

DIGITĀLO PAKALPOJUMU NODOKĻA IEVIEŠANAS IESPĒJAS LATVIJĀ



PRIMUS · DERLING

DIGITĀLĀS EKONOMIKAS ATTĪSTĪBAS IETEKMĒ IR RADUSIES PROBLĒMA VALSTĪM IEKASĒT NODOKĻUS

- Internets ir pārveidojis uzņēmējdarbību globālā līmenī. 2014. gadā EK norādīja, ka digitālā ekonomika aug pat septiņkārt ātrāk nekā pārējās nozares.
- Digitālās ekonomikas attīstība pieprasa arī nodokļu regulējuma attīstību.
- Pamatprincips starptautiskajās nodokļu tiesībās nosaka, ka nodoklis no peļņas būtu maksājams valstī, kurā rodas vērtība.
- Tomēr Latvijā darbojas vairāki lielle digitālie uzņēmumi, kuri peļņas nodokli maksā vienā valstī, lai gan vērtību (peļņu) uzņēmumam rada tieši Latvijas uzņēmumi un iedzīvotāji, kuri lieto vai uz kuriem ir vērsti uzņēmuma piedāvātie digitālie pakalpojumi.
- Problēma ir globāla (ne tikai Latvijā).

PASTĀVĪGĀS PĀRSTĀVNICĪBAS REGULĒJUMS NEATBILST DIGITĀLĀS EKONOMIKAS ATTĪSTĪBAI

- Problēma izriet no pastāvīgās pārstāvniecības regulējuma.
- Pastāvīgā pārstāvniecība ir starptautisks nodokļu termins, kas iekļauts arī OECD paraugkonvencijā. Tas tiek pielietots, lai noteiktu, kurā valstī rodas vērtība un tādējādi jāreģistrējas un jāmaksā peļņas nodoklis.
- Pastāvīgā pārstāvniecība otrā valstī veidojas, ja uzņēmums izmanto noteiktu vietu šajā otrā valstī (fiziskas piesaistes kritērijs), lai veiktu uzņēmējdarbību, *piemēram, biroju, ražošanas telpas, darbinieki u.c.*
- Nodokli no gūtās peļņas valstij nav tiesību iekasēt, ja neveidojas pastāvīgā pārstāvniecība (fiziskā klātbūtne).
- Tomēr digitālos pakalpojumus var sniegt globālā mērogā un ievērojamā apjomā arī bez fiziskas klātbūtnes konkrētajā valstī, kurā digitālā darbība tiek veikta.

PROBLĒMA TIEK RISINĀTA STARPTAUTISKI, ES LĪMENĪ UN VALSTU IEKŠĒJĀ LĪMENĪ

- Problēma tiek risināta 3 līmeņos:
 1. Starptautiski – OECD līmenī tiek strādāts pie risinājuma. Tomēr šāda globāli starptautiska risinājuma izstrāde prasīs ilgāku laiku.
 2. ES līmenī ir izstrādāti 2 risinājumi:
 1. Pastāvīgais risinājums – piemērojams peļņai (UIN) no digitālajiem pakalpojumiem (*plašākā tvērumā nekā DPN*), bet tikai ES ietvaros;
 2. Pagaidu risinājums (DPN) – piemērojams lielo digitālo uzņēmumu noteiktu digitālo pakalpojumu apgrozījumam.

Lai ieviestu jebkuru no abiem risinājumiem nepieciešams visu ES dalībvalstu atbalsts. Tomēr vairākas ES dalībvalstis uzskata, ka problēmai nepieciešams tikai starptautisks risinājums un ir pret abiem risinājumiem.

Attiecīgi risinājumi ES līmenī nav pieņemti.

