

Thứ Tư, 15/03/2017 02:00

[Bài 2: Thương mại điện tử: “Chúng ta không quản được gốc!”](#) [1]



Trong khi cơ quan chức năng còn đang mò mẫm tìm cách quản lý thì hoạt động thương mại điện tử thực tế vẫn đang “lớn nhanh như thổi.”

Doanh thu tỷ “đô”

Theo thống kê của Sở Công Thương Hà Nội, tính đến hết năm 2016, có tổng cộng 5.259 website thương mại điện tử của các tổ chức, cá nhân được chấp thuận đăng ký hoạt động trên địa bàn thành phố.

Ước tính, doanh thu từ hoạt động bán lẻ trực tuyến trong năm 2016 đạt khoảng 30.106 tỷ đồng, chiếm khoảng 6% tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng.

Đáng chú ý, lợi ích từ dịch vụ này mang lại là rất lớn, ước tính giá trị mua hàng trực tuyến của một người khoảng 9 triệu đồng/năm, đây là mức tăng đáng kể so với con số 8 triệu đồng/người/năm của 1 năm trước đó.

Bài 2: Thương mại điện tử: “Chúng ta không quản được gốc!”

Published on Tin Tục Thương Mại Xuất Nhập Khẩu (<http://thuongmai.vn>)

Chỉ tính trong vòng 24 giờ của Ngày mua sắm mùa thu năm 2016, đã có hơn 5 triệu lượt khách hàng truy cập và xem sản phẩm trên trang mua sắm trực tuyến lớn nhất của Việt Nam tại website OnlineFriday, giúp doanh nghiệp thu về 203 tỷ đồng.

Ngoài ra, thống kê sơ bộ từ 30 doanh nghiệp lớn trên tổng số 3.000 doanh nghiệp tham gia bán hàng trong ngày Mua sắm trực tuyến (OnlineFriday 2016) diễn ra vào ngày 2/12/2016 đã có tổng số 540.000 đơn hàng được đặt, với tổng giá trị đạt hơn 644 tỷ đồng, tăng gấp 3 lần so với cùng kỳ diễn ra ngày OnlineFriday 2015.

Như vậy, có thể thấy, hoạt động mua, bán hàng hóa thông qua phương thức trực tuyến có đóng góp rất lớn và là động lực giúp doanh nghiệp nâng cao doanh số.

Qua đợt khảo sát hoạt động thương mại điện tử của gần 1.000 doanh nghiệp trên địa bàn thành phố, ông Lê Hồng Thăng, Giám đốc Sở Công Thương Hà Nội cũng đưa ra một cái nhìn khả quan khi có tới 61% doanh nghiệp cho biết, họ đã ứng dụng kinh doanh trên các mạng xã hội và đây cũng là một xu hướng chung đem lại lợi ích cho doanh nghiệp với chi phí thấp nhất.

Ngoài ra, cuộc khảo sát cũng cho kết quả tích cực khi có 37% doanh nghiệp cho biết doanh thu từ thương mại điện tử chiếm từ 16-30% tổng doanh thu của doanh nghiệp và 16% cho biết, doanh thu từ hoạt động trực tuyến chiếm từ 50% trên tổng doanh thu của doanh nghiệp.

Dự báo đến năm 2020, cứ 10 người Việt sẽ có đến 8 người dùng điện thoại di động, 46% người sở hữu máy tính cá nhân. Xu hướng mua bán online, đặc biệt qua điện thoại di động đang ngày một gia tăng ở Việt Nam.

Tỏ ra vui mừng vì sự phát triển này của thương mại điện tử nhưng cũng chính bà Nguyễn Thị Cúc, Chủ tịch Hội Tư vấn thuế Việt Nam cũng cảnh báo “tiền thuế phải tương ứng.”

Ngược lại, doanh thu tăng nhưng thuế với các công ty, cá nhân hầu như không tăng theo bà rõ ràng là biểu hiện của tránh thuế hoặc chưa thực hiện nghĩa vụ thuế.

“Thu được là tốt rồi”

Nói về giải pháp, bà Cúc cho rằng, với loại hình thương mại điện tử, bà nhấn mạnh quan điểm “có thu được là tốt chứ không hy vọng thu cả 100%.”

Cái khó trong quản lý thuế được bà Cúc nêu lên là xác định mức doanh thu nộp thuế. Theo quy định, cá nhân kinh doanh có doanh thu 1 năm từ 100 triệu đồng trở xuống thì được miễn thuế thu nhập cá

Bài 2: Thương mại điện tử: “Chúng ta không quản được gốc!”

Published on Tin Tuc Thuong Mai Xuat Nhap Khau (<http://thuongmai.vn>)

nhân, thuế giá trị gia tăng. Bởi vậy, các cá nhân, dù kinh doanh trên mạng nhưng nếu doanh thu không vượt mức này thì cũng không phải đóng thuế.

