



HIỆN TRẠNG THU THUẾ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TẠI VIỆT NAM

NGUYỄN QUANG TIẾN - Phó trưởng Ban Cải cách Hiện đại hóa (Tổng cục Thuế)

Hiện nay, Việt Nam vẫn chưa có một chính sách thuế và quy trình quản lý thuế riêng cho hoạt động thương mại điện tử. Thời gian tới, khi kinh tế Việt Nam hội nhập đầy đủ và chuyển từ kinh tế hàng hoá sang kinh tế dịch vụ, hoạt động thương mại điện tử ở Việt Nam sẽ có nhiều chuyển biến, chính sách thuế thương mại điện tử sẽ phải được hệ thống hóa và pháp điển hóa hợp lý để đáp ứng đầy đủ việc quản lý loại hình thuế này.

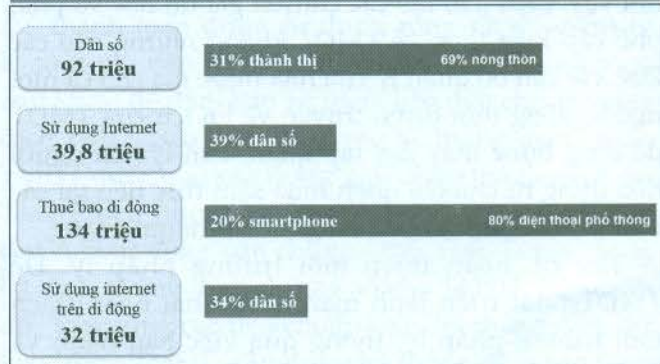
Tiềm năng phát triển thương mại điện tử ở Việt Nam

Thương mại điện tử (TMĐT) tại Việt Nam thời gian qua đã ghi nhận những bước phát triển vượt bậc. Tính đến ngày 1/1/2015, với số dân là 92 triệu người, Việt Nam có 39,8 triệu người sử dụng internet (tương đương với 44%, đứng thứ 18 trên 20 quốc gia có số lượng người dùng Internet nhiều nhất trên thế giới, xếp thứ 8 tại khu vực châu Á và thứ 3 khu vực Đông Nam Á), 28 triệu người sở hữu tài khoản mạng xã hội (chiếm 31%), 32 triệu người sử dụng internet trên di động (tương đương với 34%).

Sự tăng trưởng Internet ở Việt Nam được coi là nhanh nhất châu Á, với tỷ lệ trung bình hàng năm 20%. Bên cạnh đó, với ưu thế lực lượng dân số trẻ, khả năng thích ứng nhanh với các thiết bị điện tử trong hoạt động giao dịch thương mại, Việt Nam được đánh giá là một trong những nước có tiềm năng phát triển rất lớn về TMĐT. Theo thống kê của Cục TMĐT và công nghệ thông tin thuộc Bộ Công Thương (VECITA), tổng doanh thu TMĐT năm 2013 đạt 2,2 tỷ USD, năm 2014 khoảng 4 tỷ USD và năm 2015, doanh thu ước đạt 6 tỷ USD.

Báo cáo TMĐT năm 2014 của Bộ Công Thương cho thấy, việc ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động sản xuất kinh doanh của các DN đang ngày càng phổ biến và rộng rãi. 100% DN có trang bị máy tính, trong đó 99% DN đã có kết nối internet, 97% DN sử dụng email cho mục đích kinh doanh. Các DN kinh doanh trong lĩnh vực TMĐT ngày càng tăng. Theo thống kê của Hiệp hội TMĐT Việt Nam (VECOM), số lượng hội viên Hiệp hội TMĐT tính đến năm 2015 là 158 hội viên, gồm 138 DN và 20 cá nhân. Bên cạnh đó, theo thống kê của Trung tâm Internet

