

20/04/2014

ĐỖ THIÊN ANH TUẤN

CHUYỂN GIÁ TRONG CÁC DOANH NGHIỆP FDI Ở VIỆT NAM

I. Bối cảnh

Ngay sau Đại hội VI của Đảng (1986) đề ra chiến lược Đổi mới kinh tế, Luật Đầu tư nước ngoài đã sớm được ban hành (1987), góp phần tạo ra môi trường kinh doanh mới dựa trên một nền tảng pháp lý cụ thể, phù hợp với nhận thức về xu thế mở cửa và hội nhập kinh tế quốc tế. Trong hơn 25 năm qua, vốn đầu tư nước ngoài đã góp phần hết sức quan trọng vào thành tựu tăng trưởng kinh tế chung của đất nước.

Trong giai đoạn đầu của quá trình đổi mới, đặc biệt trong bối cảnh Việt Nam đang còn bị cấm vận kinh tế, việc mở cửa cho phép đầu tư nước ngoài đã khẳng định quan điểm “Việt Nam muốn là bạn của tất cả các nước trong cộng đồng quốc tế.” Hơn nữa, trong điều kiện các nguồn lực hỗ trợ từ hệ thống XHCN cũ không còn và tiết kiệm trong nước không đủ, các nguồn vốn đầu tư nước ngoài là một sự bổ sung hết sức quan trọng cho đầu tư để phát triển đất nước. Đầu tư nước ngoài cũng góp phần đáng kể vào việc thúc đẩy quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hóa, tăng năng lực sản xuất và xuất khẩu của nền kinh tế, cải thiện cán cân thương mại, tạo việc làm và cải thiện thu nhập cho người dân, đóng góp nguồn thu ngân sách quốc gia. Đến nay, Việt Nam đã thu hút được nhiều tập đoàn đa quốc gia (MNCs) và xuyên quốc gia (TNCs) hàng đầu của thế giới đến đầu tư và kinh doanh như Intel, Samsung, Canon, Honda, Toyota, BP, Coca-Cola, Adidas, Unilever...

Mặc dù vậy, việc thu hút đầu tư nước ngoài hơn 25 năm qua vẫn chưa đạt được những hiệu quả mong đợi, chẳng hạn như việc chuyển giao công nghệ còn thấp cả về số lượng lẫn chất lượng, hiệu ứng lan tỏa và kết dính với khu vực sản xuất trong nước rất hạn chế, nhiều dự án tập trung vào khai thác các lợi thế ưu đãi, dự án khai thác tài nguyên thô gây ô nhiễm môi trường, ảnh hưởng đến mục tiêu phát triển bền vững, số việc làm được tạo ra chưa tương xứng, đời sống người lao động chưa cao, đóng góp ngân sách hạn chế, và đặc biệt là có hiện tượng chuyển giá, trốn thuế, tránh thuế, né thuế, núp thuế trong rất nhiều doanh nghiệp đầu tư nước ngoài, kể cả các tập đoàn hàng đầu của thế giới như Coca-Cola, Adidas,...

II. Nghi án chuyển giá trong các doanh nghiệp FDI

Dù không thể phủ nhận những đóng góp tích cực của các doanh nghiệp FDI đối với tăng trưởng kinh tế của Việt Nam nhưng vẫn có một vấn nạn đang làm đau đầu các quan chức ngành thuế đó là hành vi chuyển giá. Trong một hội nghị do ngành Thuế tổ chức vào đầu tháng 3/2012, Thứ trưởng Bộ Tài chính Đỗ Hoàng Anh Tuấn thừa nhận:

“Cơ quan thuế đang phải đối mặt với tình hình kê khai lỗ của doanh nghiệp FDI ngày càng trở nên phổ biến và nghiêm trọng”.

Ông Nguyễn Xuân Sơn, Phó ban Cải cách và hiện đại hoá của Tổng cục Thuế cũng cho rằng:

Tình huống này do Đỗ Thiên Anh Tuấn, giảng viên Chương trình Giảng dạy Kinh tế Fulbright biên soạn. Các nghiên cứu tình huống của Chương trình Giảng dạy Fulbright được sử dụng làm tài liệu cho thảo luận trên lớp học, chứ không phải để đưa ra khuyến nghị chính sách.

“Các doanh nghiệp có hành vi chuyển giá thường là các doanh nghiệp đa quốc gia, có đội ngũ chuyên gia tư vấn giỏi và kinh nghiệm trong việc xây dựng kế hoạch tránh thuế ... mà vẫn không phạm luật”.

Để ứng phó với tình trạng này, trong những năm qua, Tổng cục Thuế đã tích cực trong việc kiểm tra các doanh nghiệp FDI bị nghi ngờ có dấu hiệu chuyển giá, và kết quả thu được cũng khá tích cực. Chẳng hạn, năm 2010, cơ quan thuế đã tiến hành thanh tra tại 575 doanh nghiệp FDI, trong đó phát hiện 43 doanh nghiệp có dấu hiệu chuyển giá và xử lý 37 doanh nghiệp được kết luận là vi phạm, truy thu thuế và phạt hành chính hơn 27 tỉ đồng. Năm 2011, cơ quan thuế cũng tiếp tục thanh tra tại 921 doanh nghiệp FDI kê khai lỗ và có dấu hiệu chuyển giá. Kết quả đã xử lý giảm lỗ 6.617 tỉ đồng, tiến hành truy thu và phạt hơn 1.669 tỉ đồng, tăng 4 lần so với năm 2010.

Gần đây, đầu năm 2014, Thanh tra Tổng cục Thuế cũng công bố báo cáo thanh tra chuyên đề về chuyển giá, trong đó trọng tâm là chống chuyển giá đối với các doanh nghiệp FDI có giao dịch liên kết, có kết quả tài chính thua lỗ nhưng vẫn tiếp tục có kế hoạch mở rộng đầu tư kinh doanh tại Việt Nam. Kết quả thanh tra tại 870 doanh nghiệp FDI thì có đến 720 doanh nghiệp vi phạm. Đáng chú ý, có một số địa phương có tỷ lệ vi phạm lên đến 100% doanh nghiệp thuộc mẫu thanh tra như Quảng Ngãi (27/27 doanh nghiệp thanh tra được kết luận là vi phạm), Hòa Bình (16/16), Bắc Giang (14/14), Gia Lai (15/15), Đắk Nông (7/7), An Giang (7/7)... Ở TP.HCM, tỷ lệ vi phạm cũng lên đến 85%, tương đương 164 vi phạm trong số 193 doanh nghiệp bị thanh tra. Ở Hà Nội thậm chí còn cao hơn khi có đến 326 doanh nghiệp vi phạm trong số 332 doanh nghiệp bị thanh tra. Kết quả thanh tra và xử phạt vi phạm tại hai thành phố đầu tàu này đã giúp giam lỗ tương ứng 870 và 1.500 tỉ đồng; truy thu, xử phạt và truy hoàn tương ứng 173 và 498 tỉ đồng cho Cục thuế TP.HCM và Hà Nội.

Kết quả thanh tra cũng cho thấy rằng, cách thức chuyển giá phổ biến là nâng giá hàng hóa, nguyên vật liệu đầu vào, trong khi lại hạ thấp giá xuất khẩu đầu ra để có kết quả tài chính lỗ nhằm không phải chịu thuế thu nhập doanh nghiệp tại Việt Nam. Các doanh nghiệp rơi vào diện này thường hoạt động trong các lĩnh vực, ngành nghề có nhiều tài sản vô hình chẳng hạn như các bằng sáng chế độc quyền, công thức sản xuất độc quyền, công nghệ độc quyền, sản xuất các sản phẩm không phổ biến trong nước... do đó không có tiêu chí phù hợp hoặc cơ sở để so sánh đối chiếu nhằm điều chỉnh lại giá trị. Nếu các tài sản góp vốn được xem “bí kíp” công nghệ thực sự thì cũng đã đành, thế nhưng vẫn có trường hợp, như thanh tra đã phát hiện, nhiều doanh nghiệp FDI góp vốn vào DN trong nước bằng máy móc, thiết bị có trình độ công nghệ lạc hậu hoặc đã khấu hao hết nhưng vẫn được đẩy giá lên cao so với giá trị thực. Điều này đã giúp nâng khống giá trị góp vốn gây bất lợi cho đối tác là DN trong nước.

