

QUẢN LÝ THUẾ THU NHẬP ĐỐI VỚI HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ Ở VIỆT NAM

NGUYỄN THỊ HỒNG NHẬT*

Thương mại điện tử hiện nay đang dần chiếm lĩnh thị trường bán lẻ của các quốc gia, trong đó có Việt Nam. Việc thu và quản lý thuế đối với hoạt động thương mại điện tử đặt ra thách thức rất lớn đối với công tác quản lý thuế khi vừa phải khuyến khích thương mại điện tử phát triển, vừa chống thất thu thuế cũng như bảo đảm công bằng, minh bạch cho các tổ chức, cá nhân thực hiện đúng các nghĩa vụ về thuế đối với Nhà nước hiện nay.

Từ khóa: Thương mại điện tử; quản lý; thuế thu nhập; thách thức; Việt Nam.

E-commerce is increasingly dominating the retail market in many countries, including Vietnam. Collecting and managing taxes on e-commerce activities present significant challenges for tax authorities, as it requires both encouraging the development of e-commerce and preventing tax evasion, while ensuring fairness and transparency for businesses and individuals fulfilling their tax obligations to the State.

Keywords: E-commerce; management; income tax; challenges; Vietnam.

NGÀY NHẬN: 11/11/2024

NGÀY PHẢN BIỆN, ĐÁNH GIÁ: 03/01/2025

NGÀY DUYỆT: 14/02/2025

DOI: <https://doi.org/10.59394/qlnn.349.2025.1093>

1. Đặt vấn đề

Sự phát triển mạnh mẽ của nền kinh tế số gắn liền với cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đã khuyến khích sự xuất hiện và phát triển của hình thức kinh doanh thương mại trên nền tảng internet. Hoạt động kinh doanh trực tuyến đang phát triển nhanh chóng, được gọi với nhiều tên gọi khác nhau, như: thương mại điện tử (e-commerce), kinh doanh điện tử (e-business); thương mại trực tuyến (onlinetrade), thương mại không giấy tờ (paperless commerce)¹. Trong đó, thuật ngữ thương mại điện tử được sử dụng phổ biến và rộng rãi nhất. Thương mại điện tử là việc sử dụng máy tính và mạng truyền thông để thực hiện các quy trình kinh doanh. Thương mại điện tử được hiểu là “kinh doanh được

thực hiện trên internet”² hay thương mại điện tử là việc thực hiện một phần hoặc toàn bộ các quy trình của hoạt động thương mại thông qua internet. Thương mại điện tử mang lại nhiều lợi ích cho các chủ thể kinh doanh và dần chiếm ưu thế, thay thế cho hoạt động thương mại truyền thống. Tuy nhiên, thương mại điện tử cũng đặt ra những thách thức cho cơ quan quản lý thuế trong công tác quản lý thuế, đặc biệt là quản lý thuế thu nhập. Những thách thức này xuất phát từ đặc điểm cơ bản của thương mại điện tử đó là tính toàn cầu, tính không biên giới trong thương mại điện tử, tính “ảo” và ẩn danh.

* NCS, Trường Đại học Luật Hà Nội

2. Thách thức trong quản lý thuế thu nhập đối với hoạt động thương mại điện tử

Xuất phát từ những đặc trưng của thương mại điện tử, cùng với đó, pháp luật quản lý thuế hiện hành chưa có quy định cụ thể về hoạt động này dẫn đến thực tiễn thi hành quản lý thuế thu nhập đối với hoạt động thương mại điện tử còn gặp nhiều khó khăn, thách thức.

Thứ nhất, về cơ chế nhận diện, xác định các khoản thu nhập phát sinh từ hoạt động thương mại điện tử.