HÌNH 1: TỶ LỆ SỬ DỤNG INTERNET CỦA NGƯỜI VIỆT NAM



Nguồn: Bộ Công Thương

Việt Nam (VNNIC), tính đến tháng 3/2015, tổng số tên miền “.vn” đã đăng ký là 584.543 tên miền; trong đó, tổng số tên miền đang duy trì trên hệ thống là 308.678 tên miền. Đối với tên miền quốc tế mà các tổ chức, cá nhân đăng ký với VNNIC, số lượng đạt được là 217.235 tên miền quốc tế. Xét theo địa bàn hoạt động, các thành phố lớn vẫn là nơi tập trung tỷ lệ DN có website cao nhất: Hà Nội (69%), TP. Hồ Chí Minh (56%), Hải Phòng (37%), Đà Nẵng (36%) và Cần Thơ (32%). Về các hoạt động trực tuyến của người dân khi truy cập internet qua các thiết bị điện tử viễn thông, Tập đoàn nghiên cứu thị trường và thương hiệu CIMIGO đã tiến hành khảo sát và đưa ra các con số thống kê như hình 1:

Các hình thức kinh doanh thương mại điện tử

Theo nền tảng công nghệ

Bên cạnh việc cung cấp hàng hóa, dịch vụ, sản phẩm số trên các thiết bị kết nối truyền thống như máy tính để bàn hay máy tính xách tay, TMĐT trên



nền tảng di động (mobile e-commerce) thông qua các thiết bị di động thông minh như: Điện thoại hay máy tính bảng... cũng đang trở nên phổ biến, do mức độ thuận tiện, linh hoạt, kết nối dễ dàng, dễ định danh, dễ định vị hơn so với các thiết bị kết nối truyền thống.

Theo hình thức giao dịch

Tại Việt Nam, giao dịch TMĐT được chia thành các nhóm sau:

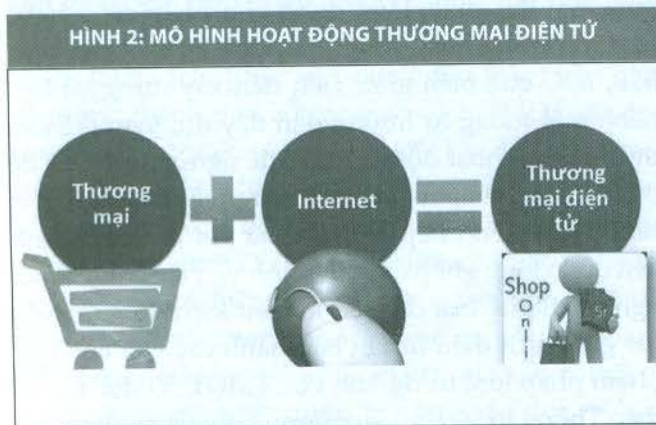
- Cung cấp dịch vụ tìm kiếm thông minh và quảng cáo trực tuyến (Google, Yahoo, Bing, Youtube, Facebook...);
- Cung cấp sàn giao dịch TMĐT (lazada.vn, Sendo.vn, zalora.vn, tiki.vn); các website khuyến mại trực tuyến (hotdeal.vn, muachung.vn, lingo.vn...); đấu giá trực tuyến (ebay.vn, kiemthem.vn, sohot.vn).
- Cung cấp các dịch vụ chứng khoán, tài chính, pháp lý (FPT securities, Vndirect, Misa, Fast accounting);
- Các dịch vụ thanh toán trung gian (ví điện tử, mã thẻ...);
- Cung cấp các sản phẩm số (nhạc, phim, e-book...);
- Kinh doanh trò chơi trực tuyến (bán vật phẩm ảo trong game, gift code, đặt quảng cáo trực tuyến...);
- Dịch vụ xử lý dữ liệu, lưu trữ điện toán đám mây, chuyển nhượng tên miền;
- Ứng dụng giải pháp công nghệ vào các hoạt động kinh doanh truyền thống như Uber, Grabtaxi, siêu thị "ảo"...