Ngoài ra, nhiều doanh nghiệp FDI còn tận dụng tận dụng lợi thế có công ty mẹ ở nước ngoài, trong đó các công ty mẹ này sẽ cung cấp nguyên liệu đầu vào, đồng thời bao tiêu đầu ra của sản phẩm. Do đó việc kiểm soát giá nguyên liệu cũng như giá xuất khẩu các sản phẩm trong mối quan hệ này sẽ trở nên khó khăn hơn, đặc biệt khi các sản phẩm lại được xuất khẩu sang nước trung gian thứ 3.

“Các tập đoàn, công ty mẹ tại nước ngoài ký hợp đồng sản xuất kinh doanh và dịch vụ với các công ty của các nước với đơn giá gia công sản xuất dịch vụ rất cao. Sau đó, các tập đoàn này giao lại cho các công ty con lập tại VN thực hiện sản xuất gia công dịch vụ và xuất thẳng cho các đơn vị mà công ty mẹ đã ký hợp đồng. Tuy nhiên, tiền không thu được trực tiếp từ các công ty đã xuất hàng mà chỉ thu được theo đơn giá gia công, sản xuất dịch vụ do công ty mẹ quy định, đơn giá này rất thấp”, trích báo cáo Thanh tra thuế.

Điều đáng chú ý nữa là rất nhiều doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ, hàng tiêu dùng thuộc các nhãn hàng lớn trên thế giới thường sử dụng chiêu thức định giá tiền bằng quyền thương hiệu rất cao so với giá trị thực, qua đó giúp thu được lợi nhuận từ việc nâng khống giá trị thương hiệu, trong khi phía doanh nghiệp FDI hoạt động tại Việt Nam vẫn phải chịu chi phí quảng cáo cho thương hiệu đó. Điều này khiến cho kết quả kinh doanh của doanh nghiệp FDI tại Việt Nam bị thua lỗ trong khi khoản lỗ này đã chuyển thành lợi nhuận cho doanh nghiệp sở hữu thương hiệu lớn ở nước ngoài. Liên quan đến hiện tượng này, một Cục phó Cục Thuế TP.HCM cho biết:

“Các doanh nghiệp FDI trong lĩnh vực siêu thị, bán lẻ, nước giải khát đứng đầu danh sách các doanh nghiệp FDI luôn báo lỗ.”

Với thực trạng này, đại diện Bộ Tài chính khẳng định, trong những năm tới ngành thuế sẽ tiếp tục ưu tiên thanh tra, kiểm tra các doanh nghiệp có mối quan hệ liên kết để kiểm soát, ngăn chặn việc chuyển giá, giả lỗ.

Dù những kết quả mà thanh tra thuế đạt được trên đây là rất tích cực, song một lãnh đạo Bộ Tài chính cho rằng:

“Chúng ta mới chỉ thực hiện thanh tra, kiểm tra một số ít doanh nghiệp FDI mà đã có thể truy thu hàng ngàn tỉ đồng tiền thuế. Nếu chúng ta thực hiện thanh tra, kiểm tra toàn bộ số doanh nghiệp FDI thì số tiền gian lận thuế bằng biện pháp chuyển giá sẽ lên đến cả chục ngàn tỉ đồng”.

Kỳ vọng này của lãnh đạo Bộ Tài chính liệu có khả thi hay không khi hiện nay, trong không ít các doanh nghiệp FDI, đặc biệt là các MNCs đang hoạt động ở Việt Nam, ngay cả khi thanh tra vẫn rất khó chứng minh hành vi chuyển giá tại các doanh nghiệp này.

“Các tập đoàn, công ty mẹ tại nước ngoài ký hợp đồng sản xuất kinh doanh và dịch vụ với các công ty của các nước với đơn giá gia công sản xuất dịch vụ rất cao. Sau đó, các tập đoàn này giao lại cho các công ty con lập tại VN thực hiện sản xuất gia công dịch vụ và xuất thẳng cho các đơn vị mà công ty mẹ đã ký hợp đồng.” Trích báo cáo Thanh tra Thuế.

III. Tranh luận về chuyển giá¹

Dù không xa lại nhưng có lẽ vấn đề chuyển giá bắt đầu trở thành một đề tài được tranh luận sôi nổi kể từ nửa cuối năm 2012 khi trong các báo cáo của ngành thuế cho thấy một thực trạng báo động về hiện tượng chuyển giá đi cùng với nhiều nghi án liên quan.

Tại hội nghị tổng kết 25 năm ban hành Luật Đầu tư nước ngoài tổ chức tại Hà Nội, ngày 27/3/2013, Báo cáo của Bộ Tài chính cho rằng hiện tượng nhiều doanh nghiệp FDI kê khai lỗ là rất phổ biến, chiếm khoảng 50% tổng số doanh nghiệp FDI đang hoạt động trên cả nước², trong đó có nhiều doanh nghiệp kê khai lỗ liên tục trong 3 năm.³

Trong khi đó, trong một báo cáo của Bộ Kế hoạch và Đầu tư lại cho rằng chuyển giá chỉ là “có hiện tượng”, và hiện tượng này chỉ xảy ra ở “một số doanh nghiệp.”

Một đại diện của Bộ Công Thương cho rằng chuyển giá không phải là hiện tượng riêng có ở Việt Nam. Do đó, trước mắt cần phải tiếp tục nghiên cứu để hoàn chỉnh khung pháp lý giúp khắc phục từng bước tình hình, thay vì chỉ nhìn nhận một cách cực đoan về các doanh nghiệp FDI nói chung.

Giáo sư Nguyễn Mại – Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp vốn đầu tư nước ngoài – cho rằng không nên xem chuyển giá như chuyện động trời, là phát hiện ghê gớm, và phải chấp nhận thực tế rằng đã và sẽ có hành động trốn thuế thông qua chuyển giá. Ông còn lấy ví dụ cho thấy một số trường đại học ở Hoa Kỳ dạy các doanh nghiệp cách thức khai thác những lỗ hổng của chính sách để tránh thuế. Về giải pháp, ông đề xuất:

“Cách tốt nhất là làm thế nào các bộ có chức năng thu thuế có phản ứng nhanh nhạy hơn, phát hiện kịp thời và bịt những lỗ hổng chính sách để giảm bớt, chứ không bao giờ có thể triệt tiêu hết việc chống chuyển giá. Không nên vì chống chuyển giá mà kỳ thị các nhà đầu tư nước ngoài.”

¹ Phần này chủ yếu sử dụng thông tin từ bài viết Khuôn mặt mới của “cuộc chiến” chống chuyển giá, Thời báo Kinh tế Việt Nam của tác giả Nghệ Nhân, ngày 26/3/2013. Truy cập tại <http://doanhnhan.vneconomy.vn/20130326032959195P0C5/khuon-mat-moi-cua-cuoc-chien-chong-chuyen-gia.htm>, ngày 20/4/2014.

² Tổng số doanh nghiệp FDI đang hoạt động

³ Điển hình như Bình Dương, số doanh nghiệp FDI kê khai lỗ năm 2010 là 754/1.490 doanh nghiệp, chiếm tỷ trọng 50,6%, trong đó có tới 200 doanh nghiệp lỗ quá vốn chủ sở hữu.

IV. Các nghi án chuyển giá điển hình

Phần tiếp theo của nghiên cứu tình huống này sẽ trình bày 3 trường hợp điển hình về nghi vấn chuyển giá trong các doanh nghiệp FDI. Hai trường hợp đầu là các công ty đa quốc gia đã hoạt động tại Việt Nam từ khá sớm và hiện đang mang nghi án chuyển giá, song cơ quan thuế vẫn chưa có bằng chứng để làm rõ nghi án này; trong khi trường hợp còn lại đã được chứng minh là có hành vi chuyển giá và đã bị xử phạt là các doanh nghiệp FDI ở tỉnh Lâm Đồng.

