

NÂNG CAO HIỆU QUẢ QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TRỰC TUYẾN TRÊN NỀN TẢNG MẠNG XÃ HỘI

TRẦN THỊ THU HÀ*

Trong bối cảnh công nghệ số phát triển mạnh mẽ, hoạt động kinh doanh trực tuyến trên nền tảng mạng xã hội đang ngày càng phổ biến và trở thành xu hướng tất yếu tại Việt Nam. Hình thức kinh doanh này không chỉ giúp tiết kiệm chi phí, tiếp cận nhanh chóng với người tiêu dùng mà còn đóng góp tích cực vào tăng trưởng kinh tế số quốc gia. Tuy nhiên, bên cạnh những lợi ích mang lại, hoạt động này cũng đặt ra nhiều thách thức trong công tác quản lý nhà nước, như: vấn đề thu thuế, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, kiểm soát hàng hóa và thông tin. Do đó, việc nghiên cứu và đề xuất các giải pháp nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước trong lĩnh vực này là yêu cầu cấp thiết.

Từ khóa: Công nghệ số; quản lý nhà nước; kinh doanh trực tuyến; mạng xã hội; quyền lợi người tiêu dùng.

In the context of rapid digital technology development, online business activities conducted on social media platforms are becoming increasingly prevalent and an inevitable trend in Vietnam. This business model not only helps reduce costs and quickly reach consumers but also makes a positive contribution to the growth of the national digital economy. However, alongside these benefits, such activities pose numerous challenges to state management efforts, including tax collection, consumer rights protection, and the control of goods and information. Therefore, researching and proposing solutions to improve the effectiveness of state management in this field is an urgent necessity.

Keywords: Digital technology; state management; online business; social media; consumer rights.

NGÀY NHẬN: 05/5/2025

NGÀY PHẢN BIỆN, ĐÁNH GIÁ: 26/7/2025

NGÀY DUYỆT: 15/8/2025

DOI: <https://doi.org/10.59394/qlnn.355.2025.1259>

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và cách mạng công nghiệp 4.0, kinh doanh trực tuyến đang trở thành xu hướng phổ biến và ngày càng phát triển mạnh mẽ. Đặc biệt, các nền tảng mạng xã hội, như: Facebook, TikTok, Zalo, Instagram... không chỉ là kênh giao tiếp, giải trí mà còn là môi trường thuận lợi để các cá nhân, tổ chức tiến hành hoạt động thương mại điện tử.

Tại Việt Nam, cùng với sự gia tăng nhanh chóng về số lượng người sử dụng mạng xã hội, hoạt động kinh doanh trên các nền tảng này đang diễn ra sôi động và tạo ra giá trị kinh tế lớn. Tuy nhiên, sự phát triển nhanh chóng và linh hoạt của loại hình kinh doanh này cũng đặt ra nhiều thách thức cho công tác quản lý

* TS, Trường Đại học Công nghiệp TP. Hồ Chí Minh

nhà nước (QLNN). Điều này đòi hỏi việc nâng cao hiệu quả QLNN về hoạt động kinh doanh trực tuyến trên nền tảng mạng xã hội, góp phần bảo đảm sự phát triển ổn định và bền vững của nền kinh tế số.

2. Tổng quan về hoạt động kinh doanh trực tuyến trên nền tảng mạng xã hội tại Việt Nam hiện nay

Kinh doanh trực tuyến trên nền tảng mạng xã hội là hình thức kinh doanh thông qua các trang mạng xã hội, nơi người bán và người mua tương tác trực tiếp qua các bài đăng, hình ảnh, video, tin nhắn hay livestream. Không giống như sàn thương mại điện tử, hoạt động kinh doanh trên mạng xã hội diễn ra với tính cá nhân cao, không cần nền tảng kỹ thuật phức tạp, chi phí thấp và có khả năng tiếp cận khách hàng nhanh chóng.

Ở Việt Nam, theo thống kê, tính đến tháng 01/2024, “số lượng người dùng mạng xã hội đạt khoảng 72,7 triệu người, tương đương 73,3% dân số. Thời gian trung bình người dùng dành cho mạng xã hội là khoảng 2 giờ 25 phút mỗi ngày, cho thấy mức độ tham gia cao”¹. Trong đó, “số lượng người dùng Facebook chiếm 91,6% và Tiktok chiếm 77,5%. Đặc biệt, Việt Nam còn đứng thứ 5 trong số các quốc gia có lượng người dùng TikTok lớn nhất thế giới”². Điều này tạo ra một thị trường tiềm năng rộng lớn cho các hoạt động kinh doanh trực tuyến.

