QUẢN LÝ THUẾ ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

PHẠM NỮ MAI ANH

Sự phát triển mạnh mẽ của thương mại điện tử ở nước ta thời gian qua có sự đóng góp tích cực của hệ thống các doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực thương mại điện tử. Số lượng các doanh nghiệp khởi nghiệp trong lĩnh vực thương mại điện tử ngày càng tăng, nhưng công tác quản lý thuế đối với các doanh nghiệp này vẫn còn những khó khăn, bất cập cần phải có những giải pháp thích hợp nhằm nâng cao hiệu quả quản lý thuế đối với hoạt động thương mại điện tử góp phần tăng tính tuân thủ tự nguyện của các doanh nghiệp.

Từ khóa: Quản lý thuế, thuế với thương mại điện tử, quản lý thuế với hoạt động thương mại điện tử

TAX ADMINISTRATION TOWARDS E-COMMERCE ENTERPRISES

Pham Nu Mai Anh

The system of e-commerce businesses has recently contributed greatly to the outburst development of e-commerce. The number of startups in e-commerce sector is increasing while the tax administration toward them is still limited, therefore, it is necessary to have appropriate solutions to improve effective tax administration for e-commerce activities, thereby improving the voluntary compliance of businesses.

Keywords: Tax administration, e-commerce tax, tax administration toward e-commerce activities

Ngày nhận bài: 13/3/2019
Ngày hoàn thiện biên tập: 5/4/2019
Ngày duyệt đăng: 9/4/2019

Thực trạng quản lý thuế đối với các doanh nghiệp kinh doanh thương mại điện tử

Cũng như nhiều nước khác trên thế giới có hoạt động thương mại điện tử (TMĐT) phát triển, những năm qua, hoạt động TMĐT ở Việt Nam đã có những bước phát triển ấn tượng. Về quy mô, với điểm xuất phát thấp khoảng 4 tỷ USD vào năm 2015 nhưng nhờ tốc độ tăng trưởng trung bình trong ba năm liên tiếp cao nên quy mô thị trường TMĐT năm 2018 đạt khoảng 7,8 tỷ USD. Nếu tốc độ tăng trưởng của năm 2019 và 2020 tiếp tục đạt mức 30% thì tới năm 2020 quy mô thị trường sẽ lên tới 13 tỷ USD, cao hơn mục tiêu trong Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT giai đoạn 2016 – 2020 với kế hoạch đạt 10 tỷ USD vào năm 2020.

Theo Báo cáo e-Conomy SEA 2018 của Google và Temasek, quy mô thị trường TMĐT Việt Nam năm 2018 là 9 tỷ USD. Báo cáo dự báo tốc độ tăng trưởng trung bình năm của giai đoạn 2015 - 2018 là 25% và thị trường đạt 33 tỷ USD vào năm 2025. Nếu kịch bản này xảy ra, quy mô thị trường TMĐT Việt Nam năm 2025 đứng thứ 3 ở Đông Nam Á, sau Indonesia (100 tỷ USD) và Thái Lan (43 tỷ USD).

Số liệu thống kê trên Cổng Thông tin Quản lý hoạt động TMĐT cho thấy, số lượng các website đăng ký cập nhật đến cuối tháng 3/2019 có 25.604 website TMĐT bán hàng, 986 website cung cấp dịch vụ TMĐT và 87 ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT. Tuy nhiên, số liệu khảo sát của Hiệp hội TMĐT Việt Nam cho thấy, giai đoạn từ năm 2013 – 2018, tỷ lệ doanh nghiệp (DN) có website không thay đổi quá nhiều. Các DN đã chú trọng hơn đến việc chăm sóc các trang website nhằm quảng bá tốt hơn cho DN.