1. Tình huống Adidas Việt Nam

Adidas AG là một công ty đa quốc gia của Đức được Adolf Dassler thành lập vào năm 1948. Đến nay, Adidas một thương hiệu lớn trong lĩnh vực thiết kế và sản xuất dụng cụ thể thao, là công ty mẹ của tập đoàn Adidas Group gồm các công ty dụng cụ thể thao tên tuổi khác như Reebok, công ty TaylorMade-Adidas Golf, Rockport, và nắm giữ gần 9,1% cổ phần của đội bóng FC Bayern Munich. Hiện tại, Adidas là công ty sản xuất dụng cụ thể thao lớn thứ hai thế giới sau tập đoàn Nike của Hoa Kỳ. Năm 2013, doanh thu thuần của Adidas đạt gần 14,5 tỉ EUR, thấp hơn so với mức 18,5 tỉ EUR (tương đương 25,33 tỉ USD) của Nike nhưng vượt xa so với con số 2,99 tỉ EUR của Puma.

Các sản phẩm mang thương hiệu Adidas đã xâm nhập vào thị trường dụng cụ thể thao Việt Nam từ rất sớm (1993), song chỉ đến năm 2009 thì Adidas mới chính thức thành lập Công ty TNHH một thành viên Adidas Việt Nam. Adidas Việt Nam được sở hữu 100% vốn bởi Adidas International B.V (Amsterdam, Hà Lan). Ngành nghề đăng ký kinh doanh của Adidas tại Việt Nam là bán buôn tổng hợp, hoạt động tư vấn quản lý, nghiên cứu thị trường và thăm dò dư luận, hoạt động thiết kế chuyên dụng, thực hiện quyền nhập khẩu. Đến đầu 2012, Adidas Việt Nam đã có trên 50 cửa hàng đặt tại các trung tâm thương mại ở các thành phố lớn. Doanh thu của Adidas tại thị trường Việt Nam lên tới 22.000 tỉ đồng, sử dụng khoảng 80.000 lao động.

Từ khi thành lập, Adidas Việt Nam cũng đã tham gia tích cực vào các hoạt động xã hội và từ thiện, chẳng hạn như tài trợ trang phục và các khóa đào tạo thể thao cho tổ chức từ thiện KOTO, trao tặng 200 mũ bảo hiểm cho các học viên KOTO nhằm giúp trẻ em có hoàn cảnh đặc biệt đạt được tương lai tươi sáng hơn thông qua lối sống “xanh”, khỏe mạnh và an toàn, tặng 240 đôi giày cho KOTO trong khuôn khổ chương trình đổi giày cũ lấy giày mới “Time to change up”. Theo một đại diện Adidas Việt Nam, Công ty này cam kết sẽ tiếp tục duy trì các hoạt động thiện nguyện, góp phần thúc đẩy lối sống lành mạnh trong giới trẻ.⁴ Dù vậy, nhiều người nghĩ rằng đây chỉ là một phần trong chiến dịch PR của Adidas.

Hơn nữa, trên phương diện hiệu quả tài chính và đóng góp cho ngân sách, Adidas đang bị nghi ngờ vì những dấu hiệu “né thuế” ở Việt Nam. Từ cuối năm 2012, báo chí Việt Nam dấy lên thông tin về nghi vấn Adidas có hoạt động chuyển giá. Nhiều người lập luận rằng Adidas đăng ký hoạt động kinh doanh tại Việt Nam trong vai trò là nhà phân phối bán buôn nhưng thực tế lại phát sinh chi phí của nhà bán lẻ, và họ nghi ngờ đây chính là cách mà Adidas dùng để chuyển giá theo phương thức liên kết giữa công ty mẹ và các công ty con thuộc tập đoàn Adidas nhằm né thuế thu nhập tại Việt Nam. Một lãnh đạo của Cục thuế TP cho rằng, Adidas Việt Nam hoạt động theo giấy phép đăng ký kinh doanh là quyền phân phối bán buôn, nhưng danh mục chi phí của doanh nghiệp này lại xuất hiện nhiều chi phí của một doanh nghiệp bán lẻ, như chi phí hỗ trợ vật dụng cho nhà bán lẻ, tiền tiếp thị quốc tế, phí quản lý vùng, tiền hoa hồng mua hàng và đặc biệt, Adidas không phải là nhà sản xuất, nhưng phát sinh khoản tiền bản quyền.

Theo tìm hiểu của báo Đầu tư,⁵ Adidas Việt Nam thanh toán cho Công ty Adidas AG phí bản quyền 6%, chi phí tiếp thị quốc tế 4% doanh thu ròng đối với các sản phẩm được tiêu thụ và cả giá trị sản phẩm được cấp phép. Bên cạnh đó, theo hợp đồng dịch vụ Đông Nam Á giữa Adidas Singapore và Adidas Việt

⁴ <http://dantri.com.vn/doanh-nghiep/adidas-dong-hanh-cung-cac-ban-tre-co-hoan-canhh-dac-biet-642938.htm>

⁵ Phần dưới đây chủ yếu sử dụng thông tin từ bài báo *Dấu hiệu chuyển giá tại Adidas Việt Nam*, đăng trên báo Đầu tư, ngày 12/12/2012.

Nam, Adidas Singapore và các công ty con địa phương, trong đó có Adidas Việt Nam cung cấp một dịch vụ và thỏa thuận việc thu các khoản phí liên quan.

Một đại diện của Phòng thanh tra của Cục thuế TP cho rằng đây là điều vô lý:⁶

“Ở những DN khác, chỉ có một chi phí quản lý vùng, nhưng tại Adidas VN có nhiều tầng nấc quản lý. Ngoài quản lý tại VN còn có thêm quản lý vùng tại Singapore và đồng thời Adidas VN còn chịu sự quản lý từ Adidas ở Đức. Adidas VN có hẳn các hợp đồng dịch vụ ghi nhận sự quản lý này cùng các chi phí trả cho phía đối tác.”

Hộp 1. Một kết quả khảo sát về hoạt động chuyển giá

Trước đó, theo kết quả khảo sát và phân tích về hoạt động chuyển giá của các doanh nghiệp FDI tại Việt Nam năm 2013, nhóm nghiên cứu của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) và Cơ quan Phát triển Quốc tế Hoa Kỳ (USAID) cũng cho thấy, khoảng 20% doanh nghiệp FDI thực hiện việc chuyển lợi nhuận nhằm giảm gánh nặng thuế.

Kết quả này dựa trên cơ sở khảo sát thu thập ý kiến của 1.609 doanh nghiệp FDI đến từ 49 quốc gia khác nhau, hoạt động trên địa bàn 13 tỉnh, thành của Việt Nam có mật độ doanh nghiệp FDI cao nhất.

Xác suất doanh nghiệp coi Việt Nam là một phần của chuỗi cung ứng toàn cầu thực hiện chuyển giá là 13-20%.

37% doanh nghiệp mà nước xuất xứ có thuế suất thấp hơn Việt Nam có xu hướng thực hiện chuyển giá.

65,1% doanh nghiệp có lợi nhuận lớn hơn 20% có thực hiện chuyển giá và 44,5% doanh nghiệp lợi nhuận từ 10-20% thực hiện hành vi này. Trong đó, 90% doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực tài chính, bảo hiểm; 70% doanh nghiệp lĩnh vực sản xuất dệt may; 51% doanh nghiệp lĩnh vực sản xuất linh kiện ô tô... thực hiện chuyển giá.

Phân tích nguyên nhân của tình trạng chuyển giá là do chính sách thuế của Việt Nam còn nhiều hạn chế và hay thay đổi.

Nhóm nghiên cứu đề xuất giải pháp là nên điều chỉnh chính sách thuế phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế, bao gồm việc xem xét lại các mức thuế suất áp dụng cho đối tượng liên quan, điều chỉnh thuế thu nhập doanh nghiệp theo tương quan với các nước đối thủ cạnh tranh chính.

Bên cạnh đó, cần nâng cao tính dễ dự đoán của chính sách thuế, công khai chính sách thuế trong những năm tiếp theo, áp dụng cơ chế tạo thuận lợi cho việc định giá trước, đồng thời, cần xem xét thực tế là các quy định, chính sách thuế hay thay đổi và nỗ lực giải quyết vấn đề này.