3. Valstu iekšējā līmenī – tiek izstrādāti «pagaidu risinājumi» (ieviests DPN).

OECD LĪMENĪ IZSTRĀDĀTIE RISINĀJUMI

- OECD šo jautājumu izvērtēja saistībā ar OECD/G20 BEPS projektu. OECD izstrādē ir divi darba virzieni (1. un 2. pīlārs)
- **1. pīlārā** izskata noteikumus par digitālās ekonomikas uzņēmumu peļņas pārdali, nosakot jaunus noteikumus par to, kur būtu jāmaksā nodoklis un kādai peļņas daļai konkrētā jurisdikcijā būtu jāuzliek nodoklis. Šā darba galvenais virziens ir pārdalīt plašākas tiesības uzlikt nodokli tirgus/lietotāja jurisdikcijai.
- **2. pīlārā** tiek pētīta tādas sistēmas izstrāde, kas nodrošina, ka uzņēmumi, kuru darbība ir starptautiska, maksā minimālā līmeņa nodokli, un tās mērķis ir aizsargāt valstu nodokļu bāzi no nodokļu bāzes samazināšanas un peļņas novirzīšanas. Tas ietver globālu priekšlikumu pret nodokļu bāzes samazināšanu (GloBE).
- OECD mērķis ir līdz 2020. gada janvārim panākt politisku vienošanos par reformu kopējo arhitektūru un līdz 2020. gada beigām iesniegt galīgo ziņojumu. Tomēr nav skaidrs, kad tiks pieņemts risinājums un kāds tas būs.

ES LĪMENĪ IZSTRĀDĀTAIS PASTĀVĪGAIS RISINĀJUMS (I)

- Pastāvīgais risinājums (direktīva) tiek uzskatīts par optimālu un galīgu risinājumu ES ietvaros.
- Ar nozīmīgas digitālas klātbūtnes (nefiziskas komerciālas klātbūtnes) kritērijiem plānots papildināt jau pastāvošo pastāvīgās pārstāvniecības definīciju. Šādā gadījumā varētu piemērot valstu noteikto ienākumu nodokli.
- Saskaņā ar Pastāvīgās direktīvas projekta 4. panta 3. punktu nozīmīga digitālā klātbūtne veidojas, ja:
 - a) veiktie darījumi pilnībā vai daļēji ir digitālu pakalpojumu sniegšana, izmantojot digitālu saskarni (*tīmekļa vietne, mobilās lietotnes u.tml.*); un
 - b) izpildās viens vai vairāki šādi nosacījumi:
 - kopējo ieņēmumu daļa no digitālajiem pakalpojumiem konkrētajā dalībvalstī pārsniedz EUR 7 000 000;
 - pakalpojumu lietotāju (fiziska persona vai uzņēmums) konkrētajā dalībvalstī skaits pārsniedz EUR 100 000;
 - komercclīgumu skaits par digitāla pakalpojuma sniegšanu konkrētajā dalībvalstī, pārsniedz 3000.

ES LĪMENĪ IZSTRĀDĀTAIS PASTĀVĪGAIS RISINĀJUMS (II)

- Direktīva šajā gadījumā būtu jāievieš attiecībā uz dalībvalstu savstarpēji noslēgtajām nodokļu konvencijām, kā arī uz tādas ārpusvienības jurisdikcijas, ar kuru nav spēkā esošas nodokļu konvencijas, uzņēmumiem.
- Problēma tiktu risināta vien daļēji - pretēji tam, ja risinājums tiktu panākts OECD līmenī.
- Direktīvā noteikts, ka digitālais pakalpojums ir pakalpojums, kas ir sniegts ar interneta palīdzību un kas pēc savas būtības tiek sniegts pārsvarā automātiski un ar minimālu (no piegādātāja puses) cilvēka iejaukšanos (*plašāks tvērums nekā DPN regulējumā*). Definīcija iekļauta arī Latvijas spēkā esošajā PVN likumā (*izriet no ES PVN direktīvas*).
- Jēdzienā digitālais pakalpojums neietver pašu preču pārdošanu un citu pakalpojumu sniegšanu.
- Piemēram: *piekļuves došana par maksu digitālajai pārdošanas vietai ar mērķi pirkt vai pārdot preci ir digitāls pakalpojums, bet pati preces pārdošana – nav.*

