

# CƠ SỞ PHÁP LÝ PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG TRUNG GIAN THƯƠNG MẠI TẠI VIỆT NAM

● NGUYỄN THỊ YẾN

## TÓM TẮT:

Hoạt động cung ứng - tiêu thụ sản phẩm có vai trò rất quan trọng trong quá trình sản xuất - kinh doanh. Người sản xuất có thể tự mình thực hiện các hoạt động này hoặc thuê dịch vụ của một người khác thực hiện việc cung ứng - tiêu thụ sản phẩm cho mình, từ đó hình thành hoạt động dịch vụ trung gian thương mại. Trong sự phát triển của công nghệ, dịch vụ trung gian thương mại đang giúp rút ngắn khoảng cách giữa nhà sản xuất với khách hàng, điều này nói lên vai trò của trung gian thương mại trong sự phát triển kinh tế - xã hội. Bài viết này tập trung phân tích: (i) Khái niệm, đặc điểm về trung gian thương mại; (ii) Cơ sở pháp lý phát triển hoạt động trung gian thương mại ở Việt Nam; (iii) Ý nghĩa kinh tế của dịch vụ trung gian thương mại.

**Từ khóa:** trung gian thương mại, Luật Thương mại 2005, Bộ luật Dân sự 2015.

## 1. Khái niệm về trung gian thương mại

Kinh doanh là việc thực hiện liên tục một, một số hoặc tất cả các công đoạn của quá trình đầu tư, từ sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm hoặc cung ứng dịch vụ trên thị trường nhằm mục đích kiếm lợi nhuận. Khi tổ chức thực hiện hoạt động kinh doanh ở các lĩnh vực ngành nghề lựa chọn, các hoạt động kinh doanh thực hiện theo quy trình cung ứng - sản xuất - tiêu thụ sản phẩm. Người sản xuất có thể tự mình, hoặc liên kết với thương nhân khác, hoặc sử dụng dịch vụ của thương nhân khác để được cung cấp các nguyên vật liệu cho việc sản xuất cũng như tiêu thụ sản phẩm đầu ra, từ đó tập trung vào quá trình sản xuất tốt nhất. Khi dịch vụ của người khác nhằm cung ứng vật tư, nguyên liệu hay tiêu thụ sản phẩm cho người sản xuất đã hình thành quan hệ pháp lý

được gọi là quan hệ cung ứng dịch vụ thương mại, Luật Thương mại Việt Nam quy định là các hoạt động trung gian thương mại. Cùng với việc giao thương ngày càng được mở rộng, phổ biến, việc tiếp cận thị trường, mở rộng thị phần ngày càng trở nên quan trọng đã tạo điều kiện cho các hoạt động trung gian thương mại ngày càng phát triển.

Khái niệm về trung gian thương mại có thể hiểu là những dịch vụ của thương nhân nhằm mua bán hàng hóa cho một thương nhân khác. Trung gian là người làm cầu nối giữa người sản xuất với khách hàng, họ thực hiện những công việc nhằm phục vụ cho việc kinh doanh của người khác và thu được lợi ích từ hoạt động này. Dưới góc độ pháp lý hoạt động trung gian được pháp luật một số nước khái quát bằng khái niệm “trung gian tiêu thụ” hoặc

“đại diện thương mại”. Tuy nhiên, các khái niệm đó mới chỉ thể hiện được một trong các hoạt động của dịch vụ trung gian này. Trong Luật Thương mại Việt Nam cũng không đưa ra khái niệm tổng quát về hoạt động trung gian thương mại mà chỉ dừng lại ở việc liệt kê những hoạt động được coi là trung gian thương mại tại khoản 11 Điều 3 đó là “Các hoạt động trung gian thương mại là hoạt động của thương nhân để thực hiện các giao dịch thương mại cho một hoặc một số thương nhân được xác định, bao gồm hoạt động đại diện cho thương nhân, môi giới thương mại, ủy thác mua bán hàng hóa và đại lý thương mại”. Nội dung cụ thể của từng loại hoạt động trung gian thương mại được quy định tại Chương V với tiêu đề Các hoạt động trung gian thương mại từ Điều 141 đến Điều 177, theo đó khái niệm cụ thể về các trung gian thương mại như sau:

Đại diện cho thương nhân là việc một thương nhân ủy quyền (gọi là bên đại diện) của thương nhân khác (gọi là bên giao đại diện) để thực hiện các hoạt động thương mại với danh nghĩa và theo sự chỉ dẫn của thương nhân đó và được hưởng thù lao từ việc đại diện. Điều 141 Luật Thương mại.

