Lieta Nr. A420159215
Lietas arhīva Nr. AA43-0548-20/20
ECLI:LV:ADAT:2020:0929.A420159215.9.S

SPRIEDUMS
Latvijas tautas vārdā

Rīgā 2020. gada 29. septembrī

Administratīvā apgabaltiesa šādā sastāvā:
tiesnese referente Lauma Paegļkalna,
tiesneses Sandra Gintere un Santa Liniņa

rakstveida procesā izskatīja administratīvo lietu, kas ierosināta, pamatojoties uz AS "4finance" pieteikumu par Valsts ieņēmumu dienesta 2015. gada 14. janvāra lēmuma Nr. 22.13/L-1299 atcelšanu daļā, sakarā ar Valsts ieņēmumu dienesta apelācijas sūdzību par Administratīvās rajona tiesas 2016. gada 29. aprīļa spriedumu daļā.

Aprakstošā daļa

[1] Valsts ieņēmumu dienests pieteicējai AS "4finance" veica uzņēmumu ienākuma nodokļa auditu par 2012. gadu.

Administratīvais process iestādē noslēdzās ar Valsts ieņēmumu dienesta 2015. gada 14. janvāra lēmumu Nr. 22.13/L-1299, ar kuru pieteicējai papildus aprēķināts uzņēmumu ienākuma nodoklis, nokavējuma nauda un soda nauda.

Lēmumā citastarp vērtēts, vai pieteicēja pamatoti piemērojusi nodokļa atlaidi atbilstoši likuma "Par uzņēmumu ienākuma nodokli" 20.[1] panta pirmajai daļai. Minētā norma paredz iespēju samazināt uzņēmumu ienākuma nodokli par 85 procentiem no summām, kas ziedotas Latvijas Republikā reģistrētām biedrībām, kurām piešķirts sabiedriskā labuma organizācijas statuss. Lēmumā konstatēts, ka pieteicējas ziedoto summu biedrībai "Labie darbi" (turpmāk – biedrība) nevar uzskatīt par ziedojumiem.

Konstatētie apstākļi liecina par netiešu pieteicējas kā aizdevēja reklamēšanu un popularizēšanu un tās reputācijas celšanu kā ziedotājam, kas atbalsta ziedojumu saņēmējas – biedrības – projektus, pretī par to saņemot atlīdzību, kas savukārt garantē uzņēmumu ienākuma nodokļa atlaides pieteicējai. Arī pieteicējai izteiktās pateicības publiski pieejamos resursos uzskatāmas par atlīdzības rakstura darbībām, kas nodrošina pieteicējas ar filantropiju nesaistītas intereses. Publiski izteiktā pateicība netieši reklamē un popularizē pieteicēju. Pieteicējas mērķi neliecina par labdarību, bet izteiktu labuma gūšanu, vairojot sabiedrībā popularitāti, reklamējot savus pakalpojumus un panākot sava zīmola plašāku atpazīstamību sabiedrībā. Tādējādi šī situācija atbilst likuma "Par uzņēmumu ienākuma nodokli" 20.[1] panta sestajai daļai un septītās daļas 1. un 2. punktam, kas noteic, ka attiecībā uz ziedotāju ir pietiekami konstatēt, ka ziedojuma nodošanā ir noteikts atlīdzības pretpienākums, lai atzītu, ka nodotās summas nav uzskatāmas par ziedojumu.

[2] Pieteicēja vērsās tiesā ar pieteikumu par Valsts ieņēmumu dienesta lēmuma atcelšanu daļā par papildus aprēķinātajiem nodokļa maksājumiem.

[2.1] Likumdevēja mērķis, nosakot komersantiem nodokļu atlaides par ziedojumiem, ir bijis veicināt komersantu iesaisti sabiedriski nozīmīgu aktivitāšu atbalstā. Vienlaikus likuma "Par uzņēmumu ienākuma nodokli" 20.[1] panta sestajā un septītajā daļā ir noteikti kritēriji, kurus konstatējot, nodokļu maksātājam nav tiesību piemērot uzņēmuma ienākuma nodokļa atlaidi. Šie kritēriji kalpo vienam mērķim – novērst situācijas, kurās ziedotie līdzekļi netiek izlietoti sabiedriskajam labumam, bet gan tiešā vai netiešā veidā tiek izlietoti paša ziedotāja labā. Šādā gadījumā ir loģiski secināt, ka ziedojums pēc būtības nav uzskatāms par ziedojumu, kas secīgi liedz piemērot nodokļu atlaidi. Tomēr pārsūdzētajā lēmumā vispār nav vērtēts tas, ka pieteicējas 2012. gadā biedrībai ziedotie līdzekļi izlietoti atbilstoši biedrības mērķim. Ziedojumi ziedoti sabiedriskajam labumam, kopumā 64 labdarības projektiem.

Minētā likuma likumprojekta anotācijā norādīts, ka attiecīgais regulējums nepieciešams, jo ziedojuma nosacījumi bieži ietver pretpienākumu par labu ziedotājam. Tālab, interpretējot likuma "Par uzņēmuma ienākuma nodokli" 20.[1] panta septītās daļas 2. punktu, secināms, ka attiecīgā ierobežojuma mērķis ir novērst situāciju, kurā ziedotājs uzliek ziedojuma saņēmējam pienākumu veikt kādas darbības apmaiņā pret ziedojumu.

[2.2] Pārsūdzētajā lēmumā norādīts, ka biedrība faktiski ir pieteicējas izveidots projekts. Pieteicēja nenoliedz, ka biedrība ir pieteicējas labdarības iniciatīva. Biedrība tika izveidota, lai daļu pieteicējas peļņas novirzītu labdarībai. Savukārt normatīvie akti neliedz komersantam veidot nevalstisku organizāciju, uz kuru varētu novirzīt daļu peļņas labdarības

projektiem. Valsts ieņēmumu dienests ir atsaucies uz ziedojuma līgumā ietverto ziedojuma saņēmēja atbildību un ziedotāja tiesībām atkāpties no līguma gadījumā, ja saziedotie līdzekļi netiek lietoti līgumā norādītajiem mērķiem. Taču šāds mehānisms ir juridiski korekts, proti, ziedotājs kontrolē to, vai ziedojumi tiek izlietoti sabiedriskā labuma darbībai.

[2.3] Pārsūdzētajā lēmumā konstatēts likuma "Par uzņēmuma ienākuma nodokli" $20.^1$ panta septītās daļas 2. punktā norādītais apstāklis, kas liedz pieteicējai piemērot nodokļu atlaidi.