- DPN ir jauns apgrozījuma nodoklis, ar ko tiktu aplikti šādi digitālie pakalpojumi:
 1. Reklāmas izvietošana internetā, kas vērsta uz digitālās saskarnes (tīmekļvietnes, mobilās lietotnes u.c.) lietotājiem (*tiešsaistes reklamēšana*);
Google, Youtube, Criteo, Facebook, Alibaba, u.c.
 2. Interneta “starpniecības” pakalpojumi (*platforma, kura nodrošina iespēju lietotājiem komunicēt, slēgt savstarpējus darījumus u.tml. mijiedarboties*);
Airbnb, Alibaba, Amazon, Booking, Rakuten, Zalando u.c.
 3. Datu, kuri ievākti no lietotāju darbībām digitālajā saskarnē, pārdošana.
- DPN attiektos uz nerezidentiem un ES uzņēmumiem gan pārrobežu, gan vietējos darījumos.
- DPN būtu piemērojams gadījumos, kad uzņēmuma vai uzņēmumu grupas gada kopējie pārdošanas ieņēmumi pārsniedz EUR 750 miljonus un ar DPN apliekamie pārdošanas apjomi ES pārsniedz EUR 50 miljonus.

DPN IEVIEŠANA CITĀS VALSTĪS

- Francija ir ieviesusi DPN.
- Itālija ir ieviesusi DPN (atjaunināta informācija).
- Austrija ir ieviesusi DPN no 2020. gada 1. janvāra (atjaunināta informācija).
- Lielbritānijā DPN plānots ieviest no 2020. gada aprīļa.
- Čehijas valdība ir apstiprinājusi likumprojektu, kurš iesniedzams parlamentā pieņemšanai.
- Spānijā ir izstrādāts DPN likumprojekts, kurš tomēr nav virzījies uz priekšu pēc vēlēšanām.
- Beļģijā 2019. gada sākumā tika izstrādāts priekšlikums DPN piemērošanai. Turpmāka notikumu attīstība nav notikusi.
- Polija 2019. gada sākumā vēl plānoja ieviest DPN, tomēr ir atmetusi plānus un šobrīd ieviest DPN vienpusēji vairs neplāno.
- Slovēnijas parlamentārā finanšu komiteja ir ierosinājusi ieviest DPN. Paredzams, ka valdība DPN likumprojektu iesniegs parlamentam 2020. gada 1. aprīlī, un likumprojekta pieņemšana ir paredzēta līdz 2020. gada 1. septembrim.
- Dānijas, Somijas un Zviedrijas finanšu ministri ir paziņojuši, ka vienošanās jāpanāk OECD līmenī.

DPN IEVIEŠANA FRANCIJĀ (I)

- 2019. gada 11. jūlijā Francija pieņēma DPN likumu, kurš tika izsludināts 2019. gada 24. jūlijā. Nodoklis piemērojams ar atpakaļejošu datumu no 2019. gada 1. janvāra.
- Francijas DPN likme ir 3% no apgrozījuma, ko rada digitālo pakalpojumu sniegšana Francijā.
- Francijas DPN attiecas uz uzņēmumu (uzņēmumu grupu), kura kopējais apgrozījums pārsniedz EUR 750 miljonus, no kuriem vairāk nekā EUR 25 miljoni tiek nopelnīti Francijā
- Līdzīgi kā EK priekšlikumā par pagaidu risinājumu, ar Francijas DPN tiek aplikti šādi digitālie pakalpojumi:
 1. tiešsaistes reklamēšana, kas vērsta uz lietotājiem un datu, kuri ievākti no lietotāju darbībām digitālajā saskarnē, pārdošana uz lietotājiem vērstas reklāmas nolūkā;
 2. vietnes, kuras savieno interneta lietotājus (patērētājus, uzņēmējus), lai veiktu darījumus vai citas darbības

DPN IEVIEŠANA FRANCIJĀ (II)

