

Företagens skattepolicy som en del av CSR – Skatteverkets syn

1 Inledning

Corporate social responsibility eller CSR handlar om företagets ansvar för hur de påverkar samhället. Det omfattar miljömässiga, sociala och ekonomiska perspektiv. Ofta används begreppet ”hållbarhet” istället och då avses hur företaget kan bidra till ett hållbart samhälle.

Även hur företag ställer sig till skatter kan vara en del av CSR. Mer specifikt handlar det då oftast om hur företag bör förhålla sig till skatteplanering och användandet av skatteupplägg. Att företag inte ska agera medvetet olagligt är självklart. Men en diskussion om vad som gäller när företaget följer lagens bokstav men kanske inte dess anda förefaller ha tilltagit på senare år som en följd av bland annat uppmärksamhet i media kring företag som inte uppfattas göra rätt för sig.

I detta sammanhang avses med skatteplanering arrangemang inom lagens ram och med skatteupplägg avses arrangemang där det inledningsvis är oklart om det ligger inom eller utom lagens ram.

Inget hindrar heller att CSR även omfattar företagets syn på affärspartners skattebeteende. Företag har möjlighet att försvåra skattefusk genom att se till att man anlitar seriösa leverantörer. Även detta är en policyfråga för företaget och inte en fråga om en skyldighet enligt lag.

En skattepolicy kan ses antingen som en del av ett bredare hållbarhetsarbete eller som en separat fråga. Oavsett vilket finns det anledning för Skatteverket att fundera på hur verkets syn och agerande i dessa frågor. Nedan lämnas en därför en kort beskrivning av läget och förslag på lämpliga förhållningssätt och budskap.

2 Bakgrund

Att företagen själva funderar på sitt sociala ansvar är inget konstigt och utgör ett naturligt inslag i att vara en samhällsaktör. Detta avspeglar sig också i olika typer av vägledning för företag och i samhällsdebatten.

2.1 Vägledningar för företag

ISO 26000 är en vägledande standard inom socialt ansvarstagande¹. Det är alltså ingen kravstandard utan innehåller endast rekommendationer. Den går därmed inte att certifiera sig mot. Standarden innehåller sju grundprinciper för socialt ansvarstagande:

- Ansvarsskyldighet
- Transparens
- Etiskt uppträdande
- Respekt för intressenterna
- Respekt för lagen
- Efterlevnad av internationella uppförandenormer
- Respekt för mänskliga rättigheter

Standarden innehåller även sju olika konkreta områden där varje företag eller organisation kan välja vilken eller vilka frågor de vill fokusera på:

- Organisationsstyrning
- Mänskliga rättigheter
- Arbetsvillkor
- Miljö
- Ansvarsfulla affärsmetoder
- Konsumentfrågor
- Lokal samhällsutveckling

Även OECD ger ut riktlinjer för stora företag. Dessa omfattar följande områden:

- Informationshantering
- Mänskliga rättigheter
- Arbetsmarknad
- Miljö
- Bestickning, mutbrott och utpressning
- Konsumentintressen
- Vetenskap och teknik
- Konkurrens
- Beskattning

När det gäller avsnittet om beskattning säger OECD följande:

”Företagen bör behandla skattefrågorna och uppfyllelsen av skattskyldigheten som viktiga delar i sina kontroll- och bredare riskhanteringsystem. Företagens styrelser bör särskilt ha en strategi för riskhantering när det gäller skattefrågor för att säkerställa att de risker som är förknippade med

¹ Wikipedia, svenska versionen, 2014-04-07.

beskattning, dvs. den ekonomiska risken och risken att inte följa reglerna och förlora i anseende, är fullständigt identifierade och utvärderade.”²

2.2 Vägledningar från företagen själva

BIAC³ är ett företagsnätverk kopplat till OECD. De har publicerat ett antal ”Tax principles” som anger hur företagen bör agera i förhållande till skatteplanering och skattemyndigheter.

