowego, tak aby sprostać wyzwaniom wynikającym z cyfryzacji gospodarki oraz doprowadzić do</p>	<p>Polska Izba Komunikacji Elektronicznej, Związek Cyfrowa Polska, Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska, Crido Taxand R. Namysłowski i Wspólnicy, Amerykańska Izba Handlowa w Polsce</p>	<p>przypadku każdego projektu poselskiego – możliwy m.in. na etapie prac w komisjach sejmowych.</p> <p>Uwagi przyjęte. Projektodawca podziela przekonanie opiniodawców, że optymalnym podejściem do wyzwań, jakie dla systemów podatkowych tworzy cyfryzacja gospodarki, byłoby przyjęcie rozwiązań na poziomie OECD lub KE. Jednakże mając na uwadze, że nie wiadomo kiedy – i czy – rozwiązania takie rzeczywiście zostaną opracowane i wdrożone, projektodawca dostrzega pilną potrzebę opracowania rozwiązań tymczasowych.</p>
----	--	--	---

	<p>sprawiedliwego i efektywnego opodatkowania przedsiębiorstw gospodarki cyfrowej w państwie, w którym rzeczywiście osiągają dochody”.</p> <p>Crida: „brak zgodności z propozycjami w odniesieniu do proponowanych przez OECD rozwiązań opodatkowania działalności cyfrowej i cyfryzujące się, która kładzie nacisk na zgodność z innymi zasadami opodatkowania”.</p> <p>AmCham: „Podejście do podatku cyfrowego i wszelkie decyzje z nim związane powinny być procedowane i rozstrzygane globalnie, na międzynarodowym forum Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju”.</p>		
3.	<p>PIKE: „Indywidualnie podejmowane przez poszczególne państwa działania prowadzą do szerzenia się niepotrzebnej różnorodności regulacyjnej, przede wszystkim w zakresie stawek podatkowych oraz zakresu przedmiotowego regulacji, która skutkować może większymi trudnościami w osiągnięciu konsensusu na szczeblu międzynarodowym, a także unijnym. W opinii PIKE, wstrzymanie prac krajowych nad podatkiem cyfrowym jest zatem decyzją racjonalną, która umożliwi Polsce przyjęcie w</p>	<p>Polska Izba Komunikacji Elektronicznej, Związek Cyfrowa Polska, Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska, Krajowa Izba Gospodarcza Elektroniki i Telekomunikacji, Amerykańska Izba Handlowa w Polsce</p>	<p>Uwagi przyjęte. Projektodawca w pełni podziela opinię przedstawioną przez Ogólnopolskie Porozumienie Związków Zawodowych (nr 4). Nie wiadomo kiedy – i czy – rozwiązania na poziomie OECD lub KE rzeczywiście zostaną opracowane i wdrożone, w związku z czym projektodawca dostrzega pilną potrzebę opracowania rozwiązań tymczasowych. Warto dodać, że podjęcie prac nad rozwiązaniami krajowymi – w Polsce czy w innych państwach – stanowi również formę nacisku na OECD i KE i ma mobilizować je do intensyfikacji prac nad kompleksowymi rozwiązaniami międzynarodowymi.</p>

	<p>bliskiej przyszłości przepisów zgodnych z wszelkimi założeniami ponadnarodowymi, niewymagających wtórnej zmiany i ujednolicenia z regulacjami wyższego szczebla”.</p> <p>ZCP: „Firmy zrzeszone w Związku są sceptycznie nastawione do pomysłu jednostronnego wdrożenia takiego podatku w Polsce. Uważamy, że tylko regulacje na poziomie globalnym będą rozwiązaniem skutecznym, bezpiecznym i proporcjonalnym dla gospodarek poszczególnych państw”.</p> <p>IAB: „Uważamy, że tylko regulacje na poziomie globalnym będą rozwiązaniem skutecznym, bezpiecznym i proporcjonalnym dla gospodarek poszczególnych państw. Dlatego jesteśmy przeciwni wprowadzaniu rozwiązań na poziomie krajowym”.</p> <p>KIGEiT: „Uważamy, że tylko wprowadzenie podatku cyfrowego na poziomie globalnym będzie rozwiązaniem skutecznym, bezpiecznym dla gospodarek poszczególnych państw i proporcjonalnym. Do tego czasu jesteśmy przeciwni wprowadzaniu regulacji na poziomie krajowym”.</p> <p>AmCham: „Nasze zaniepokojenie</p>		
--	---	--	--