Môi giới thương mại là hoạt động thương mại, theo đó một thương nhân làm trung gian (gọi là bên môi giới) cho các bên mua bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ (gọi là bên được môi giới) trong việc đàm phán, giao kết hợp đồng mua bán hàng hóa, dịch vụ và được hưởng thù lao theo hợp đồng môi giới theo Điều 150 Luật Thương mại.

Ủy thác mua bán hàng hóa là hoạt động thương mại theo đó bên nhận ủy thác thực hiện việc mua bán hàng hóa với danh nghĩa của mình theo những điều kiện đã thỏa thuận với bên ủy thác và được nhận thù lao ủy thác theo Điều 155 Luật Thương mại.

Đại lý thương mại là hoạt động thương mại, theo đó bên giao đại lý và bên đại lý thỏa thuận việc bên đại lý nhân danh chính mình mua, bán hàng hóa cho bên giao đại lý hoặc cung ứng dịch vụ của bên giao đại lý cho khách hàng để hưởng thù lao, theo Điều 166 Luật Thương mại.

Với các dịch vụ trung gian thương mại được quy định nêu trên có đặc điểm chung đó là:

(i) Dịch vụ trung gian thương mại do một chủ thể

trung gian thực hiện vì lợi ích của bên thuê dịch vụ để hưởng thù lao. Ở đây có mối quan hệ giữa 3 chủ thể, thứ nhất là người thuê dịch vụ; thứ hai là trung gian thương mại và thứ ba đó chính là khách hàng. Theo đó, bên trung gian thực hiện các công việc mà người thuê dịch vụ trung gian yêu cầu vì lợi ích của người thuê dịch vụ và họ được trả tiền công cho công việc mình làm. Cụ thể đối với đại diện thương nhân, người đại diện phải tìm kiếm, tiếp xúc với khách hàng trên danh nghĩa của bên thuê đại diện. Ủy thác mua bán hàng hóa, bên nhận ủy thác sẽ trực tiếp mua hoặc bán hàng hóa cho nên thuê ủy thác. Đại lý thương mại bên đại lý sẽ thực hiện mua hoặc bán hàng hóa cho nhà sản xuất. Môi giới thương mại bên môi giới là cầu nối chủ động tìm kiếm khách hàng tới cho bên thuê môi giới và họ sẽ được nhận thù lao cho hoạt động trung gian thương mại tương ứng được cung cấp;

(ii) Bên thực hiện dịch vụ trung gian thương mại phải là thương nhân có tư cách pháp lý độc lập với bên thuê dịch vụ và bên thứ ba. Để thực hiện các dịch vụ trung gian thương mại bên trung gian (bên đại diện, bên môi giới, bên nhận ủy thác, bên đại lý) phải là thương nhân. Để được thừa nhận là thương nhân phải thỏa mãn các điều kiện được quy định trong Luật Thương mại. Trong mối quan hệ với người thuê dịch vụ, bên trung gian hoàn toàn có tư cách pháp lý độc lập, họ là một bên trong hợp đồng thuê dịch vụ và độc lập, tự do trong quá trình thực hiện hợp đồng trung gian thương mại được ký kết;

(iii) Hợp đồng trung gian thương mại được xác lập trên cơ sở hợp đồng bằng văn bản hoặc hình thức khác có giá trị pháp lý tương đương. Dịch vụ trung gian thương mại được thực hiện trên cơ sở hợp đồng như hợp đồng đại diện cho thương nhân; hợp đồng môi giới; hợp đồng ủy thác mua bán hàng hóa; hợp đồng đại lý thương mại. Các hợp đồng này phải được thể hiện bằng văn bản hoặc các hình thức khác có giá trị pháp lý tương đương với văn bản như: điện báo, fax, thông điệp dữ liệu (thông điệp dữ liệu là thông tin được tạo ra, được gửi đi, được nhận và được lưu trữ bằng phương tiện điện tử như tin nhắn, email...) và các hình thức khác theo quy định của pháp luật.

