



Working Paper 2021.2.2.01
- Vol 2, No 2

**MỘT SỐ VẤN ĐỀ PHÁP LÝ VỀ KINH DOANH TRỰC TUYẾN TRÊN NỀN
TẢNG MẠNG XÃ HỘI Ở VIỆT NAM**

Nguyễn Yên Vy¹

Sinh viên K58 Luật Thương mại quốc tế – Khoa Luật
Trường Đại học Ngoại thương, Hà Nội, Việt Nam

Phùng Thị Yến

Giảng viên Khoa Luật
Trường Đại học Ngoại thương, Hà Nội, Việt Nam

Tóm tắt

Hệ thống Pháp luật Việt Nam chứa đựng những quy định về kinh doanh trong các bộ luật như: Luật thương mại, Luật doanh nghiệp, Luật Giao dịch điện tử, ... và các thông tư, nghị định có liên quan. Tuy nhiên, ở thời điểm hiện tại, kinh doanh trực tuyến trên nền tảng mạng xã hội phát triển mạnh mẽ làm nảy sinh một số vấn đề phức tạp, vượt ngoài tầm kiểm soát của các quy định pháp lý trên. Điều này gây ra nhiều khó khăn, thách thức cho các bên chủ thể tham gia vào quan hệ kinh doanh trực tuyến và cho cơ quan nhà nước. Bài viết này phân tích chi tiết các quy định liên quan đến kinh doanh trực tuyến trên các nền tảng mạng xã hội, từ đó làm sáng tỏ những vướng mắc, hạn chế của những quy định trên và đề xuất một số giải pháp nhằm cải thiện, nâng cao hệ thống pháp luật về kinh doanh trực tuyến nói riêng và kinh doanh nói chung.

Từ khóa: kinh doanh trực tuyến trên nền tảng mạng xã hội, người kinh doanh trực tuyến, quy định pháp lý.

**SOME LEGAL ISSUES OF ONLINE BUSINESS IN SOCIAL NETWORK IN
VIETNAM**

Abstract

The Vietnamese legal system includes regulations for business in the Code of laws such as: Commercial Law, Enterprise Law, Law on Electronic Transactions ... and related circulars and decrees. However, at the present time, online business on social networking platforms strongly develops beyond the control of current legal provisions, causing a number of complex issues. This causes many difficulties and challenges for all parties to participate in online business relations and for state agencies. This article goes into detail about the regulations related to online business on social networking platforms, thereby clarifying the problems and limitations of the above

¹ Tác giả liên hệ, Email: nguyenyenvy6666@gmail.com

provisions and proposing some solutions to improve the legal system of online business in particular and business in general.

Keywords: online business on social networking platforms, online businessman, legal regulations.

1. Lời mở đầu

Cách mạng công nghiệp 4.0 phát triển mạnh mẽ kéo theo sự chuyển đổi và đột phá của tất cả các lĩnh vực trong đời sống xã hội. Cùng với đó, Internet và mạng xã hội trở nên phổ biến, thông dụng và trở thành một phần tất yếu của cuộc sống hiện đại. Nhờ đó kinh doanh trực tuyến trên nền tảng mạng xã hội được hình thành, mở rộng. Đặc biệt, trong thời điểm hiện tại, khi dịch covid 19 bùng nổ ở nhiều quốc gia với tốc độ lây lan nhanh chóng thì mua bán trực tuyến là giải pháp tối ưu thay thế cho phương thức mua bán truyền thống. Chính vì những thay đổi của môi trường khách quan, kinh doanh trực tuyến ngày càng được mở rộng và đa dạng hóa về hình thức cũng như nội dung. Kinh doanh trực tuyến diễn ra trên các sàn thương mại điện tử, các website, các ứng dụng và có lẽ phổ biến nhất là trên nền tảng mạng xã hội. Từ đó, nhiều vấn đề pháp lý về kinh doanh trực tuyến trên nền tảng mạng xã hội nảy sinh và cần có hệ thống pháp luật cụ thể, rõ ràng để hướng dẫn, xử lý. Trong bài viết này, bằng việc phân tích cụ thể những quy định về kinh doanh trực tuyến, người viết sẽ đưa ra những đánh giá khách quan về ưu và nhược điểm cũng như những vấn đề thực tiễn phát sinh ở loại hình kinh doanh này; tập trung vào đề xuất một số giải pháp cần thiết để nâng cao kiến thức pháp luật, trách nhiệm của các chủ thể tham gia kinh doanh trực tuyến và hoàn thiện khung pháp lý.

2. Kinh doanh trực tuyến trên nền tảng mạng xã hội

2.1. Khái niệm kinh doanh trực tuyến trên nền tảng mạng xã hội

Về mặt khái niệm, chưa có bất cứ văn bản quy phạm pháp luật nào trong hệ thống pháp luật Việt Nam đưa ra định nghĩa về “kinh doanh trực tuyến trên nền tảng mạng xã hội”. Tuy nhiên, các từ khóa là “kinh doanh”, “mạng xã hội” đã được giải thích trong văn bản luật và văn bản dưới luật. Trước hết, Luật Doanh nghiệp năm 2020 quy định: “*Kinh doanh là việc thực hiện liên tục một, một số hoặc tất cả công đoạn của quá trình từ đầu tư, sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm hoặc cung ứng dịch vụ trên thị trường nhằm mục đích tìm kiếm lợi nhuận*” Bên cạnh đó, Nghị định số 72/2013/NĐ-CP ngày 15/7/2013 của Chính phủ về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng quy định: “*Mạng xã hội (social network) là hệ thống thông tin cung cấp cho cộng đồng người sử dụng mạng các dịch vụ lưu trữ, cung cấp, sử dụng, tìm kiếm, chia sẻ và trao đổi thông tin với nhau, bao gồm dịch vụ tạo trang thông tin điện tử cá nhân, diễn đàn (forum), trò chuyện (chat) trực tuyến, chia sẻ âm thanh, hình ảnh và các hình thức dịch vụ tương tự khác*” (Điều 3 Khoản 22). Dựa vào sự giải nghĩa của hai từ ngữ chính, có thể hiểu “kinh doanh trực tuyến trên nền tảng mạng xã hội” là loại một hình dịch vụ cung ứng các sản phẩm, diễn ra trên một mạng xã hội thông qua Internet mà cả người bán và khách hàng đều sử dụng nền tảng này. Hiện nay, nền tảng mạng xã hội được sử dụng nhiều nhất trong kinh doanh trực tuyến là Facebook, Zalo, Youtube và Instagram (Anh, 2021). Vì vậy, bài viết sẽ tập trung phân tích các vấn đề và quy định pháp lý liên quan đến các mạng xã hội này.

