

THỰC TRẠNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ BÁN LẺ ĐIỆN TỬ TẠI VIỆT NAM

● TRẦN THỊ HUYỀN TRANG

TÓM TẮT:

Trong những thập niên vừa qua, thương mại điện tử (TMĐT) nói chung và bán lẻ điện tử nói riêng đã có sự phát triển mạnh mẽ tại tất cả các quốc gia trên thế giới, trong đó có Việt Nam. Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của những công nghệ mới như AI, IoT, Big Data, AR, VR,... hoạt động bán lẻ điện tử tại Việt Nam phát triển có chiều sâu hơn giai đoạn trước. Điều này vừa đóng góp một phần không nhỏ vào sự phát triển kinh tế, nhưng đồng thời cũng đặt ra thách thức rất lớn đối với công tác quản lý của Nhà nước. Bài viết tìm hiểu thực trạng quản lý nhà nước với một số khía cạnh của hoạt động bán lẻ điện tử, qua đó đưa ra nhận định và hàm ý giải pháp.

Từ khóa: quản lý nhà nước, bán lẻ điện tử, thương mại điện tử.

1. Đặt vấn đề

Thương mại điện tử (TMĐT) là một trong những lĩnh vực đóng vai trò quan trọng của nền kinh tế hiện nay. Đặc biệt trong giai đoạn cả thế giới lâm vào đại dịch Covid-19, TMĐT thể hiện được tầm quan trọng vô cùng to lớn. Trong khoảng thời gian từ năm 2020 - 2022 là thời gian bùng phát của đại dịch Covid-19, khi các ngành khác có xu hướng giảm xuống thì TMĐT lại phát triển một cách mạnh mẽ và là phương thức chủ yếu để giao dịch, kinh doanh, giáo dục. Theo đó, bất chấp những thách thức từ đại dịch Covid-19, năm 2021 được xem là một năm khởi sắc với nền kinh tế số trên toàn Đông Nam Á, trong đó TMĐT là động lực tăng trưởng chính. Theo Statista, giá trị thị trường TMĐT ở Đông Nam Á đã tăng 24 lần trong vòng 6 năm qua, từ 5 tỷ USD năm 2015 lên 120 tỷ USD năm 2021; và dự kiến đạt 234 tỷ USD vào năm 2025. Với tốc độ tăng

trưởng 20%/năm, Việt Nam được eMarketer xếp vào nhóm 5 quốc gia có tốc độ tăng trưởng TMĐT hàng đầu thế giới.

Bán lẻ điện tử là một hoạt động vô cùng quan trọng trong TMĐT. Theo Bộ Công Thương, năm 2022, quy mô thị trường thương mại điện tử bán lẻ Việt Nam ước đạt 16,4 tỷ USD, chiếm 7,5% doanh thu hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng của cả nước. Bước vào giai đoạn phục hồi hậu Covid-19, hoạt động bán lẻ điện tử được đánh giá là phát triển mạnh mẽ hơn, tích cực hơn và đã trở thành một hoạt động quan trọng tạo thói quen mua sắm qua TMĐT đối với người tiêu dùng. Để hoạt động bán lẻ điện tử phát triển một cách bền vững, rất cần một cơ chế quản lý chặt chẽ, nghiêm túc từ phía Nhà nước đối với hoạt động này. Bài viết tập trung trình bày thực trạng quản lý nhà nước về bán lẻ điện tử, qua đó đề xuất một số khuyến nghị và hàm ý với thực trạng trên.

2. Thực trạng quản lý nhà nước về bán lẻ điện tử tại Việt Nam

2.1. Thực trạng quản lý về thuế đối với bán lẻ điện tử

Theo quy định của Nhà nước, chưa có luật thuế riêng trong TMĐT, cũng như luật thuế riêng trong bán lẻ điện tử. Hiện tại, chính sách thuế đối với TMĐT của Việt Nam đã được bao quát lồng ghép vào các sắc thuế, như: thuế giá trị gia tăng (GTGT), thuế thu nhập doanh nghiệp (TNDN) và thuế thu nhập cá nhân (TNCN).