## **2. Cơ sở pháp lý phát triển hoạt động trung gian thương mại ở Việt Nam**

Trên thế giới, hoạt động trung gian thương mại đã xuất hiện từ lâu do nhu cầu của việc mở rộng quy mô và phạm vi kinh doanh của các thương nhân. Xuất phát từ nhu cầu vận chuyển hàng hóa từ nước này sang nước khác bằng đường biển, người bán đã giao hàng hóa của mình cho một người khác để họ theo tàu và hàng đến nước khác thực hiện việc giao hàng tại cảng đến hoặc mua hàng nhằm kiếm lời. Những người này được gọi là người nhận ủy thác, họ sẽ được nhận một khoản lợi nhuận từ bên ủy thác cho việc thực hiện công việc của mình. Sự phát triển của hoạt động kinh doanh thương mại, các loại hình dịch vụ thương mại khác lần lượt xuất hiện và cho đến nay trở thành một ngành nghề kinh doanh đóng vai trò lớn trong việc thúc đẩy thương mại quốc tế phát triển.

Ở Việt Nam, trong thời kỳ kinh tế tập trung bao cấp, các hoạt động trung gian thương mại chủ yếu tồn tại trong lĩnh vực kinh tế quốc tế do nhu cầu giao lưu kinh tế giữa các nước, còn trong nước các hoạt động trung gian thương mại chưa có điều kiện để hình thành. Điều chỉnh hoạt động giao lưu kinh tế quốc tế, Bộ Ngoại thương ban hành một số văn bản quy phạm pháp luật dưới hình thức thông tư để điều chỉnh hoạt động ủy thác xuất nhập khẩu hàng hóa ở nước ngoài, như: Thông tư số 03-BNg/XNK ngày 11/4/1984 về ủy thác xuất nhập khẩu; Thông tư số 04-BNg/XNK về việc đặt đại lý mua bán hàng hóa ở nước ngoài.

Khi chuyển sang nền kinh tế thị trường, sự phát triển của hoạt động sản xuất, mua bán, trao đổi hàng hóa đã kéo theo sự xuất hiện của hoạt động trung gian thương mại và cần có pháp luật điều chỉnh các hoạt động này. Ngày 10/5/1997, Quốc hội đã thông qua Luật Thương mại, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/01/1998. Đây là cơ sở pháp lý đầu tiên cho sự ra đời và phát triển của hoạt động trung gian thương mại ở Việt Nam, mặc dù chưa đưa ra khái niệm hoạt động trung gian thương mại và các dịch vụ trung gian thương mại chỉ bó hẹp trong các hoạt động làm dịch vụ trung gian mua bán hàng hóa. Tuy nhiên các quy định từ Điều 83 đến Điều 127 của Luật này đã quy định về các dịch vụ đại

diện cho thương nhân, môi giới thương mại, ủy thác mua bán hàng hóa, đại lý mua bán hàng hóa để cho các hoạt động này hình thành và phát triển ở Việt Nam.

Cùng với Luật Thương mại 1997, cơ quan nhà nước có thẩm quyền cũng đã ban hành các văn bản hướng dẫn chi tiết thi hành Luật Thương mại, trong đó có quy định về hoạt động trung gian thương mại như Nghị định số 57/1998/NĐ-CP của Chính phủ ban hành ngày 31/7/1998 quy định chi tiết thi hành Luật Thương mại về hoạt động xuất nhập khẩu, gia công và đại lý mua bán hàng hóa với nước ngoài, sau này được sửa đổi, bổ sung bởi Nghị định số 44/2001/NĐ-CP của Chính phủ ban hành ngày 2/8/2001. Ngoài ra, còn có Thông tư số 18/1998/TT-BTM ban hành ngày 28/8/1998 hướng dẫn thực hiện Nghị định số 57/1998/NĐ-CP. Đây là căn cứ pháp lý đầu tiên cho việc phát triển dịch vụ trung gian thương mại ở Việt Nam, mặc dù có sự giới hạn trong khái niệm hàng hóa được liệt kê theo khoản 3 Điều 5 của Luật Thương mại 1997 chỉ dừng lại ở những hàng hóa là sản phẩm hữu hình.