Một trong những đặc điểm nổi bật của hoạt động kinh doanh trên mạng xã hội là sự linh hoạt và dễ tiếp cận. Người bán có thể giới thiệu sản phẩm, tương tác trực tiếp với khách hàng thông qua hình ảnh, video, livestream, tin nhắn... Đồng thời, người tiêu dùng cũng có thể dễ dàng tiếp cận thông tin sản phẩm, đánh giá chất lượng dịch vụ, giá cả và phản hồi trực tiếp. Các hình thức, như: livestream bán hàng, chốt đơn qua tin nhắn, sử dụng người nổi tiếng để quảng bá sản phẩm (KOL, KOC)... đã trở nên phổ biến và hiệu quả, góp phần làm nên sự bùng nổ của kinh doanh trực tuyến trên nền tảng mạng xã hội. Thống kê năm 2023 cho thấy, Việt Nam có khoảng 59

- 62 triệu người tiêu dùng mua sắm trực tuyến và giá trị mua sắm mỗi người ước đạt khoảng 300 - 320 USD. Con số này năm 2022 là 288 USD. Trong đó, các loại hàng hóa, dịch vụ thường được người tiêu dùng mua sắm trực tuyến nhiều nhất là quần áo, giày dép và mỹ phẩm (76%); thiết bị đồ dùng gia đình (67%); đồ công nghệ và điện tử (61%); sách, hoa, quà tặng (53%); xem phim trực tuyến (35%) và thực phẩm (32%)³.

Như vậy, hoạt động kinh doanh trực tuyến trên nền tảng mạng xã hội mang lại nhiều lợi ích cho doanh nghiệp và người tiêu dùng. Doanh nghiệp có thể tiếp cận lượng lớn khách hàng tiềm năng trên mạng xã hội, cùng với khả năng lan truyền thông tin, giúp doanh nghiệp mở rộng phạm vi tiếp cận và thu hút khách hàng mới. Đối với người tiêu dùng, hoạt động thương mại nền tảng mạng xã hội mang đến trải nghiệm mua sắm tiện lợi và cá nhân hóa hơn, khi họ có thể mua sắm trực tiếp trên các nền tảng mạng xã hội quen thuộc”⁴.

3. Thực trạng quản lý nhà nước đối với hoạt động kinh doanh trực tuyến trên mạng xã hội

Trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đang diễn ra mạnh mẽ, hoạt động kinh doanh trực tuyến trên nền tảng mạng xã hội tại Việt Nam mang lại nhiều cơ hội nhưng cũng đặt ra không ít thách thức cho công tác QLNN. Trước xu thế đó, Nhà nước đã từng bước hoàn thiện hệ thống pháp luật và triển khai nhiều biện pháp quản lý phù hợp, bước đầu đạt được một số kết quả đáng ghi nhận.

Một là, hệ thống pháp luật về thương mại điện tử và kinh doanh trực tuyến từng bước được hoàn thiện. Trong thời gian qua, Nhà nước đã ban hành nhiều văn bản quy phạm pháp luật, như: *Luật An ninh mạng*; Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013 của Chính phủ về thương mại điện tử; Nghị định số 85/2021/NĐ-CP ngày 25/9/2021 về sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013 của Chính phủ về thương mại điện tử; Công điện số 56/CP-TTg ngày 06/6/2024 của Thủ tướng

Chính phủ về tiếp tục tăng cường công tác QLNN trong lĩnh vực thương mại điện tử, kinh doanh trên nền tảng số... Những quy định này không chỉ tạo hành lang pháp lý rõ ràng mà còn góp phần nâng cao tính minh bạch và hiệu quả trong giám sát các hoạt động kinh doanh trên nền tảng mạng xã hội.

Hai là, công tác quản lý thuế đối với hoạt động kinh doanh online đã có bước chuyển tích cực. Cơ quan thuế đã triển khai nhiều biện pháp nhằm kiểm soát nguồn thu từ kinh doanh trên mạng xã hội, như: yêu cầu cá nhân, tổ chức có hoạt động thương mại điện tử kê khai và nộp thuế đầy đủ. Đặc biệt, Tổng cục Thuế đã phối hợp với các ngân hàng, tổ chức tín dụng để rà soát dòng tiền thu nhập từ hoạt động kinh doanh online, từ đó phát hiện và xử lý các trường hợp vi phạm.

