

# الضرائب الوردية

م. هندرين حسن حسين  
كلية الادارة والاقتصاد / جامعة المستنصرية

P: ISSN : 1813-6729

<http://doi.org/10.31272/JAE.43.2020.125.A4>

E : ISSN : 2707-1359

لا شك قد يبدو الامر غريبا وانت تسمع او تقرأ عن الضرائب الوردية ، الى من ترنو هذه الغربية الى الضرائب ام الوردية المرتبطة بهذه الضرائب ومتى كانت الضرائب وردية وهي تعني دفع مبالغ اضافية ، وعليه يتم تعريف " الضريبة الوردية " في مجال السوق ( على انها المبلغ الاضافي الذي تدفعه النساء مقابل خدمات وسلع معينة ، وذلك لأنها غالبا ما يأتي في عبوات وسلع وردية ، ومخصصة ومصممة بتصميم أنثوي ، وغالبا ما تصمم سلع تستخدمها النساء مرافقة للون الوردية) .

وسيتناول موضوع الضرائب الوردية من خلال ثلاثة محاور كما يأتي :

أولا : الضريبة الوردية .. المصطلح والمفهوم والنشأة

ثانيا : يكلفك الأمر كثيراً أن تكوني امرأة

ثالثا: مطالبة بالمساواة بين التمييز الجندي والالاح التجاري  
ومن ثم الاستنتاجات والتوصيات والمصادر

## أولا : الضريبة الوردية .. المصطلح والمفهوم والنشأة

ظهر مصطلح " الضريبة الوردية " أو ما يعرف " ضريبة النساء " لأول مرة عام 1996 في الولايات المتحدة الأمريكية عقب نشر مجلة " فوربس " لتقرير يسلط الضوء على اشكالية وجود فرق سعري بين المنتجات النسوية والرجالية ذاتها ، وهذا الفرق بالسعر يرجع الى عدة اسباب منها الدراسات العلمية المرتبطة بالتجارة والتي تظهر اهتمام المرأة بالشكل الخارجي للمنتج مما يدفع الشركات المنتجة الى بذل مجهود اضافي على التغليف بالتالي تكبد الشركة المنتجة كلفة اضافية ، ثم ان الشركات المتوجهة للنساء تفوق تلك التي تقدم منتجاتها للرجال وعليه فان المنافسة بين الشركات الأولى مضاعفة مما يلزمها بالتوجه الى التسوق والاعلانات لزيادة نسبة مبيعاتها وعلى المرأة تحمل تلك التكلفة ، يضاف الى ذلك التجديد والموضة فغالما ان لكل موسم صيحات موضة متجددة فهذا التجديد السريع يكلف بالطبع الكثير من المال والمواد الأولية من أجل ابتكار نماذج تصميمات المواسم الجديدة وبالطبع أجور المصممين والبحث المستمر عما هو جديد ، هذه الأمور بالطبع تساهم في اضافة تكاليف على المصنع من أجل تزويد السوق والوصول المستهلكات الإناث وبالتالي تكلفة اضافية في الأسعار .

انتشر مصطلح الضريبة الوردية أو ضريبة النساء في الولايات المتحدة من قبل مجلة " فوربس " التي اظهرت أن النساء في " ولاية كاليفورنيا " ينفقن في المتوسط 1351 دولاراً كل سنة من الرجال مقابل منتجات العناية الشخصية كمشفرات الحلاقة والشامبو ومزيل العرق والعطور وغيرها .



مجلة الادارة والاقتصاد

العدد 125 / ايلول / 2020

الصفحات : 268-271

لا تفرض الحكومات ضريبة وردية على الطريقة التي تفرض بها ضريبة المبيعات أو ضريبة الأملاك أي انها عبارة عن تكاليف اضافية على بعض المنتجات التي تشتريها النساء ، بمعنى آخر انها ضريبة تمييزية تفرض على النساء فقط لأنهن نساء ، اذ أن الضريبة الوردية هي الضريبة التي تخضع لها نصف السكان فقط ، وربما ليسوا على علم بذلك فالضريبة الوردية ظاهرة غالباً ما تعزى الى شكل من اشكال التمييز على اساس النوع والجنس وهذا الاسم ناشئ عن ملاحظة أن العديد من هذه المنتجات متأثرة بالوردي اذ أن اللون الوردي مرتبط بالأنوثة في التصور الشائع ، والضرائب أو الرسوم الوردية لا تعني ارتفاع تكلفة المنتجات التي يقتصر استخدامها على النساء فقط ، بل يشير الى اسعار السلع والخدمات التي تقدم الى النساء مقارنة بالمنتجات والخدمات المماثلة الموجهة الى الرجال من الطفولة الى الشيخوخة.