Sự phát triển của hoạt động kinh doanh trong nền kinh tế thị trường tạo ra nhiều sản phẩm, nhiều ngành nghề kinh doanh mới, Luật Thương mại 1997 có nhiều bất cập trong khái niệm về hoạt động kinh doanh - thương mại cần phải được sửa đổi, bổ sung cho phù hợp với sự phát triển mới. Ngày 14/6/2005, tại kỳ họp thứ 7 Quốc hội khóa XI đã thông qua Luật Thương mại mới - Luật Thương mại 2005 có hiệu lực kể từ ngày 1/1/2006 thay thế Luật Thương mại 1997. Trong Luật Thương mại 2005, đã đưa ra khái niệm về các hoạt động trung gian thương mại ngay tại khoản 11 Điều 3 về giải thích từ ngữ. Đồng thời là các quy định về Đại diện cho thương nhân (Điều 83-92); Môi giới thương mại (Điều 93-98); Ủy thác mua bán hàng hóa (Điều 99-110); Đại lý thương mại (Điều 111-127). Cùng thời gian này, Quốc hội cũng đã thông qua Bộ luật Dân sự năm 2005 có hiệu lực từ ngày 01/01/2006. Bộ luật Dân sự có thể được coi là luật “gốc” để điều chỉnh các quan hệ dân sự, trong đó có các quan hệ thương mại nói chung và các quan hệ dịch vụ thương mại nói riêng. Cụ thể, Bộ luật Dân sự có quy định về quan hệ hợp đồng ủy quyền (Điều 581-

589 BLDS), theo thông lệ đại diện cho thương nhân là hình thức đặc biệt của quan hệ hợp đồng ủy quyền. Các hoạt động khác như Ủy thác mua bán hàng hóa, môi giới thương mại là quan hệ hợp đồng trao đổi dịch vụ được quy định trong Bộ luật Dân sự (Điều 518-526 BLDS). Ngày 24/11/2015, tại kỳ họp thứ 10 Quốc hội khóa XIII đã thông qua Bộ luật Dân sự mới có hiệu lực thi hành kể từ ngày 01/01/2017 thay thế Bộ luật Dân sự 2005 tiếp tục quy định về hợp đồng ủy quyền (Điều 562-569 BLDS) và hợp đồng dịch vụ (Điều 513-521) là nền tảng pháp lý cho sự phát triển của hoạt động trung gian thương mại.

Cho đến nay, cơ sở pháp lý điều chỉnh hoạt động dịch vụ trung gian thương mại tại Việt Nam bao gồm các văn bản pháp luật chủ yếu như: Bộ luật Dân sự 2015; Luật Thương mại 2005 và các văn bản dưới luật hướng dẫn thi hành Luật Thương mại.

### **3. Ý nghĩa kinh tế của dịch vụ trung gian thương mại**

Với tư cách là cầu nối trong quá trình sản xuất - kinh doanh như việc các dịch vụ trung gian trong quá trình cung cấp nguyên vật liệu, hay làm cầu nối giữa người sản xuất với khách hàng trong việc tiêu thụ sản phẩm vai trò của các dịch vụ trung gian thương mại có ý nghĩa rất lớn, đặc biệt là khi quan hệ thương mại quốc tế ngày càng gia tăng. Trong hoạt động xuất nhập khẩu, các dịch vụ này có ý nghĩa đặc biệt. Việc khai thác thị trường mới, tổ chức mạng lưới tiêu thụ sản phẩm ở các thị trường khác nhau thông qua việc sử dụng dịch vụ của người khác và trả thù lao cho họ ngày càng trở nên phổ biến. Cùng với sự phát triển của hoạt động kinh doanh - thương mại, các dịch vụ trung gian thương mại đã mang đến hiệu quả rất lớn cho nền kinh tế, cũng như cho các chủ thể kinh doanh, cụ thể như sau:

*Thứ nhất*, dịch vụ trung gian thương mại đẩy mạnh hoạt động buôn bán, giao thương hàng hóa, mở rộng các hoạt động kinh doanh. Người sản xuất có thể bán các sản phẩm của mình ở thị trường trong nước hoặc nước ngoài mở thông qua việc ký hợp đồng trung gian như đại diện cho thương nhân; hợp đồng ủy thác mua bán hàng hóa, hay hợp đồng đại lý thương mại tạo thành mạng lưới buôn bán,

tiêu thụ, cung cấp các loại dịch vụ trên một phạm vi rộng, tạo cơ hội chiếm lĩnh, mở rộng thị trường, thị phần. Chính sự phát triển của hoạt động trung gian thương mại tạo điều kiện cho lưu thông hàng hóa thông qua các đại lý, các nhà ủy thác mua bán... giúp người tiêu dùng dễ dàng tiếp cận với hàng hóa và dịch vụ của các nhà sản xuất, tạo sự cân bằng, hài hòa giữa cung và cầu trên thị trường.