Pháp luật hiện hành quy định các loại thu nhập chịu thuế thu nhập, tuy nhiên, các quy định này áp dụng chung với các loại thu nhập từ hoạt động thương mại điện tử và hoạt động thương mại truyền thống. Trên thực tế, hoạt động thương mại điện tử có nhiều điểm đặc thù; việc áp dụng chung quy định như vậy, dẫn đến quản lý thuế thu nhập đối với hoạt động thương mại điện tử chưa thực sự đạt hiệu quả.

Pháp luật quản lý thuế chưa có các quy định cụ thể để xác định, phân loại thu nhập đối với hoạt động thương mại điện tử. Điều này gây khó khăn cho cơ quan quản lý thuế khi nhận diện, xác định loại thu nhập để có cơ sở tính thuế thu nhập đối với hoạt động này. Có thể nói, thương mại điện tử không chỉ bao gồm những cách thức mới để bán sản phẩm cũ³ mà còn tạo ra vô số sản phẩm, dịch vụ mới. Ví dụ: trong thương mại điện tử, một cuốn sách có thể được mua theo nhiều cách khác nhau, như: đăng ký cơ sở dữ liệu, tải phiên bản điện tử của cuốn sách xuống máy tính của khách hàng. Người mua cũng có thể nhận được thông tin cập nhật trực tuyến của cuốn sách. Những khả năng này gây khó khăn cho việc phân loại giao dịch theo cách truyền thống là “thu nhập từ hoạt động sản xuất - kinh doanh” hay “thu nhập dịch vụ”. Các tiêu chuẩn xác định sản phẩm, dịch vụ và hoạt động kinh doanh không còn phù hợp trong môi trường thương mại điện tử, do đó, thương mại điện tử không dễ dàng phân loại theo các loại thu nhập cũ.

Trong môi trường thương mại điện tử rất khó để xác định, phân biệt một số loại thu nhập. Thực tế hiện nay có nhiều tổ chức, cá nhân phát triển cung cấp các phần mềm ứng dụng như game, nhạc... dành cho các nền tảng di động, trong đó đưa phần mềm lên các chợ ứng dụng thương mại điện tử, như: Apple Store, CH Play... và có được thu nhập từ hoạt động đó. Việc xác định doanh thu liên quan đến bán các sản phẩm trò chơi, ứng dụng đăng tải trên mạng xã hội thì xác định là có thu nhập từ lợi nhuận kinh doanh, phí dịch vụ hay thu nhập từ bản quyền. Hay thu nhập từ quảng cáo trên các nền tảng trực tuyến được xác định là thu nhập từ bản quyền hay không. Việc xuất hiện các loại hình giao dịch kinh doanh mới như dịch vụ, ứng dụng và cùng với đó là những cách thức cung cấp hàng hóa, dịch vụ mới xuất hiện đã làm mờ đi ranh giới giữa lợi nhuận kinh doanh và tiền bản quyền. Trong khi đó, pháp luật quản lý thuế hiện nay chưa có các tiêu chí rõ ràng để có thể xác định cụ thể các khoản thu nhập đó thuộc loại thu nhập nào. Điều này gây khó khăn cho cơ quan quản lý thuế khi thực hiện quản lý thuế thu nhập đối với hoạt động thương mại điện tử. Khó khăn trong xác định thu nhập tính thuế để áp dụng mức thuế suất phù hợp.

Thứ hai, về xác định, kiểm soát các giao dịch kinh doanh trong hoạt động thương mại điện tử.

Các giao dịch thương mại điện tử ở Việt Nam hiện nay khá đa dạng, có thể chia thành nhiều nhóm khác nhau, như: cung cấp dịch vụ tìm kiếm, quảng cáo trực tuyến (Google, Facebook, Instagram, TikTok...); cung cấp dịch vụ du lịch như đặt phòng khách sạn, đặt vé máy bay (qua các trang Traveloka, Booking,...); các dịch vụ thanh toán trung gian ví điện tử, mã thẻ (Momo, VnPay, Airpay,...); các dịch vụ trung gian vận chuyển (Bee, Grab, SM...). Bên cạnh đó, đối với các cá nhân, tổ chức kinh doanh trên mạng internet, các đối tượng này không cần phải mở cửa hàng theo cách truyền thống.

