

Kinh nghiệm các nước về quản lý hoạt động thương mại điện tử

Tương mại điện tử là một trong những động lực quan trọng thúc đẩy sự phát triển kinh tế, làm cho hoạt động thương mại của các doanh nghiệp vượt ra khỏi phạm vi quốc gia và trở thành hoạt động mang tính toàn cầu. Tuy nhiên, việc quản lý thuế đối với hoạt động thương mại điện tử hiện còn nhiều hạn chế. Vì thế, để thúc đẩy phát triển và quản lý hoạt động thương mại điện tử có hiệu quả cần xem xét một số kinh nghiệm các nước trong việc quản lý thuế đối với hoạt động thương mại điện tử.

1. Quản lý thuế đối với hoạt động thương mại điện tử

Thuế là một trong những khoản thu chính cho ngân sách nhà nước, vì thế phần lớn các nước trên thế giới và khu vực đều tập trung quản lý thuế một cách chặt chẽ, nhất là quản lý thuế đối với hoạt động thương mại điện tử.

Trung Quốc

Theo Tổng cục Hải quan Trung Quốc, đến hết năm 2014, nước này có hơn 2.000 doanh nghiệp thương mại điện tử xuyên biên giới. Các giao dịch xuất khẩu sản phẩm ra thị trường nước

ngoài (Hoa Kỳ 17,2%, Anh 16,3%, Hong Kong 15,8%) được thực hiện bởi các thương nhân Trung Quốc. Từ tháng 7/2013 đến tháng 11/2014, giá trị xuất khẩu và nhập khẩu của các doanh nghiệp thương mại điện tử đạt lần lượt là 700 triệu RMB (tương đương 112,4 triệu USD) và 740 triệu RMB (tương đương 118,8 triệu USD). Bên cạnh đó, hệ thống giám sát hải quan ước tính, tổng thời gian từ khi đặt hàng, thanh toán cho đến khi kiểm tra và thông quan hàng hóa ở Trung Quốc chỉ chưa tới 5 phút. Thủ tục nhanh chóng tạo thuận lợi cho hoạt động thương mại điện tử phát triển mạnh. Tổng doanh thu của ngành thương mại điện tử các năm 2015, 2016, 2017 lần lượt đạt 5,4 tỷ RMB, 6,3 tỷ RMB và 7,6 tỷ RMB¹.

Chính phủ Trung Quốc đã áp dụng nhiều biện pháp để thúc đẩy việc quản lý thuế đối với hoạt động thương mại điện tử, đặc biệt với hoạt động xuất - nhập khẩu và trong bối cảnh tăng cường nguồn thu ngân sách nhà nước. Ngày 30/12/2013, Trung Quốc ban hành Thông tư số 89 về chính sách thuế cho xuất khẩu bán lẻ hàng hóa thương mại điện tử xuyên biên giới, có hiệu lực từ ngày 01/01/2014. Theo đó, hoàn thuế, miễn thuế giá trị gia tăng và thuế tiêu thụ đối với hàng xuất khẩu của những doanh nghiệp bán lẻ thương mại điện tử nếu đáp ứng được điều kiện: (i) Là người đóng thuế và có giấy xác nhận được giảm hoặc miễn thuế của cơ quan nhà nước có thẩm quyền; (ii) Có tờ khai hàng hóa xuất khẩu (chỉ dùng cho mục đích hoàn thuế xuất khẩu) đối với hàng hóa xuất

¹ <https://www.chinainternetwatch.com/19774/china-cross-border-e-commerce-insights-20162017/http://www.100ec.cn/detail-6436223.html>.

khẩu; thông tin trên tờ khai phải tương thích với các thông tin điện tử đi kèm; (iii) Đã nhận được ngoại tệ đối với hàng xuất khẩu trước khi hết hạn thời gian ghi trong tờ khai hoàn thuế (miễn thuế); (iv) Nếu là doanh nghiệp ngoại thương thì cần có hóa đơn giá trị gia tăng và biên lai thu thuế tiêu thụ đặc biệt dành cho hàng xuất khẩu đã mua (hoặc hóa đơn thanh toán thuế giá trị gia tăng và biên lai thu thuế tiêu thụ đặc biệt dành cho hàng nhập khẩu).

Các doanh nghiệp xuất khẩu thương mại điện tử không đáp ứng những yêu cầu trên vẫn có thể được miễn trừ thuế nếu đã đăng ký thuế, hoàn thành tờ khai xuất khẩu của hải quan, có giấy tờ hợp pháp và giá trị để chứng minh đã mua hàng hóa để xuất khẩu.