2.2. Những quy định pháp luật về kinh doanh trực tuyến trên nền tảng mạng xã hội

Thứ nhất, quy định về vấn đề đăng ký kinh doanh – vấn đề cốt lõi đối với cá nhân hay tổ chức muốn tiến hành kinh doanh. “*Đăng ký kinh doanh là một hoạt động pháp lý trong đó chủ thể kinh*

doanh thực hiện việc đăng ký với cơ quan nhà nước có thẩm quyền (cơ quan đăng ký kinh doanh) nhằm ghi nhận sự ra đời của một mô hình kinh doanh và xác định địa vị pháp lý của chủ thể kinh doanh đó trên thị trường” (Nguyễn, 2016). Mục đích của ĐKKD là nhằm đảm bảo sự bảo hộ, kiểm tra và giám sát của nhà nước đối với cá nhân và tổ chức kinh tế; tạo dựng được lòng tin với đối tác, khách hàng; nâng cao trách nhiệm của chủ thể tiến hành kinh doanh. Theo Nghị định số 39/2007/NĐ-CP, những trường hợp cá nhân hoạt động thương mại độc lập, thường xuyên, công việc không có địa điểm cố định... thì không phải đăng ký kinh doanh (Điều 3 Khoản 1). Đồng thời, Thông tư số 47/2014/TT-BCT nêu rõ:

“Các mạng xã hội có một trong những hình thức hoạt động với hình thức dưới đây phải tiến hành đăng ký với Bộ Công Thương dưới hình thức sàn giao dịch thương mại điện tử:

- Website cho phép người tham gia được mở các gian hàng trên đó để trưng bày, giới thiệu hàng hóa hoặc dịch vụ;

- Website cho phép người tham gia được lập các website nhánh để trưng bày, giới thiệu hàng hóa hoặc dịch vụ;

- Website có chuyên mục mua bán trên đó cho phép người tham gia đăng tin mua bán hàng hóa và dịch vụ;” (Điều 6 Khoản 1).

Về mặt bản chất và phương thức tổ chức, hoạt động kinh doanh trên các mạng xã hội cũng giống với hoạt động kinh doanh trên sàn giao dịch thương mại điện tử. Tuy nhiên, người kinh doanh trên đó không phải đăng ký với Bộ Công Thương mà doanh nghiệp vận hành mạng xã hội, website này mới phải tiến hành đăng ký.

Thứ hai, pháp luật quy định về trách nhiệm của người kinh doanh trực tuyến trên nền tảng mạng xã hội. Theo Điều 37 Nghị định số 52/2013/NĐ-CP, người bán phải có trách nhiệm:

1. *Cung cấp đầy đủ và chính xác các thông tin quy định tại Điều 29 Nghị định này cho thương nhân, tổ chức cung cấp dịch vụ sàn giao dịch thương mại điện tử khi đăng ký sử dụng dịch vụ.*

2. *Cung cấp đầy đủ thông tin về hàng hóa, dịch vụ theo quy định từ Điều 30 đến Điều 34 Nghị định này khi bán hàng hóa hoặc cung ứng dịch vụ trên sàn giao dịch thương mại điện tử.*

3. *Đảm bảo tính chính xác, trung thực của thông tin về hàng hóa, dịch vụ cung cấp trên sàn giao dịch thương mại điện tử.*

4. *Thực hiện các quy định tại Mục 2 Chương II Nghị định này khi ứng dụng chức năng đặt hàng trực tuyến trên sàn giao dịch thương mại điện tử.*

5. *Cung cấp thông tin về tình hình kinh doanh của mình khi có yêu cầu của cơ quan nhà nước có thẩm quyền để phục vụ hoạt động thống kê thương mại điện tử.*

6. *Tuân thủ quy định của pháp luật về thanh toán, quảng cáo, khuyến mại, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các quy định của pháp luật có liên quan khác khi bán hàng hóa hoặc cung ứng dịch vụ trên sàn giao dịch thương mại điện tử.*

7. *Thực hiện đầy đủ nghĩa vụ thuế theo quy định của pháp luật.*

Đồng thời, Thông tư số 47/2017/TT-BCT nêu rõ những mặt hàng hạn chế kinh doanh trực tuyến như: súng, thuốc lá điếu, xì gà, rượu..... (Điều 3 Khoản 1).

Thứ ba, quy định về lập hóa đơn bán hàng. Theo quy định tại Điều 18 Thông tư số 39/2014/TT-BTC của Bộ Tài chính, khi bán hàng, người bán phải lập hóa đơn và giao cho người mua, trừ trường hợp bán hàng có tổng giá trị thanh toán dưới 200.000 đồng. Trường hợp bán hàng mà không lập, xuất hóa đơn thì bị phạt vi phạm hành chính về hóa đơn với mức phạt cao nhất là 20 triệu đồng theo khoản 5 Điều 1 Thông tư số 176/2016/TT-BTC của Bộ Tài chính nếu hàng hóa có giá trị thanh toán từ 200.000 đồng trở lên. Đặc biệt, nếu hành vi không xuất hóa đơn khi bán hàng hóa, dịch vụ mà cấu thành Tội trốn thuế sẽ bị truy cứu trách nhiệm hình sự theo Điều 200 Bộ luật Hình sự năm 2015.