No minētās tiesību normas kopsakarā ar Ministru kabineta 2006. gada 4. jūlija noteikumu Nr. 556 "Likuma "Par uzņēmumu ienākuma nodokli" normu piemērošanas noteikumi" (turpmāk – noteikumi Nr. 556) $125.^2$ punktā noteikto izriet secinājums, ka normatīvais regulējums pieļauj situāciju, kad ziedojuma saņēmēja vārds, tostarp zīmols, tiek darīts zināms sabiedrībai. Tālab ziedotāja identitātes atklāšana un pateicības izteikšana tam nevar tikt uzskatīta par apstākli, kas liecina par ziedojuma būtībai neatbilstošu interešu nodrošināšanu vai tādu interešu nodrošināšanu, kas nav saistītas ar filantropiju.

Sabiedrības pozitīvā attieksme pret komersantiem, kas nodarbojas ar labdarību, ir pašsaprotama. Kad sabiedrība uzzina par ziedotāju, ziedotāju reputācijas uzlabošanās un arī tā popularizēšana, ir publiskas labdarības dabiskas sekas. Nav pamatoti uzskatīt, ka tikai anonīmi veikti ziedojumi ir ar filantropiskiem mērķiem un tikai tādiem ziedotājiem ir tiesības uz nodokļu atlaidēm. Šāds rādītājs nav vērtējams par pietiekamu, lai secinātu, ka pieteicēja caur biedrību ir nodrošinājusi ar filantropiju nesaistītas intereses, ņemot vērā, ka pieteicēja ir profesionāle savā darbības jomā un pati par atsevišķu budžetu organizē reklāmas kampaņas, kas krietni efektīvāk reklamē pieteicēju.

Noteikumu Nr. 556 $125.^2$ punkts pieļauj sadarbības modeli, kur ziedojuma saņēmējs sniedz ziedotājam pakalpojumus atlīdzības nozīmē. Tas nav apstāklis, kas liegtu ziedotājam piemērot nodokļa atlaidi.

[3] Ar Administratīvās rajona tiesas 2016. gada 29. aprīļa spriedumu pieteicējas pieteikums daļēji apmierināts, atceļot pārsūdzēto lēmumu daļā par pieteicējai aprēķināto uzņēmumu ienākuma nodokli par ziedojumiem biedrībai 228 146,84 *euro*, kā arī daļā par soda naudu un nokavējuma naudu.

Spriedums pieteikuma apmierinātajā daļā motivēts šādi.

[3.1] Tiesību normas neaizliedz komersantam dibināt biedrības labdarības veikšanai. Tas arī automātiski neliecina, ka komersanta intereses nav saistītas ar filantropiju. Taču izskatāmajā lietā biedrības darbība ir tieši atkarīga no pieteicējas. Pieteicēja ir biedrības idejas autore, dibinātāja, vienlaikus arī vienīgā ziedotāja 2012. un 2013. gadā. Biedrības valdē darbojas un tiesiskos darījumus veic personas, kuras darbojas arī pieteicējas valdē un slēdz darījumus pieteicējas vārdā. Pieteicēja un biedrība nodarbina vienas un tās pašas personas. Šāda pieteicējas veidota savstarpējo attiecību struktūra un biedrības veiktās aktivitātes norāda uz to, ka to mērķis ir pašas pieteicējas popularizēšana un atpazīstamības veicināšana.

Biedrības veiktās aktivitātes, vērtējot tās gan savstarpējā kopsakarībā, gan biedrības un pieteicējas savstarpējo attiecību gaismā, norāda uz to, ka tās apzināti ir veiktas ar mērķi, lai popularizētu pieteicēju, veidotu pieteicējas tēlu un atpazīstamību. Bez ievērības nav atstājams arī tas, ka biedrības sniegtās atsauces uz pieteicējas pakalpojumu pēc būtības ietver sevī aicinājumu izmantot šo pakalpojumu. Proti, mājaslapas atsaucēs, bloga ierakstos un rakstos vietnē *www.ir.lv* biedrība par pieteicējas sniegto pakalpojumu ir ietvērusi atsauci uz labdarības projektu finansējuma fonda veidošanos – *SMScredit.lv* ikmēneša ziedojums 0,5 Ls apmērā no katra uzņēmuma izsniegtā aizdevuma: "Projekts (Labie darbi), kura finansējuma summa rodas no *SMScredit.lv* izsniegtajiem kredītiem, jo 50 santīmi no katra izsniegtā kredīta tiek ziedoti LadieDarbi.lv, lai palīdzētu realizēt projektus, kuri ir saistīti ar izglītību zinātni, kultūru, mākslu un sportu. Šobrīd kopējiem spēkiem esam palīdzējuši realizēt jau vairāk kā 130 lieliskus projektus".

Šāds teksts nav vērtējams tikai kā atsauces sniegšana vai pateicības izrādīšana. Šādā veidā tiek veicināta un ietekmēta patērētāju izvēle par labu tieši pieteicējas piedāvātajam pakalpojumam, jo tiek apelēts pie sabiedrībā esošās vērtību sistēmas un izpratnes pa labo, akcentējot, ka šāda personas izvēle veicina labdarības mērķu sasniegšanu, tātad ir saistāma ar cēlu un pozitīvi vērtējamu rīcību.

Uz pieteicējas pakalpojuma reklamēšanu un atpazīstamības veicināšanu norāda arī pieteicējai piederošās preču zīmes *SMScredit.lv* norādīšana biedrības mājaslapā un reklāmas materiālos, jo zīmols ir reprezentācijas simbols, ko uzņēmumi un organizācijas lieto savas atpazīstamības veicināšanai, saistot konkrētu simboliku ar uzņēmumu vai organizāciju. Turklāt nav līguma, kas ietvertu atlīdzību biedrībai par pieteicējas reklamēšanu.

Šīs darbības noteikumu Nr. 556 $125.^2$ punkta izpratnē atzīstamas par atlīdzības rakstura darbībām, proti, biedrības pretpienākumu pret pieteicēju, jo biedrības darbībās saskatāms reklāmas raksturs. Atbilstoši noteikumu Nr. 556 $125.^2$ punktam par atlīdzības rakstura darbību ir uzskatāma arī ziedotāja zīmola izvietošana ziedojuma saņēmēja pasākumos vai cita veida norādes uz ziedotāju (piemēram, ziedotāja zīmola ievietošana grāmatā), ja par to nav noteikta atlīdzība.

