



Մարդկային
զարգացման
միջազգային
կենտրոն



Ծխահոտի շարժում.
Փաստեր, առանձնահատկություններ



Ծխախոտի հարկումը. փաստեր և առանձնահատկություններ

Մարդկային զարգացման միջազգային կենտրոն

Սույն գրքույկը տպագրվել է Հայաստանում Բաց հասարակության ինստիտուտի
աջակցության հիմնադրամի կողմից Մարդկային զարգացման միջազգային
կենտրոնին տրամադրված դրամաշնորհի շրջանակներում իրականացված
ուսումնասիրությունների վերլուծությունների հիման վրա:

Ծխախոտի հարկուճը. փաստեր և առանձնահատկություններ

Մարդկային զարգացման միջազգային կենտրոն

www.ichd.org

Բովանդակություն

1.	Նախաբան	4
2.	Ծխախոտի հարկերը	6
3.	Հարկերի ազդեցությունը ծխախոտի գնի վրա	7
4.	Գնային էլաստիկություն	9
5.	Հարկեր և բյուջետային եկամուտներ	12
6.	Հարկերի կցում ծախսերին	14
7.	Այլ նկատառումներ.....	15
7.1.	Ինֆլյացիա	15
7.2.	Մաքսանենգություն.....	16
8.	Ամփոփում	17

1. Նախաբան

Շաքարը, ռոմը և ծխախոտն ապրանքներ են, որոնք կենսական անհրաժեշտություն չունեն, գրեթե համատարած սպառման առարկա են դարձել և, հետևաբար, հարկման լավագույն օբյեկտ են հանդիսանում:

(Սմիթ, 1976, V հատոր, III գլուխ, 474-476 էջեր)

Ծխախոտի հարկումը համարվում է ծխախոտի սպառման ծավալների կրճատման ամենաարդյունավետ միջոցը, քանի որ, ամմիջականորեն ազդելով ծխախոտի գնի վրա, այն գործի է դնում ապրանքի գնի և դրան կատմամբ պահանջարկի միջև հակադարձ կախվածության հայտնի մեխանիզմը: Աշխարհում սպառվող ծխախոտի միջին գնի 10% ավելացումն ավելի քան 40 միլիոն ծխողների (1995թ-ին ծխողների ամբողջ թվի 4%-ը) կատիպի թողնել ծխելը՝ կանխելով ավելի քան 10 միլիոն մահ, որոնք հակառակ դեպքում կգրանցվեին որպես ծխելու հետևանք հանդիսացող հիվանդությունների արդյունք¹:

Արդյունավետ հակածխախոտային քաղաքականություն իրականացնելու նպատակով անհրաժեշտ է քննարկել հարցի բոլոր կողմերը, գնահատել միջոցառումների սպասվող արդյունավետությունը, գտնել դրանց ճիշտ համակցումը:

Հայաստանը, վավերացնելով Ծխախոտի դեմ պայքարի շրջանակային կոնվենցիան, որն ուժի մեջ կմտնի 2005 թվականի մարտից, հազվագյուտ հնարավորություն է ստացել կյանքի կոչել հակածխախոտային քաղաքականության տարրեր հանդիսացող որոշակի մեխանիզմներ, որոնց մեջ է նաև կոնվենցիայով առաջարկվող՝ ծխելու համաճարակը սանձելուն նպատակաուղղված հարկային մեխանիզմների կիրառումը: Մույն գրքույկը նվիրված է այդ մեխանիզմների կիրառման տարրեր կողմերի քննարկմանը, մեր երկրում դրանց հնարավոր ազդեցության գնահատմանը և համապատասխան առաջարկների ձևակերպմանը:

Գրքույկում օգտագործված են Մարդկային զարգացման միջազգային կենտրոնի՝ Հայաստանում Բաց հասարակության ինստիտուտի

¹ The effectiveness and cost-effectiveness of price increases and other tobacco-control policies, Ranson, Jha, Chalupka, Nguyen. Tobacco Control in Developing Countries. Oxford University Press, Inc., New York

օժանդակության հիմնադրամի կողմից տրամադրված դրամաշնորհի շրջանակում իրականացված վերլուծությունների և այլ հետազոտությունների արդյունքները, ինչպես նաև մի շարք միջազգային հետազոտությունների տվյալներ:

2. Ծխախոտի հարկերը

Գրեթե բոլոր երկրներում ծխախոտի նկատմամբ բացի ավելացված արժեքի հարկից կիրառվում է նաև ակցիզային հարկ, իսկ ներմուծվող ծխախոտի վրա՝ նաև մաքսատուրք: Այդ հարկերը շատ երկրներում ընդհանուր հարկային եկամուտների զգալի բաժինն են կազմում: Հայաստանում, օրինակ, ծխախոտի հարկումից առաջացած եկամուտները² կազմում են հարկային եկամուտների մոտավորապես 10%-ը և ընդհանուր եկամուտների ավելի քան 8%-ը:

Հարկ է նշել, որ Հայաստանում ծխախոտի հարկումն առանձնահատուկ բնույթ ունի: Այստեղ ավելացված արժեքի հարկը, ակցիզային հարկը և մաքսատուրք միացված են մեկ ընդհանուր ֆիքսված վճարի մեջ և հաշվարկվում են՝ ելնելով ծխախոտի արտադրանքի քանակից:

Աղյուսակ 1. Հայաստանում ծխախոտային արտադրանքի հարկման սխեման

Ծագումը և տեսակը	Միավոր	Տեղական	Ներմուծած
Սիգարներ		2200	3000
Սիգարետներ	ԱՄՆ դոլար 1000 հատի դիմաց	22	30
Ֆիլտրով սիգարետներ		8	11
Սիգարետներ առանց ֆիլտրի		3.5	6

Հարկման այս մեխանիզմը որոշակի առավելություններ ունի հատկապես մեր երկրի համար, քանի որ ֆիքսված վճարների գանձման ժամանակ չի կիրառվում ապրանքի շուկայական գնի ճշգրտման մեխանիզմը, և, բացի դրանից, հարկումն իրականացվում է ավելի պարզ եղանակով: Ի տարբերություն ֆիքսված հարկերի, մի շարք այլ երկրներում կիրառվում են, այսպես կոչված, *ad valorem* տեսակի հարկեր, որոնք հաշվարկվում են ըստ ապրանքի գնի (ոչ թե ըստ քանակի, ինչպես մեր դեպքում): Հաճախ կիրառվում է նաև այս երկու մեխանիզմների համակցությունը:

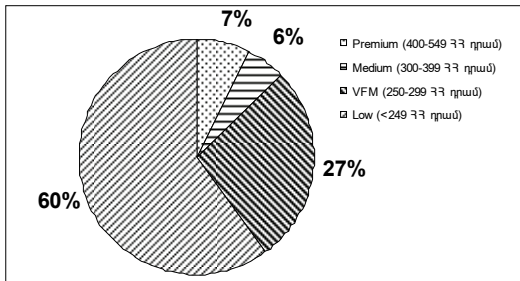
Հայաստանում հարկման ընդունված մեխանիզմը ենթադրում է հարկման ռեգրեսիվ բնույթ, այսինքն թանկ սիգարետների համար նախատեսված, հետևաբար նաև ավելի հարուստ գնորդների կողմից վճարվող

² 2002 թվականի տվյալներով: Ծխախոտի հարկումից առաջացած եկամուտները 2002 թվականին կազմել են շուրջ 19 մլրդ դրամ:

հարկերի մասնաբաժինն ավելի փոքր մաս է կազմում վճարվող գումարի մեջ, քան էժան սիգարետների: Նշենք, որ սիգարետի տեղական շուկայի մեծ մասը զբաղեցված է ներմուծված արտադրանքով: Մրանից բխող ներմուծողների առավելությունը գնային տեսանկյունից կասեցվում է ներմուծված և տեղական արտադրանքի հարկման տարբերակմամբ: Արդյունքում, եթե դիտարկենք օրինակ ֆիլտրով սիգարետները, ապա դրանց ներմուծված մասի միջին կշռված գնի մեջ հարկերը մոտավորապես նույն մասնաբաժինն են կազմում, ինչպես տեղական արտադրության սիգարետների համար՝ մոտ 30%: Առանց ֆիլտրի սիգարետների դեպքում տեղական արտադրողը բացահայտ արտոնյալ իրավիճակում է գտնվում, քանի որ ներմուծված առանց ֆիլտրի սիգարետների գնի նկատմամբ հարկի մասնաբաժինը կազմում է մոտ 70%՝ տեղականի 34%-ի դիմաց³:

Հատկանշական է, որ Հայաստանում, նույնիսկ ռեգրեսիվ հարկման համակարգի պայմաններում, շուկայի մեծ մասը զբաղեցված է ավելի էժան սիգարետներով:

Նկար 1. Հայաստանում ծխախոտի շուկայի կառուցվածքն ըստ գնային խմբերի⁴



3. Հարկերի ազդեցությունը ծխախոտի գնի վրա

Հարկերի բարձրացման հետևանքով ծխախոտի գնի աճի կանխատեսումը կարևորագույն դեր ունի ծխախոտի նկատմամբ կիրառվող հարկերի ճիշտ դրույքաչափերի սահմանման հարցում: Խոսքը վերաբերում

³ Հաշվարկները կատարված են 2001 թվականին վերաբերող շուկայի գնահատման արդյունքների հիման վրա, Մարդկային զարգացման միջազգային կենտրոնի կողմից:

⁴ Աղբյուրը՝ 2001 թվականին վերաբերող շուկայի գնահատման արդյունքները

է այնպիսի հարկային քաղաքականությանը, որի նպատակը ոչ միայն բյուջետային եկամուտների ապահովումն է, այլ նաև գնային լծակների օգնությամբ ծխելուց հրաժարվողների թվի ավելացման միջոցով ծխելու համաճարակի սանձումը:

Ինչպես նշել ենք վերը, գնային լծակները համարվում են ծխախոտի տարածվածության կրճատման ամենաարդյունավետ գործիքը, իսկ այդ արդյունավետության չափը պայմանավորված է ծխախոտի առանձին շուկաներում ստեղծված իրավիճակից:

Ընդհանուր առմամբ միջին և ցածր եկամուտ ունեցող երկրներում ծխախոտի հարկերն ավելի ցածր մակարդակ ունեն, քան բարձր եկամուտ ունեցող երկրներում: Գները համեմատաբար «հարուստ» երկրներում համապատասխանաբար ավելի բարձր են: Դրանք սովորաբար կազմում են ծխախոտի գնի ավելի քան 2/3-ը:

Այնպիսի շուկաներում, որտեղ մրցակցությունը բարձր է, կարելի է ակնկալել, որ հարկի դրույքի ցանկացած ավելացում անմիջապես և ամբողջապես կարտացոլվի ապրանքի գնի վրա՝ հարկային բեռն ուղղելով վերջնական սպառողների ուսերին: Հակառակ դեպքում, երբ գործ ունենք մի կողմից մենաշնորհային շուկաների, մյուս կողմից ոլորտում առկա գերշահույթների ստացման երևույթի հետ (հաշվի առնելով այն փաստը, որ սովորաբար ծխախոտի ինքնարժեքը շատ անգամ ցածր է վաճառքի գնից) չի բացառվում, որ ծխախոտ արտադրողը հարկերի հավելյալ բեռը կվերցնի իր վրա՝ չկամենալով ավելացնել իր արտադրանքի գինը: Պետք է նշել, որ մեծամասամբ այս ծայրահեղությունների փոխարեն առկա են օլիգոպոլ շուկաներ, որտեղ գործում են վերջնական գնի վրա հարկերի արտացոլման յուրահատուկ մեխանիզմներ: Համաձայն մի շարք էմպիրիկ տվյալների՝ այն երկրներում, որտեղ օլիգոպոլիաները միմյանց հետ քիչ են համագործակցում, հարկերի ավելացումը միայն մասամբ է անդրադառնում գնի վրա, քանի որ արտադրողները միմյանց հետ մրցում են ցածր գների միջոցով: Սակայն ավելի հաճախ հանդիպում են այնպիսի շուկաներ, որտեղ առկա է համեմատաբար ավելի կոորդինացված համագործակցություն: Այդ շուկաներում հարկերի բարձրացումն ամբողջապես, իսկ երբեմն ավելի մեծ չափով են անդրադառնում գնի վրա: Վերջինս բացատրվում է հիմնականում օլիգոպոլիաների կողմից կիրառվող այն պրակտիկայով, երբ արտադրողը սկզբում նախատեսվածից ցածր գին է սահմանում, փորձելով ներգրավել ավելի մեծ թվով սպառողների, կախվածություն առաջացնելով ծխելու նկատմամբ, իսկ հետագայում հարկերի բարձրացման դեպքում ավելացնում

է վաճառքի գինն անհամեմատ ավելի մեծ չափով՝ այդպիսով մեծացնելով իր շահույթը:

Սակայն փաստ է, որ ցանկացած դեպքում հարկերի բարձրացումն այս կամ այն չափով ազդում է ծխախոտի մանրածախ գնի վրա և հանգեցնում է ծխողների թվաքանակի կրճատման: Կրճատման չափը տարբեր երկրներում նույնը չէ. առանձին երկրներում դրա գնահատման նպատակով իրականացվել են բազմաթիվ ուսումնասիրություններ:

