

chặt chẽ, không thể tách rời nhau giữa NHTM và thị trường chứng khoán đã làm cho số lượng hàng hóa ngày càng gia tăng. NHTM là đối tượng trực tiếp tham gia trên thị trường thì sự liên kết giữa các nghiệp vụ của NHTM với các định chế tài chính khác như: công ty tài chính, công ty bảo hiểm, quỹ đầu tư...trên thị trường chứng khoán đã góp phần phong phú hơn và đa dạng hơn các dịch vụ tài chính cung ứng cho các nhà đầu tư trên thị trường.

Một số vấn đề cần quan tâm

Một số vấn đề cần quan tâm khi đẩy mạnh phát triển cổ phiếu ngân hàng trên thị trường chứng khoán VN:

- Về quan điểm cổ phần hoá NHTMNN: không chỉ đơn thuần là thay đổi quyền sở hữu và bán cổ phiếu để lấy tiền cho Nhà nước mà cổ phần hoá làm đổi mới tư duy trong cung cách quản lý. NHTM theo thông lệ quốc tế, nhằm đạt mục tiêu đưa hệ thống NHTM VN đổi mới toàn diện với quy mô lớn hơn, công nghệ hiện đại, sản phẩm đa dạng hơn. Cần phải có sự thống nhất của tất cả các Bộ, ngành liên quan, thể hiện sự tích cực của VN trong việc thực hiện cam kết cải cách tài chính với các tổ chức tài chính quốc tế.

- Hoàn thiện khung pháp lý: là yêu cầu cấp thiết hiện nay trong quá trình cổ phần hoá NHTMNN cần phải tính đến yếu tố đặc thù của ngành NH nước ta theo định hướng XHCN.

- Định giá tài sản của NHTMNN, thương hiệu của NHTM: là công việc phức tạp, nên cho phép các NHTMNN đánh giá lại tài sản và thương hiệu theo đúng giá trị thực thông qua các công ty định giá với những quy định cụ thể và chặt chẽ, tổ chức đấu giá công khai trên thị trường. Mời các công ty định giá nổi tiếng nước ngoài tham gia, bởi vì hiện nay tại VN chưa có công ty nào có thể đảm đương nổi và quan trọng hơn là chúng ta chưa có kinh nghiệm trong lĩnh vực này, đồng thời góp phần

làm gia tăng uy tín cổ phiếu NH trên thị trường.

- Xác định phần góp vốn của Nhà nước vào các NHTM đã cổ phần hóa: Nhà nước cần phải nắm giữ tỷ lệ cổ phiếu để nắm lấy quyền kiểm soát NH trước mắt không dưới 51%, nhưng trong tương lai khi, sự vận hành của các NH trôi chảy, Nhà nước có thể hạ thấp tỷ lệ nay nhưng vẫn có thể nắm quyền điều tiết các hoạt động NH. Tỷ lệ cho phép các nhà đầu tư nước ngoài tham gia mua cổ phiếu tối đa không quá 30%, nên tiến đến lựa chọn nhà đầu tư nước ngoài tham gia Hội đồng quản trị nhằm tận dụng kỹ thuật quản lý và công nghệ ngân hàng theo chuẩn mực quốc tế.

- Cần nhanh chóng đưa ra giải pháp tích cực để ngăn chặn hiện tượng đầu cơ nâng giá cổ phiếu trên thị trường: bằng cách cung cấp thông tin diễn biến ngân hàng và giá cả cổ phiếu trên thị trường. Ngoài việc giới hạn bán cổ phiếu cho các cổ đông cũ được mua 50% so với cổ phiếu đang nắm giữ và tỷ lệ nhân viên trong ngân hàng được mua, nên công bố công khai trên thị trường qua các phương tiện đại chúng và, mở rộng bán cổ phiếu ngoài thị trường. Chấm dứt được suy nghĩ của công chúng là chỉ có nhân viên ngân hàng, những người có mối quan hệ quen biết với ngân hàng mới mua cổ phiếu. Kiểm soát cung cầu cổ phiếu tránh trường hợp cầu gia tăng giá tạo như thời gian vừa qua.

