

ՀՀ ԳԱԱ Մ. Քոթանյանի անվան տնտեսագիտության  
ինստիտուտի գիտաշխատող, տ.գ.թ.

ՀՀ ԳԱԱ Մ. Քոթանյանի անվան տնտեսագիտության  
ինստիտուտի գիտաշխատող, տ.գ.թ.

**ԻՆՏԵՐՆԵՏԻ ՄԻՋՈՑՈՎ ԻՐԱԿԱՆԱՑՎՈՂ ԱՌԵՎՏՐԻ  
ՀԱՐԿՄԱՆ ԵՎՐՈՊԱԿԱՆ ՓՈՐՁԸ**

Ինտերնետի միջոցով իրականացվող առևտրի հարկման գործում բավականին բազմա-  
կողմ մոտեցումներ են ցուցաբերվել աշխարհի տարբեր զարգացած երկրներում, քանի որ  
հենց զարգացած երկրներում է կենտրոնացված էլեկտրոնային առևտրի հիմնական ծավալը:  
Իրավիճակի լուծման ուղիների փնտրտուքի ժամանակ մասնագետները ստիպված էին ոչ  
միայն պարզաբանել գործունեության նոր տեսակի հետ առաջ եկած հասկացությունների  
սահմանման, այլև հարկման իրավական կարգավորման ավանդական մոտեցումների  
վերանայման և փոփոխման անհրաժեշտությունը:

Էլեկտրոնային առևտրի միջազգային փորձի ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ  
տարբեր երկրներ դրա կարգավորման հիմքում փորձում են ամրագրել և ապա ողջ աշ-  
խարհում տարածել հատկապես այնպիսի մոտեցումներ, որոնք ձեռնտու են սեփական  
երկրին և առավելագույնս կնպաստեն երկրի գանձարան առավել մեծ ծավալով հարկային  
եկամուտների ներհոսքին: Նման հնարավորությունը պայմանավորված է այն հանգամանքով,  
որ ինտերնետ առևտրի մասնակիցները կարող են լինել տարբեր երկրների ռեզիդենտներ, և  
շատ դժվար է միանշանակ պատասխանել այն հարցին, թե որ երկրում ինչպիսի հարկատե-  
սակներ պետք է վճարվեն: Արդեն իսկ ակնհայտ է «ինտերնետ–արտահանողների» և  
«ինտերնետ ներմուծողների» շահերի միջև հասունացող կոնֆլիկտը, որի պատճառը հար-  
կային բազայի համար պայքարն է:

Ինտերնետի միջոցով իրականացվող առևտրային գործունեության հարկման առանձ-  
նահատկություններն առաջին հերթին կապված են գործարքի մասնակիցների շարքում  
«արտասահմանյան գործոնի» առկայության հետ, ինչը նշանակում է, որ միևնույն գործարքը  
կարող է միաժամանակ ենթարկվել մի քանի պետությունների հարկային համակարգի  
ազդեցությանը: Այդ պատճառով նման գործունեության հարկման մեխանիզմների մշակման  
ժամանակ չափազանց կարևոր է տարբեր պետություններում նման մեխանիզմների փոխ-  
համաձայնեցվածության խնդիրը:

1998թ. Օտտավայում տեղի ունեցած ՏՀԶԿ (Տնտեսական համագործակցության և զար-  
գացման կազմակերպություն) նախարարական կոնֆերանսի ժամանակ, ՏՀԶԿ հարկային  
կոմիտեի «Էլեկտրոնային առևտուր. հարկման շրջանակային պայմաններ» զեկույցում<sup>1</sup>  
հայտարարվում է, որ պետությունները ինտերնետի միջոցով իրականացվող առևտրային  
գործունեության հարկման ռազմավարության մշակման ժամանակ պետք է հիմնվեն  
ձեռնարկատիրական գործունեության այլ տեսակների հարկման նույն սկզբունքների վրա:  
Ներկայումս գրեթե բոլոր պետությունները ինտերնետի միջոցով իրականացվող առևտրի  
վերաբերյալ հարկային վարչարարության մեխանիզմներ մշակելիս հիմնվում են հենց այս  
մոտեցման վրա<sup>2</sup>:

Էլեկտրոնային առևտրի հարկման օրենսդրության կարևորագույն կենտրոններից մեկը  
Եվրոմիությունն է: Ինչպես և ԱՄՆ-ում՝ ԵՄ երկրները բավականին վաղ գիտակցեցին  
էլեկտրոնային առևտրի հարկման հնարավոր դժվարությունները, և արդեն 1995թ. սկսվում են  
այս ոլորտի վերաբերյալ քննարկումները: Եվրոմիության անդամ երկրների հարկային

<sup>1</sup> Electronic Commerce: Taxation Framework Conditions. The OECD Ministerial Conference Report. - OECD Committee on Fiscal Affairs. - 1998. - [http://www.oecd.org/pdf/MOOOO 15000/MOOO15517.pdf].  
<sup>2</sup> Ильичев С.К. Особенности налогообложения в сфере электронной коммерции. М. : Маркет ДС, 2004. с 22.

մարմինների հիմնական մտահոգությունը նոր տեխնոլոգիաների տված հնարավորություններն էին, որոնք հնարավորություն էին ստեղծում «բաքցնել» հարկման բազան: Այդ պատճառով ոլորտի կարգավորման առաջին նախաձեռնությունները բավականին խիստ էին, ընդհուպ մինչև տվյալների փոխանցման հարկման համակարգերի ներդրումը<sup>1</sup>: Եվրոպական տեսակետից՝ այստեղ չէր կարող խոսք գնալ էլեկտրոնային առևտրի համար արտոնությունների սահմանման մասին<sup>2</sup>:

Սակայն նման հարկատեսակների ներդրման առաջարկները մերժվեցին, իսկ 1998թ. Օտտավայում ՏՀԶԿ հարկային կոմիտեի «էլեկտրոնային առևտուր. հարկման շրջանակային պայմանները» գեկույցի հրապարակումից հետո<sup>3</sup> ԵՄ անդամ երկրները համաձայնեցին ՏՀԶԿ տեսակետի հետ, որի համաձայն էլեկտրոնային առևտրի հարկումը պետք է իրականացնել նույն այն սկզբունքներով, որոնցով իրականացվում է այլ տեսակի ձեռնարկատիրական գործունեության հարկումը:

Մեր նախորդ հրապարակումներում անդրադարձել ենք էլեկտրոնային առևտրի հարկման ամերիկյան փորձին<sup>4</sup>: ԵՄ անդամ երկրների օրենսդրության «հարմարեցման» գործընթացը, ինչպես և ԱՄՆ-ում, սկսվեց անուղղակի հարկերից, այսինքն ավելացված արժեքի հարկից: Ի տարբերություն ԱՄՆ-ի, այստեղ դժվարություններն ավելի քիչ էին, որովհետև ԵՄ անդամ երկրների ԱԱՀ օրենսդրությունը հիմնականում միանման է, բացի հարկի դրույքաչափի մեծությունից:

Ավանդական առևտրի ժամանակ ԱԱՀ, ինչպես և ԱՄՆ-ի շրջանառության հարկը, պետք է հաշվարկվի և բյուջե փոխանցվի հարկային գործակալի, այսինքն վաճառողի կողմից, սակայն մատակարարներից ապրանքի ձեռքբերման ժամանակ վճարված ԱԱՀ-ն ենթակա է հաշվանցման: Արտասահմանից ներմուծման ժամանակ ներկրողը ԱԱՀ-ն վճարում է իր երկրում՝ հիմք ընդունելով ներմուծված ապրանքի մաքսային արժեքը: Արտահանման ժամանակ ԱԱՀ դրույքաչափը գրոյական է, իսկ արտահանողը իրավունք ունի փոխհատուցում ստանալ մատակարարներին վճարված ԱԱՀ-ի համար: Ընդ որում ապրանքները ԱԱՀ-ով հարկվում են գնորդի գտնվելու վայրով, իսկ ծառայությունները՝ վաճառողի գտնվելու վայրով:

Սակայն էլեկտրոնային առևտրի հարկման ժամանակ տարիներով փորձված այս հստակ համակարգը թույլ կողմեր ցույց տվեց: Խնդիրներն առաջին հերթին ի հայտ եկան վերջնական սպառողին ծառայություններ մատուցելու ժամանակ: Եվրոպական կազմակերպությունները, որոնք նման ծառայություններ էին մատուցում, ստիպված էին ինչպես ԵՄ տարածքում, այնպես էլ նրա տարածքից դուրս վաճառվող ծառայությունների համար ԱԱՀ հաշվարկել և վճարել, այն դեպքում, երբ նրանց արտասահմանյան մրցակիցները, որոնք նման ծառայություններ էին մատուցում ԵՄ ռեզիդենտներին, այդ հարկատեսակով չէին հարկվում:

Այս բացթողումը վերացնելու նպատակով 2002թ. մայիսի 7-ին ընդունվեց ԵՄ 2002/38/EC դիրեկտիվը<sup>5</sup>, համաձայն որի 2003թ. հուլիսի 1-ից բավականին փոփոխվեցին ԱԱՀ վճարման կանոնները: Հիմնական փոփոխությունն այն էր, որ «էլեկտրոնային ծառայությունները» և «էլեկտրոնային տեսքով առաքվող ապրանքները» ԱԱՀ-ով հարկվում են ըստ գնորդի գտնվելու վայրի: Միաժամանակ, եվրոպական վաճառողները, որոնք նման ծառայություններ են արտահանում ԵՄ սահմաններից դուրս, պարտավոր չեն ԱԱՀ վճարել, իսկ արտասահմանյան ընկերությունները, որոնք նման ծառայություններ են մատուցում ԵՄ ռեզիդենտներին, ընդհակառակը, պարտավոր են վճարել այդ հարկը: Այս դիրեկտիվով կարգավորված

<sup>1</sup> Building the European Information Society for Us All: First Reflections of the High Level Group of Experts: Interim Report, - Brussels, Belgium: European Commission, Directorate-General V for Employment, Industrial Relations and Social Affairs, - 1996, - [<http://meritbbs.unimaas.nl/publications/2-hleg.pdf>].

<sup>2</sup> Towards a European Research Area: Science, Technology and Innovation. Key Figures 2003-2004. - Luxembourg, 2003. p 48.

<sup>3</sup> Electronic Commerce: Taxation Framework Conditions, The OECD Ministerial Conference Report, - 1998, - [<http://www.oecd.org/pdf/M000015000/M000015517.pdf>].

<sup>4</sup> Խաչատրյան Ն.Ա., էլեկտրոնային առևտրի հարկման ամերիկյան փորձը: Սոցիալ-տնտեսական զարգացման արդի հիմնախնդիրները Հայաստանի Հանրապետությունում (հանրապետական գիտաժողովի նյութեր). գիրք 2 / Պատ. խմբագիր՝ Վ.Լ. Հարությունյան: - Եր.: ՀՀ ԳԱԱ «Գիտություն» հրատ., 2011, էջ 325-329:

<sup>5</sup> Council Directive 2002/38/EC of May 7, 2002 amending and amending temporarily Directive 77/388/EEC as regards the value added tax arrangements applicable to radio and television broadcasting services and certain electronically supplied services. - [[http://193.178.200.58/eservices\\_intemet/common/Directive\\_GB.pdf](http://193.178.200.58/eservices_intemet/common/Directive_GB.pdf)].

2002/38/EC դիրեկտիվի ընդունումից հետո ԱԱՀ վճարման սկզբունքները

Գնորդի կարգավիճակը	Գործարքի առարկան	Իրացման սխեման	ԱԱՀ վճարողը	ԱԱՀ վճարման տեղը	ԱԱՀ հաշվանցման իրավունք
Առևտրային կազմակերպություն	ապրանք և ծառայություն	Ներմուծում ԵՄ	Գնորդ	Գնորդի երկրում	Առկա է
	ապրանք	ԵՄ-ից արտահանում	Չի վճարվում	Չի վճարվում	Առկա է
	ծառայություն	ԵՄ-ից արտահանում	Չի վճարվում	Չի վճարվում	Առկա չէ
	ապրանք և ծառայություն	Վաճառք ԵՄ-ում	Վաճառող	Վաճառողի երկրում	Առկա է
Վերջնական սպառող	ապրանք	Ներմուծում ԵՄ	Գնորդ	Գնորդի երկրում	Առկա չէ
	ապրանք	ԵՄ-ից արտահանում	Չի վճարվում	Չի վճարվում	Առկա է
	ապրանք	Վաճառք ԵՄ-ում	Վաճառող	Վաճառողի երկրում	Առկա է
	ծառայություն	Ներմուծում ԵՄ	Վաճառող	Գնորդի երկրում	Առկա չէ
	ծառայություն	ԵՄ-ից արտահանում	Չի վճարվում	Չի վճարվում	Առկա չէ
	ծառայություն	Վաճառք ԵՄ-ում	Վաճառող	Վաճառողի երկրում	Առկա է

Դիրեկտիվը «Էլեկտրոնային ծառայության» և «Էլեկտրոնային տեսքով առաքվող ապրանքի» սահմանում չի տալիս, սակայն հավելվածում բերում է նման ապրանքների և ծառայությունների օրինակներ: Մասնավորապես, դրանցից են.