Thứ tư, nghĩa vụ đóng thuế của người kinh doanh trực tuyến cũng được cơ quan nhà nước có thẩm quyền quy định, trực tiếp áp dụng cho người đang buôn bán trên nền tảng mạng xã hội. Theo Điều 1 Thông tư số 92/2015/TT-BTC người nộp thuế giá trị gia tăng (GTGT) và thuế thu nhập cá nhân (TNCN) là cá nhân cư trú bao gồm cá nhân, nhóm cá nhân và hộ gia đình có hoạt động sản xuất, kinh doanh hàng hóa, dịch vụ thuộc tất cả các lĩnh vực, ngành nghề sản xuất, kinh doanh theo quy định của pháp luật. Tuy nhiên, người nộp thuế không bao gồm cá nhân kinh doanh có doanh thu từ 100 triệu đồng/năm trở xuống. Ngoài thuế GTGT và thuế TNCN, người kinh doanh trực tuyến còn phải đóng lệ phí môn bài. Điều 4 Nghị định số 139/2016/NĐ-CP quy định lệ phí môn bài áp dụng với hoạt động kinh doanh của tổ chức, cá nhân (gồm cả hoạt động kinh doanh trực tuyến). Cùng với đó, Điều 3 khoản 1 Nghị định này cho phép “*miễn lệ phí môn bài đối với cá nhân, hộ kinh doanh có doanh thu hàng năm từ 100 triệu đồng trở xuống.*”

Như vậy, người kinh doanh trực tuyến trên nền tảng mạng xã hội mà có doanh thu trên 100 triệu đồng/ năm thì có nghĩa vụ nộp thuế GTGT, thuế TNCN và lệ phí môn bài theo quy định của pháp luật.

2.3. Đánh giá

Về ưu điểm, những quy định trên phần nào có ý nghĩa trong việc kiểm tra, giám sát hoạt động kinh doanh qua mạng xã hội. Chúng phổ thông, dễ hiểu và góp phần làm bình ổn thị trường mạng xã hội. Không thể phủ nhận vai trò của các quy định pháp lý này trong thực tiễn áp dụng. Đó là căn cứ để người kinh doanh tiến hành hoạt động kinh doanh hợp pháp, tránh những rủi ro hay tranh chấp xảy ra; là công cụ giúp các cơ quan có thẩm quyền thực hiện tốt chức trách, nhiệm vụ của mình trong quá trình kiểm tra, quản lý; là tiền đề tạo môi trường cạnh tranh công bằng cho các loại hình kinh doanh khác, tránh làm xáo trộn nền kinh tế.

Về một số hạn chế trong quá trình thực thi và quản lý, cụ thể là:

Thứ nhất, người kinh doanh trực tuyến trên các mạng xã hội như Facebook, Zalo, Instagram – những nền tảng thu hút hàng triệu người tham gia không phải đăng ký kinh doanh. Mục đích của việc đăng ký kinh doanh là sự đảm bảo của nhà nước. Khi một cá nhân hay tổ chức đăng ký kinh doanh, có nghĩa là, hoạt động kinh doanh này được hợp pháp hóa một cách công khai và minh bạch. Không chỉ vậy, các cơ quan nhà nước cũng dễ dàng hơn trong việc kiểm tra, quản lý quá trình hoạt động kinh doanh của cá nhân hay tổ chức đó. Vì thế, những người kinh doanh trực tuyến trên mạng xã hội không phải đăng ký kinh doanh sẽ khiến cho thị trường trực tuyến nhiều loạn, bất cứ ai cũng tự do mua bán tùy ý, việc quản lý sẽ trở nên khó khăn, phức tạp. Không đăng ký kinh doanh đồng nghĩa với việc cơ quan có thẩm quyền không thể biết chính xác số lượng cơ sở, cá nhân kinh doanh, không kiểm soát được nguồn gốc và chất lượng sản phẩm, hình thức giao dịch, giá cả hàng hóa. Đặc biệt là đối với thị trường rộng lớn như mạng xã hội, nhiều tranh chấp

xảy ra nên đặc biệt cần sự quản lý sát sao của cơ quan nhà nước. Để làm được điều đó, đăng ký kinh doanh là quy định căn bản nhất để nhà nước bao quát được thị trường. Thêm vào đó, đăng ký kinh doanh là điều kiện quan trọng để khách hàng, đối tác có thể tin tưởng vào người kinh doanh, đặc biệt là trong môi trường trực tuyến – một môi trường “ảo” mà quá trình kinh doanh diễn ra không có sự bàn bạc, trao đổi, xác nhận trực tiếp giữa hai chủ thể tham gia mua – bán. Tất cả dựa trên niềm tin khiến cho những kẻ xấu chuộc lợi, ảnh hưởng đến thị trường nói chung và chính những người tham gia kinh doanh nói riêng.