Ba là, nhận thức và ý thức tuân thủ pháp luật của người kinh doanh trên mạng xã hội dần được nâng cao. Nhiều chủ shop online, đặc biệt là thế hệ trẻ đã bắt đầu quan tâm đến việc đăng ký kinh doanh, kê khai thuế, xây dựng thương hiệu và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Điều này góp phần tạo ra môi trường kinh doanh lành mạnh, minh bạch và bền vững hơn trên các nền tảng mạng xã hội.

Bốn là, các cơ quan chức năng đã có sự phối hợp chặt chẽ trong việc giám sát, kiểm tra và xử lý các hành vi vi phạm. Đồng thời, việc hợp tác với các nền tảng mạng xã hội quốc tế để yêu cầu cung cấp thông tin, hỗ trợ điều tra cũng được đẩy mạnh, giúp tăng cường năng lực quản lý trong không gian số.

Bên cạnh những kết quả đã đạt được, công tác QLNN về kinh doanh trực tuyến trên nền tảng mạng xã hội còn những khó khăn, thách thức, ảnh hưởng đến môi trường kinh doanh lành mạnh và sự phát triển bền vững của nền kinh tế đất nước, đó là:

(1) Hệ thống pháp luật còn thiếu đồng bộ và chưa theo kịp sự phát triển. Mặc dù Nhà nước đã ban hành các văn bản pháp luật, song nhìn chung, các văn bản này chưa thực sự bao phủ và điều chỉnh đầy đủ hoạt động kinh doanh trên mạng xã hội. Nhiều cá nhân,

hộ kinh doanh tận dụng kẽ hở pháp lý để hoạt động mà không đăng ký kinh doanh, không kê khai thuế và không tuân thủ các quy định về chất lượng hàng hóa, dịch vụ. Hơn nữa, các nền tảng mạng xã hội phần lớn không đặt máy chủ tại Việt Nam khiến cho việc áp dụng pháp luật trong nhiều trường hợp trở nên phức tạp, thiếu hiệu lực.

(2) Khó khăn trong kiểm soát, theo dõi và thu thuế. Khác với các mô hình kinh doanh truyền thống, các giao dịch trực tuyến thường diễn ra nhanh chóng, khó lưu vết và không được thực hiện thông qua các hệ thống thanh toán chính thức. Nhiều cá nhân bán hàng không có địa điểm kinh doanh cố định, không đăng ký mã số thuế hoặc sử dụng nhiều tài khoản khác nhau để trốn thuế. Do đó, các cơ quan chức năng gặp khó khăn trong việc xác minh danh tính, truy xuất nguồn gốc hàng hóa hoặc phát hiện hành vi vi phạm.

(3) Nguy cơ lừa đảo, gian lận và ảnh hưởng đến quyền lợi người tiêu dùng. Bên cạnh vấn đề thuế và pháp lý, hoạt động kinh doanh trên mạng xã hội còn tiềm ẩn nhiều rủi ro đối với người tiêu dùng. Việc không có quy trình kiểm duyệt chặt chẽ về nguồn gốc, chất lượng hàng hóa khiến cho người mua dễ bị lừa đảo hoặc mua phải hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng. Không ít trường hợp người tiêu dùng chuyển tiền nhưng không nhận được hàng hoặc sản phẩm nhận được không đúng như quảng cáo. Điều này không chỉ ảnh hưởng đến lòng tin của người tiêu dùng mà còn tạo ra môi trường cạnh tranh không lành mạnh trong lĩnh vực thương mại điện tử.

4. Một số giải pháp

Thứ nhất, hoàn thiện khung pháp lý.

Hiện nay, các quy định pháp luật điều chỉnh hoạt động kinh doanh trực tuyến trên mạng xã hội nằm rải rác trong một số văn bản nên chưa thực sự thống nhất và đồng bộ. Do đó, cần phải tiếp tục rà soát các văn bản quy phạm pháp luật để kịp thời đề xuất sửa đổi, bổ sung và hoàn thiện chính sách, pháp luật về quản lý thương mại điện tử. Cụ thể:

(1) Hoàn thiện hành lang pháp lý theo hướng quy định rõ ràng hơn về đối tượng, phạm vi và phương thức quản lý hoạt động kinh doanh trên mạng xã hội. Cần có quy định bắt buộc các cá nhân, tổ chức kinh doanh trực tuyến phải thực hiện thủ tục đăng ký kinh doanh, kê khai thuế; đồng thời, công khai thông tin về người bán nhằm bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng và tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh.

