

Số: 2357/TCT-HTQT  
V/v áp dụng Hiệp định thuế  
giữa Việt Nam – Thái Lan.

Hà Nội, ngày 16 tháng 6 năm 2015

Kính gửi: Công ty WPP (Thailand) Ltd – Atlas Communications.

Tổng cục Thuế nhận được công văn số 110214/Atlas ngày 11/02/2014 của Công ty WPP (Thailand) Ltd – Atlas Communications (sau đây gọi là WPP (Thailand) và các công văn ngày 18/6/2014, ngày 19/8/2014 và ngày 09/02/2015 bổ sung hồ sơ theo yêu cầu của Tổng cục Thuế) đề nghị hướng dẫn về việc áp dụng Hiệp định tránh đánh thuế hai lần giữa Việt Nam và Thái Lan (sau đây gọi là Hiệp định) đối với hợp đồng dịch vụ quảng cáo truyền thông giữa WPP (Thailand) và Công ty TNHH P&G Việt Nam. Về vấn đề này, Tổng cục Thuế có ý kiến như sau:

1. Về việc áp dụng nội luật:

Điểm 2.a), Mục 3, Chương II, Thông tư số 60/2012/TT-BTC ngày 12/4/2012 của Bộ Tài chính quy định: tỷ lệ (%) thuế TNDN tính trên doanh thu chịu thuế đối với ngành dịch vụ là 5%; đối với thu nhập bản quyền là 10%.

2. Về việc áp dụng Hiệp định:

2.1. Về nghĩa vụ thuế đối với thu nhập từ hoạt động thiết kế:

- Theo quy định tại Hiệp định:

Khoản 1, 2 và 3, Điều 12 (Tiền bản quyền) của Hiệp định quy định:

*“1. Tiền bản quyền phát sinh tại một Nước ký kết và được trả cho đối tượng cư trú của Nước ký kết kia có thể phải chịu thuế tại Nước kia.*

*2. Tuy nhiên, những khoản tiền bản quyền đó cũng có thể bị đánh thuế tại Nước ký kết nơi phát sinh và theo luật của Nước này nhưng nếu người nhận là người thực hưởng thì mức thuế được tính sẽ không vượt quá 15% tổng số tiền bản quyền được trả.*

*3. Thuật ngữ “tiền bản quyền” được sử dụng trong Điều này có nghĩa là các khoản thanh toán ở bất kỳ dạng nào được trả cho việc sử dụng, hoặc quyền sử dụng, bản quyền tác giả của một tác phẩm văn học, nghệ thuật hay khoa học, kể cả phim điện ảnh hoặc các loại phim khác hoặc các loại băng dùng trong phát thanh và truyền hình, băng phát minh, nhãn hiệu thương mại, thiết kế hoặc mẫu, đồ án, công thức hoặc quy trình bí mật hoặc quyền sử dụng hoặc việc sử dụng thiết bị*

*công nghiệp, thương nghiệp hoặc khoa học, hay trả cho thông tin liên quan đến các kinh nghiệm công nghiệp, thương nghiệp hoặc khoa học.”*

- Theo quy định tại Hợp đồng dịch vụ bổ sung (Supplemental Agreement) ngày 01/7/2013 và Hợp đồng Dịch vụ Marketing) giữa WPP (Thailand) và P&G Việt Nam:

Theo quy định tại Phần mở đầu, Điều 1.1.2 của Hợp đồng Dịch vụ Marketing) và Điều A.5 của Hợp đồng dịch vụ bổ sung, WPP (Thailand) có tiến hành hoạt động thiết kế và tổng giá trị thanh toán mà WPP (Thailand) nhận được từ P&G Việt Nam theo Điều A.2 của Hợp đồng dịch vụ bổ sung có một phần thu nhập từ việc thiết kế. Đây là khoản thu nhập có tính chất bản quyền theo quy định tại Khoản 3, Điều 12 của Hiệp định nêu trên.

Theo quy định tại Khoản 2, Điều 12 của Hiệp định, thu nhập bản quyền này có thể bị đánh thuế tại Việt Nam với mức thuế suất không vượt quá 15% trên tổng số tiền bản quyền được trả.

Căn cứ các quy định tại Khoản 2, Điều 12 của Hiệp định và Điểm 2.a), Mục 3, Chương II, Thông tư số 60/2012/TT-BTC của Bộ Tài chính, thu nhập từ tiền bản quyền WPP (Thailand) thu được từ việc thực hiện Hợp đồng dịch vụ bổ sung với P&G Việt Nam sẽ phải chịu thuế TNDN tại Việt Nam theo tỷ lệ 10% trên doanh thu tính thuế.