*Thứ hai*, sử dụng các dịch vụ trung gian thương mại giúp hạn chế các rủi ro cho người kinh doanh. Khi tiếp cận một thị trường mới, việc khai thác thị trường bằng chính nhân viên của nhà sản xuất rất khó khăn trở thành ngoại lệ. Người sản xuất tổ chức tiêu thụ sản phẩm của mình thông qua việc sử dụng dịch vụ của người khác và trả thù lao cho họ sẽ hạn chế được nhiều rủi ro có thể xảy ra khi tiếp cận thị trường mới. Thương nhân trung gian thường hiểu biết được thị hiếu khách hàng, nắm vững tình hình thị trường, pháp luật cũng như các phong tục, tập quán, văn hóa của địa phương. Do đó, họ có thể đẩy mạnh được việc giao lưu, buôn bán, hạn chế được rủi ro đến từ chính sách pháp luật; rủi ro về thị hiếu, đánh giá nhu cầu thị trường, các rủi ro về sự khác biệt mang tính văn hóa vùng miền... Ngoài ra, các trung gian thương mại có thể mua bán những hàng hóa hoặc cung cấp những dịch vụ có lợi cho người thuê dịch vụ của họ.

*Thứ ba*, hoạt động trung gian thương mại giúp giảm chi phí cho thị trường. Thương nhân trung gian là những cá nhân, tổ chức có những điều kiện nhất định về cơ sở vật chất, đội ngũ nhân viên thực hiện các giao dịch kinh doanh chuyên nghiệp. Với việc trả thù lao sử dụng dịch vụ trung gian thương mại đây là chi phí mà họ phải bỏ ra khi thuê dịch vụ trung gian thương mại vẫn nhỏ hơn chi phí nếu họ tự mình phát triển thị trường mới. Ví dụ hãng Apple muốn bán sản phẩm của họ tại Việt Nam, sẽ rất tốn kém và không thực tế, nếu Apple trực tiếp tổ chức hệ thống tiêu thụ bằng nhân lực và chi phí của mình, họ thường sử dụng dịch vụ của thương nhân trung gian đó chính là các đại lý bán hàng sẵn có ở Việt Nam.

### **4. Kết luận và kiến nghị**

Hoạt động trung gian thương mại mang lại những lợi ích kinh tế rất lớn không chỉ trong hoạt

động kinh doanh mà trong sự phát triển kinh tế thương mại toàn cầu. Hoạt động trung gian không chỉ giúp cho người sản xuất chuyên tâm vào quá trình sản xuất, mà còn có thể tư vấn cho nhà sản xuất, nhà đầu tư những điều tốt nhất trong lĩnh vực cung ứng, cũng như phân phối hàng hóa, dịch vụ. Trên cơ sở tìm hiểu các quy định của pháp luật, cho thấy: (i) Ở Việt Nam thừa nhận sự tồn tại và phát triển của các dịch vụ trung gian thương mại đó là Đại diện thương nhân, môi giới thương mại, ủy thác mua bán hàng hóa và đại lý thương mại. (ii) Hành lang pháp lý để các dịch vụ trung gian thương mại hoạt động trên cơ sở các quy định của Luật Thương mại 2005 và Bộ luật Dân sự 2015, cũng như các văn bản dưới luật hướng dẫn thi hành các văn bản luật này. (iii) Dịch vụ trung gian thương mại đã có những đóng góp lớn trong sự phát triển kinh tế xã hội của đất nước tạo ra mạng lưới cung ứng và tiêu thụ lớn trong cả nước góp phần thúc đẩy kinh tế phát triển, thỏa mãn ngày một tốt hơn nhu cầu của người tiêu dùng.

Trên cơ sở phân tích và tìm hiểu các quy định pháp luật về dịch vụ trung gian thương mại hiện nay ở Việt Nam cho thấy cần phải: (i) Quy định pháp luật phải dự liệu những biến tướng khác của dịch vụ trung gian thương mại. Trong điều kiện thực tế, tùy theo sự phát triển của kinh tế - xã hội, các dịch vụ trung gian thương mại được tổ chức ngày càng đa dạng, không nhất thiết theo đúng các hình thức Luật Thương mại đã quy định mà có sự phối hợp của nhiều yếu tố khác nhau. Tùy theo