Hàn Quốc

Hàn Quốc là một trong những nước có tiềm năng thu hút đầu tư của các nhà phân phối, bán lẻ toàn cầu lớn. Chính phủ Hàn Quốc đã mở rộng các quy định về giá trị tính thuế giá trị gia tăng, trong đó đánh thuế đối với những nội dung số hóa dành cho khách hàng là người Hàn Quốc. Trong năm 2015 - 2016, giá trị xuất nhập khẩu thương mại điện tử của Hàn Quốc đạt lần lượt 47,6 tỷ USD và 55,9 tỷ USD, sau đó tăng mạnh trong năm 2017, đạt 77,9 tỷ USD².

Từ ngày 01/7/2015, các nhà cung cấp dịch vụ điện tử ở nước này áp dụng mức thuế suất thuế giá trị gia tăng 10% trên doanh số bán hàng cho khách hàng là người Hàn Quốc, bất kể họ có hiện diện tại Hàn Quốc hay không. Quy trình quản lý thuế đối với hoạt động thương mại điện tử được thực hiện theo các bước cụ thể.

2 <https://www.export.gov/article?id=Korea-eCommerce>.

(1) *Đơn giản hóa quy trình đăng ký kinh doanh*: Cơ quan thuế Hàn Quốc giảm thiểu các thủ tục đăng ký và cụ thể hóa các yêu cầu tại trang điện tử. Các đơn vị kinh doanh có thể tải mẫu đăng ký trên trang điện tử <http://nts.go.kr/eng> và nộp thuế thông qua thư điện tử. Đối với những doanh nghiệp hoạt động trước ngày 01/7/2015, người nộp thuế có thể làm thủ tục đăng ký với cơ quan thuế vào ngày 20/7/2015 (trong trường hợp này, các hoạt động kinh doanh được coi là bắt đầu từ ngày 01/7/2015 và người trả thuế có 20 ngày để hoàn thành thủ tục đăng ký).

(2) *Nộp thuế giá trị gia tăng*: Việc thanh toán các dịch vụ thương mại điện tử thực hiện bằng đồng ngoại tệ, số lượng tiền thanh toán được chuyển thành đồng won theo tỷ giá ngoại tệ cơ bản kể từ ngày cuối cùng của giai đoạn tính thuế liên quan.

(3) *Phạt tiền nếu chưa nộp thuế giá trị gia tăng*: Nếu doanh nghiệp đã nộp tờ khai thuế giá trị gia tăng nhưng không thanh toán đúng hạn sẽ phải chịu phạt 3% thuế giá trị gia tăng chưa thực hiện cùng với số thuế phạt bổ sung là 1,2% mỗi tháng kể từ ngày hết hạn.

Ấn Độ

Hoạt động thương mại điện tử tại Ấn Độ đang được kỳ vọng sẽ đạt doanh thu 70 tỷ USD vào năm 2020. Tuy nhiên, hiện Ấn Độ vẫn chưa có chính sách quản lý thuế hoàn chỉnh đối với hoạt động thương mại điện tử, bởi Ấn Độ là nước Cộng hòa Liên bang nên các loại thuế thường bị chồng chéo, tạo ra áp lực lớn đối với người nộp thuế.

Luật Thuế hàng hóa và dịch vụ (GST) được ban hành vào năm 2014 và có hiệu lực thi hành kể từ ngày 01/04/2016 được kỳ vọng trở thành động lực cho khu vực thương mại điện tử, giúp thúc đẩy tăng trưởng kinh tế của Ấn Độ. GST sẽ tạo một hệ thống

thuế chung, thay thế hầu hết các khoản thuế gián thu bằng một loại thuế đơn nhất, với mức thuế suất giảm từ 18 - 22%. Thuế đã trả ở bang trước được coi là nguồn tín dụng đầu vào của doanh nghiệp nên sẽ được khấu trừ ở giai đoạn sau, tránh tình trạng cùng một hàng hóa dịch vụ nhưng phải chịu nhiều loại thuế.

2. Thanh tra thuế đối với trong thương mại điện tử

Ngoài việc quản lý thuế đối với ngành thương mại điện tử, việc kiểm tra trốn thuế đối với các hoạt động thương mại điện tử, đặc biệt công nghệ cao, là hết sức cần thiết. Do đó, các nước trên thế giới đã thành lập trung tâm chống trốn thuế công nghệ.

Hàn Quốc

Để nâng cao khả năng thanh tra, kiểm tra và đấu tranh với các doanh nghiệp thương mại điện tử vi phạm pháp luật, Hàn Quốc lập Trung tâm chống trốn thuế công nghệ cao thuộc Cục Thuế vùng Seoul, để điều tra các trường hợp trốn thuế đối với hoạt động thương mại điện tử. Trung tâm này có 30 cán bộ, trong đó có 15 cán bộ công nghệ thông tin trình độ cao. Các cục thuế vùng có 8 cán bộ công nghệ thông tin chuyên trách, hỗ trợ.