## 2.2. Về nghĩa vụ thuế đối với thu nhập từ hoạt động kinh doanh:

Thu nhập từ các dịch vụ khác do WPP (Thailand) cung cấp cho P&G Việt Nam theo quy định của Hợp đồng dịch vụ bổ sung được coi là thu nhập từ hoạt động kinh doanh và sẽ thuộc diện điều chỉnh của Khoản 1, Điều 7 (Lợi tức doanh nghiệp) của Hiệp định. Cụ thể:

*“1. Thu nhập hay lợi tức của xí nghiệp tại một Nước ký kết sẽ chịu thuế tại Nước đó, trừ trường hợp xí nghiệp có tiến hành hoạt động kinh doanh tại Nước ký kết kia thông qua một cơ sở thường trú tại Nước kia. Nếu xí nghiệp có hoạt động kinh doanh theo cách trên, thì các khoản thu nhập hay lợi tức của xí nghiệp có thể bị đánh thuế tại Nước kia, nhưng chỉ trên phần thu nhập hay lợi tức phân bổ cho cơ sở thường trú đó.”*

Về việc xác định cơ sở thường trú, Điều 5 (Cơ sở thường trú) của Hiệp định quy định:

*“1. Theo Hiệp định này, thuật ngữ “cơ sở thường trú” có nghĩa là một cơ sở kinh doanh cố định mà qua đó xí nghiệp thực hiện toàn bộ hay một phần hoạt động kinh doanh của mình.*

*2. Thuật ngữ “cơ sở thường trú” chủ yếu bao gồm:*

- a. trụ sở điều hành;
- b. chi nhánh;
- c. văn phòng;
- d. nhà máy;
- e. xưởng;
- f. mỏ, giếng dầu hoặc khí, mỏ đá hoặc bất kỳ địa điểm khai thác tài nguyên thiên nhiên khác;
- g. một địa điểm xây dựng, công trình xây dựng, lắp đặt hoặc lắp ráp hay các hoạt động giám sát những cơ sở trên, nếu thời gian hoạt động của địa điểm, công trình hay hoạt động đó kéo dài liên tục vượt quá sáu tháng.

4. Mặc dù có những quy định tại khoản 1 và 2, những trường hợp một đối tượng - trừ đại lý có tư cách độc lập được điều chỉnh bởi khoản 5 - hoạt động thay mặt cho một xí nghiệp, có và thông thường thực hiện tại một Nước ký kết thẩm quyền ký kết các hợp đồng mang tên xí nghiệp đó thì xí nghiệp đó sẽ được coi là có cơ sở thường trú tại Nước đó đối với các hoạt động mà đối tượng này thực hiện cho xí nghiệp, trừ khi các hoạt động của đối tượng này được giới hạn trong các hoạt động ghi tại khoản 3 mà những hoạt động này nếu được thực hiện thông qua một cơ sở kinh doanh cố định thì sẽ không làm cho cơ sở kinh doanh cố định đó trở thành một cơ sở thường trú theo như các quy định tại khoản này.

5. Việc một công ty là đối tượng cư trú của một Nước ký kết kiểm soát hoặc chịu sự kiểm soát bởi một công ty là đối tượng cư trú của Nước ký kết kia hoặc đang tiến hành hoạt động kinh doanh tại Nước kia (có thể thông qua một cơ sở thường trú hay dưới hình thức khác) sẽ không làm cho bất kỳ công ty nào trở thành cơ sở thường trú của công ty kia.”

Theo các thông tin, tài liệu do WPP (Thailand) cung cấp:

+ Trong quá trình thực hiện các ý tưởng, chiến lược, thông điệp truyền thông, WPP (Thailand) có cử các chuyên gia sang Việt Nam để tham gia vào quá trình thực hiện ý tưởng.

+ Công ty TNHH Grey Global Group Việt Nam - công ty được P&G Việt Nam thuê để triển khai các ý tưởng quảng cáo được phát triển bởi WPP (Thailand) – là công ty được sở hữu một phần bởi một công ty thuộc tập đoàn WPP, và/hoặc P&G Việt Nam sẽ dựa vào tư vấn của WPP (Thailand) để lựa chọn bên thứ ba triển khai các ý tưởng quảng cáo cho P&G Việt Nam.

Do đó, căn cứ quy định tại Điều 5 của Hiệp định nêu trên, WPP (Thailand) sẽ được coi là tiến hành hoạt động kinh doanh tại Việt Nam thông qua một cơ sở thường trú tại Việt Nam nếu: WPP (Thailand) duy trì tại Việt Nam một “cơ sở” có tính chất cố định và WPP (Thailand) thường xuyên tiến hành hoạt động kinh doanh thông qua cơ sở này; hoặc WPP (Thailand) có một đại diện tại Việt Nam (là Công ty TNHH Grey Global Group Việt Nam hoặc bất kỳ đối tượng nào khác) và thường xuyên đại diện cho WPP (Thailand) thực hiện việc xây dựng và triển khai các ý

tương thiết kế quảng cáo, chiến lược quảng cáo, thông điệp truyền thông cho P&G Việt Nam; hoặc WPP (Thailand) có quyền định đoạt đối với cơ sở vật chất - kỹ thuật của đại diện tại Việt Nam trong quá trình xây dựng các ý tưởng thiết kế quảng cáo, chiến lược quảng cáo, thông điệp truyền thông cho P&G Việt Nam.

Tổng cục Thuế thông báo WPP (Thailand) biết để thực hiện theo đúng quy định tại các văn bản quy phạm pháp luật đã được trích dẫn tại văn bản này. Trường hợp còn có vấn đề chưa rõ, đề nghị WPP (Thailand) cung cấp thêm hồ sơ và liên hệ với Cục Thuế TP. Hồ Chí Minh để được hướng dẫn cụ thể./.

**Nơi nhận:**

- Như trên;
- Cục Thuế TP. Hồ Chí Minh (để hướng dẫn);
- Các Vụ: CS, DNL, PC - TCT;
- Lưu: VT, HTQT (2b).

**TL. TỔNG CỤC TRƯỞNG  
KT. VỤ TRƯỞNG VỤ HỢP TÁC QUỐC TẾ**



**Trần Thị Thanh Bình**