Vậy, bà đặt ra câu hỏi, làm sao để xác định được, trong tất cả các nhân đang kinh doanh trên mạng, đối tượng nào thu nhập trên 100 triệu đồng để thực hiện nộp thuế.

Đưa ra cách nghĩ khác, luật sư Trương Thanh Đức cho rằng, nếu cơ quan chức năng kết hợp với các hãng công nghệ thì có thể xác định được các cá nhân đặt hàng, giao dịch bao nhiêu nhưng ông cũng đặt ra vấn đề “không có gì để kiểm tra người ta đã giao dịch hay chưa.”

“Nhu vậy, chúng ta không quản được gốc, họ có thực sự kinh doanh hay không và kinh doanh bao nhiêu,” ông Đức nêu vấn đề.

Trả lời cho câu hỏi, làm sao để quản lý thuế với các đối tượng kinh doanh qua mạng, bà Nguyễn Thị Cúc nhấn mạnh quan điểm, một mình ngành thuế không thể làm được. Việc này theo bà cần kết hợp với phía ngân hàng để kiểm soát và có thể thực hiện khấu trừ thuế. Ngoài ra, đây cũng là việc cần cả sự vào cuộc của các đơn vị nghiệp vụ về mạng internet, đơn vị điều tra để “làm dứt điểm một số vụ.”

Điều này theo bà nhằm tạo nên ý thức tuân thủ pháp luật thuế. Một điều quan trọng nữa theo bà là khuyến khích người dân tự giác kê khai, trước hết là phải đăng ký kinh doanh, và kê khai doanh thu.

“Khi ta khơi dậy ý thức tuân thủ pháp luật thuế, kể cả người mua và người kinh doanh thì cơ hội thu được thuế cũng không thể tất cả nhưng 50-60% là tốt rồi,” bà Cúc nói.

Cũng có ý kiến tương đồng, ông Cao Anh Tuấn, Phó Tổng cục trưởng Tổng cục Thuế khẳng định thêm, đây là hình thức kinh doanh mới và ngành thuế phải đẩy mạnh tuyên truyền để người nộp thuế tuân thủ đúng pháp luật, sau đó mới tính đến thanh tra, kiểm tra.

"Khi các hình thức kinh doanh ngày càng phong phú thì càng phải tăng cường tuyên truyền để các trường hợp có phát sinh thu nhập nhờ kinh doanh trên mạng đều phải nộp thuế," ông Tuấn nói.

Ông cũng cho biết, cơ quan này đã được giao nhiệm vụ nghiên cứu, quản lý thuế đối với hoạt động kinh doanh trên mạng xã hội trong đó có Facebook và đang tiến hành thực hiện.

Góp ý thêm, ông Nguyễn Như Tuấn, Trưởng phòng Quản lý hoạt động Thương mại Điện tử, Cục Thương mại điện tử (Bộ Công Thương) đánh giá, việc đánh thuế trên mạng xã hội đã từng được đề cập từ 2 năm trước đây.

Bài 2: Thương mại điện tử: “Chúng ta không quản được gốc!”

Published on Tin Tục Thương Mại Xuất Nhập Khẩu (<http://thuongmai.vn>)

Dẫn chứng cụ thể, ông Tuấn cho biết, luật Quản lý thuế 2006 và sửa đổi năm 2012 đã khẳng định rõ là tất cả các thương nhân, tổ chức cá nhân tham gia hoạt động thương mại, mua bán tài sản, có phát sinh thu nhập đều phải kê khai và nộp thuế, không phân biệt là phương thức truyền thống hay thương mại điện tử.

Như vậy, dù là cá nhân, tổ chức hay doanh nghiệp có đăng ký kinh doanh hay không đăng ký kinh doanh đều có nghĩa vụ kê khai và nộp thuế.

“Vấn đề nộp thuế khi giao dịch thương mại điện tử hoặc trên Facebook không phải là mới nhưng vấn đề đặt ra là thu thuế như thế nào, cách triển khai ra sao thì cần có sự làm việc nhiều giữa Bộ Công Thương, Bộ Tài chính và các đơn vị liên quan...,” ông Tuấn nói./.

NHÓM PV

Nguồn: VIETNAM+

Thương Mại: [Thương Mại Điện Tử](#) [2]

Source URL: <http://thuongmai.vn/bai-2-thuong-mai-dien-tu-chung-ta-khong-quan-duoc-goc.html>

Links:

[1] <http://thuongmai.vn/bai-2-thuong-mai-dien-tu-chung-ta-khong-quan-duoc-goc.html>

[2] <http://thuongmai.vn/thuong-mai/thuong-mai-dien-tu.html>