Nguồn: Lê Hoàng, “Hầu như DN FDI nào cũng chuyển giá, trốn thuế,” TBKTSG, 17/4/2014.

Theo giải thích từ Adidas Việt Nam, đây là khoản chi phí quản lý vùng và được hạch toán vào chi phí quản lý doanh nghiệp của Adidas Việt Nam, tức được giảm trừ thu nhập chịu thuế và có kê khai nộp phí nhà thầu. Ngoài ra, Adidas Việt Nam cũng phải trả chi phí hoa hồng mua hàng cho Adidas International Trading B.V, với tỷ lệ 8,25% giá trị mỗi giao dịch. Những chi phí này phát sinh từ hợp đồng đại lý mua hàng giữa Adidas Việt Nam và Adidas International Trading B.V. Theo hợp đồng này, Adidas Việt Nam chỉ định Adidas International Trading B.V thay mặt Adidas Việt Nam thực hiện các dịch vụ như tìm nhà sản xuất cho hàng hóa liên quan, tìm nguồn cung ứng mẫu, đặt đơn hàng, kiểm tra vật liệu, thành phần và hàng hóa, giám sát sự tuân thủ...

⁶ <http://tuoitre.vn/Kinh-te/524652/adidas-vn-long-vong-chuyen-gia.html#ad-image-0>

Chính vì phát sinh quá nhiều chi phí trung gian đầu vào đã khiến cho giá thành nhập khẩu các sản phẩm Adidas tại thị trường Việt Nam bị đội lên một cách vô lý. Một cán bộ thanh tra thuế nhầm tính:

“Nếu một đôi giày Adidas bán ra tại thị trường VN với giá 2 triệu đồng thì giá gốc khi nhập khẩu chỉ khoảng 1 triệu đồng, còn 500.000 đồng là các chi phí khác mà Adidas VN phải trả cho đối tác khác mà thực chất cuối cùng đều chảy về túi của công ty mẹ. Có trường hợp các chi phí “khó hiểu” khác lên đến 50% giá bán sản phẩm.”

Bên cạnh đó, Adidas Việt Nam chuyển tiền hỗ trợ vật dụng cho nhà bán lẻ như cung cấp tủ kệ, đồ nội thất, ngoại thất... cho nhà bán lẻ sử dụng, nhưng không yêu cầu thanh toán. Nếu nhà bán lẻ có bất kỳ hành vi vi phạm nào đến quyền sở hữu của Adidas Việt Nam đối với các thiết bị này thì phải bồi thường. Điều đáng nói ở đây là, Adidas Việt Nam là nhà bán buôn nhưng lại hạch toán chi phí cho bán lẻ trên vào tài sản cố định, trích khấu hao và hạch toán vào chi phí bán hàng được trừ trong kỳ. Đúng về phương diện kế toán cũng như quan điểm của cơ quan thuế cách hạch toán như vậy là không hợp lý. Quan điểm của Cục thuế TP là không xem các khoản chi phí này là chi phí hợp lý để được khấu trừ khi tính thuế thu nhập doanh nghiệp của Adidas.

Trong quá trình thanh tra, Cục thuế TP đã phát hiện những dấu hiệu của giao dịch liên kết. Theo báo Đầu tư, Adidas Việt Nam cũng đã thừa nhận rằng các DN trong những giao dịch kể trên có mối quan hệ liên kết vì “giữa những người quản lý doanh nghiệp này có mối quan hệ thân thiết”. Theo định nghĩa tại khoản 4 điều 3 của Thông tư 66/2010/TT-BTC, hai doanh nghiệp được điều hành hoặc chịu sự kiểm soát về nhân sự, tài chính và hoạt động kinh doanh bởi các cá nhân thuộc một trong các mối quan hệ như vợ và chồng; bố, mẹ và con; anh, chị, em có cùng cha, mẹ; ông nội, bà nội và cháu nội; ông ngoại, bà ngoại và cháu ngoại; cô, chú, bác, cậu, dì ruột và cháu ruột thì được coi là giao dịch liên kết. Trong trường hợp của Adidas, những người quản lý giữ vai trò chủ đạo trong Adidas Việt Nam, Adidas International Trading B.V, Adidas Singapore.... có mối quan hệ *thân tình*. Do đó, khi thực hiện các giao dịch, công ty có thể chuyển khoản lợi nhuận dưới dạng chi phí phải thanh toán, nhằm trốn/tránh thuế TNDN. Thông thường, đối với những giao dịch dạng này, doanh nghiệp có nghĩa vụ kê khai và trình báo để cơ quan nhà nước có thẩm quyền giám sát, nhưng Adidas đã không trình báo những thông tin này với Cục Thuế TP.HCM.⁷

Để làm rõ hơn nghi vấn liệu các giao dịch giữa Adidas Việt Nam với các bên liên quan có phải là giao dịch liên kết hay không, Cục thuế TP.HCM đã gửi công văn số 7247/CT-TTr1-N4 ngày 24/9/2012 cho Tổng Cục thuế để hỏi ý kiến về chính sách thuế đối với Adidas Việt Nam. Tuy nhiên, trong công văn chỉ đạo sau đó⁸, Tổng cục thuế cũng chỉ đưa ra một số chỉ dẫn liên quan đến quyền ấn định thuế đã được nêu trong Luật Quản lý thuế 2006 cũng như một số quy định có liên quan.⁹ Đối với trường hợp Adidas, Tổng Cục thuế cho rằng các giao dịch giữa Công ty TNHH Adidas Việt Nam và các bên *có thể* là các giao dịch liên kết. Trên cơ sở đó, Tổng Cục thuế đề nghị Cục Thuế TP.HCM kiểm tra cụ thể mối quan hệ giữa Công ty TNHH Adidas Việt Nam và Công ty Adidas AG, Công ty Adidas Singapore, Công ty Adidas International Trading B.V, các nhà bán lẻ; kiểm tra các hợp đồng thương mại mà Công ty TNHH Adidas Việt Nam đã ký với các bên nêu trên và các tài liệu khác có liên quan để xác định sự phù hợp của các khoản chi phí của Công ty TNHH Adidas Việt Nam theo quy định của luật pháp Việt Nam.

⁷ Dẫn lại từ báo Đầu tư, đã dẫn.

⁸ Công văn số 4162/TCT-CS ngày 21/11/2012 của Tổng cục thuế.

⁹ Thông tư 66/2010/TT-BTC ngày 22/4/2010 của Bộ Tài chính hướng dẫn về việc xác định giá thị trường trong giao dịch kinh doanh giữa các bên có quan hệ liên kết. Thông tư số 130/2008/TT-BTC ngày 26/12/2008 của Bộ Tài chính về thuế TNDN quy định về các khoản chi được trừ và không được trừ khi xác định thu nhập chịu thuế.

2. Tình huống Coca-Cola Việt Nam

Coca-Cola (được gọi tắt là Coke) là nhãn hiệu nước ngọt được đăng ký năm 1893 và hiện có trụ sở chính tại Atlanta, bang Georgia, Hoa Kỳ. Cha đẻ của Coca-Cola là dược sĩ John Pemberton - chủ một phòng thí nghiệm và hiệu thuốc tư nhân. Asa Griggs Candler là người đã mua lại Coca-Cola và biến Coca-Cola trở thành một thương hiệu thức uống hàng đầu thế giới. Coca-Cola hiện có mặt ở hơn 200 nước trên thế giới với trên 3.500 đồ uống (xấp xỉ 500 nhãn hiệu), từ đồ uống có ga, nước tăng lực cho đến thức uống làm từ đậu nành, chiếm 3,1% tổng lượng thức uống của thế giới.¹⁰ Bình quân mỗi ngày có hơn 1,7 tỉ sản phẩm của Coca-Cola được tiêu thụ trên toàn cầu, với doanh thu 46,7 tỉ USD trong năm 2013. Coca-Cola luôn được xem là một trong những thương hiệu có giá trị nhất hành tinh. Năm 2013, thương hiệu này được Interbrand đánh giá vào khoảng 79 tỉ USD, tụt xuống vị trí thứ 3 sau Apple (98,3 tỉ USD), Google (93,3 tỉ USD) sau 13 năm liên tiếp xếp ở thứ hạng đầu.¹¹