Theo chủ thể tham gia giao dịch

Các hình thức giao dịch phổ biến hiện nay gồm:

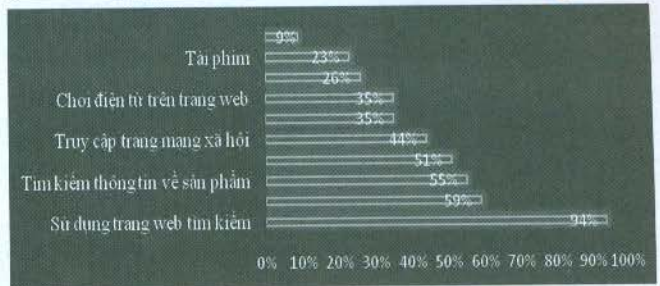
- Giao dịch B2B (giao dịch giữa DN và DN);
- Giao dịch B2C (giao dịch giữa DN với người tiêu dùng);
- Giao dịch G2B (giao dịch giữa chính phủ với DN);
- Giao dịch G2C (giao dịch giữa Chính phủ với cá nhân).

Theo chủ quyền đánh thuế của quốc gia, vùng lãnh thổ



Nguồn: Tác giả tổng hợp

HÌNH 3: CÁC HOẠT ĐỘNG TRỰC TUYẾN CỦA NGƯỜI DÂN KHÍ TRUY CẬP INTERNET



Nguồn: Tác giả tổng hợp

Trong TMĐT nếu là hàng hóa hữu hình thì ngoài việc đặt hàng và xử lý đơn hàng trên mạng điện tử, việc giao hàng, vận chuyển và thanh toán thường vẫn theo phương thức truyền thống. Tuy nhiên, nếu là các sản phẩm số hoặc dịch vụ thì việc thanh toán thường là hình thức thanh toán không dùng tiền mặt qua ngân hàng hoặc qua các kênh thanh toán trung gian khác như ví điện tử. Các hoạt động cung cấp dịch vụ, sản phẩm số qua biên giới được thực hiện theo 4 hình thức phổ biến sau:

- Cung cấp qua biên giới: Khi sản phẩm số, dịch vụ được cung cấp từ lãnh thổ của một nước sang lãnh thổ của một nước khác. Hoạt động này có thể được tạm hiểu là hoạt động xuất, nhập khẩu dịch vụ qua biên giới. Ví dụ xuất, nhập khẩu phần mềm, trò chơi trực tuyến.
- Tiêu dùng ở nước ngoài: Khi một người tiêu dùng dịch vụ nhưng dịch vụ này được cung cấp tại lãnh thổ của một nước khác (mua vé máy bay, thuê khách sạn, khám chữa bệnh, trả học phí ở nước ngoài).
- Cung cấp dịch vụ có sự hiện diện thương mại: Khi nhà cung cấp dịch vụ thành lập một chi nhánh, văn phòng đại diện hay một công ty con ở một nước khác để cung cấp dịch vụ; hoặc thực hiện các hoạt động hỗ trợ (ví dụ như: Các Công ty Google, Apple, Uber đều có các đại diện được thành lập tại Việt Nam).
- Cung cấp dịch vụ, sản phẩm số không có sự hiện diện thương mại tại Việt Nam như cung cấp dịch vụ đào tạo trực tuyến...

Hiện trạng thu thuế thương mại điện tử và những vấn đề đặt ra

Để đáp ứng yêu cầu quản lý thuế đối với một lĩnh vực mới và đặc thù như TMĐT, trong năm 2012, Tổng cục Thuế đã thành lập Tổ công tác nghiên cứu quản lý thuế đối với hoạt động TMĐT và bộ phận thường trực tại Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh. Tổ công tác đã chỉ đạo toàn Ngành thực hiện rà soát, thu thập thông tin từ các nguồn khác nhau nhằm nhận diện các cá nhân, tổ chức có hoạt động kinh doanh TMĐT;