Thuế Giá trị gia tăng (GTGT): Theo quy định tại Điều 2 và Điều 3 Luật Thuế GTGT năm 1997; Điều 3 và Điều 4 Luật Thuế GTGT năm 2008 (đã được sửa đổi, bổ sung vào các năm 2014, 2015 và 2016) và các văn bản hướng dẫn thì các hàng hóa, dịch vụ sử dụng cho sản xuất, kinh doanh và tiêu dùng tại Việt Nam là đối tượng chịu thuế GTGT; Tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh hàng hóa, dịch vụ chịu thuế và tổ chức, cá nhân khác nhập khẩu hàng hóa chịu thuế (gọi chung là người nhập khẩu) là đối tượng nộp thuế GTGT.

Do đó, các hàng hóa, dịch vụ sử dụng tại Việt Nam được mua, bán thông qua loại hình TMĐT từ các trang mạng điện tử đặt tại Việt Nam hay tại các quốc gia khác, thì người bán đều phải kê khai và nộp thuế GTGT theo quy định.

Thuế thu nhập doanh nghiệp (TNDN): Tại Điều 2 và Điều 3 các Luật Thuế TNDN năm 2003, Luật Thuế TNDN năm 2008 đã quy định rõ tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh hàng hóa, dịch vụ có thu nhập đều phải nộp thuế TNDN.

Về cách xác định số thuế phải nộp cũng như phương pháp thu thuế, Luật Thuế GTGT, Luật Thuế TNDN và các văn bản hướng dẫn đã có quy định phù hợp với từng loại đối tượng. Chính vì vậy, các doanh nghiệp bán lẻ điện tử phải có trách nhiệm kê khai và nộp thuế TNDN theo quy định.

Thuế thu nhập cá nhân (TNCN): Theo quy định tại Điều 2 và Điều 3 Luật Thuế TNCN năm 2007 (được sửa đổi, bổ sung các năm 2012 và 2014), đối tượng nộp thuế TNCN là cá nhân cư trú có thu nhập thuộc diện chịu thuế quy định phát sinh trong và

ngoài lãnh thổ Việt Nam và cá nhân không cư trú có thu nhập thuộc diện chịu thuế phát sinh trong lãnh thổ Việt Nam.

Như vậy, cá nhân công dân Việt Nam hay cá nhân nước ngoài phát sinh thu nhập từ các giao dịch TMĐT tại Việt Nam và tại các trang mạng của Việt Nam cũng như các trang mạng quốc tế đều phải kê khai và nộp thuế TNCN.

Ngoài ra, căn cứ tại Điều 2 Nghị định số 139/2016/NĐ-CP được hướng dẫn bởi Điều 2 Thông tư số 302/2016/TT-BTC, bên cạnh một số loại thuế như trên, những nhà bán lẻ điện tử phải nộp thêm khoản phí môn bài nếu doanh thu hàng năm từ 100 triệu đồng trở lên.

2.. Thực trạng quản lý về chống hàng giả, hàng nhái, hàng không rõ xuất xứ đối với bán lẻ điện tử

Bán lẻ điện tử ngày càng phát triển tạo ra nhiều lợi ích cho việc phát triển kinh tế. Hiện nay, khung pháp lý cho thương mại điện tử cơ bản đã tương đối đầy đủ, hỗ trợ cho công tác quản lý cũng như đấu tranh chống hàng giả trong TMĐT và góp phần minh bạch thị trường TMĐT. Tuy nhiên, việc kiểm soát và ngăn chặn tình trạng hàng giả, hàng nhái trên các nền tảng TMĐT để bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng vẫn rất khó khăn và cần sự vào cuộc quyết liệt của các cơ quan chức năng. Theo dự báo của Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số, trong 2 - 3 năm tới, tỷ lệ gian lận trên TMĐT sẽ chiếm 50 - 60% so với tổng thể các hình thức gian lận thương mại nói chung. Đây là một con số đáng báo động đối với các doanh nghiệp sản xuất chân chính cũng như người tiêu dùng, đòi hỏi phải có sự vào cuộc của nhiều bên để giảm bớt tình trạng này.

Hiện tại, Nhà nước đã ban hành các văn bản như: Nghị định số 85/2021/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 52/2013/NĐ-CP về TMĐT, trong đó đã bổ sung một số các quy định mới về thông tin hàng hóa phải công khai trên website thương mại điện tử; tăng cường trách nhiệm của chủ sở hữu các sàn giao dịch thương mại điện tử trong quản lý hoạt động thương mại

điện tử trên sàn; quản lý người bán nước ngoài trên sàn giao dịch thương mại điện tử tại Việt Nam... Điều này giúp công tác chống hàng giả có căn cứ và hiệu quả, minh bạch. Hoặc Nghị định số 17/2022/NĐ-CP, trong đó bổ sung nhiều chế tài xử lý đối với hành vi vi phạm liên quan tới hoạt động thương mại điện tử quy định trong Nghị định số 98/2020/NĐ-CP.