Ett mål är bland annat att ”*To enhance co-operation, trust and confidence between tax authorities, business taxpayers and the public in regard to the operation of the global tax system.*” Två av ”Tax planning principles” lyder:

- International businesses should only engage in tax planning that is aligned with commercial and economic activity and does not lead to an abusive result.
- International businesses should interpret the relevant tax laws in a reasonable way, consistent with a relationship of ‘co-operative compliance’ with tax authorities.

2.3 Skatter och etik i samhällsdebatten

Användandet av skatteupplägg eller skatteplanering kan påverka företagen genom att det dels innebär ett ekonomiskt risktagande och dels att det kan skada varumärket.

OECD noterar bland annat i samband med diskussioner om BEPS (Base Erosion Profit Shifting) att:

*”...aggressive tax strategies can be detrimental to shareholders interests, particularly in the medium-to-long term, because they are high risk and the cost of failure can be significant, also from the point of view of reputation. Furthermore, for some years now there has been a clear trend in the relationship between tax administrations and large businesses away from a purely adversarial model towards a more collaborative approach. At the basis of these co-operative compliance programmes there is an exchange of transparency for certainty, for both parties. Increased stringency of the accounting rules governing provisions for uncertain tax positions has only served to underline the commercial value of certainty”.*⁴

Ett exempel gäller kaffekedjan Starbucks som efter en uppmärksammad debatt i Storbritannien meddelat att man efter 15 år i landet tankar börja betala skatt: ”*Coffee chain Starbucks has agreed to pay more UK corporation tax, after a public outcry over how little it pays*”.⁵

I november 2013 publicerade Svenska Dagbladet en artikel som handlade om skattefrågor som en del av företagens arbete med hållbarhet och etik och ägarnas ansvar.⁶ Första AP-fonden

² OECD, Riktlinjer för multinationella företag, revidering 2010.

³ The Business and Industry Advisory Committee to the OECD

⁴ OECD, Addressing Base Erosion and Profit Shifting, 2013.

⁵ BBC News, Businesses. <http://www.bbc.com/news/business-20624857>

⁶ SvD 14 november 2013; http://www.svd.se/naringsliv/ap-fonder-duckar-om-nollad-investorskatt_8724100.svd

uppges att det är viktigt att företag tar ett etiskt ansvar för att inte riskera sitt ansvar men säger också att ”*Vi tycker inte att det är en ägarfråga utan en regleringsfråga. Om man tycker det är fel på reglerna så är det lagstiftarens uppgift att se över dem...*” Andra AP-fonden uppges förespråka att bolagen ska vara så transparenta som möjligt vad gäller information om skatter.

Av samma artikel framgår det också att även fondförvaltare är intresserade av skatter som en etisk fråga. Swedbanks fondförvaltare Robur menar att ”*Bolagen måste inse att det finns ett hållbarhetsperspektiv på skattefrågan...*”.

2.4 Exempel på synpunkter från företagen

PwC är ett globalt revisions- och konsultföretag som regelbundet gör undersökningar av vad företagsledare har för uppfattningar i olika frågor. I en studie⁷ publicerad 2014 redovisas bland annat vad 1344 företagsledare i 68 länder anser om betydelsen av att betala skatt. I studien anges att skatt är både en kostnad och en skyldighet och att företagens agerande kan påverka förtroendet för dem. Studien pekar bland annat på följande resultat:

- 49 % av företagsledarna angav att brist på förtroende hotar tillväxten vilket var en ökning från förra årets 37 %.
- 75 % av företagsledarna angav att det var viktigt att deras företag upplevdes betala rätt skatt (”fair share of tax”).

