TRAO ĐỔI VỀ KINH DOANH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VÀ QUẢN LÝ THUẾ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

THÁI NỮ HẠ UYÊN

Cùng với nhu cầu mua sắm trực tuyến ngày càng gia tăng, hoạt động thương mại điện tử ở Việt Nam đã, đang phát triển mạnh mẽ. Khi nhu cầu mua sắm trực tuyến tăng cao thì các trang web mua sắm trực tuyến cũng như những người kinh doanh nhỏ lẻ qua mạng internet ngày càng nhiều, đồng thời cũng đặt ra nhiều vấn đề đối với các cơ quan quản lý nhà nước, đặc biệt là hoạt động quản lý thuế thương mại điện tử vì có nhiều đối tượng kinh doanh qua mạng internet không có chứng từ, ý thức thực hiện nghĩa vụ với Nhà nước của một số cá nhân tổ chức khá kém. Bài viết đánh giá thực trạng hoạt động kinh doanh thương mại điện tử và quản lý thuế thương mại điện tử, đưa ra một số đề xuất, kiến nghị.

Từ khoá: Thương mại điện tử, quản lý thuế, doanh nghiệp, người tiêu dùng

DICUSSION ON E-COMMERCE AND E-COMMERCE TAX ADMINISTRATION

Thai Nu Ha Uyen

Together with the increasing demand for online shopping, e-commerce activities in Vietnam have been developing quickly. As the demand for online shopping increases, online shopping websites and internet-based retailers increase consequently. However, along with this development process, there are also many problems for state management agencies, especially the administration of e-commercial tax because many internet-based business entities do not have invoices and their awareness of fulfilling state obligations is limited. The article evaluates the status of e-commerce and e-commercial tax administration, thereby proposing suggestions and recommendations.

Keywords: E-commerce, tax administration, businesses, consumers

Ngày nhận bài: 8/5/2019
Ngày hoàn thiện biên tập: 29/5/2019
Ngày duyệt đăng: 4/6/2019

Khái quát về thương mại điện tử

Thương mại điện tử là hoạt động tập trung vào việc mua bán và trao đổi hàng hóa, dịch vụ, thông tin qua mạng, các phương tiện điện tử và internet. Theo nghĩa rộng hơn, thương mại điện tử là việc sử dụng các phương tiện điện tử để triển khai thương mại.

Các quy trình cơ bản của một giao dịch thương mại gồm tìm kiếm (mua gì, ở đâu...), đánh giá (có hợp với mình không, giá cả và điều kiện ra sao...), giao hàng, thanh toán và xác nhận. Các quy trình khác của một giao dịch thương mại gồm diễn tả (mô tả hàng hóa, dịch vụ, các điều khoản của hợp đồng), hợp thức hóa (thỏa thuận là hợp pháp), nâng cao uy tín và giải quyết tranh chấp. Tất nhiên, có những quy trình không thể tiến hành trên mạng như việc giao hàng hóa ở dạng vật thể (máy móc, thực phẩm...), song quá trình của giao dịch nếu có thể thực hiện trên mạng thì đều có thể tiến hành bằng phương tiện điện tử.

Tóm lại, thương mại điện tử là việc mua hoặc bán hàng/dịch vụ giữa doanh nghiệp, người tiêu dùng, chính phủ và các tổ chức nhà nước hoặc tư nhân được tính hàng thông qua các mạng kết nối qua trung gian máy tính. Hàng hóa hoặc dịch vụ được đặt mua qua mạng nhưng việc thanh toán và giao hàng hóa có thể được thực hiện theo phương pháp truyền thống.

Lợi ích của thương mại điện tử đối với doanh nghiệp (DN) là tiết kiệm chi phí thấp nhất và tạo lợi nhuận cao cho các bên giao dịch. Khi sử dụng thương mại điện tử thì chi phí bỏ ra thấp vì không phải tốn kém nhiều với việc thuê cửa hàng, trả lương cho một lượng lớn nhân viên, thuê kho. Với thương mại điện tử thì chỉ cần một khoản tiền nhỏ để xây dựng một Website bán hàng qua mạng và

phí duy trì và vận hành website hàng tháng là 10%. Vì vậy, DN có thể marketing toàn cầu với chi phí thấp, quảng cáo dễ dàng đến hầu hết mọi người trên thế giới. Đây là điều mà chỉ thương mại điện tử mới có thể mang đến cho DN.