Bên cạnh đó, Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số đang phối hợp với Tổng cục Quản lý thị trường xây dựng “Đề án về chống hàng giả và bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử giai đoạn 2021-2025” với nhiều nội dung và giải pháp đồng bộ, có sự vào cuộc của nhiều đơn vị chức năng liên quan như: Bộ Công Thương, Bộ Công an, Bộ Quốc phòng (lực lượng biên phòng), Ngân hàng Nhà nước, Bộ Thông tin và Truyền thông, Bộ Tài chính (Hải quan, Thuế)... trong đó hướng đến các giải pháp tổng thể, toàn diện.

2.3. Thực trạng quản lý về bảo vệ thông tin cá nhân, thông tin giao dịch trong bán lẻ điện tử

Để tồn tại trong nền kinh tế toàn cầu cạnh tranh cao, các doanh nghiệp phải tận dụng các công nghệ như kho dữ liệu và khai thác dữ liệu để thu thập thông tin khách hàng, phân tích đặc điểm và hành vi của họ, xây dựng mối quan hệ với khách hàng hiện tại và nhận diện những tiềm năng có thể phát triển từ họ. Việc thu thập thông tin về khách hàng là cần thiết đối với các nhà quản trị để nắm bắt được nhu cầu, thị hiếu và sở thích của khách hàng. Tuy nhiên, vấn đề bảo mật thông tin riêng tư đang ngày càng được khách hàng quan tâm bởi lo ngại các “lỗ hổng” của internet, các trang web thường được thiết kế để dễ dàng truy cập và chia sẻ thông tin. Nhiều nghiên cứu cho thấy, khách hàng không sẵn sàng tham gia TMĐT vì không yên tâm về các vấn đề liên quan đến an ninh và sự riêng tư của dữ liệu giao dịch.

Để việc bảo vệ thông tin cá nhân trong TMĐT được thực hiện một cách nghiêm túc, hiệu quả, một trong những tiêu chí đánh giá đầu tiên đó là phải có hệ thống pháp lý rõ ràng, đồng bộ. Điều 69, Nghị định số 52/2013/NĐ-CP quy định về chính sách bảo

vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng như sau: thương nhân, tổ chức, cá nhân khi thu thập và sử dụng thông tin cá nhân của người tiêu dùng phải xây dựng và công bố chính sách bảo vệ thông tin cá nhân với các nội dung theo quy định. Nếu việc thu thập thông tin được thực hiện thông qua website TMĐT của đơn vị thu thập thông tin, chính sách bảo vệ thông tin cá nhân phải được công bố công khai tại một vị trí dễ thấy trên website này.

Đơn vị thu thập thông tin phải đảm bảo an toàn, an ninh cho thông tin cá nhân mà họ thu thập và lưu trữ. Tùy theo tính chất, mức độ vi phạm mà bị xử phạt vi phạm hành chính theo quy định của pháp luật về xử lý vi phạm hành chính trong lĩnh vực TMĐT. Cụ thể, theo Nghị định số 124/2015/NĐ-CP ngày 19/11/2015, hành vi vi phạm về bảo vệ thông tin cá nhân trong hoạt động TMĐT sẽ bị xử phạt nghiêm, với chế tài nghiêm khắc.

2.4. Thực trạng quản lý về giải quyết khiếu nại, tố cáo, tranh chấp trong bán lẻ điện tử

Mặc dù pháp luật liên quan đến TMĐT ở nước ta khá đầy đủ, nhưng lại thiếu vắng các quy định điều chỉnh trực tiếp về giải quyết tranh chấp trực tuyến. Điều này gây ra khó khăn trong việc áp dụng pháp luật vào giải quyết tranh chấp trong TMĐT. Năm 2006, Luật Công nghệ thông tin được ban hành, quy định tổng thể về hoạt động ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin, các biện pháp bảo đảm và phát triển công nghệ thông tin, quyền và nghĩa vụ của cơ quan, tổ chức, cá nhân tham gia hoạt động ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin. Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010 đưa ra quy định về giải quyết tranh chấp đối với mọi đối tượng người tiêu dùng, bao gồm cả người tiêu dùng mua hàng hóa, dịch vụ trực tuyến với quy định rõ ràng về trình tự, thủ tục giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ.