Hoạt động TMĐT trên phạm vi toàn quốc được phát triển trên nhiều hình thức giao dịch, diễn ra giữa 3 nhóm tham gia chủ yếu: DN, Chính phủ, người tiêu thụ. Các giao dịch này được tiến hành ở nhiều cấp độ khác nhau, bao gồm: B2C - Giữa DN với người tiêu thụ: Mục đích cuối cùng là dẫn tới việc người tiêu thụ có thể mua hàng tại nhà mà không cần tới cửa hàng; B2B - Giữa các DN với nhau: Trao đổi dữ liệu, mua bán và thanh toán hàng hoá, mục đích cuối cùng là đạt được hiệu quả cao trong sản xuất và kinh doanh; B2G- Giữa DN với các cơ quan chính phủ: nhằm vào các mục đích mua sắm chính phủ theo hình thức trực tuyến, các mục đích quản lý (thuế, hải quan...), thông tin; C2G - giữa người tiêu

thụ với các cơ quan chính phủ nhằm vào các mục đích: các vấn đề về thuế, dịch vụ hải quan, phòng dịch…; G2G - Giữa các cơ quan chính phủ: Trao đổi thông tin. Trong các cấp độ giao dịch nói trên, giao dịch giữa các DN với nhau là dạng chủ yếu của giao dịch TMĐT và giao dịch giữa các DN với nhau chủ yếu dùng phương thức trao đổi dữ liệu điện tử.

TMĐT tuy phát triển nhưng giữa các địa phương chưa có sự đồng đều. TMĐT phát triển đòi hỏi các cơ sở hạ tầng làm nền tảng cho các hoạt động đó cũng phải phát triển tương ứng. Thực tiễn cho thấy, tốc độ tăng trưởng về tên miền và tốc độ tăng trưởng TMĐT luôn có sự tương đồng theo tỷ lệ thuận. Số liệu thống kê của Trung tâm Internet Việt Nam (VNNIC) qua nhiều năm, TP. Hồ Chí Minh và Hà Nội là 2 thành phố có số lượng tên miền lớn nhất cả nước (Năm 2018, số lượng tên miền ".vn" tại TP. Hồ Chí Minh có 172.629 và Hà Nội có 169.142). Đà Nẵng là thành phố có số tên miền lớn thứ 3 trong cả nước nhưng có khoảng cách rất xa so với hai thành phố dẫn đầu (8.129 tên miền). Các địa phương tiếp theo được nằm trong danh sách các tỉnh thành dẫn đầu về số lượng tên miền gồm có: Bình Dương, Đồng Nai, Hải Phòng, Nghệ An, Thanh Hóa, Khánh Hòa và Nam Định.

Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử nhiều năm liên tiếp cho thấy, phần lớn hoạt động TMĐT diễn ra ở hai thành phố lớn nhất nước (Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh) và một số tỉnh khác như: Bắc Ninh, Vĩnh Phúc, Đồng Nai, Bình Dương và các thành phố lớn trực thuộc Trung ương là Hải Phòng, Đà Nẵng và Cần Thơ. Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh là 2 địa phương chiếm tới 70% giao dịch TMĐT. Quy mô TMĐT ở các địa phương khác, đặc biệt ở nông thôn, vùng sâu, vùng xa rất nhỏ. Chính sự phát triển không đồng đều trong công tác quản lý thuế đối với hoạt động TMĐT tại Việt Nam phần lớn được tập trung triển khai thực hiện ở một số địa phương có TMĐT phát triển, trong đó chủ yếu là ở TP. Hà Nội và TP Hồ Chí Minh.

Dưới sự chỉ đạo của Tổng cục Thuế, thời gian qua, Cục Thuế TP. Hà Nội và Cục Thuế TP. Hồ Chí Minh đã triển khai nhiều biện pháp trong việc quản lý các DN tham gia hoạt động TMĐT. Cục Thuế TP. Hồ Chí Minh đã ban hành Kế hoạch số 35/CT-KH ngày 5/6/2017 về tăng cường quản lý thuế đối với hoạt động kinh doanh TMĐT phổ biến có định hướng quản lý cho tất cả công chức trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh thực hiện. Cơ quan Thuế các cấp đã tăng cường rà soát, thu thập thông tin đa nguồn nhằm nhận diện được các tổ chức và cá nhân có hoạt động kinh doanh TMĐT, xây dựng cơ sở dữ liệu kinh tế đối với các DN có kinh doanh TMĐT. Đồng thời, xây dựng hồ sơ để tiến hành phân tích rủi ro nhằm lựa chọn các tổ chức có doanh thu lớn để thực hiện thanh tra và kiểm tra. Kết quả nổi bật đạt được năm 2017 trong quản lý đối tượng DN, thu được 8,7 tỷ đồng từ kiểm tra hai DN kinh doanh TMĐT (trong đó thuế GTGT là 7,5 tỷ đồng, thuế thu nhập DN là 1,2 tỷ đồng).