- Plānots, ka šādu 27 uzņēmumu (no kuriem 16 ir ASV uzņēmumi) tiešsaites reklāmas un/vai pārdošanas platformas starpniecības pakalpojumi ir apliekami ar Francijas DPN:

Uzņēmums	Valsts		
Airbnb	ASV	Microsoft	ASV
Alibaba	Kīna	Rakuten	Japāna
Alphabet Inc. (Google, YouTube)	ASV	Recruit	Japāna
Amadeus	Spānija	Sabre	ASV
Amazon	ASV	Schibsted (Leboncoin)	Norvēģija
Apple	ASV	Snapchat	ASV
Axel Springer (Seloger)	Vācija	Travelport	Lielbritānija
Booking Holdings Inc.	ASV	Twitter	ASV
Criteo	Francija	Uber Technologies, Inc.	ASV
eBay	ASV	Verizon Communications Inc	ASV
Expedia	ASV	ContextLogic Inc. (Wish)	ASV
Facebook (Facebook, Instagram)	ASV	Zalando	Vācija
Groupon	ASV	Randstad	Nīderlande
Match Group (Match, Meetic, Tinder)	ASV		

DPN IEVIEŠANA FRANCIJĀ (III)

- Piemēri DPN apliekamiem un neapliekamiem pakalpojumiem Francijā:

Ar DPN apliekamie pakalpojumi Francijā	Ar DPN neapliekamie pakalpojumi Francijā
Mazs uzņēmums pārdod kurpes caur <i>Amazon</i>	<i>Amazon</i> pārdod kurpes savā vārdā no saviem krājumiem
Persona pārdod somiņu citai personai caur <i>e-bay</i>	<i>Louis Vuitton</i> pārdod somiņu caur savu mājaslapu
Mazs uzņēmums, pārdod DVD un CD lietotājam caur <i>Amazon</i> platformu	<i>Spotify</i> piegādā mūziku abonentam
Taksists izmanto <i>Uber</i> lietotni (Latvijā – <i>Bolt, Yandex</i>), lai sniegtu pakalpojumu pasažierim	Taksists izmanto takšu firmas, kura izmanto savus takšus, lietotni
Tūrists izmanto <i>Airbnb</i> , lai rezervētu dzīvokli	Tūrists izmanto viesnīcas mājaslapu, lai rezervētu istabu

IESPĒJAMĀ EKONOMISKĀ IETEKME LATVIJĀ

- Saskaņā ar VID sniegto informāciju Airbnb, BOOKING.COM, eBay, Etsy, Facebook, Google, LinkedIn ES ietvaros Latvijas PVN maksātāji samaksājuši sekojošas summas par šo digitālo uzņēmumu sniegtajiem pakalpojumiem:

Digitālie uzņēmumi - <i>Airbnb, BOOKING.COM, eBay, Etsy, Facebook, Google, LinkedIn</i>	Pakalpojumu kopējā vērtība, EUR	
	2018. gadā	2019. gada 10 mēnešos
	<u>90 361 671,90</u>	<u>113 791 896,05</u>

- Kā redzams, no šiem statistikas datiem (kas neaptver visus gūtos ienākumus) 2019. g. 10 mēn. digitālie uzņēmumi ir nopelnījuši vismaz EUR 113 791 896,05 (proporcionāli gadā – EUR 136 550 275,26). Salīdzinoši ar 2018. gadu var prognozēt EUR 46 miljonu pieaugumu.
- Tātad gada laikā šie 7 ES reģistrētie digitālie uzņēmumi būs palielinājuši savus ienākumus no Latvijas PVN maksātājiem par 50%.