	wzbudzają propozycje, aby kraje członkowskie Unii Europejskiej wprowadzały indywidualne rozwiązania pozwalające opodatkować działalność cyfrową, które są przedstawione w Projekcie dla Polski”.		
4.	„Nie mając pewności, czy sukcesem zakończą się podjęte na forum OECD i Unii Europejskiej prace nad właściwym opodatkowaniem cyfrowych modeli biznesowych, Prezydium OPZZ popiera wprowadzenie podatku cyfrowego w Polsce w oparciu o przedstawiony przez Komisję Europejską model opodatkowania. Polska powinna pójść śladem innych krajów, które wprowadziły lub chcą ustanowić tego rodzaju podatek, jako rozwiązanie tymczasowe, do czasu przyjęcia jednolitych rozwiązań na szczeblu unijnym lub światowym”.	Ogólnopolskie Porozumienie Związków Zawodowych	Uwaga przyjęta. Projektodawca w pełni podziela opinię przedstawioną przez Ogólnopolskie Porozumienie Związków Zawodowych.
5.	„Odnosząc się w szczególności do proponowanych przez Państwa zapisów pragnę zwrócić uwagę, iż przedmiotowy projekt jest bardziej zarysem pewnej koncepcji niż dopracowanym aktem prawnym”.	Związek Cyfrowa Polska	Uwaga niezasadna. Przedstawione do konsultacji założenia wraz z roboczą wersją projektu w istocie były bardziej zarysem pewnej koncepcji niż dopracowanym aktem prawnym – na co zwrócono uwagę, kierując je do konsultacji.
6.	„Spowoduje to niejasność dla firm, których usługi mają zasięg w wielu krajach”.	Amerykańska Izba Handlowa w Polsce	Uwaga przyjęta. W ocenie projektodawcy zaprezentowana koncepcja podatku od niektórych usług cyfrowych jest

			nieskompilowana i nie będzie tworzyć niejasności dla firm, których usługi mają zasięg w wielu krajach.
7.	„zwiększenie kosztów ich funkcjonowania”	A amerykańska Izba Handlowa w Polsce	Uwaga przyjęta.
8.	IAB: „w założeniach do Projektu ustawy brak jest informacji co do tego, czy zaproponowany podatek ma być rozwiązaniem tymczasowym, który będzie obowiązywał do czasu zakończenia prac prowadzonych przez OECD (mających na celu opracowanie konsensusu na poziomie międzynarodowym i wprowadzenie systemowych zmian w międzynarodowym prawie podatkowym), czy też jest to rozwiązanie, które miałyby funkcjonować „równolegle” z planowanymi zmianami w międzynarodowym systemie podatków dochodowych. W ocenie IAB Polska, konieczne jest jednoznaczne wyjaśnienie przez Inicjatorów Projektu, jakie rozwiązanie proponują”.	Związek Pracodawców Branzy Internetowej IAB Polska, Crido Taxand R. Namysłowski i Wspólnicy	Uwagi wyjaśnione. Opiniodawcy słusznie zauważyli, że w założeniach do projektu ustawy nie określono, czy projektowane rozwiązania mają mieć charakter tymczasowy (do czasu wypracowania zmian na poziomie międzynarodowym). W ocenie projektodawcy projektowane rozwiązania – w przypadku osiągnięcia konsensusu na poziomie OECD lub KE – powinny zostać odpowiednio dostosowane bądź uchylone.
9.	IAB: „W przypadku wprowadzenia Crido: „Projekt Ustawy, w przeciwieństwie do EU DST nie zakłada tymczasowości proponowanych przepisów”.	Związek	Uwagi wyjaśnione.

	<p>proponowanego w Projekcie podatku od niektórych usług istnieją możliwości przeliczenia obciążenia na rzecz ostatecznych konsumentów (obywateli polskich oraz małe i średnie przedsiębiorstwa z Polski)".</p> <p>Crido: „Zagrozenia jakie niesie ze sobą wprowadzenie podatku to (...) [m.in.] przeliczenie podatku na użytkowników w cenach towarów i usług”.</p>	<p>Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska, Crido Taxand R. Namysłowski i Wspólnicy</p>	<p>Jak wskazano w raporcie <i>Podatek od cyfrowych gigantów. Ekspertyza w zakresie wprowadzenia w Polsce podatku cyfrowego (DST)</i>: „ponad dwie trzecie (ok. 67 proc.) ciężaru nałożonego podatku ponoszą platformy cyfrowe, zaś transmisja szoku fiskalnego ku konsumentom jest znikoma” (s. 37).</p>
10.	<p>„W ocenie IAB Polska, uzasadnione jest również zapewnienie neutralności nowego podatku od niektórych usług dla podatników rozliczających się z dochodów z działalności cyfrowej na terytorium danego państwa. Podatek powinien więc być odliczany od podatku dochodowego, jeżeli podatek rozlicza się w danym państwie”.</p>	<p>Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska</p>	<p>Uwaga nieuwzględniona. Przedstawiona przez opiniodawcę propozycja jest ciekawa i zasługuje na rozważenie np. na etapie prac sejmowych, nie została ona jednak uwzględniona w ostatecznej wersji projektu ustawy.</p>

Uwagi szczegółowe					
Lp.	Jednostka redakcyjna roboczej wersji projektu	Treść uwagi	Zgłaszający uwagę	Jednostka redakcyjna projektu ustawy	Stanowisko projektodawcy
11.	Art. 2 pkt 3	„Pojęcie czas lokalny zostało użyte tylko raz	Crido Taxand	Art. 2 pkt 7	Uwaga uwzględniona.