Tại Hà Nội, Cục Thuế TP. Hà Nội đã triển khai thực hiện chuyên đề về TMĐT với đầu mối là Phòng Kê khai và Kế toán thuế. Dựa trên số liệu do Phòng Kê khai và Kế toán thuế cung cấp, qua rà soát, chỉ tính riêng 8 tháng năm 2018, Cục Thuế TP. Hà Nội đã đưa gần 340 DN vào diện quản lý thuế đối với hoạt động TMĐT.

Theo Báo cáo e-Conomy SEA 2018 của Google và Temasek, quy mô thị trường TMĐT Việt Nam năm 2018 là 9 tỷ USD. Báo cáo dự báo tốc độ tăng trưởng trung bình năm của giai đoạn 2015 - 2018 là 25% và thị trường đạt 33 tỷ USD vào năm 2025. Nếu kịch bản này xảy ra, quy mô thị trường TMĐT Việt Nam năm 2025 đứng thứ 3 ở Đông Nam Á, sau Indonesia (100 tỷ USD) và Thái Lan (43 tỷ USD).

Đến nay, về cơ bản các giao dịch TMĐT ở Việt Nam được chia thành các nhóm gồm: cung cấp dịch vụ tìm kiếm thông minh và quảng cáo trực tuyến; cung cấp sàn TMĐT, dịch vụ chứng khoán, tài chính; dịch vụ thanh toán trung gian; cung cấp sản phẩm số; kinh doanh trò chơi trực tuyến; dịch vụ xử lý số liệu và ứng dụng công nghệ vào hoạt động kinh doanh. Trong các giao dịch TMĐT, quảng cáo trực tuyến có tốc độ phát triển rất mạnh mẽ. Tuy nhiên, thị phần quảng cáo trực tuyến ở Việt Nam chiếm tỷ trọng lớn thuộc về Google và Facebook. Đây là hai DN nước ngoài có phát sinh doanh thu lớn ở Việt Nam nhưng chưa có đại diện chính thức ở Việt Nam. Thời gian qua việc quản lý thu nộp thuế nhà thầu của các DN này được thực hiện chủ yếu thông qua các đối tác, các đại lý quảng cáo hoặc từ các công ty mua dịch vụ trực tiếp của các DN tại Việt Nam.

Qua công tác xác minh doanh thu phát sinh năm 2016 của Google và Facebook ở Việt Nam tại một số ngân hàng có giao dịch thanh toán, cơ quan Thuế đã xác định được doanh thu đạt được tại thị trường Việt Nam của hai DN trên là rất lớn, (đạt hơn 900 tỷ đồng). Tuy nhiên, tổng số thuế đã khấu trừ nộp thay các nhà mạng trên số chi phí quảng cáo trên mạng năm 2016 cơ quan Thuế thống kê được chỉ

đạt là 46,86 tỷ đồng (tương ứng với doanh thu tính thuế khoảng 500 tỷ đồng). Năm 2018, mức độ chi tiêu cho quảng cáo trực tuyến tại Việt Nam đạt khoảng 550 triệu USD, riêng Google và Facebook đã chiếm khoảng 66,7% (tương đương 387,1 triệu USD), nhưng Google và Facebook không đóng thuế tại Việt Nam mà đẩy nghĩa vụ thuế qua cho các DN trong nước, gây nên sự bất bình đẳng trong hoạt động kinh doanh. Tính đến nay, cơ quan Thuế chỉ thu được thuế nhà thầu từ các DN Việt Nam có mua dịch vụ quảng cáo trên mạng của các trang web nước ngoài thông qua cơ chế khấu trừ nộp thay cho bên nước ngoài.