Cơ quan thuế sẽ nắm bắt và thu thập từ máy chủ cơ sở dữ liệu các giao dịch thương mại điện tử bao gồm tất cả các dữ liệu liên quan đến hoạt động kinh doanh như thông tin người sử dụng, thực tế mua bán sản phẩm, thông tin liên quan đến thanh toán thẻ tín dụng, hàng tồn, nội dung chuyển hàng... Quy trình điều tra thuế đối với giao dịch thương mại điện tử được áp dụng như với các doanh nghiệp kinh doanh các loại hình thương mại khác.

Trong quá trình điều tra thuế đối với giao dịch thương mại điện tử, Tổng cục Thuế Hàn Quốc được hỗ trợ đắc lực bởi những chuyên gia công nghệ thông tin trong việc nắm bắt, thu thập dữ liệu điện toán; phục hồi các tệp tin bị xóa trong máy tính công,

đọc các file đặt mã, thu thập e-mail; thu thập cơ sở dữ liệu của hệ thống quản lý kế toán, cơ sở dữ liệu kinh doanh và phân tích sự thay đổi của dữ liệu (dữ liệu đăng nhập theo từng hội viên, dữ liệu mua bán trực tuyến; những thông tin về cơ sở dữ liệu liên quan đến máy chủ, trang chủ như đặt trước, bán và thanh toán điện tử).

Việc thiết lập hạ tầng công nghệ thông tin hiện đại cho công tác quản lý thuế thương mại điện tử đã góp phần xây dựng nền tảng để thực thi chính sách thuế chặt chẽ, công bằng và minh bạch, qua đó phòng ngừa trốn thuế hiệu quả, đồng thời tạo thuận tiện cho người nộp thuế nhờ các dịch vụ đa dạng.

Thái Lan

Từ tháng 4/2014, Chính phủ Thái Lan đã chính thức đánh thuế đối với các hoạt động thương mại điện tử (quảng cáo, tiếp thị điện tử sẽ là mục tiêu chính). Bên cạnh đó, Tổng cục Thuế làm việc với Cơ quan Phát triển giao dịch điện tử Thái Lan (ETDA) về việc áp dụng mức thuế cụ thể đối với các công ty Thái Lan hoặc nước ngoài kinh doanh thương mại điện tử. Giá trị thương mại điện tử của Thái Lan tăng từ 63 tỷ USD (năm 2014) lên hơn 71 tỷ USD (năm 2015) và tăng lên 80 tỷ USD (năm 2017). Theo dữ liệu của ETDA, có khoảng 300.000 công ty hoạt động trong lĩnh vực thương mại điện tử, tuy nhiên chỉ có 2.000 công ty đăng ký trong hệ thống thu thuế của Tổng cục Thuế. Tổng lượng thuế thu hằng năm từ các công ty này chỉ vào khoảng 300 triệu baht (8,6 triệu USD). Tổng cục Thuế Thái Lan dự kiến sẽ chi khoảng hơn 2 tỷ baht (gần 67 triệu USD) để lắp đặt các hệ thống máy tính phục vụ thu thuế thương mại điện tử, với mục tiêu tăng mức thu từ thuế giá trị gia tăng lên ít nhất 100 tỷ baht (gần 3 tỷ USD) vào năm 2022.

3. Bài học kinh nghiệm cho Việt Nam

Với sự phát triển của Internet và các thiết bị di động, đặc biệt là smartphone cùng hàng ngàn thẻ ngân hàng phát hành mỗi ngày, thương mại điện tử Việt Nam đang đứng trước thời cơ bùng nổ doanh thu.

Theo Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin, (Bộ Công Thương), thương mại điện tử đang có bước phát triển rất nhanh nhờ hệ thống viễn thông phát triển vượt bậc với khoảng 1/3 dân số Việt Nam truy cập Internet. Tỷ lệ website có tính năng đặt hàng trực tuyến là 58%, trong đó tỷ lệ website có tính năng thanh toán trực tuyến là 15%.

Theo kết quả điều tra khảo sát năm 2014 của Cục thương mại điện tử và Công nghệ thông tin, giá trị mua hàng trực tuyến của một người trong năm ước tính đạt khoảng 145 triệu USD và doanh số thu từ thương mại điện tử B2C đạt khoảng 2,97 tỷ USD, chiếm 2,12% tổng mức bán lẻ hàng hóa cả nước. Sản phẩm được lựa chọn tập trung vào các mặt hàng như đồ công nghệ và điện tử (60%), thời trang, mỹ phẩm (60%), đồ gia dụng (34%), sách, văn phòng phẩm (31%) và một số các mặt hàng khác. Năm 2015 con số này đã đạt 4 tỷ USD, tăng gấp 2 lần so với năm 2013 (2 tỷ USD), năm 2016 đạt 5 tỷ USD, năm 2017 đạt khoảng 6,2 tỷ USD.