2.5 CSV – ett steg längre

Ett synsätt som tar CSR ett steg längre är CSV, Creating Shared Value. Grundtanken inom CSV är inte endast att man ska agera etiskt och ansvarsfullt utan även använda det som ett sätt att tjäna pengar. Man menar att det är ett förlegat sätt att se socialt ansvarstagande som en motsats till vinstmaximering. Idag finns tvärtom stora möjligheter att göra vinster just genom att vara ansvarstagande. Det handlar om att kombinera ökad konkurrenskraft med att förbättra ekonomiska och sociala förhållanden i omgivningen. Detta uppnås genom att ha fokus på att skapa värde snarare än ensidigt fokus på vinstmaximering (men genom att skapa värde ökar vinsten). Kunder som tjänar mer kan konsumera mer. Minskad miljöförstöring kan ge vinster, till exempel när företag minskar vikten hos emballage och aktivt letar efter snabbaste vägen för lastbilar. Det sparar både tid, pengar och miljö.⁸

3 Skatteverkets syn på skatteplanering och skatteupplägg

Enligt regleringsbrevet för 2014 är Skatteverkets övergripande mål följande:

”Målet för utgiftsområdet är att säkerställa finansieringen av den offentliga sektorn och bidra till ett väl fungerande samhälle för medborgare och näringsliv samt motverka brottslighet.”

⁷ PwC, Building trust and growth, 2014. <http://www.pwc.com/gx/en/tax/publications/assets/ceo-survey-tax-perspectives.pdf>

⁸ Harvard Business Review, Michael E. Porter and Mark R. Kramer, January – February 2011.

Målet innebär bland annat att skattefelet ska vara så litet som möjligt och att kostnaderna för att administrera skattesystemet (både statens och skattebetalarnas) ska vara så låga som möjligt. Skatteverkets vision anger hur detta ska göras. Det handlar om att bidra till ett samhälle där alla vill göra rätt för sig. Viljan att göra rätt är alltså av central betydelse.

Viljan att göra rätt påverkas i sin tur av bland annat sociala normer vilket omfattar andra skattebetalares beteenden och uppfattningar om vad som är rätt. De flesta skattebetalare är villiga att betala sin skatt så länge man är övertygad om att även andra gör det. Om skattebetalare upplever att andra skattebetalare inte bidrar med sin andel enligt gällande lagstiftning minskar det den egna viljan att betala skatt.⁹

Skatteverkets förhållningssätt till beteende som är klart olagligt är okomplicerat. Skatteverket motverkar och bekämpar fusk och brott och tar avstånd från alla metoder som leder till att lagen inte följs.

Men Skatteverket behöver även ha ett förhållningssätt till skatteplanering och skatteupplägg om detta påverkar viljan att göra rätt och därmed Skatteverkets möjligheter att fullgöra sitt uppdrag. Om det finns ett agerande hos vissa skattebetalare som av den stora majoriteten övriga skattebetalare upplevs som att man inte bidrar med sin del utgör detta ett problem ur legitimitetssynpunkt, ibland även när beteendet är i linje med lagens bokstav. Upplever en stor del av skattebetalarna att det finns andra som inte bidrar med sin rättmätiga del minskar det viljan att bidra för egen del.

Detta faktum i sig innebär förstås inte att Skatteverket har rätt att kräva företag på mer skatt än vad lagen säger. Företagen i egenskap av skattebetalare har ingen skyldighet att läka eventuella brister i lagstiftningen. Skatteverket kan inte heller ta ställning i politiska frågor om skattesystemets utformning. Men det innebär att Skatteverket har en rätt och en skyldighet att känna en oro ifall viljan att göra rätt riskerar att urholkas. Skatteverket kan inte förhålla sig passivt till företeelser och beteenden som på sikt hotar skatteuppbörden genom en minskad vilja att göra rätt.

Skatteverkets förhållningssätt kan därför inte vara annat än att varje enskilt företag bedöms och beskattas utifrån gällande rätt enligt lag och domstolars tolkning men att Skatteverket samtidigt på en generell nivå kan uttrycka en oro om skatteplanering eller skatteupplägg, även när dessa följer lagens bokstav, urholkar viljan att göra rätt. Detta kan då vara ett problem för lagstiftaren och för samhället i stort.