Thứ hai, trách nhiệm của người kinh doanh trực tuyến được quy định thiếu cụ thể, không rõ ràng. Pháp luật không quy định cụ thể về chất lượng, tình trạng mặt hàng được phép kinh doanh. Thông tư số 47/2017/TT-BCT nêu rõ những mặt hàng bị hạn chế nhưng không xác định hạn chế ở mức nào, ở số lượng bao nhiêu. Điều này tạo cơ hội cho những người kinh doanh trực tuyến “lách luật”, ngang nhiên kinh doanh những mặt hàng bị hạn chế với số lượng lớn. Thêm vào đó, thông tư này đã có quy định về việc quản lý hoạt động kinh doanh trên mạng xã hội nhưng lại không có các chế tài cụ thể cho hành vi vi phạm tương ứng dẫn đến việc triển khai thực hiện một số chế định pháp luật còn thiếu đồng bộ, nhất là xử lý vi phạm chưa kịp thời và đủ nghiêm khắc. Ngoài ra, điều 37 Nghị định số 52/2013/NĐ-CP yêu cầu người kinh doanh: “Tuân thủ quy định của pháp luật về thanh toán, quảng cáo, khuyến mại, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các quy định của pháp luật có liên quan khác khi bán hàng hóa hoặc cung ứng dịch vụ...”. Có thể thấy, hiệu lực của điều luật này chưa cao, người kinh doanh vẫn thường xuyên vi phạm về sở hữu trí tuệ như bán hàng giả, hàng nhái, vi phạm luật quảng cáo như có những hình ảnh đòi truy, khiêu dâm nhằm thu hút khách.... Tuy nhiên, cơ quan quản lý vẫn chưa có nhiều động thái can thiệp xử lý nghiêm khắc khiến tình trạng này diễn ra ngày một nhiều và ngang nhiên.

Thứ ba, pháp luật có quy định về nghĩa vụ đóng thuế nhưng thực tế rất khó để có thể thu thuế từ người kinh doanh qua mạng, gây thất thu thuế và tạo môi trường cạnh tranh không công bằng cho các loại hình kinh doanh khác. Đó là do kinh doanh trên mạng xã hội dựa trên nền tảng công nghệ, rất dễ sửa đổi, xóa bỏ thông tin nên tạo ra khó khăn trong việc nhận dạng, kiểm chứng số lượng người kinh doanh và nắm bắt các giao dịch. Đồng thời, người kinh doanh qua mạng xã hội không phải đăng ký kinh doanh nên cơ quan thuế lại càng khó khăn trong việc kê khai và thu thuế. Thậm chí, người bán còn không lập hóa đơn dù giá trị từ 200 nghìn đồng trở nên theo quy định của pháp luật nhằm trốn thuế. Trong khi đó, người tiêu dùng với thói quen không lấy hóa đơn, thanh toán bằng tiền mặt vô tình tiếp tay cho người kinh doanh trốn thuế. Những tồn tại trên đã khiến cho việc hoạt động quản lý thuế nói chung và thuế trên mạng xã hội hiện nay gặp nhiều khó khăn, vướng mắc. Ngoài ra, phương thức thanh tra, kiểm tra hoạt động kinh doanh qua mạng xã hội cũng đòi hỏi những yêu cầu rất khác so với thanh tra, kiểm tra theo phương thức truyền thống. Chẳng hạn, cán bộ thuế cần phải có trình độ cao về tin học, ngoại ngữ và phải giỏi về các ứng dụng, phần mềm hỗ trợ để truy lần dấu vết giao dịch, kết xuất dữ liệu lịch sử giao dịch làm bằng chứng đấu tranh đối với các hành vi vi phạm của người nộp thuế nhằm thực hiện công tác thanh tra, kiểm tra bao quát, toàn diện, hiệu quả. Trên thực tế, trình độ công nghệ và điều kiện của cán bộ thuế hiện nay chưa thể đáp ứng được những yêu cầu này. Vì có thể trốn thuế - không phải đóng một khoản tiền nhất định cho cơ quan nhà nước nên hầu hết những người kinh doanh qua mạng đưa ra mức giá rẻ hơn so với sản phẩm cùng loại được bày bán theo phương thức truyền thống ở các cửa hàng, siêu thị, chợ..., thu hút ngày càng nhiều khách hàng. Sự việc này có thể coi là cạnh tranh không lành mạnh, làm nhiễu loạn, mất cân bằng cho thị trường kinh tế. Có thể nói, những

quy định về vấn đề đóng thuế chưa thực sự có hiệu quả đối với kinh doanh qua mạng, là vướng mắc lớn cần được nghiên cứu, giải quyết kịp thời.

Nói tóm lại, bên cạnh những ưu điểm không thể phủ nhận, những quy định pháp lý về kinh doanh trực tuyến trên mạng xã hội vẫn tồn tại nhiều thiếu sót, thiếu cụ thể, chi tiết; gây bất cập trong quá trình áp dụng vào thực tiễn; tạo sơ hở cho hành vi lách luật, vi phạm luật xảy ra. Pháp luật Việt Nam chưa có quy định riêng rẽ cho kinh doanh trên mạng xã hội mà áp dụng theo quy định chung về kinh doanh thương mại điện tử dù mạng xã hội có các đặc điểm khác biệt so với các sàn thương mại điện tử, từ đó, dẫn đến độ vênh giữa luật và thực tế. Ngoài ra, trong thời điểm kinh doanh trực tuyến trên nền tảng mạng xã hội phát triển mạnh mẽ như hiện nay, nhiều vấn đề phức tạp hơn nảy sinh. Vì thế, các quy định này vẫn chưa đầy đủ, linh hoạt để giải quyết triệt để những vấn đề đó. Nhìn chung, vào thời gian trước đây, khi kinh doanh qua mạng còn chưa phát triển thì hệ thống pháp lý có thể nói là tương đối hoàn thiện để xử lý các tình huống tranh chấp phát sinh. Tuy nhiên, ở thời điểm hiện tại, với những hạn chế nêu trên thì còn tồn tại những vướng mắc của quy định cần được cân nhắc, xem xét, bổ sung.