Šīs darbības nevar atzīt tikai par simbolisku norādi vai atgādinājumu par ziedotāju. Tieši pretēji, biedrības darbībās skaidri saskatāma pieteicējas vārda publiskošana pozitīvā kontekstā, ar mērķi veicināt *SMScredit.lv* sniegto kreditēšanas pakalpojumu popularitāti un pieprasījumu pēc tiem. Šādas darbības ir atzīstamas par tādām, kas likuma "Par uzņēmumu ienākuma nodokli" $20.^1$ panta septītās daļas 2. punkta izpratnē liedz saņemt nodokļu atlaides.

[3.2] Senāts ir atzinis, ka gadījumā, ja ziedojuma saņēmējam noteikts pretpienākums veikt darbības, kas uzskatāmas par atlīdzību, tad ziedotie finanšu līdzekļi jāatzīst par ziedojumu tādā apmērā, kādā nav noteikts pretpienākums. Proti, likumā ir paredzēta ziedojuma daļas nodalīšana pretpienākuma apjomā. Praktiskās grūtības ir risināmas atbilstoši administratīvā procesa principiem un pierādīšanas noteikumiem, ievērojot nodokļu jomas specifiku (*Senāta 2015. gada 11. decembra sprieduma lietā Nr. SKA-119/2015 (A421021209) (turpmāk – lieta Nr. SKA-119/2015) 11. punkts*). Lietā Nr. SKA-119/2015 kredītiestāde bija nepastarpināti ziedojusi līdzekļus tādām organizācijām, kuras nebija šīs

kredītiestādes dibinātas vai izveidotas un ziedotie līdzekļi nebija vienīgie šo organizāciju līdzekļi – šo organizāciju vai dibinājumu eksistence nebija atkarīga no ziedotāja.

Izskatāmās lietas faktiskie apstākļi ir atšķirīgi, jo biedrības iespējas nodrošināt savu darbību bija atkarīga tieši un tikai no pieteicējas. Tieši šis pieteicējas izvēlētais rīcības modelis – izveidot organizāciju labdarībai, bet paturot pilnīgas kontroles iespēju pār to, rada šaubas par to, vai Senāta atziņas nekritiski var tikt piemērotas arī izskatāmajā lietā. Vienlaikus tiesa nerod pretargumentus gan Sabiedriskā labuma organizāciju likuma 9. panta otrās daļas normas interpretācijai, ka ziedotie finanšu līdzekļi jāatzīst par ziedojumu tādā apmērā, kādā nav noteikts pretpienākums. Līdz ar to lietā nosakāms pretpienākuma apmērs.

[3.3] Pieteicēja tiesā ir iesniegusi SIA "PHD Latvia", SIA "Inspired" un SIA "Alpha Baltic" atzinumus par reklāmas izvietošanas un pieteicējas zīmola ekspozīcijas cenu.

Saskaņā ar SIA "PHD Latvia" atzinumu pieteicējai par reklāmas izvietošanas pakalpojumiem biedrībai būtu jāsamaksā 15 875,68 *euro*, atbilstoši SIA "Inspired" atzinumam pieteicējai būtu jāsamaksā 8400 *euro.* Savukārt saskaņā ar SIA "Alpha Baltic" atzinumu – 2638 *euro*.

No norādītajām summām nav pamata aprēķināt matemātiski vidējo vērtību, jo atzinumos ir pausta atšķirīga nostāja par izmaksu pozīcijām, divos no atzinumiem atsevišķas pozīcijas nesaistot ar izmaksu esību. Ievērojot, ka visas piecas pozīcijas ir atzīstamas par atlīdzības rakstura darbībām un visu šo pozīciju novērtējumu un pamatojumu ir sniegusi tikai SIA "PHD Latvia", pretpienākuma apmērs nosakāms atbilstoši atzinumā noteiktajam, proti, 15 875,68 *euro*. Pieteicējas kopējais biedrībai ziedotais finanšu līdzekļu apmērs bija 244 022,52 *euro*. Atņemot pretpienākuma apmēru, secināms, ka par ziedojumu likuma "Par uzņēmumu ienākuma nodokli" 20.^{1} panta pirmās daļas izpratnē ir atzīstama summa 228 146,84 *euro* apmērā.

Tālab ir atceļams pārsūdzētais lēmums daļā, ar kuru šāda summa nav atzīta par ziedojumu, attiecīgi veikts uzņēmuma ienākuma nodokļa, tā nokavējuma naudas un soda naudas aprēķins.

[4] Par Administratīvās rajona tiesas spriedumu tā apmierinātajā daļā Valsts ieņēmumu dienests iesniedza apelācijas sūdzību.

Apelācijas sūdzība pamatota ar šādiem apsvērumiem.

[4.1] Pirmās instances tiesa, pamatojoties uz Administratīvās apgabaltiesas 2015. gada 14. maija lēmumā lietā Nr. A420159215 norādīto, ka atbilstoši Sabiedriskā labuma organizāciju likuma 9. panta otrajai daļai sabiedriskā labuma organizācijai nodotā manta vai finanšu līdzekļi nav uzskatāmi par ziedojumu tikai tādā apjomā, kādā sabiedriskā labuma organizācijai ir noteikts pretpienākums veikt darbības, kurām ir atlīdzības raksturs, secināja, ka izskatāmajā lietā noskaidrojams pretpienākuma apjoms un tikai šādā apjomā pieteicējas piešķirtie līdzekļi biedrībai nav uzskatāmi par ziedojumiem.

No likuma "Par uzņēmumu ienākuma nodokli" 20.^{1} panta sestās daļas un septītās daļas 2. punkta izriet, ka gadījumā, ja biedrība veica atlīdzības rakstura darbības, kas vērstas uz labuma gūšanu pieteicējai, tad nav pamata secināt, ka pieteicēja ir ziedojusi biedrībai un ir tiesīga saņemt nodokļu atlaides.

Minētā tiesību norma ir jātulko sašaurināti, jo tā nosaka izņēmumu no vispārējās uzņēmumu ienākuma nodokļa regulējuma piemērošanas kārtības.

[4.2] Nav pamatota Sabiedriskā labuma organizāciju likuma 9. panta otrās daļas piemērošana, jo starp biedrību un pieteicēju nav vienošanās, no kuras izrietētu pretpienākums veikt atlīdzības rakstura darbības, un auditā ar pēc būtības konstatēto pretpienākumu ir apstrīdēta visu nodoto finanšu līdzekļu atbilstība ziedojumam.

Sabiedriskā labuma organizāciju likuma 9. panta otrā daļa ziedojumu saņēmējam uzliek par pienākumu no saņemtās ziedojuma summas nošķirt summu, kas saņemta par veikto pretpienākumu. Tiesību normas mērķis ir noregulēt gadījumu, kad starp ziedotāju un sabiedriskā labuma organizāciju pastāv arī līgumiskas attiecības, kas nav saistītas ar ziedojumu, piemēram, līgums par pakalpojumu sniegšanu, kā rezultātā samaksāto naudu par pakalpojumu nevar uzskatīt par ziedojumu.