Một thực tế là khi các giao dịch trực tuyến ở Việt Nam tăng rất nhanh, đồng nghĩa với nó là các tranh chấp trực tuyến tăng nhanh, nhưng tính đến thời điểm này, Việt Nam vẫn chưa ban hành một văn bản pháp luật nào làm cơ sở pháp lý cho việc

áp dụng giải quyết tranh chấp trực tuyến. Luật Giao dịch điện tử năm 2005 và Nghị định số 52/2013 về TMĐT bao hàm một số quy định tản mát về cách thức tiến hành ODR (Online dispute resolution - giải quyết tranh chấp trực tuyến). Tuy nhiên, các quy định này mang tính nguyên tắc chung, không thể trực tiếp áp dụng để giải quyết tranh chấp trực tuyến. Bộ luật Tố tụng dân sự năm 2015 cũng chưa có quy định riêng về trình tự, thủ tục, thẩm quyền giải quyết tranh chấp đối với TMĐT.

Nghị định số 22/2017 ND-CP về hòa giải thương mại là một trong những văn bản pháp lý có quy định nội dung về hòa giải thương mại trực tuyến, bước đầu tạo điều kiện cho việc hình thành giải quyết tranh chấp trực tuyến. Tuy nhiên, các nội dung như: phạm vi tranh chấp được sử dụng phương thức ODR; trình tự, thủ tục và giá trị pháp lý của các quyết định giải quyết tranh chấp... chưa được cụ thể hóa và chưa có hướng dẫn nên các trường hợp xảy ra tranh chấp đều chưa thể xử lý được.

3. Vấn đề tồn tại và khuyến nghị

3.1. Về vấn đề quản lý thuế đối với bán lẻ điện tử

Tuy chưa có luật riêng về thuế trong TMĐT, cũng như luật thuế trong bán lẻ điện tử, nhưng về cơ bản Nhà nước đã có đầy đủ công cụ pháp luật, cơ chế chính sách khá rõ ràng để quản lý về thuế trong bán lẻ điện tử dựa trên việc quản lý thuế trong thương mại. Tuy nhiên, vấn đề gặp phải là việc kiểm soát doanh thu và truy thu được thuế của người bán. Đây không phải là vấn đề mới phát sinh trong bán lẻ điện tử, mà là vấn đề tồn tại trong môi trường truyền thống từ khá lâu.

Với sự phát triển ngày càng cao của công nghệ, hầu hết mọi giao dịch được diễn ra trên nền tảng Internet, đặc biệt nhiều hình thức kinh doanh mới như tiền điện tử, tiền ảo, tài sản ảo ra đời và ngày một phát triển. Chính vì thế: *Thứ nhất*, Nhà nước cần sớm hoàn thiện khung pháp lý chung về TMĐT một cách đồng bộ, nhất quán, thích ứng với sự phát triển nhanh chóng của công nghệ từ đó nâng cao hiệu lực, hiệu quả của công tác quản lý nhà nước nói chung và quản lý thuế nói riêng. *Thứ hai*, hoàn thiện cơ cấu tổ chức của bộ máy cơ quan

quản lý thuế, đặc biệt áp dụng khoa học kỹ thuật cao vào hoạt động quản lý thuế trong hoạt động giao dịch điện tử. *Thứ ba*, cơ quan thuế tăng cường phối hợp với các bộ, ngành liên quan trong công tác quản lý thuế đối với hoạt động TMĐT. Cụ thể, phối hợp với Ngân hàng Nhà nước cung cấp bảng sao kê tài khoản của các tổ chức, cá nhân hoạt động TMĐT mở tại các ngân hàng thương mại tại Việt Nam, các tổ chức không phải là ngân hàng được Ngân hàng Nhà nước cấp phép hoạt động cung ứng dịch vụ trung gian thanh toán; Phối hợp với các công ty chuyển phát, công ty bưu chính, viễn thông... có cung cấp dịch vụ vận chuyển hàng hóa cho các tổ chức, cá nhân có hoạt động kinh doanh TMĐT cung cấp số lượng hàng hóa vận chuyển của tổ chức, cá nhân có hoạt động TMĐT... nắm bắt thông tin của các đơn vị có hoạt động TMĐT. *Thứ tư*, Nhà nước cần tuyên truyền tầm quan trọng và ích lợi của việc nộp thuế trong kinh doanh, đề cao ý thức tự giác của doanh nghiệp và cá nhân kinh doanh TMĐT.