2.4. Những vấn đề pháp lý nảy sinh trong kinh doanh trực tuyến trên nền tảng mạng xã hội

Từ những hạn chế và vướng mắc tồn tại trong các quy định của pháp luật, nhiều vấn đề pháp lý về kinh doanh qua nền tảng mạng xã hội đã nảy sinh. *Trước hết*, vấn đề dễ xảy ra nhất là mâu thuẫn giữa người kinh doanh và khách hàng. Do chỉ trao đổi, bàn bạc và thống nhất qua mạng xã hội trực tuyến nên những bất đồng ý kiến dễ xảy ra. Giao dịch trực tuyến khiến cho người kinh doanh và khách hàng không hiểu biết rõ về đối phương, dẫn đến tình trạng lừa đảo. Đây là hiện tượng thường gặp trong tình hình hiện tại khi kinh doanh trực tuyến trên các nền tảng mạng xã hội trở nên phổ biến hơn bao giờ hết. Vô số thủ đoạn, phương thức lừa đảo diễn ra, ngày càng đa dạng, tinh vi và phức tạp. Ví dụ điển hình là bản án 42/2019/HS-ST² ngày 08/10/2019 về tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản trên mạng xã hội tại tỉnh Thái Bình. Người phạm tội là Trịnh Khánh D sử dụng tài khoản facebook lấy tên giả, sử dụng ảnh cá nhân của người khác làm ảnh đại diện. Tiếp theo, D lên mạng Internet mua giấy Chứng minh nhân dân giả và dùng giấy này lập 2 tài khoản ngân hàng để bắt đầu thực hiện hành vi lừa đảo. D không có điện thoại di động để bán nhưng vẫn đăng những bài viết có hình quảng cáo bán điện thoại di động các loại với giá rẻ trên tài khoản Facebook. Nếu có khách hàng muốn mua, D yêu cầu họ chuyển khoản trước và hứa hẹn sẽ chuyển điện thoại cho họ qua bưu điện ngay sau đó. Tuy nhiên, khi nhận được tiền khách hàng chuyển khoản, D không gửi hàng và tạm khóa tài khoản của mình. Với thủ đoạn tinh vi này, D đã lừa đảo được gần 50 triệu đồng từ 2 người “khách hàng” của mình. Viện kiểm sát nhân dân tỉnh Thái Bình truy tố bị cáo Đinh Khánh D về tội “Lừa đảo chiếm đoạt tài sản” theo quy định tại khoản 1 Điều 174 Bộ Luật hình sự. Hội đồng xét xử Xử phạt bị cáo Đinh Khánh D từ 01 năm tù đến 01 năm 06 tháng tù và yêu cầu bồi thường cho các bị hại. Từ vụ việc này có thể dễ dàng nhận thấy quá nhiều thiếu sót còn tồn tại trong việc kiểm tra, giám sát người kinh doanh trực tuyến trên mạng xã hội. Trước hết, thông tin của người kinh doanh không được xác minh, chứng thực dẫn đến kẻ xấu dễ dàng ăn cắp ảnh và thông tin của người khác để trục lợi. Việc làm này xâm phạm đến danh dự, nhân phẩm, uy tín của những người bị lợi dụng, đồng thời, ảnh hưởng không ít tới những nhà kinh doanh chân chính. Hành vi giả mạo thường xuyên xảy ra trên các trang mạng xã hội, đặc biệt là đối với những người kinh doanh uy tín hay những người có tầm ảnh hưởng thì nó không còn xa lạ. Mặc dù thực

² Xem toàn bộ bản án tại: <https://thuvienphapluat.vn/banan/ban-an/ban-an-422019hsst-ngay-08102019-ve-toi-lua-dao-chiem-doat-tai-san-116434>.

tiền vô cùng nhức nhối song chưa có bất kì văn bản quy phạm pháp luật nào yêu cầu bắt buộc phải xác minh hình ảnh, thông tin cá nhân, chứng thực nhân thân trên mạng xã hội khi tham gia kinh doanh. Phải chăng đây là “lỗ hổng” lớn của hệ thống pháp luật Việt Nam về việc kiểm tra, quản lý hệ thống kinh doanh trực tuyến? Không chỉ thế, các sản phẩm – dịch vụ được kinh doanh trực tuyến cũng không được quy định chặt chẽ và thiếu kiểm soát trong thực tiễn, điển hình là việc mua bán giấy chứng minh nhân dân trong bản án trên. Rõ ràng, giấy chứng minh nhân dân không hề được liệt kê cụ thể trong danh mục những hàng hóa bị hạn chế tại khoản 1 Điều 3 Thông tư số 47/2017/TT-BCT. Thiếu sót này của quy định pháp lý vô tình tiếp tay cho tội phạm. Bên cạnh tình trạng lừa đảo, quá trình vận chuyển từ người bán đến người mua cũng gây ra một số bất cập (BT, 2020). Thời gian vận chuyển phụ thuộc vào đơn vị vận chuyển và những yếu tố khách quan như dịch bệnh, thiên tai..., song khi hàng hóa bị giao lâu, khách hàng nhận được hàng chậm thì họ sẽ từ chối nhận. Tình trạng này diễn ra khiến cho người kinh doanh phải chịu tổn thất phí vận chuyển hai chiều: chiều đi – chiều hoàn về, phí gói hàng hóa và thậm chí là vận chuyển nhiều khiến cho hàng hóa có thể bị hư hỏng. Đối với khách hàng, quá trình vận chuyển đôi lúc làm hàng hóa không còn nguyên vẹn về hình thức hoặc chất lượng, trong khi đó người mua không được kiểm tra khi nhận hàng và vô tình phải mất tiền oan cho sản phẩm đó, tạo ra ác cảm với việc mua sắm trực tuyến. Từ sau, khách hàng có thể sẽ tránh người kinh doanh sản phẩm đó hay không sử dụng mạng xã hội đó để mua sắm.