- Tuyên truyền cho công chúng các kiến thức hoạt động ngân hàng: Ngân hàng là một ngành kinh doanh khá nhạy cảm, có thể gặp rủi ro trước sức ép cạnh tranh gay gắt trước xu hướng hội nhập, đặc biệt nếu sau khi VN tham gia WTO, mọi bảo hộ của chính phủ đối với các NHTM trong nước cũng như những rào cản đối với nước ngoài được tháo dỡ hoàn toàn, nếu hoạt động không hiệu quả thì các NHTM cũng phải đối đầu với sáp nhập, phá sản...■

Một số vấn đề về kế toán doanh thu trong thương mại điện tử

TRẦN HỒNG VÂN

Theo “Báo cáo thương mại điện tử VN năm 2005” của Bộ thương mại thì trong năm 2005 “các điều kiện cần thiết cho sự phát triển mạnh mẽ của thương mại điện tử VN đã được xác lập”. Thương mại điện tử phát triển tất yếu dẫn đến những thay đổi nhanh chóng trong cách thức tổ chức, tiến hành kinh doanh của các doanh nghiệp. Những thay đổi này cho ra đời các hoạt động sản xuất, kinh doanh phát sinh làm tăng lợi ích kinh tế của doanh nghiệp, với những đặc điểm mới cả về hình thức lẫn nội dung nên nếu chỉ căn cứ vào các chuẩn mực và quy định hướng dẫn kế toán hiện hành thì không đủ cơ sở để xác định thời điểm ghi nhận, cũng như giá trị ghi nhận.

1. Vấn đề xác định thời điểm ghi nhận doanh thu

Một trong những yếu tố quan trọng khi kế toán doanh thu là phải xác định đúng thời điểm ghi nhận, đảm bảo thông tin phản ánh tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp là trung thực và đầy đủ.

Thông thường, trong nhiều trường hợp, việc xác định thời điểm hội đủ các điều kiện nêu trong Chuẩn mực kế toán VN số 14

“Doanh thu và thu nhập khác” (VAS 14) khá đơn giản: Kế toán ghi nhận doanh thu khi hàng hóa được giao hay dịch vụ được thực hiện. Tuy nhiên, trong lĩnh vực kinh doanh hàng công nghệ cao, với thông lệ bán hàng hóa hay dịch vụ “trộn gói”, thì việc xác định thời điểm này đôi khi rất phức tạp.

“Trộn gói” ở đây được hiểu là việc một doanh nghiệp tích hợp nhiều hoạt động tạo doanh thu có mối quan hệ ràng buộc vào chung một giao dịch. Ví dụ như bán đầu thu kỹ thuật số kèm dịch vụ truyền hình, bán phần mềm kèm cập nhật, cung cấp các bản vá lỗi (update patches)... Giao dịch trộn gói này không chỉ làm tăng doanh thu của doanh nghiệp mà còn kéo dài sự ràng buộc giữa hai bên ra khỏi thời điểm bán hàng thông thường. Sau khi hoàn tất việc lắp đặt đầu thu nhà cung cấp phải đảm bảo việc phát sóng liên tục; sau khi giao phần mềm, người bán phải đảm bảo việc cập nhật, cung cấp các bản vá lỗi cho phần mềm. Như vậy, kế toán sẽ ghi nhận toàn bộ doanh thu của “gói” ngay sau thời điểm bán hàng thông thường hay sẽ tách giao dịch thành từng hoạt động riêng biệt, và ghi nhận doanh thu cho từng hoạt động, biết rằng:

- Việc ghi nhận toàn bộ doanh thu ngay sau thời điểm bán hàng thông thường là không phù hợp với VAS 14. Trong các trường hợp bán hàng hoá dịch vụ trộn gói nêu trên, một phần dịch vụ hay hàng hóa vẫn chưa được thực hiện nên không thể coi là doanh thu trong kỳ.

- Nếu kế toán tách biệt từng hoạt động để ghi nhận doanh thu thì trong nhiều trường hợp, việc nhận diện từng phần riêng biệt của giao dịch là không thể. Đối với giao dịch bán đầu thu kỹ thuật số kèm cung cấp dịch vụ phát sóng, trên bảng giá của nhà cung cấp đưa ra thì toàn bộ số tiền nhận từ người mua là giá trị của đầu thu, miễn phí dịch vụ truyền hình. Nhưng chắc rằng, khách hàng sẽ không mua đầu thu nếu không có dịch vụ truyền hình kèm theo. Đối với giao dịch bán phần mềm kèm cung cấp cập nhật..., có thể khách hàng chỉ trả với giá thấp hơn, thậm

chí không tiến hành giao dịch nếu không được cập nhật và cung cấp các bản vá lỗi. Như vậy, mặc dù thoả thuận là miễn phí, về bản chất các hàng hoá và dịch vụ đi kèm này là phần không thể thiếu của giao dịch, chiếm một tỷ lệ nhất định trong tổng giá trị giao dịch, mà kế toán không thể tách biệt khi ghi nhận doanh thu.



