

THUẾ TRỊ GIÁ GIA TĂNG Ở CÁC NƯỚC TRÊN THẾ GIỚI

PTS. DƯƠNG THỊ BÌNH MINH
ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH KẾ TOÁN TP.HCM

Trong thực tiễn kinh tế, hệ thống thuế của các nước trên thế giới rất khác nhau, chúng bao gồm tất cả các loại thuế do đó mà tác động của hệ thống thuế đối với sự phát triển kinh tế và hiệu quả của nền sản xuất xã hội ở các nước cũng không giống nhau. Bởi vậy từ những năm 60 nhiều nước trên thế giới đã tiến hành cải cách hệ thống thuế của nước mình mà trong đó thuế trị giá gia tăng giữ một vị trí quan trọng trong hệ thống thuế. Pháp, CHLB Đức là những nước từ bản phát triển ở châu Âu đã áp dụng thuế trị giá gia tăng đầu tiên (năm 1968), kế đó là Phần Lan, Thụy Điển (năm 1969), Ý, Anh, Áo (năm 1973). Nhiều nước đang phát triển cũng áp dụng loại thuế này như Nicaragua, Costa Rica, Indonesia, Philippines, Pakistan... Tất cả các nước Cộng đồng kinh tế châu Âu đều áp dụng thuế trị giá gia tăng và sự vận dụng này gắn liền với nhất thể hóa hệ thống thuế của họ.

Quá trình áp dụng thuế trị giá gia tăng đã diễn ra trên thế giới 30 năm nay. Thuế trị giá gia tăng được áp dụng thay thế cho thuế doanh thu - một loại thuế có nhược điểm cơ bản là đánh thuế trùng lặp. Ở các nước của Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế, tỷ trọng thuế trị giá gia tăng chiếm từ 15%-25% trong tổng số thu về thuế và xấp xỉ từ 4%-10% tổng sản phẩm quốc dân; ở các nước đang phát triển thuế trị giá gia tăng chiếm từ 5%-20% số thu của ngân sách nhà nước và xấp xỉ 5-10% tổng sản phẩm quốc dân. Có thể nói đây là nguồn thu đáng kể, quan trọng của ngân sách nhà nước và có tác động đến các hoạt động kinh tế và tiêu dùng trong xã hội.

Một trong những lý do phải thay thế thuế doanh thu bằng thuế trị giá gia tăng là: thuế doanh thu với các mức thuế suất quy định đánh vào hàng hóa và dịch vụ ở mỗi khâu trong quá trình luân chuyển từ người sản xuất đến người tiêu dùng cuối cùng. Trong quá trình này nếu các công đoạn sản xuất và lưu thông càng nhiều thì giá hàng hóa và dịch vụ càng đắt đỏ. Đối với người tiêu thụ, giá hàng hóa, dịch vụ trong đó có cả thuế doanh thu nằm trong các mất xích của các quan hệ cung cấp - tiêu thụ là giá phải hạch toán. Ở mỗi công đoạn tiếp theo chỉ phí kinh doanh, lợi nhuận và thuế doanh thu với thuế suất xác định được cộng vào giá mua (nguyên liệu, vật liệu, bán thành phẩm hay thành phẩm) bao gồm cả thuế.

Khi sử dụng thuế doanh thu, nhà kinh doanh có thể nâng cao khả năng cạnh tranh của mình bằng cách hạn chế bớt các công đoạn luân chuyển của hàng hóa, dịch vụ trong sản xuất và lưu thông. Cơ chế hoạt động của thuế doanh thu cũng gây ra trở ngại cho khả năng xuất khẩu của các nhà sản xuất. Các tổ chức kinh tế xuất khẩu tuy không phải chịu thuế doanh thu nhưng họ không thể ngăn chặn được thuế đánh vào các mặt hàng xuất khẩu ở các khâu, các công đoạn trước. Ngoài ra, đối với thuế doanh thu cũng không thể bỏ qua sự phức tạp trong thu thuế, xét miễn giảm thuế, các yêu cầu về kiểm tra thuế và trong khả năng trốn lậu

thuế.

Thuế trị giá gia tăng được áp dụng ở các nước Cộng đồng kinh tế châu Âu gắn liền với các quá trình liên kết kinh tế ở Tây Âu, gắn với việc thực hiện yêu cầu về nhất thể hóa hệ thống thuế ở các nước này. Nhất thể hóa hệ thống thuế trong Cộng đồng kinh tế châu Âu trở thành vấn đề cấp thiết khi các nước trong cộng đồng thực hiện xóa bỏ dần dần thuế quan. Mặt khác ở các nước cộng đồng kinh tế châu Âu người ta thấy rằng cách đánh thuế trùng lặp của thuế doanh thu không thể lượng hóa một cách chính xác tất cả số thuế doanh thu được thanh toán bởi hoàn khi xuất khẩu hàng hóa. Do đó cần phải tìm một phương pháp đánh thuế mới mà nó cho phép lượng hóa trên mỗi sản phẩm, hàng hóa và trên mỗi công đoạn của sản xuất kinh doanh. Với yêu cầu này người ta đã tìm thấy ở thuế trị giá gia tăng. Song cũng cần thiết phải nói rằng sự đồng nhất hệ thống thuế ở các nước cộng đồng kinh tế châu Âu được thực hiện bằng cách đánh thuế chứ không phải bằng việc áp dụng thuế suất.