Thứ hai, kinh doanh trực tuyến trên nền tảng mạng xã hội làm phát sinh mâu thuẫn giữa những người kinh doanh. “Khi mới hình thành cách đây 3-4 năm, bán hàng trên mạng xã hội chỉ là tận dụng mạng xã hội kiếm thêm thu nhập, hiện nay kinh doanh trực tuyến đã trở thành một nghề được giới trẻ lựa chọn để khởi nghiệp vì cho mức thu nhập cao. Riêng Hà Nội, theo sự thống kê của Chi cục Thuế Hà Nội đã có 13.400 shop bán hàng trực tuyến, còn ở TP. HCM con số này là trên 13.500 shop, hầu hết thuộc sở hữu của giới trẻ. Bình quân, mỗi shop có từ 5-20 người có nghĩa là riêng Hà Nội đã có ít nhất 67.000 người tham gia bán hàng trực tuyến chưa kể các cá nhân nhỏ lẻ khác” (Phạm, 2020). Chính vì xu hướng tăng của số người kinh doanh trực tuyến, tình trạng cạnh tranh luôn diễn ra gay gắt, không có dấu hiệu thuyên giảm. Bản chất của cạnh tranh là để phát triển, song đó phải là cạnh tranh lành mạnh. Tuy nhiên, trên mạng xã hội hiện tại, không ít người kinh doanh bất chấp thủ đoạn để đạt được lợi ích, lợi nhuận và điều này dẫn đến cạnh tranh không lành mạnh. Đối thủ tung tin đồn thất thiệt, tự ý hạ thấp giá thành sản phẩm xuống mức dưới quy định để lôi kéo khách hàng từ phía nhà kinh doanh, chèo kéo khách hàng bằng mọi thủ đoạn. Tình trạng này gây thiệt hại cho những nhà kinh doanh lành mạnh; làm cho thị trường kinh doanh trên nền tảng mạng xã hội bị nhiễu loạn, khó kiểm soát và ảnh hưởng đến cả những phương thức kinh doanh khác. Từ những quy định tại Điều 45 của Luật Cạnh tranh năm 2018 về “Các hành vi cạnh tranh không lành mạnh bị cấm”, có thể thấy, nhiều hành vi cạnh tranh trên thị trường trực tuyến đã vi phạm nghiêm trọng các điều cấm này. Theo lẽ đó, các cơ quan chức năng có thẩm quyền phải giải quyết, xử lý và ngăn chặn dựa trên quy định pháp luật song việc nắm bắt tình hình thị trường mạng xã hội vô cùng phức tạp, rắc rối. Hơn nữa, cho dù hành vi cạnh tranh không lành mạnh, gây tổn hại đến có diễn ra, thì các bên cũng lựa chọn “tự giải quyết” thay vì nhờ sự can thiệp của luật pháp.

Cuối cùng, với một thị trường rộng lớn như mạng xã hội thì việc kiểm tra, quản lý của các cơ quan nhà nước có thẩm quyền đối với người kinh doanh, khách hàng và sản phẩm là vô cùng khó khăn. Việc trao đổi kinh doanh diễn ra hàng ngày hàng giờ với tốc độ nhanh chóng, mẫu mã sản phẩm gồm nhiều chủng loại, khách hàng đa dạng từ ngành nghề, độ tuổi, quốc tịch. Điều này khiến

cho công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường trực tuyến trên mạng xã hội gặp không ít khó khăn, thách thức do hoạt động buôn lậu, với phương thức, thủ đoạn ngày càng tinh vi, khó phát hiện. Hiện tượng gian lận thương mại, buôn bán hàng giả, hàng kém chất lượng diễn biến phức tạp, bành trướng. Các cơ quan quản lý cần phải sát sao, siết chặt công tác kiểm tra, giám sát sao cho có hiệu quả nhất nhằm ổn định thị trường mạng xã hội, bảo vệ lợi ích cho cả người kinh doanh và khách hàng.

3. Đề xuất một số giải pháp và kết luận

Về phía quy định của pháp luật, để việc quản lý hoạt động kinh doanh trên mạng xã hội được hiệu quả, không bị thất thu thuế thì trước hết, cần hoàn thiện khung pháp lý cho kinh doanh trực tuyến, đặc biệt là trên nền tảng mạng xã hội. Có thể thấy, hiện nay, pháp luật Việt Nam đã có các văn bản luật như Luật Giao dịch điện tử, Luật An ninh mạng, Luật Thương mại, Luật Các tổ chức tín dụng, Luật Công nghệ thông tin, Luật Quản lý thuế... để điều chỉnh vấn đề kinh doanh trực tuyến qua mạng xã hội. Tuy nhiên, kinh doanh trên mạng xã hội không được quy định trực tiếp mà thường được thông qua kinh doanh thương mại điện tử dù hai hình thức này có những khác biệt nhất định dẫn đến bất cập. Vì vậy, để củng cố và nâng cao hiệu quả của pháp luật trong việc quản lý thì thiết lập những quy định pháp lý chặt chẽ, sát sao, riêng biệt cho kinh doanh trên nền tảng mạng xã hội là cần thiết. “Ngoài ra, kinh nghiệm từ các nhà lập pháp thế giới khi xây dựng khung khổ pháp luật phát triển nền kinh tế số cho thấy họ đều chú trọng vào những nội dung chính như các giao dịch điện tử, chữ ký điện tử, bảo vệ dữ liệu và quyền riêng tư, bảo vệ người tiêu dùng, tội phạm máy tính, quyền sở hữu trí tuệ, khả năng cạnh tranh, thuế và an ninh thông tin...” (Đình, 2021). Từ đó, các cơ quan lập pháp nước ta cũng có thể tiếp thu bài học kinh nghiệm từ các nước tiên bộ đi trước nhằm hoàn thiện pháp luật đặc biệt là những vấn đề chủ chốt của nền kinh tế số nói chung và kinh doanh trên mạng xã hội nói riêng. Bên cạnh đó, nhà nước cần ban hành các văn bản hướng dẫn pháp luật cụ thể, chi tiết liên quan đến kinh doanh trực tuyến. Điều này giúp người tham gia kinh doanh có thể hiểu biết, nắm rõ tường tận những quy định đối với việc kinh doanh của mình, từ đó sẽ thực hiện đúng và giảm thiểu tranh chấp cũng như vi phạm pháp luật. Hơn thế nữa, các cơ quan lập pháp nước ta phải hoàn thiện quy định về cách thức quản lý hoạt động kinh doanh trực tuyến trên nền tảng mạng xã hội; phối kết hợp tập quyền và phân quyền giữa các cơ quan quản lý có liên quan; đưa ra các chế tài có sức răn đe đối với hành vi vi phạm tương ứng. Đặc biệt, trước hiện tượng cạnh tranh không lành mạnh, cần thiết lập biện pháp giám sát có hiệu quả nhằm đảm bảo sự cạnh tranh bình đẳng giữa những cá nhân, tổ chức tham gia kinh doanh trên mạng xã hội. Không chỉ thế, để giảm thiểu tối đa những mâu thuẫn giữa những người cùng tham gia kinh doanh trực tuyến, người kinh doanh và khách hàng hay người kinh doanh trực tuyến với người kinh doanh truyền thống, cần chú trọng xây dựng cơ chế giải quyết các tranh chấp. Nói tóm lại, tất cả các vấn đề pháp lý về kinh doanh trên mạng xã hội phải được đưa ra và quy định một cách rõ ràng, rành mạch, tránh chung chung, mơ hồ với mục đích bất cứ ai cũng có thể hiểu và thực hiện tốt.