Các giao dịch này hoàn toàn có thể thực hiện bằng các phương thức điện tử còn chưa kể đến, một cá nhân vừa có thể kinh doanh trên nhiều trang mạng xã hội khác nhau hoặc cùng một lúc có thể có nhiều gian hàng trên một sàn thương mại điện tử hay trên nhiều sàn thương mại điện tử. Chính sự phức tạp này gây khó khăn cho cơ quan thuế để xác định được thông tin, hành vi kinh doanh của các chủ thể đó.

Ngoài ra, thương mại điện tử với đặc trưng là các giao dịch được thực hiện thông qua mạng internet, các chủ thể kinh doanh có thể không cần sự hiện diện vật chất mới có thể thực hiện được các hoạt động sản xuất - kinh doanh. Chính đặc điểm này tạo nên sự khác biệt trong quản lý thuế đối với hoạt động kinh doanh truyền thống và kinh doanh thương mại điện tử. Khi không có sự hiện diện vật chất tại một quốc gia, các giao dịch lại được thực hiện trên môi trường internet, đặc biệt các giao dịch thường được diễn ra nhanh chóng và dễ dàng xóa dấu vết. Điều này đặt ra cho cơ quan quản lý thuế nhiều thách thức khi chưa có các biện pháp để kiểm soát những giao dịch này trên thực tế, khó khăn khi xác minh chính xác số lượng các giao dịch phát sinh.

Thứ ba, về xác định chủ thể nộp thuế thu nhập trong hoạt động thương mại điện tử.

Thách thức chính là xác định nơi cư trú hay “cơ sở thường trú” (PE) của các chủ thể kinh doanh có thu nhập từ thực hiện hoạt động thương mại điện tử. Khái niệm cơ sở thường trú được coi là một sự thỏa hiệp nhằm tạo ra sự cân bằng hợp lý giữa việc đánh thuế độc quyền tại quốc gia cư trú của doanh nghiệp và quyền của quốc gia thị trường được hưởng một phần thuế công bằng đối với các hoạt động kinh doanh có vị trí ổn định trên lãnh thổ của mình. Hay nói cách khác, khái niệm cơ sở thường trú xác định sự tồn tại của mối quan hệ kinh doanh đầy đủ với thẩm quyền đánh thuế của một quốc gia không phải là nơi cư trú của người nộp thuế⁴.

Hiện nay, các quốc gia có quyền thu thuế

dựa trên yếu tố lãnh thổ và quyền thu thuế dựa trên yếu tố con người⁵. Việc xác định nơi cư trú vì mục đích thuế là rất quan trọng và thường dựa trên các mối quan hệ cá nhân, xã hội và kinh tế của cá nhân đó. Tuy nhiên, trong môi trường thương mại điện tử, các hoạt động kinh doanh có thể thực hiện thông qua các website, trang mạng xã hội,... mà không cần “sự hiện diện vật chất” của người nộp thuế tại đó. Do vậy, đánh thuế đối với hoạt động thương mại điện tử dựa trên yếu tố cư trú cần phải xem xét và quy định cụ thể.