Về các hình thức giao dịch TMĐT, ngoài 2 hình thức B2B và B2C chiếm số lượng lớn trong tổng số giao dịch, hiện nay cộng đồng DN tham gia hoạt động TMĐT đã dành sự quan tâm nhất định cho TMĐT qua mạng xã hội. Năm 2018 đánh dấu sự tăng trưởng tốt của mô hình kinh doanh trên các mạng xã hội, có thể thấy đây là hình thức hiệu quả với chi phí thấp đang được nhiều DN lựa chọn mà điển hình là các DN vừa và nhỏ. Số lượng các DN tham gia kinh doanh trên các trang mạng xã hội như Facebook và Zalo ngày càng nhiều. Tuy nhiên, việc thu thuế từ các đối tượng này là một vấn đề không đơn giản đối với cơ quan Thuế các cấp khi các tài khoản kinh doanh trên các trang mạng xã hội lại cá nhân đứng tên cá nhân…

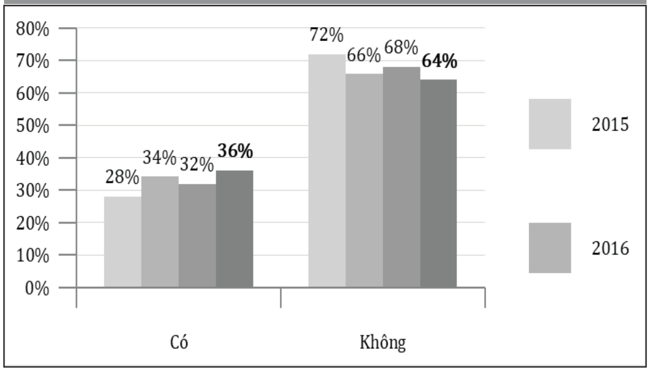
Những vấn đề đặt ra

Công tác quản lý thu thuế đối với các DN hoạt động TMĐT còn gặp nhiều khó khăn do các nguyên nhân sau:

Thứ nhất, Quy trình và chức năng quản lý thuế đang được áp dụng chung giữa TMĐT và thương mại truyền thống, còn có nhiều bất cập trong quá trình áp dụng và triển khai thực hiện. Quy định của pháp luật chưa theo kịp tốc độ phát triển của TMĐT đã tạo ra độ trễ rất lớn về khoảng cách giữa pháp luật và thực tiễn, gây khó khăn cho cơ quan Thuế trong công tác quản lý thuế.

Thứ hai, việc quản lý các DN có hoạt động kinh doanh TMĐT là vấn đề khó của cơ quan Thuế các cấp khi số lượng DN hoạt động trong lĩnh vực này ngày càng gia tăng về số lượng và áp dụng nhiều hình thức thực hiện TMĐT khác nhau như qua email, sàn giao dịch TMĐT, các website được thực hiện mọi lúc và mọi nơi. Hiện nay, các DN còn có sự tham gia mạnh mẽ vào các trang mạng xã hội dưới tài khoản của các cá nhân, do đó, việc xác định được đầy đủ số lượng các DN có kinh doanh TMĐT là không dễ dàng, dẫn đến khó khăn trong việc xác định doanh thu và chi phí làm căn cứ cho việc xác định các loại thuế mà DN phải nộp.

HÌNH 1: KINH DOANH TRÊN MẠNG XÃ HỘI QUA CÁC NĂM



Nguồn: Báo cáo Chỉ số TMĐT năm 2019

Thứ ba, ý thức của các DN chưa cao trong việc thực hiện nghĩa vụ nộp thuế đối với Nhà nước. Các DN hoạt động TMĐT luôn muốn trốn/tránh thuế khi có điều kiện, điều này đã gây ảnh hưởng không nhỏ đến hiệu quả công tác quản lý thuế của cơ quan Thuế.

Thứ tư, mối quan hệ phối hợp trong công tác quản lý hoạt động kinh doanh TMĐT trong nền kinh tế trong thực tế chưa có sự phối hợp đồng bộ giữa các cơ quan, tổ chức, đơn vị có chức năng, nhiệm vụ.