(2) Bổ sung các quy định pháp lý liên quan đến trách nhiệm cung cấp thông tin về các tài khoản kinh doanh, hỗ trợ xác minh danh tính của người bán, thực hiện các biện pháp ngăn chặn hành vi gian lận, lừa đảo trên không gian mạng. Đồng thời, cần quy định rõ cơ chế phối hợp giữa các doanh nghiệp cung cấp nền tảng, cơ quan thuế, công an và các cơ quan chức năng khác trong việc thanh tra, kiểm tra, xử lý vi phạm.

(3) Điều chỉnh, bổ sung các quy định về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong môi trường kinh doanh trên mạng xã hội. Cần có các cơ chế pháp lý để người tiêu dùng có thể khiếu nại, tố cáo và được giải quyết một cách nhanh chóng, minh bạch khi xảy ra tranh chấp với người bán. Việc xây dựng một hệ thống tra cứu, phản ánh các tài khoản kinh doanh uy tín cũng là một hướng đi cần được cân nhắc, góp phần nâng cao ý thức trách nhiệm và đạo đức kinh doanh của các chủ thể tham gia thị trường trực tuyến.

(4) Thúc đẩy công tác nghiên cứu, dự báo xu hướng phát triển của công nghệ và hành vi người tiêu dùng trên mạng xã hội nhằm kịp thời điều chỉnh chính sách. Việc tham khảo, học hỏi kinh nghiệm quốc tế và tăng cường hợp tác với các tổ chức quốc tế cũng là một yếu tố quan trọng trong quá trình xây dựng hệ thống pháp luật hiện đại, thích ứng với sự phát triển nhanh chóng của nền kinh tế số.

Thứ hai, tăng cường phối hợp giữa các cơ quan chức năng trong công tác quản lý.

Cần xác định rõ vai trò, chức năng, nhiệm vụ của từng cơ quan trong hệ thống quản lý.

Việc phân định rõ ràng chức năng giúp tránh chồng chéo, mâu thuẫn hoặc bỏ sót trách nhiệm. Đồng thời, các cơ quan cần thiết lập cơ chế phối hợp liên ngành thông qua việc ký kết các quy chế phối hợp, thành lập các tổ công tác liên ngành và định kỳ tổ chức các cuộc họp đánh giá, chia sẻ thông tin, phối hợp thanh tra, kiểm tra và xử lý vi phạm.

Ngoài ra, công tác đào tạo, nâng cao năng lực cán bộ thực thi cũng cần được chú trọng. Các cơ quan cần phối hợp tổ chức tập huấn chuyên sâu về các xu hướng công nghệ mới, các chiêu thức kinh doanh trá hình trên mạng xã hội cũng như phương pháp phát hiện, điều tra và xử lý vi phạm. Cùng với đó, việc nâng cao ý thức trách nhiệm, tinh thần phối hợp và chia sẻ thông tin giữa các cán bộ, đơn vị trong hệ thống quản lý sẽ là nền tảng vững chắc cho sự phối hợp hiệu quả.

Thứ ba, ứng dụng công nghệ số trong công tác giám sát và quản lý.

Một trong những giải pháp trọng tâm là xây dựng và vận hành hệ thống cơ sở dữ liệu dùng chung về hoạt động kinh doanh trực tuyến, tích hợp từ nhiều nguồn khác nhau, như: dữ liệu thuế, dữ liệu đăng ký kinh doanh, dữ liệu từ các nền tảng mạng xã hội và thương mại điện tử. Cùng với đó, việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI), học máy (machine learning) và Big Data giúp cơ quan quản lý phát hiện nhanh các dấu hiệu bất thường trong hoạt động kinh doanh trực tuyến, tự động phân loại mức độ rủi ro và đề xuất phương án xử lý phù hợp.

Ngoài ra, cần triển khai các công cụ kỹ thuật số để giám sát thời gian thực (real-time monitoring) đối với các tài khoản bán hàng, nhất là những tài khoản có lượng tương tác lớn hoặc doanh thu cao. Việc tích hợp các phần mềm tự động thu thập và phân tích dữ liệu từ các bài đăng, livestream bán hàng giúp nhận diện được các sản phẩm vi phạm, từ đó rút ngắn thời gian xử lý và nâng cao hiệu quả quản lý.

Thứ tư, đẩy mạnh tuyên truyền, phổ biến pháp luật.