Về phía cơ quan nhà nước, những cơ quan có thẩm quyền cần tăng cường giám sát, quản lý thị trường kinh doanh trực tuyến. Cụ thể, Tổng cục Thuế nên phối hợp giữa ngành Thuế với Bộ Công thương, Bộ Thông tin - truyền thông, đơn vị quản lý các trang mạng xã hội (Facebook, Instagram...) để nắm danh sách các website, các tài khoản của các tổ chức, cá nhân có hoạt động thương mại điện tử trên mạng xã hội. Ngành thuế phối hợp với các nhà mạng và đại diện các trang mạng xã hội quản lý Việt Nam để chặn tài khoản đối với những chủ tài khoản kinh doanh trực

tuyển có doanh số lớn nhưng không chấp hành các nghĩa vụ thuế. Dù khi bị đóng tài khoản cũ, người kinh doanh có thể lập tài khoản mới nhưng sẽ không ngay lập tức thu hút được lượng khách hàng nhiều như ban đầu. Do đó, chặn tài khoản là một biện pháp nhanh chóng và hiệu quả trong trường hợp này. Thêm vào đó, phối hợp giữa ngành Thuế với Cơ quan Công an đề nghị cung cấp cho Cơ quan Thuế các cá nhân, tổ chức có hoạt động kinh doanh chưa kê khai nộp thuế do Cơ quan Công an phát hiện để cơ quan thuế xử lý truy thu theo quy định.... Đồng thời, Tổng cục Quản lý thị trường phải phát huy tối đa vai trò của mình trong việc quản lý, điều tra xuất xứ, chất lượng hàng hóa, dịch vụ được bán trên mạng xã hội nhằm phát hiện được hàng lậu, hàng giả, hàng nhái. Hiện nay, thị trường kinh doanh truyền thống có các Đội quản lý thị trường theo dõi, kiểm soát nhưng thị trường trực tuyến thì chưa có. Vì thế, cần nhanh chóng thành lập đội Quản lý thị trường đối với thị trường trực tuyến, thiết lập những đường dây nóng xử lý nhanh chóng những khiếu nại và phải xử lý nghiêm khắc những cá nhân, cửa hàng vi phạm để răn đe những trường hợp khác. Sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan có thẩm quyền sẽ giúp thị trường kinh doanh trực tuyến qua mạng xã hội trở nên trong sạch, lành mạnh và phát triển. Tiếp đó, hạ tầng kỹ thuật thanh toán điện tử cũng nên được phát triển song song với việc đẩy mạnh các dịch vụ công như kê khai thuế, nộp thuế điện tử ... tạo điều kiện thuận lợi và nhanh chóng cho cả cơ quan có thẩm quyền và người tham gia kinh doanh. Ngoài ra, cần thiết lập một hệ thống chuyên nghiệp trong nội bộ các cơ quan chức năng để các cơ quan này có thể kịp thời nắm bắt thông tin, quản lý các tổ chức, cá nhân kinh doanh trên mạng xã hội một cách nhanh chóng, hiệu quả. Trước tình trạng giả mạo thông tin của người khác để lừa đảo trên mạng xã hội ngày càng phổ biến như đã nêu ở phần trên, các cơ quan quản lý an ninh mạng nên xây dựng một hệ thống phần mềm xác định và chứng thực thông tin của mỗi cá nhân tham gia mạng xã hội. Việc làm này không chỉ bảo đảm cho kinh doanh diễn ra thuận lợi, bảo vệ quyền lợi khách hàng mà còn giúp môi trường mạng xã hội trở nên an toàn, lành mạnh đối với người dùng.