- Վեբ կայքերի պատրաստում, տեղակայում, ծրագրային ապահովման և մեքենասարքավորումների հեռակա կառավարում,
- ծրագրային ապահովման իրացում և թարմացում,
- գրաֆիկական պատկերների, տեքստերի և տեղեկատվության իրացում, ինչպես նաև տվյալների շտեմարանների մուտքի ապահովում,
- երաժշտական ստեղծագործությունների, ֆիլմերի և խաղերի իրացում, ինչպես նաև քաղաքական, մշակութային, սպորտային, գիտական կամ գվարճալի հաղորդումների դիտման տրամադրում,
- հեռակա կրթության մատուցում:

Բացի այդ, հավելվածը սահմանում է, որ գնորդի և վաճառողի կողմից գործարքի կնքման բանակցությունների վարման և գործարքի կնքման ժամանակ էլեկտրոնային հեռահաղորդակցության միջոցների օգտագործումը դեռևս բավարար հիմք չէ գործարքը էլեկտրոնային ծառայությունների շարքին դասելու համար:

Միևնույն ժամանակ ֆիզիկական ապրանքների էլեկտրոնային վաճառքը (գրքեր, CD-ձայնասկավառակներ, ձայնա-տեսաժապավեններ և այլ ֆիզիկական ապրանքներ), իրավաբանական և ֆինանսական խորհրդատվական, ինչպես նաև հեռակա դասավանդման ծառայությունների չեն ընկնում Դիրեկտիվի գործողության սահմաններում, քանի որ այդպիսի գործունեության «Էլեկտրոնային բաղադրիչը» ներկայացված է միայն հաղորդակցման միջոցով:

Ինչպես ցույց տվեց փորձը, էլեկտրոնային ծառայությունների նման սահմանումը խնդիրներ առաջացրեց այս կամ այն գործունեության տեսակը էլեկտրոնային ծառայությունների շարքին դասելու համար, այդ պատճառով 2003թ. հրապարակվեցին նոր մեկնաբանություններ, որոնք ավելի կոնկրետ չափորոշիչներ էին սահմանում ծառայությունների այս կամ այն տեսակը էլեկտրոնային հաղորդակցության միջոցով մատուցվողների շարքին դասելու

համար<sup>1</sup>: Այսպես, նախ նման ծառայությունները պետք է մատուցվեն ինտերնետի կամ այլ համակարգչային ցանցերի միջոցով, և երկրորդ, իրենց բնույթով այդ ծառայությունները սերտորեն պետք է կապված լինեն տեղեկատվական տեխնոլոգիաների հետ, ինչը նշանակում է, որ առանց նման տեխնոլոգիաների դրանք գոյություն ունենալ չեն կարող: Հետևաբար, բոլոր տեղեկատվական ապրանքները, որոնք մատակարարվում են համակարգչային ցանցերի միջոցով, հանդես են գալիս որպես ծառայություններ, և ոչ թե ապրանքներ:

Այդպիսով, ԵՄ ռեզիդենտ հանդիսացող կազմակերպությունները էլեկտրոնային ծառայություններ մատուցելիս ԱԱՀ-ն վճարում են իրենց ռեզիդենտության երկրում՝ այդ երկրում գործող դրույքաչափով: Այս դեպքում ցածր ԱԱՀ դրույքաչափով ԵՄ անդամ երկրների ռեզիդենտ ընկերությունները բարձր դրույքաչափով երկրների վաճառողների նկատմամբ մրցակցային առավելություններ են ձեռք բերում: Օրինակ՝ Լյուքսեմբուրգից Շվեյցարիա ապրանքի վաճառքը կհարկվի 15% դրույքաչափով (ԱԱՀ-ի դրույքաչափը Լյուքսեմբուրգում), այլ ոչ թե 25% դրույքաչափով (ԱԱՀ-ի դրույքաչափը Շվեյցարիայում)<sup>2</sup>: «Սովորական» (ոչ էլեկտրոնային) ապրանքների առաքման դեպքում այդ առավելությունը կարող է հասցվել գրոյի՝ հաշվի առնելով զգալի տրանսպորտային ծախսերը:

Միևնույն ժամանակ, արտասահմանյան երկրների ռեզիդենտները ԵՄ ռեզիդենտներին վաճառք իրականացնելու համար պետք է հարկային հաշվառման կանգնեն ԵՄ անդամ ցանկացած երկրում, իսկ ԱԱՀ հաշվարկեն գնորդի ռեզիդենտության երկրում գործող դրույքաչափով: Այս դեպքում վաճառողի հաշվառման երկրի հարկային մարմինները հավաքագրում են հարկերը և ապա բաշխում գնորդների ռեզիդենտության երկրների միջև: Տրամաբանական է ենթադրել, ոչ եվրոպական վաճառող ընկերությունները կնախընտրեն չկանգնել հարկային հաշվառման ԵՄ որևէ երկրում, այլ ձևավորել դուստր ընկերություն ցածր հարկային դրույքաչափերով եվրոպական երկրում, օրինակ՝ Լյուքսեմբուրգում, որտեղ ԱԱՀ դրույքաչափը կազմում է 15%: Դա հնարավորություն կտա նրանց օգտագործել այդ երկրի ԱԱՀ դրույքաչափը ամբողջ ԵՄ տարածքում վաճառքների համար:

Բացի ԵՄ անդամ տարբեր երկրների մրցակցային անհավասար պայմաններից՝ ԵՄ գործող համակարգն այլ թերություններ էլ ունի: Օրինակ՝ իրական կյանքում վերահսկել արտասահմանյան վաճառողների կողմից հաշվառման կանգնելն ու ԱԱՀ վճարելը գործնականում եթե ոչ անհնար, ապա չափազանց բարդ է: Նշված օրինագծերի ընդունման հակառակորդները նշում էին, որ նման նորամուծություններից հետո բազմաթիվ խոշոր ինտերնետ խանութներ կլքեն եվրոպական շուկան, սակայն հետագա կյանքը ցույց տվեց, որ համենայն դեպս խոշոր առևտրային ընկերությունները բարեխղճորեն հաշվառման կանգնեցին և սկսեցին ԱԱՀ վճարել: Ամեն դեպքում, մանր առևտրային խանութների առումով խնդիրներն առկա են:

Մյուս թերություններից է այն, որ կապված որոշ երկրներում արտասահմանյան ԱԱՀ-ով հարկման օրենսդրական պահանջի հետ, այդ երկրների ինտերնետ առևտրով զբաղվողները կրկնակի հարկման են ենթարկվում: Հարկ է նշել նաև, որ նոր օրենսդրությունում առկա է գնորդի ռեզիդենտության երկիրը պարզելու հստակ մեխանիզմների բացակայության խնդիր:

ԵՄ գործող հարկային համակարգի էլեկտրոնային առևտրին առնչվող մյուս կարևոր բաղադրիչները շահութահարկն ու եկամտահարկն են: ԵՄ հարկային համակարգի բնութագրիչներից մեկն այն է, որ գոյություն չունի միասնական դիրեկտիվ, որը կկարգավորի այս հարկատեսակների սկզբունքները, և յուրաքանչյուր պետություն ինքնուրույն է սահմանում նման կանոններ: Ինչպես և ԱՄՆ-ում, այստեղ ևս հարկման ենթակա է ամբողջ աշխարհում ստացված շահույթը, իսկ հարկման դրույքաչափը տարբեր երկրներում մեծ տարբերություններ ունի: Արտասահմանյան ընկերության մշտական ներկայացուցչությունը հարկվում է ճիշտ այնպես, ինչպես տեղական ընկերությունը, իսկ մշտական ներկայացուցչության սահմանման

<sup>1</sup> Electronically supplied services: a guide to interpretation. - 2003. - [http://customs.hmrc.gov.uk/channelsPortalWebApp/channelsPortalWebApp.portal?\_nfpb=true&\_pageLabel=pageOnlineService\_s\_ShowContent&id=HMCE\_CL\_000907&propertyType=document].  
<sup>2</sup> Тедеев А.А., Правовые проблемы налогообложения в странах Европейского союза налогом на добавленную стоимость российских организаций — субъектов электронной внешнеэкономической деятельности // Налог и налогообложение. 2004. № 12. с 46.