أما الاثر الاقتصادي للضريبة الوردية هو ان النساء يتمتعن بقدر اقل من القوة الشرائية لاسيما في ظل وجود فجوات الأجور القائمة على النوع ، وترتبط القوة الشرائية بكمية السلع والخدمات التي يمكن لأي شخص شراؤها وبالنسبة الى الاسعار الحالية والدخل المتاح للإنفاق ، سيما ان النساء تدفع بالفعل أكثر من الرجال مقابل منتجات وخدمات متطابقة تقريباً ، وعليه يكسبون أقل مقابل العمل نفسه بالتالي لديهم وضع أصعب من الناحية الاقتصادية طوال حياتهم سواء بأهداف قصيرة الأجل مثل سداد الفواتير الشهرية أو مع أهداف طويلة الأجل مثل الادخار للتقاعد .

### ثانياً : يكلفك الأمر كثيراً أن تكوني امرأة

ليست هذه جملة مجازية ، ولا مبالغة نسوية ، لكن بالفعل تدفع الأنثى مقابلاً أكبر في المنتجات مما يدفعه الرجل في المنتجات الرجالية ويمكنك ان تتحقق من ذلك من خلال الاطلاع على اي منتج على الانترنت ، اذ ستجد المنتج الذي لا يختلف في أي شيء عن المنتج الرجالي ، سوى ان لونه وردي او احمر او قرمزي فاتح ولكن الاكيد سيكون سعره اعلى ، والمثال الكلاسيكي على ذلك ، هو شفرات الحلاقة ، اذا ان المنتج النسائي بهذا الخصوص سيكون سعره اعلى لمجرد اضافة الضريبة الوردية ، وهي ظاهرة اختلاف اسعار المنتجات والخدمات بناءً على الجنس ، فالمنتجات النسائية التي تتميز عادة باللون الوردي دائماً ما يفوق ثمنها المنتجات الرجالية المثيلة .

ضريبة جندرية ، أنت امرأة ؟ ادفعي ، لذلك لا يتعرض الجميع لدفع الضريبة الوردية ، فقط النساء هن من يدفعنها ، أو يشتري منتجات تسوق للنساء ، وقد لا تكون المرأة واعية لهذه الضريبة من الأساس ، لكن الأمر ببساطة هو النساء أن النساء يدفعن اموالاً أكثر لشراء منتجاتن ، ولا يحدث ذلك بسبب شراهة شرائية ، ولكن لأن المنتجات نفسها أعلى من المنتجات الرجالية .

والضريبة الوردية ترافق الفرد منذ الطفولة وعادة ما تجد العباب الاناث اعلى من العباب الذكور ، فالشركات تأخذ الأمر بجدية فمثلاً الدراجة الوردية تباع بسعر اعلى من الدراجة الصفراء او الزرقاء والسؤال من اين يأتي هذا الاختلاف الجندي للأسعار ؟ .

وفي دراسة اجريت في الهند على عدة متاجر لبيع منتجات أساسية وثنائية من نظارات شمسية و عطور ومزيلات بخصوص الضريبة الوردية ، وتبرر الضريبة الوردية بان المرأة تحتاج الى مواد اكثر حساسية وقد تكون غالية السعر تضاف الى تصنيع المواد والسلع المصنعة للمرأة ، فضلاً عن ذلك عادة ما تبرر الشركات المصنعة ذلك بالقول ان جسم المرأة يحتاج منتجات أكثر نعومة ، وبالتعبية يزيد سعرها ، لكن بمجرد ان تتفحص مكونات المنتج لن تجد اختلافاً ملحوظاً، لذلك توصلت الدراسة التي اجريت على العديد من المنتجات بلغت 800 منتج للرجال والنساء ، لأكثر من 90 علامة تجارية ، وعلى مواقع الانترنت واشتملت على العباب واكسسوارات وملابس أطفال وكبار ومنتجات للعناية الشخصية ومنتجات لتنظيف البيوت ، توصلت هذه الدراسة الى ان المنتجات النسائية تزيد في اسعارها بنحو 7% أكثر من اسعار المنتجات الرجالية ، اذ كانت أعلى بنحو 7% من اللعب والاكسسوارات و 4% في ملابس الاطفال و 8% في ملابس الكبار و 13% في منتجات العناية الشخصية و 8% في منتجات نظافة البيوت ، وتزيد منتجات العناية بالشعر النسائية عن المنتجات الرجالية المثيلة بنسبة 48% وفي المملكة المتحدة بنيت دراسة أن النساء يدفعن أكثر من الرجال على المنتجات المثيلة بنحو 37% .