Áp dụng thuế trị giá gia tăng góp phần tạo ra một thị trường thống nhất của cộng đồng châu Âu và tạo ra những điều kiện cạnh tranh giống nhau cho hoạt động kinh doanh trong khuôn khổ cộng đồng. Thuế doanh thu không có tác dụng khuyến khích các doanh nghiệp nhỏ trong hoạt động kinh tế mà chỉ có tác dụng khuyến khích đối với các doanh nghiệp lớn. Điều này được thể hiện ở chỗ các doanh nghiệp lớn có thể tổ chức quá trình sản xuất từ khai thác, chế biến nguyên vật liệu cho đến thành phẩm, thậm chí họ có thể bán các sản phẩm tạo ra cho người tiêu dùng cuối cùng trong các cửa hàng của họ. Do đó mà thuế doanh thu khuyến khích quá trình tập trung hóa. Thuế doanh thu được thu nhiều lần và đánh vào cùng một loại hàng hóa và dịch vụ rất khác nhau.

Trong quan hệ thương mại quốc tế các nước thường áp dụng nguyên tắc: đánh thuế vào hàng nhập khẩu, giảm hoặc miễn thuế đối với hàng xuất khẩu. Ở những nước áp dụng thuế doanh thu các sản phẩm bị đánh thuế rất khác biệt nhau và khó xác định mức thuế là bao nhiêu cho từng loại sản phẩm và cũng khó xác định số thuế không đánh vào hàng xuất khẩu do đó mà thuế doanh thu không thực hiện được yêu cầu trung lập khi tạo ra những điều kiện cạnh tranh giống nhau.

Chính thuế trị giá gia tăng loại bỏ được những nhược điểm này của thuế doanh thu. Ưu điểm của thuế trị giá gia tăng được thể hiện ở chỗ không đánh thuế trùng lặp. Toàn bộ giá cả của hàng hóa hoặc dịch vụ chỉ bị đánh thuế một lần. Thuế trị giá gia tăng không làm tăng mức giá và nó tạo điều kiện nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường quốc tế. Khi hàng hóa của một nước xuất khẩu sẽ không tính thuế và không thu thuế. Các tổ chức kinh tế xuất khẩu có quyền yêu cầu bồi hoàn số thuế mà họ đã thanh toán cho người cung ứng đối với số hàng hóa xuất khẩu của mình.

Việc áp dụng thuế trị giá gia tăng ở các nước Tây Âu không bắt nguồn từ lý do tài chính mà xuất phát từ:

- Nâng cao khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp trên thị trường thế giới.
- Thống nhất hệ thống thuế của các nước.
- Đơn giản hóa hệ thống thuế.
- Tổng quát hóa trong đánh thuế và nâng cao hiệu quả của hệ thống thuế.
- Phân bổ thuế cân bằng đối với các sản phẩm và dịch vụ, đồng thời tạo ra những điều kiện cạnh tranh giống nhau cho từng doanh nghiệp.

Thuế trị giá gia tăng thể hiện tính trung lập trong cạnh tranh ở thị trường trong nước và trên thị trường quốc tế. Nó tạo điều kiện thuận lợi cho việc trao đổi hàng hóa và dịch vụ giữa các nước đặc biệt là giữa các nước trong Cộng đồng kinh tế châu Âu vì vậy mà tất cả các nước trong Cộng đồng châu Âu đều áp dụng loại thuế này.

Thuế trị giá gia tăng có đặc điểm nổi bật là: tính tổng quát trong sử dụng, mức độ thích ứng cao và làm đơn giản hệ thống thuế gián thu. Thuế suất được xác định có căn cứ vào tính chất của từng loại sản phẩm và dịch vụ. Đối với các loại hàng tiêu dùng cơ bản ở các nước người ta áp dụng thuế suất thấp nhất, các loại hàng hóa, dịch vụ cao cấp áp dụng với thuế suất cao nhất. Bằng sự tác động đến mức giá thuế trị giá gia tăng có thể làm giảm áp lực của lạm phát và tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Các hàng hóa và dịch vụ khi xuất khẩu không bị đánh thuế. Các tổ chức kinh tế xuất khẩu không cảm thấy mình bị đánh thuế như khi áp dụng thuế doanh thu. Để khuyến khích xuất khẩu, Nhà nước có thể quy định: các doanh nghiệp khi xuất khẩu hàng hóa chiếm hơn 50% sản phẩm của mình thì họ không chỉ bán mà ngay cả mua cũng không bị đánh thuế. Áp dụng thuế trị giá gia tăng ở các nước dẫn đến việc từng bước nâng cao chất lượng công tác kế toán, hạch toán và tổ chức bộ máy quản lý của ngành thuế.