Biedrība pilnā apmērā veica atlīdzības rakstura darbības, proti, sniedza pretpienākumu pieteicējai, kas ir uzskatāms par atlīdzību un ir vērsts uz pieteicējas labuma gūšanu saistībā ar tās piešķirtajiem finanšu līdzekļiem. Tas ir atzīts ar spriedumu. Un līdz ar to pieteicējas piešķirtie līdzekļi pilnā apmērā, nevis kādā nošķiramā daļā nav atzīstami par ziedojumu.

[4.3] Ziedotājam pašam pirms nodokļa atlaides piemērošanas ir jāizvērtē, vai par ziedojumu pēc būtības nav veikts pretpienākums. Ja pušu starpā ir noteikts pretpienākums vai tāds ir noticis pēc būtības, nodokļa atlaide nav piemērojama.

Likuma "Par uzņēmumu ienākuma nodokli" un Sabiedriskā labuma organizāciju likuma normas kopsakarā nav interpretējamas tādējādi, ka gadījumā, kad saņēmējam ir noteikts pretpienākums veikt darbības, kuras uzskatāmas par atlīdzību, ziedotie līdzekļi būtu jāatzīst par ziedojumu daļā, kādā noteikts pretpienākums. Tas noteikts Senāta 2014. gada 16. maija spriedumā lietā Nr. SKA-58/2014 (A420580710) (turpmāk – lieta Nr. SKA-58/2014).

[4.4] Izskatāmajā lietā vispār nebija pamata vērtēt biedrības pretpienākumu darbību vērtību naudas izteiksmē. Piemēram, uzņēmuma zīmols ir reprezentācijas simbols. To izmanto atpazīstamības veicināšanai. Biedrības atsauce uz *SMScredit.lv* faktiski ir uzskatāma par pieteicējas reklamēšanu, par kuru pieteicējai un biedrībai nav savstarpēji noslēgta līguma. Šādos apstākļos Valsts ieņēmumu dienestam nav jāmeklē pamatojums, cik daudz un cik plaši ir izmantots biedrības zīmols, ne arī kāda ir bijusi pretpienākuma vērtība.

[4.5] Pirmās instances tiesa, pamatojoties uz Sabiedriskā labuma organizāciju likuma 9. panta otrās daļas interpretāciju (lietā Nr. SKA-119/2015), ka ziedotie finanšu līdzekļi ir atzīstami par ziedojumu tādā apmērā, kādā nav noteikts pretpienākums, secināja, ka konkrētajā lietā ir nosakāms pretpienākuma apmērs.

Taču izskatāmajā lietā nav pamata vērtēt biedrības pieteicējai sniegto pretpienākuma apmēru. Starp biedrību un pieteicēju nepastāvēja vienošanās par pretpienākuma esību, tomēr pēc būtības ir veiktas darbības, kas vērstas uz labuma gūšanu ziedotājam. Un šajā lietā ir atšķirīgi faktiskie apstākļi, ko atzinusi pati pirmās instances tiesa. Starp pieteicēju un biedrību ir organizēta finanšu līdzekļu nodošana nevis ar labdarību saistītu mērķi, bet gan skaidri izteiktu labuma gūšanu, vairojot pieteicējas popularitāti.

Arī pirmās instances tiesa faktiski ir atzinusi, ka pieteicējas finanšu līdzekļu nodošana un to izlietošana pēc būtības neatbilst jēdzienam "ziedojums".

[4.6] Turklāt lietā esošie pierādījumi neapliecina biedrības sniegto pretpienākumu apmēru. Ievērojot biedrības un pieteicējas savstarpējo saistību, pieteicēja bija faktiski informēta par visu biedrības darbību, kas veikta nolūkā reklamēt pieteicēju, un faktisko pretpienākuma vērtību. Tālab pieteicējai nebūtu vajadzības pieprasīt atzinumus par biedrības pretpienākumu tirgus cenu.

Pieteicēja arī nav iesniegusi detalizētus aprēķinus un informāciju par reklāmas izvietošanu un zīmola izmantošanu, savukārt Valsts ieņēmumu dienestam nav pienākuma nodokļu maksātāja vietā noteikt pretpienākumu darbību vērtību naudas izteiksmē, ko turklāt vairāk nekā trīs gadus pēc attiecīgā perioda ir faktiski neiespējami paveikt.

[5] Pieteicēja paskaidrojumos par apelācijas sūdzību norāda uz lietā Nr. SKA-119/2015 atzīto, ka var pastāvēt strīds par pretizpildījuma apjomu un ka tas ir jāpierāda pieteicējai. Tālab Valsts ieņēmumu dienests nepamatoti uzskata, ka šobrīd vairs neesot iespējams noteikt pretpienākuma apjomu un to varēja izdarīt tikai pirms nodokļa atlaides piemērošanas.

Pieteicēja ir iesniegusi pierādījumus, kas pamato pretizpildījuma apjomu un norāda katra iespējamā pretizpildījuma vērtību. Atšķirības novērtējumā ir uzskatāms pierādījums novērtējumu objektivitātei. Līdz ar to pirmās instances tiesa argumentēti ņēma vērā SIA "PHD Latvia" atzinumu.

Nav pamata atsaukties uz atziņām lietā Nr. SKA-58/2014, jo minētajā lietā pieteicēja nebija iesniegusi pierādījumus par to finanšu līdzekļu nodalīšanu, par kuriem bija prasīts pretpienākums. Savukārt izskatāmajā lietā pieteicēja šādus pierādījumus ir iesniegusi.

Tiesību normās nav balstīts un pretrunā judikatūrai ir Valsts ieņēmumu dienesta secinājums, ka nav piemērojama Sabiedriskā labuma organizāciju likuma 9. panta otrā daļa. Un nepamatota ir kritika, ka pieteicēja nav norādījusi aprēķinu par izsniegto kredītu skaitu un no tiem izveidojušos ikmēneša ziedojumu summu. Izskatāmajā lietā tiek vērtēta pretizpildījuma vērtība, nevis par pretizpildījumu uzskatīto darbību sekas.

Turklāt pasta nodaļās izvietotajos reklāmas materiālos tika reklamēta biedrība, nevis pieteicēja, tālab šie materiāli nav uzskatāmi par biedrības sniegtu pretpienākumu.