2. Vấn đề xác định giá trị khi ghi nhận doanh thu

Yếu tố thứ hai cũng không kém quan trọng là kế toán phải xác định được giá trị để ghi nhận. Theo VAS 14, doanh thu được ghi nhận theo giá trị hợp lý, nhưng với một số giao dịch trên Internet thì giá trị hợp lý không phải lúc nào cũng xác định được.

Thương mại “hàng đổi hàng” đã xuất hiện từ rất lâu. Trong quá trình này, người bán là người cung cấp hàng hoá, dịch vụ... cho người mua, đổi lại người mua sẽ phải trả cho người bán một giá trị hàng hóa, dịch vụ tương đương nào đó. Khi giao dịch diễn ra trong môi trường kinh doanh thông thường, việc xác định giá trị hợp lý của giao dịch “hàng đổi hàng” tương đối đơn giản. Chẳng hạn, một công ty xuất nhập khẩu trong nước thực hiện giao dịch “đổi hải sản lấy thép” với một công ty nước ngoài. Mặc dù đây là giao dịch hàng đổi hàng, nhưng giá trị của hải sản đem trao đổi hay giá trị của thép nhận về đều đã được ghi nhận trên hợp đồng ký kết giữa hai bên, nếu không có

thoả thuận thì kế toán vẫn có thể xác định được giá trị hợp lý các hàng hóa này trên cơ sở giá trị của các hàng hóa tương tự trên thị trường.

Trong môi trường thương mại điện tử, đôi khi việc xác định này lại trở nên phức tạp. Điển hình là đối với giao dịch “đổi quảng cáo lấy quảng cáo” trên các trang web, một công ty (công ty A) cho

một công ty khác (công ty B) đặt quảng cáo trên trang web của mình không lấy tiền, và đổi lại công ty B lại cho công ty A đặt quảng cáo của công ty A lên trang web của công ty B cũng miễn phí. Dưới góc độ kinh doanh, việc trao đổi này càng mở rộng, các công ty càng tận dụng được nhiều hơn khả năng của Internet trong quá trình thông tin, quảng cáo đến khách hàng. Dưới góc độ kế toán, giá trị mỗi quảng cáo trên các trang web khác nhau là không đồng nhất, như vậy việc trao đổi này là trao đổi giữa các hàng hóa không tương tự, nói cách khác đây là một giao dịch đủ điều kiện để ghi nhận doanh thu. Nhưng doanh thu sẽ được ghi nhận với giá trị là bao nhiêu ?

Quay lại với việc trao đổi quảng cáo trên trang web giữa hai công ty A và B. Hợp đồng giữa hai bên chỉ thoả thuận về thời hạn mỗi bên được đặt quảng cáo trên trang web của đối tác, không đề cập đến giá trị bằng tiền của việc đặt quảng cáo đó là bao nhiêu. Trong trường hợp này, để ghi nhận doanh thu, trên cơ sở chuẩn mực kế

toán sẽ phải xác định giá trị hợp lý theo giá cả của hàng hóa tương đương trên thị trường. Mặt khác, vì giá trị quảng cáo trên các trang web khác nhau là khác nhau, trong điều kiện chưa có một tổ chức đủ uy tín đưa ra một chuẩn chung để lượng giá mọi trang web, thì giá trị quảng cáo trên mỗi trang web chỉ có thể so sánh với chính nó hay nói cách khác chỉ có hàng hóa tương đương duy nhất là chính nó.

- Đặt giả thiết rằng đây là lần đầu tiên cả hai công ty đồng ý để một đối tượng bên ngoài đặt quảng cáo trên trang web của mình, và đây là một giao dịch đơn thuần "quảng cáo đổi quảng cáo". Như vậy, cả hai công ty đều không thể xác định được giá trị hợp lý của quảng cáo đem trao đổi.