Về phía người kinh doanh trực tuyến, mỗi người cần tự giác tuân thủ đúng những quy định của pháp luật trong quá trình kinh doanh như bán những mặt hàng được cho phép, tự giác đóng thuế, cạnh tranh lành mạnh... Trên thực tế, những vấn đề pháp lý xảy ra xuất phát từ sự thiếu hiểu biết về pháp luật của người kinh doanh hoặc là biết luật nhưng cố tình vi phạm. “Qua nắm bắt thông tin và những biện pháp nghiệp vụ, năm 2020, Quản lý thị trường đã xử lý một số đường dây, ổ nhóm quy mô lớn trên môi trường internet, đặc biệt là mô hình kinh doanh mới, như trên các mạng xã hội, kênh bán hàng đa kênh livestream. Điển hình, tháng 7/2020, xử lý tổng kho buôn lậu hơn 10.000m² tại 145 Hoàng Diệu (TP. Lào Cai) chứa hàng hóa giả chủ yếu dùng để bán trên facebook” (Nguyễn Hoàng, 2021). Từ vụ việc này, các cá nhân cũng như tổ chức cần rút ra bài học cho chính hoạt động kinh doanh của mình, phải tăng cường vốn kiến thức pháp lý để thực hiện đúng, tránh làm những điều pháp luật cấm. Để làm được điều này, Vụ Phổ biến, giáo dục pháp luật cần tổ chức tuyên truyền, phổ cập pháp luật cho những cá nhân, tổ chức tham gia kinh doanh bằng các hình thức như tuyên truyền qua chính các trang mạng xã hội – nơi họ thực hiện kinh doanh, phát động các cuộc thi theo hội nhóm để tạo phong trào lớn trong cộng đồng, mời các diễn giả chia sẻ kiến thức về pháp luật cũng như kinh doanh theo định kỳ với hình thức trực tuyến... Cùng với đó, những người kinh doanh phải có ý thức phối hợp chặt chẽ với cơ quan nhà nước có thẩm quyền trong quá trình xây dựng thị trường mạng xã hội an toàn – lành mạnh – chất lượng thông qua việc khai báo những cơ sở có hành vi buôn bán gian lận, trái pháp luật hoặc sử dụng thủ đoạn cạnh tranh không lành mạnh chống phá thị trường. Hơn bất kỳ ai, người kinh doanh trực tuyến chính là nhân tố quan trọng góp phần phát huy hiệu quả của pháp luật trong thực tiễn.

Tóm lại, hệ thống pháp luật Việt Nam căn bản đã có những quy định pháp lý điều chỉnh các vấn đề liên quan đến kinh doanh trực tuyến trên nền tảng mạng xã hội. Có thể thấy những quy định đó đã phần nào phát huy vai trò trong thực tiễn. Tuy nhiên, với sự phát triển và mở rộng nhanh chóng của mạng xã hội, Việt Nam cần tìm ra những giải pháp phù hợp và kịp thời đưa ra những quy định mới – đầy đủ và chi tiết hơn để quản lý, kiểm soát thị trường mạng xã hội. Nếu làm được điều này, kinh doanh trực tuyến trên nền tảng mạng xã hội của nước ta sẽ mang lại giá trị cao hơn, góp phần thúc đẩy kinh tế quốc gia.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Anh Q. (2021), “Top 5 mạng xã hội lớn nhất Việt Nam 2021”, <https://freetuts.net/thu-thuat/mang-xa-hoi-lon-nhat-tai-viet-nam-648t.html>, truy cập ngày 22/02/2021.

BT. (2020), “Những rủi ro khi giao nhận hàng online”, *ANTV*, <http://www.antv.gov.vn/tin-tuc/xa-hoi/nhung-rui-ro-khi-giao-nhan-hang-online-309032.html>, truy cập ngày 22/02/2021.

Đinh, C. (2021), “Những vấn đề cốt lõi của khung pháp lý về kinh tế số”, *Pháp lý*, <https://phaply.net.vn/nhung-van-de-cot-loi-cua-khung-phap-ly-ve-kinh-te-so/>, truy cập ngày 27/05/2021.

Luật Cạnh tranh năm 2018.

Luật Doanh nghiệp năm 2020.

Nghị định số 139/2016/NĐ-CP ngày 04/10/2016 của Chính phủ về lệ phí môn bài.

Nghị định số 39/2007/NĐ-CP ngày 16/03/2007 của Chính phủ về hoạt động thương mại một cách độc lập, thường xuyên không phải đăng ký kinh doanh.

Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/05/2013 của Chính phủ về thương mại điện tử.

Nghị định số 72/2013/NĐ-CP ngày 15/07/2013 của Chính phủ về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng.

Nguyễn, H. (2021), “Tổng cục Quản lý thị trường tổ chức Hội nghị Tổng kết công tác năm 2020 và triển khai nhiệm vụ năm 2021”, *Bộ Công thương Việt Nam*, <http://moit.gov.vn/web/guest/tin-chi-tiet/-/chi-tiet/tong-cuc-quan-ly-thi-truong-to-chuc-hoi-nghi-tong-ket-cong-tac-nam-2020-va-trien-khai-nhiem-vu-nam-2021-21527-2801.html>, truy cập ngày 27/05/2021.

Nguyễn, T.T.T. (2016), “Pháp luật về đăng kí kinh doanh ở Việt Nam hiện nay”, <https://amilawfirm.com/wp-content/uploads/2019/08/14.-Lu%E1%BA%ADn-%C3%A1n-Ph%C3%A1p-lu%E1%BA%ADt-v%E1%BB%81-%C4%91%C4%83ng-k%C3%BD-kinh-doanh.pdf>, truy cập ngày 27/05/2021.

Phạm, V.T. (2020), “Một số vấn đề kinh tế - xã hội phát sinh từ hoạt động kinh doanh hàng hóa dịch vụ trên mạng xã hội trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0”, <http://tapchicongthuong.vn/bai-viet/mot-so-van-de-kinh-te-xa-hoi-phat-sinh-tu-hoat-dong-kinh-doanh-hang-hoa-dich-vu-tren-mang-xa-hoi-trong-boi-can-14-69590.htm>, truy cập ngày 24/02/2021.

Thông tư số 176/2016/TT- BTC ngày 31/10/2016 của Bộ Tài chính sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 10/2014/TT-BTC ngày 17/01/2014 của Bộ Tài chính hướng dẫn xử phạt vi phạm hành chính về hóa đơn.

Thông tư số 39/2014/TT-BTC ngày 31/03/2014 của Bộ Tài chính hướng dẫn thi hành Nghị định số 51/2010/NĐ-CP ngày 17/01/2014 của Chính phủ quy định về hóa đơn bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ.

Thông tư số 47/2014/TT-BCT ngày 05/12/2014 của Bộ Công thương quy định về quản lý website thương mại điện tử.