				w Ustawie – przy wyjaśnieniu pojęcia „okres rozliczeniowy” (Art. 2 pkt 6)). Czy zatem jest konieczne tworzenie definicji czasu lokalnego, czy wystarczy uzupełnienie (rozszerzenie) definicji okresu rozliczeniowego?”	R. Namysłowski i Wspólnicy		
12.	Art. 2 pkt 5		„Użyte w definicji kampanii pojęcie reklamodawca powinno mieć odwołanie do definicji przedsiębiorstwa, którzy w rozumieniu tej Ustawy będą reklamodawcami. Należałoby też wskazać, że reklamodawcą nie będzie pośrednik kupujący kampanię reklamową, np. dom mediowy”.	Crido Taxand R. Namysłowski i Wspólnicy	Art. 2 pkt 6		Uwaga niezasadna. Uwaga zdaje się nie odnosić do systemowego umocowania definicji kampanii z wykorzystaniem reklam profilowanych w tekście projektu ustawy. W opinii projektodawcy w szczególności nie ma podstaw ku temu, by formułować definicję reklamodawcy (por. § 146 Zasad techniki prawodawczej).
13.	Art. 2 pkt 6		„Propozycja zmiany definicji: „okresie rozliczeniowym – rozumie się przez to rok kalendarzowy liczony zgodnie z czasem lokalnym, to jest czasem urzędowym w rozumieniu ustawy z dnia 10 grudnia 2003 r. o czasie urzędowym na obszarze Rzeczypospolitej Polskiej (Dz. U. z 2004 r. Nr 16, poz. 144), podawany z dokładnością do 1 sekundy”.	Crido Taxand R. Namysłowski i Wspólnicy	Art. 2 pkt 7		Uwaga uwzględniona. Definicja okresu rozliczeniowego została zmieniona w sposób zbliżony do zaproponowanego przez opiniodawcę.
14.	Art. 2 pkt 7		„Definicję tę należy doprecyzować, gdyż w polskim porządku prawnym nie występuje pojęcie porozumienia prawnego, które	Związek Cyfrowa Polska	Art. 2 pkt 8		Uwaga uwzględniona.

17.	Art. 2 pkt 10	Polse świadczy tylko jeden podmiot z grupy, lub też cała skonsolidowana grupa. Przyjęcie podejścia, że podatnikiem jest grupa podmiotów wymaga uregulowania szczegółów związanych z rozliczaniem i raportowaniem związanym z podatkiem cyfrowym (jak np. w przypadku podatkowej grupy kapitałowej)”. „Propozycja zmiany definicji: „reklame profilowanej – rozumie się przez to reklamę skierowaną do określonego użytkownika interfejsu cyfrowego w oparciu o dane zebrane o tym użytkowniku lub dane o urządzeniu, z którego korzysta””.	Crido Taxand R. Namysłowski i Wspólnicy	Art. 2 pkt 11	Uwaga uwzględniona. Definicja reklamy profilowanej została zmieniona w sposób zbliżony do zaproponowanego przez opiniodawcę.	
18.	(1) Art. 2 pkt 10 (2) Art. 2 pkt 15	„doprecyzowanie przedmiotu opodatkowania, w szczególności definicji (1) „reklamy profilowanej” oraz (2) „wykorzystywania wielostronnego interfejsu cyfrowego”. Na podstawie aktualnego ich brzmienia nie da się bowiem wykluczyć objęcia regulacją polskich przedsiębiorców świadczących obok podstawowych usług telekomunikacyjnych takich jak telewizja, telefonia, czy dostęp do Internetu, szeregu innych ubocznych usług, np. hostingu, VOD itp.”.	Polska Izba Komunikacji Elektronicznej	(1) Art. 2 pkt 11 (2) Art. 2 pkt 15	(1) Uwaga uwzględniona. Por. uwagę nr 17. (2) Uwaga nieuwzględniona. W ocenie projektodawcy definicja wielostronnego interfejsu cyfrowego nie wymaga dalszego doprecyzowania.	
19.	Art. 2 pkt 11	„Definicja „skonsolidowana grupa do celów rachunkowości finansowej” nie jest powszechnie używana w doktrynie prawa podatkowego. Pojęcie to można zastąpić	Crido Taxand R. Namysłowski i Wspólnicy	nd.	Uwaga uwzględniona. Zrezygnowano z proponowanej wstępnie definicji skonsolidowanej grupy do celów	

		<p>rodzajów usług cyfrowych mających podlegać opodatkowaniu w Polsce, jest to interfejs cyfrowy umożliwiający kontakt i interakcję z innymi użytkownikami. Natomiast użytkownikiem jest osoba fizyczna korzystająca z interfejsu cyfrowego będąca odbiorcą opodatkowanej usługi (jakiej usługi? cyfrowej czy każdej innej również?) na terytorium Polski. Wydaje się więc, że użytkownikiem może być tylko ta osoba, która finalnie korzysta z usługi oferowanej za pomocą interfejsu cyfrowego (np. wynajmuje pokój czy korzysta z przewozu), ale już nie osoba, która oferuje wynajem czy możliwość przewiezienia. Tym bardziej, że definicja kampanii z wykorzystaniem reklam profilowanych odnosi się odrębnie do reklamodawcy (czyli zlecającego usługę) jak i użytkownika, który dostarcza dane wygenerowane na podstawie jego interakcji. Zatem potwierdza to, że użytkownik, to niejako „ostateczny konsument””.</p>			
22.	Art. 2 pkt 14	<p>„Co się dalej tyczy kwestii ustalenia zakresu przedmiotowego Projektu ustawy, PIKE ocenia go jako zbyt szeroki oraz miejscami niewystarczająco precyzyjnie określony. Dookreślenia wymagałaby przede wszystkim definicja „wielostronnego interfejsu cyfrowego””.</p>	Polska Izba Komunikacji Elektronicznej	Art. 2 pkt 14	<p>Uwaga nieuwzględniona. W ocenie projektodawcy definicja wielostronnego interfejsu cyfrowego nie wymaga dalszego doprecyzowania.</p>
23.	Art. 2 pkt	„Niejasnym jest co należy rozumieć pod	Crido Taxand	Art. 2 pkt	Uwaga niezasadna.