3.2. Về vấn đề quản lý về chống hàng giả, hàng nhái, hàng không rõ xuất xứ đối với bán lẻ điện tử

Mặc dù các cơ quan chức năng đã và đang rất nỗ lực chống hàng giả, hàng nhái trên mọi mặt trận, có cơ chế quản lý với các sàn giao dịch TMĐT, tuy nhiên hàng giả và hàng nhái vẫn lan tràn trên các nền tảng TMĐT. Nguyên nhân chính ở đây là vì lợi nhuận, người bán có thể mua hàng hóa không rõ nguồn gốc để bán cho người tiêu dùng; và một nguyên nhân thứ hai là bản thân người bán cũng không rõ đâu là hàng thật, đâu là hàng giả.

Để tăng cường hơn nữa việc quản lý và chống hàng giả hàng nhái, cần phải có sự phối hợp giữa các bên tham gia bao gồm các cơ quan chức năng, sàn giao dịch TMĐT và cả người bán. Thứ nhất, bản thân người bán cần có công cụ, công nghệ để phát hiện hàng giả, hàng nhái và kiên quyết không kinh doanh những mặt hàng này vì lợi nhuận. Thứ hai, các sàn giao dịch TMĐT cần mạnh tay trong việc xử phạt hoặc cấm kinh doanh với những người bán vi phạm về chất lượng hàng hóa. Thứ ba, các cơ quan cần mạnh tay xử lý và

cấm kinh doanh vĩnh viễn với các sàn giao dịch TMĐT cũng như người bán cho phép kinh doanh hàng giả, hàng nhái để răn đe những cá nhân và doanh nghiệp khác.

3.3. Về vấn đề quản lý việc bảo vệ thông tin cá nhân, thông tin giao dịch trong bán lẻ điện tử

Hệ thống pháp luật của nhà nước cũng đã có những quy định khá rõ ràng về việc bảo vệ thông tin cá nhân và thông tin giao dịch trong bán lẻ điện tử. Tuy nhiên, vấn đề đặt ra ở đây là trong môi trường Internet, người dùng trực tuyến tham gia vào khá nhiều nền tảng khác nhau và trên mỗi nền tảng người dùng lại để lại những thông tin cá nhân, cũng như thông tin giao dịch của mình trên đó, sau đó người dùng bị lộ thông tin cá nhân. Rất khó cho người dùng để xác định nguồn thông tin bị lộ là từ đâu và do ai.

Chính vì vậy, bên cạnh những quy định và chính sách của nhà nước, bản thân người dùng trong môi trường TMĐT phải tự có biện pháp để bảo vệ mình tránh tình trạng bị lộ thông tin ra bên ngoài. Thứ nhất, hạn chế tham gia vào nền tảng không cần thiết, tránh để lại quá nhiều thông tin trên các nền tảng khác nhau. Thứ hai, chỉ truy cập và giao dịch vào những website uy tín và hợp pháp để tránh rủi ro lộ thông tin ở mức độ cao nhất. Thứ ba, thường xuyên trang bị kiến thức về xã hội, công nghệ, TMĐT trong thời buổi công nghệ phát triển như vũ bão hiện nay để tự cập nhật kiến thức cho bản thân.

3.4. Về vấn đề quản lý giải quyết khiếu nại, tố cáo, tranh chấp trong bán lẻ điện tử

Đây là một vấn đề khó tại Việt Nam, chưa có luật cụ thể trong giải quyết tranh chấp về giao dịch điện tử; bên cạnh đó trình tự, thủ tục và giá trị pháp lý của các quyết định giải quyết tranh chấp... chưa được cụ thể hóa và chưa có hướng dẫn, nên các trường hợp xảy ra tranh chấp đều chưa thể xử lý được. Bán lẻ điện tử tại Việt Nam đa phần là các giao dịch có giá trị nhỏ và vừa, nếu có tranh chấp xảy ra và cần xử lý thì có thể chi phí xử lý lớn hơn nhiều so với giá trị giao dịch. Bên cạnh đó, tại Việt Nam có những hệ thống giải quyết tranh chấp trực tuyến như ODR, tuy nhiên hệ thống này chỉ xử lý

trên các sàn giao dịch TMĐT hoặc giao dịch qua website của người bán, với các văn bản chứng từ đầy đủ; mà thực tế nhiều giao dịch bán lẻ điện tử tại Việt Nam diễn ra thông qua mạng xã hội như Facebook, Tiktok, hay trên các trang rao vặt, thông qua thỏa thuận miệng, do đó việc giải quyết tranh chấp là vô cùng khó khăn và người mua chính là người chịu thiệt hại lớn.