### ثالثاً: مطالبة بالمساواة بين التمييز الجندي والاحاح التجاري

كما تضافرت الجهود العالمية من اجل المساواة بين الرجل والمرأة في الحقوق والواجبات ، تتضافر الجهود العالمية لحد من مظاهر التمييز العنصري القائم على النوع الاجتماعي ، في محاولة منها احقاق الحق وخلق مساواة بين الرجل والمرأة في المجالات كافة بما يضمن تحقيق العدالة الاجتماعية من جهة ، واحترام كينونة الانسان أياً كان من جهة أخرى ، غير أن هذا الهدف من وجهة نظر نسائية بعيدة المنال طالما أن القطاع التجاري ملتزم ومصر على استمرار فرض ضرائب اضافية على المنتجات النسائية .

## الضرائب الواردية

وهناك مساعي دولية رامية الى تحقيق المساواة بين الجنسين ، والهدف تساوي اسعار منتجات النساء والرجال في السوق لان هناك توافق في مميزات وصفات هذه السلع فلا داعي لان تدفع النساء احيانا أكثر من الرجال مقابل السلع نفسها لمجرد انها وردية اللون بالرغم من أنه ما من علاقة علمية تفسر اللون الوردي والتصاقه بالمرأة حصراً ، بل انها نتيجة موروثات ثقافية وهذا ما يعرف بالضريبة الواردية التي تحدد وفقاً لجنس الانسان. ان منتجات الشعر المخصصة للنساء تباع بسعر يزيد 48% من تلك المخصصة للرجال ، واستناداً لدراسة أجراها مكتب شؤون المستهلكين في مدينة نيويورك في نهاية 2015 ونشرت على موقع " nyc.gov " ظهر أن منتجات الشعر المخصصة للنساء تباع بسعر اعلى ، الدراسة قارنت بين 800 منتج منها أنواع للنساء واخره للرجال وتتبع هذه المنتجات 90 علامة تجارية مختلفة تباع في مدينة نيويورك . أما في فرنسا ، فإن النساء الفرنسيات تنفق حوالي 770 يورو في السنة أكثر من الرجال ، وفقاً لمجلة "Mademoiselle" ، كما أن هذا التمييز لا يقتصر على البالغات فقط ، إذ أنه يشمل الاطفال من الاناث ايضا فملابس الاطفال الاناث أعلى من ملابس الذكور بنحو 13% ولعب الاطفال للبنات أكثر كلفة بنحو 11% من لعب الذكور ، حتى ولو كانت ألعاب مناظرة الا باختلاف ألوانها التي تميل الى الألوان الزاهية . والسؤال المطروح لماذا الضريبة الواردية تطال النساء فقط ، زار موقع " شريكة ولكن " وأجرى مقارنة بين مجموعة منتجات ليثبت ما ورد ، إذ أن ثلاث شفرات حلاقة بعبوة زرقاء مثلاً يبلغ سعرها 7500 ليرة لبنانية ، فيما تبلغ الواردية اللون من الشركة المنتجة نفسها " 10.500 ليرة ، مما يؤكد وجود هذه الضريبة في لبنان .

يرجع خبراء الاقتصاد التسعير المبني على الجنس الى عدة أسباب اولها الدراسات العلمية المرتبطة بالتجارة والتي تظهر اهتمام المرأة بالشكل الخارجي للمنتج مما يدفع الشركات المنتجة الى بذل مجهود اضافي على التغليف والتعليب وبالتالي تكبد كلفة اقتصادية اضافية ، فضلاً عن ذلك الشركات المتوجهة للنساء تفوق تلك التي تقدم منتجاتها للرجال وعليه فإن المنافسة بين الشركات الأولى مضاعفة مما يلزمها بالتوجه الى التسويق والاعلانات لزيادة نسبة مبيعاتها وعلى المرأة تحمل تلك التكلفة . وعلى الرغم من الحجج التي تطرحها الشركات من اجل تبرير الضرائب الواردية لكن هناك ثلاث حجج رئيسية يطرحها المشككين ضدها هي كما يأتي :

- 1- اختلاف السلع النسائية والسلع الرجالية ، حتى عندما تبدو متشابهة ، ويعود هذا الى خصوصية المرأة ، فالأكيد شفرة حلاقة المرأة غير شفرة حلاقة الرجل ، وتحتاج الى صناعة خاصة وعلبة خاصة وتكاليف اكثر .
  - 2- قوانين الاقتصاد تمنع التمييز السعري اذ يجادل بعض الاقتصاديين بأن تجار التجزئة ومقدمي الخدمات لا يستطيعون حقاً أن يفرضوا على النساء سعراً أكبر مقابل منتج مماثل ، لأنهم اذا فعلوا ذلك فان الشركات المنافسة التي تحاول الحصول على هذه الارباح ستزيد المعروض مما يدفع الأسعار الى الهبوط .
  - 3- المرأة ذكية ولديها حرية في الاختيار ، وعندنا الاستعداد بدفع اسعار اعلى من اجل ان تظهر بمظهر افضل .
- وخلاصة الموضوع ان هناك دوافع واسباب وتحليلات اقتصادية يرجع بها خبراء الاقتصاد للتسعير المبني على الجنس وهو يعود الى عدة أسباب منها :