15	pojęciem „finalizowanie transakcji”. Czy chodzi o zawarcie o transakcji? Czy mowa o transakcjach zawieranych pomiędzy użytkownikami a przedsiębiorstwami, które potencjalnie będą podatnikiem w rozumieniu Ustawy, czy również transakcje w relacji użytkownik-użytkownik?”.	R. Namysłowski i Wspólnicy	15	Uwagę należy uznać za niezrozumiałą w kontekście pełnego projektowanego przepisu (zarówno w wersji roboczej projektu przekazanej do konsultacji jak i zawartej w przedłożonym projekcie), w którym mowa jest o „finalizowaniu transakcji dokonywanych pomiędzy użytkownikami wielostronnego interfejsu polegających na wymianie usług lub dóbr”.
24.	Art. 2	Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska	Art. 2	Uwaga uwzględniona.
25.	Art. 3	Związek Cyfrowa Polska	Art. 3	Uwaga wyjaśniona. Projektowany podatek nie

	VoD, czy nie, a jeśli nie - to z jakich powodów”		<p>dotyczy większości usług typu VoD, co zostało wskazane wprost w treści projektu (art. 3 ust. 2 pkt 5 projektu ustawy / art. 3 ust. 2 pkt 4 jego wersji roboczej). Podatek od niektórych usług cyfrowych dotyczyć będzie jedynie tych platform streamingowych, które swoją działalność opierają na umożliwianiu wykorzystywania wielostronnego interfejsu cyfrowego lub prowadzeniu kampanii z wykorzystaniem reklam profilowanych. Należy przy tym zwrócić uwagę, że od dnia 1 lipca 2020 r. na podmioty dostarczające audiowizualne usługi medialne na żądanie nałożono obowiązek wpłaty na rzecz Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej 1,5% przychodu uzyskanego z tytułu opłat za dostęp do udostępnianych publicznie audiowizualnych usług medialnych na żądanie albo przychodu uzyskanego z tytułu emisji przekazów handlowych (przepisy wprowadzone ustawą z dnia 14 maja 2020 r. o zmianie niektórych ustaw w zakresie działań osłonowych w związku z</p>
--	--	--	---

26.	Art. 3 ust. 1	<p>„W porównaniu do DST w innych krajach, projekt Ustawy zakłada (...) nieuwzględnienie (w przeciwieństwie do innych krajów) jako przedmiot opodatkowania transferu danych cyfrowych użytkowników (danych gromadzonych nt. użytkowników wygenerowanych poprzez ich aktywność w interfejsach cyfrowych)”.</p> <p>„DST innych krajów europejskich wskazują również na trzeci element / usługę będącą przedmiotem opodatkowania: przesyłanie / transmisję danych od użytkowników i wygenerowanych w wyniku zastosowania interfejsu cyfrowego. Czy w przepisach polskich trzecia grupa usług została celowo wyłączona z przedmiotu opodatkowania?”.</p>	Crido Taxand R. Namysłowski i Wspólnicy	Art. 3 ust. 1 pkt 3	<p>rozprzestrzenianiem się wirusa SARS-CoV-2 (Dz. U. z 2020 r. poz. 875)).</p> <p>Uwaga uwzględniona. Katalog usług cyfrowych podlegających opodatkowaniu został poszerzony o przekazywanie zgromadzonych danych o użytkownikach, wygenerowanych w wyniku aktywności użytkowników na interfejsach cyfrowych.</p>
27.	Art. 3 ust. 2	<p>„Należałoby rozszerzyć / doprecyzować katalog usług (działań), które nie stanowią przedmiotu opodatkowania m.in. o:</p> <p>1) Bezpośrednią dostawę towarów i usług, w związku z cyfrową usługą maklerską</p> <p>2) Dostarczanie towarów lub usług zamówionych za pośrednictwem strony internetowej dostawcy towarów lub usługodawcy, gdy dostawca lub usługodawca nie pełni funkcji pośrednika</p>	Crido Taxand R. Namysłowski i Wspólnicy	Art. 3 ust. 2 pkt 3	<p>Uwaga uwzględniona częściowo. Uwaga uwzględniona w zakresie pkt 2.</p>

28.	Art. 4 ust. 1	(ale ma własną stronę internetową, która spełnia definicję interfejsu cyfrowego) 3) Udostępnianie interfejsu cyfrowego wykorzystywanego do świadczenia określonych rodzajów regulowanych usług finansowych przez instytucje finansowe; 4) Prowadzenie, organizacja i zarządzanie platformami cyfrowymi do wymiany energii elektrycznej, gazu, certyfikatów energetycznych, a także przesyłanie związanych z tym danym”.	Związek Cyfrowa Polska	Art. 4 ust. 1	Uwaga przyjęta.	
29.	Art. 4 ust. 1	„Przewidziano, że miejscem świadczenia usług jest miejsce, w którym znajduje się urządzenie, za pomocą którego użytkownik korzysta z oprogramowania i jeśli takie miejsce znajduje się w Polsce, to skonsolidowane przychody podatnika (znów brakuje wyjaśnienia, co znaczą dokładnie skonsolidowane przychody) z tytułu usług (jakich usług? czy wszystkich innych? - nie zostało to zdefiniowane) podlegają opodatkowaniu w Polsce. Powstaje wątpliwość, jak przypisać odpowiednią część przychodów do urzędzenia położonego w Polsce, skoro użytkownicy mogą zmieniać miejsca zamieszkania / pobytu w dowolnej częstotliwości wraz z urzędzeniem, a kwoty przypadające na użytkowników „polskich” mogą być zagregowane”.	Crido Taxand	Art. 4 ust. 1	Uwaga uwzględniona.	