Bên cạnh những ưu điểm vốn có, thuế trị giá gia tăng cũng bộc lộ những nhược điểm nhất định mà nó được thể

hiện:

- Trong một thời gian hoặc thời điểm nhất định số lượng các lần mua hàng hóa của doanh nghiệp có thể lớn hơn nhiều so với số lượng các lần bán hàng hóa của doanh nghiệp. Nếu người chịu thuế chưa nộp ngay số thuế trị giá gia tăng này thì sẽ trở thành con nợ với khoản nợ không phải chịu lãi suất.

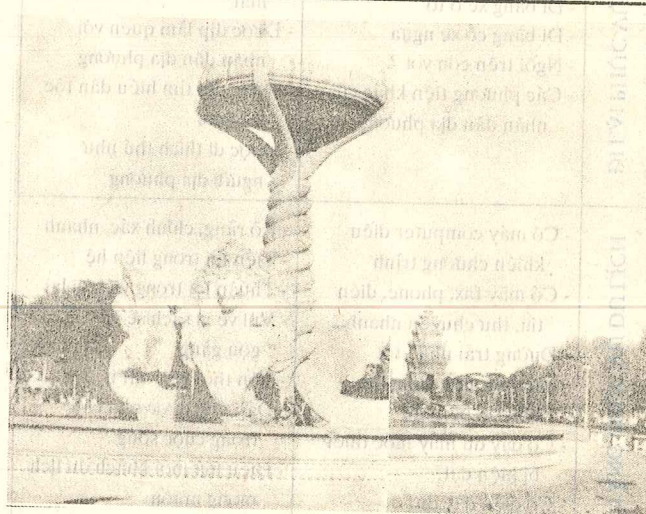
- Các đòi hỏi về mặt hành chính và chi phí hành chính cho việc áp dụng thuế trị giá gia tăng khá lớn. Ở các nước áp dụng thuế trị giá gia tăng người ta thấy rằng các chi phí này chiếm khoảng 2% trên tổng số thu từ loại thuế này.

- Ở các nước áp dụng nhiều loại thuế do nhà nước và cả địa phương ban hành thì sự phối hợp giữa thuế trị giá gia tăng với cơ cấu các loại thuế đó gặp những khó khăn nhất định.

- Khi áp dụng thuế trị giá gia tăng đòi hỏi phải có thời gian chuẩn bị tương đối dài về mặt lập pháp, về phương pháp và về mặt hành chính. Tùy theo điều kiện cụ thể của mỗi nước mà thời gian chuẩn bị này có thể xê dịch song thông thường là từ 12 đến 18 tháng ♣

KUN THYDA
NCS. Đ H Kinh tế TP. HCM

KẾT HỢP DU LỊCH VẬT CHẤT VÀ TINH THẦN Ở CAMPUCHIA



việc đi lại, nghỉ ngơi, ăn uống đón tiếp du khách (đến nghiên cứu, tham quan).

Qua các định nghĩa trên, ta có những nhận xét như sau:

* Du lịch với tính chất là một hoạt động xã hội và sản phẩm du lịch là hai mặt của một vấn đề.

* Dù định nghĩa như thế nào đi nữa, du lịch cũng có 2 phần nội dung: Vật chất và tinh thần; khách du lịch trong chuyến đi (tour) của mình được hưởng thụ về vật chất và tinh thần như bảng sau:

	VẬT CHẤT	TINH THẦN
TÀI NGUYÊN DU LỊCH	- Tắm biển phơi nắng	- Nghiên cứu, tham quan
	- Tắm nước nóng, nước khoáng	- Tìm hiểu tôn giáo...
	- Leo núi - Thể thao	- Được tham gia lễ hội
	- Sân bắn - Chụp hình	- Được hưởng thụ và thoải mái tinh thần
	- Nghỉ trên cao nguyên	- Được tận mắt thấy nền văn hóa-văn minh lịch sử của quốc gia
	- Hít thở không khí trong lành	
	- Các công trình đương đại	
	- Các địa danh, đền đài, di tích	

Có nhiều định nghĩa du lịch và do đó cũng có nhiều định nghĩa về sản phẩm du lịch khác nhau. Chẳng hạn:

Sản phẩm du lịch: nghĩa là chuyến đi du lịch theo quy trình khép kín, khởi hành từ một địa điểm cụ thể nào đó, và rồi trở về chính nơi đó theo một lộ trình nhất định.

Sản phẩm du lịch: một loại hình du lịch nào đó; các định nghĩa này, theo chúng tôi tuy không sai nhưng ít nhiều mang tính chất phiến diện. Chúng tôi tán thành một định nghĩa mang tính chất diễn giải bằng những từ ngữ mang tính chất VN, có văn, có điệu và dễ hiểu như sau:

"Du lịch: Đi lại + Nghỉ ngơi + Vui chơi + Nghiên cứu"

Thực ra định nghĩa đó là một cách diễn giải khác đi của một định nghĩa về công nghiệp du lịch: "Ngành du lịch là một mạng lưới kinh doanh rộng và tổng hợp phục vụ cho