հարցում գրեթե բոլոր ԵՄ երկրները ընդունում են ՏՀԶԿ տեսակետը:

Ինչպես ցույց է տալիս վերլուծությունը, ԱՄՆ-ը և ԵՄ-ն ի սկզբանե տարբեր խնդիրներ էին դրել էլեկտրոնային ձեռնարկատիրության հարկման ուղիների մշակման գործում: Եթե ԱՄՆ-ի մոտեցումն ուղղված էր այս ոլորտի համաշխարհային առաջատարի դիրքերը պահպանելուն, ապա ԵՄ հիմնական մտահոգությունը հարկման բազայի կրճատման դեմ պայքարն էր: Ամեն դեպքում, չնայած էլեկտրոնային առևտրի երկու կարևորագույն կենտրոնների հիմնական խնդիրների պայմաններում նրանք երկուսն էլ ընտրեցին ձեռնարկատիրության այս տեսակի հարկման չդիսկրիմինացման տարբերակը, որի հիմնական սկզբունքն այն էր, որ ձեռնարկատիրության այս տեսակը պետք է ունենա նույն հնարավորությունները, ինչ որ ձեռնարկատիրական գործունեության ավանդական եղանակները: Բացի այդ, երկու կենտրոններն էլ հիմնականում ընդունել են ՏՀԶԿ սկզբունքներն ու եկամուտների դասակարգման մոտեցումները, ինչպես նաև մշտական ներկայացուցչության սահմանման մոտեցումները:

Սակայն պետք չէ եզրակացնել, որ այս կենտրոնում ընթացող գործընթացները միանման են: Ամեն դեպքում, ԱՄՆ-ում առկա է անուղղակի հարկային օրենսդրության ըստ նահանգների խիստ տարբերակված համակարգեր, և ԱՄՆ-ի հիմնական խնդիրն այդ տարբերությունների վերացումն է: Այսինքն, կարելի է եզրակացնել, որ ԱՄՆ-ը մեծապես մտահոգված է երկրի ներսում կատարվող էլեկտրոնային գործարքների կարգավորման խնդիրներով, այն դեպքում, երբ ԵՄ մոտեցումներն ուղղված են բոլոր, այդ թվում արտասահմանյան առևտրային գործընկերների հետ հարաբերությունների կարգավորմանը:

Ինտերնետի միջոցով իրականացվող առևտրի հարկման համընդհանուր հայեցակարգի հաստատումը լուրջ ազդեցություն կարող է ունենալ այն երկրների վրա, որոնք չունենալով ոլորտի համաշխարհային քաղաքականության վրա ազդելու հնարավորություն՝ ներգրավված են ինտերնետի միջոցով իրականացվող ձեռնարկատիրության ամենատարբեր ոլորտներում: Ավելին, նույնիսկ ոլորտի բավականին խոշոր խաղացողներն են դժգոհություն հայտնում հաստատված իրողությունների անընդունելիության և խաղի կանոնների փոփոխման անհրաժեշտության մասին, քանզի ազգային տնտեսությունները լուրջ եկամուտներ են կորցնում: Մասնավորապես՝ Ֆրանսիայի նախագահ Ն.Սարկոզին իր նախընտրական ելույթներում բազմիցս նշում է «Google Inc.» ընկերությանը Ֆրանսիայի տարածքում մատուցած ինտերնետ ծառայություններից, այդ թվում Ֆրանսիայի օգտատերերին ցուցադրած գովազդային վահանակներից հարկեր վճարելու խիստ անհրաժեշտության մասին: Բնականաբար, Հայաստանի տեսանկյունից նման մոտեցումը առավել շահեկան է, քանզի մեր երկիրը դեռևս հանդես է գալիս որպես «ինտերնետ ծառայություններ ներմուծող»: Այսինքն՝ ըստ ծառայություն ստացողի գտնվելու վայրի հարկման սկզբունքի ներդրումը լրացուցիչ հարկային եկամուտներ կարող է ապահովել պետական գանձարանին՝ առանց ազգային տնտեսությանը լրացուցիչ հարկային բեռ պարտադրելու: