

UDC 336.02

SCOPUS CODE 1401

<https://doi.org/10.36073/1512-0996-2021-4-28-36>

## ელექტრონული კომერციის საგადასახადო დაბეგვრის პარადიგმები საქართველოში

- ანზორ აბრალავა** ბიზნესის ადმინისტრირების დეპარტამენტი, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი, საქართველო, 0160, თბილისი, მ. კოსტავას 77  
E-mail: a.abralava@gtu.ge
- ზურაბ ჯორბენაძე** ბიზნესის ადმინისტრირების დეპარტამენტი, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი, საქართველო, 0160, თბილისი, მ. კოსტავას 77  
E-mail: z.jorbenadze@gtu.ge

### რეცენზენტები:

**ნ. ბაკაშვილი**, აუდიტორული კომპანია „ნ.ბაკაშვილი და კომპანია“ გენ.დირექტორი, პროფესორი

E-mail: n.bakashvili@bakashviliandco.com

**დ. ბიბიჩაძე**, სტუ-ის ბიზნესტექნოლოგიების ფაკულტეტის პროფესორი

E-mail: d.bibichadze@gtu.ge

**ანოტაცია.** ელექტრონული კომერციის საგადასახადო დაბეგვრის მოცემულობა ერთ-ერთი სერიოზული გამოწვევაა ცივილიზებული მსოფლიოსა და მათ შორის ჩვენი ქვეყნისათვის. ციფრულმა ინდუსტრიამ პოსტფაქტუმ პოზიციაში ჩააყენა ქვეყნის საგადასახადო სივრცე ანუ საფრთხე შეუქმნა ქვეყნის ფისკალურ სუვერენიტეტს და საგადასახადო სისტემის ეფექტიან ფუნქციონირებას. უკვე ილუზია აღარ არის, რომ ელექტრონული კომერცია ახალ ეპოქას ქმნის გადასახადებით დაბეგვრის სფეროში. „სახდრების არმქონე“ მოვლენა – ელექტრონული კომერცია თითქოს გამოწვევად ითხოვს მასზე მორგებულ საგადასახადო სისტემას. ამ მიზ-

ნით არსებული პრობლემის პირველადი ნიშნულის გააზრება როგორც ეკონომიკურ, ისე სოციალურ თუ პოლიტეკონომიკურ მოთხოვნას წარმოადგენს.

**საკვანძო სიტყვები:** გადასახადი; ელექტრონული კომერცია; ვირტუალური საქონელი (მომსახურება); საგადასახადო დაბეგვრა.

### შესავალი

ელექტრონულმა კომერციამ სწრაფად შეცვალა ბიზნესის წარმართვის წესები. დღეს ონლაინოპერაციების რაოდენობა სწრაფად იზრდება, კომპანიები კი ნებისმიერ ბაზარზე და მსოფლიოს ნებისმიერ

რეგიონში ცდილობენ თავიანთ ბიზნესგეგმებში ელექტრონული კომერცია ჩართონ. ამ მოცემულობამ არათუ მსხვილ ფირმებს, არამედ მცირე საწარმოებსაც მისცა შესაძლებლობა, გაზარდონ კონკურენტუნარიანობა, ახლოს იყვნენ მომხმარებელთან. ამ რეალობამ გამოიწვია ხარჯების შემცირება, მასთან მოჰყვა მოგების ზრდა, მომხმარებლისთვის კი – ფასების შემცირება. ყოველივემ საბოლოო ჯამში საგადასახადო დაბეგვრის პარადიგმების გააზრების საკმაოდ მაღალი ნიშა წარმოშვა.

### ძირითადი ნაწილი

თანამედროვე მსოფლიოს ეკონომიკურ სივრცეში სულ უფრო ხელშესახები და არსებითი გახდა ელექტრონული კომერცია. ის გასული საუკუნის 60-იანი წლების ბოლოს იწყებს ეკონომიკის ცალკე სექტორად ჩამოყალიბებას. ამ პროცესს წინ უძღოდა ამერიკული კომპანიების American Airlines-ისა და IBM-ის მიერ ავიარების დასაჯდომი ადგილების ელექტრონულად დაჯავშნის სისტემის შემუშავება. ამ სახის ეკონომიკური მოვლენების განვითარებამ ძირფესვიანად შეცვალა წარმოდგენები ეკონომიკურ საკითხებზე.\*

დღეს ელექტრონული კომერცია თანამედროვე ეკონომიკის არსებითი სფეროა და მსოფლიო ფინანსური ბაზრის სოლიდურ ნაწილსაც მოიცავს. ამ

რეალობის მაპროვოცირებელი ფაქტორი არის ის, რომ საერთაშორისო კომპანია Juniper Research-ის მონაცემებით პლანეტაზე მცხოვრები 8 მილიარდამდე ადამიანი 50 მილიარდი მოწყობილობით ინტერნეტში არის ჩართული.

დღეს ბიზნესში ელექტრონული კომერცია არაორდინარული სტრუქტურულ-ფორმალური სისტემით შედის. ის მოიცავს გლობალურ კატეგორიებს და მასში მიმდინარე პროცესებს: ონლაინ-გაყიდვებს, ინტერნეტბანკინგს, ბილეთებისა და სასტუმროების დაჯავშნას, ასევე, საგადასახდელო სისტემებში ტრანზაქციებს, ონლაინმარკეტინგს და რეკლამას. ამ მოცემულობით ელექტრონული კომერცია ელექტრონული ვაჭრობის კატეგორიას „უახლოვდება“, მაგრამ თუ ამ ყოველივეს დავუმატებთ სატელეკომუნიკაციო ქსელით წარმართული ბიზნესის გაძლიერების წესებს, მაშინ ყალიბდება ახალი თვისებრივი მოცემულობა და მას ელექტრონული კომერცია ეწოდება. ეს მოსაზრება თანხვედრაშია მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაციის (მსო) პოზიციასთან – სატელეკომუნიკაციო ქსელის მეშვეობით ელექტრონული კომერცია აერთიანებს საქონლის წარმოებას, რეკლამას, გაყიდვას და გავრცელებას.

ტექნიკური კუთხით ელექტრონული კომერციის წარმართვა რთული პროცესი არ არის. ელექტრონული კომერციის პროცესი სამ ტექნიკურ საწყისს – სერვერს, მონაცემთა ბაზას და მომხმარებლისთვის

\* ელექტრონული კომერცია ელექტრონული ბიზნესის ერთ-ერთი შემადგენელი ნაწილია. მასში ელექტრონული კომერციის გარდა გაერთიანებულია ინტერნეტის და სხვა სახის ნებისმიერი კომპიუტერული ქსელის მეშვეობით განხორციელებული საქმიანობის სხვა სახეები – პარტნიორული ურთიერთობების დამყარება, შვილობილ საწარმოებთან ურთიერთქმედება, ასევე შიგნაფორმო მენეჯმენტი და სხვ. ამდენად, ჩვენი აზრით, მართებული არ არის ელექტრონული კომერციის და ელექტრონული ვაჭრობის სინონიმებად განხილვა.

საქონლის (მომსახურების) მიწოდების სისტემას ითხოვს. ამათგან კრიტიკულად მნიშვნელოვანია პირველი მდგენელი – ხარისხიანი და სწრაფი სერვერი. რაც შეეხება მონაცემთა ბაზას, იგი სჭირდება მსხვილ ბიზნესსუბიექტს, ხოლო თუ მომხმარებლისთვის მატერიალური საქონლის მიწოდება ლოჯისტიკას ითხოვს, ელექტრონული საქონლის ან მომსახურების მიწოდება ლოჯისტიკას არ საჭიროებს.

ინფორმაციული ტექნოლოგიის განვითარებამ კაცობრიობას სრულიად ახალი მოცემულობის მქონე ეკონომიკური ძალები მოუვლინა, სამეწარმეო სივრცეში გაჩნდა თვისებრივად ახალი სივრცე – ელექტრონული სამეწარმეო სივრცე.

ელექტრონული სამეწარმეო სივრცე ელექტრონული საქმიანობის ისეთ სახეებში გაიშლება, როგორცაა ელექტრონული მაღაზია, ელექტრონული აუქციონი, კორპორატიული პორტალი, ელექტრონული სავაჭრო მოედანი. ამ რეალობამ კი საგადასახადო სივრცე არაორდინარულ პირობებში ჩააყენა; თუ დღემდე ტრადიციული ანუ არსებული გადასახადით დაბეგვრის პრინციპები ასე თუ ისე აკმაყოფილებდა მისდამი წაყენებულ მოთხოვნებს, ახლა დღის წესრიგში დადგა თვისებრივად ახალი რანგის პრობლემა – ელექტრონული კომერციის მიმართ გამოყენებული იყოს ამ დარგის სპეციფიკით „გაჯერებული“ გადასახადით დაბეგვრის პრინციპები, სხვა სახის ალტერნატივა უბრალოდ არ არსებობს.

წარმოქმნილი რეალობის მიმართულებით დროსა და სივრცეში ადეკვატური და შესატყვისი ნაბიჯის გადადგმა საგადასახადო ტექნიკის და ტექ-

ნოლოგიის არა მხოლოდ დახვეწას, სრულყოფას გულისხმობს, არამედ თვით პრობლემის სხვა რაკურსით წაკითხვას ითხოვს. დავიწყოთ იმით, რომ თავდაპირველად არსებითი და გადამწყვეტი მნიშვნელობის გახდა ელექტრონული კომერციის საგადასახადო იურისდიქციის განსაზღვრის პრინციპის საკითხი, ანალოგიურად მნიშვნელოვანი არის საგადასახადის გადამხდელისა და გადასახადით დაბეგვრის ობიექტის იდენტიფიკაციის პრინციპის, ორმაგი დაბეგვრის თავიდან აცილების პრინციპის, გლობალური საგადასახადო სივრცის პრინციპის სრულად დაცვის მოთხოვნები და მათი რეალიზაციის ნიშნულის გაცნობიერება.

ელექტრონული კომერციის დაბეგვრის საკითხის სირთულე დასაბეგრი ბაზის მრავალსახეობიდან იღებს სათავეს. ელექტრონული კომერციის „დამსახურებით“ ყველა საქონელი და მომსახურება ორი სახის კატეგორიად დაიყო. პირველ ჯგუფს წარმოადგენს ე.წ. „ვირტუალური“ (ელექტრონული ციფრული) საქონელი და მომსახურება; მათ არამატერიალურ სიკეთეს უწოდებენ და საკმაოდ სპეციფიკური „წარმომავლობით“ ხასიათდება; მეტიც, ამ სახის საქონელი და მომსახურება შესაძლოა ელექტრონულ ან ციფრულ ფორმატში იქნეს გადაყვანილი ანუ მათ შეიცვალოს „ყოფიერი სახე“ რაც შეეხება მყიდველისთვის გადაცემას, ეს ელექტრონული ფოსტის მეშვეობით, ე.წ. ფაილის გადაგზავნით ხდება. ასეთ საქონლად ითვლება პროგრამული უზრუნველყოფა, ნაბეჭდი, მუსიკალური და ვიდეო-პროდუქცია, ინფორმაციული ხასიათის მომსახურება, კერძოდ კი, საგანმანათლებლო, სამედიცინო, ინჟინერინგული, იურიდიული, საკონ-

სულტაციო, ბუღალტრული, მარკეტინგული და ა.შ. ორივე შემთხვევაში სახეზეა საქონლის (მომსახურების) გაციფრულება, რომელიც ელექტრონული კომერციის შემდგომი განვითარების ერთგვარ მაპროვაცირებელ ნიშას წარმოადგენს.\*

ელექტრონული კომერციის მეორე ჯგუფის საქონელს შეადგენს ის საქონელი, რომლის ე.წ. გაციფრულება შეუძლებელია და მომხმარებელს ფიზიკური სახით წარედგინება. ეს არ ნიშნავს, რომ მოცემული კატეგორიის საქონელი ელექტრონული კომერციის პირობებში ვაჭრობის საგანი არ არის, პირიქით, სწორედ ამ სახისაა. საერთაშორისო ვაჭრობის ფორმატში ელექტრონული კომერციის საშუალებები შესაძლებლობას იძლევა სხვადასხვა ქვეყანაში მყიდველსა და გამყიდველს შორის კონტრაქტი იმგვარად დაიდოს, რომ მყიდველის ქვეყანაში გამყიდველის ყოფნა აუცილებელი არც კი იყოს. ამ დროს კი გაციფრულებას განიცდის არა უშუალოდ საქონელი, არამედ მიწოდების პირობების თაობაზე მყიდველსა და გამყიდველს შორის კომუნიკაცია.

ელექტრონული კომერციის დროს ელექტრონულ-ციფრულ ფორმატში შექმნილი ან ინტერნეტის მეშვეობით სატელეკომუნიკაციო მაგისტრალური ქსელით გადაცემის ფორმატში მყოფი გარდასახვის უნარის მქონე ვირტუალური დოვლათი მათთვის დამახასიათებელ უნიკალურ მახასიათებ-

ლებს იძენს. ამ მოცემულობას ემატება არაერთი „არაორდინარული“ დაშვება: ელექტრონულ-ციფრული საქონლისა და მომსახურების გარდასახვის უნიკალური შესაძლებლობიდან გამომდინარე, გარიგების შედეგად საქონლის გადაცემა გაშუალებულია ფულზე გაცვლით, მყიდველსა და გამყიდველს შორის ე.წ. მანძილის ფაქტორი ერთგვარად გამოირიცხება.

ელექტრონული კომერცია უშუალოდ თავისი არაორდინარული მოცემულობის გამო, შინაგანად ითხოვს დაბეგვრის სპეციალურ პრინციპებს. ეს, უპირველეს ყოვლისა, ეხება მოგების გადასახადს და დღგ-ს.\*\*

საგადასახადო კანონმდებლობა აქსიომატურად აღიარებს, რომ შემოსავლის ან (სარგებლის) მოგების გადასახადით დაბეგვრის მიზნისათვის წინა პლანზე რეზიდენტობასა და შემოსავლის წყაროზე დაფუძნებული პრინციპები. ამასთანავე, აქ მოგების გადასახადის კუთხით არსებითი მომენტია ელექტრონული კომერციის ე.წ. სივრცობრივი განშლის მოცემულობა. მხედველობაში უნდა მივიღოთ ისიც, რომ რეალობაში არსებობს ელექტრონული კომერცია ქვეყნის შიგნით ანუ ერთი ქვეყნის ფარგლებში და ელექტრონული კომერცია ორ ან მეტ ქვეყანას შორის ანუ საერთაშორისო კომერცია. ამ სახის ნიშნულების „დამსახურებით“ გადასახადით დაბეგვრის კუთხით, ჩვენი აზრით, საკმაოდ მნიშვნელო-

\*სხვათა შორის კოვიდპანდემიამ მაპროვაცირებელი ხასიათის ბალანსირება შეიტანა მსოფლიო ვაჭრობაში; ამ რეალობაში საერთო გაციფრულება სრულად განშლადი გახდა და თვისებრივად ახალ სიმაღლეზე აიყვანა უშუალოდ ელექტრონული კომერცია კი.

\*\*წარმოდგენილი სტატიის ფარგლებში ქვემოთ განვიხილავთ ელექტრონული კომერციის სივრცეში მხოლოდ მოგების გადასახადით დაბეგვრას.

ვანია ქვეყნის ფარგლებში მცირე საწარმოების პოზიცია. აქ შექმნილი სიტუაცია ე.წ. ბაზარზე ვაჭრობას ემსგავსება და ბაზარზე მოვაჭრეთა მსგავსად, ამ სახის სუბიექტები, მეტწილად გადასახადის გადახდისგან „თავის არიდების“ პოზიციაში ყოფნას ამჯობინებენ. ამ სახის მოცემულობაში გადასახადის აღმინისტრირება მეტ-ნაკლებად მიღწევადი ხდება; ამ მხრივ საინტერესოა ელექტრონული კომერცია ორ ან/და მეტ ქვეყანას შორის ანუ საერთაშორისო ელექტრონული კომერცია. აქ საგადასახადო კუთხით სერიოზულ პრობლემებს ვაწყდებით და სავსებით კანონზომიერია, რომ იგი „სპეციალურ“ საგადასახადო რეგულირებას ითხოვს. ამდენად, ეს მოცემულობა სერიოზული გამოწვევაა ცივილიზებული მსოფლიოსათვის და მათ შორისაა საქართველო.

ელექტრონული კომერციის მიმართ შექმნილი საგადასახადო მოცემულობა ითხოვს განისაზღვროს ქვეყანა, რომლის ბიუჯეტში გადახდილი იქნება მოგების გადასახადი. აქ კი დგება ორი საკმაოდ მნიშვნელოვანი საკითხი – ერთი, ორმაგი დაბეგრის თავიდან აცილება და მეორე, სახელმწიფო (ეროვნული) ბიუჯეტის შევსების აუცილებლობა.

არსებული წესის მიხედვით მოგების გადასახადი გადაიხდება სწორედ იმ ქვეყანაში, სადაც დარეგისტრირებულია კომპანია, მნიშვნელობა არა აქვს თუ საიდან მოდის დასაბეგრი შემოსავალი, აგრეთვე, კონკრეტულ ქვეყანაში იბეგრება უცხოური კომპანიის მოგება, თუ მას ამ ქვეყანაში მუდმივი წარმომადგენლობა აქვს. და თუ ასეთი წარმომადგენლობა არა აქვს, მაშინ კომპანიის შემოსავალი დაიბეგრება შემოსავლის წყაროსთან. ყოველივე ეს საკმაოდ მიღწევადია და ქვეყნები, მათ შორის საქართველოც, მეტ-

ნაკლებად წარმატებით აღწევენ. მაგრამ, როცა საქმე გვაქვს ელექტრონულ კომერციასთან, მაშინ კომპანიას მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში შეუძლია ისე წარმოართოს საქმიანობა, რომ არ შექმნას მუდმივი წარმომადგენლობა(!), ასევე არ დადგეს საგადასახადო აღრიცხვაზე და უბრალოდ ინტერნეტის მეშვეობით მომხმარებელს შესთავაზოს საქონელი და მომსახურება. მაშასადამე, რა გამოდის? დღეს კომპანიას ექმნება შესაძლებლობა პირდაპირ ივაჭროს სხვა ქვეყნებში ისე, რომ ამ ქვეყნებში არ გადაიხადოს მოგების გადასახადი. აქვე გვაქვს მეორე არანაკლებ მნიშვნელოვანი მომენტი – იმ ქვეყნებში, სადაც კომპანია დარეგისტრირებულია და საქმიანობას ელექტრონული კომერციის მეშვეობით ეწევა, სახელმწიფო მაკონტროლებელ ორგანოებს ხშირად არა აქვთ იმის შესაძლებლობა, რომ მათ გადასახადით დაბეგრას მიაღწიონ.

მოგების გადასახადის დარიცხვის პროცესის ერთგვარი „პრეამბულა“ გამოდის სერვერის განხილვა მუდმივი წარმომადგენლობის რანგში. აქ არსებითი მოცემულობაა სერვერის ფიზიკურად არსებობის ფაქტი. და თუ ეს მომენტი ამოვარდება, მაშინ საგადასახადო პასუხისმგებლობა უბრალოდ ქრება.

დღეს ელექტრონულმა კომერციამ ტექნიკური პროგრესის „დამსახურებით“ სერვერის ფიზიკურად არსებობის ფაქტი „დევალვაციის“ სიბრტეში გადაიტანა. მართალია სრულფასოვანია მოთხოვნა – სერვერი მუდმივი წარმომადგენლობის რანგში იყოს განხილული და მასზე „მიბმული“ მოგების გადასახადის დარიცხვის პროცესი სრულიად აღიარებული წესია, მაგრამ სერვერის ფიზიკურად არსებობის მოთხოვნა არცთუ ნათლად გამოკვეთილი გახდა. კერძოდ, სერვერის ფიზიკური არსებობა ვირტუალ-

ური სერვერის მოცემულობამ ჩაანაცვლა, როგორც სპეციალურ სამეცნიერო ლიტერატურაში მიანიშნებენ, „შექმნილი სტრუქტურა“ დაირღვა. ამ რეალობის ერთგვარი სტიმულატორი გახდა უკანასკნელ პერიოდში შექნილი დამაინტრიგებელი მოცემულობა; აშშ-ის უზენაესმა სასამართლომ 2018 წლის გადაწყვეტილების მიხედვით მუდმივი წარმომადგენლობის საკითხის მიმართ თავისი პოზიცია დააფიქსირა, კერძოდ, მან დაკოტის შტატის მიერ მიღებული გადაწყვეტილება სამართლებრივად სწორად აღიარა – აშშ-ის უზენაესმა სასამართლომ სერვერის ფიზიკურად არსებობის კრიტერიუმში „ხელოვნურ მოთხოვნად“ მიიჩნია და დაასკვნა: აღნიშნული მოთხოვნა „დისკრიმინაციულ“ პირობებში აყენებს მცირე მეწარმეებს ანუ ბიზნესსუბიექტებს და მეწარმეთა უფლებებს ბღალავს. ამ სახის მოცემულობა ერთგვარად ანეიტრალებს სერვერის ფიზიკური წარმომადგენლის რანგში ყოფნის კრიტერიუმს.