4 Skatteverkets syn på företagens roll som upphandlare

Företag påverkar skattefelet och möjligheten till att fuska om man gör affärer med aktörer som inte betalar korrekt skatt enligt gällande rätt. Det uppmuntrar också illojal konkurrens.

⁹ Skatteverket, Rapport 2005:1, Rätt från början

Den som gör affärer med en annan part som har F-skatt har dock inget formellt ansvar för dennes skatter. I ett sådant läge har var och en endast ansvar för sina egna skatter. Det juridiska ansvaret är således tydligt och enkelt.

Men många företag är ändå intresserade av att se till att deras leverantörer (kan även gälla andra affärspartners beroende på sammanhang) är seriösa vilket kan innefatta att man betalar sina skatter. Skatteverket hjälper till genom att förse upphandlare med offentlig information från sina register om potentiella underentreprenörer. Skatteverket är ofta en samverkanspartner för stora upphandlare och för stora infrastrukturprojekt. Detta är alltså en pågående verksamhet som handlar om att förebygga skattefusk genom att hjälpa företag och myndigheter med sina upphandlingar.

Denna typ av samverkan kan ske utan att skatter och synen på att betala skatt blir en del av CSR. Men företagen har också en möjlighet att tydligt markera sin uppfattning och ha en tydlig policy över sitt agerande om man så önskar. Skatteverket är av naturliga skäl positivt inställt till att företag vill undvika att göra affärer med aktörer som skattefuskar. Hur företag gör för att uppnå detta är rimligtvis helt en fråga för företagets ledning och styrelse. Skatteverket kan dock i viss mån ställa upp med råd och stöd.

5 Skatteverkets syn på CSR och skattepolicy

5.1 Positivt att företagen tar fram en skattepolicy

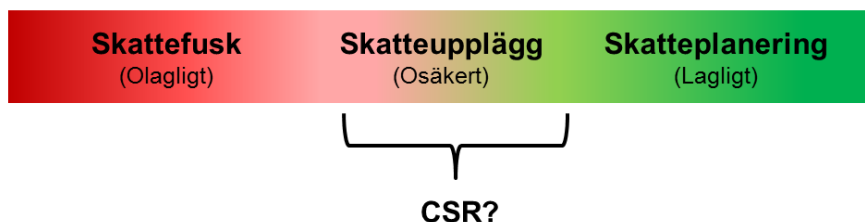
Skatteverket har till uppgift att se till att rätt skatt betalas i rätt tid i enlighet med gällande lagstiftning. Som nämnts ovan utesluter detta att Skatteverket för fram synpunkter som kan uppfattas som krav på företagen att betala mer skatt än vad lagen stipulerar. Ovanstående redogörelse visar att det dock är rimligt att Skatteverket intresserar sig för företagets beteende och den pågående diskussionen om företagets samhällsansvar.

Skatteverket har därför anledning att vara positivt inställd till att skattefrågor blir en del av företagets hållbarhetsarbete och att det tas fram riktlinjer för hur interna skatterisker och eventuellt också synen på leverantörers skatter. Detta handlar om riktlinjer som företagen själva tar fram. Företagen har ett ansvar mot sina ägare och kunder och bör själva komma fram till vad som i längden gynnar varumärket. Det ligger utanför Skatteverkets kompetensområde att ha synpunkter på företags varumärkesstrategier eller andra åtgärder för att utveckla verksamheten.

Däremot har Skatteverket ett legitimt intresse av att följa skattebetalarnas beteenden och utvecklingen av synen på viljan att betala skatt. Detta har en direkt bäring mot Skatteverkets uppdrag att säkerställa finansieringen av den offentliga sektorn och bidra till ett väl fungerande samhälle.