Google đã trở thành thành viên của Hiệp hội thương mại điện tử Việt Nam và kỳ vọng thu được 30 triệu USD mỗi năm. Alibaba và eBay cũng đã nhanh chân tìm được đại diện chính thức, trong khi Amazon và Rakuten đang tiến tới thiết lập quan hệ đối tác, hoặc mua cổ phần tại các hãng thương mại điện tử Việt Nam. Một số doanh nghiệp Thái Lan, Hàn Quốc cũng đang tìm đường đầu tư, có thể thông qua một doanh nghiệp khác hoặc tự thực hiện.

Qua nghiên cứu cách thức quản lý hoạt động thương mại điện tử của một số nước, có thể rút ra một số bài học kinh nghiệm tham khảo cho Việt Nam:

(1) Việt Nam cần xây dựng một bộ máy quản lý thuế riêng chuyên biệt để quản lý hoạt động thương mại điện tử. Bộ phận này trực thuộc và chịu sự điều hành của cơ quan thuế trung ương. Nhân lực cán bộ thuế của bộ phận này phải là những cán bộ được tuyển chọn kỹ lưỡng, vừa có hiểu biết chuyên sâu về công nghệ thông tin, vừa đáp ứng được yêu cầu về kiến thức nghề nghiệp.

(2) Xây dựng cơ chế thu thập và xử lý thông tin hữu hiệu, theo đó cơ quan thuế phải nghiên cứu kỹ lưỡng về xu hướng phát triển của thương mại điện tử để lựa chọn kênh thu thập thông tin có hiệu quả cao. Bên cạnh đó, cơ quan thuế cần có sự phối kết hợp với các cơ quan, ban, ngành khác để có thể thu thập được các thông tin mang tính chất đa chiều.

(3) Chính phủ cần chú trọng công tác tuyên truyền, hỗ trợ nhằm nâng cao ý thức và trách nhiệm của người nộp thuế, tạo điều kiện để họ thực hiện đầy đủ nghĩa vụ của mình.

(4) Qua kinh nghiệm của Hàn Quốc, công tác thanh tra, kiểm tra đóng vai trò rất quan trọng trong việc phát hiện và ngăn chặn kịp thời các gian lận của người nộp thuế. Do đó, cơ quan thuế Việt Nam cần đầu tư cho công tác này về cả nguồn nhân lực thực hiện lẫn máy móc, trang thiết bị hỗ trợ cho việc thi hành công vụ của các cán bộ thanh, kiểm tra.

(5) Thương mại điện tử bao gồm các giao dịch giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp, người tiêu dùng, chính phủ, do đó đòi hỏi người sản xuất, người phân phối, người tiêu thụ, các nhà công nghệ và cơ quan chính phủ phải có mối quan hệ chặt chẽ; các giao dịch phải có một đội ngũ chuyên gia công nghệ thông tin mạnh,

thường xuyên cập nhật những công nghệ mới, đồng thời mỗi người tham gia phải có kỹ năng trao đổi thông tin một cách thành thạo trên mạng Internet... Bởi vậy, bên cạnh việc đào tạo các chuyên gia tin học, cần phổ cập kiến thức, kỹ năng về thương mại điện tử cho các doanh nghiệp, các cán bộ quản lý và người dân.

ThS. Nguyễn Thị Thùy Minh

Tài liệu tham khảo

1. Nguyễn Thị Thùy Dương (2013), *Kinh nghiệm quản lý thuế của các nước OECD*, Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế số 8/2013.
2. <http://www.vtca.vn/vtca.nsf/0/Kinh-nghiem-quan-ly-thue-quoc-te-va-bai-hoc-kinh-nghiem-cho-Viet-Nam-19.htm>;
3. Tapchitaichinh.vn, *Một số vấn đề đặt ra trong quản lý thuế đối với thương mại điện tử*.
4. OECD (2016), *Tax Policy Reforms in the OECD*.
5. European Commission (2014), *Tax Reforms in EU Member States, 2014 Report, Working Paper N.48 - 2014*.
6. *UK Finance Bill, 2015 - Final*.
7. *Revenue Statistics in Asian Countries 2015: Trends in Indonesia, Malaysia and the Philippines*, Yearbook of Statistics Singapore, 2016.