[6] Izskatījusi lietu apelācijas kārtībā daļā par ziedojumiem biedrībai tiktāl, ciktāl pieteikums pirmās instances tiesā apmierināts, Administratīvā apgabaltiesa ar 2017. gada 19. septembra spriedumu pieteikumu šajā daļā apmierināja.

Senāts ar 2019. gada 22. novembra spriedumu atcēla Administratīvās apgabaltiesas 2017. gada 19. septembra spriedumu un nosūtīja lietu jaunai izskatīšanai apgabaltiesai.

Motīvu daļa

[7] Pieteicēja paskaidrojumos par apelācijas sūdzību un arī papildu paskaidrojumos lūdz lietu izskatīt mutvārdu procesā. Pieteicēja atsaucas uz lietas sarežģītību un to, ka virkne vērtējamo juridisko jautājumu nav tikuši izvērtēti tiesas sēdē pēc būtības, jo arī Senāts ir ieskicējis virkni jaunu apsvērumu un apstākļu.

Administratīvā procesa likuma 112.[1] panta pirmā daļa noteic, ka administratīvās lietas izskatīšana notiek rakstveida procesā bez tiesas sēdes, ja likumā nav noteikts citādi.

Panta tālākās daļas noteic priekšnoteikumus, kuriem pastāvot lieta izskatāma mutvārdu procesā. Tostarp atbilstoši panta ceturtajai daļai pirmās instances tiesai ir saistošs pieteicēja lūgums izskatīt lietu mutvārdu procesā. Taču minētais lūgums nesaista apelācijas instances tiesu, jo atbilstoši likuma 304. panta pirmajai daļai tiesai, izvērtējot motivētu lūgumu, ir rīcības brīvība noteikt lietas izskatīšanu mutvārdu procesā.

Kā atzīts judikatūrā, lietas izskatīšana tiesas sēdē ir lietderīga gadījumos, kuros no lietā esošajiem dokumentiem nevar gūt pilnīgu priekšstatu par izskatāmo jautājumu. Šādos apstākļos personu uzklausīšana tiesas sēdē var sekmēt pareizu izskatāmā jautājuma izlemšanu. Savukārt, ja lietas materiāli ir pietiekami izskatāmā jautājuma izlemšanai, tad mutvārdu process parasti nav lietderīgs (*Senāta 2014. gada 6. februāra sprieduma lietā Nr. SKA-34/2014 (A420824810) 6. punkts*).

Apgabaltiesa pretēji pieteicējas ieskatam nekonstatēja tādus lietas iztiesāšanai būtiskus apstākļus, kurus nebūtu iespējams noskaidrot rakstveida procesā. Vispirms norādāms, ka procesa dalībniekiem ir bijušas nodrošinātas pienācīgas tiesības sniegt viedokli un pierādījumus, kam ir nozīme izskatāmajā lietā. Procesa dalībnieki tās īstenojuši ne tikai rakstveidā, bet arī piedaloties tiesas sēdēs, kas tika noteiktas, gan pirmo reizi izskatot lietu apelācijas kārtībā, gan arī kasācijas kārtībā. Pieteicēja pēc lietas nodošanas jaunai izskatīšanai apgabaltiesai ir sniegusi izvērstus papildu paskaidrojumus rakstveidā, apgabaltiesai paskaidrojumu saturs ir skaidrs un pieteicējas argumentācija ir saprotama. Apgabaltiesa nekonstatēja tādus apstākļus, kas vēl papildus būtu pārbaudāmi tiesas sēdē. Arī pieteicēja nav konkretizējusi, kādi argumenti objektīvi būtu labāk izskaidrojami mutvārdos un kas to liedz skaidrot un paust rakstveidā.

Ievērojot minēto un to, ka apgabaltiesa nesaskatīja arī citus procesuālus šķēršļus lietas izskatīšanai rakstveida procesā,

apgabaltiesa, pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 304. panta pirmo daļu, lietu izskata rakstveida procesā.

[8] Lietā izšķirams strīds par to, vai pieteicējas biedrībai nodotie finanšu līdzekļi ir uzskatāmi par ziedojumu un tālab par šo summu būtu samazināms ar nodokli apliekamais ienākums.

[9] Senāts izskatāmajā lietā ir atzinis, ka no Sabiedriskā labuma organizāciju likuma 9. panta pirmās daļas kopsakarā ar likuma "Par uzņēmumu ienākuma nodokli" 21.[1] panta normām izriet, ka ir jānošķir nodotās mantas un finanšu līdzekļu nodošanas mērķis – vai tas ir saistīts ar filantropiju vai, pretēji, ar citām interesēm, kas nav filantropija, tostarp, ir saistīts ar pretpienākumu. Taču normā nav uzsvērts formālais elements, proti, vai un ar kādu līgumu kāda manta vai finanšu līdzekļi tiek nodoti (*Senāta 2019. gada 22. novembra sprieduma lietā Nr. SKA-382/2019 7. punkts*). Tas noskaidrojams, kompleksi novērtējot īpašo saikni starp pieteicēju un biedrību un īpašo sadarbības formu, tostarp arī apstākļus par pieteicējas iesaisti biedrības dibināšanā, pastāvēšanā un finansēšanā un mērķtiecīgām darbībām pieteicējas filantropisko mērķu popularizēšanā, vienlaikus un vienviet ar ziņām par pieteicējas sniegtajiem pakalpojumiem. Šie apstākļi ir būtiski, vērtējot finanšu līdzekļu nodošanas mērķi (filantropisks vai cits), kā arī iespējamā pretpienākuma pastāvēšanu un apjomu (*turpat, 10. un 13. punkts*).

[10] Pirmās instances tiesa, kā jau to šajā lietā atzinis arī Senāts, ir izvērsti raksturojusi pieteicējas un biedrības savstarpējo attiecību kopējo tvērumu (*Administratīvās rajona tiesas sprieduma 9.5. un 9.6. punkts, tiesas secinājumi atreferēti šā sprieduma 3.1. punktā*). Senāta ieskatā tiesa pamatoti norāda, ka tiek veicināta un ietekmēta patērētāju izvēle par labu tieši pieteicējas piedāvātajam pakalpojumam, jo tiek apelēts pie sabiedrībā esošās vērtību sistēmas un izpratnes pa labo, akcentējot, ka šāda personas izvēle veicina labdarības mērķu sasniegšanu, tātad ir saistāma ar cēlu un pozitīvi vērtējamu rīcību. Turklāt šāds vērtējums, Senāta ieskatā attiecināms gan uz biedrības izplatīto ziņu par labdarības projektu finansējuma fonda veidošanos no pieteicējas regulāriem ziedojumiem par katru izsniegto kredītu, par ko tiesa izdarījusi minēto secinājumu, gan uz jebkādā formā un apjomā sniegtajām ziņām par pieteicējas atbalstu biedrības darbībai vispār. Tomēr Senāts arī norādījis, ka pēc šīs analīzes tiesas spriedumā tomēr nav sekojis tāds biedrības veikto aktivitāšu novērtējums, kurā šis uz pieteicējas popularizēšanu vērstais aspekts (veicinot atpazīstamību tieši caur pieteicējas pozitīva tēla veidošanu, pieteicējas sasaistīšanu ar sabiedrības izpratni par labo) būtu novērtēts arī ekonomiski un tiesiski, proti, ņemts vērā, nosakot finanšu līdzekļu nodošanas mērķi un iespējamo pretpienākumu (*Senāta 2019. gada 22. novembra sprieduma lietā Nr. SKA-382/2019 12. punkts*).