Ở Việt Nam, cái tên Coca-Cola lần đầu tiên được giới thiệu là vào năm 1960. Năm 1994, Coca-Cola Việt Nam trở lại Việt Nam và bắt đầu thực hiện chiến lược kinh doanh lâu dài. Lần lượt vào các năm 1995 và 1998, các công ty liên doanh ở ba miền Bắc, Nam và Trung được thành lập. Đến tháng 10/1998, các công ty liên doanh này trở thành công ty 100% vốn nước ngoài. So với Pepsi, Coca-Cola có mặt ở thị trường Việt Nam muộn hơn 4 năm. Nhiều người cho rằng đây là một trong những nguyên nhân khiến cho Coca-Cola không áp đảo được Pepsi như ở các thị trường toàn cầu khác.¹²

Cũng giống như Adidas, Coca-Cola cũng tham gia vào các hoạt động xã hội ở Việt Nam, chẳng hạn như ủng hộ 110.000 franc Thụy Sĩ¹³ cho Hội chữ thập đỏ Việt Nam nhằm hỗ trợ khẩn cấp 10.000 gia đình bị lũ ở đồng bằng sông Cửu Long năm 2011, thực hiện chương trình “Tết cho người nghèo” nhằm hỗ trợ các gia đình có hoàn cảnh khó khăn đón Tết.

Về hoạt động tài chính và thực hiện chính sách thuế, tương tự như Adidas, tập đoàn nước giải khát hàng đầu thế giới Coca-Cola cũng bị rơi vào *nghi án chuyển giá* ở Việt Nam. Theo thông tin tài chính của Coca-Cola, lỗ lũy kế tính đến hết quý 3 năm 2011 của công ty này ở Việt Nam đã lên đến hơn 3.768 tỉ đồng, vượt cả số vốn điều lệ 2.950 tỉ đồng mà Coca-Cola đã đăng ký ở Việt Nam. Điều ngạc nhiên là, mặc dù lỗ nhưng Công ty vẫn tiếp tục lên kế hoạch mở rộng đầu tư ở Việt Nam. Vào trung tuần tháng 10/2012, người đứng đầu tập đoàn Coca-Cola, ông Muhtar Kent, đã với tuyên bố Việt Nam là thị trường tăng trưởng quan trọng và Coca-Cola Việt Nam đặt mục tiêu tăng gấp đôi doanh thu vào năm 2020, đồng thời kèm theo lời hứa Coca Cola sẽ rót thêm 300 triệu USD vào thị trường Việt Nam trong 3 năm tới. Chính điều này đã làm cho nhiều người, kể cả các chuyên gia trong lĩnh vực thuế đặt nghi vấn chuyển giá đối với Coca-Cola Việt Nam.

Theo thống kê của Cục thuế TP.HCM, trong vòng 4 năm (từ 2007-2010), tổng doanh thu của Coca-Cola Việt Nam tăng gấp 2,5 lần, một con số ấn tượng từ khoảng 1.000 tỉ đồng lên 2.500 tỉ đồng; thế nhưng chi phí còn tăng ấn tượng hơn, gấp 3 lần. Việc thua lỗ kéo dài trong hơn chục năm qua khiến cho Coca-Cola trên thực tế gần như chưa phải đóng bất kỳ đồng thuế TNDN nào cho ngân sách Việt Nam. Năm 2009, Coca-Cola Việt Nam lần đầu có lãi 3,5 tỉ đồng, song do được phép chuyển lỗ theo quy định của Luật thuế TNDN nên cũng không có đồng thuế nào phải nộp. Hơn nữa, so với doanh thu lên đến hàng nghìn tỉ đồng thì khoản lãi này cũng rất thấp. Ngay cả bản thân Công ty nước giải khát Chương Dương, dù chỉ còn thị phần ở hai sản phẩm là soda chai và nước xá xị, doanh thu năm 2011 của Công ty này chỉ 422 tỉ đồng song lợi nhuận cũng lên đến 30 tỉ đồng, nộp ngân sách hơn 7,5 tỉ đồng. Cho đến nay, các khoản thuế mà Coca-Cola nộp chỉ liên quan đến thuế môn bài, thuế VAT, thuế thu nhập cá nhân.

¹⁰ Dẫn lại từ Wikipedia. <http://vi.wikipedia.org/wiki/Coca-Cola>

¹¹ Theo Business Insider.

¹² Theo tạp chí chuyên ngành đồ uống Beverage Digest của Mỹ, thị phần đồ uống có gas toàn cầu của Coca-Cola là 52%, của PepsiCo là 21%. Trong khi đó ở thị trường Việt Nam, theo Hiệp hội Bia - Rượu và Nước giải khát Việt Nam, tổng doanh thu năm 2010 của PepsiCo và Coca - Cola chiếm hơn 80% thị trường nước giải khát Việt Nam, với thị phần tương đương nhau. Tuy nhiên, theo đánh giá thị Pepsi vẫn có ưu thế chủ động hơn so với Coca - Cola trong phát triển hệ thống phân phối.

¹³ Tương đương 120.000 USD hay 2,5 tỉ đồng Việt Nam.

Hộp 2. Tình hình tài chính của Pepsi Co.

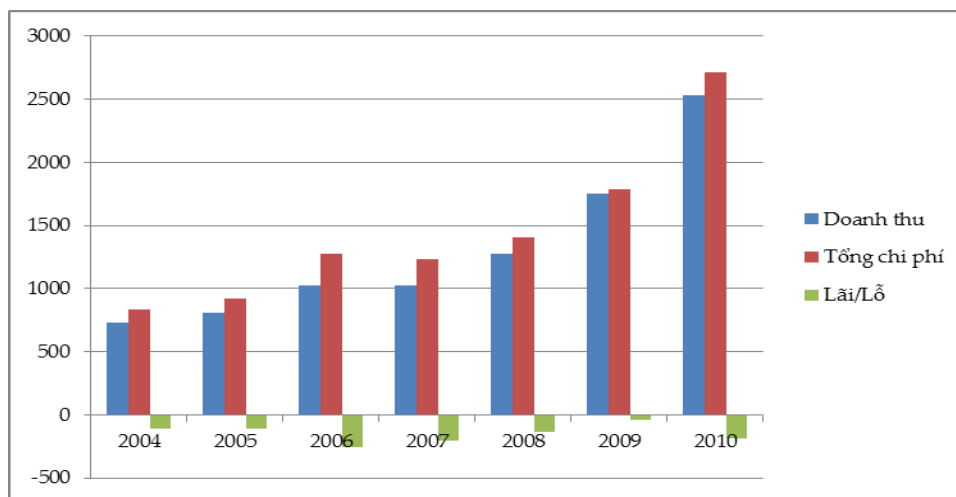
Tình hình từ phía PepsiCo có vẻ có khả quan hơn, mặc dù, kể từ khi thành lập cho tới năm 2007, PepsiCo cũng lỗ liên tục (tới năm 2006 vẫn lỗ 122 tỉ đồng). Lỗ kéo dài từ năm 1991, nên trên bảng cân đối tài sản của PepsiCo, lỗ lũy kế tính đến ngày 31/12/2010 là 1.206 tỉ đồng. Năm 2007 là năm đầu tiên PepsiCo có lãi, với tổng thu nhập chịu thuế là 58 tỉ đồng. Nhưng vì vẫn được điều chỉnh chuyển lỗ, nên Công ty chưa phải nộp thuế TNDN. Năm 2008, PepsiCo lại lỗ 58 triệu đồng, sang năm 2009 lãi 141 tỉ đồng. Con số này của năm 2010 là 137 tỉ đồng, năm 2011 là 191 tỉ đồng.

Tuy nhiên, do vẫn được điều chuyển lỗ, nên tổng số thuế TNDN mà công ty này đã nộp từ năm 2009 cho đến nay chỉ là 40,2 tỉ đồng. Câu hỏi được đặt ra là, khoản lãi này có “bèo” không, có tương xứng với doanh thu của PepsiCo ở thị trường Việt Nam hay không? Thực tế, năm 2009, PepsiCo đạt doanh thu 3.840 tỉ đồng, còn năm 2011 là 6.915 tỉ đồng. Tức là, tỷ lệ lợi nhuận trên doanh thu rất thấp, chỉ trên 2%.