დღეს არაერთი ქვეყნის (ისრაელი, იტალია, ასევე ინდოეთი) საგადასახადო კანონმდებლობაში აღიარებულია მუდმივი წარმომადგენლობის ორი სახე – ფიზიკური და ციფრული. ამ მოცემულობის ფონზე საქართველოს საგადასახადო კოდექსმა უნდა აღიქვას არსებული რეალობა და ადეკვატური მარეგულირებელი ნორმებით უნდა შეხვდეს სინამდვილეს. ამ მიმართულებით მიანიშნებს პროფ. ზ. როგავა: „საზოგადოებრივ-პოლიტიკური და ეკონომიკური სიტუაციების ცვალებადობის შესაბამისად, სახელმწიფოს უნდა ჰქონდეს ადაპტირების და ადეკვატური რეაგირების შესაძლებლობა ახალ ეკონომიკურ და პოლიტიკურ პირობებზე“ [3].

უკანასკნელ პერიოდში საქართველოს სახელმწიფოს ახალი საგადასახადო მოცემულობის მიმართ მოქნილი და რელევანტური დამოკიდებულება აქვს. ამის წინა პირობაა ჯერ კიდევ 2009 წელს ჩამოყალიბდა, როცა ევროკომისიამ საქართველოს მთავრობას წარუდგინა რეკომენდაციები სხვადასხვა სფეროში განსახორციელებელი რეფორმების შესახებ. აღნიშნულ მოცემულობას სრულად შეესატყვისება საქართველოსა და ევროკავშირის შორის ასოცირების შეთანხმების IV კარის მე-6 მუხლიც [2].

ელექტრონული კომერციის მიმართ საგადასახადო მოცემულობის დაცვა-რეალიზაციის მიზნით, ჩვენი აზრით, ერთ-ერთი არსებითი მომენტია ის პოზიცია, რომ დღეს მოქმედ საგადასახადო კანონმდებლობაში უცილობლად გაიწეროს ცნება „ციფრული საქონელი“, „ციფრული მიწოდება“, ასევე ციფრული საქონლის ჩამონათვალი. ეს კი მოგების გადასახადის ადმინისტრირების პროცესს გარკვეულწილად გაამარტივებს. თუ ამ სახის არცთუ რთულ დათქმას „ბლოკჩეინის“ ტექნოლოგიის გამოყენება დაემატება, მაშინ, ცხადია, საგადასახადო ვალდებულების შესრულება დღევანდელი სრული შესატყვისი გახდება.

აღნიშნულის წინა პირობაა საგადასახადო სისტემაში დაბეგვრის ესტონური მოდელის დანერგვა-რეალიზაციის სრულიად წარმატებული პროცესი. ანალოგიურად, ცალკე აღნიშვნის ღირსია საქართველოს ფინანსთა სამინისტროს 2019 წლის 28 ივნისის №201 საჯარო გადაწყვეტილება კრიპტოაქტივის და მის მოსაპოვებლად გამოთვლითი სიჩქარის (სიმძლავრის) მიწოდების ოპერაციების გადასახადებით დაბეგვრის თაობაზე [4] და სხვ. ამ

სახის მოცემულობა საბოლოო ჯამში ელექტრონული კომერციის გადასახადით დაბეგვრის პროცესში სიცხადის და გარკვეულობის ნიშნულთან გვაახლოებს. ამ სახის რეალობაში ელექტრონული კომერციის მიმართებით თანაბარი საგადასახადო ტვირთის უზრუნველყოფა, საგადასახადო ეფექტიანობისა და სამართლიანობის რეალიზაცია სრულიად მიღწევადი ხდება.

### დასკვნა

დღეს, თანამედროვე მსოფლიო თანამეგობრობაში ელექტრონული კომერციის დაბეგვრისადმი ერთიანი კონცეპტუალური მიდგომა ჯერ კიდევ არ

არსებობს. ეს სრულებით კანონზომიერად ითხოვს, რომ საქართველომ ყურადღება უნდა მიაქციოს ამ სერიოზულ პროცესს – ელექტრონული კომერციის განვითარება სულ უფრო მზარდია, ხოლო ელექტრონული კომერციის საგადასახადო პარადიგმები მეტ ყურადღებას ითხოვს როგორც საკანონმდებლო, ისე თეორიული კუთხით. სხვა ალტერნატივა უბრალოდ არ არსებობს, საქართველოს საგადასახადო სივრცემ „ჩრდილოვან“ ნიშნულს თავი უნდა დააღწიოს ანუ საგადასახადო ვალდებულება ყველასთვის და ყველა მოცემულობაში სრულად აღქმადი უნდა იყოს.