[11] Pieteicēja papildu paskaidrojumos apgabaltiesai sniedz biedrības saiknes ar pieteicēju vērtējumu, uzsverot, ka lietā piemērojamās tiesību normas vispirms piešķir nozīmi tikai tam, vai ziedojumu saņēmējs ir sabiedriskā labuma organizācija. Turklāt pieteicējas ieskatā nozīme nav piešķirama ziedojuma veikšanas apstākļiem, bet gan ziedojuma izlietošanai, turklāt tikai tam, vai ziedojums ir ticis izlietots ar pašu ziedotāju saistītām personām. Visbeidzot pieteicēja arī vērš uzmanību, ka piemērojamo normu kontekstā vispār nav nekādas nozīmes ne tam, ka pieteicēja ir bijusi vienīgā ziedotāja, ne arī tam, ka pieteicējas un biedrības amatpersonas un darbinieki bija vienas un tās pašas personas, ka biedrību dibināja pieteicēja un ka tās atradās vienā adresē, jo tās ir divas dažāds juridiskas personas un to amatpersonu darbību ir iespējams objektīvi nodalīt.

Taču apgabaltiesa šādam šauram biedrības saiknes ar pieteicēju vērtējumam nevar pievienoties. Apgabaltiesai, paturot prātā citētos Senāta apsvērumus, jāvērtē pieteicējas nodoto finanšu līdzekļu nodošanas mērķis un saistība ar pašas pieteicējas saimniecisko darbību, aplūkojot pieteicējas un biedrības darbības būtību kopumā.

[12] Kā minēts, biedrību ir dibinājusi pieteicēja. Par to lietā nav strīda. Biedrība ir sagatavojusi kopsavilkumu par *SMScredit.lv* labdarības iniciatīvas vispārējo darbību, mērķiem, iecerēm un 2012. gadā realizētajiem projektiem. Tajā sniegts apraksts par *SMScredit.lv* labdarības iniciatīvu *LabieDarbi.lv*, kurā norādīts, ka pieteicējas kā nebanku kredītdevēju nozares līdera Latvijā galvenā vērtība ir sabiedrība, jo uzņēmums ir pārliecināts, ka jebkura uzņēmuma darbības sekmes ir cieši saistītas ar vietējās kopienas labklājību un ilgtspējīgu attīstību. Šī iemesla dēļ pieteicējas zīmols *SMScredit.lv* sniedz atbalstu Latvijas iedzīvotājiem viņu ideju īstenošanai un talantu attīstīšanai. Tāpat skaidrots, ka projektu konkurss *LabieDarbi.lv* tika uzsākts 2010. gada 26. aprīlī un tas ir pieteicējas zīmola, nebanku kredītdevēju nozares līdera *SMScredit.lv*, labdarības iniciatīva, kuras mērķis ir konkursa kārtībā nodrošināt iespēju Latvijas iedzīvotājiem un organizācijām saņemt finansiālu atbalstu savu ideju realizācijai (*lietas 3. sējuma 74. lapa*).

Kā redzams lietas materiālos, norāde uz pieteicējas zīmolu *SMScredit.lv* uzskatāmi atspoguļota visos biedrības labdarības pasākumu prezentācijas materiālos. Vispirms jau pašas biedrības logo satur atsauci uz pieteicējas zīmolu. Proti, tā ir "*LabieDarbi.lv* ar *SMScredit.lv* labvēlību" (*lietas 1. sējuma 241., 242., 248.-251. lapa*). Tāpat pieteicēja tiek reklamēta arī biedrības mājaslapā ar frāzi "biedrības finansējuma fondu veido *SMScredit.lv* ikmēneša ziedojums 0,50 Ls apmērā no katra uzņēmuma izsniegtā aizdevuma" (*turpat, 242., 244. lapa*). Turklāt pieteicējas zīmola atpazīstamības veicināšanai portālā *ir.lv* izvietots arī reklāmraksts ar mērķi vairot izpratni sabiedrībā par pieteicēju kā filantropu un šādā veidā ietekmēt patērētāju izvēli par labu tieši pieteicējas piedāvātajiem finanšu pakalpojumiem. Uz to acīmredzami norāda reklāmraksta saturs un konkrēti šādas frāzes: "Jau vairāk nekā divus gadus, pateicoties *SMScredit.lv*, mums [biedrībai] ir iespēja visā Latvijas teritorijā realizēt aizraujošākos un interesantākos projektus, kas vērsti uz izglītības, zinātnes, kultūras, mākslas un sporta attīstību", "Dzīvē tā notiek, jo lielāks uzņēmums kļūst, jo biežāk tas aizdomājas, kā varētu palīdzēt arī