Hiện nay, Bộ Tài chính đã trình Chính phủ, trình Quốc hội dự thảo Luật Quản lý thuế (sửa đổi) dự kiến sẽ được thông qua trong năm 2019. Theo đó, trong dự thảo Luật Quản lý thuế (sửa đổi) đã bổ sung một số quy định điều chỉnh về quản lý thuế đối với hoạt động TMĐT theo hướng hiện đại, minh bạch, hiệu quả, phù hợp với tình hình kinh tế - xã hội nước ta và phù hợp với thông lệ quốc tế. Các quy định về giao dịch điện tử trong môi trường thuế, sử dụng hóa đơn điện tử, áp dụng cơ chế quản lý rủi ro khi quản lý, tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin vào quản lý, quy định rõ về cơ chế phối hợp chặt chẽ giữa cơ quan Thuế với các cơ quan, ban ngành khác cũng như hợp tác quốc tế đã được đề cập một cách toàn diện.

Dự thảo lần này đã lấy sự kết hợp của Ngân hàng Nhà nước và ngân hàng thương mại làm trọng tâm trong việc hỗ trợ thu thuế TMĐT. Đây là một yếu tố then chốt bởi sự phát triển của công nghệ thông tin dẫn đến nền kinh tế số hóa, thì mọi giao dịch của nền kinh tế được thực hiện qua giao dịch ngân hàng. Tuy nhiên, hiện nay, khi chưa có quy định yêu cầu bắt buộc về thực hiện thanh toán qua ngân hàng cho tất cả các giao dịch không phân biệt giá trị, thì trong vấn đề quản lý thu thuế TMĐT cần chú trọng đến các công ty, đơn vị vận chuyển hàng hóa với cơ chế thu hộ.

Dự thảo Luật Quản lý thuế (sửa đổi) được thông qua, đi vào thực tiễn sẽ khắc phục được một số tồn

tại, bất cập ở trên, tạo cơ sở pháp lý thuận lợi hơn cho cơ quan Thuế thực thi nhiệm vụ quản lý thuế đối với TMĐT. Tuy nhiên, để có thể quản lý thuế đối với hoạt động TMĐT nói chung và các DN hoạt động TMĐT được hiệu quả đòi hỏi cần phải có sự điều chỉnh về mặt pháp luật của nhiều luật thuộc nhiều lĩnh vực có liên quan đến TMĐT.

Một số kiến nghị và đề xuất

Để nâng cao hiệu quả quản lý thu thuế từ hoạt động TMĐT, một số kiến nghị đề xuất như sau:

Một là, cần có quy trình quản lý thuế đối với các DN hoạt động kinh doanh TMĐT riêng. Trường hợp vẫn áp dụng chung quy trình với thương mại truyền thống nên có sự điều chỉnh khi áp dụng quản lý các hoạt động TMĐT theo hướng: Kéo dài thời gian thực hiện của một số chức năng như thanh tra, kiểm tra; Tăng cường ứng dụng các công nghệ chuỗi số thông minh, các ứng dụng tự động trong quản lý nhằm khai thác và tìm kiếm các thông tin phục vụ quản lý...

Hiện nay, Bộ Tài chính đã trình Chính phủ, trình Quốc hội dự thảo Luật Quản lý thuế (sửa đổi) dự kiến sẽ được thông qua trong năm 2019. Theo đó, trong dự thảo Luật Quản lý thuế (sửa đổi) đã bổ sung một số quy định điều chỉnh về quản lý thuế đối với hoạt động TMĐT theo hướng hiện đại, minh bạch, hiệu quả, phù hợp với tình hình kinh tế - xã hội nước ta và phù hợp với thông lệ quốc tế.

Hai là, nâng cao chất lượng của đội ngũ cán bộ thuế làm công tác quản lý thuế đối với hoạt động TMĐT theo hướng: Tăng tiêu chuẩn tuyển dụng đầu vào vừa giỏi về phầm mềm máy tính và giỏi về nghiệp vụ thuế đối với cán bộ tuyển dụng mới; Tăng cường tổ chức các khóa đào tạo và bồi dưỡng về quản lý thuế đối với hoạt động TMĐT theo hướng đào tạo nghiệp vụ quản lý thuế chuyên sâu, cập nhật thường xuyên các xu hướng quản lý thuế đối với TMĐT ở các nước tiên tiến trên thế giới.