Đối với người tiêu dùng, thương mại điện tử mang đến cho người tiêu dùng nhiều sự lựa chọn về hàng hoá, dịch vụ của người cung cấp. Người tiêu dùng không cần phải ra ngoài nhưng có thể lựa chọn và đặt mua món hàng mình yêu thích bất cứ lúc nào họ mong muốn dù cho mặt hàng đó có ở vùng địa lý khác. Sự tiện lợi này sẽ giúp người tiêu dùng nhanh chóng đạt được mong muốn của họ về món hàng hay dịch vụ yêu thích.

Đối với xã hội, thương mại điện tử đã làm cho cuộc sống công nghiệp hiện đại hơn, hấp dẫn hơn. Thương mại điện tử với phương thức kinh doanh và làm việc mới đã tạo ra sân chơi mới cho các DN yêu cầu các DN phải luôn đổi mới, sáng tạo để đưa ra chiến lược kinh doanh và dịch vụ riêng cho sản phẩm dịch vụ của họ, từ đó, thúc đẩy DN phát triển và góp phần vào sự tăng trưởng kinh tế của đất nước.

Tuy nhiên, thương mại điện tử mang lại nhiều lợi ích kinh tế rất lớn nhưng việc ứng dụng thương mại điện tử cũng không tránh khỏi những thách thức khó khăn cho doanh nghiệp, người tiêu dùng và cơ quan quản lý nhà nước. Đối với DN, yêu cầu đặt ra phải có một cơ sở hạ tầng thương mại thông tin vững chắc và đội ngũ công nghệ thông tin đủ mạnh để có khả năng vận hành, quản trị và phát triển hệ thống này. Đối với người tiêu dùng, đó là vấn đề lo sợ mua phải hàng giả, bị kẻ xấu lợi dụng lấy số thẻ ngân hàng và mất tiền… Đối với cơ quan quản lý Nhà nước, cần xây dựng và áp dụng nhiều chính sách…

Thực trạng kinh doanh thương mại điện tử tại Việt Nam

Thương mại điện tử tại Việt Nam trong những năm gần đây đang có sự bứt phá mạnh mẽ với tốc độ tăng trưởng trung bình từ 25-30%. Riêng năm 2018, tốc độ tăng trưởng thương mại điện tử Việt Nam đạt mức 30%, với tổng mức doanh thu bán lẻ thương mại điện tử đạt trên 8 tỷ USD.

Bên cạnh những mặt đáng ghi nhận, thì thị trường thương mại điện tử cũng không tránh khỏi những gian lận, vì lợi ích lớn của các nhân mà cung cấp cho thị trường hàng giả, hàng kém chất lượng, xâm phạm bản quyền về hình ảnh, quyền sở hữu trí tuệ trên các trang hàng trực tuyến ngày càng nhiều. Một hình ảnh về sản phẩm có thể được copy để đăng ở nhiều trang web khác nhau với chênh lệch giá khá nhiều. Bên cạnh đó, các trường hợp bán hàng giả, hàng nhái thường là những các nhân kinh doanh nhỏ lẻ và không đăng ký kinh doanh. Hầu hết các trang web này đều đăng hình ảnh hàng hóa thật để thu hút người tiêu dùng, giá rất rẻ do là hàng nhái, giả... nhất là mỹ phẩm, thực phẩm chức năng, rượu, pháo... nhưng nguồn gốc, chất lượng là vấn đề đáng bàn. Các công ty chuyển phát hầu hết không có hóa đơn chứng từ và hàng hóa được thanh toán qua trung gian, các cơ quan chuyển phát đã vô hình chung trở thành vận chuyển hàng giả, hàng gian... gây nhiều khó khăn cho lực lượng quản lý thị trường. Vì vậy, các cơ quan quản lý nhà nước và Ban Chỉ đạo Quốc gia chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả cần vào quyết liệt để giảm thiểu những rủi ro mà người tiêu dùng gặp phải khi mua hàng trực tuyến; Không nên để thương mại điện tử trở thành kênh tiêu thụ hiệu quả hàng giả, hàng gian, hàng cấm của các đối tượng, dẫn đến mất lòng tin của người tiêu dùng.