	pkt 1	Pkt 1) Ustawy mowa jest o interfejsie cyfrowym użytkownika? Obecnie wskazany jest tylko interfejs użytkownika – sformułowanie nieprecyzyjne”.	R. Namysłowski i Wspólnicy	pkt 1	
30.	Art. 4	„Proponowana w art. 4 koncepcja miejsca opodatkowania oparta o faktyczną obecność użytkowników korzystających z usług cyfrowych wiąże się z trudnościami praktycznymi – konieczność lokalizacji użytkowników nie tylko może być utrudniona mobilnością, ale przede wszystkim wiąże się z nowym obciążeniem administracyjnym i koniecznością poniesienia dodatkowych kosztów administracyjnych”.	Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska	Art. 4	Uwaga przyjęta.
31.	Art. 5	„PIKE apeluje o bardziej precyzyjne określenie zakresu podmiotowego projektowanej regulacji, w szczególności w sposób chroniący polskich przedsiębiorców, w tym telekomunikacyjnych, przed ich ewentualnym objęciem nowymi przepisami podatkowymi. Zgodnie z aktualnym brzmieniem Projektu ustawy, podatkiem od niektórych usług cyfrowych obciążone zostaną przedsiębiorstwa z sektora cyfrowego świadczące usługi polegające na prowadzeniu kampanii z wykorzystaniem reklam profilowanych oraz usługi umożliwiające wykorzystywanie wielostronnego interfejsu cyfrowego. Tak określony zakres podmiotowy w żaden	Polska Izba Komunikacji Elektronicznej	Art. 5	Uwaga niezasadna. Wykluczenie objęcia podatkiem polskich przedsiębiorców byłoby w ocenie projektodawcy m.in. niezgodne z przepisami Traktatu o Funkcjonowaniu Unii Europejskiej. Należy przy tym zwrócić jednak uwagę, że ze wstępnej analizy projektodawcy wynika, że ze względu na zaproponowany w projekcie ustawy zakres podmiotowy regulacji dot. podatku od niektórych usług cyfrowych, rodzimi przedsiębiorcy nie będą – przynajmniej w najbliższych

32.	Art. 5	<p>sposób nie wyklucza zastosowania nowego opodatkowania wobec polskich przedsiębiorców telekomunikacyjnych”.</p> <p>„dookreślenie zakresu podmiotowego, w sposób gwarantujący polskim przedsiębiorcom niestosowanie wobec nich nowych regulacji podatkowych. W tym aspekcie dookreślenia wymaga przede wszystkim zwolnienie zawarte w art. 5 ust. 2 pkt 1 Projektu ustawy. Należy w nim doprecyzować, że zwolnienie z podatku dotyczy podmiotów, które przychód na poziomie niższym niż 750 mln euro osiągnęły zarówno w skali światowej jak i w całości w Polsce. Ponadto, postuluje się o dodatkowe zwolnienie z podatku także wszystkich tych przedsiębiorców, którzy rozliczają swój przychód z działalności w Polsce”.</p>	<p>Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska, Crido Taxand R. Namysłowski i Wspólnicy</p>	Art. 5	<p>latach – podatnikami tego podatku.</p>
		<p>IAB: „Duże wątpliwości budzą kryteria podlegania opodatkowaniu podatkiem od niektórych usług cyfrowych. Próg 750 mln EUR przychodów powoduje, że regulacja jest w praktyce wymierzona jedynie w kilka największych podmiotów internetowych, co może zostać uznane za dyskryminujące, gdyż wymierzone w konkretne firmy, które działając na danym rynku niejednokrotnie ściśle współpracują z lokalnymi małymi podmiotami i startupami”.</p>			<p>Uwagi niezasadna. Projektowany podatek ma w istocie dotyczyć grupy największych przedsiębiorstw sektora cyfrowego, co wiąże się m.in. z antymonopolowym charakterem regulacji. Kryterium przychodowe jest już stosowane w przypadku innych podatków (np. podatku od sprzedaży detalicznej) i nie sposób uznać, że jest ono</p>