Ba là, ứng dụng mạnh mẽ hơn các công nghệ chuỗi số, trí tuệ nhân tạo trong khai thác các thông tin từ người nộp thuế, kết hợp với sự tăng cường phối hợp, thu thập thông tin liên tục từ các cơ quan, bộ, ban, ngành khác nhằm xây dựng cơ sở dữ liệu về người nộp thuế phục vụ quản lý.

Bốn là, đẩy mạnh công tác tuyên truyền hỗ trợ nhằm nâng cao tính tuân thủ tự nguyện trong thực hiện nghĩa vụ thuế theo hướng áp dụng mạnh mẽ các ứng dụng công nghệ tự động, hiện đại khi tuyên truyền và hỗ trợ người nộp thuế.

Năm là, đối với hình thức thanh toán, Nhà nước nên ban hành các quy định khuyến khích các chủ thể khi tham gia kinh doanh TMĐT có chính sách hướng người mua khi mua các sản phẩm hàng hóa, dịch vụ thực hiện thanh toán không dùng tiền mặt sẽ có lợi hơn về mặt chiết khấu so với thanh toán bằng tiền mặt. Trong trường hợp thanh toán qua ngân hàng chưa được thực hiện hoàn toàn thì đối với thanh toán qua hình thức COD phổ biến trong các giao dịch TMĐT hiện nay, cơ quan Thuế cần thực hiện kiểm soát chặt chẽ về dòng tiền phát sinh thông qua việc thu thập thông tin từ các đơn vị giao nhận chuyển phát nhanh để xác minh được thông tin về doanh thu phát sinh trong các giao dịch TMĐT.

Sáu là, hoàn thiện cơ chế phối hợp, cung cấp thông tin kịp thời giữa ngành Thuế với các bộ: Bộ Công an, Bộ Công thương, Bộ Thông tin và Truyền thông, Ngân hàng Nhà nước. Đặc biệt, chú trọng đến các công ty vận chuyển, giao hàng yêu cầu cung cấp thông tin về dòng tiền khi vận chuyển hàng và thu tiền hộ.

Bảy là, việc quản lý thuế đối với hoạt động TMĐT là vấn đề mang tính quốc tế nên các quốc gia cần có sự phối hợp, chia sẻ thông tin trong quản lý cũng như cần có những thỏa thuận nhất định khi đánh thuế nhằm không vi phạm chủ quyền đánh thuế, tránh đánh thuế hai lần. Việc tham gia hợp tác quốc tế về chống xói mòn cơ sở thuế và chuyển lợi nhuận là bước đi đúng đắn nhằm giúp quản lý tốt hơn các giao dịch điện tử xuyên biên giới.

Tám là, Nhà nước cần hoàn thiện mã ngành trong hệ thống ngành kinh tế hiện nay theo hướng bổ sung, quy định rõ những ngành nghề mới phát sinh trong lĩnh vực TMĐT, đặc biệt là các ngành nghề phát sinh trong nền kinh tế chia sẻ nhằm tạo cơ sở pháp lý quan trọng cho việc quản lý các DN TMĐT của cơ quan Thuế.

Tài liệu tham khảo:

1. *Bộ Tài chính (2018), Dự thảo Luật Quản lý thuế (sửa đổi);*
2. *Hiệp hội Thương mại Điện tử Việt Nam (2019), Báo cáo Chỉ số thương mại điện tử Việt Nam năm 2019;*
3. *Tổng cục Thuế (2017), Công văn số 2623/TCT-CS ngày 16/06/2017 về việc tăng cường quản lý thuế đối với hoạt động kinh doanh thương mại điện tử;*
4. *Nguyễn Quang Tiến và các thành viên (2016), Giải pháp hoàn thiện chính sách và quản lý thuế trong lĩnh vực thương mại điện tử, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ.*

Thông tin tác giả:

ThS. Phạm Nữ Mai Anh - Học viện Tài chính

Email: Maianhphn2711@gmail.com