Nguồn: <http://www.vtctelecom.com.vn/zone/coca-cola-va-pepsico-giat-minh-lo-khung/308/611>

Giải thích về sự thua lỗ, đứng ở góc độ cơ quan quản lý, một đại diện của Cục thuế TP.HCM cho rằng nguyên nhân nằm ở chi phí nguyên phụ liệu, trong đó chủ yếu là hương liệu được nhập trực tiếp từ công ty mẹ với giá rất cao. Trung bình chi phí nguyên phụ liệu chiếm trên 70% giá vốn, cá biệt năm 2006-2007 chi phí nguyên phụ liệu lên đến 80-85% giá vốn. Năm 2010 chi phí do nhập nguyên vật liệu từ công ty mẹ lên đến 1.671 tỉ đồng trên doanh thu 2.329 tỉ đồng. Tương tự, năm 2009 chi phí này là 1.065 tỉ đồng.¹⁴

Hình 1. Doanh thu, lợi nhuận của Coca-Cola Việt Nam 2004-2010 (tỉ VND)



Nguồn: Cục thuế TP.HCM

Trong khi đó, đại diện của Coca Cola Việt Nam giải thích rằng:¹⁵

Do sự xuất hiện của các đối thủ khiến Coca Cola Việt Nam bị mất đi một số thị phần đáng kể, công ty phải bỏ ra một khoản chi phí khá lớn cho việc tiếp thị nhằm quảng bá và bảo vệ thương hiệu. Giá nguyên nhiên liệu, giá điện và giá đường tăng, trong đó việc mua nguyên vật liệu từ thị trường nước ngoài khá đắt đỏ đã làm đội giá thành sản phẩm. Công ty cũng tăng lương cho nhân viên ít nhất 11% mỗi năm để đối phó với lạm phát.

¹⁴ Ý kiến của ông Lê Duy Minh, trưởng phòng kiểm tra thuế số 1 Cục thuế TP.HCM. Dẫn lại từ <http://www.tinmoi.vn/dau-hieu-bat-thuong-ve-thua-lo-o-coca-cola-viet-nam-011113254.html>

¹⁵ <http://www.tinmoi.vn/dau-hieu-bat-thuong-ve-thua-lo-o-coca-cola-viet-nam-011113254.html>

Ngoài ra, đại diện của Coca Cola Việt Nam cũng cho rằng do công ty phải vay vốn, chịu gánh nặng chi phí lãi suất cao cũng như những rủi ro tỉ giá với các khoản vay bằng USD. Các khoản chi đầu tư vào dây chuyền sản xuất đã làm gia tăng chi phí về lãi suất, khấu hao và chi phí chênh lệch tỉ giá.

Điều cũng cần phải nói rõ rằng, không phải đến lúc này dấu hiệu chuyển giá của Coca Cola Việt Nam mới được phát hiện. Theo Cục thuế TP.HCM, từ 6-7 năm qua, cơ quan này đã liệt Coca Cola Việt Nam vào vị trí số 1 trong danh sách DN nghi vấn có *dấu hiệu chuyển giá*. Cơ quan thuế cũng soi xét rất kỹ báo cáo tài chính của công ty nhưng việc chứng minh có chuyển giá hay không lại hết sức phức tạp do không có cơ sở so sánh, đối chiếu giá nguyên liệu với các DN khác cùng ngành nghề. Nguyên phụ liệu đầu vào của Coca Cola Việt Nam là do công ty mẹ độc quyền cung cấp, do đó sẽ có lập luận rằng không thể lấy chi phí nguyên phụ liệu của doanh nghiệp Việt Nam cùng ngành nghề để so sánh vì Coca Cola là doanh nghiệp đặc thù. Bản thân đại diện Coca Cola Việt Nam cũng giải thích rằng, giá nguyên phụ liệu cao do đây là sáng chế lâu đời, bao gồm cả chi phí chất xám.

Có một câu hỏi được đặt ra là tại sao bị thua lỗ kéo dài, thậm chí ăn thâm vào vốn tự có, nhưng Coca Cola vẫn có thể hoạt động? Câu trả lời là Coca Cola phải đi vay để tài trợ cho hoạt động kinh doanh nhưng lại chủ yếu đi vay từ công ty mẹ. Theo báo cáo của Cục thuế, các khoản vay nợ ngắn hạn của Coca Cola từ công ty mẹ đã lên đến hơn 2.020 tỉ đồng, còn các khoản nợ khác chỉ 343 tỉ đồng. Như vậy, thay vì âm vốn tự có và đáng lẽ phải được công ty mẹ bổ sung vốn, việc Coca Cola đi vay và phải trả lãi cho công ty mẹ có thể sẽ giúp tạo ra một khoản lợi thuế do lá chắn thuế của lãi vay cho Coca Cola Việt Nam hoặc thậm chí thua lỗ do gánh nặng lãi vay cao. Về vấn đề này, đại diện Cục thuế còn cho rằng¹⁶:

“Như vậy Coca Cola VN nợ mà thực chất là không nợ vì chủ yếu là vốn từ công ty mẹ rót vào cho công ty con trích từ một phần lãi hằng năm chuyển về ẩn dưới dạng thanh toán tiền mua hương liệu.”

Trong chuyến thăm Việt Nam vào giữa năm 2013, sau một loạt nghi vấn chuyển giá, ông Ariel Finan – Phó Chủ tịch tập đoàn Coca Cola – cho rằng, nguyên tắc kinh doanh của một thương hiệu có tuổi đời hơn 100 năm và tư duy chiến lược theo chiều sâu khi so sánh với những công ty công nghệ cao, sản xuất phần mềm là làm ra sản phẩm nhưng vẫn phải chấp nhận lỗ trong 10-15 năm đầu tiên trước khi trở thành DN thành công bậc nhất thế giới. Ông Ariel cũng cho rằng mặc dù Coca Cola Việt Nam chưa có khả năng đóng thuế TNDN vì chưa có lợi nhuận nhưng vẫn có 4 khoản thuế khác mà Coca Cola đang đóng và thực tế là đã đóng rất nhiều.¹⁷

Vị đại diện của tập đoàn Coca Cola còn lập luận thêm rằng:

“Một doanh nghiệp như Coca-Cola, tồn tại cả trăm năm với những đòi hỏi khắt khe về nguyên tắc hoạt động, thương hiệu của chúng tôi xuất hiện mọi nơi, trước cửa mỗi gia đình, nếu có điều gì làm sai sẽ tổn hại uy tín chúng tôi đã mất công gây dựng bao năm qua. Từ nhãn quan của người kinh doanh tôi chỉ muốn: chúng tôi tới đây nỗ lực đầu tư để phát triển lâu dài thì không có lý do gì và không thể tưởng tượng tại sao chúng tôi phải làm sai trái”.

Với một thái độ đầy tự tin, ông Ariel nói rằng

“Chúng tôi sẵn sàng được thanh tra thuế nếu Chính phủ muốn. Khi làm việc với cơ quan thuế Việt Nam, họ cũng công nhận là chúng tôi đã tuân thủ minh bạch các quy tắc tài chính”.

Trong nỗ lực chống chuyển giá, chỉ bản thân ngành thuế sẽ không thể đủ năng lực thay vào đó đòi hỏi phải có một sự hợp tác và phối hợp với nhiều cơ quan quản lý nhà nước khác nhau. Liên quan đến trường hợp của Coca Cola Việt Nam, Cục thuế TP.HCM cũng đã có văn bản báo cáo UBND TP và Sở Kế hoạch - đầu tư TP về tình trạng thua lỗ liên tục của Công ty này, trong đó nêu rõ quan điểm rằng nếu một DN

¹⁶ <http://www.tinmoi.vn/dau-hieu-bat-thuong-ve-thua-lo-o-coca-cola-viet-nam-011113254.html>

¹⁷ Phần này chủ yếu dẫn từ bài viết *Coca Cola và chiến lược 20 năm vẫn lỗ*, báo Vietnamnet 11/6/2013. Truy cập tại <http://vietnamnet.vn/vn/kinh-te/124750/coca-cola-va-chien-luoc-20-nam-van-lo.html>.