citiem. Tā *SMScredit.lv* vadība nolēma, ka ir laiks izveidot projektu, kurš būtu pavisam atšķirīgs no citiem, un 2010. gada 26. aprīlī radās interneta labdarības portāls *LabieDarbi.lv*. Projekts, kura finansējuma summa rodas no *SMScredit.lv* izsniegtajiem kredītiem, jo 50 santīmi no katra izsniegtā kredīta tiek ziedoti labdarībai, lai palīdzētu realizēt projektus, kuri ir saistīti ar izglītību, zinātni, kultūru, mākslu un sportu", "Bet, vai zināji arī, ka... *SMScredit.lv* seko līdzi *LabieDarbi.lv* projektiem un to izaugsmei", "Bet tas vēl nav viss! Lai arī lielākā daļa *SMScredit.lv* atbalstīto projektu mājo *LabieDarbi.lv* portāla ietvaros, *SMScredit.lv* ir devis nenovērtējamu ieguldījumu, atbalstot pašmāju sportistus un māksliniekus", "Pārbagātajā informācijas plūsmā nereti tiek izcelts tieši negatīvais. Taču mēs vēlamies pateikt vislielāko paldies *SMScredit.lv* par to, ka mums, *LabieDarbi.lv* komandai, ir iespēja būt te un palīdzēt realizēt tik daudz lielisku projektu, kuri bez šīs palīdzības, iespējams, nekad arī netiktu realizēti" (*turpat, 239. lapa*). Ziņa par pieteicējas labdarības mērķiem, apelējot pie sabiedrības vērtībām par labdarību kā cēlu mērķi, izplatīta arī *SMScredit.lv* reklāmas bukletos, kas bija izvietoti pasta nodaļās, ietverot ne tikai atsauci uz *LabieDarbi.lv* jau iepriekš aprakstīto zīmolu, bet arī skaidru vēstījumu par pieteicēju: "Aizņemoties no *SMScredit.lv*, Tu palīdzi citiem! No katra izsniegtā kredīta *SMScredit.lv* ziedo 50 santīmus projektam *LabieDarbi.lv*, kas sniedz finansiālu atbalstu mērķtiecīgiem, uz izaugsmi orientētiem bērniem, jauniešiem un pieaugušajiem. Ieej www.labiedarbi.lv un paskaties pats" (*turpat, 259., 266., 269. lapa*). Ar līdzīgu vēstījumu, bet mazliet citu saturu kā motivāciju, kāpēc izvēlēties *SMScredit.lv* ātro kredītu, pasta nodaļās ir tikuši izvietoti arī citi reklāmas bukleti, kas satur pārskatu par *SMScredit.lv* labie darbi labdarības iniciatīvu *LabieDarbi.lv*, tās mērķiem, paveikto un *SMScredit.lv* ziedojuma summu (*turpat, 275. lapa*).

Aplūkojot citēto pašas biedrības skaidrojumu kopsakarā ar pieteicējas iesniegtajiem pierādījumiem par *LabieDarbi.lv* labdarības pasākumiem (kuri satur nepārprotamu atsauci uz pieteicējas zīmolu) un pieteicējas un biedrības attiecību raksturu, jāpiekrīt, ka izvēlētais veids un forma, kādā tiek ziedoti līdzekļi, norāda uz tāda rakstura darbībām, no kurām labumu gūst tieši pieteicēja. Kā to pamatoti viedoklī Valsts ieņēmumu dienestam skaidro par nozari atbildīgā Finanšu ministrija, pierādījumi par pretējo bija jāiesniedz tieši pieteicējai (*turpat, 17. lapa*). Neapšaubot to, ka biedrība patiesi ir īstenojusi labdarības pasākumus, ko pierāda virkne pieteicējas apgabaltiesai iesniegto pierādījumu (*lietas 3. sējuma 77.-136. lapa*), pieteicējas patiesais naudas līdzekļu nodošanas mērķis ir cits, un to uzskatāmi izgaismo caur biedrību rīkotās pieteicējas reklamēšanas kampaņas saturs. Pieteicējas darbības faktiski ir raksturojamas kā mārketinga aktivitātes nolūkā piesaistīt papildu klientus, ne tikai veicinot pieteicējas tēla atpazīstamību, bet arī radot priekšstatu par nebanku kredītdevēju kā sabiedrībai draudzīgu un uz labdarību vērstu uzņēmumu. To, kā minēts, jau ir atzinusi arī pirmās instances tiesa, un tam ir pievienojies arī Senāts.

Un atbilstoši Senāta norādītajam tieši lietā noskaidroto apstākļu kopums, kas, no vienas puses, raksturo pieteicējas iesaisti biedrības pastāvēšanā (sākot no tās dibināšanas līdz tās ikdienas darba organizēšanai un finansēšanai), bet, no otras puses, parāda arī patieso finanšu līdzekļu nodošanas biedrībai nolūku – paust pieteicējas labdarības mērķus kopsakarā ar ziņām par pieteicējas piedāvātajiem pakalpojumiem, izslēdz šaubas par to, ka nav saskatāms pretpienākums tikai kādā daļā, bet visai finanšu līdzekļu nodošanai kopumā ir saimniecisks raksturs. Un vēlreiz atsaucoties uz Senāta šajā lietā paustajām atziņām, norādāms, ka, ja ir pamats konstatēt, ka būtībā visai finanšu līdzekļu nodošanai kopumā ir saimniecisks, nevis filantropisks mērķis (nav iespējams nodalīt tādu finanšu līdzekļu daļu, kam būtu vienīgi filantropisks mērķis), tas ir pamats atzīt, ka nodotie finanšu līdzekļi nav uzskatāmi par ziedojumu nekādā daļā (*Senāta 2019. gada 22. novembra sprieduma lietā Nr. SKA-382/2019 12. punkts*).

[13] Apgabaltiesa nevar pievienoties pieteicējas papildu paskaidrojumos norādītajam, ka tieši pieteicējas un biedrības saikne (tostarp attiecībā uz to, ka pieteicēja dibināja biedrību, tās atradās vienā adresē un tām bija vienas un tās pašas amatpersonas un arī darbinieki, kā arī pieteicēja bija vienīgā ziedotāja), būtu izšķiroša, novērtējot to, vai pieteicējas nodotie naudas līdzekļi būtu uzskatāmi par saistītiem ar pretizpildījumu. Taču īpašā saikne un īpašā sadarbības forma ir jāvērtē, to ir atzinis arī Senāts izskatāmajā lietā (*turpat, 10. punkts*).

Pieteicējas un biedrības īpašā saikne un abu attiecību raksturs atvieglo mērķa panākšanu, kurš, kā jau minēts, pieteicējas gadījumā primāri ir vērsts uz savu saimniecisko interešu nodrošināšanu un tirgus pozīcijas stiprināšanu, lai piesaistītu jaunus klientus, atsaucoties uz sabiedrībai būtiskām vērtībām (labdarība, ziedošana, izpalīdzība). Tādējādi, pateicoties pieteicējas iespējai tieši ietekmēt biedrības rīcību, pieteicēja varēja ne tikai noteikt veidu, kādā ziņas par ziedotāju tiek izplatītas sabiedrībai, bet arī šo ziņu saturu. Un šo apstākļu novērtējums savstarpējā kopsakarā apstiprina Valsts ieņēmumu dienesta pozīciju, ka konkrētajā gadījumā naudas līdzekļu nodošana nav uzskatāma par ziedojumu, bet gan visā to apjomā ir saistīta ar pretpienākumu.