35.	Art. 5 ust. 1	<p>ZCP: „Art. 5 wprowadza definicję płatnika. Zakładamy, że jest to oczywisty błąd, gdyż ustawa nie posługuje się dalej pojęciem płatnika, tylko podatnika”.</p> <p>IAB: „Bardzo istotne wątpliwości budzi brak zdefiniowania w Projekcie, kto miałby być podatnikiem zaproponowanego podatku od niektórych usług cyfrowych. W art. 5 mowa bowiem jedynie o płatniku projektowanego podatku”.</p> <p>Crido: „Kluczowe dla realizacji obowiązków wynikających z Ustawy jest (...) określenie kto jest podatnikiem podatku – Ustawa obecnie nie określa wprost, kto jest podatnikiem podatku. W sposób nieprecyzyjny wskazuje płatnika, by następnie odwołać się do podatnika”.</p>	<p>Związek Cyfrowa Polska, Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska, Crido Taxand R. Namysłowski i Wspólnicy</p>	Art. 5 ust. 1	<p>Uwagi uwzględnione. Jak zauważyli opiniodawcy – jednorazowe użycie pojęcia „płatnik” było oczywistym i wymagającym naprawy błędem.</p>
36.	Art. 5 ust. 2 pkt 1	<p>„Ponadto, brakuje definicji skonsolidowanego przychodu brutto, który jest podstawą do zwolnienia określonej wysokości przychodów”.</p>	<p>Związek Cyfrowa Polska</p>	Art. 5 ust. 2 pkt 2	<p>Uwaga nieuwzględniona. W opinii projektodawcy nie jest jasne, czy – w związku z § 146 Zasad techniki prawodawczej – istnieje potrzeba sformułowania definicji skonsolidowanego przychodu brutto. Możliwość dodania takiej definicji warto jednak rozważyć na etapie prac sejmowych.</p>
37.	Art. 7	<p>„Zawarte w art. 7 Projektu stwierdzenie „w części odpowiadającej świadczeniu usług na</p>	<p>Związek Pracodawców</p>	Art. 5 ust. 3	<p>Uwaga przyjęta.</p>

38.	Art. 7 i 8	<p>terytorium Rzeczypospolitej Polskiej” może rodzić szereg problemów z jego właściwym rozumieniem, co będzie powodowało znaczące trudności z określeniem podstawy proponowanego podatku od niektórych usług cyfrowych”.</p> <p>„Ponadto, określone w Projekcie ustawy podstawa opodatkowania oraz stawka podatku na poziomie 7% są nieproporcjonalne”.</p>	<p>Branży Internetowej IAB Polska</p> <p>Polska Izba Komunikacji Elektronicznej</p>	Art. 7 i 9	<p>Uwaga przyjęta. Jak wskazano w raporcie <i>Podatek od cyfrowych gigantów. Ekspertyza w zakresie wprowadzenia w Polsce podatku cyfrowego (DST)</i>: „Większość dużych firm na rynku cyfrowym ma marżę operacyjną na poziomie 25-70%, czyli od bardzo wysokiej do zupełnie niespotykanej w innych sektorach gospodarki (przeciętne marże operacyjne wynoszą od kilku do kilkunastu procent). Gdyby platforma deklarowała wszystkie przychody zgodnie ze stanem rzeczywistym, polski podatek CIT w wysokości 19% dla marży operacyjnej 40% (jak np. Facebooka) efektywnie obciążałby firmę w takim stopniu jak obrotowy podatek cyfrowy o stawce 7,6%” (s. 12). W związku z tym zaproponowana stawka podatku nie jest w ocenie projektodawcy</p>
-----	------------	---	---	------------	--

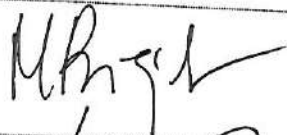

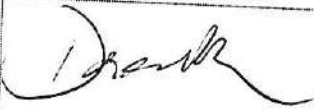


39.	Art. 8	<p>„Opodatkowanie według stawki 7% przychodów może zatem przekładać się na różny rzeczywisty ciężar ekonomiczny w zależności od rodzaju prowadzonej działalności i jej rentowności”.</p> <p>„nie do zaakceptowania jest wysokość stawki proponowanego podatku od niektórych usług cyfrowych (7%)”</p> <p>„Tak wysoko określona stawka podatku może mieć bardzo negatywny wpływ na dalszy rozwój rynku cyfrowego w Polsce oraz ograniczenie dostępu do niego”.</p>	Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska	Art. 9	nieproporcjonalna. Uwaga przyjęta. Por. stanowisko wobec uwagi nr 38.
40.	Art. 9	<p>IAB: „W Projekcie nie wskazano kluczowej kwestii jaką jest okres za jaki należałoby składać deklaracje podatkowe oraz dokonywać obliczenia i wpłaty podatku od niektórych usług cyfrowych”.</p> <p>Crido: „Kluczowe dla realizacji obowiązków wynikających z Ustawy jest (...) określenie czasu i trybu poboru podatku – Ustawa nie precyzuje trybu i terminów poboru podatku, czy będzie on wpłacany zaliczkowo, okresowo (miesięcznie / kwartalnie) czy dopiero w momencie, gdy suma przychodów zostanie przekroczona minimalny próg 4 mln euro. Czy podatek będzie pobierany dopiero po zakończeniu</p>	Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska, Crido Taxand R. Namysłowski i Wspólnicy	Art. 10 ust. 1 w związku z art. 2 pkt 7	Uwagi uwzględnione.