CITU VALSTU EKONOMISKĀS PROGNOZES

- Citu valstu plānotie ienākumi attiecībā pret iedzīvotāju skaitu:

Valsts	Iedzīvotāji (milj.)	Lielāks nekā Latvijā (reizes)	Nodokļu likme	Maksimāli prognozētie ienākumi milj. EUR	Latvijas ekvivalents milj. EUR (3-5%)
Francija	67	35	3%	500	14,3 - 23,8
Austrija	8,8	4,6	5%	34	1,5 - 7,4
Itālija	60	32	3%	600	18,9-31,3
Čehija	10,6	5,6	7%	200	15,3-25,5
Lielbritānija	66,5	35	2%	528	22,6-37,7

DPN IEVIEŠANA LATVIJĀ (I)

- DPN nevar uzlikt kā standarta ienākuma nodokli, jo uz UIN attiecas Latvijas noslēgtās konvencijas par nodokļu dubultās uzlikšanas novēršanu.
- Akadēmiskajā literatūrā ir plaši atzīts, ka tāds apgrozījuma nodoklis kā DPN, neietilpst OECD paraugkonvencijā par nodokļu dubultās uzlikšanas aizliegumu.
- Vienīgais veids, kā aplikēt ar nodokli digitālos pakalpojumus Latvijā, ir ar autonomu nodokli - DPN, pieņemot jaunu DPN likumu.
- Papildus likuma „Par nodokļiem un nodevām” 8.pants būtu papildināms ar 17.punktu par DPN.

DPN IEVIEŠANA LATVIJĀ (II)

- Līdzīgi kā EK izstrādātajā Pagaidu risinājumā, Latvijā “ar nodokli apliekamie ieņēmumi” varētu būt definēti šādi:
 - tādas reklāmas izvietošana digitālajā saskarnē, kas vērsta uz šīs saskarnes lietotājiem;
 - daudzpusējas digitālās saskarnes nodrošināšana lietotājiem, kas tiem ļauj atrast citus lietotājus un sazināties ar tiem un kas var arī atvieglot pakārtoto preču piegādi vai pakalpojumu sniegšanu tieši starp lietotājiem;
 - tādu savākto datu par lietotājiem nosūtīšana, kas ģenerēti no šādu lietotāju darbībām digitālajās saskarnēs.
- DPN varētu attiecināt tikai uz uzņēmumu, kura grupas finanšu rādītāji atbilst abiem šiem nosacījumiem:
 - kopējie pārdošanas ieņēmumi, ko grupa deklarējusi iepriekšējā finanšu gadā, pārsniedz EUR 750 miljonus; un
 - kopējā ar DPN apliekamā ienākuma summa, kas saņemta Latvijā iepriekšējā finanšu gadā, pārsniedz DPN likumā noteikto sliekšni, kas varētu būt no EUR 100 000 līdz EUR 500 000.

DPN IEVIEŠANA LATVIJĀ (III)

- Izlemjot par nodokļa likmi, ir lietderīgi izmantot DPN direktīvas projektā norādīto nodokļu likmi - 3% no kopējiem bruto ieņēmumiem par digitālajiem pakalpojumiem. Citu ES dalībvalstu piemēri, kur DPN ir ieviests, nodokļa likme ir noteikta no 2% līdz 7%.
- Papildus nodokļu uzlikšanas vietas noteikumi ir nepieciešami, lai noteiktu, ka ar nodokli apliekamā pakalpojuma lietotāji atrodas Latvijā un tādējādi ar nodokli apliekami Latvijā.
- Valsti, kurā izmanto lietotāja ierīci, nosaka pēc ierīces interneta protokola (IP) adreses vai, izmantojot jebkuru citu ģeolokācijas metodi, ja tā ir precīzāka.