sự ràng buộc về vốn, công nghệ, chiến lược kinh doanh các quan hệ đại diện, ủy thác mua bán hàng hóa hay đại lý thương mại ngày càng không đơn giản chỉ là sự trao đổi dịch vụ thuần túy mà sẽ bao gồm sự kết hợp của các yếu tố cùng nhau cộng tác, cùng nhau chia sẻ lợi ích về kinh tế. Nếu không có những dự liệu về các hình thức liên kết mới giữa người sản xuất với các trung gian thương mại có thể hình thành quan hệ về chia sẻ lợi nhuận theo hình tháp trong chuỗi cung ứng - tiêu thụ, một trong những biến dạng của quan hệ đại lý - một trong các dịch vụ trung gian thương mại hiện nay. (ii) Cần hành lang pháp lý thúc đẩy phát triển dịch vụ trung gian thương mại trong lĩnh vực thương mại điện tử. Với sự phát triển của mạng internet đã đẩy mạnh các hoạt động trực tuyến trong đó có mua sắm online trên các trang thương mại điện tử lớn. Sự phát triển của thương mại điện tử dẫn đến sự hình thành các đại lý số trong không gian ảo, các giao dịch mua bán hàng hóa trên nền tảng thương mại điện tử rất sôi động. Tuy vậy, khi mua sắm trực tuyến, người tiêu dùng Việt Nam có thể gặp những khó khăn về rào cản ngôn ngữ, việc đóng gói, thanh toán phức tạp, xử lý rủi ro giao dịch, thủ tục chuyển hàng và thông quan xuyên quốc gia rắc rối... Sự trở ngại đó chính là thị trường màu mỡ cho những doanh nghiệp làm trung gian trong lĩnh vực thương mại điện tử hình thành và cần có các quy định pháp luật khuyến khích sự phát triển của dịch vụ trung gian thương mại trong lĩnh vực này ■

### **TÀI LIỆU THAM KHẢO:**

1. Quốc hội Nước CHXHCN Việt Nam (1997). Luật Thương mại 1997
2. Quốc hội Nước CHXHCN Việt Nam (2005). Luật Thương mại 2005.
3. Quốc hội Nước CHXHCN Việt Nam (2005). Bộ luật Dân sự 2005
4. Quốc hội Nước CHXHCN Việt Nam (2015). Bộ luật Dân sự 2015.
5. Trường Đại học Luật Hà Nội, (2022). Giáo trình Luật Thương mại Việt Nam tập II. Nxb. Tư pháp, Hà Nội.
6. Phạm Duy Nghĩa (2004). Luật Kinh tế, sách chuyên khảo, Chương trình sau đại học. Nxb. Đại học Quốc gia.
7. Lê Minh Trường (2023). Trung gian thương mại là gì? Đặc điểm và vai trò hoạt động trung gian thương mại. Truy cập tại <https://luatminhkhue.vn/trung-gian-thuong-mai-la-gi-dac-diem-vai-tro-hoat-dong-trung-gian-thuong-mai.aspx>

8. Nguyễn Bích Phượng (2022). Cần hiểu những gì về hoạt động trung gian thương mại. Truy cập tại <https://luatthuongmai.vn/trung-gian-thuong-mai/>

9. Thanhnien.vn (2015). Mới lạ dịch vụ trung gian trong thương mại điện tử: Cái khó hế cái khôn. Truy cập tại <https://thanhnien.vn/moi-la-dich-vu-trung-gian-trong-thuong-mai-dien-tu-cai-kho-he-cai-khon-185444039.htm>

**Ngày nhận bài: 11/6/2024**

**Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 30/6/2024**

**Ngày chấp nhận đăng bài: 13/7/2024**

*Thông tin tác giả:*

**NGUYỄN THỊ YẾN**

**Trường Kinh tế - Đại học Bách Khoa Hà Nội**

**Email: [yen.nguyenthi@hust.edu.vn](mailto:yen.nguyenthi@hust.edu.vn)**

## **THE LEGAL BASIS FOR THE DEVELOPMENT OF TRADE INTERMEDIARY ACTIVITIES IN VIETNAM**

**● NGUYEN THI YEN**

School of Economics and Management,  
Hanoi University of Science and Technology

### **ABSTRACT:**

Product supply and consumption play a very important role in the production and business process. Producers can carry out these activities themselves or hire another to supply and consume their products, thereby forming trade intermediary services. Thanks to technological advances, trade intermediary services are shortening the distance between producers and customers and increasingly affirming their role in socio-economic development. This paper analyzed the concept and characteristics of trade intermediaries, the legal basis for the development of trade intermediary activities in Vietnam, and the economic significance of trade intermediary services.

**Keywords:** commercial intermediary, the Law on Commerce 2005, the Civil Code 2015.