41.	Art. 11	roku, a jeśli tak to jaki będzie termin złożenia deklaracji i zapłaty podatku”.	„IAB Polska krytycznie ocenia zaproponowane rozwiązania polegające na wprowadzeniu obowiązku ustanowienia przedstawiciela podatkowego, do którego odpowiednio zastosowanie miałyby przepisy ustawy z 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług (Dz. U. z 2020 r. poz. 106) dla wszystkich podmiotów nieposiadających siedziby na terytorium Polski z uwagi na trudności związane z tym rozwiązaniem obserwowane na gruncie podatku od towarów i usług (nieograniczona odpowiedzialność przedstawiciela podatkowego za zobowiązania podatnika)”.	Związek Pracodawców Branzy Internetowej IAB Polska	Art. 12 ust. 1	Uwaga przyjęta. Projektodawca podziela zastrzeżenia IAB Polska co do trudności związanych z funkcjonowaniem przedstawicieli podatkowych.
42.	Art. 12	„Art. 12 przewiduje wadliwe odesłanie do Ordynacji podatkowej „w sprawach procedury podatkowej”. Pojęcie „procedury podatkowej” nie jest zdefiniowane w polskim prawie podatkowym”.	„Art. 12 przewiduje wadliwe odesłanie do Ordynacji podatkowej „w sprawach procedury podatkowej”. Pojęcie „procedury podatkowej” nie jest zdefiniowane w polskim prawie podatkowym”.	Związek Cyfrowa Polska	Art. 13	Uwaga uwzględniona.
43.	Art. 13 ust. 2 i art. 15 ust. 1	„PIKE pragnie odnieść się także do propozycji utworzenia Funduszu Technologii Cyfrowych finansującego OSE oraz działalność naukową. W tym zakresie PIKE poddaje Państwa rozważeniu dwa dodatkowe cele, na które Izba postuluje przeznaczanie środków finansowych zgromadzonych w Funduszu. Po pierwsze, zasadne byłoby rozszerzenie przeznaczenia	„PIKE pragnie odnieść się także do propozycji utworzenia Funduszu Technologii Cyfrowych finansującego OSE oraz działalność naukową. W tym zakresie PIKE poddaje Państwa rozważeniu dwa dodatkowe cele, na które Izba postuluje przeznaczanie środków finansowych zgromadzonych w Funduszu. Po pierwsze, zasadne byłoby rozszerzenie przeznaczenia	Polska Izba Komunikacji Elektronicznej	Art. 16 ust. 2 i art. 18 ust. 1	Uwaga nieuwzględniona. Przedstawiona przez opiniodawcę propozycja nie została uwzględniona w ostatecznej wersji projektu ustawy, zasługuje jednak na rozważenie np. na etapie prac sejmowych.

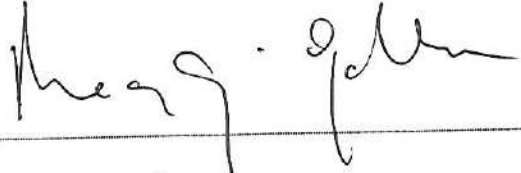
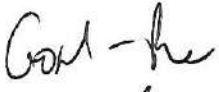
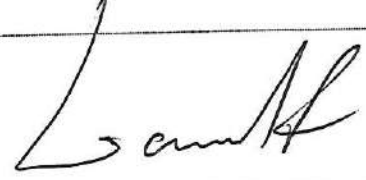


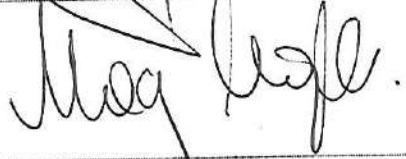


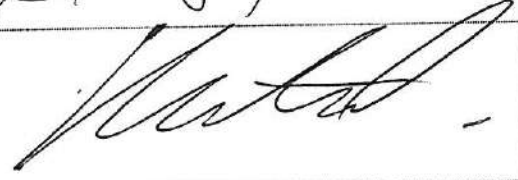

44.	Art. 15 ust. 2	<p>środków tego funduszu także na pokrywanie kosztów, które ponosić będą operatorzy telekomunikacyjni w wyniku udostępniania swojej infrastruktury innym podmiotom, które świadczyć będą kolejno usługi dostępu do darmowego Internetu. Drugim elementem, o który można byłoby uzupełnić tę część jest finansowanie mediów lokalnych”.</p>	Ogólnopolskie Porozumienie Związków Zawodowych	Art. 18 ust. 2	<p>Uwaga uwzględniona częściowo.</p> <p>Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom OPZZ, projektodawca proponuje, by ze środków Funduszu finansowano – oprócz wskazanych w roboczej wersji projektu automatyki, elektroniki i elektrotechniki, informatyki technicznej i telekomunikacji, informatyki i matematyki – także działalność naukową w zakresie nauk o bezpieczeństwie, o ile przedmiotem działalności naukowej jest cyberbezpieczeństwo, oraz w zakresie innych dyscyplin naukowych, o ile prowadzona jest ona z wykorzystaniem uczenia maszynowego lub analizy Big Data. Pozwoli to na uwzględnienie m.in. nauk</p>
-----	----------------	--	--	----------------	--

					społecznych, humanistycznych czy przyrodniczych, a jednocześnie przyczyni się do dalszego upowszechnienia wykorzystania technologii cyfrowych.
--	--	--	--	--	---


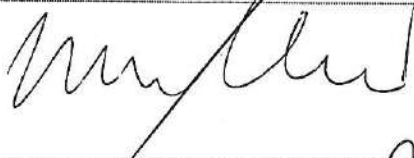
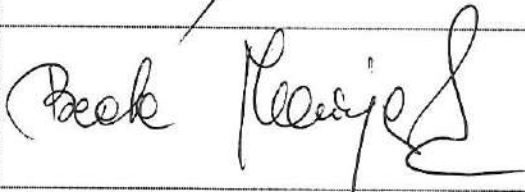