Apgabaltiesa arī nevar piekrist, ka ir iespējams nodalīt kādu summu, kas būtu identificējama kā nodota tikai un vienīgi labdarības mērķiem un attiecīgi otrādi. Visnotaļ pieteicējas iesniegtie pierādījumi, lai arī parāda reklāmas izmaksas tirgū auditējamā periodā, neatspēko secinājumu par to, ka faktiski visa pieteicējas darbība – nododot naudas līdzekļus pieteicējai un pašai caur biedrību reklamējot sevi kā sabiedrībai draudzīgu uzņēmumu, kurš tostarp no aizdotajiem līdzekļiem simbolisku naudas summu novirza labdarībai – ir saistīta ar noteikta rezultāta sagaidīšanu – patērētāju ietekmēšanu par labu sev un jaunu klientu piesaisti. Turklāt ziņas par pieteicēju kā naudas avotu ir atrodamas principā visos biedrības materiālos (atsauce uz pieteicēju ir redzama ne tikai biedrības zīmolā, bet tā arī tiek sistemātiski un uzskatāmi pausta visos biedrības projekta skaidrojošajos aprakstos), līdz ar to šāda nodalīšana objektīvi nav iespējama.

Tādējādi apgabaltiesa šos pierādījumus par reklāmas izmaksām atsevišķi nevērtē, jo tie nevar ietekmēt apgabaltiesas secinājumu par naudas līdzekļu nodošanas patieso mērķi.

[14] Apgabaltiesas secinājumu neatspēko arī pieteicējas apgabaltiesai iesniegtais pētījums par projektu konkursa *LabieDarbi.lv* sasaisti ar *SMScredit.lv*. Aptauja ir veikta no 2014. gada 17. līdz 19. maijam. Aptaujā ir piedalījušies 584 respondenti, un to ir sagatavojusi sabiedrība ar ierobežotu atbildību "TNS LATVIA" (*lietas 3. sējuma 147. lapa*). Pētījumā secināts, ka kopumā šobrīd projekts *LabieDarbi.lv* netiek saistīts ar *SMScredit.lv* u n *SMScredit.lv* netiek asociēts ar kādu konkrētu labdarības projektu, jo tikai nebūtiska daļa (četri procenti) *LabieDarbi.lv* asociē ar kādu konkrētu ziedotāju, turklāt tikai divi procenti nosauc *SMScredit.lv* (*turpat, 140. lapa*).

Lai arī minētās aptaujas rezultāti, kā noskaidrots, neuzrāda respondentu izpratni par biedrības saistību ar pieteicēju, apgabaltiesu tomēr nepārliecina šajā analīzē izdarītie secinājumi. Pirmkārt, pētījums veikts divus gadus pēc šajā lietā pārbaudāmā perioda. Otrkārt, apgabaltiesas rīcībā nav ziņu par to, vai izvēlētais respondentu loks (piemēram, 57 % ar augstāko izglītību, 32 % vadītājs un augstākā līmeņa speciālists, 34 % ar ienākumiem 451 *euro* un vairāk (kas pētījumā izvēlēta kā lielākā ienākumu grupa)) lielā mērā aptver to mērķauditoriju, kas bija pieteicējas klienti auditējamā periodā (*turpat, 148. lapa*). Apgabaltiesai ir pamats to apšaubīt, jo pētījums nesatur pamatojumu ne izvēlētajam respondentu skaitam (584), ne arī respondentu izvēles kritērijiem.

Attiecīgi šie pierādījumi neatspēko apgabaltiesas iepriekš secināto, ka pieteicējas naudas nodošanas biedrībai patiesais nolūks bija patērētāju izvēles par labu pieteicējai ietekmēšana, apelējot pie sabiedrībai būtiskām vērtībām.

[15] Apgabaltiesa arī nepiešķir nozīmi pieteicējas apgabaltiesai iesniegtajai SIA "Omnicom Media Group" analīzei par biedrības aktivitātēm plašsaziņas līdzekļos 2012. gadā. Proti, pēc pieteicējas pasūtījuma veiktajā analīzē secināts, ka sociālā projekta *LabieDarbi.lv* aktivitāte un tā ietekme nav komerciālā reklāma un tā nenes pieteicējas zīmolam tiešu ieguvumu (*turpat, 151. lapa*), turklāt ekspozīcija, kura tika izvietota, lai popularizētu aktivitāti, ir ļoti nebūtiska un nesasniedz komerciāla rakstura ieguvumu (*turpat, 152. lapa*). Kā redzams no analīzes mērķa, ir vērtēts *LabieDarbi.lv* aktivitāšu kopums, pieteicējas investīciju (apjoma) nozīmīgums uz kopējā alternatīvo kredīta aizdevēju reklāmas investīciju fona, kā arī vērtētāja iespēju robežās ir analizēta arī *LabieDarbi.lv* ietekme uz pieteicējas zīmolu (*turpat, 150. lapa*).

Par minēto pierādījumu savukārt norādāms, ka nav analizēts tas pierādījumu kopums, kas izskatāmajā lietā norāda uz pieteicējas zīmola popularizēšanu caur saistīto zīmolu *LabieDarbi.lv*. Faktiski ir analizētas atsevišķas reklāmas aktivitātes (atsevišķas kampaņas interneta medijos *ss.lv, mammamuntetiem.lv*) (*turpat, 151. lapa*), kuras pašas par sevi acīmredzami nav izšķirošas, kā tas arī atzīts analīzē. Tādējādi arī šī analīze neatspēko apgabaltiesas iepriekš izdarītos secinājumus.

[16] Pieteicēja papildu paskaidrojumos apgabaltiesai ir norādījusi vēl citus apsvērumus, kurus apgabaltiesa papildus neiztirzā, jo kopumā tiem jau ir sniegts novērtējums Senāta spriedumā šajā lietā. Savukārt pārējiem apsvērumiem par filantropijas jēdziena izpratni un komersanta mērķiem, nodarbojoties ar altruismu, nav izšķirošas nozīmes un apgabaltiesa tos atsevišķi nevērtē.

Rezolutīvā daļa

Pamatojoties uz Administratīvā procesa likuma 307. un 309. pantu, Administratīvā apgabaltiesa

nosprieda

noraidīt AS "4finance" pieteikumu par Valsts ieņēmumu dienesta 2015. gada 14. janvāra lēmuma Nr. 22.13/L-1299 atcelšanu daļā.

Spriedumu var pārsūdzēt Senāta Administratīvo lietu departamentā viena mēneša laikā no sprieduma pieņemšanas dienas, iesniedzot kasācijas sūdzību Administratīvajā apgabaltiesā.

Tiesnese referente L. Paegļkalna

Tiesnese S. Gintere

Tiesnese S. Liniņa