đầu tư vào VN mà lỗ mất vốn đầu tư ban đầu có còn cơ sở pháp lý để tồn tại ở VN hay không song vẫn chưa nhận được văn bản nào trả lời về vấn đề này.

3. Tình hướng các DN FDI ở Lâm Đồng

Theo báo cáo quyết toán thuế năm 2009 của các DN FDI tại Lâm Đồng, có 104 DN có kết quả kinh doanh thua lỗ, chiếm gần 95% số DN FDI trên địa bàn tỉnh, trong đó DN có quy mô càng lớn thì lỗ càng nhiều. Nhiều doanh nghiệp cũng rơi vào tình trạng tương tự như Coca-Cola, tức là số lỗ lũy kế ăn gần hết vốn đầu tư, thậm chí số lỗ cao hơn vốn đầu tư.

Một cán bộ Cục thuế Lâm Đồng lập luận:¹⁸

Xét về khả năng tài chính không thể tiếp tục sản xuất kinh doanh, nhưng thực tế các DN này vẫn hoạt động bình thường, thậm chí mở rộng quy mô sản xuất kinh doanh, đầu tư nhà xưởng, máy móc, trang thiết bị; thuê thêm đất để trồng chè và mua sắm thêm nhiều tài sản đất tiền như nhà cửa, ô tô...

Hộp 3. Chiến lược ấn định lại giá chè xuất khẩu của Cục thuế Lâm Đồng

Theo giải thích của Cục thuế Lâm Đồng, để chế biến 1kg chè ô long thành phẩm cần có 5kg nguyên liệu chè tươi. Giá 1kg chè búp tươi khoảng 35.000 đồng nên chi phí nguyên liệu cho 1 kg chè ô long thành phẩm là 175.000 đồng, chưa kể các chi phí về điện, nước, nhân công, quản lý, khấu hao máy móc thiết bị... Thế nhưng các DN kê giá xuất khẩu chỉ có 4 USD/kg (tương đương 64.580 đồng/kg), chỉ bằng 37% giá thành sản phẩm! Điều bất thường nữa là, cũng chính những sản phẩm chè ô long này nhưng khi bán tại thị trường Việt Nam giá lên tới 1,2 triệu đồng/kg, cao hơn giá xuất khẩu tới 18 lần! Điều này cho thấy tình trạng chuyển giá ở các DN FDI nói trên, nên giá xuất khẩu thấp hơn giá thành sản phẩm và giá nội địa.

Giá chè thành phẩm xuất khẩu do các DN có hành vi chuyển giá kê khai trong năm 2010 thấp nhất là 3,6 USD/kg, cao nhất là 8,25 USD/kg (bình quân 5,9 USD/kg). Sau khi bị cơ quan thuế thanh tra, đã có 10/15 DN tự điều chỉnh tăng giá bán chè xuất khẩu lên từ 7 USD/kg đến 16,6 USD/kg (bình quân 8,4 USD/kg). Theo Cục Thuế Lâm Đồng, cơ quan thuế đã nhiều lần yêu cầu DN tự lựa chọn xác định lại giá xuất khẩu phù hợp nhất theo giá thị trường đối với giao dịch liên kết phát sinh trong năm, nhưng vẫn còn một số công ty từ chối thực hiện. Cục Thuế Lâm Đồng đã ấn định giá bán chè thành phẩm xuất khẩu các DN này ở mức 8 - 8,2 USD/kg. Tổng cộng, Cục Thuế Lâm Đồng đã xử lý 15 DN có hành vi chuyển giá, tăng thu nhập chịu thuế năm 2010 của 15 DN này từ 52 tỉ đồng (theo DN tự kê khai) lên hơn 74 tỉ đồng; truy thu thuế TNDN và xử phạt vi phạm hành chính về thuế hơn 4,9 tỉ đồng.

Nguồn: <http://www.thanhnien.com.vn/pages/20111211/chong-chuyen-gia-xuat-khau-che.aspx>

Nghịch lý này đã khiến Cục Thuế Lâm Đồng nghi ngờ các DN FDI thực hiện hành vi chuyển giá để lách thuế thu nhập nên quyết định tổng kiểm tra thuế, bắt đầu là 17 DN bị thua lỗ nhiều nhất có vốn đầu tư của Đài Loan chuyên sản xuất, chế biến xuất khẩu chè ô long. Trên thực tế, việc kiểm tra gặp rất nhiều khó khăn do khó tiếp cận các thông tin và dữ liệu tài chính từ các DN FDI. Cục Thuế Lâm Đồng phải thu thập thêm thông tin từ các cơ quan có liên quan như Sở Công Thương, Chi cục Hải quan, Sở Kế hoạch & Đầu tư, cơ quan An toàn thực phẩm, đăng ký chất lượng hàng hóa; các tổ chức, cá nhân cung cấp hàng hóa, dịch vụ cho DN hoặc những người từng làm việc và đang làm việc tại các DN này.

Sau quá trình thanh tra, Cục thuế Lâm Đồng đã đưa ra kết luận rằng nhiều doanh nghiệp FDI trong lĩnh vực chế biến chè xuất khẩu ở Lâm Đồng đã có hành vi chuyển giá. Theo đại diện Cục thuế Lâm Đồng, thủ đoạn cơ bản của các DN này là nâng giá hàng hóa, tài sản nhập khẩu từ nước ngoài (chủ yếu là Đài

¹⁸ <http://www.tienphong.vn/kinh-te/cuoc-chien-chong-chuyen-gia-tron-thue-553553.tpo>

Loan) vào Việt Nam để tăng chi phí, giá trị đầu tư; trong khi đó lại tìm cách hạ giá sản phẩm chèn xuất khẩu từ Việt Nam về công ty mẹ ở nước ngoài dẫn đến thua lỗ triền miên tại Việt Nam.

Đại diện Cục thuế Lâm Đồng cho rằng:¹⁹

“Các tờ khai của một số DN xuất khẩu chèn gửi cho cơ quan thuế đều xác định giao dịch phát sinh trong năm 2010 giữa DN với khách hàng ở nước ngoài là giao dịch kinh doanh giữa các bên có quan hệ liên kết, nhưng không xác định lại giá bán (giá xuất khẩu) phù hợp theo giá thị trường. Các DN đều không cung cấp được các dữ liệu, tài liệu, chứng từ chứng minh cho việc lựa chọn và áp dụng phương pháp xác định giá phù hợp nhất đối với giao dịch liên kết”.

Để đối phó với nghi vấn chuyển giá, trước hết Cục thuế Lâm Đồng đã áp dụng biện pháp tuyên truyền, vận động và thỏa thuận để các DN tự giác điều chỉnh cắt lỗ và kê khai thuế TNDN. Trong năm 2010, Cục Thuế Lâm Đồng đã tổ chức 6 cuộc đối thoại tập trung với nhóm DN kêu lỗ, đồng thời nhiều lần đối thoại riêng với từng DN để vừa đấu tranh vừa vận động tuyên truyền chính sách pháp luật thuế để các DN chấp hành nghiêm túc nghĩa vụ kê khai tính thuế và điều chỉnh giá hợp lý.²⁰ Đối với các DN không tự điều chỉnh, Cục thuế Lâm Đồng đã áp dụng biện pháp cứng rắn bằng cách tiến hành thanh tra toàn diện quy trình sản xuất và ấn định giá cho từng doanh nghiệp cụ thể. Kết quả mang lại là Cục thuế đã cắt khoản lỗ khổng lồ trên 300 tỉ đồng của nhóm DN này, nhiều DN đã bắt đầu phát sinh thuế TNDN phải nộp cho ngân sách.²¹ Trong một động thái khác, UBND tỉnh Lâm Đồng cũng chỉ đạo Sở Kế hoạch - Đầu tư báo cáo UBND tỉnh dừng việc cấp phép bổ sung vốn đầu tư đối với các DN FDI thường xuyên báo cáo kết quả kinh doanh lỗ liên tục qua nhiều năm.

