

ՎԱՐԴԱՆ ՎԱՍՅԱՆ

*ՀՊՏՀ տնտեսագիտության տեսության
ամբիոնի ասիստենտ, տնտեսագիտու-
քյան թեկնածու*

ԷԼԵԿՏՐՈՆԱՅԻՆ ԱՌԵՎՏՐԻ ՀԱՐԿՄԱՆ ՀԻՄՆԱԽՆԴԻՐՆԵՐԸ

Ներկայիս տնտեսական զարգացման պայմաններում տնտեսության ամենադինամիկ զարգացող ոլորտներից մեկն էլեկտրոնային առևտուրն է: Ջարգացած երկրներում այն դիտվում է որպես տնտեսական գործունեության արդյունավետության բարձրացման առանցքային միջոց: Մասնագիտական գրականության մեջ *էլեկտրոնային առևտուր* հասկացությունն ընկալվում է մեղ և լայն իմաստներով: Նեղ իմաստով դա տնտեսական գործունեություն է, որն իրականացվում է ցանցային միջավայրում՝ համապատասխան տեխնոլոգիաների միջոցով: Լայն առումով՝ տնտեսական գործունեություն է, որն իրականացվում է ինչպես ցանցային միջավայրում՝ ցանցային սպահովման միջոցներով, այնպես էլ այլ էլեկտրոնային տեխնոլոգիաների կիրառմամբ (օրինակ՝ էլեկտրոնային տեղեկատվություն, տարաբնույթ փոքր ու միջին գործարար ցանցեր)¹: Ընդ որում, էլեկտրոնային առևտուրը էլեկտրոնային տնտեսական գործունեության միայն մի մասն է: Ընդհանուր առմամբ, էլեկտրոնային տնտեսական գործառնությունների համալիր գործունեությունն շահույթ ստանալու նպատակով իրականացվող այնպիսի գործառնությունների համալիր է, որտեղ լայնորեն կիրառվում են թվային տեխնոլոգիաները: Այս տերմինն առաջին անգամ սահմանվել է 1997 թ. IBM ընկերության կողմից՝ որպես անվտանգ, ճկուն և համալիր մոտեցմամբ սպառողներին տարբերակված սպառողական արժեքների մատակարարման գործընթաց, որն իրագործվում է ինտերնետ տեխնոլոգիաների միջոցով²:

Ցանցային միջավայրում իրականացվող գործարքների թիվը և ծավալը ժամանակի ընթացքում աճել և շարունակում են աճել բավականին արագ տեմպերով: Հատկանշական է, որ էլեկտրոնային առևտրի աճի տեմպերը 2000-2008 թթ. գերազանցել են համաշխարհային առևտրի աճի տեմպերը (տարեկան միջինը՝ 5%)³: Եթե 2000 թ. համացանցով իրականացվել է համաշխարհային ապրանքաշրջանառության 3.9%-ը, ապա 2008 թ.՝ 18.5%-ը⁴: Համաձայն Առևտրի համաշխարհային կազմակերպության տվյալների՝ 2008 թ. համաշխարհային ապրանքաշրջանառությունը կազմել է 39.1 տրի-

¹ Տե՛ս **Тедеев А.**, Электронная коммерция (электронная экономическая деятельность): правовое регулирование и налогообложение. М., „Приор-издат“, 2002, էջ 20-21:

² Տե՛ս **Эймор Д.**, Электронный бизнес: эволюция и/или революция/. М., Издательский дом „Вильямс“, 2001, էջ 35:

³ Տե՛ս WTO “World Trade Indicators”, New York, 2001-2008:

⁴ Տե՛ս www.ecommerce.gov/USDepartment_of_Commerce/World_Commerce_Indicator

լիոն ԱՄՆ դոլար⁵, հետևաբար՝ ինտերնետային ցանցում ապրանքաշրջանառության ծավալը 2008 թ. կազմել է 7.2 տրիլիոն ԱՄՆ դոլար:

Թեև այժմ հնարավոր չէ պատկերացնել տնտեսությունն առանց տեղեկատվական ցանցերի և էլեկտրոնային առևտրի, այդուհանդերձ, հստակեցված չեն էլեկտրոնային առևտրի հարկման սկզբունքներն ու մեխանիզմները: Որպես օրինակ դիտարկենք էլեկտրոնային առևտրի ամենատարածված, բայց միաժամանակ ամենապարզ գործընթացներից մեկը՝ ծրագրային ապահովման միջոցների առևտուրը ցանցային միջավայրում: Այս դեպքում գործարքն իրականացվում է ցանցային կապուղիներով տեղեկատվության փոխադարձ փոխանակությամբ՝ գնորդի կողմից վաճառողի հրապարակային առաջարկն ընդունելուց հետո: Հրապարակային առաջարկը տեղակայվում է վաճառողի «ցանցային վաճառասրահում», այսինքն՝ նրա Web կայքում, իսկ գնորդը, եթե ցանկանում է գնել տվյալ ապրանքը, լրացնում է վաճառողի կողմից պահանջվող համապատասխան տվյալները և սեղմակի միջոցով ակտիվացնում «Ընդունել» (Accept) հրամանը, որից հետո հրապարակային առաջարկը համարվում է ընդունված:

Ընդ որում, վճարումը (որը կարող է կատարվել պլաստիկ քարտերի, բանկային փոխանցումների և էլեկտրոնային փողի միջոցով) և ապրանքի առաքումը տեղի են ունենում առցանց (on-line) ռեժիմում: Ընդհանրական մոտեցմամբ՝ վաճառողը ստանում է շահույթ, հետևաբար՝ պետք է վճարի շահութահարկ, իսկ գնորդը պետք է վճարի ավելացած արժեքի հարկ:

Այս դեպքում օբյեկտիվ հարց է առաջանում, թե ինչպիսի մեխանիզմով և որ երկրի օգտին պետք է իրականցվի հարկումը, քանի որ հարկերը գանձվում են որևէ երկրի հարկային օրենսդրության համաձայն, մինչդեռ էլեկտրոնային առևտուրն ունի վիրտուալ բնույթ, հետևաբար չունի տարածական ընկալում: Եթե դիտարկենք ցանկացած անուղղակի հարկ, հատկապես երբ վաճառողը և գնորդը տարբեր երկրների ռեզիդենտներ են, ապա այս դեպքում, առանց համակարգված միջազգային նորմատիվային ակտերի, հնարավոր չէ հասնել այնպիսի արդյունքի, որը հնարավորություն կտա ապահովելու հարկերի գանձման հավասարության սկզբունքը՝ ցանցային և ոչ ցանցային միջավայրերում գործող տնտեսավարող սուբյեկտների տեսանկյունից:

Էլեկտրոնային առևտրի հարկման և իրավական կարգավիճակի վերաբերյալ մոտեցումները տարբեր են: Այսպես՝ ԱՄՆ-ը և մի քանի այլ երկրներ (Ճապոնիա, Կանադա, Հարավային Կորեա, Ավստրալիա և այլն) պաշտպանում են այն տեսակետը, ըստ որի՝ անորոշ ժամանակով չպետք է միջամտել էլեկտրոնային առևտրի զարգացմանը և չպետք է հարկել էլեկտրոնային տնտեսական գործունեություն իրականացնող սուբյեկտներին, քանի որ սա հնարավորություն կտա ավելի մեծ օգուտ ստանալու՝ ցանցի ողջ ներուժն օգտագործելու շնորհիվ: Ուստի ԱՄՆ-ի կառավարությունը ջանքեր չի խնայում «Գլոբալ տեղեկատվական ենթակառուցվածքներն առանց

⁵ St'u World Trade Report 2009:Trade Policy Commitments and Contingency Measures, էջ 13-14: http://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/anrep_e/world_trade_report09_e.pdf

հարկի» հայեցակարգն իրագործելու համար⁶:

Սակայն, այս տեսակետին զուգահեռ, ԱՄՆ-ում մշակվում է էլեկտրոնային տնտեսական գործունեության հարկման մեխանիզմների մասին նորմատիվային ակտ, որի հիմքում ընկած է հետևյալ դրույթը. ցանցային սերվերը պետք է դիտարկել որպես մշտական ներկայացուցչություն՝ էլեկտրոնային գործարքների հարկումը կատարելով այն երկրի օգտին, որտեղ տեղակայված է գործարքն իրականացնող սերվերը:

Այս մոտեցումն առաջին հերթին բխում է ԱՄՆ-ի շահերից, քանի որ սերվերների մեծ մասը տեղակայված է այս երկրում: Այդ պատճառով ԱՄՆ-ն օգտագործում է իր բոլոր լծակները այս տեսակետը միջազգայնորեն ընդունելի դարձնելու համար: Պետք է նշել, որ դրան կողմնակից է նաև Կանադայի կառավարությունը⁷:

Եթե այս ծրագիրն իրագործվի, ապա էլեկտրոնային առևտրի չհարկման հետևանքով չստացված բյուջետային մուտքերը շատ կարճ ժամանակահատվածում ԱՄՆ-ին պետք է փոխհատուցվեն:

Փաստորեն, հայեցակարգի իրավական կարգավիճակ ստանալը չի բխում այլ երկրների շահերից: Այդ պատճառով էլ հատկապես Եվրոմիության երկրները շահագրգռված են էլեկտրոնային առևտրի նկատմամբ այլ սկզբունքով հարկային համակարգ կիրառել: Այսպես՝ առաջարկվում է սահմանել «բիթային հարկ», այսինքն՝ զանձել հարկ, ըստ ստացած և փոխանցած տեղեկատվության ծավալի, անկախ այն բանից, թե ինչպիսի տեղեկատվություն է ստացվել կամ փոխանցվել⁸:

Եվրոմիության պաշտոնական տեսակետն այն է, որ էլեկտրոնային տնտեսական գործունեության իրավական կարգավիճակի հստակեցումը և դրա հարկումը պետք է իրականացվեն հնարավորինս կարճ ժամանակամիջոցում, քանի որ էլեկտրոնային առևտրի հարկումը մոտ ապագայում կարող է դառնալ ցանկացած պետության բյուջեի մուտքերն ապահովող հիմնական աղբյուրներից մեկը⁹:

Ֆրանսիայում 2001 թ. հունիսից քննարկվում է ինտերնետ կազմակերպությունների հավաստագրման հարցը: Առաջարկվում է հատուկ տարբերանշաններ տրամադրել այն առևտրային ինտերնետ կազմակերպություններին, որոնք երաշխավորում են բանկային քարտերի միջոցով իրականացվող գործարքների հարկային թափանցիկությունն ու տեխնիկական անվտանգությունը¹⁰: Մինչ այդ Ֆրանսիայի քաղաքացիներին արգելվում էր առևտուր անել այն ինտերնետային խանութներից և աճուրդներից, որոնց կազմակերպիչները չեն ստացել նման գործունեություն իրականացնելու

⁶ Տե՛ս **Brown K., Siegl P.**, The World Economics and Internet. Sydney, NUS Commerce Press, 1999, էջ 24 - 25:

⁷ Տե՛ս **Попов В., Маршавин Р., Ляпунов С.**, Глобальный бизнес и информационные технологии. Современная практика и рекомендации / Под ред. В.М. Попова. М., „Финансы и статистика”, 2001, էջ 93:

⁸ Տե՛ս նույն տեղը, էջ 87 - 89:

⁹ Տե՛ս **Lejeune Bvanham I., Verlinden I., Verbeke A.**, Does Cyber – Commerce Necessitate a Revision of International Tax? Concepts // European Taxation. 1998, Feb., էջ 58:

¹⁰ Տե՛ս **Ellinger E., Lomnicka E.**, Modern Banking and Taxation Law. Oxford, 2000, էջ 451-457:

արտոնագիր և չեն կանգնել հարկային հաշվառման: Դրա համար որպես իրավական հիմք է ծառայել Փարիզի դատարանի մայիսի 5-ի N456/7/A7 «Ինտերնետ աճուրդները և իրական ժամանակում իրականացվող գործարքները հարկելու գործով» կայացրած վճիռը¹¹:

Մեկ այլ խումբ երկրներ, որոնք այդքան էլ «ժողովրդավարական» չեն (Կուբա, Չինաստան, Մոնղոլիա, Իրանի Իսլամական Հանրապետություն և այլն) հակված են տեղեկատվության նկատմամբ առավելագույն վերահսկողություն իրականացնել: Այս երկրներում էլեկտրոնային տնտեսական գործունեությունը դիտվում է ոչ թե տնտեսական, այլ քաղաքական տեսանկյունից: Այսպես՝ Չինաստանում կիրառվում է «Չինական կրակե պատ» ծրագիրը, որը մեքենայորեն արգելափակում է անցանկալի WEB կայքերը¹²: Իսկ Կուբայում մինչև 2010 թ. համացանցից օգտվելու հնարավորություն ունեին միայն բուհերը և պետական կառավարման որոշ մարմիններ: Սրա հետևանքով Կուբայում էլեկտրոնային տնտեսական գործունեություն գործնականում չի իրականացվում¹³:

Էլեկտրոնային առևտրի տարբեր ձևերի բուռն զարգացումը ուղղակիորեն պահանջում է հարկման սկզբունքների և հարաբերությունների վերանայում: Այս խնդրի պարզաբանման նպատակով տնտեսագիտական գրականության մեջ քննարկվում է *էլեկտրոնային առևտրի հարկային առաձգականություն* հասկացությունը, որը որոշվում է հետևյալ բանաձևով.

$$E=P(1+t)/PI,$$

որտեղ՝ t -ն հարկի դրույքաչափն է,

P -ն՝ ապրանքի մանրածախ գինը,

PI -ն՝ ցանցային միջավայրում ապրանքի գինը¹⁴:

Այս դեպքում, որքան մեծ լինի վերը նշված գործակիցը, այնքան ավելի հրապուրիչ կլինեն on-line գործարքները, և դրանց թիվը կաճի մեծ արագությամբ, քանի որ ոչ ցանցային միջավայրում կատարվող շատ գործարքներ ևս կտեղափոխվեն ցանցային միջավայր, որն էլ էականորեն կարող է նվազեցնել բյուջեի մուտքերը:

Սակայն, ինչպես ցույց են տալիս վերլուծությունները, ցանցային գործարքների նկատմամբ ոչ ցանցային հարկերի ու հարկատեսակների մույնությամբ կիրառումը կկրճատի առցանց գնորդների թվաքանակը 20-25%-ով, իսկ գործարքներինը՝ 25-30%-ով¹⁵: Այսինքն՝ հարկային համակարգի մույնօրինակ ներդրման դեպքում ցանցային միջավայրում էականորեն կնվազի գործարար ակտիվությունը, որն էլ կկասեցնի էլեկտրոնային

¹¹ Տե՛ս Business Briefing: Global Electronic Commerce. World Markets Research Center, 2000, էջ 156:

¹² Տե՛ս Electronic Commerce in APEC Economies. Japan External Trade Organization, 2000, էջ 453-455:

¹³ Տե՛ս Numgard W., World Of Electronic Commerce. New York, ABC Publishing, 2002, էջ 198:

¹⁴ Տե՛ս. Стрелец И., Сетевая экономика. М., „Эксмо“, 2006, էջ 152:

¹⁵ Տե՛ս Goolsbee A., In a World Without Borders: The Impact of Taxes on Internet Commerce, NBER Working Paper No.6863, December, 1998, and Quarterly Journal of Economics, Vol. 115 (2), May, 2000, էջ 561-576:

առևտրի զարգացումը: Որպես ցանցային գործարքների հարկմանը խոչընդոտող գործոններ կարելի է առանձնացնել նաև դրանց վերահսկման դժվարությունները և անորոշությունը՝ պայմանավորված այն բանով, որ գնորդը չի տեսնում ապրանքը, իսկ այս պարագայում նույնիսկ ցածր հարկադրույքները կարող են անհրապուրիչ դարձնել ցանցային գործարքները:

Փաստորեն, առաջանում է մի երկրնորանքային իրավիճակ, որտեղ հակադրվում են մի կողմից՝ տնտեսավարող սուբյեկտների հարկման հավասարության սկզբունքը, իսկ մյուս կողմից՝ էլեկտրոնային առևտրի զարգացման խնդիրը: Այսպես՝ եթե պետությունը ցանկանում է ապահովել տնտեսավարող սուբյեկտների հարկման հավասարության սկզբունքը, ապա դրա այլընտրանքը կլինի էլեկտրոնային առևտրի զարգացմանը խոչընդոտելը, իսկ եթե նախապատվությունը տրվի էլեկտրոնային առևտրի զարգացման բարձր տեմպերի ապահովմանը, ապա սրա հետևանքը կլինեն բյուջեի չստացված եկամուտները:

Այս երկրնորանքն է, որ տարակարծություն է առաջացնում էլեկտրոնային առևտուրը հարկելու խնդրի լուծման շուրջ: Միջազգային հարկային ասոցիացիայի պաշտոնական տեսակետն այն է, որ էլեկտրոնային առևտուրը պետք է հարկվի այն նույն հարկատեսակներով, ինչ՝ ոչ ավանդականը: Սակայն կան նաև տնտեսագետներ, ովքեր պնդում են, թե էլեկտրոնային առևտրի հարկումը պետք է հետաձգվի որոշ ժամանակով: Ջեյմս Գլիմորը պնդում է, որ անհրաժեշտ է նվազագույնը մի քանի տարով հարկային մորատորիում (պարտահամուրդ) հայտարարել էլեկտրոնային առևտրի նկատմամբ, որպեսզի չխաթարվի դրա զարգացումը¹⁶:

Կարծում ենք՝ էլեկտրոնային տնտեսական գործունեության հարկումը կապված է որոշակի խնդիրների հետ: Շատ դեպքերում դժվար է որոշել փոխանակության օբյեկտի բնույթը՝ ապրանք է, թե՞ ծառայություն, որից էլ բխում է հարկման օբյեկտի անորոշությունը, քանի որ ծառայությունների և ապրանքների նկատմամբ կարող են կիրառվել տարբեր հարկատեսակներ:

Մյուս կողմից՝ խնդրահարույց է այն, որ որոշ ընկերություններ կարող են օգտվել այնպիսի սերվերներից, որոնք գործում են այլ երկրի տնտեսական տարածքում, և դա կարող է դիտվել որպես մշտական ներկայացուցչություն: Նման իրավիճակում տվյալ սերվերը մի կողմից՝ կազմակերպության գործունեությունն իրականացնողն է, մյուս կողմից՝ տվյալ կազմակերպության համար կապուղի է՝ իր գործունեությունն իրականացնելու համար:

Արժույթի միջազգային հիմնադրամի (IMF) փորձագետ Վ. Տանգին կարծում է, որ էլեկտրոնային առևտուրը գործող հարկային համակարգերի հիմքերը քայքայող հիմնական գործոններից մեկն է, քանի որ ժամանակի ընթացքում, էլեկտրոնային առևտրի ծավալների ընդլայնմանը զուգահեռ, պետության հարկային մուտքերը կսկսեն ավելի ու ավելի նվազել: Այս խնդրի հաղթահարման համար նա առաջարկում է իրականացնել էլեկտրոնային վճարահաշվարկային համակարգերի ու էլեկտրոնային առևտրի մշտադիտարկում (մոնիտորինգ)՝ դրանց նկատմամբ կիրառելով Թորինի

¹⁶ Տե՛ս **Glimore J.**, Why an Internet-tax moratorium is needed. 1999, March 25: <http://www.mercurycenter.com/svetch/news/indepth/docs/qa042699.htm>

հարկը կամ համանման այլ հարկատեսակներ¹⁷:

Նորբելյան մրցանակի դափնեկիր Ջ. Թոբինը 1972 թ. առաջարկեց բոլոր կարճաժամկետ ֆինանսական գործարքները հարկել 0.1% հարկադրույքով, որը, ըստ նրա, ոչ շահութաբեր կդարձնի կարճաժամկետ արժույթային մեքենայությունները (սպեկուլյացիա), կսահմանափակի կապիտալի կարճաժամկետ հոսքերը և կկայունացնի փոխարժեքները¹⁸:

Առաջին հայացքից Թոբինի հարկը բավականին հրապուրիչ է, սակայն գործնական կիրառություն ստանալու ընթացքում բախվում է որոշակի բարդությունների, քանի որ չի կարող արդյունավետ հարկատեսակ լինել, եթե չունենա միջազգային բնույթ: Պատճառն այն է, որ եթե տվյալ հարկը պարտադիր չլինի բոլոր երկրների համար, ապա արժույթային առևտուրը մեծ թափով կծավալվի այն երկրներում, որտեղ նման հարկատեսակ չկա: Այս երևույթը նույնությամբ ընդունելի է նաև էլեկտրոնային առևտրի դեպքում, քանի որ վերջինս նույնպես ունի միջազգային բնույթ և հեշտությամբ կարող է իրականացվել ցանկացած երկրի ռեզիդենտի կողմից՝ առանց էական տարբերությունների:

Համանման մի մոտեցում է առաջարկել «Novecon» կազմակերպության ներկայացուցիչ Ռիչարդ Ռանը: Ըստ նրա՝ էլեկտրոնային փողերի լայն տարածման դեպքում դրամավարկային քաղաքականությունը հնարավորություն կտա մեքենայորեն հարկելու էլեկտրոնային առևտուրը: Միայն թե պետք է կիրառվեն ցածր հարկադրույքներ, ինչն էլ կխթանի տնտեսական աճն ու աստիճանաբար կփոխարինի մյուս հարկատեսակներին: Այս դեպքում կարող է առաջանալ մի իրավիճակ, որի դեպքում, եթե բաց թողնվի այդ հնարավորությունը, ապա էլեկտրոնային վճարահաշվարկային համակարգերը կօգտագործվեն որպես հարկերից խուսափելու լավագույն միջոց: Վիրտուալ շուկաների դարաշրջանում հնարավոր չէ միաժամանակ և՛ օգտագործել գործող հարկային համակարգերը, և՛ պահպանել գործարքների անդենությունը¹⁹:

Կարծում ենք՝ էլեկտրոնային առևտրի հարկման օպտիմալ համակարգ մշակելու համար նախևառաջ անհրաժեշտ է հստակ իրավական նորմերով կարգավորել ցանցային ապրանքների նկատմամբ սեփականության իրավունքը: Խնդիրն այն է, որ ներկայիս տնտեսական զարգացման պայմաններում, երբ ցանցային միջավայրում առևտուրն իրականացվում է «տեղեկատվություն-տեղեկատվություն» սխեմայով, ապա գնորդի համար մեծ դժվարություն չի ներկայացնում գնված տեղեկատվությունը կրկնօրինակելը և կրկին վաճառելը: Այս պայմաններում նպատակահարմար է առանձնացնել հարկատուների այն շրջանակը, ովքեր ցանցային միջավայրում զբաղվում են տնտեսական գործունեությամբ, և սեփականության իրա-

¹⁷ Տե՛ս **Tanzi V.**, Globalization, Technological Developments and the Work of Fiscal Termites/ V. Tanzi. IMF Working Paper08/181 Washington: International Monetary Fund, 2000:

¹⁸ Տե՛ս **Tobin J.**, A Proposal for Monetary Reform/ J Tobin. Eastern Economic Journal, 1978, v. 4, էջ 153-159:

¹⁹ Տե՛ս **Szabo Nick**, Multinational small business, 1993:

<http://www.Digicash.com/~nick/multi.small.html>

վունքի հստակեցման միջոցով նրանց արտադրանքը գերծ պահել կեղծումներից:

Հարկ է նշել, որ համացանցում գաղափարները տարածվում են մեծ արագությամբ, և կարևոր չէ, թե որ սուբյեկտն ինչքան արտոնավայազիր (պատենտ) ունի, այլ կարևոր է այն, թե ով ավելի շուտ նորամուծություն կանի և դրան գործնական կիրառություն կտա: Մյուս կողմից՝ պետք է հաշվի առնել, որ արտադրողները որոշ դեպքերում կարող են մեծ շահագրգռվածություն չցուցաբերել սեփականության իրավունքի պաշտպանության նկատմամբ: Որոշ արտադրողներ շահագրգռված են իրենց ապրանքի արագ տարածման հարցում, ինչը հնարավորություն կտա նրանց հետագա սպասարկման միջոցով ավելի մեծ եկամուտ ստանալու կամ մեծացնելու փոխկապակցված ապրանքների նկատմամբ պահանջարկը: Այս գործելաճր բնորոշ է հատկապես համակարգչային ծրագրեր թողարկող կազմակերպություններին:

Արդեն 1980-ական թթ. համակարգչային ծրագրեր թողարկող ամերիկյան ընկերությունները սկսեցին նվազեցնել իրենց արտադրանքը կրկնօրինակումներից պաշտպանելուն ուղղված միջոցառումների քանակը: Սպառման ոլորտում կատարված հետազոտությունները ցույց են տվել, որ 1987-1992 թթ. Մեծ Բրիտանիայում 1 օրինական արտադրանք սպառողի դիմաց հաշվվում է 6 ապօրինի արտադրանք սպառող, բայց միաժամանակ աճել է օրինական սպառողների թիվը²⁰:

Փաստորեն, ապօրինի սպառողները կարող են նշանակալի ազդեցություն ունենալ հավանական օրինական սպառողների որոշումների վրա: Այս իմաստով կասկածի տակ է դրվում տեղեկատվական ապրանքների նկատմամբ սեփականության իրավունքի իրավական կոշտ պաշտպանության նպատակահարմարությունը, որն էլ ևս մեկ դժվարություն է առաջացնում էլեկտրոնային առևտրի հարկման համար:

Այսպիսով՝ հանգում ենք այն եզրակացության, որ էլեկտրոնային առևտրի հարկման մեխանիզմների մշակման ժամանակ պետք է հենվել հետևյալ առանցքային մոտեցումների վրա.

- **հարկատեսակների միջազգային բնույթ,**
- **համեմատարար ցածր հարկադրույքների սահմանում,**
- **հարկման մեխանիզմների մեքենայացում,**
- **ռեզիդենտության հստակեցում:**

Հարկատեսակների միջազգային բնույթի սկզբունքը պայմանավորվում է նրանով, որ, այլ հավասար պայմաններում, էլեկտրոնային առևտրի նկատմամբ կիրառվող հարկերի ոչ միատեսակ լինելը՝ մի կողմից, և, մյուս կողմից՝ դրանց ոչ պարտադիր լինելը որևէ երկրում, հնարավորություն կտան կատարելու մեքենայություններ: Դրանցից հնարավոր է խուսափել միայն այն դեպքում, երբ հարկատեսակներն ունենան միջազգային բնույթ: Բացի դրանից՝ էլեկտրոնային առևտուրն ունի վիրտուալ բնույթ և գործնականում անհնար է որոշել, թե որ երկրի տնտեսական տարածքում է այն

²⁰ Տե՛ս **Shy O.**, The Economics of Network Industries / O. Shy. – Cambridge, UK; New York, USA: Cambridge University Press, 2001, էջ 75:

իրականացվել, հետևաբար՝ որ երկրի հարկային օրենքների համաձայն պետք է իրականացվի դրա հարկումը:

Համեմատաբար ցածր հարկադրույքների սահմանումը նույնպես մեծ կարևորություն ունի, քանի որ նպաստում է էլեկտրոնային առևտրի զարգացմանը: Խնդիրն այն է, որ շատ երկրներում էլեկտրոնային առևտուրը նոր երևույթ է, հետևաբար, եթե էլեկտրոնային առևտրի նկատմամբ կիրառվող հարկադրույքները լինեն այնպիսին, ինչպիսին ավանդական տնտեսության պայմաններում են, ապա դրա զարգացումը կդանդաղի: Առաջին հայացքից կարող է թվալ, թե այս դեպքում կնվազեն բյուջեի հարկային մուտքերը: Սակայն այդ կորուստը կփոխհատուցվի էլեկտրոնային առևտրի ծավալների և, դրանով պայմանավորված, հարակից ոլորտների (հատկապես՝ ՏՀՏ) թողարկման ծավալների աճի հաշվին:

Հարկման մեխանիզմի մեքենայացումը կարևորվում է, քանի որ դա կնվազեցնի ցանցային միջավայրում ստվերային գործունեության ու հարկերի չվճարումների հետ կապված ռիսկերը: Անուղղակի հարկերի գանձման ժամանակ հնարավոր է այնպիսի դեպք, երբ վաճառողը գտնվի այլ երկրի տնտեսական տարածքում, հետևաբար՝ եթե չկիրառվի մեքենայական հարկման մեխանիզմ, ապա տվյալ վաճառողի հարկումը պետք կատարվի իր երկրի հարկային մարմինների միջոցով, որից հետո փոխանցվի այլ երկրի հարկային մարմիններին, ինչն էլ, իր հերթին, էականորեն կմեծացնի դրամական փոխանցումներով պայմանավորված գործարքային ծախսերը համաշխարհային տնտեսության մասշտաբով:

Ռեզիդենտության հստակեցումը նույնպես կարևոր է այն առումով, որ պետք է ճշգրտվի, թե որ երկրում է հարկ վճարելու տվյալ տնտեսավարող սուբյեկտը: Այս խնդիրը կարելի է լուծել ցանցային ապրանքների նկատմամբ սեփականության իրավունքի հատկորոշման միջոցով, քանի որ պարզ կլինի վաճառողի ռեզիդենտությունը: Մյուս կողմից էլ՝ անհրաժեշտ ծրագրային ապահովման միջոցների առկայության պայմաններում էլեկտրոնային վճարումների մեխանիզմը հնարավորություն կտա որոշելու գնորդի ռեզիդենտությունը:

Այս խնդիրը նույնպես կարող է լուծվել ծրագրային ապահովման մակարդակում՝ սահմանելով Թոբինի հարկի նման մի հարկատեսակ, որից կատարված գանձումները որոշակի համամասնությամբ պետք է բաժանվեն երկրների միջև: Առաջին հայացքից կարող է թվալ, թե այս համակարգը կիրառելի է այն գործարքների դեպքում, երբ վճարումն իրականացվում է էլեկտրոնային փողերով, քանի որ ցանցային գործարքների պարագայում ապրանքները հիմնականում մատակարարվում են ցանցերով, իսկ վճարումը հնարավոր է կատարել բանկային հաշիվների միջոցով: Սակայն այստեղ պետք է նկատի ունենալ, որ բանկային հաշիվների միջոցով վճարումների դեպքում բանկերը գանձում են որոշակի գումար, ուստի էլեկտրոնային առևտուրը պետք է հարկել այդ վճարների չափը չզերազանցող հարկադրույքներով:

Այդուհանդերձ, հարկային քաղաքականության ձևափոխման անհրաժեշտությունն ակնհայտ է, քանի որ էլեկտրոնային վճարահաշվարկային համակարգերը և էլեկտրոնային առևտուրը հնարավոր չէ արդյունավետորեն վերահսկել գործող քաղաքականության պայմաններում:

ВАРДАН ВЛАСЯН

*Ассистент кафедры „Экономической
теории” АГЭУ,
кандидат экономических наук*

Проблемы налогообложения электронной коммерции.- Развитие электронной коммерции (далее именуемое в ЭК) может быть названо величайшим событием в истории человечества, уступая лишь Промышленной революции начала 20-го века. Развитие ЭК изменил способ ведения бизнеса и коренным образом сам бизнес. Она также поставила под сомнение адекватность и основные действия принципов международного налогообложения, такие как физическое присутствие, место создания и т. д., которые легли в основу утверждения налогового обязательства. Данная статья посвящена изучению теоретических проблем налогообложения электронной коммерции.

VARDAN VLASYAN

*Assistant at the Chair of „Economic
Theory” at ASUE,
PhD in Economics*

Problems of E-commerce taxation.- The development of electronic commerce (hereinafter referred to as EC) can be said to be the greatest event in the history of mankind, next only to the Industrial Revolution of the early 20th century. The development of EC has revolutionized the way business operates. It has also challenged the adequacy and fundamental validity of principles of international taxation such as physical presence, place of establishment etc., that has formed the basis of asserting tax liability. The article is devoted to the discussion of theoretical problems of EC taxation.