Để thuận lợi cho việc quản lý những vấn đề tranh chấp trong các giao dịch trực tuyến, trước hết, Nhà nước phải quản lý và định danh được người dùng trong môi trường giao dịch điện tử, điều này giúp xác định chủ thể giao dịch để đảm bảo quyền lợi chính đáng cho họ khi phát sinh tranh chấp. Thứ hai, Nhà nước và các cơ quan liên quan có chính sách tuyên truyền, khuyến khích các cá nhân tham gia vào các nền tảng giao dịch TMĐT một cách chính thống qua các website TMĐT hoặc qua sàn giao dịch TMĐT thay vì mua bán nhỏ lẻ trên hệ thống khác như mạng xã hội, điều đó sẽ hỗ trợ rất tốt cho việc giải quyết các tranh chấp trực tuyến. Thứ ba, Nhà nước cần khuyến khích các tổ chức ODR phát triển, vì đây sẽ là những hệ thống giúp giảm thiểu sự rủi ro và kém an toàn trong các giao dịch TMĐT.

4. Kết luận

Quản lý nhà nước về bán lẻ điện tử nói riêng và thương mại điện tử nói chung là một vấn đề lớn không phải chỉ Nhà nước có thể làm được. Việc này yêu cầu có sự tham gia và phối hợp của nhiều bên, bao gồm các cơ quan liên quan, doanh nghiệp, cá nhân và người tiêu dùng. Ngày nay, với sự phát triển như vũ bão của công nghệ, hoạt động TMĐT phát triển rất mạnh mẽ, vì vậy vai trò của quản lý nhà nước với hoạt động này có ý nghĩa to lớn trong việc phát triển kinh tế đất nước.

Do giới hạn về nguồn lực và thời gian, nên bài viết này mới chỉ dừng lại ở việc phân tích tổng hợp dữ liệu thứ cấp. Trong thời gian tới, tác giả mong muốn phát triển nghiên cứu của mình với việc thu thập thêm dữ liệu sơ cấp và phỏng vấn chuyên sâu để bài viết được hoàn thiện hơn về nội dung và phương pháp ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Hồ Ngọc Tú (2021), Chính sách thuế trong lĩnh vực thương mại điện tử, *Tạp chí Kinh tế tài chính Việt Nam* số 6/202
2. Minh Trang (2022), Giải pháp chống hàng giả, hàng nhái trên các nền tảng thương mại điện tử, <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/giai-phap-chong-hang-gia-hang-nhai-tren-cac-nen-tang-thuong-mai-dien-tu-101730.htm>
3. Trần Anh Huy & Đào Thị Hà Anh (2021), Phương thức hòa giải và trọng tài trực tuyến (ODR), <https://cspl.mic.gov.vn/Pages/TinTuc/tinchitiet.aspx?tintucid=138275>
4. <https://thuvienphapluat.vn/>
5. <https://emarketer.com.vn/>
6. <https://statista.com/>

Ngày nhận bài: 21/11/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 21/12/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 4/1/2023

Thông tin tác giả:

ThS. TRẦN THỊ HUYỀN TRANG

Trường Đại học Thương mại

THE CURRENT STATE MANAGEMENT OF ONLINE RETAIL ACTIVITIES IN VIETNAM

● Master. **TRAN THI HUYEN TRANG**

Thuongmai University

ABSTRACT:

Over the past decades, e-commerce in general and online retail in particular have grown strongly in many countries around the world, including Vietnam. Thanks to the development of new technologies such as AI, IoT, Big Data, AR, VR, etc., online retail activities in Vietnam plays an increasing role in the country's economic development. However, the rapid growth of online retail has posed challenges to the state management tasks. This paper examines the current state management of online retail activities and presents some aspects of online retail, thereby giving comments and implications for solutions.

Keywords: state management, online retail, e-commerce.