Như vậy, khác với nhiều trường hợp có nghi vấn chuyển giá khác nhưng không thể đi đến kết luận và xử lý, như trường hợp Adidas và Coca-Cola trên đây, kết quả tích cực mà Cục thuế Lâm Đồng đạt được kỳ vọng sẽ tiếp thêm động lực cho công cuộc chống chuyển giá hiện nay ở Việt Nam.

Gần đây, Phó Thủ tướng Hoàng Trung Hải gần đây cũng đã giao Bộ Tài chính chủ trì xây dựng một chương trình hành động tổng thể nhằm kiểm soát hiệu quả hơn vấn đề chuyển giá của các doanh nghiệp FDI hoạt động tại Việt Nam.

¹⁹ Phần này chủ yếu dẫn lại từ bài báo *Chống chuyển giá xuất khẩu chèn*, đăng trên báo Thanh Niên, ngày 12/12/2011. Truy cập tại <http://www.thanhnien.com.vn/pages/20111211/chong-chuyen-gia-xuat-khau-che.aspx>

²⁰ <http://www.tienphong.vn/kinh-te/cuoc-chien-chong-chuyen-gia-tron-thue-553553.tpo>

²¹ <http://www.tienphong.vn/kinh-te/cuoc-chien-chong-chuyen-gia-tron-thue-553553.tpo>

PHỤ LỤC

Phụ lục 1. Kết quả thanh tra DN FDI tại 10 địa phương

Đơn: tỉ đồng

TT	Cục thuế	Tổng số DN bị thanh tra	Số DN có vi phạm	Tổng số truy thu, phạt, truy hoàn	Giảm lỗ
1	Hà Nội	332	326	498	1575
2	TP.HCM	193	164	173	870
3	Quảng Trị	27	27	2.3	1.2
4	Thái Nguyên	20	20	3.1	24.3
5	Tây Ninh	18	18	5.3	63
6	Hòa Bình	16	16	3.6	46
7	Bến Tre	17	15	1.5	21
8	Hải Phòng	50	12	28.8	169
9	Ninh Bình	10	8	1.2	119
10	Nam Định	6	5	1.6	8.2

Nguồn: Tổng cục Thuế

Phụ lục 2. Tỷ lệ ước tính DN thực hiện chuyển giá (theo kết quả hoạt động)

TT	Phân loại theo KQHĐ	n	Tỷ lệ DN	Sai số chuẩn	Giá trị T	Giá trị P	Tỷ lệ chuyển giá ước tính (%)	
							Ước tính thấp	Ước tính cao
8	Lợi nhuận > 20%	39	64.10%	10.10%	6.4	0	48.9%	81.3%
7	Lợi nhuận 10-20%	105	44.50%	6.90%	6.4	0	33.5%	55.5%
6	Lợi nhuận 5-10%	262	12.30%	9.70%	1.3	0.23	-3.2%	27.8%
5	Lợi nhuận 0-5%	455	9.10%	4.80%	1.9	0.08	1.4%	16.8%
4	Hòa vốn	163	19.70%	15.20%	1.3	0.22	-4.6%	44.0%
3	Lỗ 5-0%	176	30.90%	17.40%	1.8	0.1	3.1%	58.7%
2	Lỗ 10-5% doanh thu	76	-2.10%	24.60%	-0.1	0.93	-41.5%	37.3%
1	Lỗ ≥ 10% doanh thu	68	-0.30%	20.40%	0	0.99	-32.9%	32.3%

Nguồn: Khảo sát và tính toán của VCCI và USAID

Phụ lục 3. Đầu tư FDI được cấp giấy phép, thời kỳ 1988-2012

	Số dự án	Tổng vốn đăng ký (Triệu đô la Mỹ) (*)	Tổng số vốn thực hiện (Triệu đô la Mỹ)
Tổng số	15904	246339.4	100192.9
1988-1990	211	1603.5	
1991	152	1284.4	428.5
1992	196	2077.6	574.9
1993	274	2829.8	1117.5
1994	372	4262.1	2240.6
1995	415	7925.2	2792
1996	372	9635.3	2938.2
1997	349	5955.6	3277.1
1998	285	4873.4	2372.4
1999	327	2282.5	2528.3
2000	391	2762.8	2398.7
2001	555	3265.7	2225.6
2002	808	2993.4	2884.7
2003	791	3172.7	2723.3
2004	811	4534.3	2708.4
2005	970	6840	3300.5
2006	987	12004.5	4100.4
2007	1544	21348.8	8034.1
2008	1171	71726.8	11500.2
2009	1208	23107.5	10000.5
2010	1237	19886.8	11000.3
2011	1191	15618.7	11000.1
Sơ bộ 2012	1287	16348	10046.6

(*) Bao gồm cả vốn tăng thêm của các dự án đã được cấp giấy phép từ các năm trước.

Nguồn: Tổng cục Thống kê

Phụ lục 4. Đầu tư trực tiếp nước ngoài được cấp giấy phép 2012 phân theo ngành kinh tế

	Số dự án	Vốn đăng ký (Triệu đô la Mỹ) ^(*)
Tổng số	1287	16348.0
Nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản	17	99.4
Khai khoáng	7	167.5
Công nghiệp chế biến, chế tạo	549	11701.9
Sản xuất và phân phối điện, khí đốt, nước nóng, hơi nước và điều hòa không khí	15	97.2
Cung cấp nước; hoạt động quản lý và xử lý rác thải, nước thải	2	0.5
Xây dựng	96	346.0
Bán buôn và bán lẻ; sửa chữa ô tô, mô tô, xe máy và xe có động cơ khác	220	772.8
Vận tải, kho bãi	32	227.1
Dịch vụ lưu trú và ăn uống	15	108.2
Thông tin và truyền thông	99	416.9
Hoạt động tài chính, ngân hàng và bảo hiểm	1	0.1
Hoạt động kinh doanh bất động sản	13	1979.9
Hoạt động hành chính và dịch vụ hỗ trợ	7	5.3
Giáo dục và đào tạo	11	105.1
Y tế và hoạt động trợ giúp xã hội	6	140.2
Nghệ thuật, vui chơi và giải trí	9	60.6
Hoạt động dịch vụ khác	8	20.5

(*) Bao gồm cả vốn tăng thêm của các dự án đã được cấp giấy phép từ các năm trước.

Nguồn: Tổng cục Thống kê

Phụ lục 5. Thuế suất thuế TNDN ở các nước OECD 2014

Quốc gia	Thuế suất	Quốc gia	Thuế suất
Hoa Kỳ	40.0%	Bồ Đào Nha	23.0%
Nhật Bản	35.6%	Israel	26.5%
Bi	34.0%	Đan Mạch	24.5%
Pháp	33.3%	Áo	30.0%
Ý	31.4%	Hàn Quốc	24.2%
Canada	26.5%	Hy Lạp	26.0%
Tây Ban Nha	30.0%	Thụy Sĩ	17.9%
New Zealand	28.0%	Estonia	21.0%
Mê-hi-cô	30.0%	Thổ Nhĩ Kỳ	20.0%
Úc	25.0%	Slovenia	17.0%
Đức	29.6%	Slovakia	17.0%
Luxembourg	29.2%	Ba Lan	19.0%
Na Uy	27.0%	Hungary	19.0%
Anh	21.0%	Cộng hòa Séc	19.0%
Thụy Điển	22.0%	Iceland	20.0%
Phần Lan	20.0%	Chi-lê	20.0%
Hà Lan	25.0%	Ireland	12.5%
Yemen	20%	Trung bình OECD	25.32%

Nguồn: KPMG

Phụ lục 6. Thuế suất thuế TNDN ở một số nước châu Á 2014

Quốc gia	Thuế suất
Cambodia	20.0%
Trung Quốc	25.0%
Ấn Độ	34.0%
Indonesia	25.0%
Nhật Bản	35.6%
Malaysia	25.0%
Philippines	30.0%
Thái Lan	20.0%
Việt Nam	22.0%
Singapore	17.0%
Trung bình châu Á	22.5%