Công tác tuyên truyền, phổ biến pháp luật cần linh hoạt và phù hợp với từng cá nhân và tổ chức. Cụ thể, với người kinh doanh, cần tập trung tuyên truyền về các điều kiện kinh doanh hợp pháp, trách nhiệm trong cung cấp thông tin sản phẩm, quy định về thuế, hóa đơn điện tử, trách nhiệm khi có tranh chấp phát sinh... Với người tiêu dùng, cần tuyên truyền nâng cao nhận thức về quyền và nghĩa vụ khi tham gia giao dịch trực tuyến, kỹ năng tra cứu thông tin và cách thức khiếu nại, tố cáo khi bị xâm phạm quyền lợi. Hình thức tuyên truyền nên đa dạng, kết hợp giữa trực tuyến và trực tiếp, thông qua các phương tiện truyền thông đại chúng, các nền tảng mạng xã hội, tổ chức hội thảo, tập huấn, phát hành tờ rơi, video hướng dẫn ngắn gọn, dễ hiểu. Đồng thời, tận dụng công nghệ để xây dựng các cổng thông tin pháp lý trực tuyến, chatbot hỗ trợ pháp lý, ứng dụng di động tra cứu văn bản quy phạm pháp luật.

Ngoài ra, vai trò của các tổ chức xã hội nghề nghiệp, hội bảo vệ người tiêu dùng, các doanh nghiệp lớn có uy tín trong ngành cũng rất quan trọng trong việc lan tỏa thông tin pháp luật và chuẩn mực đạo đức kinh doanh. Nhà nước cần có cơ chế phối hợp hiệu quả giữa các bộ, ngành, chính quyền địa phương và các tổ chức này nhằm xây dựng chiến lược tuyên truyền bài bản, dài hạn, phù hợp với xu hướng phát triển của thị trường và đặc điểm từng vùng, miền.

Thứ năm, thiết lập cơ chế quản lý đối với các nền tảng mạng xã hội nước ngoài hoạt động tại Việt Nam.

Tiếp tục hoàn thiện hành lang pháp lý liên quan đến hoạt động cung cấp dịch vụ xuyên biên giới. Các quy định pháp luật hiện hành cần được bổ sung, sửa đổi theo hướng buộc các nền tảng mạng xã hội nước ngoài nếu có hoạt động kinh doanh tại Việt Nam thì phải đăng ký, kê khai, nộp thuế và chịu sự điều chỉnh của pháp luật Việt Nam. Đồng

thời, cần ban hành quy định bắt buộc các nền tảng này phải thiết lập đại diện pháp lý tại Việt Nam để tạo đầu mối trong việc phối hợp xử lý các vấn đề phát sinh.

Thứ sáu, tăng cường thanh tra, kiểm tra và xử lý nghiêm các hành vi vi phạm.

Các cơ quan chức năng cần phối hợp chặt chẽ trong việc thu thập thông tin, xác minh hành vi vi phạm và áp dụng các biện pháp xử lý phù hợp. Bên cạnh đó, việc xử lý nghiêm minh các hành vi vi phạm cần được thực hiện một cách công khai, minh bạch nhằm răn đe và tạo tính giáo dục trong cộng đồng doanh nghiệp. Các mức xử phạt cần đủ sức răn đe, có thể áp dụng hình thức đình chỉ hoạt động kinh doanh trực tuyến, truy thu thuế, xử phạt hành chính nặng hoặc truy cứu trách nhiệm hình sự đối với các hành vi có tính chất nghiêm trọng.

5. Kết luận

Trong bối cảnh chuyển đổi số và sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ, hoạt động kinh doanh trực tuyến trên nền tảng mạng xã hội tại Việt Nam đã và đang mang lại nhiều cơ hội nhưng cũng đặt ra không ít thách thức đối với công tác QLNN. Để nâng cao hiệu quả quản lý, cần xây dựng một hệ thống pháp lý đồng bộ, minh bạch và phù hợp với thực tiễn phát triển; tăng cường năng lực của các cơ quan chức năng trong việc giám sát, xử lý vi phạm; đồng thời, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý góp phần bảo đảm sự phát triển ổn định và bền vững của nền kinh tế số □

Tài liệu tham khảo:

1, 4. Thúc đẩy sự phát triển của thương mại điện tử qua mạng xã hội. <https://kinhte-vadubao.vn>, ngày 10/9/2024.

2. Mạng xã hội - Một hướng tiếp cận cho phát triển kinh tế báo chí trong xu hướng chuyển đổi số hiện nay. <https://phapluatphattrien.vn>, ngày 23/7/2024.

3. Tăng cường quản lý nhà nước đối với bán lẻ trực tuyến tại Việt Nam. <https://kinhte-vadubao.vn>, ngày 24/5/2024.