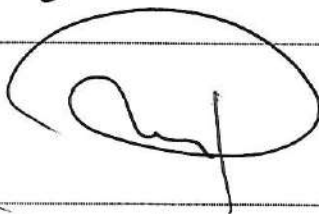
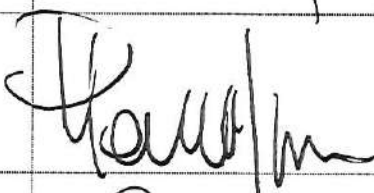


**Lista posłów IX kadencji Sejmu popierających poselski projekt ustawy
o podatku od niektórych usług cyfrowych i Funduszu Technologii
Cyfrowych.**

L.P.	NAZWISKO i IMIĘ	PODPIS
1.	ADAMCZYK Rafał	
2.	AJCHLER Romuald	
3.	BIEJAT Magdalena	
4.	BUŻ Wiesław	
5.	CZARZASTY Włodzimierz	
6.	CZERNIAK Jacek	
7.	DYDUCH Marek	
8.	DZIEMIANOWICZ-BAK Agnieszka	
9.	FALEJ Monika	
10.	GAWKOWSKI Krzysztof	





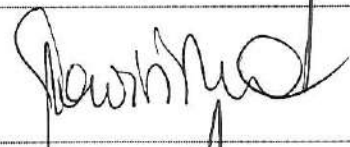
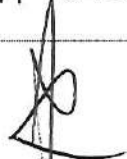
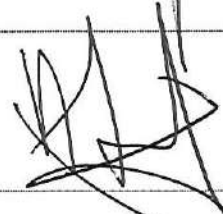

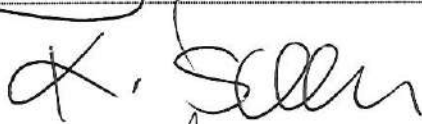
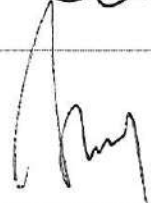
**Lista posłów IX kadencji Sejmu popierających poselski projekt ustawy
o podatku od niektórych usług cyfrowych i Funduszu Technologii
Cyfrowych.**

11.	GDULA Maciej	
12.	GOSEK-POPIOŁEK Daria	
13.	IWANIAK Arkadiusz	
14.	KONIECZNY Maciej	
15.	KOPERSKI Przemysław	
16.	KOPIEC Maciej	
17.	KOTULA Katarzyna	
18.	KRETKOWSKA Katarzyna	
19.	KRUTUL Paweł	
20.	KUCHARSKA-DZIEDZIC Anita	


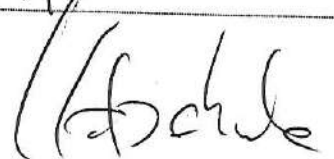
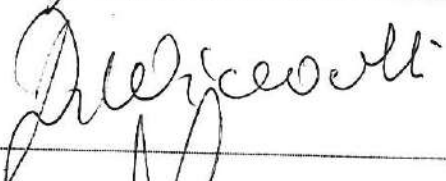
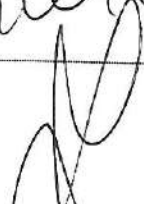
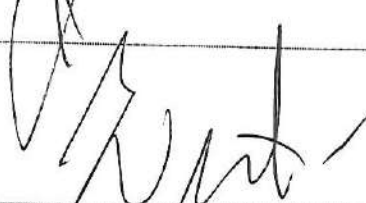


**Lista posłów IX kadencji Sejmu popierających poselski projekt ustawy
o podatku od niektórych usług cyfrowych i Funduszu Technologii
Cyfrowych.**

21.	KULASEK Marcin	
22.	KWIATKOWSKI Robert	
23.	MACIEJEWSKA Beata	
24.	MATYSIAK Paulina	
25.	NOWICKA Wanda	
26.	OBAZ Robert	
27.	PAWLICZAK Karolina	
28.	PAWŁOWSKA Monika	
29.	PROKOP-PACZKOWSKA Małgorzata	
30.	ROZENEK Andrzej	

**Lista posłów IX kadencji Sejmu popierających poselski projekt ustawy
o podatku od niektórych usług cyfrowych i Funduszu Technologii
Cyfrowych.**

31.	RUTKA Marek	
32.	SCHEURING-WIELGUS Joanna	
33.	SEKUŁA-SZMAJDZIŃSKA Małgorzata	
34.	SENYSZYN Joanna	
35.	SOWIŃSKA Anita	
36.	SZCZEPAŃSKI Wiesław	
37.	SZEJNA Andrzej	
38.	SZOPIŃSKI Jan	
39.	ŚMISZEK Krzysztof	
40.	TOMASZEWSKI Tadeusz	

**Lista posłów IX kadencji Sejmu popierających poselski projekt ustawy
o podatku od niektórych usług cyfrowych i Funduszu Technologii
Cyfrowych.**

41.	TRELA Tomasz	
42.	UEBERHAN Katarzyna	
43.	WIECZOREK Dariusz	
44.	WOLSKI Zdzisław	
45.	WONTOR Bogusław	
46.	ZANDBERG Adrian	
47.	ZAWISZA Marcelina	
48.	ŻUKOWSKA Anna Maria	