Một trong những khó khăn, thách thức trong quản lý thuế thu nhập đối với hoạt động thương mại điện tử là pháp luật quản lý thuế hiện hành chưa có các quy định cụ thể để xác định “cơ sở thường trú” trong môi trường thương mại điện tử để từ đó xác định đúng chủ thể có nghĩa vụ nộp thuế đối với hoạt động này. Cụ thể, *Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp* quy định đối tượng nộp thuế có sự phân biệt giữa doanh nghiệp Việt Nam và doanh nghiệp nước ngoài. Theo đó, doanh nghiệp nước ngoài phải nộp thuế liên quan đến việc có “cơ sở thường trú” hay không có cơ sở thường trú ở Việt Nam. Đối với hoạt động kinh doanh xuyên biên giới, có thể thực hiện bằng các hình thức: (1) Thành lập một công ty con ở nước ngoài; (2) Thực hiện các hoạt động kinh doanh xuyên biên giới mà không có hoặc không gắn liền với một cơ sở cố định ở quốc gia đến; (3) Thành lập các chi nhánh, văn phòng, nhà máy, cửa hàng hoặc cơ sở khác ở nước ngoài không được thành lập nhưng vẫn là một phần của pháp nhân trong nước. Các tổ chức được xem là có cơ sở thường trú ở Việt Nam khi thỏa mãn 3 điều kiện là duy trì một cơ sở có “tính chất cố định” và doanh nghiệp tiến hành một phần hoặc toàn bộ hoạt động kinh doanh qua cơ sở này⁶.

Hiện nay, pháp luật thuế chưa đề cập đến cơ sở thường trú trong môi trường thương mại điện tử. Bối cảnh thương mại điện tử cho phép sự linh hoạt nhất định về địa điểm thành lập doanh nghiệp, mở rộng khả năng

lập kế hoạch thuế nhằm giảm nghĩa vụ thuế. Điều này dẫn đến khả năng nhiều chủ thể kinh doanh thực hiện trốn thuế bằng cách thực hiện các hoạt động kinh doanh mà không thuộc đối tượng chịu thuế của bất kỳ một quốc gia nào⁷. Do đó, “sự hiện diện trong không gian số” cần được xác định như thế nào, hay cơ sở thường trú trong thương mại điện tử được hiểu như thế nào mới đúng. Nếu dựa trên tính cố định để xem xét một tổ chức có cơ sở thường trú hay không thì trong môi trường thương mại điện tử, “một website trên internet bản thân chưa cấu thành nên một cơ sở thường trú”⁸ hay một máy chủ có tạo ra cơ sở thường trú hay không.

Theo quan điểm của Tổ chức Hợp tác và Phát triển kinh tế (OECD), khi xác định xem liệu máy chủ có tạo ra cơ sở thường trú hay không, người ta phải xem xét các chức năng mà máy chủ thực hiện. Nếu các chức năng được thực hiện chỉ mang tính chất chuẩn bị hoặc phụ trợ thì sự hiện diện của người phục vụ sẽ không tạo nên cơ sở thường trú. Tuy nhiên, nếu các hoạt động mà máy chủ thực hiện là những hoạt động thường được thực hiện trong giao dịch bán hàng thì máy chủ xử lý giao dịch đó sẽ tạo ra một cơ sở thường trú⁹.

Trong bối cảnh thương mại điện tử phát triển mạnh mẽ, tỷ lệ người tiêu dùng mua hàng qua các website nước ngoài tăng lên đáng kể (từ 36% năm 2020 lên 43% năm 2021)¹⁰. Do đó, quản lý thuế thu nhập đối với hoạt động thương mại điện tử cần phải xác định được các nội dung, như: quyền thu thuế đối với các cá nhân, tổ chức nước ngoài có thu nhập từ hoạt động thương mại điện tử ở Việt Nam (có cơ sở thường trú hay không có cơ sở thường trú); tiêu chí để xác định doanh nghiệp có cơ sở thường trú hay không có cơ sở thường trú trong thương mại điện tử; tiêu chí xác định nguồn thu nhập phát sinh “trên lãnh thổ Việt Nam” hay “ngoài lãnh thổ Việt Nam”; cơ chế nào để cơ quan quản lý thuế nhận diện và kiểm soát được các giao dịch phát sinh trên các website đó...

Trên thực tế, đây là những khó khăn của cơ quan quản lý thuế trong quản lý thu, nộp thuế thu nhập đối với hoạt động thương mại điện tử. Chủ thể kinh doanh hoạt động thương mại điện tử có thể không thành lập cửa hàng như kinh doanh truyền thống mà được thực hiện hoàn toàn bằng phương thức điện tử. Các máy chủ có thể không đặt ở quốc gia đến, chủ thể kinh doanh có thể không cần sự hiện diện về cư trú nhưng vẫn có thể thực hiện hoạt động kinh doanh trên thị trường một quốc gia.

3. Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả quản lý thuế thu nhập đối với hoạt động thương mại điện tử

Thứ nhất, pháp luật quản lý thuế thu nhập đối với hoạt động thương mại điện tử cần bổ sung những quy định để xác định, phân loại thu nhập chịu thuế thu nhập từ hoạt động thương mại điện tử.

Theo đó, bổ sung những tiêu chí để xác định được một số loại thu nhập, như: thu nhập từ hoạt động kinh doanh, thu nhập từ dịch vụ, thu nhập từ bản quyền. Có thể tham khảo kinh nghiệm của Sở Thuế vụ Hoa Kỳ: “bất kỳ khoản tiền nào nhận được cho việc sử dụng phần mềm đều có thể được coi là tiền bản quyền”¹¹.

Như vậy, để xác định là tiền bản quyền thì các giao dịch phần mềm phải liên quan đến việc sử dụng một quyền có giá trị và giao dịch đó có khả năng tạo ra thu nhập.

Thứ hai, pháp luật quản lý thuế cần bổ sung các quy định để xác định chủ thể có nghĩa vụ nộp thuế thu nhập đối với hoạt động thương mại điện tử.

Trong môi trường thương mại điện tử, các chủ thể thực hiện hoạt động kinh doanh mà không cần sự hiện diện vật chất tại một quốc gia cụ thể. Điều này đặt ra thách thức các quy tắc thuế truyền thống khi mà doanh nghiệp có được thu nhập ở nước ngoài nếu không có sự hiện diện về cư trú thì không phải chịu thuế thu nhập ở nước ngoài. Do đó, pháp luật cần quy định “sự hiện diện kỹ

thuật số”, hay các tiêu chí cụ thể để xác định “cơ sở thường trú” trong môi trường thương mại điện tử. Sự hiện diện kỹ thuật số, theo OECD, đó có thể là doanh số bán hàng kỹ thuật số, số lượng hợp đồng, số lượng người dùng hoặc mức độ tiêu dùng¹².

Trong trường hợp có bất kỳ thay đổi nào đối với định nghĩa cơ sở thường trú và bất kỳ mối liên hệ mới nào dựa trên một số tiêu chí về “sự hiện diện kỹ thuật số quan trọng” thì phải có một ngưỡng tối thiểu rõ ràng ở mỗi quốc gia mà dưới ngưỡng đó sẽ không có cơ sở thường trú nào được thành lập. Hay trong Bản thiết kế cho một cơ sở thường trú mới, một định nghĩa về cơ sở thường trú được đưa ra đó là: “Nếu một doanh nghiệp cư trú tại một nước ký kết cung cấp quyền truy cập vào (hoặc đề nghị) một ứng dụng điện tử, cơ sở dữ liệu, thị trường trực tuyến, phòng lưu trữ hoặc cung cấp các dịch vụ quảng cáo trên một trang web hoặc trong một ứng dụng điện tử được hơn 1.000 người dùng cá nhân cư trú tại nước đó sử dụng mỗi tháng. Nước ký kết kia thì doanh nghiệp đó sẽ được coi là có cơ sở thường trú tại nước ký kết kia nếu tổng doanh thu của doanh nghiệp từ các dịch vụ nói trên tại nước ký kết kia vượt quá XXX (EUR, USD, GBP, CNY, CHF...) mỗi năm”¹³. Như vậy, để xem xét sự hiện diện kỹ thuật số trong hoạt động thương mại điện tử, có thể cân nhắc đến một vài tiêu chí sau:

(1) Cơ sở kinh doanh phải cung cấp quyền truy cập vào (hoặc cung cấp) ứng dụng điện tử, cơ sở dữ liệu, trực tuyến cho người dùng tại quốc gia ký kết khác.