Skatteverkets syn på CSR och skattepolicy blir därmed följande: Skatteverket ser positivt på att företag har en tydlig skattepolicy som en del av deras bredare samhällsansvar eller CSR. Skatteverket ser gärna att skattefrågor och skatterisker i större utsträckning hanteras av företagens styrelser.

Givet resonemangen ovan och OECD:s rekommendationer om att företagens styrelser bör intressera sig för skatterisker kan en skattepolicy till exempel omfatta ställningstaganden kring hur företaget ställer sig till användandet av skatteupplägg där rättsläget bedöms som osäkert samt kring skatteplanering som kan uppfattas som stötande av omvärlden. Skattepolicy som en del av CSR kan därmed omfatta följande:



Utöver detta kan alltså en skattepolicy även innehålla ställningstaganden eller riktlinjer kring hur man ser på sina leverantörers skattebeteende.

Om en ökande andel företag utarbetar och följer en skattepolicy som en del av sitt CSR-arbete kan det få spridningseffekter och därmed leda till att skattesystemet fungerar bättre. Det ligger därmed i Skatteverkets intresse att främja att skattepolicy ingår som en del av CSR eftersom det kan leda till ett mera välfungerade samhälle för medborgare och företag.

5.2 Vad som kan göras i praktiken

Som beskrivits ovan ingår det i Skatteverkets uppdrag att undersöka hur skattesystemet fungerar och lämna förslag till lagstiftaren om möjliga förbättringar och förenklingar. Detta ändras inte, vare sig vad gäller omfattning eller inriktning, i och med ett ökat fokus på CSR.

Skatteverkets mer specifika åtgärder handlar istället om att uppmuntra och stödja att företag och företagsorganisationer intresserar sig för att skattefrågor blir en del av CSR. Skatteverket kan göra detta på olika sätt:

- Publicera generella ställningstaganden kring olika skatteupplägg.
- Ge stöd till individuella företag om Skatteverkets syn i olika frågor, till exempel inom ramen för fördjupad dialog samt stötta stora upphandlare med råd och information.
- Delta i samhällsdebatten och ge stöd till och resonera med olika organisationer som direkt eller indirekt arbetar med eller påverkar företagens samhällsansvar. Det kan röra sig om såväl ägarrepresentanter som branschföreträdare.

Det förtjänar att poängteras att Skatteverkets arbete i dessa fall endast handlar om att uppmuntra till att företagen tar ställning i frågor som beskrivits ovan, inte om att beskriva det

exakta innehållet i en skattepolicy. Den typen av stöd och argument bör komma från andra aktörer.

I övrigt är det också viktigt att framhålla att förekomsten av en eventuell skattepolicy hos ett företag inte i sig påverkar Skatteverkets riskbedömning och har därmed ingen självständig inverkan på hur Skatteverket väljer att agera i förhållande till företaget. Det som påverkar Skatteverkets riskbedömning är företagets faktiska agerande.

5.3 Behov av kommunikation

Skatteverkets förhållningssätt till skattepolicy som en del av CSR bör kommuniceras tydligt både internt och externt för att undvika missuppfattningar kring vad det handlar om. Följande är viktiga budskap som sammanfattar Skatteverkets förhållningssätt:

- Skatteverket ser positivt på att företagen själva tar fram en skattepolicy som innehåller ställningstaganden kring skatteplanering, skatteupplägg och gärna även ett förhållningssätt till underleverantörers skattebeteende.
- Skatteverket har dock inga närmare synpunkter på vad en skattepolicy ska innehålla eller hur den ska utformas. Skatteverket beskattar företag utifrån gällande rätt, varken mer eller mindre.
- Skatteverket använder inte förekomsten av en skattepolicy (eller avsaknad av sådan) som underlag för urval för kontroll. Skatteverkets riskvärdering sker helt oberoende av en eventuell skattepolicy.