JURIDISKI RISKI

- ASV ieskatā Francijas DPN diskriminē ASV uzņēmumus. Viedokli šajā jautājumā ir izteicis arī Eiropas politikas informācijas centrs, norādot, ka DPN radītu nopietnu negatīvu ietekmi uz transatlantisko digitālo ekonomiku. DPN būtu pretrunā ar PTO līguma XVII pantam, jo nodoklis būtu diskriminējošs attiecībā pret ASV pakalpojumu sniedzējiem.
- Pretarguments minētajam ir tas, ka nodoklis nav piemērojams tikai nerezidentiem, bet arī rezidentiem u.c. ES uzņēmumiem, ja tie atbilst izvirzītajiem kritērijiem. Tomēr minētā nodokļu dažādība liecina par to, ka pastāv arī starpvalstu tiesvedības riski.
- Pastāv vairāku nodokļu uzlikšanas par vienu un to pašu ienākumu un diskriminācijas risks pret nerezidentiem, jo uz apgrozījuma nodokļiem neattiecas OECD paraugkonvencija.
- Visdrīzāk DPN kā pagaidu pasākums būtu jāatceļ vai jāmaina, ja stātos spēkā globāls risinājums OECD līmenī vai ES regulējums. Attiecīgi jārēķinās, ka DPN ieviešana varētu būt īslaicīga un varētu neatsvērt ieguldījumu.

IEGUVUMI

- DPN ir veids, kā Latvija var mazināt konkurences kropļojumus (jo īpaši reklāmas tirgū – kuru lielā mērā veido digitālie uzņēmumi) un gūt nodokļu ieņēmumus no digitālajiem uzņēmumiem ar ievērojamiem ienākumiem Latvijā.
- Salīdzinot citu valstu plānotos ienākumus, Latvijas ekvivalents, ieviešot līdzīgu DPN kā Francijā, Itālijā, Čehijā un Lielbritānijā (pamatojoties gan tikai uz iedzīvotāju skaitu un paredzamajiem ieņēmumiem) būtu EUR 17,8 milj. pie 3% likmes. Tātad pie šāda aprēķina kopējie ar DPN apliekami ieņēmumi Latvijā potenciāli varētu būt ap EUR 593 miljoniem.
- Lai gan Latvijas pirktspēja u.c. faktori atšķiras, kas varētu pazemināt šo potenciālo ieņēmumu summu, tomēr tā ievērojami pārsniedz VID statistikā aprēķinātos EUR 136 miljoni 2019. gadā. Lai apkopotu visu digitālo uzņēmumu ieņēmumus Latvijā no digitālajiem pakalpojumiem (ar DPN apliekamiem), VID būtu jāapkopo detalizētāka informācija no PVN deklarācijām vai citiem avotiem.

VALSTS ATBALSTS (I)

- No DPN iegūtajiem līdzekļiem autoru ieskatā varētu atbalstīt arī Latvijas plašsaziņas līdzekļus, kuri veido Latvijas iedzīvotājiem nozīmīgu saturu, bet kuru reklāmas tirgu vistiešākajā mērā ietekmē lielie digitālie uzņēmumi.
- No valsts atbalsta regulējuma viedokļa nav svarīgi, vai atbalsts Latvijas plašsaziņas līdzekļiem tiktu sniegts no DPN ieņēmumiem vai citiem publiskiem līdzekļiem.
- Valsts atbalsts plašsaziņas līdzekļiem var tik sniegts kā:
 1. De minimis atbalsts (nepārsniedzot 200 000 EUR trīs fiskālo gadu periodā vienam uzņēmumam) bez pienākuma saņemt EK apstiprinājumu.
 2. Kompensācija (nav «valsts atbalsts») par vispārējas tautsaimnieciskas nozīmes pakalpojumu (sabiedrisko pakalpojumu) sniegšanu (Latvijā sabiedriskais pasūtījums sabiedriskajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem - VSIA Latvijas Radio un VSIA Latvijas Televīzija). Vispārējas tautsaimnieciskas nozīmes pakalpojumiem noteikti kritēriji.
 3. Paziņots EK un ir saņemts EK apstiprinājums par tā saderīgumu.