xây dựng hồ sơ để tiến hành phân tích rủi ro và lựa chọn các DN có doanh thu lớn, rủi ro cao để đưa vào kế hoạch thanh tra, kiểm tra hàng năm. Theo hướng này, một số cục thuế lớn đã tiến hành thanh tra, kiểm tra thí điểm các DN có hoạt động kinh doanh TMĐT, điển hình như: Quảng cáo trực tuyến, trò chơi trực tuyến, dịch vụ thẻ cào, bán hàng qua mạng... nhằm xác định các sai phạm trong việc thực hiện nghĩa vụ thuế. Trong năm 2012, Cục Thuế TP. Hà Nội đã thu thập hồ sơ và khảo sát thông tin của 26 DN kinh doanh TMĐT, từ đó đã ra quyết định thanh tra, kiểm tra đối với 08 DN. Kết quả cho thấy, cơ quan thuế đã giám sát thuế giá trị gia tăng (GTGT) được khấu trừ 2,7 tỷ đồng; giảm lỗ 26,6 tỷ đồng và truy thu 8,7 tỷ đồng. Tương tự tại Cục Thuế TP. Hồ Chí Minh, năm 2012 đã thanh tra 09 DN, qua đó đã kiến nghị giảm lỗ 2,5 tỷ và truy thu 1,8 tỷ đồng. Trong năm 2013, Tổng cục Thuế trực tiếp thanh tra 4 DN kinh doanh trong lĩnh vực TMĐT và đã truy thu trên 80 tỷ đồng. Mặc dù vậy, con số này vẫn là chưa tương xứng với dư địa nguồn thu từ lĩnh vực kinh doanh TMĐT.

trong năm 2015, Tổng cục Thuế sẽ nghiên cứu tham mưu Bộ Tài chính ban hành bổ sung một số quy định về thuế để điều chỉnh toàn diện hơn đối với các hình thức kinh doanh TMĐT; Ưu tiên tập trung vào các giao dịch có rủi ro lớn về thuế như quảng cáo trực tuyến, cung cấp nội dung số, giao dịch tiền ảo, mua bán vật phẩm trong game, mua bán thẻ code.

Từ thực tiễn công tác thanh tra, kiểm tra các DN kinh doanh trong lĩnh vực TMĐT, cơ quan thuế bước đầu đã nhận diện được một số sai phạm có tính chất điển hình như:

Một là, đối với loại hình quảng cáo trực tuyến bằng Google: Các DN vi phạm thường không kê khai đủ hoặc kê khai sai doanh thu thuế GTGT; không kê khai thuế nhà thầu đối với dịch vụ của một số công ty đa quốc gia như Google, Yahoo... có phát sinh dịch vụ ở Việt Nam.

Hai là, đối với loại hình kinh doanh thẻ điện thoại hoặc thẻ game online: Các hành vi vi phạm chủ yếu là chiết khấu thanh toán cho khách hàng theo tỷ lệ không phù hợp với khoản chiết khấu nhận được từ nhà cung cấp;

Ba là, các DN sử dụng tài khoản cá nhân để thanh toán các khoản phí dịch vụ nước ngoài không kê khai doanh thu tính thuế. Đa số các DN sử dụng website để quảng bá sản phẩm, hàng hóa, bán trực tiếp cho người tiêu dùng là cá nhân nhưng không xuất hóa đơn bán hàng, không kê khai doanh thu tính thuế

GTGT và thuế thu nhập DN. Ngoài ra, trong quá trình tìm kiếm, thu thập thông tin trên báo chí, trên mạng internet, ngành Thuế cũng đã phát hiện được nhiều cá nhân tiến hành các giao dịch mua bán tiền "ảo", chuyển nhượng các vật phẩm "ảo" trong game; hay cho thuê ứng dụng để đặt quảng cáo trực tuyến có doanh thu lên đến hàng chục tỷ, thậm chí hàng trăm tỷ đồng nhưng chưa kê khai, nộp thuế đầy đủ.

Do TMĐT có những tính chất đặc thù như quy mô hoạt động rộng trên môi trường Internet có tính phi biên giới; dễ dàng thay đổi, che giấu hoặc xóa dữ liệu giao dịch nên cơ quan thuế gặp không ít khó khăn trong việc xác định thu nhập thực tế của DN. Mặt khác, bên cạnh các hình thức thanh toán không dùng tiền mặt (thẻ tín dụng, séc...) trong năm 2014, NHNN đã ban hành bổ sung Thông tư 39/2014/TT-NHNN hướng dẫn về dịch vụ thanh toán trung gian, tạo điều kiện cho các hình thức thanh toán trực tuyến càng trở nên đa dạng hơn, linh hoạt hơn (như ví điện tử, dịch vụ hỗ trợ thu hộ, chi hộ). Theo đó, các cá nhân, tổ chức hoàn toàn có thể thực hiện các giao dịch qua mạng internet từ khâu đặt hàng cho đến khâu thanh toán, đặc biệt là đối với các giao dịch TMĐT xuyên biên giới. Mặc dù, chưa có số liệu thống kê đầy đủ nhưng NSNN chắc chắn là thất thu không nhỏ, trong khi sự phối hợp giữa ngành Thuế với các bộ, ngành liên quan để tăng cường hiệu quả quản lý thu NSNN đối với hoạt động TMĐT vẫn còn hạn chế.