- Ở đây, bài viết đặt một giả thiết nữa, đó là mặc dù giá trị của các trang web đến nay vẫn chưa có tổ chức nào đứng ra định giá, nhưng gần như mọi trang web đều có thống kê về số lượng người truy cập vào. Như vậy, liệu có thể căn cứ theo số lượng người truy cập để tính giá trị của giao dịch được hay không? Ví dụ, công ty A trước đây đã ký một hợp đồng quảng cáo thu tiền, số lần khách truy cập vào trang web của công ty A thời gian đấy là 10.000 lần, số tiền quảng cáo công ty thu được là 1 triệu đồng, tính ra mỗi lần khách truy cập trị giá là 1 triệu/10.000 bằng 100 đ/lần. Sau đấy, khi giao dịch "quảng cáo đổi quảng cáo" diễn ra, để tính giá trị hợp lý, công ty A sẽ lấy 100 đ nhân với số lần khách truy cập vào trang web trong thời gian hợp đồng còn hiệu lực. Nếu trong thời gian này, số lượng khách truy cập là 5.000 lần thì giá trị tương đương để ghi nhận doanh thu là 100đ x 5.000 lần bằng 500.000 đ. Nhưng việc tính doanh thu đơn thuần theo số lần truy cập, không có giới hạn, có thể tạo sự thiếu công bằng đối với các doanh nghiệp tham gia giao dịch theo loại hình này vì thực chất họ không thu được tiền. Thêm vào đấy, mặc dù công ty A trước đây đã có giao dịch "đổi quảng cáo lấy tiền", hai quảng cáo ở hai thời điểm khác nhau này có cùng độ dài thời gian, cùng kích thước, cùng vị trí đặt trên web, nhưng trong thời gian bao lâu thì giá trị quảng cáo trên cùng một trang web có thể coi là không đổi, vì chúng ta biết rằng giá trị của mỗi trang web

trong các thời điểm khác nhau cũng là khác nhau.

3. Phương hướng giải quyết

Để giải quyết vấn đề trên, chúng ta có thể tham khảo kinh nghiệm đi trước của các nước. Tại Mỹ, Ban xử lý các vấn đề phát sinh của Hội đồng chuẩn mực kế toán tài chính (EITF) hướng dẫn kế toán ghi nhận doanh thu với những giao dịch trên như sau:

- Đối với giao dịch bán hàng hóa, dịch vụ trọn gói:

Vấn đề này hiện nay còn đang được EITF nghiên cứu tìm hướng giải quyết hợp lý. Trong thời gian chờ đợi, kế toán vẫn áp dụng thông báo số 00-21 của EITF "Revenue Arrangements with Multiple Deliverables" (EITF 00-21) khi ghi nhận các giao dịch bán hàng hóa và dịch vụ trọn gói. Theo EITF 00-21, kế toán phải tách biệt từng phần của gói hàng hóa dịch vụ nếu thỏa mãn những điều kiện sau:

- + Thành tố được xem là riêng biệt nếu thành tố đó có thể được bán một cách riêng rẽ.

- + Kế toán có căn cứ để xác định giá trị hợp lý của doanh thu đối với từng thành tố.

- + Nếu một thành tố chưa được giao cho người mua là thiết yếu đối với một thành tố khác đã phân phối, kế toán không được ghi nhận doanh thu cho đến khi thành tố thiết yếu này cũng được giao cho khách hàng.

- Đối với giao dịch quảng cáo đổi quảng cáo trên Internet:

Theo thông báo số 99-17 của EITF "Accounting for Advertising Barter Transactions" (EITF 99-17), giá trị hợp lý của quảng cáo đem trao đổi là có thể xác định được nếu trước đây doanh nghiệp đã tiến hành bán quảng cáo (tương tự về vị trí, kích thước, thời gian tồn tại...) lấy tiền với một đối tượng khác, trong một giao dịch ngang giá. Tuy nhiên, giao dịch này không được diễn ra trước quá sáu tháng so với giao dịch đổi quảng cáo lấy quảng cáo. Giá trị của giao dịch bán quảng cáo lấy tiền xảy ra sau thời điểm "đổi quảng cáo lấy quảng cáo" cũng không được sử dụng làm cơ sở để tính giá trị hợp lý. Thêm vào đấy, công ty chỉ ghi nhận doanh thu quảng cáo đổi quảng cáo tối đa bằng tổng giá trị của giao dịch bán quảng cáo lấy tiền đã được dùng làm cơ sở để tính giá trị hợp lý.

Các hướng dẫn trong EITF 00-21 và EITF 99-17 thực sự vẫn chưa giải quyết được hoàn toàn những vấn đề nêu trên. Do sẽ phát sinh nhiều phức tạp khi ghi nhận doanh thu đối với các hình thức kinh doanh mới trên Internet, cả về xác định thời điểm ghi nhận lẫn xác định giá trị ghi nhận, kế toán cần nhận được những hướng dẫn cụ thể, phù hợp hơn nữa để có thể đảm bảo thông tin phản ánh doanh thu của các doanh nghiệp là trung thực, khách quan, và đầy đủ. ■



Ảnh Hòa Tấn