Giải pháp xử lý gian lận trong kinh doanh thương mại điện tử

Hiện nay, bất cứ ai cũng có thể kinh doanh qua mạng internet. Việc đăng sản phẩm bán trên internet rất nhanh và gỡ đi cũng nhanh nên Nhà nước cần chế tài xử lý mạnh hơn những trường hợp kinh doanh hàng giả, hàng nhái, trốn thuế; Cần xây dựng phương án xử lý vi phạm hành chính trong thương mại điện tử mạnh hơn xử lý vi phạm ngoài đời thực, dừng cấp tên miền, gắn trách nhiệm của các sàn thương mại điện tử và nhất là sự phối hợp giữa Bộ Công Thương với các cơ quan tài chính, thuế... Đối với lực lượng quản lý thị trường phải đẩy mạnh tập huấn nâng cao trình độ đấu tranh với hàng giả, hàng gian, liên kết giữa các DN sàn thương mại điện tử và người tiêu dùng để nhận biết các sàn thươmg mại uy tín. Ngoài ra, cần rà soát những hành vi liên quan đến vi phạm về hàng rào trong thương mại điện tử, phân loại các website cũng như ứng dụng thương mại điện tử giúp nhận diện các nhóm mặt hàng và những website có hành vi vi phạm hàng giả cũng như hàng giả nhiều để qua đó tập trung xử lý và bảo vệ người tiêu dùng.

Mặt khác, tăng cường thanh tra kiểm tra xử lý vi phạm, đẩy mạnh tuyên truyền phổ biến cho các doanh nghiệp, xây dựng hệ thống tiếp nhận giải quyết khiếu nại liên quan đến hàng giả, hàng nhái… để các đơn vị nắm bắt được tình hình phản ánh của người tiêu dùng và qua đó lấy căn cứ để kiểm tra và xử lý các DN bán hàng giả hàng nhái xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ.

Giải pháp quản lý thuế thương mại điện tử

Quản lý thuế đối với hoạt động thương mại điện

tử có vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy thương mại điện tử phát triển, đồng thời mang lại nguồn thu đáng kể cho ngân sách quốc gia. Từ năm 2017, 2 vấn đề nổi bật trong việc quản lý thuế đối với thương mại điện tử là thu thuế của các nhà cung cấp dịch vụ trực tuyến xuyên biên giới và các hộ gia đình, cá nhân bán sản phẩm trên các sàn thương mại điện tử (đặc biệt là các mạng xã hội). Vấn đề thứ nhất được đặt ra là làm sao thu được thuế nhà thầu; Thứ hai là làm sao xác định được người bán, doanh thu và thu thuế giá trị gia tăng và thuế thu nhập cá nhân.

Để quản lý thuế đối với hoạt động thương mại điện tử, cần sớm hoàn thiện khung pháp lý chung về thương mại điện tử để áp dụng phổ biến quản lý thuế điện tử; quy định về giao dịch điện tử trong lĩnh vực thuế, theo các thông lệ quốc tế, nhất là trong hoạt động với các cá nhân, tổ chức nước ngoài. Mặt khác, nghiên cứu thành lập đơn vị chuyên trách để quản lý thuế đối với hoạt động thương mại điện tử, cần tiến hành các hoạt động thanh tra, kiểm tra các DN có dấu hiệu trốn thuế, thông qua việc kiểm soát dòng tiền của các doanh nghiệp. Bên cạnh đó, cần nghiên cứu, phát triển công cụ tìm kiếm internet thông minh trên các trang web có hoạt động thương mại điện tử để xác định hoạt động thương mại điện tử chưa được kê khai thuế... để thu thập thông tin xử lý các nhóm rủi ro khác nhau.

Thương mại điện tử tại Việt Nam trong những năm gần đây đang có sự bứt phá mạnh mẽ với tốc độ tăng trưởng trung bình từ 25-30%. Riêng năm 2018, tốc độ tăng trưởng thương mại điện tử Việt Nam đạt mức 30%, với tổng mức doanh thu bán lẻ thương mại điện tử đạt trên 8 tỷ USD.