(2) Về số lượng người dùng ứng dụng hoặc website điện tử. Công ty càng có nhiều người dùng thì sự hiện diện kỹ thuật số càng có ý nghĩa.

(3) Về khoảng thời gian, đây là tiêu chí nhằm xem xét sự hiện diện vật chất của các chủ thể kinh doanh trong khoảng thời gian nhất định. Pháp luật cần quy định ngưỡng thời gian tối thiểu để tránh tình trạng xói

mòn mối quan hệ thông qua các hoạt động trong khoảng thời gian ngắn. Thông thường, khoảng thời gian tối thiểu này là 12 tháng.

(4) Về số tiền doanh thu, pháp luật cần đặt ra một ngưỡng doanh thu tối thiểu hằng năm cho các cơ sở thường trú. Nếu không có ngưỡng tối thiểu như vậy, một mô hình kinh doanh có thể tạo ra nhiều cơ sở thường trú rất nhỏ trên nhiều quốc gia. Điều này phù hợp cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ và doanh thu phải được liên kết với dịch vụ kỹ thuật số.

Thứ ba, pháp luật quản lý thuế thu nhập cần bổ sung những quy định nhằm xác thực chủ thể giao dịch và giao dịch phát sinh trong hoạt động thương mại điện tử.

Hoàn thiện các quy định về đăng ký thuế đối với hoạt động thương mại điện tử nhằm mục đích giúp cơ quan quản lý thuế nắm được số lượng cá nhân, tổ chức kinh doanh thực hiện hoạt động thương mại điện tử và kiểm soát được chủ thể thực hiện giao dịch thương mại điện tử. Theo đó, ngoài những thông tin đăng ký thuế theo cách truyền thống, cần bổ sung những thông tin đăng ký thuế phù hợp với hoạt động thương mại điện tử. Một số thông tin có thể kể đến, như: địa chỉ IP của thiết bị sử dụng; tên sản phẩm thương mại điện tử; tên thương mại sử dụng trên các sản phẩm thương mại điện tử, tên sử dụng trên các trang mạng xã hội,... và các chủ thể phải đăng ký kinh doanh sử dụng những tên này trong quá trình thực hiện hoạt động kinh doanh của mình. Ngoài ra, để xác thực được chủ thể giao dịch, có thể yêu cầu cung cấp các thông tin về địa chỉ IP của khách hàng sử dụng, mã quốc gia, mã vùng; yêu cầu xác thực thông qua chữ ký điện tử, sinh trắc học.

Có thể tham khảo kinh nghiệm của các quốc gia OECD, phần lớn các quốc gia OECD đều ban hành quy trình hết sức chặt chẽ nhằm bảo đảm người mà đang thực sự giao dịch chính là người nộp thuế. Theo đó, để thu thập xác định thông tin của khách hàng, người bán phải thu thập thông tin khách

hàng, địa chỉ IP sử dụng, tài khoản ngân hàng hay mã quốc gia theo số điện thoại¹⁴.

Bên cạnh đó, để kiểm soát được giao dịch thương mại điện tử phát sinh, cần hoàn thiện các quy định về hóa đơn điện tử. Các chủ thể tham gia hoạt động thương mại điện tử cần thực hiện các quy định về khai thuế và tuân thủ chế độ hóa đơn, chứng từ. Chẳng hạn, pháp luật bổ sung những quy định liên quan đến quy trình quản lý từ khâu thành lập doanh nghiệp, đăng ký người đại diện theo pháp luật đến khâu đăng ký sử dụng hóa đơn điện tử; chuẩn hóa cơ sở dữ liệu quốc gia về dân cư khi người nộp thuế đăng ký doanh nghiệp, đăng ký hóa đơn điện tử hay thay đổi thông tin hóa đơn điện tử; thiết lập một khung pháp lý chặt chẽ về trách nhiệm lập hóa đơn và chế tài xử lý đối với các doanh nghiệp thực hiện hoạt động thương mại điện tử.