### ლიტერატურა

1. Tax Code of Georgia. (2018). Tbilisi: The world of lawyers, p. 425 (In Georgian);
2. Gabisonia, Z. (2020). Some issues of legal regulation of e-commerce. Tbilisi: Georgian-German Journal of Comparative Law (3), pp. 41-49 (In Georgian);
3. Rogava, Z. (2002). Bills. Tax System and Tax Law, p. 360 (In Georgian);
4. Public Decision of the Ministry of Finance of Georgia. (2019). On taxation of cryptocurrency and transaction speed (capacity) delivery operations to obtain it. Retrieved from: <https://matsne.gov.ge/> (In Georgian);
5. Danilkevich, M. (2013). Taxation of e-commerce. Financial Journal (1). Retrieved from [www.nifi.ru](http://www.nifi.ru) (In Russian);
6. Frolova, L. (n.d). Taxation of e-commerce. Retrieved from [www.dissercat.com](http://www.dissercat.com) (In Russian);
7. What is e-commerce? E-commerce for beginners. Retrieved from [www.Interkassa.com](http://www.Interkassa.com) (In Russian).

UDC 336.02

SCOPUS CODE 1401

<https://doi.org/10.36073/1512-0996-2021-4-28-36>

## E-Commerce Taxation Paradigms in Georgia

- Anzor Abralava** Department of Business Administration, Georgian Technical University, Georgia, 0160, Tbilisi, 77 M. Kostava str.  
E-mail: a.abralava@gtu.ge
- Zurab Jorbenadze** Department of Business Administration, Georgian Technical University, Georgia, 0160, Tbilisi, 77 M. Kostava str.  
E-mail: z.jorbenadze@gtu.ge

### Reviewers:

**N. Bakashvili**, Professor, General Director of Auditing Company “N. Bakashvili and Company”

E-mail: n.bakashvili@bakashviliandco.com

**D. Bibichdze**, Professor, Faculty of Business Technologies, GTU

E-mail: d.bibichadze@mail.ru

**Abstract.** Taxation of e-commerce is one of the most serious problems for the civilized world, including our country. The digital industry has put the country’s tax space in a post facto position, threatening the country’s fiscal sovereignty and the efficient functioning of the tax system. It is no longer an illusion that e-commerce opens a new era in taxation. The phenomenon of «borderless» – e-commerce seems to challenge the tax system adapted to it. Understanding the problem for this purpose is both an economic, social and political-economic necessity.

**Keywords:** bills; e-commerce; taxation; virtual goods (services).



UDC 336.02

SCOPUS CODE 1401

HTTPS://DOI.ORG/10.36073/1512-0996-2021-4-28-36

## Парадигмы налогообложения электронной коммерции в Грузии

**Анзор Абралава**            Департамент бизнес администрирования, Грузинский технический университет,  
Грузия, 0160, Тбилиси, ул. М. Костава 77  
E-mail: a.abralava@gtu.ge

**Зураб Джорбенадзе**    Департамент бизнес администрирования, Грузинский технический университет,  
Грузия, 0160, Тбилиси, ул. М. Костава 77  
E-mail: z.jorbenadze@gtu.ge

### Рецензенты:

**Н. Бакашвили**, профессор, генеральный директор аудиторской компании «Н. Бакашвили и Компания»  
E-mail: n.bakashvili@bakashviliandco.com

**Д. Бибичадзе**, профессор факультета бизнес-технологий ГТУ  
E-mail: d.bibichadze@mail.ru

**Аннотация.** Налогообложение электронной коммерции – одна из самых серьезных проблем для цивилизованного мира, в том числе для нашей страны. Цифровая индустрия поставила налоговое пространство страны в положение постфактум, угрожая фискальному суверенитету страны и эффективному функционированию налоговой системы. Больше не иллюзия, что электронная коммерция открывает новую эру в области налогообложения. Феномен «безграничности» – электронная коммерция, похоже, бросает вызов адаптированной к ней налоговой системе. Понимание сути проблемы для этой цели является одновременно экономической, социальной и политико-экономической потребностью.

**Ключевые слова:** виртуальные товары (услуги); налогообложение; платёж; электронная коммерция.

*განხილვის თარიღი 27.09.2021*

*შემოსვლის თარიღი 21.10.2021*

*ხელმოწერილია დასაბეჭდად 28.12.2021*