Để nâng cao hiệu quả quản lý thuế và tăng thu NSNN từ hoạt động kinh doanh TMĐT trong thời gian tới, ngành Thuế dự kiến tập trung vào các nhóm giải pháp sau:

Thứ nhất, trong năm 2015, Tổng cục Thuế sẽ nghiên cứu tham mưu Bộ Tài chính ban hành bổ sung một số quy định về thuế để điều chỉnh toàn diện hơn đối với các hình thức kinh doanh TMĐT; Ưu tiên tập trung vào các giao dịch có rủi ro lớn về thuế như quảng cáo trực tuyến, cung cấp nội dung số, giao dịch tiền ảo, mua bán vật phẩm trong game, mua bán thẻ code; Ứng dụng giải pháp công nghệ di động trong hoạt động kinh doanh, các giao dịch B2B, B2C qua biên giới; Tiến đến xây dựng và ban hành một thông tư hướng dẫn đầy đủ, toàn diện về thuế đối với hoạt động TMĐT để người nộp thuế dễ thực hiện và chấp hành pháp luật thuế đầy đủ. Ngoài ra, Bộ Tài chính tiếp tục đề xuất với các bộ, ngành liên quan lồng ghép các quy định về việc hoàn thành nghĩa vụ thuế của các bên là điều kiện để thực hiện các giao dịch điện tử khi ban hành các văn bản quy phạm pháp luật trong lĩnh vực TMĐT. Ví dụ: Tại dự thảo Thông tư về chuyển nhượng quyền sử dụng tên miền của Bộ Thông tin và Truyền thông, nếu quá thời

HÌNH 4: THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRÊN NỀN TẢNG DI ĐỘNG



Nguồn: Tác giả tổng hợp

hạn 90 ngày, các bên tham gia chuyển nhượng tên miền không có chứng từ chứng minh nghĩa vụ nộp thuế sẽ không được giải quyết hồ sơ chuyển nhượng tên miền Internet.

Thứ hai, xây dựng cơ sở dữ liệu riêng để quản lý các DN kinh doanh TMĐT bao gồm các thông tin: Thông tin định danh (tên, địa chỉ công ty, địa chỉ website, ngành nghề kinh doanh, số giấy phép đăng ký hoạt động sàn giao dịch TMĐT...); thông tin về tình hình thực hiện nghĩa vụ thuế; thông tin về tình hình tài chính. Thực tế, việc khai thác cơ sở dữ liệu trên hệ thống của ngành Thuế hiện nay gặp nhiều khó khăn, do việc đăng ký ngành nghề kinh doanh của các DN chưa sát với hoạt động kinh doanh thực tế. Ngoài ra, cần nghiên cứu, phát triển công cụ tìm kiếm internet phục vụ quản lý thuế theo thông lệ quản lý của các nước phát triển. Điển hình như: Đức, Hà Lan, Anh, Nhật Bản, Hàn Quốc... đều sử dụng công nghệ tìm kiếm thông minh trên các trang web có hoạt động TMĐT để xác định hoạt động TMĐT chưa được kê khai thuế; ghi chép các kết quả làm bằng chứng để sử dụng trong quá trình tính thuế và thanh tra, kiểm tra...