Thứ tư, ngoài những giải pháp hoàn thiện pháp lý, một số giải pháp được đặt ra nhằm nâng cao hiệu quả quản lý thuế thu nhập đối với hoạt động thương mại điện tử, như: đẩy mạnh ứng dụng công nghệ cao trong quản lý thuế; xây dựng bộ máy quản lý thuế hiện đại, trong đó có các trung tâm phòng chống trốn lậu thuế công nghệ cao; thành lập các phòng, đội quản lý thuế chuyên trách đối với hoạt động thương mại điện tử tại các tỉnh, thành phố.

4. Kết luận

Sự phát triển của thương mại điện tử đặt ra nhiều thách thức trong quản lý thuế thu nhập đối với hoạt động này. Những khó khăn trong việc đánh thuế thu nhập thương mại điện tử phát sinh từ yêu cầu của các nguyên tắc thuế truyền thống đối với sự hiện diện vật lý và kết nối địa lý trong khi các giao dịch kinh doanh thương mại điện tử diễn ra trong môi trường ảo và xem nhẹ các giới hạn vật lý. Hoàn thiện một số quy định pháp luật về phân loại thu nhập, quy định xác định chủ thể có nghĩa vụ nộp thuế, quy định để xác thực chủ thể giao dịch và giao dịch phát sinh

trong hoạt động thương mại điện tử nhằm nâng cao hiệu quả quản lý thuế thu nhập đối với hoạt động này trên thực tế □

Chú thích:

1. Nguyễn Văn Hồng và Nguyễn Văn Thoan (2013). *Giáo trình Thương mại điện tử căn bản*. H. NXB Bách khoa, tr. 17.
2. *E-commerce*. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com>, truy cập ngày 28/11/2024.
3. Georg Seitz (2005). *International Income Taxation of Cross-Border Electronic Commerce Transactions - A United States-German-New Zealand Case Study*. Heinrich Heine University Dusseldorf - Center for Business & Corporate Law, September 2005, page 8.
- 4, 13. Peter Hongler, Pasquale Pistone (2015). *Blueprints for a New PE Nexus to Tax Business Income in the Era of the Digital Economy*. IBFD, *your portal to cross - border tax Expertise*, Working paper 20 January 2015, pp. 15, 25.
5. Trường Đại học Luật Hà Nội (2018). *Giáo trình Luật thuế Việt Nam*. H. NXB Công an nhân dân, tr. 22.
6. Tiết 1.2.1 điểm 1.2 khoản 1 Điều 11 Thông tư số 205/2013/TT-BTC ngày 24/12/2013 về hướng dẫn thực hiện các Hiệp định tránh đánh thuế hai lần và ngăn ngừa việc trốn lậu thuế đối với các loại thuế đánh vào thu nhập và tài sản giữa Việt Nam với các nước và vùng lãnh thổ có hiệu lực thi hành tại Việt Nam.
- 7, 14. *Quản lý thuế đối với thương mại điện tử: Góc nhìn từ lý thuyết và bài học kinh nghiệm quốc tế*. <http://digital.lib.ueh.edu.vn>, truy cập ngày 28/11/2024.
8. Nguyễn Văn Minh (2012). *Một số vấn đề lý luận về thuế trong thương mại điện tử*. Tạp chí Kinh tế phát triển, số 178, tháng 4/2012.
- 9, 12. Monica Gianni (2014). *The OECD's flawed and dated approach to Computer servers creating permanent Establishments*. *Vanderbilt Journal of Entertainment and Technology Law*, page 5.
10. Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số, Bộ Công Thương Việt Nam (2022). *Sách trắng Thương mại điện tử năm 2022*.
11. Assaf Y. Prussak (2013). *The Income of the 21st Century: Online advertising as a case study for the Implications of technology for Source-Based taxation*. Originally Published In 16 Tul. J. Tech. & Intell. Prop. 39, page 146.