4. Գնային էլաստիկություն

Տնտեսագիտության հիմնարար սկզբունքներից մեկը սպրանքի գնի և դրա նկատմամբ գնողունակ պահանջարկի միջև առկա հակադարձ կախվածությունն է: Երկար ժամանակ տնտեսագետները համոզված էին, որ այս սկզբունքը չի գործում կամ գրեթե չի գործում ծխախոտի և նմանատիպ այլ սպրանքների դեպքում, քանի որ դրանց նկատմամբ սպառողների կախվածությունը վերջիններիս թույլ չի տալիս, որ նրանք կամավոր որոշումներ ընդունեն և հետևաբար նշված սպրանքների նկատմամբ պահանջարկը դառնում է ոչ էլաստիկ. այսինքն չեզոքացվում է գնի և պահանջարկի միջև եղած կախվածությունը: Սակայն վերջին տարիների ընթացքում իրականացված մեծաթիվ էմպիրիկ հետազոտությունների արդյունքում հաջողվել է պարզել, որ իրականում ծխախոտի գնի բարձրացման հետևանքով դրա նկատմամբ պահանջարկն, այնուամենայնիվ, կրճատվում է, այն էլ՝ էապես: Պահանջարկի կրճատման չափը տարբեր երկրներում տարբեր է: Որպես կանոն ավելի «հարուստ» երկրներում սպառողների «արձագանքը» ծխախոտի գնի փոփոխություններին ավելի թույլ է: Ավելի «աղքատ» երկրի սպառողներն ավելի զգայուն են այդպիսի փոփոխությունների նկատմամբ, ինչը տրամաբանական է, քանի որ ավելի «աղքատ» սպառողների համար ծխախոտի այլընտրանքային արժեքն ավելի մեծ է: Ընդ որում՝ ավաճման իրավացի է մաս նույն երկրի տարբեր եկամուտներ ունեցող խավերի համար. ծխախոտի գնի ավելացման արդյունքում ծխելուց հրաժարվողների մեջ ավելի մեծ թիվ են կազմում հասարակության աղքատ անդամները: Ցածր եկամուտներ ունեցող երկրներում դիտարկված ծխախոտի գնային էլաստիկությունը տատանվում է -0.50-ից մինչև -1.00 միջակայքում: Այս միտումից միակ բացառությունն արձանագրվել է Թուրքիայում, որը,

համարվելով ցածրից միջին եկամուտներ ունեցող երկիր, գրանցել է -0.21 կարճաժամկետ էլաստիկության ցուցանիշ:

Հայաստանում, ցավոք, հնարավոր չէ իրականացնել ծխախոտի գնային էլաստիկության ցուցանիշի հաշվարկ, քանի որ այստեղ չեն իրականացվել, օրինակ, ծխելու տարածվածությունը գնահատող պարբերական բնույթ ունեցող հետազոտություններ: Առանց այդ ցուցանիշի ժամանակագրական շարքերի հնարավոր չէ կարծիք կազմել ծխախոտի օգտագործման ծավալների վրա գների աճի հնարավոր ազդեցության վերաբերյալ:

Մեր կողմից փորձ է արվել գնահատել ծխախոտի իրական սպառման ծավալները՝ հիմնվելով ծխախոտի շուկայի ռեսուրսի (արտադրանք + ներմուծում - արտահանում) հաշվարկի վրա: Սակայն այս եղանակը թույլ չի տալիս հաշվառել ծխախոտի պահուստավորումը, որն իրականում առկա է Հայաստանում: Բյուջետային եկամուտների հավաքագրման աղբյուր հանդիսացող ծխախոտի արտադրանքի և վաճառքի վերաբերյալ տվյալներն էլ, թերևս, այնքան էլ ճիշտ չեն գնահատում իրական շուկան: Այսպես, ելնելով ծխախոտի օգտագործման ծավալների վերաբերյալ համահանրապետական հարցման արդյունքներից, Հայաստանում ծխում է⁵ 16 տարեկանից բարձր բնակչության 29%-ը, այդ թվում՝ տղամարդկանց 63.7%-ը և կանանց 1.24%-ը (տես աղյուսակը):

Աղյուսակ 2. Ծխելու տարածվածությունը Հայաստանում ըստ տարիքային խմբերի և սեռի, աղբյուրը՝ ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայություն:

Տարիքային խմբեր	Ընդամենը	Տղամարդիկ	Կանայք
16-19	7.6%	19.6%	0.0%
20-24	23.8%	56.9%	0.9%
25-29	29.8%	68.3%	0.2%
30-34	34.6%	75.5%	1.4%
35-39	35.3%	76.2%	1.3%
40-44	36.6%	74.9%	2.0%
45-49	36.2%	72.8%	3.5%
50-54	33.7%	67.1%	2.3%
55-59	30.0%	67.0%	1.5%
60-64	23.7%	53.7%	0.2%
65-69	25.2%	51.2%	1.2%
70 և ավել	20.5%	47.0%	0.6%

⁵ 2001 թվականի տվյալներով:

ԸՆԴԱՄԵՆԸ	29.0%	63.7%	1.2%
----------	-------	-------	------

Ըստ ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայության՝ երկրի բնակչության մոտ 72%-ը 16 տարեկանից բարձր է: Դա կազմում է մոտ 2.3 միլիոն մարդ, որոնցից, համաձայն հարցման արդյունքների, ծխում են մոտ 667 հազարը: Ըստ նույն հարցման արդյունքների, Հայաստանում յուրաքանչյուր ծխողն օրական միջին հաշվով ծխում է 20.22 հատիկ սիգարետ կամ մոտավորապես մեկ տուփ: 2001 թվականին⁶ մեկ տուփ սիգարետի գինը կազմել է 220 դրամ՝ ըստ պաշտոնական աղբյուրների և մոտ 289 դրամ՝ ըստ մեր կողմից հաշվարկված կշռված միջին արժեքի: Այսպիսով, հիմնվելով հարցման արդյունքների վրա կարելի է 2001 թվականի ծխախոտի շուկայի արժեքը գնահատել մոտ 53 մլրդ դրամ (220 դրամ միջին գնի հաշվարկով): Ծխախոտի ռեսուրսի հիման վրա նույն թվականի համար հաշվարկված շուկայի ծավալը կազմում է մոտ 35 մլրդ դրամ: Իսկ եթե հիմնվենք պետական բյուջեի՝ ծխախոտի հարկումից գոյացած եկամուտների ծավալի վրա, որը 2001 թվականին կազմել է մոտ 13.7 մլրդ դրամ և, միաժամանակ, հաշվի առնենք, որ ըստ մեր գնահատականի 2001 թվականին ծխախոտի գնում հարկի միջին մասնաբաժինը կազմել է մոտ 35%, ապա ունենում ենք շուկայի մոտ 39 մլրդ դրամի հասնող ծավալ (տես աղյուսակը):

Աղյուսակ 1. Ծխախոտի շուկայի կառուցվածքը և հարկերի մասնաբաժինը դրանց գնում 2001 թվականին: Աղբյուրը՝ ԱԶՄԿ հաշվարկները

	Հարկի չափը (ԱՄՆ դոլար 1000 տուփի դիմաց)	Միջին կշռված գինը	Բաժինը շուկայում	Հարկի բաժինը
Ներմուծված ֆիլտրով սիգարետներ	11.0	331.01	61.50%	36.9%
Ներմուծված սիգարետներ՝ առանց ֆիլտրի	6.0	94.41	1.10%	70.5%
Տեղական ֆիլտրով սիգարետներ	8.0	246.51	27.20%	36.0%
Տեղական սիգարետներ՝	3.5	114.70	10.20%	33.9%

⁶ Այստեղ և հետագայում բերվող տվյալները և օրինակները հիմնականում վերաբերում են 2001 թվականին, քանի որ ծխախոտի սպառման վերաբերյալ առկա տվյալներն առավել անբողջական են:

առանց ֆիլտրի			
Բոլոր սիգարետները	288.94	100%	35.11%

Ցանկացած դեպքում առկա վիճակագրական դաշտը հնարավորություն չի ընձեռում բացահայտել ծխախոտի գների և դրանց նկատմամբ եղած պահանջարկի փոխկապակցվածության աստիճանը: Ստեղծված իրավիճակում հնարավոր լուծում կարող է լինել միջազգայնորեն ընդունված համադրելի մոդելների կիրառումը: Տնտեսագետ Չարուպկան առաջարկում է Հայաստանի եկամուտների մակարդակ ունեցող երկրներում կիրառել գնային էլաստիկության -0.8 ցուցանիշը:

5. Հարկեր և բյուջետային եկամուտներ

Ինչպես արդեն նշվել է վերը, ծխախոտի հարկումից գոյացող եկամուտները պետական բյուջեյի զգալի մասն են կազմում և, հաճախ, շահարկվում են ծխախոտի արդյունաբերողների կողմից՝ օգտագործվելով որպես տնտեսության համար ծխախոտ արդյունաբերության ունեցած կարևոր դերի հաստատման փաստարկ: Միաժամանակ թյուր կարծիք կա այն մասին, թե ծխախոտի հարկերի բարձրացման հետևանքով դրա պահանջարկի կրճատման արդյունքում գոյացող ընդհանուր բյուջետային եկամուտները նույնպես կկրճատվեն: Այս պնդումը, ճիշտ լինելով թերևս սպրանքների մեծամասնության համար, ծխախոտի դեպքում ճիշտ հակառակ ներգործությունն ունի: Այսինքն ծխախոտի հարկերի բարձրացման արդյունքում ճիշտ է, տեղի է ունենում ծխողների թվի նվազում, բայց այդ նվազումը ամբողջությամբ փոխհատուցվում է հարկերի բարձրացման շնորհիվ: Նման քաղաքականություն կիրառող բոլոր երկրներում բյուջետային եկամուտները ոչ միայն չեն կրճատվել, այլև ավելացել են:

Նշվածը դիտարկենք Հայաստանի օրինակով: Պետական բյուջեի՝ ծխախոտի հարկումից հավաքագրված եկամուտները 2001 թվականին կազմել են 13.7 մլրդ դրամ: Ենթադրենք ծխախոտի գինը հարկերի բարձրացման արդյունքում կավելանա 10%-ով: Գնահատելու համար, թե