Thứ ba, thực hiện áp dụng quản lý rủi ro trong quản lý thuế đối với hoạt động TMĐT, tổng hợp các hành vi trốn/tránh thuế phổ biến của người nộp thuế, phân loại người nộp thuế theo các nhóm điển hình để có các biện pháp quản lý thuế phù hợp. Do TMĐT có những lợi thế đặc thù so với thương mại truyền thống (chi phí đầu tư ban đầu thấp) nên các đối tượng tham gia vào các giao dịch TMĐT rất đa dạng từ tổ chức đến cá nhân, từ DN lớn đến DN vừa, nhỏ siêu nhỏ. Do đó, việc phân loại quản lý rủi ro người nộp thuế là hết sức cần thiết. Đối với người nộp thuế là những DN có rủi ro lớn về thuế, sẽ tăng cường thanh tra, kiểm tra; đối với người nộp thuế là các cá nhân kinh doanh nhỏ lẻ tham gia vào các giao dịch nhỏ lẻ, số lượng lớn và giá trị giao dịch thấp, sẽ đẩy mạnh công tác tuyên truyền, giáo dục để họ chấp hành pháp luật thuế đầy đủ. Ngoài ra, để tạo

đà cho TMĐT phát triển thuận lợi, ngành Thuế cần đẩy mạnh việc triển khai đồng bộ và rộng rãi các dịch vụ thuế điện tử như khai thuế, nộp thuế điện tử, hoá đơn điện tử. Theo mục tiêu của ngành Thuế, dự kiến đến hết năm 2015, tỷ lệ nộp thuế điện tử phần đầu đạt trên 90% chỉ tiêu đặt ra.

Thứ tư, tổ chức đào tạo cho các công chức làm công tác quản lý thuế đối với hoạt động TMĐT nhằm trang bị kiến thức về TMĐT, kiến thức ngoại ngữ, công nghệ thông tin và kỹ năng thanh tra, kiểm tra bằng phương pháp máy tính. Để thực mục tiêu này, trong Chương trình quản lý thuế đối với TMĐT năm 2015, ngành Thuế phối hợp với Bộ Công Thương, Bộ Thông tin và Truyền thông tổ chức các khóa đào tạo nâng cao năng lực quản lý cho các cán bộ công tác trong lĩnh vực TMĐT.

Tính đến đầu năm 2015, Việt Nam đã ký Hiệp định tránh đánh thuế hai lần với 71 nước và vùng lãnh thổ (trong đó có Điều khoản về trao đổi thông tin). Đây là khung pháp lý quan trọng để Việt Nam thực hiện trao đổi thông tin với các nước phục vụ công tác quản lý thuế đối với các giao dịch TMĐT qua biên giới B2B và B2C.

Thứ năm, tăng cường trao đổi thông tin với cơ quan thuế các nước. Tính đến đầu năm 2015, Việt Nam đã ký Hiệp định tránh đánh thuế hai lần với 71 nước và vùng lãnh thổ (trong đó có Điều khoản về trao đổi thông tin). Đây là khung pháp lý quan trọng để Việt Nam thực hiện trao đổi thông tin với các nước phục vụ công tác quản lý thuế đối với các giao dịch TMĐT qua biên giới B2B và B2C. Ngoài ra, để đảm bảo công tác quản lý thu thuế trong lĩnh vực TMĐT đạt hiệu quả cao đối với các tổ chức nước ngoài (không có cơ sở thường trú tại Việt Nam) có thể nghiên cứu bổ sung thêm điều khoản Hỗ trợ thu thuế theo mẫu Hiệp định thuế mới của Tổ chức Hợp tác và Phát triển kinh tế (OECD) vào mẫu Hiệp định tránh đánh thuế hai lần giữa Việt Nam với các nước và vùng lãnh thổ.

Cuối cùng là đẩy mạnh hợp tác giữa ngành Thuế với các bộ, ngành (Bộ Công Thương; Bộ Thông tin và Truyền thông; Bộ Công an; Ngân hàng Nhà nước), các công ty viễn thông, các công ty hoạt động trong lĩnh vực công nghệ thông tin, truyền dẫn, cung cấp hạ tầng mạng; cung cấp sàn giao dịch TMĐT, đăng ký tên miền, thuê máy chủ, thuê đường truyền dẫn, thanh toán qua ngân hàng... để xác định các hành vi vi phạm pháp luật thuế và kịp thời có biện pháp xử lý nhằm nâng cao tính tuân thủ của người nộp thuế.