Vì ý thức tuân thủ pháp luật thuế của một bộ phận kinh doanh thương mại điện tử chưa cao; các hình thức thu thuế hiện nay vẫn chủ yếu là tổ chức, cá nhân tự khai, tự tính và tự nộp cho Nhà nước; Chưa có cơ chế phối hợp giữa các cơ quan quản lý nhà nước đối với các giao dịch thương mại điện tử; Việc khởi tạo, lập hóa đơn điện tử chưa áp dụng cho các cá nhân… nên để quản lý tốt thuế thương mại điện tử thì cơ quan Thuế cần phối hợp với Ngân hàng Nhà nước cung cấp tài khoản, bảng sao kê tài khoản của các tổ chức, cá nhân hoạt động thương mại điện tử, các tổ chức không phải là ngân hàng cấp phép cung ứng dịch vụ thanh toán trung gian; phối hợp với các công ty chuyển phát, công ty bưu chính, viễn thông... có cung cấp dịch vụ vận chuyển hàng hóa cho các tổ chức, cá nhân có hoạt động kinh doanh thương mại điện tử cung cấp số lượng hàng hóa vận chuyển của các tổ chức, cá nhân này để nắm bắt thông tin cung cấp số lượng hàng hóa vận chuyển. Đồng thời, kết hợp với hệ thống ngân hàng thương mại để thanh, kiểm tra các DN có dấu hiệu trốn thuế, thông qua việc kiểm soát dòng tiền. Sự phối hợp này đặc biệt cần thiết khi việc kiểm soát các giao dịch nhỏ lẻ rất khó thực hiện.

Bên cạnh đó, Ngân hàng Nhà nước cần đẩy mạnh thực hiện phát triển thanh toán thương mại điện tử; nghiên cứu, đề xuất các dịch vụ xuyên biên giới khi thực hiện thanh toán phải thông qua tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán, dịch vụ trung gian thanh toán được cấp phép theo quy định của pháp luật. Bộ Tài chính phối hợp với Ngân hàng Nhà nước hướng dẫn các ngân hàng thương mại khi chuyển tiền thanh toán từ các tổ chức, cá nhân cho các trang mạng xã hội nước ngoài như Google, Facebook, Youtube.. có trách nhiệm khấu trừ thay tổ chức nước ngoài số thuế nhà thầu phải nộp vào ngân sách nhà nước...

Cơ quan quản lý thuế cũng nên thực hiện mua sắm thử để nhận email từ người bán và để nhận diện nhà cung cấp dịch vụ thương mại điện tử. Định kỳ hàng năm tổ chức tập huấn cho các kiểm tra viên cao cấp (công nghệ thông tin) của các cơ quan thuế nắm vững các kỹ năng cơ bản trong sử dụng phần mềm thương mại, nắm bắt tổng quan về hệ thống thông tin và kiến thức cơ bản về mạng, phương pháp thu thập và phân tích dữ liệu các công ty.

Sự phát triển của thương mại điện tử là xu thế tất yếu và với những đặc điểm riêng của hoạt động này nên để quản lý thuế đối với thương mại điện tử, ngoài sự chủ động vào cuộc của cơ quan thuế, cũng cần sự phối hợp của các bộ, ngành có liên quan. Có như vậy thì việc quản lý thuế thương mại điện tử mới thực hiện tốt và hiệu quả hơn so với trước đây.

Tài liệu tham khảo:

1. *Chính phủ (2013), Nghị định số 52/2013/NĐ-CP về thương mại điện tử;*
2. *http://www.hanoimoi.com.vn/tin-tuc/Tai-chinh/932939/quan-ly-thue-voi-hoat-dong-thuong-mai-dien-tu;*
3. *http://thoibaotaichinhvietnam.vn/pages/thue-voi-cuoc-song/2018-04-02/quan-ly-thue-kinh-doanh-thuong-mai-dien-tu-cach-nao-hieu-qua-55626.aspx;*
4. *https://petrotimes.vn/quan-ly-thue-doi-voi-thuong-mai-dien-tu-kho-nhung-khong-phai-khong-thuc-hien-duoc-518279.html;*
5. *https://baomoi.com/quan-ly-thue-thuong-mai-dien-tu-can-chuyen-gia-cong-nghe-cao/c/30187405.epi.*

Thông tin tác giả:

ThS. Thái Nữ Hạ Uyên – Đại học Duy Tân

Email: nguyenkhanhthuhang@gmail.com