- 1- الدراسات العلمية المرتبطة بالتجارة والتي تظهر اهتمام المرأة بالشكل الخارجي للمنتج مما يدفع الشركات المنتجة الى بذل مجهود اضافي على التغليف والتعليب وبالتالي تكبد الشركة المنتجة كلفة اضافية .
- 2- أن الشركات المتوجهة للنساء تفوق تلك التي تقدم منتجاتها للرجال وعليه فان المنافسة بين الشركات المختصة ستكون مضاعفة مما يعني حاجتها الى تكاليف اعلى للتسويق والاعلانات لزيادة نسبة مبيعاتها وعلى المرأة تحمل تلك التكلفة .
- 3- معظم النساء تدرن أن كلما كان سعر المنتج مرتفع نسبياً فهذا يعني أن هذا المنتج يلبي احتياجاتها منه على فرض أن المنتج موجه لها كلياً .
- 4- ان التمييز السعري بين الرجال والنساء هو ببساطة استراتيجية تسويقية ويرجع ذلك الى اعتقاد المسوقين أن النساء أقل حساسية لتغير الأسعار أي أن النساء لا يأخذن في الاعتبار العوامل الاقتصادية والتكلفة .

### الاستنتاجات

- 1- النساء يدفعن اسعاراً اعلى من الرجال فيما يتعلق بسلعهم الخاصة ، وكأن الضريبة الواردية ، الرجال معفيين منها بلبا شك .
- 2- الضريبة التي تدفعها المرأة فيما تسمى بالضريبة الواردية على خلاف الرجل نتيجة الاضافات الخارجية على علبة المنتج النسائي التي تحمل الشركات كلفة اقتصادية اضافية يحولها المنتج على المستهلك .
- 3- تحمل الضريبة الواردية من قبل النساء فيه اجحاف لاسيما ان القوة الشرائية للنساء اقل من الرجال وهذا يعود الى الفجوة الواضحة في الاجور والمرتببات بين النساء والرجال لاسيما في البلدان الصناعية .

### التوصيات

- 1- مع الجهود العالمية للحد من مظاهر التمييز العنصري القائم على النوع الاجتماعي وتقليل الفوارق بين اسعار السلع المنتجة للرجال والنساء من اجل احقاق الحق وخلق مساواة تحمي العدالة الاجتماعية .
- 2- تفعيل قوانين الاحتكار ودعوة المنظمات والجمعيات الحقوقية بضرورة منع التمييز القائم على اساس الجنس والنوع والغاء الفجوة السعرية على اساس النوع الجندي .
- 3- مكافحة الاستغلال الاقتصادي والمادي من قبل الشركات والمحلات التجارية المبني على النوع الاجتماعي.
- 4- تنظيم حملات من قبل منظمات المجتمع المدني لاسيما النسائية منها عبر وسائل التواصل الاجتماعي لإثارة الانعكاسات النفسية والاقتصادية والمالية على النساء وطرح مقترحات المقاطعة للتبضع في حالة الاستمرار بالإشعار التمييزية ، والسلع ذات السعر المرتفع.

### Source

- 1- خدعة الضريبة الوردية .... كم تدفعين مقابل كونك انثى ، موقع الجزيرة : [www.AJazeera.net](http://www.AJazeera.net).
- 2- الضريبة الوردية : لماذا تدفع النساء أكثر من الرجال ، ؟ موقع شريكة ولكن .  
[sharikawaklaken.media](http://sharikawaklaken.media).
- 3- الضرائب الوردية .. تكلفة كون المستهلك أنثى .. موقع الباحثون المصريون ( [www.egyres.com](http://www.egyres.com) ).
- 4- Egyptian researchers, pink taxes, the cost of a female consumer, [www.egyres.com](http://www.egyres.com).
- 5- Arab Economy website, the pink tax, men are undoubtedly exempt from it, [www..ar-economist.com](http://www..ar-economist.com).
- 6- Arabic content site with new thinking, the pink tax, between both gender discrimination and commercial urgency, [22arabi.com](http://22arabi.com).

.....  
.....  
.....