VALSTS ATBALSTS (II)

- Attiecībā uz 2. variantu, lai sniegtu kompensāciju par vispārējas tautsaimnieciskas nozīmes pakalpojumu (noteikti kritēriji), jāizpilda 4 EST *Altmark* lietā noteiktie kritēriji:
 1. Noteikts pienākums normatīvajos aktos sniegt sabiedrisko pakalpojumu;
 2. Kompensācijas aprēķina metodoloģija, jānosaka iepriekš, ievērojot objektivitāti un pārredzamību;
 3. Kompensācijas summai jābūt atbilstošai un nepieciešamai, lai sniegtu sabiedrisko pakalpojumu (ņemot vērā saprātīgu peļņu);
 4. Ja tiesības uz kompensāciju un sabiedrisko pakalpojumu sniegšanu neizriet no publiskā iepirkuma, tad kompensācijas summa nosakāma, pamatojoties uz izmaksu analīzi, kādas, pildot šo pienākumu, rastos tipiskam uzņēmumam.

Publiskās apraides īpašais statuss izriet jau no ES primārā tiesību akta-Amsterdamas līguma.

VALSTS ATBALSTS (III)

- Attiecībā uz 3. variantu, EK prakse liecina, ka, izstrādājot atbilstošu atbalsta programmas instrumentu, atbalsta sniegšana plašsaziņas līdzekļiem var būt iespējama.
- Piemērots piemērs šajā sakarā ir EK 20.11.2013 lēmums valsts atbalsta lietā SA.36366 (2013/N), kurā EK par saderīgu ar iekšējo tirgu atzina Dānijas atbalsta programmu no 2014 līdz 2019. gadam (ar vidējo gada budžetu apmēram 52 miljonu EUR apmērā), kas paredz valsts dotāciju piešķiršanu rakstošo plašsaziņas līdzekļu satura radīšanai un inovācijām.
- Dānijas piešķirtā valsts atbalsta mērķis ir veicināt brīvas preses attīstību, kas ir demokrātiskas sabiedrības priekšnoteikums. Atbilstoši atbalsta programmai uz atbalsta piešķiršanu var pretendēt ziņu mediji, kuri rada neatkarīgu rakstveida saturu papīra (drukātā) formā un/vai internetā un izpilda noteiktus kritērijus.
- Atbilstoši Dānijas atbalsta programmai ir iespējams segt līdz pat 35% no plašsaziņas līdzekļa redakcijas izmaksām.

SECINĀJUMI

- Digitālos pakalpojumus ievērojamā apjomā var sniegt attālināti, bez fiziskas klātbūtnes. Šādā gadījumā nerodas pastāvīgā pārstāvniecība, bet digitālie uzņēmumi ieņēmuma nodokli var maksāt citā, nevis ieņēmumu rašanās, valstī.
- Problēmas risinājumi ir tikuši izstrādāti dažādos līmeņos.
 1. starptautisku risinājumu ieviešana ir ilgs un sarežģīts process. Turklāt nav skaidrības par efektu un rezultātiem.
 2. ES līmenī izstrādātie risinājumi nav tikuši vienbalsīgi atbalstīti.
 3. vairākas ES dalībvalstis pašas ir ieviesušas DPN.
- DPN ieviešana Latvijā ir juridiski iespējama. Tomēr DPN ieviešana rada arī noteiktus dubultās nodokļu uzlikšanas, tiesvedības u.c. riskus.
- Par DPN iegūtajiem līdzekļiem autoru ieskatā, izstrādājot atbilstošu atbalsta programmas instrumentu, varētu atbalstīt arī Latvijas plašsaziņas līdzekļus, kuri veido Latvijas iedzīvotājiem nozīmīgu saturu, bet kuru reklāmas tirgu vistiešākajā mērā ietekmē lielie digitālie uzņēmumi.

PALDIES PAR UZMANĪBU!

LATVIJA

SPORTA IELA 11, LV-1013, RĪGA

T: +371 67357010
E: RIGA@PRIMUS.LEGAL

IGAUNIJA

LIIVALAIA 45,
10145 TALLINA
KALURI 2, 51004
TARTU

T: +372 611 0915
E:
ESTONIA@DERLING.
EE

LIETUVA

KONSTITUCIJOS PR.
7,
LT-09308, VIĻŅA

T: +370 5 248
7337
E:
VILNIUS@PRIMUS.LE
GAL

PRIMUSDERLING.EU



PRIMUS·DERLING