ինչ չափով է պետք բարձրացնել հարկերը գնի այդպիսի բարձրացման համար, կատարենք այն վերապահումը, որ հարկերի ողջ բեռը արտադրողները և ներմուծողները կփոխանցեն վերջնական սպառողների ուսերին: Սա, ի դեպ, հավանական սցենար է, քանի որ Հայաստանի ծխախոտի շուկան ակնհայտորեն կրում է օլիգոպոլ բնույթ: Ունենալով ծխախոտի շուկայի գնային կառուցվածքի վերաբերյալ տեղեկություններ՝ կարելի է հաշվարկել, որ հարկերի բաժինն առկա հարկային քաղաքականության պայմաններում կազմում է 35.11%, 288.94 դրամ՝ ծխախոտի 1 տուփի միջին կշռված գնի դեպքում: Նշված գնի 10% հավելաճը կնշանակի միջին կշռված գինը հասցնել 317.83 դրամ արժեքին: Համաձայն հաշվարկների՝ դրան կարելի է հասնել հարկերի միջին արժեքի 28.4% աճի դեպքում: Ընդ որում այս դեպքում հարկերի կշիռը ծխախոտի վերջնական գնում կկազմեն 45.07%:

Ինչպես գնահատեցինք քիչ առաջ, պետք է լինի տվյալների հիման վրա կատարված հաշվարկներով շուկայի ծավալը հավասար կլինի մոտ 39 մլրդ դրամի: Հարկերի 28.4% հավելաճի հետևանքով ծխախոտի գների 10% հնարավոր աճի ազդեցությունը շուկայի ծավալի վրա կարելի է գնահատել՝ կիրառելով արդեն հիշատակված գնային էլաստիկության -0.8 արժեքն ունեցող ցուցանիշը, այսինքն ենթադրելով, որ ծխողների քանակը, հետևաբար նաև ձեռք բերվող ծխախոտի քանակը կնվազի 8 տոկոսով՝ կազմելով մոտ 35.9 մլրդ դրամ: Այս գումարի 45.07% կազմում է մոտ 16.1 մլրդ դրամ, որը փաստացի հավաքագրված հարկերից ավել է շուրջ **2.5 մլրդ դրամով**:

Նշված պարզունակ հաշվարկը ևս փաստարկ է ծխախոտի նկատմամբ ավելի խիստ հարկային քաղաքականություն կիրառելու օգտին, որը մի կողմից կնվազեցնի ծխողների, հետևաբար նաև դրա հետևանքների ողջ վնասակար ազդեցությունը կրողների քանակը, մյուս կողմից հավելյալ ռեսուրսներ կբերի պետական բյուջե: Ընդհանրապես արդյունավետ հարկային քաղաքականությանը վերաբերող անկյունաքարային սկզբունքներից մեկը ձևակերպվում է այսպես. այն հարկերը, որոնք զգալի հարկային եկամուտներ են ապահովում, միաժամանակ նվազագույնի հասցնելով գների աճով պայմանավորված բարեկեցության անկումը, նախընտրելի են այն հարկերից, որոնց կիրառման արդյունքում բարեկեցության անկման չափերն ավելի զգալի են: «Ռամսիի օրենքի» համաձայն պետք է սահմանել պահանջարկի գնային էլաստիկությանը հակադարձ համեմատական հարկերի մակարդակ (հաստատուն

առաջարկի էլաստիկության դեպքում): Սա նշանակում է, որ ավելի ցածր գնային էլաստիկություն ունեցող ապրանքների համար պետք է սահմանել ավելի բարձր հարկեր:

Ծխախոտը առավելապես համապատասխանում է վերը նշված տեսական բնորոշմանը, քանի որ մի կողմից դժվար է այն նկարագրել որպես բարեկեցության վրա դրական ազդեցություն ունեցող ապրանք, մյուս կողմից ծխախոտի պահանջարկի գնային էլաստիկությունը ցածր է գրեթե բոլոր երկրներում: Այս է պատճառը, որ Արժույթի միջազգային հիմնադրամն, օրինակ, դիտարկում է ծխախոտի հարկումը որպես բյուջեի եկամուտների ավելացման արդյունավետ միջոց և խրախուսում է դրա բարձրացումը:

6. Հարկերի կցում ծախսերին

Ծխախոտի հարկերի բարձրացման արդյունքում պետական բյուջեի հարկային եկամուտների հավելանքն, ըստ շատ փորձագետների, ավելի ճիշտ կլիներ ծախսել հենց ծխախոտի դեմ պայքարի միջոցառումների ֆինանսավորման նպատակով: Տրամաբանությունն այն է, որ ավելի բարոյական կլիներ ծխողներից ստացված գումարներն ուղղել այդ ծխողների բուժման նպատակին: Աշխարհում գնալով ավելանում է այն երկրների քանակը, որոնք հատուկ ֆոնդեր են ստեղծում, որոնց միջոցները մասամբ կամ ամբողջապես գոյանում են ծխախոտի հարկերից կամ դրանց հավելաճից: Նման օրինակներ գրանցվել են ԱՄՆ մի շարք նահանգներում, Թաիլանդում, Չինաստանի որոշ շրջաններում: Մի շարք այլ երկրներում նման ֆինանսական միջոցներն ուղղորդվում են հանրային առողջության պահպանմանն ընդհանրապես:

Փորձը ցույց է տվել, որ այն երկրներում կամ շրջաններում, որոնք ծխախոտի հարկերի հավելաճից գոյացած միջոցներն ուղղում են հատկապես ծխախոտի դեմ պայքարին, ծխողների թվի կրճատման ծավալներն ամենամեծն են: Մասնավորապես ԱՄՆ Մասաչուսեթս նահանգում նման պրակտիկայի արդյունքում հաջողվել է երիտասարդ ծխողների քանակը նվազեցնել 50 տոկոսով: Չինացի տնտեսագետ Հուի վերլուծությունների արդյունքներով ծխախոտի դեմ պայքարին նպատակաուղղված ծախսերի կցումը ծխախոտի հարկերին հնարավորություն է տալիս նվազագույնի հասցնել այդ հարկերի աճի հետևանք

հանդիսացող բարեկեցության անկման չափը՝ այդպիսով արդարացնելով ծխախոտի հարկման խստացումը:

Միաժամանակ Հայաստանում և այլ՝ եկամտունների ցածր մակարդակ ունեցող երկրներում առկա են մման պրակտիկային դեմ խոսող մի քանի փաստարկներ: Դրանցից մեկն այն է, որ բյուջեի միջոցների սղության պատճառով կիրառվում է տարբեր ծախսերի կարևորության ավելի խիստ սամդղակ, ըստ որի առաջնություն են ստանում ծխախոտի դեմ պայքարից ավելի կարևոր համարվող ծախսերը և ցանկացած հավելյալ եկամտողիտարկվում է որպես նախ և առաջ մման ծախսերի ֆինանսավորման աղբյուր: Այդպիսիք են, օրինակ, պետական պարտքի սպասարկումը, կրթական ծրագրերի ֆինանսավորումը, պաշտպանական ծախսերը և այլն:

Երկրորդ փաստարկը Արժույթի միջազգային հիմնադրամի կողմից խրախուսվող այն պրակտիկան է, որի դեպքում եկամտունները «լցվում» են ընդհանուր զամբյուղ և այնուհետև ծախսվում ըստ քաղաքականության առաջնահերթությունների:

Թերևս այս երկու փաստարկներն են, որ, ըստ մեզ, առաջիկայում թույլ չեն տա խոսել Հայաստանում ծխախոտի հարկերից գոյացած միջոցները հակածխախոտային քաղաքականությանն ուղղելու որոշումների մասին:

7. Այլ նկատառումներ

Ծխախոտի հարկման քաղաքականության ճևավորման ժամանակ ի հայտ են գալիս ծխախոտի հարկերի բարձրացման մի շարք այլ փաստարկներ և հակափաստարկներ: Դրանցից մի քանիսը ներկայացված են ստորև:

7.1. ԻՆՖԿԻՆԻՏ

Ծխախոտի հարկերի բարձրացման հետևանքով, ըստ որոշ տնտեսագետների, հնարավոր է ինֆլյացիայի մեծացում: Այստեղ եթե դիտարկենք ինֆլյացիան գուտ որպես հաշվարկային ցուցանիշ, ապա խնդիրը համգում է դրա հաշվարկման հիմքում ընկած ապրանքային զամբյուղում ծխախոտի ընդգրկված լինելու կամ չլինելու փաստին: Որոշ երկրներում ինֆլյացիայի ցուցանիշը հաշվարկելու համար կիրառվում են մի քանի զամբյուղներ, որոնցից յուրաքանչյուրը կիրառվում է ըստ տարբեր նշանակության: Այնպիսի հաշվարկներում, որոնք կատարվում են

ինֆլյացիայի տարեկան տատանումներն ամրագրելու և համեմատությունների համար, հաշվի են առնում մառ ծխախոտի գները: Իսկ այն դեպքում, երբ մեծ հաշվարկների հիմնական մատակարար, ենթադրենք, ինդեքսացիան է, ծխախոտը հաշվի չի առնվում:

Հայաստանում ծխախոտային ապրանքները ինֆլյացիայի հաշվարկման ժամանակ հաշվի են առնվում: 6 տեսակի ծխախոտներ, որոնց մեծ մասը տեղական էժան ծխախոտներ են, կազմում են ինֆլյացիայի հաշվարկման ընդհանուր զամբյուղի 6.13 տոկոսը⁷: Սա նշանակում է, որ դրանց գնի 10% աճն առաջ կբերի 0.6% ինֆլյացիա:

7.2. ՄԱՔԱՆԵՆԳՈՒԹՅՈՒՆ

Ծխախոտի մաքսանենգությունն աշխարհում բավական լայն տարածում ունեցող երևույթ է: Այն հիմնականում ավելի տարածված է միջին ու ցածր եկամուտների մակարդակ ունեցող երկրներում: Հենց այս երկրներում էլ հաճախ հարկերի բարձրացման փորձերի ժամանակ լինում են առարկություններ, թե այդ բարձրացման հետևանքով կավելանա մաքսանենգությունը, ինչի արդյունքում էլ բյուջե մուտքագրվող եկամուտները սպասվածից քիչ կլինեն: Հիմնական հակափաստարկն այստեղ նույնպես համաշխարհային փորձն է, որը ցույց է տվել, որ նույնիսկ մեծ սովորային տնտեսություն ունեցող երկրներում ծխախոտի հարկերի բարձրացման արդյունքում բյուջեի եկամուտները դարձյալ աճ են արձանագրել, ընդ որում ծխախոտի գների 10% բարձրացման դեպքում այդ աճի միջին ցուցանիշն աշխարհի համար կազմել է 7% (Հայաստանի համար կատարված մեր հաշվարկում այս աճի չափը մոտ 18% էր):

Ակնկալվող եկամուտների վրա բացասական ազդեցություն կարող է ի հայտ գալ հիմնականում այն դեպքերում, երբ ծխախոտի հարկը գնի շատ մեծ բաժինն է կազմում: Սակայն, այս դեպքում էլ դրական ազդեցությունն ավելի մեծ է, քան մաքսանենգության ազդեցությունը:

Հայաստանում, բացի նշված փաստերից, առկա է մառ ծխախոտի հարկման յուրօրինակ և բավական արդյունավետ համակարգ, որի մասին արդեն խոսվել է: Այսպիսի համակարգը զգալի խոչընդոտներ է ստեղծում մաքսանենգության տարածման առջև և դրա ծավալումը Հայաստանում, որպես ծխախոտի հարկերի բարձրացման արդյունք, ըստ մեզ, հավանական չէ:

⁷ 2004 թվականի տվյալներով: Աղյուսակ՝ 33 կենտրոնական բանկ

8. Անփոփում

Վերը նկարագրված փաստերը, օրինակներն ու հաշվարկները խոսում են հոգուտ ծխախոտի հարկերի բարձրացման անհրաժեշտության, որի արդյունքում կարելի է ակնկալել մի կողմից ծխողների թվի կրճատում, մյուս կողմից՝ հավելյալ բյուջետային եկամուտներ: Հարկ է նշել, որ 2004 թվականի նոյեմբերին վավերացնելով Ծխախոտի դեմ պայքարի շրջանակային կոնվենցիան, Հայաստանը հաստատեց իր դիրքորոշումը բազմաթիվ այլ երկրների հետ մեկտեղ պայքար ծավալել՝ ուղղված ծխախոտի տարածվածության նվազեցմանը: Կոնվենցիան անդամակցող երկրներին խորհուրդ է տալիս քննարկել ծխախոտի հարկերի բարձրացման հարցը, որպես ծխելու դեմ պայքարի ամենաարդյունավետ միջոց:

1. Tobacco Control in Developing Countries. Prabhat Jha, Frank Chaloupka. Oxford University Press, Inc., New York, 2000
2. Սանձեղով համաճարակը. Երկրները և ծխախոտի դեմ պայքարի տնտեսագիտությունը. Համաշխարհային Բանկ, 1998
3. Economic, Social and Health Issues in Tobacco Control. World Health Organization, 2003
4. Налогообложение табачной продукции в Европейском регионе ВОЗ: практическое внедрение и трудности. Всемирная организация здравоохранения, 2004
5. Հայաստանի Հանրապետության սոցիալ-տնտեսական վիճակը: ՀՀ Ազգային վիճակագրական ծառայություն, 2003
6. Հայաստանի վիճակագրական տարեգիրք: ՀՀ Ազգային վիճակագրական ծառայություն, 2004
7. Ծխելու տնտեսական հետևանքները Հայաստանում: Մարդկային զարգացման միջազգային կենտրոն, 2004

Սույն գրքույկը տպագրվել է Հայաստանում
Բաց հասարակության ինստիտուտի
աջակցության հիմնադրամի կողմից
Մարդկային զարգացման միջազգային
կենտրոն-նին տրամադրված դրամաշնորհի
շրջանակներում իրականացված
ուսումնասիրությունների եւ վերլուծու-
թյունների հիման վրա: Այն անդրադառնում է
ծխախոտի հարկման
առանձնահատկություններին, ներկայացնում
է միջազգային փորձն այս ասպարեզում և
փաստարկում է Հայաստանում ծխախոտի
հարկման դրույքաչափերի ավելացման
անհրաժեշտությունը:

This publication was supported by a grant of
the Open Society Institute Assistance
Foundation. It comprises the tobacco taxation
particularities, presents the international
experience in this sphere and advocates for
the need to raise tobacco taxes in Armenia.
The project has been conducted by the
International Center for Human Development.