



Pētījums: arī Latvijai ir iespēja izstrādāt digitālo pakalpojumu nodokli nacionālā līmenī

Publicēts: 15.01.2020.

[Ministrijas jaunumi](#)



Esošo nodokļu noteikumu neatbilstība mūsdienu digitālajai ekonomikai un iespēja digitālos pakalpojumus sniegt attālināti rada konkurences kropļojumus, kā arī nelabvēlīgi ietekmē valsts nodokļu ieņēmumus. Lai risinātu problēmu, Latvijai juridiski ir iespējams sekot citu Eiropas Savienības (ES) dalībvalstu piemēram un izstrādāt digitālo pakalpojumu nodokļa regulējumu nacionālā līmenī – atzīts nule pēc Kultūras ministrijas (KM) pasūtījuma veiktā pētījumā.

Aizvien pieaugot digitālās un ārvalstīs reģistrētās platformās izvietotā satura patēriņam Latvijā un reklāmu pakalpojumu iegādei tajos – 2019. gadā salīdzinot ar 2018. gadu 7 lielākie ES reģistrētie digitālie uzņēmumi (Airbnb, Booking.com, eBay, Etsy, Facebook, Google, LinkedIn) būs palielinājuši savus ienākumus no Latvijas PVN maksātājiem (juridiskajām personām) par 50%, visticamāk, pietuvojoties 140 miljonu eiro atzīmei** - vienlaikus kā fakts konstatējams tas, ka digitālie uzņēmumi ieņēmuma nodokli bieži vien maksā citā valstī, nevis Latvijā, kurā ieņēmumi faktiski radušies.

„Internets ir pārveidojis uzņēmējdarbību un mediju vidi globālā līmenī. Jau 2014. gadā EK norādīja, ka digitālā ekonomika aug ātrāk nekā pārējās nozares. Digitālās ekonomikas attīstība pieprasa arī nodokļu regulējuma attīstību. Šī problēma ir globāla - gan ES, gan Ekonomiskās sadarbības un attīstības organizācijas (OECD) valstīs diskutē par iespējamu vienotu digitālo pakalpojumu nodokļa ieviešanu, kas paredzētu nodokļa piemērošanu starptautiskiem tehnoloģiju uzņēmumiem, kuri gūst ieņēmumus tirgos, kuros tie neveic nodokļu iemaksas,” akcentē kultūras ministrs Nauris Puntulis.

Ņemot vērā, ka reklāmas ieņēmumi ir būtisks mediju finansējuma avots, ko novirzīt vietējā satura veidošanai, KM ieskātā ir nepieciešams radīt tādu reklāmas jomas regulējumu, kas ir atbilstošs mainīgajai mediju videi un rada vienlīdzīgus konkurences

apstākļus vietējā tirgū, vienlaikus ļaujot Latvijas satura veidotājiem un izplatītājiem konkurēt ar globālā tirgus dalībniekiem.

Pētījuma autoru ieskatā digitālo pakalpojumu nodokļa ieviešana Latvijā būtu pamatota. Turklāt pētījuma veicēju ekspertīzē atzīts, ka, izstrādājot atbilstošu atbalsta programmas instrumentu, no līdzekļiem, kas iegūti digitālo pakalpojumu nodokļa ieņēmumos, varētu atbalstīt arī Latvijas plašsaziņas līdzekļus, kuri veido Latvijas iedzīvotājiem nozīmīgu saturu, bet kuru reklāmas tirgu vistiešākajā mērā ietekmē lielie digitālie uzņēmumi.

Pētījuma veicēji norāda, ka jauns digitālo pakalpojumu nodoklis būtu uzskatāms par apgrozījuma, nevis kapitāla pieauguma nodokli un līdz ar to tā ieviešana nebūtu pretrunā ar OECD nodokļu paraugkonvenciju.

Kā atzīst pētījuma veicēji, izlemjot par šī nodokļa likmi, lietderīgi būtu izmantot digitālo pakalpojumu nodokļa direktīvas projektā norādīto nodokļa likmi – 3% no kopējiem bruto ieņēmumiem par digitālajiem pakalpojumiem (citu ES dalībvalstu, kurās šis nodoklis ir ieviests vai to plānots ieviest, piemērotās nodokļa likmes svārstās 2% - 7% apmērā). Tādējādi digitālo pakalpojumu nodokļa ieņēmumi Latvijā no 7 lielākajiem, ES reģistrētajiem digitālajiem uzņēmumiem vien, piemēram, 2019. gadā varētu pārsniegt 3-4 miljonu eiro atzīmi.

Pētījuma veicēji atzinuši - valsts atbalsts plašsaziņas līdzekļiem var tik sniegts kā de minimis atbalsts (nepārsniedzot de minimis atbalsta regulā noteiktos robežlielumus) bez pienākuma saņemt Eiropas Komisijas (EK) apstiprinājumu. Par lielāka apmēra atbalsta sniegšanu iepriekš jāpaziņo EK un jāsaņem tās apstiprinājums par iecerētā atbalsta saderību ar iekšējo tirgu. EK prakse liecina, ka, izstrādājot atbilstošu atbalsta programmas instrumentu, atbalsta sniegšana plašsaziņas līdzekļiem var būt iespējama.

Gan ES, gan Ekonomiskās sadarbības un attīstības organizācijas (OECD) valstis diskutē par iespējamu vienotu digitālo pakalpojumu nodokļa ieviešanu, kas paredzētu nodokļa piemērošanu starptautiskiem tehnoloģiju uzņēmumiem, kuri gūst ieņēmumus tirgos, kuros tie neveic nodokļu iemaksas.

Jau ziņots, ka KM pērn noteica, kādi soļi sperami Latvijas mediju politikas pilnveidē. KM ieskatā pārskatāms reklāmas tirgus regulējums, lai mediji - vietējā satura veidotāji - varētu vairojot ieņēmumus no reklāmas izvietojuma, [t.sk.](#) meklēt tehnoloģiski neitrālus regulatīvos risinājumus un uzsākt diskusijas par t.s. digitālo nodokli, stiprināmi sabiedriskie mediji un pabeidzama to iziešana no reklāmas tirgus, paredzot šim solim visa nepieciešamā finansējuma apmēru, paredzams atbalsts drukātajiem medijiem un abonētās preses piegādei, palielināms finansējums sabiedriski nozīmīga satura veidošanai komercmedijos, izveidojama un nodrošināma Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes (SEPLP) darbība, izveidojama Mediju politikas konsultatīvā padome un nodrošināma pastāvīga tās iesaiste mediju politikas izstrādē, kā arī stiprināma KM Mediju politikas nodaļas kapacitāte.

Lai izvērtētu iespēju Latvijā ieviest t.s. digitālo nodokli, KM pērn pasūtīja padziļinātas juridiskas ekspertīzes veikšanu un atzinuma ar priekšlikumiem par digitālā nodokļa ieviešanas iespējām sniegšanu, ņemot vērā pieaugošo ārvalstu digitālo mediju dalību Latvijas mediju tirgū. Pētījumu izstrādājis Baltijas valstīs strādājošs zvērinātu advokātu birojs PRIMUS DERLING.

 *- Padziļināta juridiska ekspertīze par digitālā nodokļa ieviešanas iespējām Latvijā un atzinums par priekšlikumiem par digitālā 

** - Valsts ieņēmumu dienesta sniegtie dati:

Digitālie uzņēmumi – Airbnb, BOOKING.COM, eBay, Etsy, Facebook, Google, LinkedIn

Pakalpojumu kopējā vērtība, EUR

2018.gadā

2019.gada

10 mēnešos

Kopā:

90 361 671,90

113 791 896,05

Papildu informācijai:

Lita Kokale,

Kultūras ministrijas Sabiedrisko attiecību nodaļas vadītāja

67330343, 26469946

Lita.Kokale@km.gov.lv

<https://www.km.gov.lv/lv/jaunums/petijums-ari-latvijai-ir-iespeja-izstradat-digitalo-pakalpojumu-nodokli-nacionala-limeni-0>