

VIỆN HÀN LÂM
KHOA HỌC XÃ HỘI VIỆT NAM
HỌC VIỆN KHOA HỌC XÃ HỘI

CAO ANH THỊNH

QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ
XUYÊN BIÊN GIỚI

Ngành: *Quản lý kinh tế*

Mã số: 9 34 04 10

LUẬN ÁN TIẾN SĨ QUẢN LÝ KINH TẾ

Người hướng dẫn khoa học: 1. TS. Đỗ Tá Khánh
2. PGS.TS. Bùi Ngọc Toàn

HÀ NỘI – 2026

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan các nội dung trình bày trong luận án “Quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới” là kết quả nghiên cứu độc lập của cá nhân dựa trên những kết quả nghiên cứu, dữ liệu thực tế do tôi thực hiện. Các nội dung sử dụng để tham khảo và kế thừa của các tác giả khác đều được trích dẫn nguồn trung thực và đầy đủ. Luận án chưa từng được công bố dưới bất kỳ hình thức nào.

NGHIÊN CỨU SINH

Cao Anh Thịnh

LỜI CẢM ƠN

Trong quá trình học tập tại Học viện Khoa học xã hội, tôi đã có cơ hội tiếp thu nhiều kiến thức thực tiễn, bổ sung và củng cố nền tảng lý luận phục vụ cho quá trình nghiên cứu và hoàn thiện luận án này.

Trước hết, tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến Học viện Khoa học xã hội – Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam, Phòng Quản lý đào tạo, Khoa Kinh tế đã tạo điều kiện thuận lợi về môi trường học tập và nghiên cứu để tôi có thể hoàn thành bài luận án này.

Đặc biệt, tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành đến TS. Đỗ Tá Khánh và PGS.TS. Bùi Ngọc Toàn, đã tận tình hướng dẫn, hỗ trợ, động viên và định hướng chuyên môn trong suốt quá trình nghiên cứu và viết luận án. Những chỉ dẫn và góp ý quý báu của các thầy đã giúp luận án được hoàn thiện một cách hệ thống và logic hơn.

Tôi xin trân trọng cảm ơn các thầy, cô trong Hội đồng và phản biện độc lập đã dành thời gian quý báu để đọc, nhận xét và đóng góp nhiều ý kiến chuyên môn sâu sắc, giúp tôi hoàn thiện nội dung luận án một cách đầy đủ, khoa học và chặt chẽ hơn.

Bên cạnh đó, tôi cũng xin gửi lời cảm ơn chân thành đến lãnh đạo Học viện Hành chính và quản trị công, lãnh đạo và toàn thể viên chức Ban Quản lý đào tạo, đã tạo điều kiện thuận lợi, hỗ trợ tôi trong suốt thời gian học tập và nghiên cứu.

Xin chân thành cảm ơn!

NGHIÊN CỨU SINH

Cao Anh Thịnh

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU.....	1
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU	11
1.1. Tổng quan các công trình nghiên cứu về thương mại điện tử	11
1.2. Tổng quan các công trình nghiên cứu về quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử.....	18
1.3. Tổng quan các công trình nghiên cứu về thương mại điện tử xuyên biên giới	22
1.4. Đánh giá tình hình nghiên cứu và khoảng trống nghiên cứu.....	29
1.4.1. Những giá trị kế thừa	29
1.4.2. Khoảng trống nghiên cứu.....	30
Tiểu kết chương 1:	32
CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VỀ QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC TRONG LĨNH VỰC THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ XUYÊN BIÊN GIỚI	33
2.1. Cơ sở lý luận về thương mại điện tử xuyên biên giới.....	33
2.1.1. Thương mại điện tử	33
2.1.2. Thương mại điện tử xuyên biên giới	37
2.2. Cơ sở lý luận về quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới	41
2.2.1. Khái niệm quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới ...	41
2.2.2. Nội dung quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới	47
2.2.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới	51
2.2.4. Tiêu chí đánh giá quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới.....	55
2.3. Kinh nghiệm quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới của một số quốc gia, khu vực và bài học kinh nghiệm cho Việt Nam	62
2.3.1. Kinh nghiệm của Trung Quốc về quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới	62
2.3.2. Kinh nghiệm của Hoa Kỳ về quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới	69
2.3.3. Kinh nghiệm của EU về quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới	71
2.3.4. Bài học rút ra cho Việt Nam về quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới	74

Tiểu kết chương 2:	78
CHƯƠNG 3: THỰC TRẠNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ XUYÊN BIÊN GIỚI	79
3.1. Khái quát tình hình thương mại điện tử xuyên biên giới ở Việt Nam hiện nay	79
3.1.1. <i>Khái quát tình hình hoạt động cung cấp nền tảng số ở Việt Nam</i>	79
3.1.2. <i>Khái quát tình hình hoạt động thương mại điện tử xuyên biên giới ở Việt Nam</i>	80
3.2. Phân tích thực trạng quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới ở Việt Nam.....	85
3.2.1. <i>Xây dựng chiến lược phát triển và ban hành các văn bản pháp luật về thương mại điện tử xuyên biên giới</i>	86
3.2.2. <i>Tổ chức thực hiện các văn bản pháp luật về thương mại điện tử xuyên biên giới</i>	97
3.2.3. <i>Kiểm tra, giám sát và xử lý vi phạm pháp luật liên quan đến thương mại điện tử xuyên biên giới</i>	113
3.3. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới ở Việt Nam.....	120
3.3.1. <i>Khái quát về các yếu tố ảnh hưởng tới quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới ở Việt Nam</i>	120
3.3.2. <i>Đánh giá kết quả khảo sát điều tra</i>	134
3.4. Đánh giá chung Quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới	138
3.4.1. <i>Những thành tựu đạt được</i>	138
3.4.2. <i>Những hạn chế tồn tại</i>	139
3.4.3. <i>Nguyên nhân của hạn chế</i>	141
Tiểu kết chương 3:	144
CHƯƠNG 4: GIẢI PHÁP NHẪM HOÀN THIỆN QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ XUYÊN BIÊN GIỚI.....	146
4.1. Một số vấn đề đặt ra đối với hoạt động quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới ở Việt Nam.....	146
4.1.1. <i>Bối cảnh và xu hướng phát triển thương mại điện tử xuyên biên giới trên thế giới</i>	147
4.1.2. <i>Bối cảnh và xu hướng phát triển của thương mại điện tử xuyên biên giới tại Việt Nam</i>	148
4.1.3. <i>Bối cảnh cách mạng tinh gọn bộ máy chính quyền hai cấp</i>	150

4.1.4. Định hướng hoàn thiện hoạt động quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới	153
4.2. Một số giải pháp hoàn thiện quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới ở Việt Nam	154
4.2.1. Nhóm giải pháp hoàn thiện thể chế, chính sách và khung pháp lý đối với thương mại điện tử xuyên biên giới	154
4.2.2. Nhóm giải pháp phát triển hạ tầng số, dữ liệu quản lý và bảo đảm an toàn, an ninh mạng.....	157
4.2.3. Nhóm giải pháp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và năng lực thực thi quản lý nhà nước.....	160
4.2.4. Nhóm giải pháp ổn định tổ chức tại các cơ quan quản lý sau tinh giản bộ máy	162
4.2.5. Nhóm giải pháp nâng cao hiệu quả tổ chức thực hiện pháp luật, hỗ trợ tuân thủ và hợp tác quốc tế	164
4.2.6. Nhóm giải pháp tăng cường kiểm tra, giám sát, hậu kiểm và xử lý vi phạm	167
4.3. Một số kiến nghị nhằm hoàn thiện hoạt động quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới.....	169
4.3.1. Kiến nghị đối với các cơ quan quản lý nhà nước	169
4.3.2. Kiến nghị đối với các hiệp hội ngành nghề và các chủ thể trung gian có liên quan	171
4.3.3. Kiến nghị đối với doanh nghiệp và người tiêu dùng.....	172
Tiểu kết chương 4:	174
KẾT LUẬN	176
DANH MỤC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU KHOA HỌC	177
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	179
PHỤ LỤC 1	197
PHỤ LỤC 2.....	203
PHỤ LỤC 3.....	210
PHỤ LỤC 4.....	219

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

AI	Artificial intelligence	Trí tuệ nhân tạo
APEC	Asia-Pacific Economic Cooperation	Diễn đàn Hợp tác Kinh tế châu Á - Thái Bình Dương
API		Giao diện lập trình ứng dụng
ASEAN	Association of Southeast Asian Nations	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
B2B	Business to business	Doanh nghiệp đến doanh nghiệp
B2C	Business to consumer	Doanh nghiệp đến người tiêu dùng cuối cùng
C2C	Consumer to consumer	Người tiêu dùng đến người tiêu dùng
CAGR	Compound annual growth rate	Tỷ lệ tăng trưởng kép hàng năm
CBP	United States Customs and Border Protection	Hải quan Mỹ
CDS	Digital Transformation	Chuyển đổi số
CIEM		Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương
CMS	Content Management System	Hệ thống quản lý nội dung
CNTT	Information technology	Công nghệ thông tin
CNTT-TT	Information and communication technology	Công nghệ thông tin – truyền thông
COD	Cash On Delivery	Hình thức giao hàng thu tiền hộ
COTS	Commercial Off-The-Shelf	Xây dựng bộ dữ liệu lớn
CPTPP	Comprehensive and progressive agreement for Trans-Pacific Partnership	Hiệp định đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương
C-TPAT	Customs–Trade Partnership Against Terrorism	Chương trình an ninh phối hợp giữ Hải quan Mỹ và bảo vệ biên giới để xây dựng an ninh chuỗi cung ứng và biên giới
D2C	Direct-to-consumer	Nhà sản xuất bán đến tay người tiêu dùng
DHS	Department of Homeland	Bộ An ninh nội địa Hoa Kỳ

	Security	
DMA	Digital Markets Act	Quy định về thị trường kỹ thuật số
DN		Doanh nghiệp
DSA	Digital Services Act	Quy định về dịch vụ kỹ thuật số
DSM	Digital Single Market	Sáng kiến thị trường thống nhất kỹ thuật số
eIDAS	Electronic Identification, Authentication and trust Services	Dịch vụ định danh, xác thực và tin cậy điện tử
EEA		Khu vực Kinh tế Châu Âu
EVFTA	Euro Union-Vietnam Free Trade Agreement	Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU
EU	European Union	Liên minh châu Âu
EUR	Euro	Đồng tiền chung chính thức của Liên minh châu Âu
FTA	Free Trade Agreement	Hiệp định thương mại tự do
GDP		Tổng sản phẩm quốc nội
GDPR	General Data Protection Regulation	Quy định chung về bảo vệ dữ liệu
GMV		Tổng giá trị giao dịch hàng hóa
GST	Goods and Services Tax	Thuế hàng hóa và dịch vụ
GTGT		Giá trị gia tăng
GTX	Global Trade Exchange	Trao đổi thương mại toàn cầu
IMF	International Monetary Fund	Quỹ Tiền tệ Quốc tế
IoT	Internet of Things	mạng lưới các thiết bị, phần mềm và khả năng kết nối mạng
IOSS	Import One-Stop Shop	Thủ tục nhập khẩu một cửa
ISO	Internet Data Center	Trung tâm dữ liệu Internet
KH		Khách hàng
KTS		Kinh tế số
HCM		Hồ Chí Minh

HN		Hà Nội
HS		Hệ thống mô tả và mã hóa hàng hóa
HT KT-XH		Hạ tầng kinh tế - xã hội
HT KT-CQNN		Hạ tầng Kỹ thuật - Cơ quan Nhà nước
HTKT		Hạ tầng Kỹ thuật
LPI		Chỉ số Hiệu quả Logistics
NCCNN		Nhà cung cấp nước ngoài
NHNN		Ngân hàng Nhà nước
NNL		Nguồn nhân lực
NNT		Người nộp thuế
NTD		Người tiêu dùng
ODA	Offline Data Authentication	Xác thực dữ liệu ngoại tuyến
ODR		Ghi chú kỹ thuật về giải quyết tranh chấp trực tuyến
OECD	Organization for Economic Co-operation and Development	Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế
OSS	One Stop Shop	Hệ thống quản lý tập trung
QLNN		Quản lý nhà nước
QLTT		Quản lý thị trường
UBND		Ủy ban nhân dân
UNCITRAL	United Nations Commission on International Trade Law	Ủy ban Liên Hợp Quốc về Luật Thương mại Quốc tế
UN	United Nations	Liên hợp quốc
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development	Hội nghị Liên hợp quốc về thương mại và phát triển
UNESCAP	United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific	Ủy ban Kinh tế Xã hội Châu Á - Thái Bình Dương Liên Hợp Quốc
USD		Đô la Mỹ
USPS	United States Postal Service	Dịch vụ Bưu chính Hoa Kỳ

RCEP	Regional Comprehensive Economic Partnership	Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực
SHTT		Sở hữu trí tuệ
SLR		Phương pháp đánh giá tài liệu có hệ thống
SMEs	Small and Medium Enterprises	Doanh nghiệp nhỏ và vừa
SSL/TLS	Secure Sockets Layer/ Transport Layer Security	Lớp cổng bảo mật/Bảo mật lớp truyền tải
TMĐT	E-commerce	Thương mại điện tử
TMĐTXBG	Cross-border e-commerce	Thương mại điện tử xuyên biên giới
TNCN		Thu nhập cá nhân
TNDN		Thu nhập doanh nghiệp
TP		Thành phố
XBG		Xuyên biên giới
VAT	Value Added Tax	Thuế giá trị gia tăng
VCCI		Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam
VECOM		Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam
VNeID		Cơ sở dữ liệu quốc gia về dân cư
WB	World Bank	Ngân hàng thế giới
WTO	World Trade Organization	Tổ chức thương mại thế giới

DANH MỤC BẢNG

Bảng 3.1: Lượt truy cập website, sản TMĐT năm 2019, năm 2022 tại Việt Nam	80
Bảng 3.2: Đánh giá mức độ tác động của các yếu tố ảnh hưởng đến xây dựng chiến lược phát triển và ban hành các văn bản pháp luật về TMĐT XBG	95
Bảng 3.3: Kết quả đánh giá mức độ quan trọng của các nội dung văn bản pháp luật.....	96
Bảng 3.4: Đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố sau đến hoạt động tổ chức thực thi các văn bản pháp luật về TMĐT XBG	108
Bảng 3.5: Đánh giá mức độ phối hợp giữa các cơ quan quản lý trong hoạt động TMĐT XBG.....	113
Bảng 3.6: Thông tin quản lý hoạt động TMĐT ở Việt Nam	114
Bảng 3.7: Đánh giá mức độ hiệu quả của việc thanh tra, kiểm soát TMĐT XBG của Nhà nước	119
Bảng 3.8: Đánh giá mức độ tác động của các yếu tố sau đến kết quả thanh tra, kiểm soát hoạt động TMĐT XBG của Nhà nước	120
Bảng 3.9: Điểm số và thứ hạng hạ tầng cho CNTT các tỉnh tại Việt Nam ICT Index	126
Bảng 3.10 : Mã hóa các biến nghiên cứu	134
Bảng 3.11: Mã hóa các thang đo.....	135
Bảng 3.12: Ma trận tương quan Pearson	136

DANH MỤC HÌNH VẼ

Hình 2.1: Thị phần các quốc gia dẫn đầu về mua hàng trực tuyến xuyên biên giới tại Hoa Kỳ năm 2021	70
Hình 3.1: Tỷ lệ doanh nghiệp có sử dụng website/ ứng dụng TMĐT phục vụ cho mục đích xuất nhập khẩu.....	83
Hình 3.2: Hiệu quả ứng dụng TMĐT trong hoạt động xuất khẩu qua các năm	83
Hình 3.3: Thống kê lượng phản ánh, khiếu nại trên cổng thông tin quản lý hoạt động TMĐT năm 2021	116
Hình 3.4: Thống kê lượng phản ánh, khiếu nại trên cổng thông tin quản lý hoạt động TMĐT năm 2023	116
Hình 3.5: Tỷ lệ doanh nghiệp có kết nối Internet năm 2020	128
Hình 3.6: Đánh giá về hiệu quả của việc đầu tư vào hạ tầng CNTT và TMĐT trong hoạt động sản xuất, kinh doanh phân theo quy mô DN	129
Hình 3.7: Tỷ lệ doanh nghiệp có website qua các năm	129
Hình 3.8: Tỷ lệ doanh nghiệp kinh doanh trên mạng xã hội	130
Hình 3.9: Tỷ lệ doanh nghiệp tham gia sàn TMĐT	131
Hình 3.10: Mức độ ưu tiên đối với nhân sự có kỹ năng/được đào tạo về CNTT và TMĐT phân theo lĩnh vực kinh doanh.....	133

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ, thương mại điện tử (TMĐT) không chỉ phát triển trong phạm vi nội địa mà ngày càng mở rộng sang các hoạt động giao dịch xuyên biên giới. TMĐT xuyên biên giới đang trở thành một không gian thị trường số rộng lớn, tạo điều kiện để doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận trực tiếp với người tiêu dùng quốc tế, rút ngắn chuỗi trung gian và giảm phụ thuộc vào các phương thức xuất khẩu truyền thống. Xu hướng này không chỉ phản ánh sự thay đổi trong phương thức thương mại mà còn góp phần tái cấu trúc chuỗi cung ứng toàn cầu theo hướng linh hoạt, số hóa và kết nối cao.

Hiện nay cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang diễn ra mạnh mẽ, đặc biệt, sau tác động của đại dịch COVID-19, quá trình chuyển dịch từ mô hình giao dịch truyền thống sang môi trường số đã diễn ra với tốc độ nhanh chóng, thúc đẩy TMĐT trở thành một kênh thương mại quan trọng giúp doanh nghiệp duy trì hoạt động và mở rộng thị trường. Trong bối cảnh Việt Nam triển khai Chương trình Chuyển đổi số quốc gia với mục tiêu kinh tế số chiếm khoảng 30% GDP vào năm 2030, TMĐT xuyên biên giới không chỉ là một phương thức kinh doanh mới mà đang dần trở thành một động lực tăng trưởng quan trọng của nền kinh tế số.

Nhằm thúc đẩy lĩnh vực này, Nhà nước đã ban hành nhiều chính sách hỗ trợ như Quyết định số 645/QĐ-TTg về phát triển TMĐT quốc gia, Nghị định số 80/2021/NĐ-CP về hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa, cùng với Quyết định số 1415/QĐ-TTg liên quan đến phát triển nguồn nhân lực phục vụ TMĐT. Tuy nhiên, sự phát triển nhanh chóng của TMĐT xuyên biên giới cũng đang đặt ra nhiều thách thức đối với công tác quản lý nhà nước. Những vấn đề như thất thu thuế, gian lận thương mại, rủi ro hàng giả, sự khác biệt pháp lý giữa

các quốc gia, cũng như yêu cầu bảo vệ dữ liệu và chủ quyền số đang trở thành những thách thức mới cần được giải quyết.

Trong khi đó, các công cụ quản lý truyền thông vốn được xây dựng cho môi trường thương mại vật lý đang bộc lộ những hạn chế trước các dòng chảy hàng hóa, dữ liệu và tài chính mang tính xuyên quốc gia trong TMĐT. Điều này đòi hỏi Nhà nước phải chuyển từ mô hình quản lý kiểm soát sang mô hình quản lý kiến tạo và thích ứng, nhằm xây dựng một hành lang pháp lý phù hợp với các cam kết quốc tế, đồng thời đảm bảo lợi ích quốc gia và quyền lợi của người tiêu dùng. Việc hoàn thiện thể chế để phù hợp với các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới, đồng thời bảo vệ an ninh dữ liệu và phòng chống gian lận thương mại trong môi trường số, đang trở thành yêu cầu cấp thiết.

Mặc dù đã có nhiều nghiên cứu về TMĐT nói chung, song các nghiên cứu chuyên sâu về quản lý nhà nước đối với TMĐT xuyên biên giới còn hạn chế. Với đặc điểm là hoạt động thương mại dựa trên nền tảng số, xuyên biên giới và có sự tham gia của các nền tảng quốc tế, TMĐT xuyên biên giới đòi hỏi cách tiếp cận quản lý khác biệt so với thương mại truyền thống.

Xuất phát từ những vấn đề phân tích trên, hoạt động quản lý nhà nước về TMĐT xuyên biên giới ở Việt Nam cần phải tiếp tục được hoàn thiện nhất là đứng trước bối cảnh chuyển đổi số (CDS) và hội nhập quốc tế như hiện nay. Vì lý do đó, đề tài **“Quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới”** được lựa chọn làm hướng nghiên cứu bởi đây là luận án mang tính thời sự và có ý nghĩa khoa học và thực tiễn.

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

2.1. Mục đích nghiên cứu của luận án

Mục đích nghiên cứu của luận án là làm rõ lý luận về quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới, phân tích thực trạng quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới tại Việt Nam trong bối cảnh hội nhập và chuyển đổi số, từ đó đề xuất những giải pháp góp phần hoàn thiện

quản lý nhà nước nhằm thúc đẩy phát triển thương mại điện tử xuyên biên giới ở Việt Nam trong bối cảnh hiện nay.

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu của luận án

Để thực hiện được mục đích nghiên cứu trên, cần thực hiện các nhiệm vụ cụ thể như sau:

1. Hệ thống hóa, xây dựng, bổ sung khung lý luận và pháp lý về QLNN đối với TMĐT xuyên biên giới;
2. Phân tích thực trạng, những vấn đề về QLNN đối với TMĐT ở Việt Nam giai đoạn 2019-2025, tầm nhìn đến năm 2030;
3. Đánh giá các yếu tố ảnh hưởng tới hoạt động QLNN về TMĐT xuyên biên giới;
4. Đề xuất giải pháp giúp hoạt động QLNN về TMĐT xuyên biên giới hoàn thiện hơn.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của luận án

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của luận án là các nội dung quản lý nhà nước về TMĐT xuyên biên giới tại Việt Nam, gồm xây dựng chiến lược phát triển và ban hành các văn bản pháp luật TMĐT xuyên biên giới; Tổ chức thực hiện các văn bản pháp luật về TMĐT xuyên biên giới; Kiểm tra, giám sát và xử lý vi phạm pháp luật liên quan đến TMĐT xuyên biên giới.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

- Phạm vi về không gian: Luận án tập trung nghiên cứu các nội dung QLNN về TMĐT xuyên biên giới ở Việt Nam.
- Phạm vi về thời gian: Luận án sử dụng các báo cáo, tài liệu, dữ liệu trong giai đoạn năm 2019 đến năm 2025.

4. Phương pháp luận và phương pháp nghiên cứu

4.1. Phương pháp luận

Đề tài sử dụng phương pháp luận duy vật biện chứng của chủ nghĩa Mác – Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh. Kết hợp với các quan điểm, đường lối của Đảng và Nhà nước Việt Nam về quản lý nhà nước đối với thương mại nói chung, các hoạt động quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới nói riêng.

4.2. Phương pháp nghiên cứu

4.2.1. Phương pháp thu thập dữ liệu

Thu thập dữ liệu thứ cấp:

Trong nghiên cứu này, phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp được thực hiện thông qua kỹ thuật nghiên cứu tại bàn. Tác giả tiến hành thu thập, phân loại và hệ thống hóa các thông tin đã được công bố để xây dựng bức tranh toàn cảnh về thực trạng quản lý nhà nước đối với TMĐT xuyên biên giới tại Việt Nam.

i) Phân loại và xác định nguồn dữ liệu:

Tác giả chia nguồn dữ liệu thứ cấp thành 3 nhóm cốt lõi để đảm bảo tính đa chiều:

Nhóm dữ liệu thống kê và thực trạng: Khai thác các báo cáo thường niên (Sách trắng TMĐT Việt Nam của Bộ Công Thương) để lấy số liệu về quy mô thị trường, tốc độ tăng trưởng và hành vi người tiêu dùng; Thu thập các chỉ số vĩ mô về kinh tế số, đóng góp của dịch vụ vào GDP từ báo cáo của Tổng cục Thống kê; Thu thập dữ liệu về số thu ngân sách từ các nền tảng xuyên biên giới, lưu lượng hàng hóa xuất nhập khẩu qua kênh TMĐT từ báo cáo của Tổng cục Thuế và Tổng cục Hải quan.

Nhóm dữ liệu pháp lý và chính sách: Rà soát các văn bản quy phạm pháp luật trên Cổng thông tin điện tử Chính phủ, hệ thống văn bản của Bộ Tư pháp liên quan đến Luật Giao dịch điện tử, Luật Quản lý thuế, và các Nghị định về TMĐT; Các chiến lược, quyết định của Thủ tướng Chính phủ để phân tích định hướng quản lý.

Nhóm dữ liệu học thuật và nghiên cứu tiền lệ: Khai thác kho luận án, luận văn và tạp chí khoa học chuyên ngành tại Thư viện Quốc gia Việt Nam, Học viện Khoa học Xã hội, Học viện Hành chính và Quản trị công; Sử dụng các báo cáo nghiên cứu từ các tổ chức quốc tế (WB, IMF, UNCTAD, Google và Temasek) để so sánh đối chiếu với bối cảnh Việt Nam.

ii) Quy trình thu thập dữ liệu

Quy trình được thực hiện nghiêm ngặt qua 4 bước:

Xác định từ khóa tra cứu: Sử dụng bộ từ khóa chuẩn hóa như: "Quản lý nhà nước", "TMĐT xuyên biên giới", "Chính sách kinh tế số", "Hành lang pháp lý TMĐT".

Sàng lọc tính thời điểm: Ưu tiên thu thập dữ liệu trong giai đoạn 5-10 năm gần nhất, đặc biệt tập trung vào giai đoạn hậu COVID-19 để đảm bảo tính thời sự của luận án.

Kiểm chứng: Đối soát dữ liệu giữa các nguồn khác nhau, so sánh số liệu tăng trưởng TMĐT từ Bộ Công Thương với số liệu báo cáo của các tổ chức quốc tế như Google và Temasek để đảm bảo độ chính xác.

Hệ thống hóa: Phân loại dữ liệu theo các nhóm: (1) Lý luận, (2) Thực trạng phát triển, (3) Thực trạng công cụ quản lý và (4) Kinh nghiệm quốc tế.

Thu thập dữ liệu sơ cấp:

Để thực hiện chuyên đề này, tác giả đã tiến hành phát phiếu điều tra khảo sát bằng hình thức online. Trong quá trình khảo sát, tác giả lựa chọn tính đại diện từ doanh nghiệp, người tiêu dùng có tham gia hoạt động TMĐT xuyên biên giới.

Thời gian tiến hành khảo sát: từ tháng 9/2024 đến tháng 4/2025

Kết quả thu được 391 phiếu hợp lệ.

Thông tin chung của mẫu khảo sát:

Tác giả sử dụng phương pháp lấy mẫu ngẫu nhiên qua bảng câu hỏi online qua Google form. Khảo sát được thực hiện từ tháng 09 năm 2024 đến 4 năm 2025. Mẫu khảo sát được lấy từ các doanh nghiệp có số thứ tự chẵn có đăng ký kinh doanh loại hình ứng dụng là sàn giao dịch thương mại điện tử và ứng dụng

khuyến mại trực tuyến theo danh sách thông kê của Bộ Công thương (danh sách thống kê doanh nghiệp tại Phụ lục III) cho tới khi đủ mẫu nghiên cứu.

Việc xác định kích thước mẫu nghiên cứu được tính bằng công thức Slovin (1960): $n = N / (1 + N \cdot e^2)$.

Trong đó: n là kích thước mẫu; N là tổng thể; e là sai số tiêu chuẩn.

Theo đó, tổng số các doanh nghiệp có đăng ký kinh doanh loại hình ứng dụng là sàn giao dịch thương mại điện tử và ứng dụng khuyến mại trực tuyến đến năm 2024 là 1048 doanh nghiệp, sai số tiêu chuẩn 8%. Vậy ta có thể xác định được mẫu tối thiểu với độ tin cậy 92% là: $n = 136$.

Trong quá trình khảo sát, tác giả thu được 139 phiếu hợp lệ, đảm bảo phù hợp với kích thước mẫu. Bảng câu hỏi (mẫu bảng câu hỏi tại phụ lục số I).

Ngoài ra, tác giả còn khảo sát điều tra ngẫu nhiên người tiêu dùng có tham gia mua hàng bằng hoạt động thương mại điện tử xuyên biên giới. Bằng cách khảo sát đại diện 3 miền Bắc, Trung, Nam, mỗi miền khoảng 80 phiếu. Sau thời gian thực hiện khảo sát từ tháng 9 năm 2024 đến tháng 4 năm 2025, tác giả thu về được 252 phiếu hợp lệ. Bảng câu hỏi (mẫu bảng câu hỏi tại phụ lục số II).

Đối với nghiên cứu này, tác giả xây dựng thang đo Likert (từ 1 đến 5) để đánh giá mức độ đồng ý hoặc không đồng ý với các tuyên bố. Việc phân loại mức độ đánh giá được xác định theo khoảng chia đều của thang đo, cụ thể như sau:

Khoảng phân loại: $\frac{5 - 1}{5} = 0,8 \Rightarrow$ Mỗi mức rộng 0,8

Giá trị trung bình	Mức đánh giá
1,00 – 1,80	Rất thấp
1,81 – 2,60	Thấp
2,61 – 3,40	Trung bình
3,41 – 4,20	Khá
4,21 – 5,00	Cao

4.2.2. Các phương pháp khác

Phương pháp xử lý thông tin: Kết quả khảo sát được cập nhật, mã hóa và thực hiện kiểm tra độ tin cậy của các thang đo trước khi thực hiện các hoạt động thống kê và phân tích. Nhập liệu và phân tích dữ liệu được thực hiện thông qua phần mềm xử lý thống kê SPSS 26.0.

Phương pháp so sánh và đối chiếu:

Đây là phương pháp quan trọng nhất để rút ra các bài học kinh nghiệm quốc tế. Luận án tiến hành so sánh hệ thống pháp luật, công cụ quản lý thuế và rào cản kỹ thuật của Việt Nam với các quốc gia đi trước (như Trung Quốc, Mỹ, EU). Nhằm làm rõ những khoảng trống trong chính sách của Việt Nam so với các tiêu chuẩn quốc tế hoặc các Hiệp định thương mại tự do (FTA).

Phương pháp phân tích chính sách:

Phương pháp này tập trung vào tính logic và hiệu quả của các văn bản quy phạm pháp luật. Thực hiện rà soát các Nghị định (Nghị định số 52/2013/NĐ-CP, Nghị định số 85/2021/NĐ-CP...), Thông tư liên quan để đánh giá tính đồng bộ, thống nhất và khả thi. Nhằm chỉ ra sự chồng chéo hoặc thiếu hụt giữa các cơ quan quản lý như sự phối hợp giữa Bộ Công Thương, Bộ Tài chính và Ngân hàng Nhà nước trong việc kiểm soát dòng tiền xuyên biên giới.

Phương pháp tổng hợp và quy nạp:

Từ những thực trạng cụ thể như việc thất thu thuế để khái quát hóa thành những yếu kém chung trong hệ thống quản lý. Đồng thời, từ các lý thuyết kinh tế để áp dụng và giải thích cho bối cảnh TMĐT xuyên biên giới tại Việt Nam.

Phương pháp định lượng:

Xây dựng mô hình hồi quy để đo lường tác động của các yếu tố ảnh hưởng đến quản lý nhà nước về TMĐT xuyên biên giới. Với công thức mẫu:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

5. Câu hỏi và giả thuyết nghiên cứu

5.1. Câu hỏi nghiên cứu

Câu hỏi 1. QLNN về TMĐT xuyên biên giới ở Việt Nam được cấu thành bởi những nội dung nào và đang chịu tác động của những yếu tố nào trong bối cảnh kinh tế số?

Câu hỏi 2. Thực trạng quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới tại Việt Nam hiện nay như thế nào và những cơ hội và thách thức ở đâu?

Câu hỏi 3. Nhà nước cần hoàn thiện cơ chế quản lý thương mại điện tử xuyên biên giới theo hướng nào để vừa thúc đẩy phát triển, vừa kiểm soát rủi ro trong bối cảnh hội nhập, tinh gọn bộ máy và chuyển đổi số?

5.2. Giả thuyết nghiên cứu

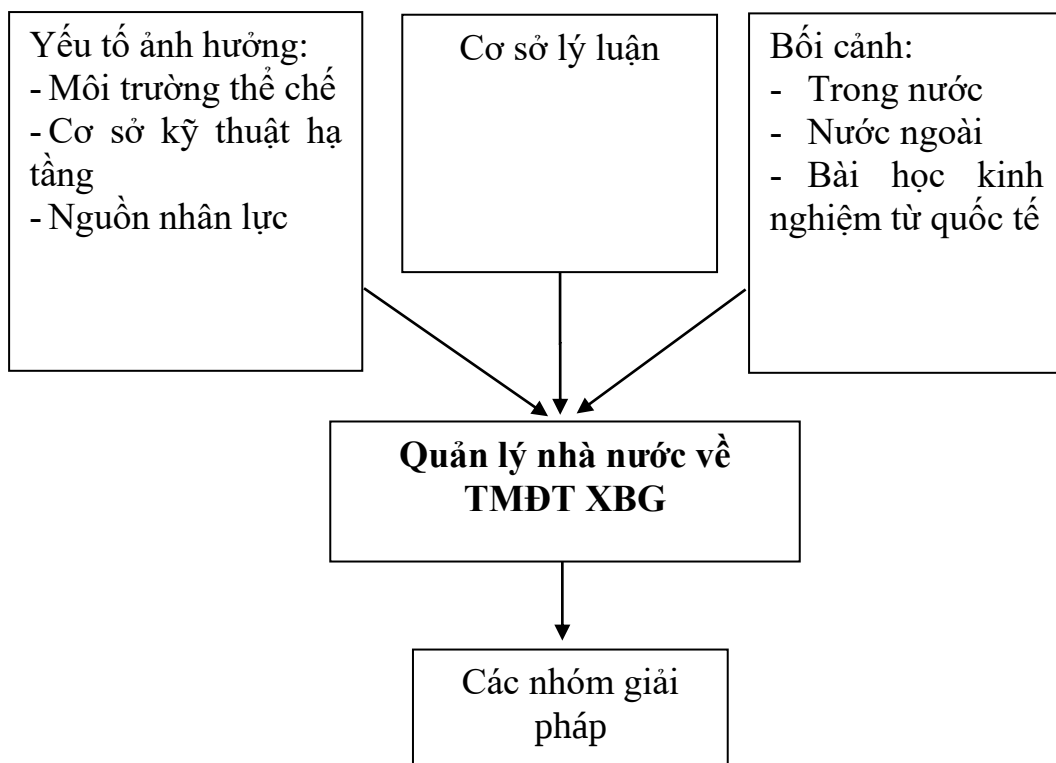
Giả thuyết 1: QLNN đối với TMĐT xuyên biên giới ở Việt Nam bao gồm nhiều nội dung quản lý có tính liên ngành và chịu tác động trực tiếp của các yếu tố thể chế, công nghệ, hội nhập quốc tế, năng lực quản trị số và hành vi của các chủ thể tham gia thị trường.

Giả thuyết 2: Thực trạng QLNN đối với TMĐT xuyên biên giới tại Việt Nam còn những hạn chế về thể chế, tổ chức thực thi, giám sát giao dịch và phối hợp liên ngành, làm phát sinh đồng thời cả cơ hội phát triển lẫn thách thức quản lý trong bối cảnh kinh tế số.

Giả thuyết 3: Việc hoàn thiện cơ chế QLNN đối với TMĐT xuyên biên giới theo hướng đồng bộ thể chế, hiện đại hóa công cụ quản lý số, tăng cường phối hợp liên ngành và hợp tác quốc tế sẽ giúp Việt Nam vừa thúc đẩy phát triển TMĐT xuyên biên giới, vừa kiểm soát hiệu quả các rủi ro đối với an ninh kinh tế, chủ quyền số và lợi ích quốc gia.

5.3. Khung nghiên cứu tổng quát

Với nội dung và câu hỏi nêu trên, luận án sẽ thực hiện phân tích dựa vào khung phân tích sau:



6. Đóng góp mới về khoa học của luận án

Luận án góp phần làm rõ cơ sở lý luận về thương mại điện tử xuyên biên giới, đặc biệt dưới góc độ của hoạt động quản lý nhà nước. Trên cơ sở kế thừa các nghiên cứu về thương mại điện tử và thương mại quốc tế, luận án đã tiếp cận TMĐT XBG như một đối tượng nghiên cứu độc lập, từ đó xây dựng và đề xuất khái niệm quản lý nhà nước đối với TMĐT XBG phù hợp với bối cảnh kinh tế số.

Đồng thời, luận án xác định rõ nội dung quản lý nhà nước đối với TMĐT XBG, bao gồm: xây dựng chiến lược và khung pháp lý; tổ chức thực thi; kiểm tra, giám sát và xử lý vi phạm. Việc hệ thống hóa và phát triển khung lý luận này góp phần bổ sung khoảng trống nghiên cứu về quản lý nhà nước trong lĩnh vực TMĐT xuyên biên giới, tạo cơ sở khoa học cho các nghiên cứu tiếp theo và cho việc hoạch định chính sách trong thực tiễn.

7. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn của luận án

7.1. Ý nghĩa về lý luận

Luận án đã bổ sung thêm những hiểu biết về hoạt động quản lý nhà nước về TMĐT XBG ở Việt Nam thông qua những khái niệm, bản chất của hoạt

động này. Luận án cũng cho thấy bản chất của TMĐT XBG là sự kết hợp tất yếu của thương mại điện tử truyền thống và thương mại quốc tế trong bối cảnh hiện nay ở Việt Nam. Việc luận án đề cập đến ba tác nhân chính đến hoạt động quản lý nhà nước về TMĐT XBG đã đóng góp những luận điểm về mức độ tác động của nhưng vấn đề như môi trường thể chế, cơ sở hạ tầng, nguồn nhân lực đối với hoạt động này ở Việt Nam.

7.2. Ý nghĩa về thực tiễn

Thông qua những nghiên cứu, cách tiếp cận và nội dung của hoạt động quản lý nhà nước về TMĐT xuyên biên giới ở Việt Nam, luận án đã đề xuất những giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động quản lý nhà nước về TMĐT xuyên biên giới ở Việt Nam trong bối cảnh hiện nay. Từ việc rút ra những kinh nghiệm trong quản lý nhà nước về TMĐT XBG ở một số quốc gia, khu vực điển hình như Trung Quốc, Mỹ và EU, luận án là nguồn tham khảo có giá trị cho Việt Nam. Đánh giá được cơ hội và thách thức của hoạt động này cũng sẽ giúp Việt Nam nắm bắt được xu hướng phát triển và quản lý nhà nước về TMĐT xuyên biên giới hiệu quả hơn trong thời gian tới.

8. Kết cấu của luận án

Kết cấu của luận án được xây dựng phù hợp với mục đích, đối tượng và phạm vi nghiên cứu. Ngoài phần Danh mục từ viết tắt, Danh mục Bảng, Sơ đồ, phần Kết luận và Tài liệu tham khảo, luận án được kết cấu bao gồm bốn chương:

- Chương 1: Tổng quan tình hình nghiên cứu
- Chương 2: Cơ sở lý luận và kinh nghiệm quốc tế về quản lý nhà nước trong lĩnh vực thương mại điện tử xuyên biên giới
- Chương 3: Thực trạng quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới
- Chương 4: Giải pháp nhằm hoàn thiện quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới

CHƯƠNG 1

TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU

1.1. Tổng quan các công trình nghiên cứu về thương mại điện tử

Cho đến nay, liên quan đến thương mại điện tử, khá nhiều công trình nghiên cứu đã được thực hiện và làm nền tảng cho nội dung nghiên cứu này ở Việt Nam và quốc tế.

Cơ sở lý luận về thương mại điện tử

Thương mại điện tử phụ thuộc vào nền tảng công nghệ thông tin và truyền thông để hoạt động hiệu quả. Một số công nghệ chủ chốt bao gồm hệ thống quản lý nội dung (CMS), giao thức bảo mật, và các hệ thống thanh toán trực tuyến. Với Laudon và Traver (2021) cho rằng các hệ thống quản lý nội dung như Magento, Shopify, và WordPress đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng và vận hành các trang website thương mại điện tử, giúp doanh nghiệp dễ dàng quản lý và cập nhật nội dung [128]. Đồng thời, Al-Ghamdi et al. (2011) đã chỉ ra rằng bảo mật là một trong những yếu tố then chốt ảnh hưởng đến lòng tin của người tiêu dùng đối với các trang web thương mại điện tử [108].

Thương mại điện tử thay đổi cách thức hoạt động và mô hình kinh doanh, mang lại nhiều lợi ích kinh tế. Nghiên cứu của Zwass (1998) đã chỉ ra rằng thương mại điện tử giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí vận hành, đặc biệt là chi phí liên quan đến duy trì các cửa hàng vật lý và nhân viên bán hàng [166]. Về phân tích dữ liệu khách hàng thì theo Chen et al. (2012), các công cụ phân tích dữ liệu như Google Analytics giúp cung cấp thông tin chi tiết về hành vi mua sắm của khách hàng, giúp doanh nghiệp tối ưu hóa chiến lược tiếp thị và bán hàng [110].

Thương mại điện tử cũng tác động mạnh mẽ đến hành vi tiêu dùng và lối sống của con người. Turban et al. (2015) đã nghiên cứu và kết luận rằng thương mại điện tử mang lại sự tiện lợi vượt trội cho người tiêu dùng, cho phép họ mua

sắm bất cứ lúc nào và từ bất kỳ đâu, chỉ cần có kết nối Internet [158]. Trong khi nghiên cứu của Laudon và Traver (2021) chỉ ra rằng thương mại điện tử cung cấp cho người tiêu dùng nhiều lựa chọn hơn, giúp họ dễ dàng so sánh giá cả và chất lượng sản phẩm từ nhiều nhà cung cấp khác nhau [128].

Tuy nhiên, các hoạt động thương mại điện tử phải tuân thủ các quy định pháp lý để đảm bảo quyền lợi của cả người tiêu dùng và doanh nghiệp tránh mất an toàn cho người tiêu dùng và doanh nghiệp. Quy định bảo vệ dữ liệu chung (GDPR) của Liên minh Châu Âu là luật về quyền riêng tư và bảo mật dữ liệu cá nhân, có hiệu lực từ ngày 25 tháng 5 năm 2018, với mục đích bảo vệ dữ liệu cá nhân của người dân trong Khu vực Kinh tế Châu Âu (EEA) và trao cho họ quyền kiểm soát dữ liệu của mình. Quy định GDPR yêu cầu các doanh nghiệp bảo vệ thông tin cá nhân của khách hàng, và nghiên cứu của Tikkinen-Piri et al. (2018) đã chỉ ra tầm quan trọng của việc tuân thủ các quy định này trong việc xây dựng lòng tin của người tiêu dùng [157]. Ngoài ra, về vấn đề chữ ký điện tử, theo Mason và Bohm (2017), luật về chữ ký điện tử và hợp đồng điện tử đảm bảo rằng các giao dịch trên mạng có giá trị pháp lý tương đương với các giao dịch truyền thống [133].

Thương mại điện tử có tác động đến môi trường, cả tích cực và tiêu cực. Theo nghiên cứu của Cohen (2017), việc giảm nhu cầu về không gian bán lẻ vật lý và giảm thiểu việc đi lại của khách hàng có thể dẫn đến giảm khí thải carbon, điều này đem lại những tác động tích cực đến môi trường và phát triển bền vững quốc gia [112]. Tuy nhiên, Nguyen et al. (2019) đã chỉ ra rằng thương mại điện tử có thể dẫn đến tăng lượng bao bì và giao hàng, gây ra ô nhiễm môi trường nếu không được quản lý tốt [136].

Đặc điểm của thương mại điện tử nổi bật được chỉ ra như khả năng tiếp cận toàn cầu. Laudon và Traver (2021) đã chỉ ra rằng các doanh nghiệp có thể mở rộng phạm vi khách hàng của mình ra toàn cầu mà không cần đầu tư vào cơ sở hạ tầng vật lý ở từng địa điểm cụ thể [128]. Trong khi một số tác giả

khác thì cho rằng TMĐT giúp giảm thiểu chi phí và nâng cao hiệu quả. Turban et al. (2015) đã nghiên cứu và kết luận rằng thương mại điện tử giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí liên quan đến không gian bán lẻ, nhân sự và các chi phí vận hành khác, từ đó tăng cường lợi nhuận [158]. Trong khi đó, theo nghiên cứu của Chen et al. (2012) cho thấy rằng việc sử dụng các công cụ phân tích dữ liệu trong thương mại điện tử giúp tối ưu hóa chiến lược kinh doanh, giảm lãng phí và tăng hiệu quả hoạt động [110]. Với nghiên cứu của Laudon và Traver (2021) chỉ ra rằng các nền tảng TMĐT cho phép các nhà bán lẻ cung cấp nhiều loại sản phẩm hơn so với các cửa hàng vật lý, đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng [128]. Zwass (1998) lại nhấn mạnh rằng TMĐT tạo điều kiện thuận lợi cho việc tùy biến sản phẩm theo yêu cầu của khách hàng, từ đó nâng cao trải nghiệm và sự hài lòng của khách hàng [166].

Hoàng Thị Phương Thảo và các tác giả (2021) mô tả thương mại điện tử là gì; làm cách nào để có thể triển khai và quản lý TMĐT; và xác định các cơ hội, hạn chế và rủi ro chủ yếu khi vận hành TMĐT [90]. Trong đó, nhóm tác giả đã định nghĩa TMĐT, phân biệt giữa TMĐT và kinh doanh điện tử. Nhóm tác giả cũng đưa thêm các khái niệm như thị trường điện tử, vai trò và xu hướng phát triển TMĐT. Cuốn sách cũng cung cấp thêm một số nội dung về an toàn trong TMĐT và thanh toán trong TMĐT.

Nguyễn Văn Minh, Trần Hoài Nam (2002) làm rõ các yếu tố kỹ thuật, các quy trình thao tác cơ bản của thương mại điện tử. Khái luận về Internet, Web, TMĐT [55]. Giao dịch, thanh toán, an toàn và tương lai của TMĐT. Mô tả TMĐT được tiến hành và quản lý ra sao, từ đó chỉ ra những thuận lợi, khó khăn và những lợi ích, những vấn đề, những rủi ro của TMĐT.

Trần Văn Hòe (2015) trình bày tổng quát các lý luận cơ bản liên quan tới TMĐT như khái niệm, sự khác biệt của TMĐT và thương mại truyền thống, vai trò, điều kiện và các mô hình TMĐT [48]. Ngoài ra, giáo trình còn trình bày các vấn đề khác như cơ sở hạ tầng kinh tế - xã hội của TMĐT, cơ sở hạ

tầng pháp lý, cơ sở mạng, an ninh mạng, các sản phẩm giao dịch TMĐT, marketing điện tử, thanh toán, chính phủ điện tử,...

Nguyễn Văn Hồng, Nguyễn Văn Thoan đồng chủ biên (2013) trình bày về tổng quan TMĐT, các giao dịch điện tử, marketing điện tử, ứng dụng TMĐT trong doanh nghiệp và Luật giao dịch điện tử[49]. Trong đó, giáo trình đã khái quát chung về sự ra đời và phát triển của Internet cũng như đặc điểm, phương tiện, vai trò của TMĐT,...

Nguyễn Văn Minh (2011) giới thiệu tổng quan về TMĐT, thị trường, kết cấu hạ tầng, mô hình kinh doanh, giao dịch, thanh toán, an toàn trong TMĐT, những lĩnh vực ứng dụng và tương lai của TMĐT... Cuốn sách được viết trên góc độ quản trị [56]. TMĐT là một lĩnh vực liên ngành, vì thế mà nó cần dành được sự quan tâm của các nhà quản lý và các chuyên gia trong mọi lĩnh vực chức năng của kinh doanh. Ngày nay, TMĐT và kinh doanh điện tử đang trong giai đoạn tiếp tục phát triển, trong đó sự quan tâm đến công nghệ và ý tưởng mới luôn được đi kèm với sự chú ý đặc biệt về chiến lược, việc thực hiện và lợi ích.

Zheng Qin, Yang Chang, Shundong Li, Fengxiang Li (2014) cung cấp cái khái niệm liên quan tới chiến lược và chiến lược TMĐT, các phương thức nghiên cứu nhằm xây dựng một chiến lược TMĐT cũng như nội dung tổng quan một bản chiến lược TMĐT trên lý thuyết [165]. Bên cạnh đó, tài liệu cung cấp kinh nghiệm xây dựng và phát triển TMĐT của nhiều quốc gia trên thế giới như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Trung Quốc, Úc, Ấn Độ, Singapore, Hàn Quốc.

Trong khi đó, Robert T. Plant (2000) hướng dẫn cách thức xây dựng chiến lược cân bằng, tích hợp để dẫn đầu TMĐT; Các yếu tố về thương hiệu, công nghệ, dịch vụ, thị trường, chiến lược phát triển và hơn thế nữa; Hướng dẫn dành cho phòng họp về các xu hướng mới nhất trong công nghệ thương mại điện tử [152].

Hầu hết các tài liệu trên đều đã phân nào hệ thống hóa được tổng quát về TMĐT, các phương thức triển khai, phân loại TMĐT, các yếu tố tác động đến cách vận hành và quản lý TMĐT. Đây là tiền đề để tôi tổng hợp, hệ thống lại những cơ sở lý luận chung về TMĐT. Tuy nhiên, có những tài liệu được xuất bản khá cũ thiếu sự cập nhật theo xu hướng xã hội hiện đại.

Ứng dụng TMĐT tại doanh nghiệp tại Việt Nam

Trần Hoài Nam (2013), trong luận án tiến sĩ kinh tế, Trường Đại học Thương mại, đã tổng hợp và phân tích các nghiên cứu trên thế giới, tiến hành hệ thống hóa các vấn đề lý luận về TMĐT B2B (doanh nghiệp đến doanh nghiệp), mô hình TMĐT B2B và các yếu tố ảnh hưởng tới ứng dụng mô hình TMĐT B2B trong doanh nghiệp [59]. Thông qua việc khảo sát, thu thập số liệu thực tế, phân tích, đánh giá thực trạng các điều kiện và tình hình ứng dụng mô hình TMĐT B2B ở Việt Nam, trên cơ sở đó đưa ra những nhận định về thành tựu, hạn chế, xác định các vấn đề, trở ngại trong việc ứng dụng các mô hình TMĐT B2B, lấy đó làm căn cứ thực tiễn để xây dựng và đề xuất các giải pháp đẩy mạnh ứng dụng các mô hình TMĐT B2B ở Việt Nam. B2B là một trong những loại hình có giá trị lớn, tuy nhiên tại Việt Nam, TMĐT B2B phát triển còn rất hạn chế, thông qua luận án này, làm cơ sở tham khảo thực trạng TMĐT tại Việt Nam nói chung, cũng như thực trạng TMĐT B2B nói riêng, từ đó làm cơ sở xây dựng các mục tiêu, dự báo cho chiến lược phát triển TMĐT tại Việt Nam nói chung và TMĐT B2B nói riêng. Luận án chủ yếu tập trung nghiên cứu về phát triển mô hình B2B tại Việt Nam, đối với việc xây dựng một chiến lược phát triển TMĐT Việt Nam trong dài hạn thì các nội dung của luận án vẫn chưa đáp ứng được yêu cầu, cần có những nghiên cứu cụ thể hơn nữa.

Tôn Nữ Khoa Nguyễn (2014) tập trung phân tích các yếu tố nhằm xây dựng chiến lược phát triển TMĐT trên một phạm vi nhất định, việc phân tích các yếu tố điều kiện xây dựng chiến lược phát triển TMĐT cũng chưa thực sự

đi sâu, chưa đề xuất được các giải pháp cụ thể nhằm xây dựng chiến lược phát triển TMĐT trong thời gian tới [68]. Tuy nhiên, đây cũng là những tài liệu mang tính định hướng trong hoạt động xây dựng, thực thi và đánh giá chiến lược phát triển TMĐT Việt Nam trong thời gian tới.

Theo Trần Trọng Huy, Nguyễn Thị Khánh Chi (2022), việc đầu tư về hạ tầng công nghệ, hành lang pháp lý, cũng như nhận thức của các doanh nghiệp về ứng dụng thương mại điện tử được nâng cao rõ rệt. Tuy vậy, doanh số từ hoạt động thương mại điện tử đặc biệt là hoạt động mua bán trực tuyến vẫn chưa tương xứng với tiềm năng bởi người tiêu dùng vẫn còn e dè và tâm lý chưa sẵn sàng trong việc mua bán trực tuyến. Bất chấp tiềm năng lớn, tăng trưởng thương mại điện tử ở Việt Nam đang bị kiềm chế bởi nhiều lý do chẳng hạn như thói quen và niềm tin mua bán hàng trên mạng cũng như việc thanh toán tiền hàng trực tuyến đã trở thành thách thức chính khiến thương mại điện tử Việt Nam vẫn chưa như kỳ vọng. Bài viết này phân tích thực trạng phát triển thương mại điện tử và đề xuất một số giải pháp nhằm đẩy mạnh thương mại điện tử tại Việt Nam [52].

Bên cạnh những lợi ích mà TMĐT mang đến như giúp DN mở rộng thị trường, giảm chi phí, tăng lợi nhuận, thanh toán nhanh thì vẫn còn nhiều hạn chế trong việc mua bán trên thị trường trực tuyến như vẫn nạn hàng giả, hàng lậu, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ trên các sàn giao dịch TMĐT và mạng xã hội; hoạt động TMĐT có yếu tố nước ngoài phát sinh dưới nhiều hình thức; tranh chấp với đối tác trong TMĐT, đặc biệt các mạng xã hội đang nổi lên là một phương thức giao dịch TMĐT phổ biến nhưng chưa được điều chỉnh... Các hành vi vi phạm trong TMĐT diễn ra ngày càng phức tạp khiến người tiêu dùng còn nhiều lo ngại (Lê Thị Chi, Nguyễn Thị Hồng Nguyên, Huỳnh Văn Thái, 2023) [20].

Môi trường hoạt động của TMĐT

Chữ Bá Quyết (2013) đã hệ thống và khái quát tình hình phát triển dịch vụ hỗ trợ mua bán trực tuyến (MBTT), khái quát tình hình phát triển dịch vụ hỗ trợ MBTT ở một số quốc gia, doanh nghiệp ứng dụng TMĐT trên thế giới, xác định nguyên nhân thành công, thất bại từ đó rút ra một số bài học kinh nghiệm cho Việt Nam có thể vận dụng. Luận án cũng khái quát hiện trạng phát triển TMĐT và MBTT tại Việt Nam, cơ sở hạ tầng và môi trường kinh doanh cho TMĐT, phân tích đánh giá tình hình phát triển các dịch vụ hỗ trợ MBTT ở Việt Nam, từ đó đề xuất các giải pháp phát triển dịch vụ hỗ trợ MBTT. Luận án không trực tiếp phân tích các vấn đề liên quan tới chiến lược phát triển TMĐT tại Việt Nam tuy nhiên luận án cung cấp cái nhìn khái quát về thực trạng phát triển TMĐT cũng như MBTT tại Việt Nam, đây là cơ sở quan trọng trong việc xây dựng và đề xuất các giải pháp nhằm xây dựng chiến lược phát triển TMĐT Việt Nam trong thời gian tới [85].

Theo nghiên cứu của Didar Singh (2002), TMĐT được xác định là lĩnh vực quan trọng và cần phải nghiên cứu các chiến lược, chính sách phát triển và những vấn đề liên quan tới TMĐT khi gia nhập WTO. Các nền kinh tế và doanh nghiệp trên toàn cầu đang tích hợp hệ thống của họ với TMĐT. Nghiên cứu này trình bày tổng quan về TMĐT tại Ấn Độ, cũng như thực trạng phát triển TMĐT khi gia nhập WTO, và đề xuất các chiến lược nhằm phát triển TMĐT tại Ấn Độ [115].

Guilherme Alberto Almeida de Almeida và cộng sự (2007) đã nghiên cứu các lợi thế và khả năng sử dụng chữ ký điện tử để thực hiện các giao dịch TMĐT. Mục tiêu chính của nghiên cứu là tạo ra nhận thức về tác động có thể tạo ra khi sử dụng chữ ký điện tử để giao dịch tại các nước đang phát triển. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng đề xuất một số chiến lược quan trọng cho các nhà hoạch định nhằm thúc đẩy và phát triển TMĐT [125].

Các công trình trên đã nghiên cứu chiến lược phát triển TMĐT của một quốc gia trên một số lĩnh vực như hỗ trợ thúc đẩy xuất khẩu cho các doanh

nghiệp, hay việc ứng dụng chữ ký điện tử trong hoạt động kinh doanh. Bên cạnh đó, đề xuất nhiều hoạt động nhằm thúc đẩy TMĐT phát triển trên nhiều lĩnh vực như phát triển nguồn nhân lực, phát triển hạ tầng công nghệ thông tin – viễn thông, hoàn thiện hệ thống pháp luật, đề xuất tài chính ... Các nghiên cứu trên cũng tập trung chủ yếu vào các nước đang phát triển, có những điều kiện về hạ tầng và công nghệ tương đồng với Việt Nam, có thể sử dụng để rút ra những bài học kinh nghiệm cho việc xây dựng và thực hiện các chính sách phát triển TMĐT Việt Nam trong thời gian tới. Tuy nhiên, các nghiên cứu này chỉ dừng lại ở mức định hướng chứ chưa chỉ ra được cách thức cụ thể trong việc xây dựng chiến lược phát triển TMĐT cũng như đánh giá việc thực hiện chiến lược phát triển TMĐT trong thời gian tới tại Việt Nam. Bên cạnh đó, khác biệt về nền văn hóa, kinh tế - xã hội giữa các quốc gia cũng sẽ làm cho các nội dung đề cập trong các tài liệu không đảm bảo tính phù hợp.

1.2. Tổng quan các công trình nghiên cứu về quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử

Tiếp cận dựa trên lý luận của quản lý nhà nước về thương mại

Quản lý nhà nước thực chất là sự quản lý do nhà nước thực hiện thông qua bộ máy nhà nước trên cơ sở quyền lực nhà nước nhằm thực hiện các nhiệm vụ, chức năng của Chính phủ là hệ thống cơ quan được thành lập để chuyên thực hiện hoạt động quản lý nhà nước. Theo Nguyễn Khắc Thái Sơn (2007), quản lý nhà nước là các công việc của nhà nước, được thực hiện bởi tất cả các cơ quan nhà nước; cũng có khi do nhân dân trực tiếp thực hiện bằng hình thức bỏ phiếu hoặc do các tổ chức xã hội, các cơ quan xã hội thực hiện nếu được nhà nước giao quyền thực hiện chức năng nhà nước [98]. Theo giáo trình Lý luận nhà nước và pháp luật của Trường Đại học Luật Hà Nội, quản lý nhà nước là sự tác động có tổ chức và điều chỉnh của nhà nước lên các quan hệ xã hội và các quá trình xã hội nhằm thực hiện quyền lực nhà nước và đạt được mục tiêu phát triển xã hội [99].

Quản lý nhà nước về thương mại là hoạt động chủ yếu thông qua quy chế, quy định và tổ chức thực thi do nhà nước ban hành, nhằm đảm bảo thị trường hoạt động ổn định, minh bạch và bảo vệ lợi ích xã hội. Theo phân tích của Mitnick (1980), quy định có thể hiểu rộng là một loạt các biện pháp như kiểm soát thị trường, giá cả, thuế và rào cản cạnh tranh [135]. Mitnick nhấn mạnh rằng đây là “việc công quyền giám sát hoạt động tư nhân theo luật vì lợi ích công”. Bản chất của quản lý thương mại quốc tế hiện nay còn gắn với mô hình nền kinh tế được điều tiết mạnh mẽ bởi các luật lệ hành chính và tiêu chuẩn kỹ thuật. Trong mô hình này, nhà nước không trực tiếp sở hữu hoặc điều hành hoạt động kinh tế, nhưng vẫn duy trì quyền lực quan trọng thông qua hệ thống quy định, cơ quan giám sát và biện pháp xử phạt.

Thân Danh Phúc (2015), sự cần thiết khách quan của việc quản lý nhà nước nhằm khắc phục các khiếm khuyết của thị trường, đồng thời bảo vệ quyền lợi hợp pháp của doanh nghiệp và người tiêu dùng. Từ việc phân tích các công cụ quản lý then chốt từ hệ thống pháp luật, quy hoạch hạ tầng thương mại đến các chính sách kinh tế và biện pháp kiểm tra, kiểm soát thị trường. Bên cạnh việc phân định rõ chức năng của bộ máy quản lý từ trung ương đến địa phương, giáo trình còn chú trọng đến các nội dung cụ thể trong cả thương mại nội địa lẫn thương mại quốc tế, nhấn mạnh yêu cầu đổi mới phương thức quản lý để thích ứng với bối cảnh hội nhập kinh tế toàn cầu và sự phát triển của công nghệ [72].

Quản lý nhà nước về thương mại điện tử

Công trình của Đào Anh Tuấn (2013) đã hệ thống hóa các khái niệm và mô hình thương mại điện tử, phân tích lợi ích, hạn chế của TMĐT và làm rõ khái niệm, đặc trưng, mục tiêu và chức năng của quản lý nhà nước (QLNN) về TMĐT. Nghiên cứu tập trung phân tích nội dung QLNN về TMĐT, bao gồm xây dựng chiến lược phát triển ở các cấp, ban hành chính sách và pháp luật liên quan đến thương nhân, bảo vệ người tiêu dùng, thuế, phát triển

nguồn nhân lực và hạ tầng công nghệ. Đồng thời, tác giả đề cập các vấn đề pháp lý quan trọng như thừa nhận giá trị pháp lý của thông điệp dữ liệu, chữ ký điện tử, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ và phòng chống vi phạm trong TMĐT. Luận án cũng phân tích việc tổ chức thực hiện các kế hoạch phát triển TMĐT, các yếu tố ảnh hưởng đến QLNN về TMĐT, tiêu chí đánh giá hiệu quả quản lý, cũng như kinh nghiệm quốc tế trong xây dựng chiến lược và chính sách phát triển TMĐT. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đánh giá thực trạng QLNN về TMĐT tại Việt Nam và đề xuất một số giải pháp hoàn thiện. Tuy nhiên, các giải pháp được đưa ra còn mang tính khái quát, chưa cụ thể; đồng thời việc phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến xây dựng chiến lược phát triển TMĐT vẫn cần được nghiên cứu sâu hơn để làm cơ sở cho hoạch định chính sách trong thời gian tới [93].

Về các giải pháp nâng cao hiệu lực quản lý nhà nước đảm bảo an toàn trong thương mại điện tử ở Việt Nam, Nguyễn Đức Tài (2014) đã hệ thống hóa các lý luận về hiệu lực QLNN đảm bảo an toàn trong TMĐT. Đưa ra khái niệm, bản chất, nội dung về hiệu lực QLNN đảm bảo an toàn TMĐT; Giới thiệu kinh nghiệm về QLNN đảm bảo an toàn TMĐT ở Hàn Quốc và rút ra các bài học cho Việt Nam. Luận án cũng phân tích, đánh giá thực trạng hiệu lực QLNN đảm bảo an toàn trong TMĐT ở Việt Nam trong thời gian qua về: khuôn khổ pháp lý về an toàn trong TMĐT; chính sách QLNN về TMĐT, thực trạng về hạ tầng đảm bảo an toàn và các nguy cơ đe dọa sự an toàn trong TMĐT..., từ đó đưa ra những nhận định về thành tựu, hạn chế và nguyên nhân các hạn chế trong QLNN về an toàn trong TMĐT ở nước ta và đề xuất các quan điểm, mục tiêu, các giải pháp và kiến nghị nâng cao hiệu lực QLNN đảm bảo an toàn trong TMĐT ở Việt Nam giai đoạn đến năm 2020. Các giải pháp được đề xuất có giá trị thực tiễn là (i) hoàn thiện cơ sở hạ tầng pháp lý về trong TMĐT (ii) xây dựng cơ sở hạ tầng kỹ thuật đảm bảo an toàn trong TMĐT (iii) nâng cao chất lượng thực thi các chính sách phát triển TMĐT...

Tuy nhiên, luận án chưa đề cập cụ thể tới việc xây dựng chiến lược phát triển TMĐT cho Việt Nam. Cần có những giải pháp mang tính cụ thể hơn nữa cho việc xây dựng chiến lược phát triển TMĐT Việt Nam chứ không chỉ trong hoạt động quản lý nhà nước [87].

Trong những năm qua, nền kinh tế Việt Nam ngày càng phát triển nhanh và ổn định. Trong đó có sự đóng góp quan trọng của lĩnh vực thương mại điện tử - một xu thế thương mại hiện nay. Nhận thức được tầm quan trọng của TMĐT, Việt Nam đã ban hành nhiều bộ luật, chính sách về TMĐT, xây dựng khuôn khổ pháp lý và tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển của TMĐT. Tuy nhiên, hiện nay, công tác quản lý nhà nước về TMĐT vẫn còn bộc lộ một số hạn chế, như: sự phối hợp giữa các cơ quan quản lý chưa hiệu quả, còn có sự chồng chéo trong chức năng nhiệm vụ; hoạt động thanh kiểm tra chưa được chú trọng, tình trạng hàng giả hàng nhái còn xuất hiện khá phổ biến dẫn tới niềm tin của người tiêu dùng đối với TMĐT thấp (Lê Trung Hiếu, 2023) [47].

Từ kinh nghiệm của các quốc gia phát triển TMĐT cho thấy, để phát triển TMĐT thành công Chính phủ phải đóng vai trò người cung cấp các dịch vụ công trực tuyến ở mức độ cao nhất, đồng thời cũng phải đi tiên phong trong việc ứng dụng TMĐT vào các hoạt động mang tính chất thương mại của Chính phủ. Tóm lại, cùng với sự phát triển của cách mạng công nghiệp 4.0 và những tác động trong điều kiện kinh doanh mới, việc nhìn nhận và phân tích để thấy được những hạn chế cũng như nguyên nhân của hạn chế đó sẽ là những bước đi căn bản cần thiết để có thể đẩy mạnh phát triển thương mại điện tử trong giai đoạn tới (Nguyễn Trọng Nhân, Nguyễn Thị Quỳnh Trang, 2021) [64].

Trong hoạt động thương mại, việc ứng dụng công nghệ thông tin cho các giao dịch đã làm nảy sinh một hình thức kinh doanh mới, đó là thương mại điện tử. Tuy mới ra đời không lâu, nhưng thương mại điện tử đã trở thành một xu thế phát triển trên thế giới và làm biến đổi sâu sắc các phương thức kinh doanh. Thương mại điện tử được dự đoán sẽ có những đóng góp to lớn hơn

nữa đối với mọi mặt của đời sống xã hội trong tương lai. Điều này được thể hiện ở chỗ, hầu hết các tổ chức thương mại trên thế giới đều có những khuyến cáo đối với các thành viên của mình hoặc đã có những cam kết nhằm hỗ trợ cho sự phát triển của TMĐT. Có thể nói, TMĐT đã trở thành phương thức kinh doanh đại diện cho nền kinh tế tri thức. Xu hướng toàn cầu hoá đã tạo điều kiện thuận lợi để TMĐT có thể phát huy được những thế mạnh của mình như: đẩy nhanh tốc độ của hoạt động kinh doanh, giảm thiểu các chi phí, vượt qua các trở ngại về không gian và thời gian... Tuy nhiên, để có thể thúc đẩy mạnh mẽ sự phát triển của TMĐT thì Nhà nước cần nhận thức đầy đủ và sâu sắc vai trò then chốt của mình trong việc tạo lập các điều kiện về cơ chế, về hạ tầng, về pháp luật.... cho sự phát triển của TMĐT (Phí Mạnh Cường, 2013) [37].

Nhìn chung các công trình nghiên cứu về lĩnh vực QLNN về TMĐT còn ít, chưa nhiều cả trong nước lẫn nước ngoài. Đặc biệt với tình hình hội nhập kinh tế đang biến động mạnh mẽ thì các công cụ QLNN cũng cần phải có sự cập nhật, linh hoạt và đổi mới liên tục nhất là lĩnh vực TMĐT ở Việt Nam.

1.3. Tổng quan các công trình nghiên cứu về thương mại điện tử xuyên biên giới

Thương mại xuyên biên giới ở Việt Nam

Vùng biên giới đất liền của Việt Nam tiếp giáp với Trung Quốc, Lào và Campuchia, có hệ thống cửa khẩu và chợ biên giới trải dài qua nhiều tỉnh, là khu vực có vai trò đặc biệt quan trọng trong phát triển kinh tế - xã hội, đảm bảo quốc phòng - an ninh và thúc đẩy hợp tác quốc tế. Một số chính sách chung đối với hoạt động thương mại biên giới của Việt Nam gồm quản lý hàng hóa trao đổi qua biên giới; chính sách hỗ trợ thương nhân, cư dân biên giới; về chính sách phát triển hạ tầng thương mại biên giới; quản lý ngoại hối; chính sách quản lý cửa khẩu biên giới (Trương Thị Thu Trang, 2025) [95].

Theo Lý Hoàng Mai (2024), thương mại biên giới là một cấu phần quan trọng của hoạt động thương mại song phương giữa Việt Nam với các nước

láng giềng. Theo Luật Quản lý ngoại thương năm 2017, hoạt động thương mại biên giới được xác định là “hoạt động ngoại thương với nước có chung biên giới với Việt Nam tại khu vực biên giới”. Hoạt động thương mại biên giới gồm những hoạt động sau: (i) hoạt động mua bán hàng hóa qua biên giới của thương nhân; (ii) hoạt động mua bán, trao đổi hàng hóa của cư dân biên giới; (iii) hoạt động mua bán, trao đổi hàng hóa tại chợ biên giới, chợ cửa khẩu và chợ trong khu kinh tế cửa khẩu; (v) dịch vụ hỗ trợ thương mại tại khu vực cửa khẩu, lối mở biên giới [54].

Mối quan hệ giữa đầu tư và tăng trưởng kinh tế được bắt nguồn từ các học thuyết ở thế kỷ XX với hai lý thuyết chủ đạo thuộc về trường phái tân cổ điển và trường phái tăng trưởng nội sinh. Ở các nước đang phát triển, đầu tư tư nhân trong nước ở đa phần các quốc gia không được coi là đủ để thúc đẩy nền kinh tế do thiếu hụt về vốn và khả năng tiết kiệm (Shabbir và cộng sự, 2021) [154].

Một trong những phương thức phổ biến của các đối tượng buôn lậu tại biên giới phía Bắc là lén lút vận chuyển trái phép hàng hóa qua các đường mòn, lối mở tự phát, các khu vực khó tiếp cận cho lực lượng kiểm soát. Thủ đoạn phổ biến là lợi dụng các chính sách ưu đãi về thuế, đầu tư đối với các khu kinh tế cửa khẩu, hàng hóa trao đổi cư dân biên giới, tạm nhập tái xuất, lợi dụng thủ tục hải quan điện tử, gian lận về tiêu chuẩn chất lượng, xuất xứ hàng hóa; các đối tượng hoạt động có tổ chức, manh động hơn, hình thành các tụ điểm, khu vực tập kết hàng lậu, đường dây vận chuyển, tiêu thụ hàng lậu từ biên giới vào sâu trong nội địa (theo Nguyễn Đình Ngân, 2025) [67]. Hệ thống cửa khẩu đóng vai trò cốt lõi trong việc thúc đẩy giao thương, đặc biệt là xuất nhập khẩu hàng hóa qua biên giới. Theo hiệp định cửa khẩu và quy chế quản lý cửa khẩu biên giới giữa Việt Nam với Trung Quốc, Lào, và Campuchia, việc kiểm soát xuất nhập khẩu và quản lý cửa khẩu là nhiệm vụ quan trọng của các cơ quan quản lý nhà nước, trong đó có lực lượng hải quan, biên phòng, và các cơ quan liên quan khác.

Theo Võ Thị Minh Lệ (2025), buôn lậu và vận chuyển trái phép hàng hóa qua khu vực biên giới đất liền của Việt Nam tiếp tục diễn biến phức tạp. Về số lượng, theo thống kê của ngành hải quan, tổng số vụ buôn lậu và vận chuyển trái phép hàng hóa qua khu vực biên giới đã bị phát hiện và bắt giữ có sự biến động lớn qua từng năm. Tuy nhiên, đường bộ là tuyến đường có tổng số vụ bị phát hiện và bắt giữ liên tục gia tăng trong suốt giai đoạn từ năm 2016 - 2022 và luôn duy trì ở mức cao nhất qua từng năm nếu so sánh với số vụ buôn lậu qua các tuyến đường hàng không và đường thủy. Công tác phòng chống tội phạm buôn lậu và vận chuyển trái phép hàng hóa của Việt Nam được thực hiện bởi nhiều đơn vị, bao gồm Bộ đội biên phòng, lực lượng Hải quan, lực lượng Công an và đặc biệt là Ban Chỉ đạo Quốc gia chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả (Ban Chỉ đạo 389), do đó, những chủ thể này sẽ trực tiếp triển khai, tham gia vào các cơ chế hợp tác quốc tế trong phòng ngừa, đấu tranh với tội phạm buôn lậu và vận chuyển trái phép hàng hóa qua biên giới [58].

An ninh kinh tế là nền tảng và là một trong 4 trụ cột của chiến lược an ninh quốc gia của thế kỷ XXI. Đảm bảo an ninh kinh tế vùng biên giới đất liền là bộ phận quan trọng đảm bảo an ninh kinh tế của đất nước, bao gồm tổng thể các hoạt động tổ chức, sử dụng lực lượng, phương tiện, biện pháp đảm bảo an ninh, an toàn, ổn định và phát triển bền vững của nền kinh tế (Lê Đức Nhẫn, 2025) [65].

Hoạt động TMĐT xuyên biên giới:

Nói về quá trình hình thành của TMĐT XBG, Vũ Thị Thúy Hằng (2024) cho rằng động lực hình thành của TMĐT XBG có lẽ là sự hình thành của Amazon.com vào năm 1994 và Paypal năm 1998, Alibaba.com vào năm 1999. Các nền tảng này cho phép các doanh nghiệp nội địa Trung Quốc bán sản phẩm ra nước ngoài [43]. Và ngược lại, vào năm 2005, người Trung Quốc sống ở nước ngoài bắt đầu mua sản phẩm và bán lại cho khách hàng ở Trung Quốc, đây còn được coi như một trào lưu mua hộ ở Trung Quốc lúc đó, gọi là

“Dai-Gou”. Sự phát triển của TMĐT XBG có liên quan chặt chẽ đến việc áp dụng hàng loạt công nghệ mới. Đó là việc ứng dụng công nghệ thông tin trong việc quản lý dữ liệu, thông tin về khách hàng, hành vi mua sắm của khách hàng, các sản phẩm hàng hóa để thuận lợi chăm sóc khách hàng. Lúc này, TMĐT XBG được coi như là một hệ sinh thái kinh doanh, là mạng lưới của một tổ chức bao gồm nhà cung cấp, cơ quan chính phủ, khách hàng, đối thủ cạnh tranh, nhà phân phối và các bên liên quan khác. TMĐT xuyên biên giới được nhận định là một bộ phận của TMĐT, Theo Ủy ban Kinh tế Xã hội châu Á – Thái Bình Dương Liên hợp quốc (UNESCAP) (2013), TMĐT được chia thành TMĐT nội địa và TMĐT xuyên biên giới tùy vào việc người mua và người bán có ở cùng một quốc gia hay không. Đồng tình với quan điểm này, Ding, F., & Campos, J.K. (2017) cũng cho rằng thương mại điện tử xuyên biên giới là hoạt động mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng từ các nhà cung cấp ở các khu vực hoặc quốc gia khác nhau về việc truyền, nhận sản phẩm thông qua hậu cần xuyên biên giới [116]. Hay theo Gessner & Snodagrass (2015), TMĐT XBG được hiểu là một kênh trực tuyến thông qua đó các sản phẩm có thể được bán trực tiếp cho khách hàng nước ngoài thông qua Internet [123]. Theo Deng & Wang (2016), thương mại điện tử xuyên biên giới là thương mại điện tử quốc tế, trong đó thương mại quốc tế giao dịch giữa các quốc gia khác nhau và cung cấp thông qua các thỏa thuận quản lý và lập kế hoạch xuyên biên giới [114]. Theo Ding (2017), TMĐT XBG là hoạt động mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng từ các nhà cung cấp ở các khu vực hoặc quốc gia khác nhau về việc truyền, nhận sản phẩm thông qua hậu cần xuyên biên giới [116]. Đồng ý với quan điểm này, theo Mi et al. (2021), TMĐT XBG là hoạt động thương mại quốc tế trong đó hai các nhân hoặc doanh nghiệp ở các quốc gia khác nhau thực hiện giao dịch trên nền tảng TMĐT và giao hàng thông qua dịch vụ hậu cần xuyên biên giới [131].

Một số nghiên cứu cho rằng TMĐT xuyên biên giới cho phép doanh nghiệp mở rộng phạm vi kinh doanh vượt ra ngoài biên giới quốc gia, tiếp cận một lượng lớn khách hàng quốc tế. Laudon và Traver (2021) đã nêu rõ rằng TMĐT xuyên biên giới giúp doanh nghiệp tiếp cận các thị trường mới mà không cần đầu tư vào cơ sở hạ tầng vật lý tại các quốc gia đó [128]. Trong khi UNCTAD (2020) báo cáo rằng TMĐT xuyên biên giới đóng góp đáng kể vào tăng trưởng doanh số bán lẻ toàn cầu, đặc biệt ở các nền kinh tế đang phát triển [146]. Đồng thời TMĐT XBG cũng giúp giảm thiểu chi phí liên quan đến trung gian và logistics, đồng thời cải thiện hiệu quả hoạt động kinh doanh. Theo Turban et al. (2015) đã phân tích rằng TMĐT xuyên biên giới giúp doanh nghiệp giảm chi phí giao dịch và vận hành nhờ vào việc loại bỏ các khâu trung gian và tự động hóa các quy trình kinh doanh [158]. Còn Chen và cộng sự (2018) đã chỉ ra rằng các nền tảng TMĐT giúp tối ưu hóa chuỗi cung ứng toàn cầu, giảm thời gian và chi phí vận chuyển hàng hóa giữa các quốc gia [111].

TMĐT XBG giúp người tiêu dùng hưởng lợi từ việc có nhiều lựa chọn sản phẩm hơn, với giá cả cạnh tranh và khả năng mua sắm từ bất kỳ đâu trên thế giới. Theo Laudon và Traver (2021) đã chỉ ra rằng TMĐT XBG mở rộng sự lựa chọn sản phẩm cho người tiêu dùng, cho phép họ mua sắm từ các nhà cung cấp toàn cầu với giá cả cạnh tranh [128]. Ngoài ra, với nghiên cứu của PwC (2016) cho thấy rằng người tiêu dùng ngày càng ưa chuộng mua sắm trực tuyến từ các quốc gia khác vì sự đa dạng và chất lượng của sản phẩm [145].

Trần Thị Vân Anh (2021) cho rằng Hội nhập kinh tế quốc tế cùng với xu hướng toàn cầu hóa làm cho các nền kinh tế đan xen và phụ thuộc mạnh mẽ lẫn nhau và khi kết hợp với sự bùng nổ của công nghệ số đã trở thành động lực cho sự phát triển của hoạt động thương mại điện tử xuyên biên giới. Do đó, để tham gia vào nền kinh tế thế giới một cách hiệu quả thì hầu hết các quốc gia phải điều chỉnh chính sách thuế và pháp luật thuế nhằm tránh thất

thoát thuế, đảm bảo nguồn thu cho ngân sách nhà nước cũng như để phù hợp với những quy định quốc tế [3].

Phạm Phương Châu và cộng sự (2023), dựa trên phương pháp nghiên cứu định tính, đã hệ thống hóa cơ sở lý luận về thương mại điện tử xuyên biên giới (TMĐT XBG) như các đặc điểm, các kênh bán hàng, các mô hình kinh doanh của TMĐT XBG. Từ kết quả nghiên cứu trên, nhóm tác giả đưa ra hàm ý một số giải pháp nhằm phát triển TMĐT XBG tại Hà Nội: (1) Người tiêu dùng nên tìm hiểu kỹ thông tin sản phẩm dịch vụ, (2) Các doanh nghiệp đảm bảo chất lượng sản phẩm, làm mới hình ảnh thương hiệu, tối ưu các kênh bán hàng, thấu hiểu nhu cầu người tiêu dùng quốc tế, (3) Cơ quan quản lý nhà nước hoàn thiện hành lang pháp lý chặt chẽ, đầu tư cơ sở hạ tầng, phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao [18]. Nghiên cứu còn một số hạn chế như chưa phân tích cụ thể quy trình kinh doanh, các công cụ, cũng như các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động TMĐT XBG tại Hà Nội.

Trong nghiên cứu của Phạm Đức Anh và Lê Thị Ngân (2021) đã hệ thống hóa kinh nghiệm xúc tiến thương mại điện tử xuyên biên giới trong bối cảnh đại dịch Covid-19 của một số quốc gia đã đạt được thành công nhất định trong hoạt động này như Trung Quốc, Mỹ và Indonesia. Kết quả nghiên cứu nhấn mạnh tầm quan trọng của hoạt động xúc tiến TMĐT XBG tại hầu hết các doanh nghiệp có định hướng phát triển thương mại điện tử quốc tế, đặc biệt là trong bối cảnh đại dịch Covid-19 [2]. Trên cơ sở các bài học kinh nghiệm, nghiên cứu đưa ra các gợi ý chính sách đối với Chính phủ và các cơ quan hữu quan, cũng như khuyến nghị đối với doanh nghiệp hướng tới nâng cao hiệu quả hoạt động xúc tiến TMĐT XBG tại Việt Nam.

Md. Rakibul Hoque và R. Edward Bashaw (2020) đã khái niệm hóa quản lý và tiếp thị thương mại điện tử xuyên biên giới bằng cách xác định phạm vi thông tin bổ sung mới với sự hiểu biết toàn diện về các vấn đề và tiềm năng của các doanh nghiệp thương mại điện tử xuyên biên giới. Cuốn sách này

cung cấp tầm nhìn và chiến lược có tầm nhìn xa vì đề cập đến dữ liệu lớn, trí tuệ nhân tạo, IoT, quản lý chuỗi cung ứng, ... Cuốn sách này cũng cung cấp những kiến thức cần thiết cho các nhà quản lý để cạnh tranh với cơ cấu thị trường cạnh tranh và cuối cùng góp phần vào sự tăng trưởng kinh tế bền vững của một quốc gia. Nó hoạt động như một kim chỉ nam cho các nhà quản lý thương mại điện tử xuyên biên giới hiện tại xây dựng các chiến lược riêng lẻ kết hợp với nhau để tối ưu hóa ngành trong khi vẫn duy trì tính cạnh tranh của doanh nghiệp. Cuốn sách này rất hữu ích trong bối cảnh của cả các nước phát triển và đang phát triển. Ấn bản này là nguồn tài nguyên lý tưởng cho các học giả, nhà hoạch định chính sách, các bên liên quan và nhà quản lý thương mại điện tử xuyên biên giới, đặc biệt là từ các doanh nghiệp vừa và nhỏ [130].

Về kinh nghiệm phát triển TMĐT ở một số quốc gia trong khu vực và trên thế giới, theo Lurong Chen (2020), kết nối số đóng vai trò quan trọng trong thúc đẩy phát triển TMĐT trong khu vực ASEAN. Thương mại điện tử xuyên biên giới toàn cầu ngày càng trở nên quan trọng trong kinh tế quốc tế. Phép màu tăng trưởng tiếp theo của châu Á có thể được sinh ra từ sự phát triển của khu vực chuyển đổi kỹ thuật số. Kết nối kỹ thuật số là nền tảng giúp thay đổi trở nên khả thi và làm trơn tru sự chuyển đổi. Kết nối kỹ thuật số không chỉ bao gồm vật lý kết nối tạo điều kiện thuận lợi cho việc di chuyển nguyên liệu thô, hàng hóa trung gian và hàng hóa, mà còn cả kết nối mạng để hỗ trợ các luồng dữ liệu, thông tin và dịch vụ miễn phí. Tác giả đã đề xuất khung chính sách thúc đẩy kết nối kỹ thuật số để phát triển thương mại điện tử. Những nỗ lực chính sách nhằm cải thiện kết nối dữ liệu, hậu cần và trực tuyến thanh toán có thể giúp Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á thu hẹp khoảng cách phát triển trong cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin và truyền thông, cả xuyên biên giới và trong nước. Kết nối kỹ thuật số là điều cần thiết cho hệ sinh thái thân thiện với kỹ thuật số sẽ tạo điều kiện thuận lợi chuyển đổi kỹ thuật số, điều này sẽ không chỉ ảnh hưởng đến thương mại điện tử mà còn ảnh hưởng đến hiệu quả kinh tế nói chung [129].

Aijun Liu và cộng sự (2021) đã xem xét các bài báo khoa học cơ bản áp dụng cho ngành logistics và đặc biệt là những bài báo liên quan đến thương mại điện tử xuyên biên giới ở Trung Quốc. Các tác giả tập trung xem xét các bài viết về hiện trạng thương mại điện tử xuyên biên giới ở Trung Quốc và các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển của nó, nhằm mục đích làm nổi bật những khoảng trống tài liệu. Các tác giả đã sử dụng phương pháp đánh giá tài liệu có hệ thống (SLR) để xác định, thu thập và phân tích 60 bài báo chính được chọn từ các tạp chí quốc tế được bình duyệt và kỷ yếu hội nghị quốc tế từ năm 2001 đến năm 2020. Thương mại điện tử xuyên biên giới của Trung Quốc đã có xu hướng phát triển ổn định, mặc dù vẫn còn một số thách thức. Những thách thức này bao gồm nhưng không giới hạn ở hiệu quả thông quan thấp, giám sát và giám sát phức tạp, thách thức trong việc giải quyết hoàn thuế, rủi ro thanh toán, thiếu nhân lực trong ngành công nghiệp Trung Quốc và thiếu hướng dẫn quản lý khoa học. Những đóng góp đáng kể của bài viết này bao gồm những điểm nổi bật quan trọng về những khoảng trống hiện tại và các chủ đề nghiên cứu trong tương lai [106].

TMĐT xuyên biên giới là khái niệm không còn mới ở một vài năm gần đây. Có khá nhiều bài viết liên quan đến nội dung này được công bố. Tuy nhiên, các công trình nghiên cứu có quy mô như sách, đề tài, đề án hay luận án chỉ mới dừng ở những nội dung liên quan đến xuyên biên giới hoặc kinh tế biên giới. Một số các bài viết chỉ mới dừng ở một địa phương hoặc một nội dung nhất định mà chưa bao quát và đúng nội dung Quản lý nhà nước về TMĐT xuyên biên giới.

1.4. Đánh giá tình hình nghiên cứu và khoảng trống nghiên cứu

1.4.1. Những giá trị kế thừa

Luận án kế thừa có chọn lọc các nền tảng lý thuyết, kết quả nghiên cứu và kinh nghiệm thực tiễn trong và ngoài nước liên quan đến quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới, cụ thể:

Thứ nhất, về cơ sở lý thuyết quản lý nhà nước và thương mại điện tử

Luận án kế thừa các lý thuyết kinh điển và hiện đại về quản lý nhà nước, quản trị công, cũng như các lý thuyết về thương mại điện tử và kinh tế số. Các cách tiếp cận như quản trị công mới, quản trị số và kinh tế nền tảng là nền tảng quan trọng để phân tích vai trò, công cụ và phương thức quản lý nhà nước trong bối cảnh số hóa và toàn cầu hóa.

Thứ hai, về khung phân tích quản lý thương mại điện tử xuyên biên giới

Luận án kế thừa các mô hình và tiêu chí đánh giá quản lý nhà nước đối với TMĐT xuyên biên giới đã được đề cập trong các nghiên cứu trước, bao gồm: Khung thể chế và chính sách pháp luật; Hạ tầng số và hệ sinh thái dữ liệu; Năng lực thực thi và phối hợp liên ngành; Cơ chế kiểm tra, giám sát và xử lý vi phạm. Những nội dung này được sử dụng làm nền tảng để xây dựng khung phân tích phù hợp với bối cảnh Việt Nam.

Thứ ba, về kinh nghiệm quốc tế

Luận án kế thừa các bài học kinh nghiệm từ một số quốc gia có hệ thống quản lý TMĐT phát triển như Hoa Kỳ, Trung Quốc, EU, Hàn Quốc... trong các lĩnh vực: Quản lý thuế đối với giao dịch xuyên biên giới; Kiểm soát hàng hóa và logistics; Bảo vệ người tiêu dùng và dữ liệu cá nhân; Ứng dụng công nghệ số trong quản lý (AI, Big Data, Blockchain). Các kinh nghiệm này là cơ sở tham chiếu quan trọng để đề xuất giải pháp cho Việt Nam.

Thứ tư, về phương pháp nghiên cứu

Luận án kế thừa và vận dụng các phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng đã được sử dụng trong các công trình trước, như: Phân tích chính sách; Khảo sát và điều tra xã hội học; Mô hình hồi quy đánh giá tác động; Phương pháp chuyên gia. Qua đó đảm bảo tính khoa học và độ tin cậy của kết quả nghiên cứu.

1.4.2. Khoảng trống nghiên cứu

Mặc dù đã có nhiều công trình nghiên cứu liên quan, song vẫn tồn tại những khoảng trống mà luận án cần tập trung giải quyết:

Thứ nhất, thiếu một khung lý thuyết tích hợp về quản lý nhà nước đối với TMĐT xuyên biên giới trong bối cảnh chuyển đổi số.

Các nghiên cứu hiện nay thường tiếp cận riêng lẻ từng khía cạnh (pháp lý, thuế, logistics...) mà chưa xây dựng được một khung lý thuyết tổng thể, tích hợp các yếu tố thể chế, công nghệ và quản trị trong một mô hình thống nhất phù hợp với bối cảnh nền kinh tế số.

Thứ hai, chưa có hệ thống tiêu chí đánh giá toàn diện và đo lường.

Việc đánh giá hiệu quả quản lý nhà nước đối với TMĐT xuyên biên giới ở Việt Nam còn mang tính định tính, thiếu các chỉ số cụ thể, có thể đo lường và kiểm chứng bằng dữ liệu. Điều này gây khó khăn trong việc so sánh, giám sát và hoạch định chính sách.

Thứ ba, thiếu các nghiên cứu thực nghiệm chuyên sâu tại Việt Nam.

Phần lớn các nghiên cứu mới dừng ở mức phân tích lý luận hoặc kinh nghiệm quốc tế, trong khi các nghiên cứu dựa trên dữ liệu thực tế tại Việt Nam (khảo sát doanh nghiệp, cơ quan quản lý, nền tảng TMĐT...) còn hạn chế, đặc biệt là các mô hình định lượng đánh giá tác động của các yếu tố quản lý.

Thứ tư, chưa làm rõ vai trò của công nghệ số trong đổi mới phương thức quản lý nhà nước.

Trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0, các công nghệ như trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn, blockchain có tiềm năng thay đổi căn bản phương thức quản lý. Tuy nhiên, các nghiên cứu hiện nay chưa phân tích sâu cách thức tích hợp các công nghệ này vào hoạt động quản lý TMĐT xuyên biên giới tại Việt Nam.

Thứ năm, thiếu nghiên cứu về cơ chế phối hợp liên ngành và quản trị đa cấp.

Quản lý TMĐT xuyên biên giới liên quan đến nhiều cơ quan quản lý. Tuy nhiên, các nghiên cứu chưa làm rõ cơ chế phối hợp hiệu quả giữa các chủ thể này cũng như giữa trung ương và địa phương.

Thứ sáu, chưa đề xuất hệ thống giải pháp mang tính khả thi và gắn với điều kiện Việt Nam.

Nhiều nghiên cứu đưa ra giải pháp mang tính khuyến nghị chung, thiếu tính cụ thể, chưa gắn với nguồn lực, thể chế và trình độ phát triển của Việt Nam, dẫn đến khó triển khai trong thực tiễn.

Tiểu kết chương 1:

Chương 1 đã tổng quan các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước liên quan đến thương mại điện tử, quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử và thương mại điện tử xuyên biên giới. Các nghiên cứu đã góp phần làm rõ cơ sở lý luận về thương mại điện tử, đặc điểm, vai trò, mô hình hoạt động, các yếu tố ảnh hưởng cũng như vai trò của Nhà nước trong quản lý và thúc đẩy phát triển thương mại điện tử trong bối cảnh kinh tế số và hội nhập quốc tế.

Bên cạnh đó, các công trình nghiên cứu cũng cung cấp nhiều kinh nghiệm thực tiễn về xây dựng chính sách, hoàn thiện pháp luật, phát triển hạ tầng số, logistics, thanh toán điện tử, bảo vệ người tiêu dùng và ứng dụng công nghệ trong quản lý thương mại điện tử xuyên biên giới ở nhiều quốc gia trên thế giới. Đây là cơ sở quan trọng để luận án kế thừa và phát triển trong quá trình nghiên cứu.

Tuy nhiên, tổng quan nghiên cứu cho thấy vẫn còn tồn tại nhiều khoảng trống như: thiếu khung lý thuyết tổng thể về quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới; chưa có hệ thống tiêu chí đánh giá toàn diện; thiếu các nghiên cứu thực nghiệm chuyên sâu tại Việt Nam; chưa làm rõ vai trò của công nghệ số trong đổi mới phương thức quản lý và cơ chế phối hợp liên ngành trong quản lý thương mại điện tử xuyên biên giới.

Trên cơ sở kế thừa có chọn lọc các kết quả nghiên cứu trước đây, luận án sẽ tiếp tục nghiên cứu, làm rõ cơ sở lý luận, đánh giá thực trạng và đề xuất các giải pháp hoàn thiện quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới tại Việt Nam trong bối cảnh chuyển đổi số và hội nhập quốc tế hiện nay.

CHƯƠNG 2

CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VỀ QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC TRONG LĨNH VỰC THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ XUYÊN BIÊN GIỚI

2.1. Cơ sở lý luận về thương mại điện tử xuyên biên giới

2.1.1. *Thương mại điện tử*

2.1.1.1. Khái niệm

Thương mại điện tử (e-commerce) là một lĩnh vực đa dạng và phức tạp, liên quan đến việc mua bán hàng hóa và dịch vụ qua các phương tiện điện tử, chủ yếu là Internet. Để hiểu rõ hơn về khái niệm này, chúng ta có thể xem xét nó dưới các góc độ khoa học sau:

Khía cạnh công nghệ thông tin: Thương mại điện tử phụ thuộc vào nền tảng công nghệ thông tin và truyền thông để hoạt động hiệu quả. Một số công nghệ chủ chốt bao gồm hệ thống quản lý nội dung (CMS), giao thức bảo mật, và các hệ thống thanh toán trực tuyến.

Laudon và Traver (2021) cho rằng các hệ thống quản lý nội dung như Magento, Shopify, và WordPress đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng và vận hành các trang website thương mại điện tử, giúp doanh nghiệp dễ dàng quản lý và cập nhật nội dung [128].

Nghiên cứu của Al-Ghamdi et al. (2011) đã chỉ ra rằng bảo mật là một trong những yếu tố then chốt ảnh hưởng đến lòng tin của người tiêu dùng đối với các trang website thương mại điện tử [108].

Khía cạnh kinh tế: Thương mại điện tử thay đổi cách thức hoạt động và mô hình kinh doanh, mang lại nhiều lợi ích kinh tế như giảm chi phí vận hành, tăng cường khả năng tiếp cận thị trường, và tối ưu hóa chiến lược kinh doanh thông qua phân tích dữ liệu khách hàng.

Nghiên cứu của Zwass (1998) đã chỉ ra rằng thương mại điện tử giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí vận hành, đặc biệt là chi phí liên quan đến duy trì các cửa hàng vật lý và nhân viên bán hàng [166]. Về phân tích dữ liệu khách hàng thì theo Chen et al. (2012), các công cụ phân tích dữ liệu như Google Analytics

giúp cung cấp thông tin chi tiết về hành vi mua sắm của khách hàng, giúp doanh nghiệp tối ưu hóa chiến lược tiếp thị và bán hàng [110].

Khía cạnh xã hội: Thương mại điện tử cũng tác động mạnh mẽ đến hành vi tiêu dùng và lối sống của con người, làm cho việc mua sắm trở nên tiện lợi hơn và mở rộng sự lựa chọn cho người tiêu dùng.

Turban et al. (2015) đã nghiên cứu và kết luận rằng thương mại điện tử mang lại sự tiện lợi vượt trội cho người tiêu dùng, cho phép họ mua sắm bất cứ lúc nào và từ bất kỳ đâu, chỉ cần có kết nối Internet [158]. Trong khi nghiên cứu của Laudon và Traver (2021) chỉ ra rằng thương mại điện tử cung cấp cho người tiêu dùng nhiều lựa chọn hơn, giúp họ dễ dàng so sánh giá cả và chất lượng sản phẩm từ nhiều nhà cung cấp khác nhau [128].

Khía cạnh pháp lý: Các hoạt động thương mại điện tử phải tuân thủ các quy định pháp lý để đảm bảo quyền lợi của cả người tiêu dùng và doanh nghiệp.

Quy định bảo vệ dữ liệu chung (GDPR) của Liên minh Châu Âu là luật về quyền riêng tư và bảo mật dữ liệu cá nhân, có hiệu lực từ ngày 25 tháng 5 năm 2018, với mục đích bảo vệ dữ liệu cá nhân của người dân trong Khu vực kinh tế Châu Âu (EEA) và trao cho họ quyền kiểm soát dữ liệu của mình. Quy định GDPR yêu cầu các doanh nghiệp bảo vệ thông tin cá nhân của khách hàng, và nghiên cứu của Tikkinen-Piri et al. (2018) đã chỉ ra tầm quan trọng của việc tuân thủ các quy định này trong việc xây dựng lòng tin của người tiêu dùng [157]. Ngoài ra, về vấn đề chữ ký điện tử, theo Mason và Bohm (2017), luật về chữ ký điện tử và hợp đồng điện tử đảm bảo rằng các giao dịch trên mạng có giá trị pháp lý tương đương với các giao dịch truyền thống [133].

Khía cạnh môi trường: Thương mại điện tử có tác động đến môi trường, cả tích cực và tiêu cực. Theo nghiên cứu của Cohen (2017), việc giảm nhu cầu về không gian bán lẻ vật lý và giảm thiểu việc đi lại của khách hàng có thể dẫn đến giảm khí thải carbon [112], điều này đem lại những tác động tích cực đến môi trường và phát triển bền vững quốc gia. Tuy nhiên, Nguyen et al. (2019) đã chỉ ra rằng thương mại điện tử có thể dẫn đến tăng lượng bao bì và giao hàng, gây ra ô nhiễm môi trường nếu không được quản lý tốt [136].

Ngoài ra, TMĐT cũng được khái niệm theo một số cách tiếp cận như:

Theo Tổ chức thương mại thế giới WTO: “*Thương mại điện tử gồm việc sản xuất, quảng cáo, bán hàng, phân phối sản phẩm được mua bán và thanh toán trên mạng Internet, nhưng được giao nhận một cách hữu hình, các sản phẩm giao nhận cũng như những thông tin số hóa thông qua mạng Internet*” [161].

Như vậy, theo đề tài, có thể hiểu thương mại điện tử là *hoạt động bao gồm việc sản xuất, quảng cáo, bán hàng và phân phối sản phẩm được mua bán và thanh toán trên mạng Internet*.

2.1.1.2. Đặc điểm của thương mại điện tử

TMĐT là một lĩnh vực của hoạt động thương mại nhưng có những đặc trưng riêng. Một số đặc điểm của TMĐT có thể kể đến như:

Khả năng tiếp cận toàn cầu: Một trong những đặc điểm nổi bật của thương mại điện tử là khả năng tiếp cận thị trường toàn cầu mà không bị giới hạn bởi địa lý.

Laudon và Traver (2021) đã chỉ ra rằng các doanh nghiệp có thể mở rộng phạm vi khách hàng của mình ra toàn cầu mà không cần đầu tư vào cơ sở hạ tầng vật lý ở từng địa điểm cụ thể [128]. Theo Zwass (1998), Internet đóng vai trò như một nền tảng toàn cầu, cho phép các doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs) tiếp cận thị trường quốc tế dễ dàng và hiệu quả hơn [166].

Chi phí thấp và hiệu quả cao: Thương mại điện tử thường có chi phí vận hành thấp hơn so với các cửa hàng truyền thống và có thể mang lại hiệu quả cao trong hoạt động kinh doanh.

Turban et al. (2015) cho rằng thương mại điện tử giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí liên quan đến không gian bán lẻ, nhân sự và các chi phí vận hành khác, từ đó tăng cường lợi nhuận [158]. Trong khi đó, theo Chen et al. (2012) việc sử dụng các công cụ phân tích dữ liệu trong thương mại điện tử giúp tối ưu hóa chiến lược kinh doanh, giảm lãng phí và tăng hiệu quả hoạt động [110].

Đa dạng hóa sản phẩm và dịch vụ: Thương mại điện tử cung cấp một nền tảng linh hoạt cho việc bày bán và quảng bá một lượng lớn sản phẩm và dịch vụ đa dạng.

Theo Laudon và Traver (2021), nền tảng TMĐT cho phép các nhà bán lẻ cung cấp nhiều loại sản phẩm hơn so với các cửa hàng vật lý, đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng [128]. Zwass (1998) lại nhấn mạnh rằng TMĐT tạo điều kiện thuận lợi cho việc tùy biến sản phẩm theo yêu cầu của khách hàng, từ đó nâng cao trải nghiệm và sự hài lòng của khách hàng [166].

Tính tiện lợi và khả năng tùy chỉnh: Thương mại điện tử mang lại sự tiện lợi cho người tiêu dùng với khả năng mua sắm 24/7 và tùy chỉnh trải nghiệm mua sắm theo sở thích cá nhân.

Turban et al. (2015) cho rằng tính tiện lợi là một trong những yếu tố hấp dẫn nhất của thương mại điện tử, khi người tiêu dùng có thể mua sắm mọi lúc, mọi nơi [158]. Còn Chen et al. (2012) thấy rằng các công nghệ như cá nhân hóa và đề xuất sản phẩm giúp tạo ra trải nghiệm mua sắm độc đáo và phù hợp hơn cho từng khách hàng [110].

Khả năng theo dõi và phân tích dữ liệu: Thương mại điện tử cho phép doanh nghiệp thu thập, phân tích và sử dụng dữ liệu khách hàng để tối ưu hóa hoạt động kinh doanh và chiến lược tiếp thị.

Laudon và Traver (2021) nhấn mạnh tầm quan trọng của việc sử dụng công cụ phân tích dữ liệu trong việc hiểu rõ hành vi mua sắm của khách hàng và điều chỉnh chiến lược tiếp thị để tăng hiệu quả [128]. Nghiên cứu của Chen et al. (2012) cho rằng các dữ liệu lớn (Big Data) trong thương mại điện tử giúp doanh nghiệp nắm bắt được xu hướng thị trường và nhu cầu khách hàng, từ đó ra quyết định kinh doanh thông minh hơn [110].

Bảo mật và quyền riêng tư: Bảo mật thông tin và quyền riêng tư là yếu tố quan trọng trong thương mại điện tử, ảnh hưởng trực tiếp đến lòng tin của khách hàng.

Al-Ghamdi et al. (2011) cho rằng mức độ bảo mật của website thương mại điện tử ảnh hưởng lớn đến quyết định mua hàng của khách hàng, đặc biệt là trong việc bảo vệ thông tin cá nhân và tài chính [108]. Còn Tikkinen-Piri et al. (2018) thì nhấn mạnh tầm quan trọng của việc tuân thủ các quy định

bảo vệ dữ liệu cá nhân, như GDPR, để xây dựng và duy trì lòng tin của khách hàng đối với các nền tảng thương mại điện tử [157].

2.1.2. Thương mại điện tử xuyên biên giới

2.1.2.1. Khái niệm thương mại điện tử xuyên biên giới

TMĐT XBG được phát triển trên nền tảng thương mại quốc tế truyền thống kết hợp với TMĐT đang trở thành trào lưu của các quốc gia có nền tảng thương mại điện tử phát triển như Mỹ, Trung Quốc, EU, Nhật Bản, Hàn Quốc... và lan rộng tới các quốc gia đang phát triển trong khu vực Đông Nam Á như Indonesia, Thái Lan, Việt Nam...

Động lực hình thành của TMĐT XBG có lẽ là sự hình thành của Amazon.com vào năm 1994 và Paypal năm 1998, Alibaba.com vào năm 1999. Các nền tảng này cho phép các doanh nghiệp nội địa Trung Quốc bán sản phẩm ra nước ngoài. Và ngược lại, vào năm 2005, người Trung Quốc sống ở nước ngoài bắt đầu mua sản phẩm và bán lại cho khách hàng ở Trung Quốc, đây còn được coi như một trào lưu mua hộ ở Trung Quốc lúc đó, gọi là “Dai-Gou” [43, Tr19].

Theo Ủy ban Kinh tế Xã hội châu Á – Thái Bình Dương Liên hợp quốc (UNESCAP), TMĐT được chia thành TMĐT nội địa và TMĐT xuyên biên giới tùy vào việc người mua và người bán có ở cùng một quốc gia hay không (OECD,2013) [43, Tr23].

Theo Ding & Campos (2017), thương mại điện tử xuyên biên giới là hoạt động mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng từ các nhà cung cấp ở các khu vực hoặc quốc gia khác nhau về việc truyền, nhận sản phẩm thông qua hậu cần xuyên biên giới [116].

Sự phát triển của TMĐT XBG có liên quan chặt chẽ đến việc áp dụng hàng loạt công nghệ mới. Đó là việc ứng dụng công nghệ thông tin trong việc quản lý dữ liệu, thông tin về khách hàng, hành vi mua sắm của khách hàng, các sản phẩm hàng hóa để thuận lợi chăm sóc khách hàng. Lúc này, TMĐT XBG được coi như là một hệ sinh thái kinh doanh, là mạng lưới của một tổ

chức bao gồm nhà cung cấp, cơ quan chính phủ, khách hàng, đối thủ cạnh tranh, nhà phân phối và các bên liên quan khác [43].

TMĐT XBG là một kênh trực tuyến thông qua đó các sản phẩm có thể được bán trực tiếp cho khách hàng nước ngoài thông qua Internet, theo Gessner & Snodagrass, (2015) [123]. Với trọng tâm chính là phương thức đặt hàng, theo Zhang et al (2016), TMĐT XBG là các hoạt động TMĐT quốc tế bao gồm mua hoặc bán hàng hóa và dịch vụ giữa hai thực thể từ các quốc gia riêng biệt thông qua các phương tiện hiển thị, đàm phán và giám sát giao dịch [43,Tr23].

TMĐT XBG là sự kết hợp của thương mại điện tử và thương mại quốc tế. Theo Deng & Wang (2016), thương mại điện tử xuyên biên giới là thương mại điện tử quốc tế, trong đó thương mại quốc tế giao dịch giữa các quốc gia khác nhau và cung cấp thông qua các thỏa thuận quản lý và lập kế hoạch xuyên biên giới [81]. Nó là hoạt động trao đổi hàng hóa và dịch vụ thông qua kênh thương mại điện tử mà người mua và người bán ở hai quốc gia khác nhau.

Theo Ding (2017), TMĐT XBG là hoạt động mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng từ các nhà cung cấp ở các khu vực hoặc quốc gia khác nhau về việc truyền, nhận sản phẩm thông qua hậu cần xuyên biên giới [116]. Đồng ý với quan điểm này, theo Mi et al. (2021), TMĐT XBG là hoạt động thương mại quốc tế trong đó hai các nhân hoặc doanh nghiệp ở các quốc gia khác nhau thực hiện giao dịch trên nền tảng TMĐT và giao hàng thông qua dịch vụ hậu cần xuyên biên giới [423, Tr24].

Một trong những khái niệm gần đây nhất là của Vũ Thị Thúy Hằng (2024), TMĐT xuyên biên giới là quá trình giao dịch giữa người mua và người bán ở các quốc gia và khu vực pháp lý khác nhau, sử dụng công nghệ thông tin và truyền thông hoặc trên các nền tảng trực tuyến [43, Tr24].

Tóm lại, TMĐT XBG là *hoạt động bao gồm việc sản xuất, quảng cáo, bán hàng và phân phối sản phẩm được mua bán và thanh toán trên mạng Internet, trong đó, người mua và người bán ở hai quốc gia khác nhau.*

TMĐT XBG cũng bao gồm giao dịch giữa các doanh nghiệp (B2B), giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng (B2C), hoặc giữa người tiêu dùng với nhau

(C2C). Đặc điểm nổi bật của thương mại điện tử xuyên biên giới là khả năng mở rộng thị trường ra toàn cầu, vượt qua các rào cản địa lý và pháp lý.

i) TMĐT XBG giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp (B2B): Là loại hình giao dịch qua các phương tiện điện tử giữa doanh nghiệp và doanh nghiệp, trong đó người mua và người bán thuộc hai quốc gia khác nhau. Các hoạt động được thực hiện chủ yếu thông qua các hệ thống ứng dụng TMĐT như SCM, các sàn giao dịch TMĐT,...

Thông qua những ứng dụng TMĐT, các doanh nghiệp dễ dàng chào hàng, đặt hàng, ký hợp đồng, thanh toán, dễ dàng tìm hiểu thị trường, quảng cáo tại thị trường quốc tế mà không quá áp lực về chi phí.

ii) TMĐT XBG giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng (B2C): Là loại hình giao dịch giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng qua phương tiện điện tử, trong đó doanh nghiệp và người tiêu dùng ở hai quốc gia khác nhau.

Với hình thức này, lợi ích dành cho cả doanh nghiệp và người tiêu dùng là rất nhiều. Người tiêu dùng dễ dàng mua hàng ở bất kể đâu, không bị giới hạn vì khoảng cách địa lý hay quốc gia. Đối với doanh nghiệp, thị trường bán hàng đã được mở rộng mà chi phí bán hàng không tốn kém cho việc mở rộng thị trường, nhất là những thị trường ở một quốc gia mới.

iii) TMĐT XBG giữa người tiêu dùng với người tiêu dùng (C2C): Là loại hình giao dịch giữa các cá nhân người tiêu dùng với nhau nhưng các cá nhân người tiêu dùng này ở những quốc gia khác nhau.

Các cá nhân có thể chủ động bán những sản phẩm mình sở hữu, tạo ra bằng cách tạo cửa hàng online hoặc đăng ký tài khoản tại các sàn giao dịch TMĐT có giao dịch xuyên biên giới.

2.1.2.2. Đặc điểm thương mại điện tử xuyên biên giới

TMĐT xuyên biên giới mang những đặc điểm kết hợp của thương mại điện tử nói chung, kết hợp với thương mại quốc tế có thể kể đến như:

Khả năng mở rộng thị trường toàn cầu: TMĐT xuyên biên giới cho phép doanh nghiệp mở rộng phạm vi kinh doanh vượt ra ngoài biên giới quốc gia, tiếp cận một lượng lớn khách hàng quốc tế.

Laudon và Traver (2021) cho rằng TMĐT xuyên biên giới giúp doanh nghiệp tiếp cận các thị trường mới mà không cần đầu tư vào cơ sở hạ tầng vật lý tại các quốc gia đó [128]. Trong khi UNCTAD (2020) báo cáo rằng TMĐT xuyên biên giới đóng góp đáng kể vào tăng trưởng doanh số bán lẻ toàn cầu, đặc biệt ở các nền kinh tế đang phát triển [146].

Giảm chi phí và tăng hiệu quả: TMĐT xuyên biên giới giúp giảm chi phí liên quan đến trung gian và logistics, đồng thời cải thiện hiệu quả hoạt động kinh doanh thông qua việc tối ưu hóa chuỗi cung ứng và sử dụng các công nghệ số.

Turban et al. (2015) đã phân tích rằng TMĐT xuyên biên giới giúp doanh nghiệp giảm chi phí giao dịch và vận hành nhờ vào việc loại bỏ các khâu trung gian và tự động hóa các quy trình kinh doanh [158]. Còn Chen và cộng sự (2018) đã chỉ ra rằng các nền tảng TMĐT giúp tối ưu hóa chuỗi cung ứng toàn cầu, giảm thời gian và chi phí vận chuyển hàng hóa giữa các quốc gia [111].

Tăng sự lựa chọn và tiện lợi cho người tiêu dùng: Người tiêu dùng hưởng lợi từ việc có nhiều lựa chọn sản phẩm hơn, với giá cả cạnh tranh và khả năng mua sắm từ bất kỳ đâu trên thế giới.

Laudon và Traver (2021) đã chỉ ra rằng TMĐT xuyên biên giới mở rộng sự lựa chọn sản phẩm cho người tiêu dùng, cho phép họ mua sắm từ các nhà cung cấp toàn cầu với giá cả cạnh tranh [128]. Ngoài ra, với nghiên cứu của PwC (2016) cho thấy người tiêu dùng ngày càng ưa chuộng mua sắm trực tuyến từ các quốc gia khác vì sự đa dạng và chất lượng của sản phẩm [145].

Thách thức về pháp lý và quy định: TMĐT xuyên biên giới đối mặt với nhiều thách thức pháp lý và quy định, bao gồm thuế quan, thuế giá trị gia tăng (VAT), và các quy định về nhập khẩu.

Tikkinen-Piri et al. (2018) nhấn mạnh việc tuân thủ các quy định bảo vệ dữ liệu và quyền riêng tư của người tiêu dùng là một trong những thách thức lớn đối với các doanh nghiệp tham gia TMĐT xuyên biên giới [157]. Tuy nhiên, WTO (2018) nhận định các doanh nghiệp phải đối mặt với nhiều rào cản pháp lý khi kinh doanh xuyên biên giới, bao gồm các quy định về thuế, hải quan và tiêu chuẩn sản phẩm [161].

Ứng dụng công nghệ và an ninh mạng: TMĐT xuyên biên giới đòi hỏi sự ứng dụng mạnh mẽ của công nghệ thông tin và truyền thông (ICT) để đảm bảo an ninh và hiệu quả trong giao dịch.

Chen et al. (2018) cho rằng việc áp dụng các công nghệ bảo mật, như mã hóa SSL/TLS và các hệ thống phòng chống gian lận là cần thiết để bảo vệ thông tin khách hàng và duy trì lòng tin trong giao dịch xuyên biên giới [111]. OECD (2019) đã khẳng định việc đầu tư vào công nghệ và hệ thống quản lý rủi ro là cần thiết để đối phó với các mối đe dọa an ninh mạng trong thương mại điện tử xuyên biên giới [139].

Ngoài những đặc điểm trên, TMĐT xuyên biên giới còn có những đặc trưng riêng gồm có 4 đặc điểm chính là:

Tính phi biên giới: Hiện nay, các thao tác để mua hàng quốc tế trên các sàn TMĐT đều được thực hiện rất dễ dàng và không có rào cản về các vấn đề như vị trí, sàn thương mại, phương thức thanh toán dành cho NTD.

Tính đa dạng sản phẩm dịch vụ thông tin: Với hàng ngàn sản phẩm và mẫu mã khác nhau sẽ giúp khách hàng thoải mái lựa chọn loại sản phẩm mình yêu thích nhất.

Tính hữu ích giúp khách hàng lựa chọn được mức chi phí để bỏ ra: Với việc công khai giá trên các sàn thương mại, khách hàng có thể dễ dàng so sánh, đối chiếu giá cả giữa các cửa hàng.

Tính nhanh chóng, tiện lợi: Mua sắm thông qua các nền tảng trang TMĐT, người tiêu dùng chỉ cần thao tác một số bước đơn giản đã có thể mua hàng, tiết kiệm thời gian và công sức. Bên cạnh đó, NTD có thể mua sắm khi đang ở bất cứ địa điểm và thời gian nào.

2.2. Cơ sở lý luận về quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới

2.2.1. Khái niệm quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới

2.2.1.1. Khái niệm quản lý nhà nước

Quản lý nhà nước là một lĩnh vực quan trọng trong hoạt động của nhà nước, có liên quan đến mọi mặt của đời sống xã hội. Theo nghĩa rộng, quản lý

nhà nước bao gồm việc thực hiện quyền lực nhà nước, bao quát mọi hoạt động nhằm duy trì trật tự xã hội, thúc đẩy phát triển kinh tế, văn hóa, giáo dục và bảo vệ quyền lợi của người dân.

Quản lý nhà nước về thương mại là hoạt động chủ yếu thông qua quy chế, quy định và tổ chức thực thi do nhà nước ban hành, nhằm đảm bảo thị trường hoạt động ổn định, minh bạch và bảo vệ lợi ích xã hội. Theo phân tích của Mitnick (1980), "quy định" có thể hiểu là một loạt các biện pháp như kiểm soát thị trường, giá cả, thuế và rào cản cạnh tranh [135]. Mitnick nhấn mạnh rằng đây là “việc công quyền giám sát hoạt động tư nhân theo luật pháp vì lợi ích công” [135].

Bản chất của quản lý thương mại quốc tế hiện nay gắn với mô hình nền kinh tế được điều tiết bởi Nhà nước thông qua các bộ luật và tiêu chuẩn quốc tế. Trong mô hình này, Nhà nước không trực tiếp sở hữu hoặc điều hành hoạt động kinh tế, nhưng vẫn duy trì quyền lực quan trọng thông qua hệ thống quy định, cơ quan giám sát và biện pháp xử phạt [204].

Hiểu theo nghĩa hẹp hơn, quản lý nhà nước là quá trình tác động có tổ chức, có kế hoạch, có định hướng của các cơ quan nhà nước lên các quan hệ xã hội và các hoạt động của con người nhằm thực hiện các chức năng và nhiệm vụ của nhà nước, đảm bảo sự phát triển bền vững của đất nước.

Quản lý nhà nước có hai khía cạnh chính: (1) Quản lý hành chính nhà nước, tức là quản lý các hoạt động của bộ máy hành chính nhà nước để thực hiện các chính sách, pháp luật của nhà nước; (2) Quản lý các hoạt động xã hội, bao gồm các lĩnh vực như kinh tế, văn hóa, giáo dục, y tế, và môi trường.

Nguyễn Khắc Thái Sơn (2007), quản lý nhà nước là các công việc của nhà nước, được thực hiện bởi tất cả các cơ quan nhà nước; cũng có khi do nhân dân trực tiếp thực hiện bằng hình thức bỏ phiếu hoặc do các tổ chức xã hội, các cơ quan xã hội thực hiện nếu được nhà nước giao quyền thực hiện chức năng nhà nước [98].

Quản lý nhà nước thực chất là sự quản lý do nhà nước thực hiện thông qua bộ máy nhà nước trên cơ sở quyền lực nhà nước nhằm thực hiện các

nhiệm vụ, chức năng của Chính phủ là hệ thống cơ quan được thành lập để chuyên thực hiện hoạt động quản lý nhà nước.

Theo từ điển luật học giải thích về quản lý nhà nước như sau: "*Quản lý nhà nước là hoạt động thực thi quyền lực nhà nước do các cơ quan nhà nước thực hiện nhằm xác lập một trật tự ổn định, phát triển xã hội theo những mục tiêu mà tầng lớp cầm quyền theo đuổi*". Bao gồm toàn bộ hoạt động của cả bộ máy nhà nước từ lập pháp, hành pháp đến tư pháp vận hành như một thực thể thống nhất. Chấp hành, điều hành, quản lý hành chính do cơ quan hành pháp thực hiện đảm bảo bằng sức mạnh cưỡng chế của Nhà nước.

Theo giáo trình Lý luận nhà nước và pháp luật của Trường Đại học Luật Hà Nội, quản lý nhà nước được hiểu là: "*Quản lý nhà nước là sự tác động có tổ chức và điều chỉnh của nhà nước lên các quan hệ xã hội và các quá trình xã hội nhằm thực hiện quyền lực nhà nước và đạt được mục tiêu phát triển xã hội*" [99].

QLNN là hoạt động của các cơ quan nhà nước thực thi quyền lực nhà nước nhằm điều chỉnh các quan hệ xã hội theo mục tiêu đã đề ra [212].

Tóm lại, *quản lý nhà nước có thể được hiểu là sự tác động có tổ chức, có hướng đích của nhà nước (thông qua các cơ quan nhà nước, tổ chức chính trị, tổ chức chính trị - xã hội, tổ chức xã hội - nghề nghiệp, đơn vị sự nghiệp công lập...) lên các quá trình xã hội và hành vi của con người nhằm thực hiện các chức năng và nhiệm vụ của nhà nước trong việc duy trì và phát triển xã hội, bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của công dân, tổ chức và bảo vệ an ninh, trật tự xã hội.*

Như vậy, có thể hiểu bản chất của QLNN theo cách đơn giản như sau:

i) QLNN là hoạt động của các cơ quan nhà nước nhằm thực thi quyền lực nhà nước, nhằm điều chỉnh các quan hệ xã hội theo mục tiêu đã đề ra.

ii) QLNN là một hoạt động mang tính quyền lực, được thực hiện bởi các cơ quan nhà nước có thẩm quyền, được đảm bảo bằng sức mạnh cưỡng chế của nhà nước.

iii) QLNN là sự chỉ huy, điều hành để thực thi quyền lực nhà nước, do tất cả các cơ quan nhà nước (lập pháp, hành pháp, tư pháp) tiến hành để tổ chức và điều chỉnh các quá trình xã hội, và hành vi hoạt động của công dân.

2.2.1.2. Chức năng, nguyên tắc và các cấp độ của quản lý nhà nước

a) Chức năng của quản lý nhà nước

Chức năng của quản lý nhà nước bao gồm nhiều mặt, song chủ yếu tập trung vào những nhiệm vụ sau:

Chức năng duy trì trật tự xã hội: Một trong những chức năng quan trọng nhất của quản lý nhà nước là duy trì trật tự xã hội. Nhà nước thông qua các cơ quan hành pháp, lập pháp và tư pháp thực hiện quyền lực để thiết lập và duy trì một trật tự xã hội ổn định. Điều này bao gồm việc xây dựng và thực thi pháp luật, đảm bảo an ninh, trật tự, và bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của công dân.

Chức năng phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội: Quản lý nhà nước có chức năng thúc đẩy phát triển kinh tế, văn hóa và xã hội. Nhà nước ban hành các chính sách kinh tế, văn hóa, giáo dục, y tế nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển toàn diện của đất nước. Điều này bao gồm việc xây dựng cơ sở hạ tầng, khuyến khích đầu tư, nâng cao chất lượng giáo dục và chăm sóc sức khỏe, bảo vệ môi trường và phát triển bền vững.

Chức năng bảo vệ và tăng cường quyền lực nhà nước: Quản lý nhà nước cũng có chức năng bảo vệ và tăng cường quyền lực nhà nước. Nhà nước cần duy trì và củng cố hệ thống chính trị, pháp luật, đảm bảo sự lãnh đạo của Đảng và sự quản lý của Nhà nước đối với mọi lĩnh vực của đời sống xã hội. Điều này đòi hỏi một hệ thống hành chính nhà nước hiệu quả, minh bạch và chịu trách nhiệm trước nhân dân.

b) Nguyên tắc của quản lý nhà nước

Quản lý nhà nước phải tuân thủ các nguyên tắc cơ bản sau:

Nguyên tắc pháp quyền: Đòi hỏi mọi hoạt động quản lý nhà nước phải dựa trên cơ sở pháp luật, tuân thủ pháp luật và bảo vệ pháp luật. Nhà nước phải xây dựng một hệ thống pháp luật hoàn chỉnh, rõ ràng, minh bạch và khả

thi, đồng thời đảm bảo sự tuân thủ pháp luật của mọi cơ quan, tổ chức và cá nhân trong xã hội.

Nguyên tắc công khai, minh bạch: Quản lý nhà nước phải đảm bảo tính công khai, minh bạch trong mọi hoạt động. Điều này giúp tạo điều kiện cho người dân tham gia giám sát, góp phần nâng cao hiệu quả và tính trách nhiệm của các cơ quan nhà nước. Sự công khai, minh bạch còn giúp phòng chống tham nhũng, lạm quyền và các hành vi sai trái trong bộ máy nhà nước.

Nguyên tắc dân chủ: Trong quản lý nhà nước đòi hỏi sự tham gia của người dân vào quá trình quản lý, ra quyết định của nhà nước. Nhà nước phải lắng nghe ý kiến, nguyện vọng của người dân, tạo điều kiện để người dân tham gia vào các hoạt động quản lý nhà nước, từ đó đảm bảo các quyết định của nhà nước phản ánh đúng nguyện vọng và lợi ích của nhân dân.

c) Các cấp độ quản lý nhà nước

QLNN được thực hiện trên nhiều cấp độ, từ trung ương đến địa phương:

Quản lý nhà nước ở cấp trung ương: Ở cấp trung ương, quản lý nhà nước bao gồm các hoạt động của các cơ quan nhà nước cao nhất như Quốc hội, Chính phủ, các Bộ, ngành. Đây là cấp độ quản lý có tầm quan trọng lớn, quyết định các chính sách, chiến lược phát triển quốc gia.

Quản lý nhà nước ở cấp địa phương: Ở cấp địa phương, quản lý nhà nước bao gồm các hoạt động của các cơ quan nhà nước ở các tỉnh - thành phố, xã – phường. Các cơ quan này có nhiệm vụ triển khai và thực hiện các chính sách, pháp luật của trung ương tại địa phương, đồng thời giải quyết các vấn đề phát sinh trong quá trình quản lý ở địa phương.

2.2.1.3. Khái niệm quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới

Từ các khái niệm về TMĐT ở trên, ta thấy TMĐT không phải là một lĩnh vực hoạt động riêng biệt mà là phương thức tiến hành hoạt động kinh doanh – thương mại trên môi trường điện tử.

Quản lý nhà nước được hiểu là: "*QLNN là sự tác động có tổ chức và điều chỉnh của nhà nước lên các quan hệ xã hội và các quá trình xã hội nhằm thực hiện quyền lực nhà nước và đạt được mục tiêu phát triển xã hội*".

Trong khi TMĐT XBG là hoạt động kết hợp giữa hoạt động TMĐT và thương mại quốc tế. Hoạt động này được hiểu là các hoạt động mua bán hàng hóa và dịch vụ qua mạng Internet giữa các quốc gia, trong đó người mua người bán ở hai quốc gia khác nhau.

Theo Đào Anh Tuấn (2013), Quản lý nhà nước về TMĐT được hiểu là quá trình nhà nước sử dụng các công cụ quản lý của mình để tác động lên hoạt động thương mại trong môi trường điện tử nhằm đạt được các mục tiêu phát triển TMĐT đã đặt ra [93].

Như vậy, chúng ta có thể hiểu quản lý nhà nước về TMĐT xuyên biên giới được hiểu là: *Quá trình tác động có tổ chức và điều chỉnh của nhà nước lên hoạt động mua bán hàng hóa và dịch vụ qua mạng Internet giữa các quốc gia nhằm đạt được các mục tiêu phát triển TMĐT xuyên biên giới đã đặt ra.*

2.2.1.4. Các đặc trưng cơ bản của quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới

Một số đặc trưng cơ bản và riêng biệt của QLNN về thương mại điện tử XBG như sau:

Về chủ thể quản lý: ngoài môi trường đặc thù của lĩnh vực thương mại thì TMĐT XBG còn cần một hạ tầng công nghệ để thực hiện. Do đó ngoài cơ quan chủ thể QLNN là Bộ, Ban, ngành liên quan. Điển hình như: QLNN trực tiếp về thương mại là Bộ Công thương, ngoài ra còn vai trò QLNN về công nghệ là Bộ Thông tin và truyền thông (nay là Bộ Khoa học và Công nghệ), hay các hoạt động khác như quản lý đăng ký kinh doanh, quản lý thuế là Bộ Tài chính, quản lý hoạt động xuất nhập khẩu là Tổng cục Hải quan,...

Đối tượng quản lý: TMĐT là sự phát triển tất yếu của thương mại hiện nay. Và TMĐT XBG cũng trở thành xu hướng tất yếu khi mà thương mại quốc tế phát triển khi mà sự giao thương xuyên biên giới giữa các quốc gia trở lên phát triển như hiện nay. Đối tượng chịu quản lý sẽ gồm có các đối tượng tham gia giao dịch như các giao dịch thương mại truyền thống, trong đó người mua và người bán phải thuộc hai quốc gia khác nhau. Ngoài ra, còn có các nhà cung cấp hạ tầng Internet,... Như vậy, các đối tượng quản lý có thể kể

đến là: các doanh nghiệp có hoạt động mua bán trên các sàn hoặc website TMĐT XBG, các cá nhân, tổ chức, người tiêu dùng,...

2.2.1.5. Các chức năng, vai trò của quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới

Chức năng tạo lập môi trường phát triển: Nhà nước tạo lập môi trường cho TMĐT XBG phát triển như môi trường kinh tế, môi trường văn hóa – xã hội, môi trường pháp luật, môi trường công nghệ.

Chức năng điều tiết: điều chỉnh các mối quan hệ của các đối tượng tham gia gồm: người bán, người mua, người cung cấp dịch vụ hạ tầng, người vận chuyển,...

Chức năng kiểm soát: để đảm bảo TMĐT XBG phát triển phù hợp theo định hướng phát triển chung của quốc gia, Nhà nước sẽ kiểm soát các hoạt động TMĐT XBG bằng các chủ trương, chính sách pháp luật.

2.2.2. Nội dung quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới

2.2.2.1. Xây dựng chiến lược phát triển và ban hành các văn bản pháp luật về thương mại điện tử xuyên biên giới

Chiến lược TMĐT XBG được hiểu là định hướng phát triển TMĐT XBG của quốc gia trong một thời kỳ nhất định, phù hợp với các mục tiêu khác của quốc gia. Hệ thống chiến lược TMĐT XBG gồm có:

Một là, Chiến lược phát triển TMĐT XBG cấp quốc gia do Bộ công thương xây dựng và được Chính phủ phê duyệt.

Hai là, Chiến lược phát triển TMĐT XBG cấp địa phương do các Sở thương mại xây dựng và do Chủ tịch UBND tỉnh, thành phố phê duyệt.

Ba là, Chiến lược phát triển TMĐT XBG của doanh nghiệp do các doanh nghiệp tự xây dựng phù hợp với đặc điểm và điều kiện phát triển của mình.

Ban hành các văn bản quy phạm pháp luật, chính sách phát triển TMĐT XBG:

Văn bản quy phạm pháp luật về TMĐT XBG là văn bản do các cơ quan nhà nước có thẩm quyền ban hành theo trình tự thủ tục luật định, trong đó có chứa đựng các quy tắc xử sự mang tính bắt buộc chung, làm khuôn mẫu cho xử sự của các chủ thể pháp luật, được áp dụng nhiều lần cho các chủ thể tham

gia vào TMĐT XBG nhằm điều chỉnh các quan hệ xã hội theo một trật tự nhất định mà nhà nước muốn xác lập.

Chính sách phát triển TMĐT XBG được hiểu là các chính sách công có liên quan đến các chủ thể tham gia và nhằm phát triển hoạt động TMĐT XBG. Một số chính sách về TMĐT XBG chủ yếu gồm:

Một là, chính sách về thương nhân: Chính sách quy định về các điều kiện, thủ tục khi thương nhân đăng ký thành lập website, sàn giao dịch TMĐT; quyền hạn và nghĩa vụ của thương nhân khi tham gia TMĐT XBG; các lĩnh vực, mặt hàng được và không được hoạt động; những hành vi được và không được trong hoạt động TMĐT XBG.

Hai là, chính sách bảo vệ người tiêu dùng trong TMĐT XBG: Các chính sách quy định các điều khoản để đảm bảo quyền lợi người tiêu dùng được hưởng.

Ba là, chính sách thuế trong TMĐT XBG: Các chính sách quy định về chủ thể tham gia, chịu trách nhiệm và có nghĩa vụ đối với thuế trong TMĐT XBG.

Bốn là, chính sách phát triển nguồn nhân lực đáp ứng TMĐT XBG: Các chính sách quy định về các điều kiện, cơ hội, yêu cầu trong việc đảm bảo đào ứng nhân lực phục vụ TMĐT XBG.

Năm là, chính sách phát triển hạ tầng công nghệ cho TMĐT XBG: Các chính sách quy định về phát triển hạ tầng công nghệ phục vụ cho TMĐT XBG.

2.2.2.2. Tổ chức thực hiện các văn bản pháp luật về thương mại điện tử xuyên biên giới

Hoạt động này tập trung chính vào hai nội dung:

a) Phổ biến, tuyên truyền các kế hoạch và chính sách phát triển TMĐT XBG:

Để đảm bảo các văn bản pháp luật được áp dụng vào thực tiễn nhanh chóng và hiệu quả, việc phổ biến rộng rãi các văn bản pháp luật cho các đối tượng liên quan là vô cùng cần thiết. Đối với các kế hoạch và chính sách phát triển TMĐT XBG cũng vậy, việc phổ biến rộng rãi sẽ nâng cao nhận thức của các đối tượng liên quan, giúp việc quản lý và triển khai các hoạt động phát triển TMĐT XBG cũng dễ dàng hơn.

Theo Đàm Liên (2022), Những cách thức phổ biến và tuyên truyền hiệu quả có thể kể đến như:

Tuyên truyền miệng là một hình thức tuyên truyền mà người nói trực tiếp nói với người nghe về lĩnh vực pháp luật nhằm nâng cao nhận thức về pháp luật, niềm tin vào pháp luật và ý thức pháp luật cho người nghe và kích thích người nghe hành động theo các chuẩn mực pháp luật [174].

Biên soạn, phát hành tài liệu pháp luật: Đây là hình thức phổ biến, giáo dục pháp luật được áp dụng rộng rãi, gần gũi với người dân. Đây cũng là cẩm nang, phương tiện hoạt động của những người làm công tác phổ biến, giáo dục pháp luật [174].

Tổ chức cuộc thi tìm hiểu pháp luật: Thi tìm hiểu pháp luật là một trong các hoạt động tuyên truyền, phổ biến, giáo dục pháp luật, là cầu nối chuyển tải những nội dung pháp luật vào cuộc sống [174].

Tư vấn pháp luật, trợ giúp pháp lý: Tư vấn pháp luật là việc giải đáp pháp luật, hướng dẫn ứng xử đúng pháp luật, cung cấp dịch vụ pháp lý nhằm giúp công dân, tổ chức trong nước và nước ngoài thực hiện và bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp của họ [174].

Trợ giúp pháp lý là sự giúp đỡ miễn phí của các tổ chức trợ giúp pháp lý của Nhà nước cho người nghèo, đối tượng chính sách và đồng bào dân tộc thiểu số tiếp cận với các dịch vụ pháp lý (tư vấn pháp luật, đại diện, bào chữa) nhằm bảo đảm cho mọi công dân đều bình đẳng trước pháp luật và thực hiện công bằng xã hội.

b) Phân công phối hợp thực hiện kế hoạch và chính sách phát triển TMĐT XBG:

Việc thực hiện các kế hoạch và chính sách phát triển TMĐT XBG được phối hợp bởi nhiều Bộ, Ban, Ngành và các cơ quan quản lý khác nhau như Bộ Công thương, Bộ Tài chính, Tổng cục Thuế, Tổng cục Hải quan,... Chính vì vậy sự phân công và phối hợp giữa các cơ quan này là vô cùng quan trọng. Giảm bớt thủ tục, sự chồng chéo trong quản lý sẽ tạo hành lang, môi trường phát triển tốt cho TMĐT XBG.

2.2.2.3. Kiểm tra, giám sát và xử lý vi phạm pháp luật liên quan đến thương mại điện tử xuyên biên giới

Kiểm tra, giám sát và xử lý vi phạm pháp luật trong thương mại điện tử xuyên biên giới là một nội dung trọng yếu của quản lý nhà nước đối với hoạt động thương mại số trong bối cảnh toàn cầu hóa và chuyển đổi số. Hoạt động này được hiểu là quá trình các cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền tiến hành theo dõi, kiểm tra, thanh tra, giám sát và áp dụng các biện pháp xử lý đối với các hành vi vi phạm pháp luật phát sinh trong quá trình thực hiện TMĐT XBG nhằm bảo đảm tính tuân thủ pháp luật, duy trì môi trường cạnh tranh lành mạnh, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, bảo đảm an ninh kinh tế và thúc đẩy phát triển bền vững nền kinh tế số quốc gia.

Theo Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD), hoạt động giám sát TMĐT XBG không chỉ dừng lại ở việc phát hiện vi phạm mà còn hướng tới việc thiết lập cơ chế quản trị số hiệu quả nhằm giảm thiểu rủi ro, nâng cao tính minh bạch và bảo đảm niềm tin của các chủ thể tham gia thị trường số quốc tế (OECD, 2019). Trong khi đó, Hội nghị Liên hợp quốc về Thương mại và Phát triển (UNCTAD) cho rằng quản lý và kiểm soát TMĐT XBG là công cụ quan trọng để các quốc gia duy trì chủ quyền số, kiểm soát dòng dữ liệu, thu thuế thương mại điện tử và ngăn chặn các hành vi gian lận thương mại xuyên quốc gia (UNCTAD, 2021).

Về bản chất, kiểm tra và giám sát TMĐT XBG là quá trình thu thập, phân tích và đánh giá thông tin liên quan đến hoạt động giao dịch thương mại điện tử giữa các chủ thể ở các quốc gia khác nhau nhằm phát hiện những dấu hiệu vi phạm hoặc các nguy cơ gây mất an toàn cho thị trường số. Nội dung kiểm tra, giám sát thường bao gồm: kiểm tra việc đăng ký, thông báo hoạt động của sàn giao dịch thương mại điện tử; giám sát hoạt động thanh toán điện tử xuyên biên giới; kiểm tra việc thực hiện nghĩa vụ thuế; kiểm soát nguồn gốc xuất xứ hàng hóa; kiểm tra việc bảo vệ dữ liệu cá nhân và quyền lợi người tiêu dùng; giám sát quảng cáo trực tuyến và hoạt động logistics phục vụ TMĐT XBG.

Trong điều kiện nền kinh tế số phát triển mạnh mẽ, hoạt động TMĐT XBG có đặc điểm phi biên giới, tốc độ giao dịch nhanh, dữ liệu phân tán và sự tham gia của nhiều chủ thể trung gian quốc tế, do đó việc kiểm tra và giám sát gặp nhiều khó khăn hơn so với thương mại truyền thống. Theo Báo cáo “E-commerce and Digital Economy Programme” của UNCTAD (2022), các quốc gia đang phát triển thường gặp thách thức lớn trong việc xác định chủ thể kinh doanh thực tế, truy xuất giao dịch số, quản lý dòng tiền xuyên biên giới và xử lý các hành vi gian lận thương mại trên nền tảng số quốc tế.

Hoạt động xử lý vi phạm pháp luật trong TMĐT XBG là quá trình cơ quan nhà nước áp dụng các biện pháp hành chính, kinh tế hoặc hình sự đối với các hành vi vi phạm được phát hiện trong quá trình kiểm tra, giám sát. Các hành vi vi phạm phổ biến bao gồm: kinh doanh hàng giả, hàng cấm, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ; trốn thuế; gian lận thương mại; vi phạm quy định về bảo vệ dữ liệu cá nhân; quảng cáo sai sự thật; lợi dụng nền tảng số để rửa tiền hoặc thực hiện các hành vi lừa đảo trực tuyến. Theo OECD (2021), các hành vi vi phạm trong TMĐT XBG có xu hướng gia tăng cả về quy mô và mức độ tinh vi do lợi dụng sự khác biệt pháp luật giữa các quốc gia cũng như khoảng trống trong phối hợp quản lý quốc tế.

2.2.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới

Quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới là một lĩnh vực có tính liên ngành cao, chịu tác động đồng thời của các yếu tố thể chế, công nghệ và nguồn lực con người. Trên cơ sở kế thừa và tổng hợp các lý thuyết kinh tế và quản trị công hiện đại, nghiên cứu này xác định ba trụ cột lý thuyết nền tảng chi phối các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động quản lý nhà nước trong lĩnh vực TMĐT XBG, bao gồm: (i) lý thuyết thể chế, (ii) lý thuyết hạ tầng và năng lực số, và (iii) lý thuyết vốn nhân lực gắn với năng lực quản trị nhà nước.

2.2.3.1. Môi trường thể chế

Theo Douglass C. North (1990), thể chế được hiểu là “các ràng buộc do con người tạo ra nhằm định hình tương tác giữa các chủ thể”, bao gồm cả các

quy tắc chính thức (luật pháp, chính sách) và phi chính thức (chuẩn mực, tập quán) [118]. Trong bối cảnh TMĐT XBG, nơi các giao dịch diễn ra trên không gian số và vượt ra khỏi phạm vi lãnh thổ truyền thống, thể chế không chỉ đóng vai trò điều tiết mà còn là yếu tố quyết định mức độ tin cậy của thị trường số.

Tuy nhiên, các nghiên cứu gần đây chỉ ra rằng lý thuyết thể chế truyền thống có xu hướng nhấn mạnh tính ổn định của hệ thống quy tắc, trong khi TMĐT XBG lại đặc trưng bởi tốc độ thay đổi nhanh của công nghệ và mô hình kinh doanh (OECD, 2020) [141]. Do đó, yêu cầu đặt ra là phải tiếp cận thể chế theo hướng thể chế thích ứng, có khả năng điều chỉnh linh hoạt trước các đổi mới công nghệ, đặc biệt trong các lĩnh vực như dữ liệu, trí tuệ nhân tạo, thuế số và nền tảng xuyên biên giới.

Mức độ hoàn thiện và rõ ràng của pháp luật:

Các nghiên cứu thực nghiệm cho thấy rằng hệ thống pháp luật rõ ràng, minh bạch giúp giảm đáng kể chi phí tuân thủ và tăng mức độ tuân thủ tự nguyện của doanh nghiệp (Djankov et al., 2002) [117]. Đối với TMĐT XBG, nơi có sự tham gia của nhiều chủ thể xuyên quốc gia, tính rõ ràng và dễ hiểu của pháp luật đóng vai trò quyết định trong việc giảm thiểu rủi ro pháp lý và tranh chấp.

Ngược lại, khi pháp luật phức tạp hoặc khó tiếp cận, doanh nghiệp có xu hướng né tránh hoặc tuân thủ không đầy đủ, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa – nhóm chiếm tỷ trọng lớn trong TMĐT (OECD, 2019) [139]. Điều này cho thấy việc đầy đủ, chi tiết, rõ ràng của văn bản pháp luật và sự dễ hiểu, dễ vận dụng, dễ thực thi không chỉ là đặc tính kỹ thuật của pháp luật mà còn ảnh hưởng trực tiếp đến hành vi thị trường.

Tính hội nhập và tương thích quốc tế:

Theo UNCTAD (2021), TMĐT xuyên biên giới phụ thuộc mạnh vào mức độ hài hòa thể chế giữa các quốc gia, đặc biệt trong các lĩnh vực như thuế, bảo vệ dữ liệu và giao dịch điện tử. Các quốc gia có hệ thống pháp luật phù hợp với chuẩn mực quốc tế thường có khả năng thu hút và kiểm soát tốt hơn các hoạt động TMĐT XBG [147].

Điều này cho thấy yếu tố pháp luật quốc tế và khu vực phản ánh một chiều cạnh quan trọng của thể chế hiện đại: thể chế mở và hội nhập, thay vì thể chế đóng truyền thống. Tuy nhiên, nhiều nghiên cứu trước đây về quản lý TMĐT vẫn chưa đánh giá đầy đủ yếu tố này, tạo ra khoảng trống nghiên cứu mà luận án này hướng tới khắc phục.

Năng lực thực thi thể chế:

Theo Fukuyama (2013), năng lực nhà nước không chỉ nằm ở việc thiết kế thể chế mà còn ở khả năng thực thi. Trong TMĐT XBG, khoảng cách giữa nội dung và thực thi là một trong những nguyên nhân chính dẫn đến thất thu thuế và vi phạm pháp luật [121].

Như nội dung nghiên cứu đã chỉ ra, việc thực thi pháp luật tại các địa phương còn chưa đồng đều, gây khó khăn cho công tác quản lý. Điều này phù hợp với các nghiên cứu của World Bank (2020), cho rằng năng lực thực thi là yếu tố quyết định hiệu quả của chính sách trong nền kinh tế số [159].

Tính đồng bộ của hệ thống pháp luật:

Một hệ thống pháp luật thiếu đồng bộ sẽ tạo ra xung đột chính sách và làm giảm hiệu quả quản lý (Rodrik, 2008) [113]. Trong TMĐT XBG, sự chồng chéo giữa các quy định về thuế, thương mại, dữ liệu và hải quan có thể làm gia tăng chi phí tuân thủ và gây khó khăn cho cơ quan quản lý.

Do đó, sự đồng bộ, hệ thống giữa các văn bản pháp luật phản ánh mức độ tích hợp thể chế, một yếu tố ngày càng được nhấn mạnh trong các nghiên cứu về quản trị số (OECD, 2020) [141].

2.2.3.2. Cơ sở kỹ thuật hạ tầng cho phát triển thương mại điện tử xuyên biên giới

Theo OECD (2020), hạ tầng số bao gồm không chỉ hệ thống viễn thông và internet mà còn cả dữ liệu, nền tảng số, hệ thống thanh toán điện tử và các dịch vụ hỗ trợ [141]. Nghiên cứu của UNCTAD (2024) cũng khẳng định rằng sự thiếu hụt hạ tầng số là một trong những rào cản lớn nhất đối với phát triển TMĐT ở các nước đang phát triển [148].

Từ góc độ lý thuyết, có thể thấy rằng hạ tầng số vừa là yếu tố thúc đẩy vừa là công cụ quản lý. Tuy nhiên, một hạn chế của cách tiếp cận này là thường tập trung vào khía cạnh kỹ thuật, chưa làm rõ đầy đủ vai trò của Nhà nước trong việc sử dụng hạ tầng số như một công cụ điều tiết. Do đó, nghiên cứu này tiếp cận hạ tầng số theo hướng mở rộng, gắn với khái niệm hạ tầng quản trị số.

Hạ tầng công nghệ:

Hạ tầng số là nền tảng của nền kinh tế số, quyết định khả năng tiếp cận thị trường và triển khai các công cụ quản lý dựa trên dữ liệu [137]. Các nghiên cứu thực nghiệm cho thấy mối quan hệ tích cực giữa mức độ phát triển hạ tầng số và hiệu quả quản lý TMĐT (UNCTAD, 2021) [147].

Hạ tầng logistics và thanh toán:

Chi phí logistics và thanh toán là yếu tố quan trọng nhất ảnh hưởng đến thương mại xuyên biên giới [161]. Trong TMĐT XBG, các hệ thống logistics hiện đại và thanh toán điện tử không chỉ giúp giảm chi phí giao dịch mà còn tạo điều kiện để Nhà nước kiểm soát dòng hàng và dòng tiền.

Như nội dung nghiên cứu đã chỉ ra, việc hiện đại hóa hậu cần có vai trò quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả quản lý.

Vai trò định hướng của Nhà nước:

Theo Mazzucato (2013), Nhà nước đóng vai trò “kiến tạo thị trường” thông qua định hướng công nghệ và đầu tư vào hạ tầng [132]. Trong TMĐT XBG, các chính sách phát triển hạ tầng số, dữ liệu và nền tảng có ảnh hưởng trực tiếp đến cả doanh nghiệp và cơ quan quản lý.

2.2.3.3. Nguồn nhân lực đáp ứng phát triển thương mại điện tử xuyên biên giới

Nguồn nhân lực là yếu tố mang tính quyết định đối với hiệu quả quản lý nhà nước trong lĩnh vực TMĐT XBG. Trong bối cảnh chuyển đổi số, yêu cầu đối với nguồn nhân lực không chỉ dừng lại ở kiến thức chuyên môn mà còn bao gồm năng lực số và khả năng thích ứng với công nghệ mới.

Như nội dung nghiên cứu đã chỉ ra, việc thiếu hụt nguồn nhân lực chất lượng cao, đặc biệt trong lĩnh vực công nghệ thông tin và quản lý dữ liệu, là một trong những hạn chế lớn đối với hoạt động quản lý TMĐT XBG. Điều này phù hợp với các nghiên cứu của World Bank (2021), cho rằng năng lực quản trị nhà nước trong nền kinh tế số phụ thuộc mạnh vào chất lượng nguồn nhân lực và khả năng khai thác dữ liệu [160].

Từ góc độ phản biện, có thể thấy rằng nhiều chính sách hiện nay vẫn tập trung vào đào tạo nguồn nhân lực cho khu vực doanh nghiệp, trong khi chưa chú trọng đầy đủ đến nâng cao năng lực cho khu vực công. Do đó, cần thiết phải xây dựng chiến lược phát triển nguồn nhân lực số không chỉ cho doanh nghiệp mà còn cho hệ thống quản lý nhà nước, nhằm đảm bảo tính đồng bộ trong quá trình chuyển đổi số.

Chất lượng nguồn nhân lực:

Theo Becker (1964), vốn nhân lực là yếu tố quyết định năng suất. Trong TMĐT XBG, điều này mở rộng thành năng lực số, bao gồm khả năng sử dụng công nghệ, phân tích dữ liệu và quản lý nền tảng [122].

Hệ thống đào tạo:

Hệ thống giáo dục có vai trò quyết định trong việc cung cấp nguồn nhân lực phù hợp với nền kinh tế số. Thiếu liên kết giữa đào tạo và thị trường sẽ làm giảm hiệu quả quản lý [160].

Định hướng của Nhà nước:

Chính sách phát triển nhân lực đóng vai trò điều phối cung – cầu lao động và định hình kỹ năng trong nền kinh tế số (OECD, 2020) [141].

2.2.4. Tiêu chí đánh giá quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới

2.2.4.1. Nhóm tiêu chí đánh giá việc xây dựng chiến lược và ban hành văn bản pháp luật

Nhóm tiêu chí này phản ánh năng lực hoạch định chính sách, xây dựng chiến lược và hoàn thiện thể chế của Nhà nước đối với hoạt động thương mại điện tử xuyên biên giới. Đây là cơ sở nền tảng để bảo đảm môi trường pháp lý

minh bạch, ổn định và có khả năng thích ứng với sự biến đổi nhanh chóng của nền kinh tế số toàn cầu.

(1) Tính toàn diện và đồng bộ của hệ thống pháp luật

Tiêu chí này đánh giá mức độ bao phủ của hệ thống pháp luật đối với toàn bộ chuỗi hoạt động TMĐT XBG, bao gồm các chủ thể tham gia, quy trình giao dịch, thanh toán, logistics, bảo vệ dữ liệu, quản lý thuế và giải quyết tranh chấp. Tính toàn diện được thể hiện thông qua khả năng điều chỉnh các mô hình kinh doanh số mới như sàn giao dịch xuyên biên giới, nền tảng số đa quốc gia, trung gian thanh toán điện tử quốc tế, dịch vụ logistics số và các mô hình kinh doanh dựa trên trí tuệ nhân tạo (AI), blockchain hoặc dữ liệu lớn (Big Data).

Mức độ đồng bộ của hệ thống pháp luật được đánh giá thông qua sự thống nhất giữa các luật chuyên ngành như Luật Thương mại, Luật Giao dịch điện tử, Luật Quản lý thuế, Luật Hải quan, Luật An ninh mạng, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các văn bản hướng dẫn thi hành. Đồng thời, tiêu chí này còn phản ánh khả năng hạn chế tình trạng chồng chéo chức năng quản lý giữa các cơ quan nhà nước, đặc biệt tại các lĩnh vực giao thoa như quản lý dữ liệu số, thuế điện tử và kiểm soát dòng tiền xuyên biên giới.

Việc định lượng tiêu chí này có thể dựa trên các chỉ báo cụ thể như:

- (i) Tỷ lệ lĩnh vực TMĐT XBG đã được điều chỉnh bằng văn bản quy phạm pháp luật (%);
- (ii) Số lượng khoảng trống pháp lý được phát hiện trong từng giai đoạn;
- (iii) Tỷ lệ văn bản có nội dung chồng chéo hoặc mâu thuẫn cần sửa đổi, bổ sung;
- (iv) Tần suất sửa đổi các văn bản pháp luật liên quan đến TMĐT XBG;
- (v) Chỉ số hài lòng của doanh nghiệp đối với tính minh bạch và đồng bộ của khung pháp lý.

Một hệ thống pháp luật được đánh giá có tính toàn diện và đồng bộ cao khi các hoạt động TMĐT XBG phát sinh trên thực tiễn đều có căn cứ pháp lý

để quản lý, đồng thời giảm thiểu tối đa xung đột pháp lý và chi phí tuân thủ cho doanh nghiệp.

(2) Tính tương thích quốc tế của hệ thống pháp luật

Tiêu chí này phản ánh mức độ hài hòa hóa giữa pháp luật quốc gia với các cam kết quốc tế mà Việt Nam tham gia, đặc biệt là các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới như CPTPP, EVFTA, RCEP và các nguyên tắc của WTO liên quan đến thương mại số.

Tính tương thích quốc tế được thể hiện qua khả năng nội luật hóa các cam kết quốc tế về: tự do lưu chuyển dữ liệu xuyên biên giới; bảo vệ dữ liệu cá nhân; giao dịch điện tử; chữ ký số; thuế đối với nền kinh tế số; bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ trên môi trường số; bảo vệ người tiêu dùng trong giao dịch quốc tế.

Mức độ tương thích càng cao sẽ góp phần giảm thiểu rào cản thương mại phi thuế quan, tạo điều kiện để doanh nghiệp Việt Nam tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị số toàn cầu.

Tiêu chí này có thể được lượng hóa thông qua:

Tỷ lệ cam kết quốc tế đã được nội luật hóa (%);

(i) Số lượng văn bản pháp luật được sửa đổi nhằm thực hiện cam kết quốc tế;

(ii) Tỷ lệ tranh chấp thương mại số phát sinh do khác biệt pháp lý quốc tế;

(iii) Mức độ cải thiện chỉ số thuận lợi thương mại điện tử xuyên biên giới của Việt Nam;

(iv) Thứ hạng của Việt Nam trong các bảng xếp hạng quốc tế về môi trường kinh doanh số và chính phủ điện tử.

Ngoài ra, tiêu chí này còn phản ánh năng lực tham gia của Việt Nam trong các cơ chế hợp tác quốc tế về quản trị thương mại số và kiểm soát giao dịch xuyên biên giới.

(3) Tính dự báo và tính kịp thời của chính sách

TMĐT XBG là lĩnh vực có tốc độ đổi mới công nghệ rất nhanh, do đó hiệu quả quản lý nhà nước phụ thuộc lớn vào khả năng dự báo và phản ứng chính sách của cơ quan quản lý.

Tiêu chí này đánh giá khả năng của Nhà nước trong việc nhận diện sớm các xu hướng công nghệ và mô hình kinh doanh mới như thương mại điện tử trên nền tảng AI, tài sản số, blockchain, thanh toán điện tử phi tập trung, livestream commerce hay metaverse commerce để kịp thời xây dựng cơ chế quản lý phù hợp.

Tính kịp thời của chính sách được phản ánh qua tốc độ ban hành văn bản quy phạm pháp luật hoặc văn bản hướng dẫn sau khi xuất hiện các mô hình kinh doanh mới trên thực tiễn. Khoảng cách thời gian giữa phát sinh thực tiễn và phản ứng chính sách càng ngắn thì hiệu quả quản trị càng cao.

Việc đánh giá tiêu chí này có thể dựa trên:

- (i) Thời gian trung bình ban hành văn bản hướng dẫn kể từ khi phát sinh mô hình kinh doanh mới;
- (ii) Tỷ lệ vấn đề thực tiễn được xử lý bằng cơ chế thử nghiệm chính sách;
- (iii) Số lượng chính sách được cập nhật hoặc sửa đổi hằng năm;
- (iv) Tỷ lệ doanh nghiệp đánh giá chính sách có khả năng thích ứng với đổi mới công nghệ;
- (v) Tần suất cảnh báo rủi ro và dự báo thị trường do cơ quan quản lý công bố.

Một hệ thống chính sách có tính dự báo cao sẽ góp phần giảm thiểu độ trễ thể chế, hạn chế tình trạng bị động, đồng thời tạo môi trường pháp lý ổn định để khuyến khích đổi mới sáng tạo trong TMĐT XBG.

2.2.4.2. Nhóm tiêu chí đánh giá tổ chức thực hiện văn bản pháp luật

Nhóm tiêu chí này phản ánh năng lực tổ chức thực thi pháp luật của bộ máy quản lý nhà nước, thể hiện ở khả năng chuyển hóa các quy định pháp lý thành kết quả thực tiễn trong hoạt động quản lý TMĐT XBG.

- (1) Tính minh bạch trong phân định chức năng, nhiệm vụ

Tiêu chí này đánh giá mức độ rõ ràng, cụ thể và minh bạch trong việc xác định chức năng, nhiệm vụ và thẩm quyền của các cơ quan quản lý nhà nước liên quan đến TMĐT XBG.

Do TMĐT XBG là lĩnh vực liên ngành, liên thông và có tính chất xuyên quốc gia, nên nhiều cơ quan cùng tham gia quản lý như Bộ Công Thương, Bộ Tài chính, Tổng cục Thuế, Tổng cục Hải quan, Ngân hàng Nhà nước, Bộ Khoa học và Công nghệ, Bộ Công an và Bộ Thông tin và Truyền thông. Nếu việc phân định trách nhiệm không rõ ràng sẽ dẫn đến tình trạng chồng chéo chức năng, bỏ sót trách nhiệm hoặc gia tăng chi phí tuân thủ cho doanh nghiệp.

Tiêu chí này được đánh giá thông qua:

- (i) Tỷ lệ nhiệm vụ quản lý được quy định rõ ràng trong văn bản pháp luật;
- (ii) Số vụ việc phát sinh tranh chấp thẩm quyền giữa các cơ quan quản lý;
- (iii) Tỷ lệ hồ sơ xử lý đúng thời hạn theo quy định;
- (iv) Mức độ hài lòng của doanh nghiệp về tính minh bạch của thủ tục quản lý;
- (v) Số lượng thủ tục hành chính được cắt giảm hoặc đơn giản hóa.

Hiệu quả cao được thể hiện khi cơ chế phân công trách nhiệm rõ ràng, hạn chế tối đa sự chồng chéo trong quản lý và bảo đảm nguyên tắc “một việc – một đầu mối chịu trách nhiệm chính”.

(2) Chỉ số hiệu quả cơ chế phối hợp liên ngành

Tiêu chí này phản ánh khả năng phối hợp giữa các cơ quan quản lý nhà nước trong chia sẻ dữ liệu, xử lý vi phạm và giải quyết các vấn đề liên ngành liên quan đến TMĐT XBG.

Hiệu quả phối hợp được thể hiện ở: khả năng kết nối cơ sở dữ liệu giữa cơ quan thuế, hải quan, ngân hàng và quản lý thị trường; tốc độ xử lý thông tin giao dịch xuyên biên giới; hiệu quả hoạt động của các ban chỉ đạo liên ngành; khả năng phối hợp điều tra và xử lý vi phạm trên môi trường số.

Tiêu chí này có thể được lượng hóa bằng:

- (i) Tỷ lệ cơ sở dữ liệu được kết nối liên thông (%);
- (ii) Thời gian trung bình xử lý và chia sẻ dữ liệu giữa các cơ quan;

- (iii) Số lượng vụ việc liên ngành được phối hợp xử lý thành công;
- (iv) Tỷ lệ phản hồi thông tin giữa các cơ quan đúng thời hạn;
- (v) Tỷ lệ hồ sơ được xử lý trực tuyến hoàn toàn.

Hiệu quả phối hợp liên ngành càng cao thì năng lực quản trị nhà nước đối với TMĐT XBG càng được nâng cao, đồng thời góp phần giảm thiểu thất thu thuế, gian lận thương mại và rủi ro an ninh mạng.

(3) Mức độ phát triển hạ tầng phục vụ thực thi pháp luật

Tiêu chí này phản ánh mức độ đáp ứng của hạ tầng kỹ thuật số, thanh toán điện tử và logistics đối với yêu cầu quản lý và phát triển TMĐT XBG.

Một hệ thống hạ tầng đồng bộ giúp cơ quan quản lý tăng khả năng giám sát giao dịch điện tử, kiểm soát dòng tiền và truy xuất nguồn gốc hàng hóa trong môi trường số.

Các chỉ báo đánh giá bao gồm:

- (i) Tỷ lệ thanh toán không dùng tiền mặt trong giao dịch TMĐT XBG;
- (ii) Tỷ lệ giao dịch điện tử được xác thực bằng chữ ký số hoặc định danh điện tử;
- (iii) Tốc độ xử lý thông quan điện tử;
- (iv) Chỉ số phát triển logistics số;
- (v) Tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng hóa đơn điện tử và hợp đồng điện tử;
- (vi) Mức độ ứng dụng AI và dữ liệu lớn trong quản lý giao dịch thương mại điện tử.

Tiêu chí này cũng phản ánh mức độ sẵn sàng của quốc gia trong xây dựng chính phủ số và nền kinh tế số.

(4) Chỉ số thúc đẩy năng lực cạnh tranh quốc gia

Tiêu chí này đánh giá tác động của hoạt động quản lý nhà nước đến khả năng tham gia thị trường quốc tế của doanh nghiệp trong nước thông qua TMĐT XBG.

Một môi trường quản lý hiệu quả sẽ giúp doanh nghiệp giảm chi phí giao dịch, nâng cao khả năng tiếp cận thị trường quốc tế và gia tăng năng lực cạnh tranh trên các nền tảng thương mại điện tử toàn cầu.

Tiêu chí này được đo lường thông qua:

- (i) Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu trực tuyến;
- (ii) Số lượng doanh nghiệp tham gia các sàn TMĐT quốc tế;
- (iii) Tỷ lệ doanh nghiệp nhỏ và vừa tham gia xuất khẩu số;
- (iv) Tỷ lệ đơn hàng xuyên biên giới được xử lý thành công;
- (v) Chỉ số năng lực cạnh tranh số quốc gia;
- (vi) Tỷ lệ doanh nghiệp ứng dụng công nghệ số trong hoạt động xuất khẩu.

2.2.4.3. Nhóm tiêu chí đánh giá công tác kiểm tra, giám sát và xử lý vi phạm

Nhóm tiêu chí này phản ánh hiệu lực thực thi pháp luật của Nhà nước trong việc duy trì trật tự thị trường số, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và bảo đảm an ninh kinh tế quốc gia.

(1) Chỉ số quản lý thuế và nghĩa vụ tài chính

Tiêu chí này đánh giá hiệu quả quản lý nguồn thu ngân sách từ hoạt động TMĐT XBG và khả năng kiểm soát nghĩa vụ tài chính của các chủ thể tham gia thị trường số.

Các chỉ báo đánh giá bao gồm:

- (i) Tỷ lệ thất thu thuế trong TMĐT XBG;
- (ii) Tốc độ tăng thu ngân sách từ nhà cung cấp nước ngoài;
- (iii) Số lượng tổ chức, cá nhân kê khai và nộp thuế điện tử;
- (iv) Tỷ lệ giao dịch xuyên biên giới được kiểm soát dòng tiền;
- (v) Tỷ lệ doanh nghiệp tuân thủ nghĩa vụ thuế điện tử.

Hiệu quả quản lý cao được thể hiện khi nguồn thu ngân sách tăng tương ứng với tốc độ mở rộng quy mô thị trường TMĐT XBG.

(2) Tính hiệu lực trong kiểm soát thị trường

Tiêu chí này phản ánh năng lực phát hiện, xử lý và ngăn chặn các hành vi vi phạm pháp luật trên môi trường thương mại số.

Các hành vi vi phạm phổ biến gồm: kinh doanh hàng giả, hàng nhái; xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ; gian lận thương mại; buôn lậu qua nền tảng số; lừa đảo trực tuyến; quảng cáo sai sự thật.

Tiêu chí này được lượng hóa thông qua:

- (i) Số lượng vụ vi phạm được phát hiện hằng năm;
- (ii) Tỷ lệ xử lý vi phạm thành công;
- (iii) Tổng giá trị hàng hóa vi phạm bị xử lý;
- (iv) Thời gian trung bình xử lý vụ việc;
- (v) Tỷ lệ tái phạm sau xử lý;
- (vi) Tỷ lệ khiếu nại được giải quyết dứt điểm.

(3) Mức độ bảo hộ người tiêu dùng và an ninh dữ liệu

Tiêu chí này phản ánh khả năng của Nhà nước trong việc bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT XBG, đồng thời bảo đảm an toàn dữ liệu cá nhân trong môi trường số.

Việc đánh giá được thực hiện thông qua:

- (i) Số lượng khiếu nại của người tiêu dùng liên quan đến TMĐT XBG;
- (ii) Tỷ lệ giải quyết khiếu nại đúng thời hạn;
- (iii) Tỷ lệ người tiêu dùng được bồi thường thiệt hại;
- (iv) Số vụ rò rỉ dữ liệu cá nhân;
- (v) Tỷ lệ nền tảng số đáp ứng tiêu chuẩn an toàn dữ liệu;
- (vi) Mức độ tin cậy của người tiêu dùng đối với giao dịch TMĐT XBG.

Tiêu chí này có ý nghĩa đặc biệt quan trọng trong bối cảnh dữ liệu trở thành tài sản chiến lược của nền kinh tế số và các rủi ro an ninh mạng ngày càng gia tăng.

2.3. Kinh nghiệm quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới của một số quốc gia, khu vực và bài học kinh nghiệm cho Việt Nam

2.3.1. Kinh nghiệm của Trung Quốc về quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới

Tại Trung Quốc, bối cảnh thương mại điện tử xuyên biên giới đã có sự tăng trưởng đáng kể, chủ yếu là do sự xuất hiện của các nền tảng như AliExpress, Temu và Shein. Các nền tảng này đã tận dụng nhu cầu ngày càng tăng đối với hàng hóa nước ngoài trên toàn cầu, cung cấp nhiều loại sản phẩm với giá cả cạnh tranh. Đại dịch Covid – 19 đã thúc đẩy xu hướng này hơn nữa khi người tiêu dùng chuyển sang mua sắm trực tuyến vì sự tiện lợi và an toàn.

Thương mại điện tử xuyên biên giới ở Trung Quốc đã phát triển mạnh mẽ trong những năm gần đây, đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế số của quốc gia. Theo báo cáo của Bộ Thương mại Trung Quốc, tổng giá trị giao dịch thương mại điện tử xuyên biên giới của Trung Quốc đã đạt hàng tỷ USD mỗi năm, với tốc độ tăng trưởng hàng năm trung bình trên 20% [73].

Năm 2022, với kim ngạch xuất nhập khẩu tăng vọt lên tầm cao mới, Trung Quốc vẫn là quốc gia xuất khẩu lớn nhất và là quốc gia nhập khẩu lớn thứ hai trên thế giới. Nhờ sự phát triển của thói quen mua sắm trực tuyến và những tiến bộ trong đổi mới hậu cần, TMĐT XBG đã mở rộng sự hiện diện của mình trong bối cảnh thương mại đối ngoại của Trung Quốc. Để thúc đẩy sự phát triển của TMĐT XBG, Trung Quốc đã mở 165 khu thí điểm toàn diện cho TMĐT XBG. Các doanh nghiệp đặt tại các khu thí điểm này được hỗ trợ thông qua khấu trừ thuế khi xuất khẩu.

Trong những năm qua, số lượng các công ty TMĐT XBG tại Trung Quốc đã tăng đáng kể, phần lớn là các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Tính đến cuối tháng 8 năm 2023, tổng số công ty TMĐT XBG đã đạt hơn 61 nghìn. Tổng giá trị hàng hóa do thương mại trực tuyến quốc tế tạo ra chiếm một phần đáng kể trong tổng giá trị thương mại quốc tế tại Trung Quốc. Được thúc đẩy bởi sự phát triển của hậu cần và thanh toán kỹ thuật số, nhiều công ty thương mại điện tử Trung Quốc đã thiết lập các chiến lược để tiếp cận nhiều thị trường nước ngoài hơn. Aliexpress và Shein đã nhanh chóng mở rộng phạm vi tiếp cận toàn cầu của mình, trở thành nhà bán lẻ xuyên biên giới được người mua sắm trực tuyến yêu thích.

Các giao dịch doanh nghiệp với doanh nghiệp (B2B) luôn chiếm tỷ trọng đáng kể trong giá trị xuất khẩu của thương mại điện tử xuyên biên giới. Tuy nhiên, các giao dịch doanh nghiệp với người tiêu dùng (B2C) đã liên tục giành được thị phần. Để cải thiện sự hài lòng của khách hàng, hơn một nửa số người bán hàng Trung Quốc giao hàng trực tiếp từ một trung tâm phân phối ở nước ngoài (còn được gọi là kho hàng ở nước ngoài) để rút ngắn thời gian giao hàng và giảm chi phí vận chuyển.

Theo He Yadong, trong 5 năm qua, quy mô thương mại điện tử xuyên biên giới của Trung Quốc đã tăng hơn 10 lần. Trong quý I năm 2024, TMĐT XBG của Trung Quốc là 577,6 tỷ nhân dân tệ (79,76 tỷ USD), tăng 9,6% so với cùng kỳ năm trước, trong đó xuất khẩu là 448 tỷ nhân dân tệ, tăng 14% so với cùng kỳ năm trước [216].

Thống kê sơ bộ cho thấy cả nước có hơn 120.000 đơn vị TMĐT XBG, ít nhất 1.000 khu công nghiệp TMĐT XBG và hơn 2.500 kho bãi ở nước ngoài với tổng diện tích hơn 30 triệu mét vuông, trong đó có hơn 1.800 kho bãi ở nước ngoài tập trung phục vụ TMĐT XBG với tổng diện tích hơn 22 triệu mét vuông.

Thương mại điện tử xuyên biên giới là yếu tố tích cực trong sự phát triển của thương mại đối ngoại của Trung Quốc và là xu hướng quan trọng trong sự tăng trưởng của thương mại quốc tế. Tốc độ phát triển của thương mại điện tử xuyên biên giới, kho bãi ở nước ngoài và các cơ sở hạ tầng thương mại đối ngoại mới khác nhau, tiềm năng tăng trưởng lớn và tác động thúc đẩy mạnh mẽ.

Bộ Thương mại Trung Quốc cho biết sẽ thúc đẩy phát triển công nghiệp, dựa vào 165 khu thí điểm toàn diện về TMĐT XBG của Trung Quốc, kết hợp với tiềm lực công nghiệp và lợi thế vị trí của nhiều địa điểm, để thúc đẩy nhiều doanh nghiệp trong vành đai công nghiệp sử dụng thương mại điện tử xuyên biên giới để tham gia vào thương mại quốc tế.

Để có được những thành công về TMĐT XBG như vậy, vai trò của chính phủ Trung Quốc trong việc tạo môi trường hoạt động thuận lợi cho các chủ thể TMĐT XBG. Dưới đây là một số kinh nghiệm chính mà Trung Quốc đã áp dụng trong việc quản lý TMĐT nói chung và TMĐT XBG nói riêng:

Một là, hoàn thiện khung pháp lý

Trung Quốc đã ban hành Luật Thương mại Điện tử vào năm 2018, quy định rõ ràng các trách nhiệm và quyền lợi của các bên tham gia vào hoạt động thương mại điện tử, bao gồm các nhà cung cấp dịch vụ, người bán, và người tiêu dùng. Luật này bao gồm nhiều lĩnh vực độc đáo đối với ngành thương mại điện

tử, chẳng hạn như liệu việc gửi các chương trình khuyến mại được cá nhân hóa dựa trên sở thích và sở thích của người tiêu dùng có hợp pháp hay không. Luật này cũng giải quyết các mối quan tâm riêng biệt về kỹ thuật số, chẳng hạn như cấm các bày bán hàng kết hợp, định nghĩa xếp hạng trả phí là quảng cáo và định nghĩa và hình sự hóa các vụ lừa đảo “đánh cắp thông tin”.

Ngoài ra, Trung Quốc còn xây dựng các quy định về bảo vệ dữ liệu và quyền riêng tư như Luật An ninh mạng và các quy định liên quan khác. Các quy định này nhằm thắt chặt tình trạng bảo mật thông tin của các bên liên quan.

Hai là, xây dựng các chính sách hỗ trợ, bao gồm:

Khu vực thí điểm TMĐT XBG: Trung Quốc đã thiết lập nhiều khu vực thí điểm TMĐT XBG: Ở các thành phố lớn như Hàng Châu, Thượng Hải, và Thiên Tân. Các khu vực này được hưởng nhiều chính sách ưu đãi về thuế và hải quan.

Giảm thuế nhập khẩu: Chính phủ đã giảm thuế nhập khẩu đối với nhiều mặt hàng thông qua TMĐT XBG, giúp thúc đẩy tiêu dùng và giảm giá thành sản phẩm cho người tiêu dùng.

Chính sách hoàn tiền: Yêu cầu các nền tảng thương mại điện tử phải có chính sách hoàn tiền minh bạch, bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng.

Đường dây nóng và dịch vụ khách hàng: Cung cấp các kênh hỗ trợ khách hàng hiệu quả, giúp giải quyết các tranh chấp và khiếu nại.

Hỗ trợ doanh nghiệp về tài chính và hạ tầng: Chính phủ cung cấp các gói hỗ trợ tài chính cho các doanh nghiệp TMĐT XBG, bao gồm các khoản vay ưu đãi và các quỹ đầu tư. Đồng thời, đầu tư vào hạ tầng logistics và kho bãi, giúp các doanh nghiệp giảm chi phí và thời gian vận chuyển.

Xây dựng, thực hiện các chính sách về thanh toán trong TMĐT XBG: Bộ Thương mại và Ngân hàng Nhân dân Trung Quốc ra thông báo về việc tiếp tục hỗ trợ các doanh nghiệp trong lĩnh vực kinh tế và thương mại đối ngoại mở rộng phạm vi sử dụng đồng nhân dân tệ, thúc đẩy tạo thuận lợi cho

thương mại và đầu tư. Theo đó, các hoạt động thương mại xuyên biên giới sẽ được tạo thuận lợi trong việc thanh toán bằng đồng nhân dân tệ, ngân hàng sẽ cung cấp dịch vụ thanh toán thuận tiện và hiệu quả hơn, khuyến khích ngân hàng cho vay vốn bằng nhân dân tệ tại nước ngoài để đáp ứng nhu cầu huy động vốn, đầu tư xuyên biên giới của doanh nghiệp.

Cơ quan chức năng Trung Quốc cũng khuyến khích việc thanh toán bằng nhân dân tệ cho thương mại hàng hóa, thương mại dịch vụ và các loại hình thương mại mới, hỗ trợ định giá hàng hóa bằng nhân dân tệ, hỗ trợ nhà đầu tư nước ngoài đến Trung Quốc đầu tư và tái đầu tư trong nước bằng nhân dân tệ; tăng cường hỗ trợ doanh nghiệp vừa, nhỏ và siêu nhỏ trong các hoạt động thương mại, đầu tư xuyên biên giới, nhằm tránh rủi ro về tỷ giá, giảm chi phí đổi ngoại tệ.

Theo ông Tuyên Xương Năng - Phó Thống đốc Bộ Thương mại và Ngân hàng Nhân dân Trung Quốc, hiện nay gần một nửa số giao dịch xuyên biên giới của các chủ thể ở Trung Quốc đã sử dụng đồng nhân dân tệ để thanh toán, việc hoàn thiện nền tảng thể chế, xây dựng cơ sở hạ tầng cho các giao dịch nhân dân tệ xuyên biên giới, sẽ tạo ra môi trường thuận tiện cho hoạt động của các chủ thể thị trường trong và ngoài nước [217].

Xây dựng, thực hiện chính sách về thuế trong TMDT XBG:

Để tạo thuận lợi cho thương mại điện tử xuyên biên giới, Bộ Tài chính, Tổng cục Hải quan và Tổng cục Thuế quốc gia Trung Quốc mới đây ban hành quy định mới, cho phép thực hiện mức thuế bằng 0 cho hàng hóa nhập cảnh do bị hoàn trả trong các hoạt động thương mại điện tử xuyên biên giới.

Theo đó, các hàng hóa thương mại điện tử bị hoàn trả, sẽ không phải chịu thuế nhập khẩu, thuế giá trị gia tăng và thuế tiêu dùng; các khoản thuế xuất khẩu nộp tại thời điểm xuất khẩu cũng được phép hoàn lại.

Theo đánh giá của doanh nghiệp, xuất khẩu hàng hóa qua thương mại điện tử có thể đối mặt với vấn đề ách tắc trong vận chuyển hay đổi, trả hàng, do vậy nhu cầu nhập về hàng hóa đã xuất khẩu là khá lớn.

Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng: Yêu cầu các nền tảng thương mại điện tử cung cấp chính sách hoàn tiền và bảo hành minh bạch, giúp bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng; Cung cấp các kênh hỗ trợ khách hàng hiệu quả, bao gồm đường dây nóng, chat trực tuyến, và email.

Khuyến khích đổi mới và khởi nghiệp: Cung cấp các chính sách hỗ trợ tài chính, như quỹ đầu tư và các khoản vay ưu đãi, cùng với các ưu đãi thuế cho các doanh nghiệp thương mại điện tử khởi nghiệp; Thành lập các trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp và vườn ươm doanh nghiệp để thúc đẩy sự phát triển của các công ty thương mại điện tử mới.

Ba là, ký kết các hiệp định thương mại song phương và đa phương.

Những chính sách tạo thuận lợi của cơ quan chức năng Trung Quốc, góp phần hoàn thiện cơ chế TMĐT xuyên biên giới, khơi thông mạng lưới logistics quốc tế, mở rộng kênh thương mại điện tử giàu tiềm năng, giúp các chủ thể thị trường nước này hiện thực hóa việc mua bán, giao dịch với cả thế giới.

Bốn là, phát triển cơ sở hạ tầng.

Đầu tư mạnh mẽ vào cơ sở hạ tầng mạng lưới, bao gồm mạng 5G, trung tâm dữ liệu, và các dịch vụ đám mây. Phát triển mạnh mẽ các dịch vụ thanh toán điện tử và ví điện tử, như Alipay và WeChat Pay, tạo điều kiện thuận lợi cho các giao dịch trực tuyến.

Ngoài ra, sáng kiến “vành đai và con đường” của Trung Quốc đã tạo điều kiện thuận lợi cho thương mại xuyên biên giới bằng cách cải thiện cơ sở hạ tầng và kết nối với các nước láng giềng ở Châu Á. Kết quả là, Châu Á nói chung đã nổi lên như một nhân tố chủ chốt trong thương mại điện tử xuyên biên giới, với các nền tảng như AliExpress và Shein mở rộng sự hiện diện của họ trên khắp khu vực và khai thác các thị trường mới. Quỹ đạo tăng trưởng

này dự kiến sẽ tiếp tục khi số hóa và toàn cầu hóa thúc đẩy sự hội nhập sâu hơn nữa của TMĐT XBG trong Châu Á và xa hơn nữa.

Theo báo cáo của Reuters, Shein và Temu cùng nhau gửi gần 600.000 gói hàng mỗi ngày đến Hoa Kỳ, làm tăng chi phí vận chuyển hàng không từ các trung tâm châu Á như Quảng Châu và Hồng Kông. Sự gia tăng về khối lượng này xóa bỏ các mùa thấp điểm và gây ra tình trạng thiếu hụt năng lực. Basile Ricard, giám đốc hoạt động tại Trung Quốc Đại lục tại công ty giao nhận vận tải Bollore Logistics SDSC.CI, nhấn mạnh rằng các công ty thương mại điện tử khổng lồ của Trung Quốc như Shein và Temu là những người có ảnh hưởng chính đến vận chuyển hàng không. Dữ liệu của Cargo Facts Consulting cho thấy Temu vận chuyển khoảng 4.000 tấn mỗi ngày, trong khi Shein vận chuyển 5.000 tấn.

Năm là, thiết lập cơ chế giám sát và quản lý.

Trung Quốc đã thiết lập các cơ quan chuyên trách để giám sát và quản lý các hoạt động TMĐT XBG như Bộ Công nghiệp và Công nghệ Thông tin, Ủy ban Phát triển và Cải cách Quốc gia, Bộ Thương mại, Tổng cục Hải quan,...

Sử dụng trí tuệ nhân tạo (AI) và big data để giám sát các giao dịch TMĐT XBG, phát hiện và ngăn chặn các hoạt động gian lận. Đồng thời, tích hợp các dữ liệu về vận chuyển, thanh toán và hải quan để quản lý và kiểm soát các giao dịch TMĐT XBG. Một ví dụ điển hình là hệ thống "eWTP" (Electronic World Trade Platform) do Alibaba phát triển, đã được triển khai tại các khu vực thí điểm TMĐT XBG. Hệ thống này giúp giảm thời gian thông quan và cải thiện hiệu quả quản lý hải quan.

Những biện pháp và kinh nghiệm này đã giúp Trung Quốc trở thành một trong những thị trường thương mại điện tử lớn nhất và phát triển nhanh nhất thế giới, đồng thời đảm bảo môi trường kinh doanh minh bạch và an toàn cho tất cả các bên tham gia.

Trung Quốc đã đạt được nhiều thành tựu trong quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới. Các biện pháp và chính sách của chính phủ không chỉ tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển của lĩnh vực này mà còn bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng và doanh nghiệp. Tuy nhiên, vẫn còn nhiều thách thức cần được giải quyết để tiếp tục thúc đẩy sự phát triển bền vững của thương mại điện tử xuyên biên giới.

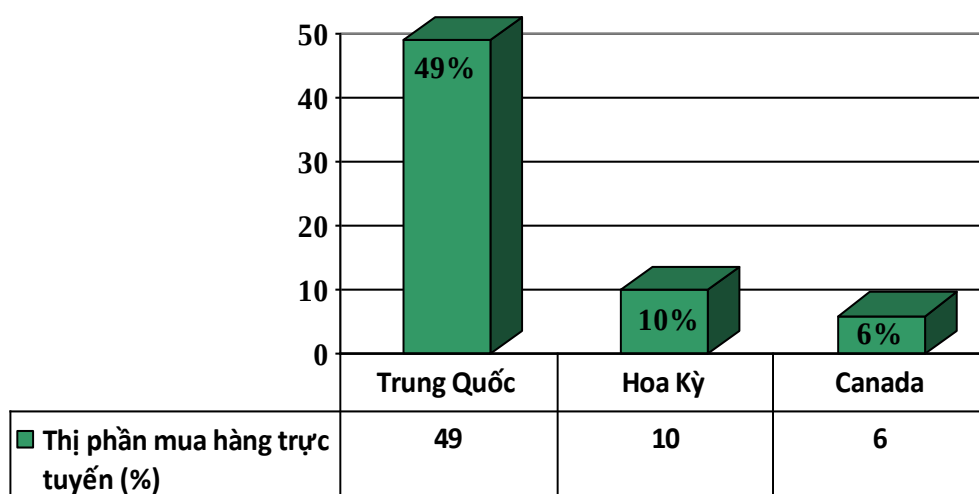
2.3.2. Kinh nghiệm của Hoa Kỳ về quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới

Doanh số thương mại điện tử của Hoa Kỳ đạt mức kỷ lục 599 tỷ USD vào năm 2021 [156], trở thành thị trường thương mại điện tử lớn thứ hai sau Trung Quốc. Thị trường đã tăng trưởng 11% vào năm 2021, tạo ra dấu ấn chiếm 15% tốc độ tăng trưởng toàn cầu. Tuy nhiên TMĐT Hoa Kỳ lại có tốc độ tăng trưởng chậm hơn so với mức trung bình toàn cầu trong giai đoạn 2021-2025, tăng trưởng 5%, thấp hơn mức trung bình 6% của tốc độ toàn cầu.

Những công ty lớn nhất tại Hoa Kỳ là Amazon.com với doanh thu gần 126 tỷ đô la vào năm 2021, tiếp theo là Walmart.com và apple.com với doanh thu lần lượt là gần 47 tỷ đô la và gần 26 tỷ đô la. Statista dự đoán mức tăng trưởng 5% trong bốn năm tới cho đến năm 2025, so với mức tăng trưởng 11% theo năm trong giai đoạn 2020-2021 là đã bị chững lại [135].

Thống kê tới tháng 1 năm 2021, Trung Quốc là quốc gia nước ngoài phổ biến nhất đối với người mua sắm trực tuyến tại Hoa Kỳ. Quốc gia này chiếm khoảng một nửa tổng số giao dịch TMĐT mua hàng xuyên biên giới được thực hiện từ Hoa Kỳ. Vương quốc Anh đứng thứ hai với 10% thị phần, trong khi Canada chiếm khoảng 6% ngành thương mại điện tử xuyên biên giới [191].

Hình 2.1: Thị phần các quốc gia dẫn đầu về mua hàng trực tuyến xuyên biên giới tại Hoa Kỳ năm 2021



(Nguồn: <https://www.Statista.com/statistics/1283776>)

Để có được những thành tựu như vậy, vai trò của chính phủ Hoa Kỳ là trung tâm để định hướng và phát triển. Nhất là khi chính quyền Hoa Kỳ thay đổi người đứng đầu, đã có nhiều chính sách thay đổi và cập nhật. Một số các kinh nghiệm có thể kể đến như:

Một là, cải cách luật “de minimis” để kiểm soát nhập khẩu nhỏ lẻ: Cắt giảm ngưỡng miễn thuế “de minimis” từ Trung Quốc: Tháng 5/2025, tổng thống Trump ký sắc lệnh giảm mức thuế áp vào các lô hàng nhỏ có giá trị nhỏ hơn 800 USD từ Trung Quốc, từ 120 % xuống 54 % (bưu phẩm) và 30 % (vận chuyển thương mại) – áp thuế ít nhất 30 % hoặc 25 USD mỗi kiện. Mục tiêu của việc này là khắc phục việc lách luật qua các lô hàng nhỏ, đồng thời ngăn chặn vận chuyển hàng cấm và hạn chế nạn buôn lậu ma túy qua bưu kiện. Việc này cũng giúp giảm mạnh lượng hàng thời trang rẻ, hàng giả, và cải thiện minh bạch cho chuỗi xuất nhập khẩu xuyên biên giới [192].

Hai là, quyết liệt triển khai, quản lý, giám sát tại nội địa: Hải quan Mỹ (CBP) hiện đang triển khai hệ thống Automated Targeting System để tăng khả năng kiểm soát trước khi hàng về đến Mỹ. Phối hợp với Dịch vụ Bưu chính Hoa Kỳ (USPS) để thu thuế và áp dụng quy định nhập khẩu chặt chẽ với bưu phẩm từ Trung Quốc sau 4/2/2025. Đồng thời, cấm đường biên vận chuyển

ma túy, hàng cấm, và kiểm soát nghiêm các lô hàng nhỏ – CBP được trao quyền tạm giữ mọi hàng hóa gian lận, vi phạm pháp luật [181].

Ba là, chiến lược tổng thể của Cục Hải quan và Bảo vệ Biên giới Hoa Kỳ (CBP) với thương mại điện tử: CBP đã ban hành “E-Commerce Strategic Plan” (cập nhật tháng 7/2023), nhằm: Phối hợp với các bên (doanh nghiệp, chính phủ nước ngoài) để đánh giá và xác định mục tiêu kiểm soát; Giáo dục cộng đồng nhập khẩu mới về tuân thủ luật hải quan; Tăng cường khả năng xử lý vi phạm, tận dụng dữ liệu và hệ thống thu thuế.

Bốn là, tăng cường bảo mật chuỗi cung ứng quốc tế: Chương trình C-TPAT (Customs–Trade Partnership Against Terrorism) do CBP thực hiện: Khuyến khích các doanh nghiệp chứng minh và minh bạch chuỗi cung ứng để được hưởng ưu tiên giao thông – áp dụng cho bưu kiện, container, hàng không, đường bộ. Hưởng lợi chung với các chương trình như Canada PIP, EU AEO... cho phép nhận diện đối tác tin cậy, rút ngắn thời gian kiểm tra, tăng cường an toàn.

Năm là, khai thác hệ thống dữ liệu thương mại toàn cầu: Global Trade Exchange (GTX) do DHS triển khai từ năm 2007: Xây dựng bộ dữ liệu lớn (COTS) thu thập thông tin từ shipper, hải quan... nhằm phân tích và cảnh báo sớm rủi ro an ninh thương mại xuyên quốc gia.

Cuối cùng, hợp tác xuyên vùng, quốc tế: Chương trình Smart Border (2001, Mỹ – Canada): Thiết lập tiền kiểm, luồng xanh cho hàng hóa, chia sẻ dữ liệu hải quan – giúp giảm ùn tắc, nâng cao hiệu quả kiểm tra thương mại xuyên biên giới. Mở rộng mô hình chia sẻ an ninh và tạo thuận lợi thương mại giữa Mỹ và Canada.

2.3.3. Kinh nghiệm của EU về quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới

Tại Châu Âu, TMĐT XBG cũng đóng vai trò quan trọng trong thị trường toàn cầu. Khu vực này đã trải qua sự tăng trưởng ngoạn mục về tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) trong giai đoạn dự báo từ năm 2022 đến năm

2029. Sự tăng trưởng này là do nhiều yếu tố như khuôn khổ pháp lý thuận lợi, số hóa ngày càng tăng và sở thích của người tiêu dùng đang thay đổi. Với thị trường Châu Âu đang chuẩn bị mở rộng đáng kể, các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực hậu cần TMĐT XBG đang sẵn sàng tận dụng các cơ hội do thị trường đang phát triển này mang lại.

Thương mại điện tử xuyên biên giới tại EU thời gian qua phát triển mạnh mẽ, đóng góp quan trọng vào nền kinh tế khu vực. Theo báo cáo của Ủy ban châu Âu, tổng giá trị giao dịch TMĐT XBG tại EU đạt 146 tỷ EUR vào năm 2020, chiếm 23% tổng doanh số bán lẻ trực tuyến [173].

a) Khung pháp lý và chính sách:

Một là, quy định về dịch vụ kỹ thuật số (Digital Services Act - DSA): Từ ngày 17 tháng 2 năm 2024 Luật Dịch vụ kỹ thuật số của EU đã được thi hành toàn diện. Luật này áp dụng cho tất cả các công ty trên thế giới cung cấp dịch vụ kỹ thuật số cho EU, bất kể vị trí đặt trụ sở của họ. Quy định này nhằm tạo ra một môi trường kỹ thuật số an toàn và minh bạch, bảo vệ người tiêu dùng và thúc đẩy sự đổi mới.

Hai là, quy định về thị trường kỹ thuật số (Digital Markets Act - DMA): Luật Thị trường kỹ thuật số là luật được thi hành vào năm 2023 nhằm mục đích đảm bảo công bằng trên thị trường kỹ thuật số của Liên minh Châu Âu (EU). Khi các doanh nghiệp mở rộng hoạt động kinh doanh trong khu vực EU cần phải biết và chuẩn bị, từ những biện pháp cần thiết đến những kiến thức cần nắm rõ. Theo đánh giá của Ủy ban Bảo vệ Người tiêu dùng và Thị trường Nội bộ, Đạo luật sẽ thiết lập các nguyên tắc cơ bản để nâng cao tính cạnh tranh, thiết lập các tiêu chuẩn về cách thức hoạt động của nền kinh số, tạo ra sự đổi mới và nhiều sự lựa chọn cho người tiêu dùng trên môi trường Internet. Từ phía các doanh nghiệp, Đạo luật sẽ chấm dứt sự thống trị ngày càng gia tăng của các công ty công nghệ khổng lồ, đồng thời, tạo ra cơ hội cạnh tranh lành mạnh cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Như vậy, Bộ luật này vừa nhằm đảm bảo sự cạnh tranh công bằng và ngăn chặn các hành vi lạm dụng vị thế thị trường của các nền tảng lớn.

b) Chính sách hỗ trợ:

Quy định eIDAS (Dịch vụ định danh, xác thực và ủy thác điện tử) được xây dựng theo quy định 910/2014 của EU, thay thế chỉ thị eSignature 1999/93/EC bắt đầu từ ngày 30 tháng 06 năm 2016.

Quy định mới này đã được soạn thảo để giám sát các dịch vụ định danh và ủy thác điện tử đối với các giao dịch tại thị trường nội địa của Liên minh châu Âu. eIDAS kiểm tra các hoạt động xác thực, dấu chữ ký, dịch vụ chuyển phát bảo đảm và nhãn thời gian để điều chỉnh chữ ký điện tử, giao dịch và quy trình nhúng cho các giao dịch giữa các dịch vụ công hoặc tư nhân. eIDAS củng cố quy trình ký tài liệu bằng cách tạo môi trường cực kỳ thuận tiện và bảo mật cao. Quy định eIDAS tạo ra khung pháp lý cho việc nhận dạng điện tử và các dịch vụ tin cậy, hỗ trợ TMDT XBG bằng cách tạo điều kiện thuận lợi cho các giao dịch xuyên biên giới.

Chính sách thuế giá trị gia tăng (VAT): Hội đồng châu Âu đã ban hành Chỉ thị 2017/2455 (vào tháng 12 năm 2017) và Chỉ thị 2019/1995 (vào tháng 11 năm 2019) thông qua quy tắc đánh thuế GTGT đối với các giao dịch điện tử. Chỉ thị quy định từ 01/07/2021, sẽ chính thức áp dụng thuế GTGT đối với các giao dịch điện tử theo phương thức từ nhà cung ứng ngoài EU đến khách hàng. Theo đó, việc miễn thuế GTGT đối với việc nhập khẩu hàng hóa có giá trị không vượt quá 22 EUR sẽ bị xóa bỏ. Điều chỉnh này góp phần kiểm soát cũng như hạn chế việc trốn thuế của các doanh nghiệp và cá nhân kinh doanh loại hình này, nhiều quốc gia, khu vực đang xem xét, ban hành nhiều chính sách, quy định về thực thi nghĩa vụ thuế đối với các nền tảng trực tuyến.

Chính sách bảo vệ người tiêu dùng: Chính sách cho phép người tiêu dùng có quyền rút lại hợp đồng mua bán trực tuyến trong vòng 14 ngày mà không cần lý do, giúp bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Đồng thời chính sách hoàn tiền và bảo hành thì quy định các nhà bán lẻ phải cung cấp chính sách hoàn tiền và bảo hành minh bạch cho khách hàng.

Chính sách hỗ trợ doanh nghiệp: Các chương trình hỗ trợ tài chính và kỹ thuật giúp các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa khi

tham gia vào TMĐT XBG. Ngoài ra, các quy định giúp đơn giản hóa các thủ tục hành chính liên quan đến TMĐT XBG cũng hỗ trợ các doanh nghiệp dễ dàng hơn trong việc kinh doanh xuyên biên giới.

c) Cơ chế giám sát và quản lý:

Cơ quan quản lý: các cơ quan quản lý được phân bổ quyền hạn và chịu trách nhiệm giám sát và quản lý rõ ràng như: Ủy Ban Châu Âu chịu trách nhiệm xây dựng và triển khai các chính sách TMĐT XBG, giám sát việc tuân thủ các quy định và pháp luật. Các cơ quan quản lý quốc gia tại từng nước thành viên có trách nhiệm giám sát và thực thi các quy định TMĐT XBG trong phạm vi quốc gia.

Công nghệ giám sát: Sử dụng công nghệ số để giám sát các giao dịch TMĐT XBG, phát hiện và ngăn chặn các hoạt động gian lận thông qua hệ thống giám sát. Đồng thời cơ chế chia sẻ dữ liệu liên Chính phủ giúp hợp tác và chia sẻ dữ liệu giữa các cơ quan quản lý của các nước thành viên để tăng cường hiệu quả quản lý.

Hệ thống EU VAT OSS (One Stop Shop) giúp các doanh nghiệp đăng ký và nộp thuế VAT cho tất cả các nước thành viên thông qua một cổng thông tin duy nhất, giảm bớt gánh nặng hành chính và tăng cường tuân thủ thuế.

Ngoài ra, EU thành lập Hệ thống IOSS (Import One-Stop Shop) để thông quan hàng hóa với những giao dịch thương mại điện tử có giá trị từ 150 EUR trở xuống. Điều này sẽ cho phép người bán hoặc thị trường trực tuyến tính thuế GTGT tại điểm bán hàng và chuyển trực tiếp cho các cơ quan chức năng.

EU đã đạt được nhiều thành tựu trong quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới. Các biện pháp và chính sách của EU không chỉ tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển của lĩnh vực này mà còn bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng và doanh nghiệp.

2.3.4. Bài học rút ra cho Việt Nam về quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới

Một là, xây dựng hệ sinh thái thương mại điện tử xuyên biên giới:

Việt Nam có lợi thế về đường biên giới nối liền với Trung Quốc – đây là một thị trường xuất khẩu lớn và đường biển thuận lợi để giao thương quốc tế. Chính vì vậy, Chính phủ có thể cân nhắc xây dựng các kho bãi, khu xí nghiệp phục vụ cho thương mại điện tử xuyên biên giới tại các vị trí hợp lý. Hoặc kết nối thuê lại các kho chứa quốc tế để thuận lợi cho doanh nghiệp Việt Nam.

Đồng thời, là cầu nối để xây dựng một hệ thống đồng bộ từ khâu đầu vào, quá trình vận chuyển đến khâu đầu ra của hoạt động này. Các doanh nghiệp tham gia vào hệ sinh thái này sẽ có được những chính sách hỗ trợ tích cực từ các điều kiện môi trường và đồng thời cam kết những giá trị phục vụ cho xã hội. Điều này không chỉ giúp thương mại điện tử xuyên biên giới phát triển thuận lợi mà Chính phủ cũng dễ dàng quản lý, kiểm soát hơn.

Hai là, tạo công cụ quản lý dữ liệu trong việc thúc đẩy thương mại XBG:

Yếu tố cốt lõi tạo nên thành công của thương mại điện tử xuyên biên giới là luồng dữ liệu liên mạch qua các biên giới quốc tế. Dữ liệu điện tử chính xác và kịp thời đóng vai trò then chốt trong việc cho phép thông quan suôn sẻ và tạo điều kiện cho các hoạt động hậu cần hiệu quả. Bằng cách hợp lý hóa các quy trình quản lý dữ liệu và đảm bảo tuân thủ các yêu cầu theo quy định, ứng dụng công nghệ AI để trao quyền cho các doanh nghiệp mở rộng phạm vi tiếp cận của mình vào các thị trường mới một cách tự tin.

Ba là, xây dựng môi trường thể chế riêng cho TMĐT XBG:

Các quy định gần đây về TMĐT XBG khác nhau tùy theo quốc gia và khu vực, nhưng có một số xu hướng và diễn biến chung đã xuất hiện để ứng phó với sự phát triển nhanh chóng của thương mại trực tuyến. Một số quy định gần đây đáng chú ý về thương mại điện tử xuyên biên giới bao gồm:

Quy định về hải quan và nhập khẩu: Nhiều quốc gia đã thực hiện hoặc cập nhật các quy định về hải quan và nhập khẩu để quản lý dòng hàng hóa qua biên giới. Các quy định này thường bao gồm các yêu cầu về khai báo hàng hóa chính xác, chứng từ hợp lệ và thanh toán thuế và phí. Ví dụ, các quốc gia có thể có ngưỡng cụ thể đối với hàng nhập khẩu miễn thuế hoặc yêu

cầu một số sản phẩm nhất định phải đáp ứng các tiêu chuẩn về an toàn và chất lượng trước khi có thể bán.

Quy định về thuế: Chính sách thuế và thuế quan đối với thương mại điện tử xuyên biên giới đã trở thành trọng tâm của những thay đổi về quy định tại nhiều khu vực pháp lý. Các chính phủ ngày càng tìm cách đảm bảo rằng các nhà bán lẻ trực tuyến trả phần thuế và nghĩa vụ công bằng của họ, đặc biệt là đối với hàng hóa nhập khẩu từ nước ngoài. Điều này có thể bao gồm việc triển khai các cơ chế thu thuế mới, sửa đổi luật thuế hiện hành hoặc tham gia vào các thỏa thuận quốc tế để hợp lý hóa việc tuân thủ thuế xuyên biên giới.

Quy định bảo vệ người tiêu dùng: Khi thương mại điện tử xuyên biên giới tiếp tục phát triển, các cơ quan quản lý đang chú ý nhiều hơn đến các vấn đề bảo vệ người tiêu dùng như an toàn sản phẩm, yêu cầu về nhãn mác và cơ chế giải quyết tranh chấp. Nhiều quốc gia đã ban hành hoặc tăng cường luật bảo vệ người tiêu dùng để đảm bảo người mua sắm trực tuyến được bảo vệ đầy đủ khi mua hàng từ người bán ở nước ngoài. Điều này bao gồm các yêu cầu về mô tả sản phẩm rõ ràng và chính xác, giá cả minh bạch và dễ dàng tiếp cận dịch vụ hỗ trợ khách hàng.

Quyền riêng tư và bảo mật dữ liệu: Với sự gia tăng của luồng dữ liệu cá nhân và giao dịch qua biên giới, các cơ quan quản lý cũng đang tập trung vào các vấn đề về quyền riêng tư và bảo mật dữ liệu trong thương mại điện tử xuyên biên giới. Điều này bao gồm các quy định quản lý việc thu thập, lưu trữ và chuyển dữ liệu cá nhân, cũng như các yêu cầu về các biện pháp an ninh mạng để bảo vệ thông tin nhạy cảm khỏi việc truy cập hoặc sử dụng trái phép.

Yêu cầu về tuân thủ và chứng nhận: Một số quốc gia yêu cầu người bán thương mại điện tử xuyên biên giới phải có chứng nhận hoặc giấy phép cụ thể trước khi họ có thể bán một số loại sản phẩm nhất định hoặc hoạt động trong một số ngành nhất định. Điều này có thể bao gồm việc chứng minh sự tuân thủ các tiêu chuẩn của ngành, trải qua các quy trình thử nghiệm và chứng nhận sản phẩm hoặc xin phê duyệt từ các cơ quan quản lý.

Bốn là, cân nhắc việc xây dựng các khu thử nghiệm hải quan và ưu đãi thuế với các biên giới đường bộ:

Việc xây dựng các khu thí điểm toàn diện giống như Trung Quốc đã thiết lập “pilot zones” từ 2015 như Hangzhou, Ningbo, với hàng loạt chính sách ưu đãi thuế, giấy tờ, logistics nhằm hỗ trợ DN vừa và nhỏ. Đây là các khu vực địa lý được chỉ định để thử nghiệm các chính sách, quy định, hoặc mô hình kinh doanh mới trước khi áp dụng chúng trên phạm vi rộng hơn. Mục đích của “pilot zones” là đánh giá hiệu quả, rủi ro và điều chỉnh các chính sách sao cho phù hợp trước khi triển khai trên quy mô lớn hơn. Như EU, việc áp dụng ngưỡng “de minimis” như EUR 22 (trước 2021), giờ đã bỏ mức này với đơn hàng nhỏ cũng nhờ có các khu thử nghiệm này.

Năm là, xây dựng hệ thống một cửa và phối hợp liên ngành hiệu quả:

Cơ chế một cửa là khái niệm tạo thuận lợi cho thương mại, cho phép các thương nhân và doanh nghiệp nộp thông tin và tài liệu chuẩn hóa thông qua một điểm nhập cảnh duy nhất để đáp ứng mọi yêu cầu pháp lý liên quan đến nhập khẩu, xuất khẩu và quá cảnh. Nó đơn giản hóa và hợp lý hóa các tương tác với các cơ quan chính phủ, do đó cải thiện hiệu quả và giảm chi phí cũng như sự chậm trễ trong thương mại xuyên biên giới. Trung tâm tạo thuận lợi thương mại và kinh doanh điện tử của Liên hợp quốc (UN) cũng đã đưa ra khuyến nghị số 33 vào năm 2025 về xây hệ thống cơ chế một cửa giúp trao đổi dữ liệu hải quan với các cơ quan khác một cách thống nhất.

Hay như Trung Quốc triển khai mô hình “sáu chế độ và hai nền tảng”: hải quan, thuế, ngoại hối, ngân hàng, cải cách logistics được tích hợp trên nền tảng số chung. Với mô hình trên, Trung Quốc đã cách mạng hóa lĩnh vực quản lý công của thương mại điện tử xuyên biên giới. Điều này giúp giải quyết nhiều vấn đề liên quan đến thuế, thủ tục hải quan và hậu cần. Phân tích luật pháp Trung Quốc và các quy định địa phương minh họa rằng Trung Quốc đã xây dựng một loại khu kinh tế mới tích hợp các doanh nghiệp vừa và nhỏ vào thị trường thương mại toàn cầu.

Cuối cùng, quan tâm đến quản lý dữ liệu và bảo mật:

Trung Quốc ưu tiên quyền kiểm soát dữ liệu nội địa nên đã đưa ra các biện pháp hạn chế dữ liệu có thể giảm đáng kể sức xuất khẩu TMĐT của Trung Quốc, nhất là với sản phẩm công nghệ cao. Đây là do Trung Quốc áp dụng phương pháp tiếp cận tập trung vào an ninh, ưu tiên chủ quyền dữ liệu, đảm bảo sự bảo mật và an toàn thông tin cho khách hàng và doanh nghiệp.

Tiểu kết chương 2:

Chương 2 của luận án đã hệ thống hóa và làm rõ cơ sở lý luận về thương mại điện tử xuyên biên giới và quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới. Trên cơ sở phân tích các khái niệm, đặc điểm, mô hình hoạt động và vai trò của TMĐT XBG, luận án khẳng định đây là lĩnh vực có tính toàn cầu, phụ thuộc mạnh vào nền tảng công nghệ số và đặt ra nhiều yêu cầu mới đối với hoạt động quản lý nhà nước.

Bên cạnh đó, luận án đã làm rõ khái niệm, đặc trưng, chức năng và nội dung quản lý nhà nước đối với TMĐT XBG, bao gồm: xây dựng chiến lược và hoàn thiện pháp luật; tổ chức thực hiện chính sách; kiểm tra, giám sát và xử lý vi phạm. Đồng thời, các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả quản lý nhà nước như môi trường thể chế, hạ tầng số và nguồn nhân lực cũng được phân tích trên cơ sở các lý thuyết hiện đại về quản trị và kinh tế số.

Ngoài ra, chương 2 đã xây dựng hệ thống tiêu chí đánh giá quản lý nhà nước đối với TMĐT XBG và nghiên cứu kinh nghiệm của một số quốc gia, khu vực nhằm rút ra bài học cho Việt Nam trong quá trình hoàn thiện thể chế và hoàn thiện quản lý.

Những nội dung lý luận được trình bày trong chương này là cơ sở khoa học và khung phân tích quan trọng để luận án nghiên cứu, đánh giá thực trạng và đề xuất giải pháp hoàn thiện quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới tại Việt Nam trong các chương tiếp theo.

CHƯƠNG 3

THỰC TRẠNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ XUYÊN BIÊN GIỚI

3.1. Khái quát tình hình thương mại điện tử xuyên biên giới ở Việt Nam hiện nay

3.1.1. Khái quát tình hình hoạt động cung cấp nền tảng số ở Việt Nam

Theo báo cáo Bộ Công thương, năm 2024, quy mô thị trường TMĐT đã đạt 25 tỷ USD, tăng 20% so với năm 2023, chiếm khoảng 9% tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng cả nước, tỷ lệ dân số tham gia TMĐT từ đạt trên 60%, với giá trị mua sắm trung bình khoảng 400 USD/người/năm. Theo đó, tỷ trọng về TMĐT chiếm 2/3 giá trị của nền kinh tế số Việt Nam. TMĐT, kinh tế số Việt Nam tiếp tục tăng trưởng hai con số vững chắc, thuộc Top 10 quốc gia có tốc độ tăng trưởng TMĐT hàng đầu thế giới, tạo động lực phát triển kinh tế số và dẫn dắt chuyển đổi số trong doanh nghiệp [202].

Số lượng website và ứng dụng di động TMĐT bán hàng được Bộ Công thương xác nhận đã tăng từ 3.470 nền tảng vào năm 2014 lên 53.949 nền tảng vào năm 2024 (tăng khoảng 15,6 lần trong 10 năm). Đáng chú ý, số lượng website và ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT như các sàn giao dịch, nền tảng trung gian đã tăng từ 39 nền tảng lên 1.048 nền tảng, với tốc độ tăng trưởng vượt bậc lên tới 26,9 lần trong cùng giai đoạn [202]. Mua sắm trực tuyến đã trở thành kênh bán hàng phổ biến không chỉ tại những thành phố lớn như Hà Nội, Hồ Chí Minh mà ở nhiều tỉnh thành trong cả nước. Báo cáo của công ty tư vấn thương mại điện tử YouNet ECI, tổng giao dịch trên 4 sàn đa ngành lớn nhất gồm Shopee, Lazada, TikTok Shop và Tiki năm 2024 đạt 13,8 tỷ USD, tăng kỷ lục 40% so với 2023.

a) Lĩnh vực bán lẻ trực tuyến:

Theo báo cáo Chỉ số TMĐT Việt Nam 2020 của Hiệp hội TMĐT Việt Nam trong năm 2019 đến năm 2022, lượt truy cập website tại Việt Nam Shoppe luôn dẫn đầu với trung bình 38 triệu lượt/tháng đến 84,52 triệu lượt/tháng.

Bảng 3.1: Lượt truy cập website, sàn TMĐT năm 2019, năm 2022 tại Việt Nam
Đơn vị: triệu lượt/tháng

	Năm 2019	Năm 2022
Shoppe	38	84,52
Lazada	27	16,97
Sendo	27,2	3,24
Thegioididong	28	54,03
Tiki	24,5	15,07

(Nguồn: Báo cáo chỉ số TMĐT Việt Nam 2020 của Hiệp hội TMĐT Việt Nam, iPrice insights, Statista)

b) Lĩnh vực bán buôn trực tuyến:

Quy mô giao dịch mua bán trực tuyến giữa các doanh nghiệp (B2B) cao hơn nhiều so với bán lẻ trực tuyến giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng (B2C) nhưng số lượng sàn TMĐT B2B ra đời ít hơn. Từ đầu những năm 2010 khi TMĐT bắt đầu hình thành ở Việt Nam, một số tổ chức và doanh nhân đã tiên phong xây dựng các sàn TMĐT B2B, bao gồm: Gophatdat.com, Vnemart.com.vn, Ecvn.com, Telio.vn.

3.1.2. Khái quát tình hình hoạt động thương mại điện tử xuyên biên giới ở Việt Nam

Theo báo cáo "Kinh tế số Đông Nam Á năm 2024" do Google - Temasek công bố, năm 2024, quy mô nền kinh tế Internet Việt Nam đạt 36 tỉ USD, tăng 16% so với năm 2023 [124]. TMĐT bán lẻ tiếp tục là trụ cột với 22 tỉ USD, tăng 18% và chiếm 61% tổng quy mô nền kinh tế Internet. Thị trường thương mại điện tử và kinh tế số Việt Nam tiếp tục phát triển mạnh mẽ hơn và trở thành một trong những động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế.

Do đó, để thực hiện thành công chủ trương phát triển nền kinh tế số, song song với thúc đẩy các sàn thương mại điện tử trong nước, việc tận dụng các sàn TMĐT xuyên biên giới để bán hàng là tất yếu. Nhất là trong thời đại cách mạng công nghiệp 4.0 hiện nay, việc bán hàng ra nước ngoài dễ dàng hơn, lại tiết kiệm nhiều thời gian và chi phí hơn so trước đây.

Theo Amazon Global Selling Việt Nam (2022): Doanh thu bán lẻ hàng hóa xuyên biên giới (B2C) của Việt Nam ước tính tăng trưởng hơn 20% mỗi năm, đạt 75,4 nghìn tỷ đồng (3,3 tỷ USD) trong năm 2021 và dự kiến sẽ đạt 256,1 nghìn tỷ đồng (11,1 tỷ USD) vào năm 2026. Cũng theo báo cáo, nếu coi “thương mại điện tử B2C” như là một ngành hàng xuất khẩu thì đây sẽ là ngành xuất khẩu thế mạnh đứng thứ 5 tại Việt Nam trong vòng năm năm tới [1].

a) Các nền tảng trực tuyến kinh doanh hàng hóa xuyên biên giới cũng chính đồng thời là các nền tảng kinh doanh hàng hóa tại Việt Nam:

Người tiêu dùng tham gia mua hàng nước ngoài thông qua các sàn giao dịch TMĐT tại Việt Nam: Tiki, Lazada, Shoppe,... và NTD sử dụng các sàn giao dịch TMĐT nước ngoài như: Amazon, Alibaba, Ebay, Walmart, Target, Bestbuy, Costco, Etsy, IKEA,... để mua hàng hóa có xuất xứ nước ngoài.

Ngoài ra, doanh nghiệp, cá nhân còn sử dụng các mạng xã hội, các nền tảng mạng xã hội xuyên biên giới như: Facebook, Youtube, Twitter, Instagram, Tiktok để thực hiện mua bán hàng hóa xuyên biên giới giữa hai bên dưới các hình thức không ký kết hợp đồng mua bán, gây khó kiểm soát cho các cơ quan chức năng.

Ở chiều ngược lại, các cá nhân, tổ chức ở nước ngoài cũng thông qua các nền tảng kể trên để mua sắm hàng hóa của tổ chức, cá nhân ở Việt Nam.

b) Hoạt động cung cấp dịch vụ trực tuyến ở Việt Nam gồm 6 hoạt động chính là:

- (i) Nền tảng kinh doanh dịch vụ du lịch trực tiếp;
- (ii) Nền tảng kinh doanh dịch vụ gọi xe trực tuyến;

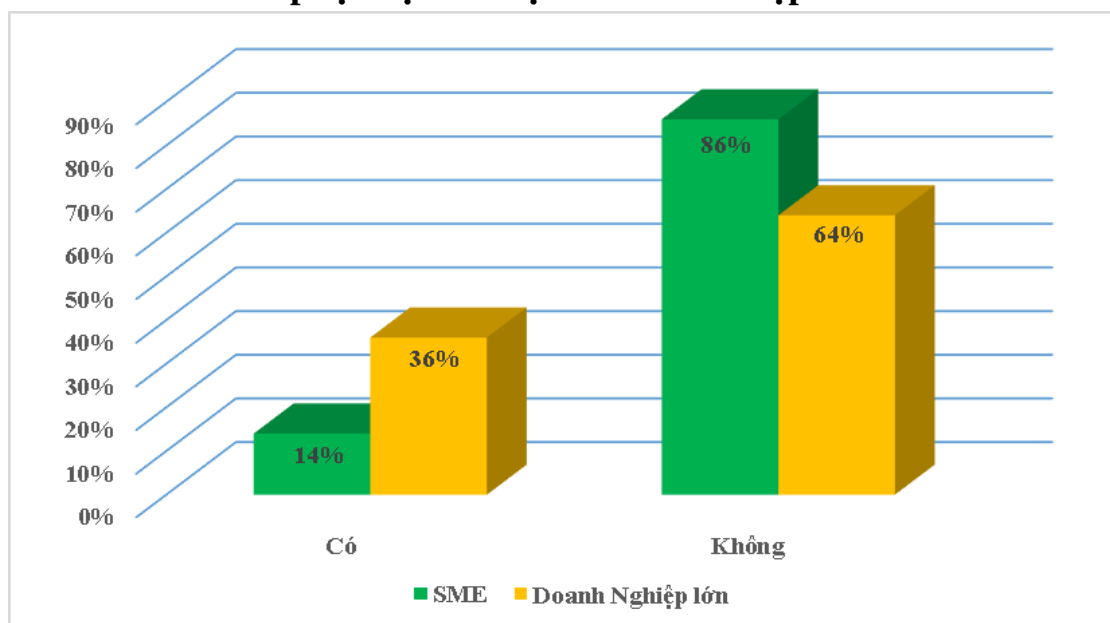
- (iii) Nền tảng kinh doanh dịch vụ thanh toán trực tuyến;
- (iv) Nền tảng kinh doanh dịch vụ nội dung số;
- (v) Nền tảng kinh doanh dịch vụ logistic;
- (vi) Một số nền tảng trực tuyến kinh doanh dịch vụ khác như y tế, giáo dục, tư vấn bất động sản,...

Nhà cung cấp dịch vụ trực tuyến ở nước ngoài cho tổ chức, cá nhân ở Việt Nam như: dịch vụ xem phim (Netflix, HBO max, Disney +); dịch vụ nghe nhạc (Spotify, Apple music); dịch vụ đặt phòng trực tuyến (Airbnb, Agoda, Booking, Luxstay),... những nhà cung cấp này thường không có trụ sở ở Việt Nam nên khó quản lý, theo dõi, giám sát.

Một số sản phẩm như sách điện tử, video, phần mềm, ứng dụng, sản phẩm thiết kế đồ họa, audio,... do tổ chức, cá nhân Việt Nam xây dựng và cung cấp ra nước ngoài trên các nền tảng số nước ngoài và nhận doanh thu từ các sản phẩm dịch vụ này cũng như các quảng cáo chạy trên các sản phẩm số và ngược lại. Các bên liên hệ, trao đổi thông qua nhiều nền tảng như mạng xã hội, thư điện tử, thiết bị viễn thông,... Ngoài ra, các doanh nghiệp, cá nhân hai bên còn sử dụng các mạng xã hội trên thế giới như Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, Tiktok và Pinterest để thực hiện hoạt động cung cấp dịch vụ xuyên biên giới là các sản phẩm dịch vụ nội dung số như: dịch vụ xem phim trực tuyến, trò chơi, clip giải trí, phần mềm,...

Theo khảo sát trong Báo cáo chỉ số TMĐT Việt Nam 2023 của Hiệp hội TMĐT Việt Nam, năm 2022 có 17% doanh nghiệp có sử dụng website/ ứng dụng TMĐT để phục vụ cho mục đích xuất nhập khẩu, tỷ lệ này không thay đổi nhiều so với năm 2021 [46]. Nhóm doanh nghiệp lớn cao hơn gấp đôi so với nhóm doanh nghiệp vừa và nhỏ trong việc có sử dụng website/ ứng dụng TMĐT phục vụ cho mục đích xuất nhập khẩu.

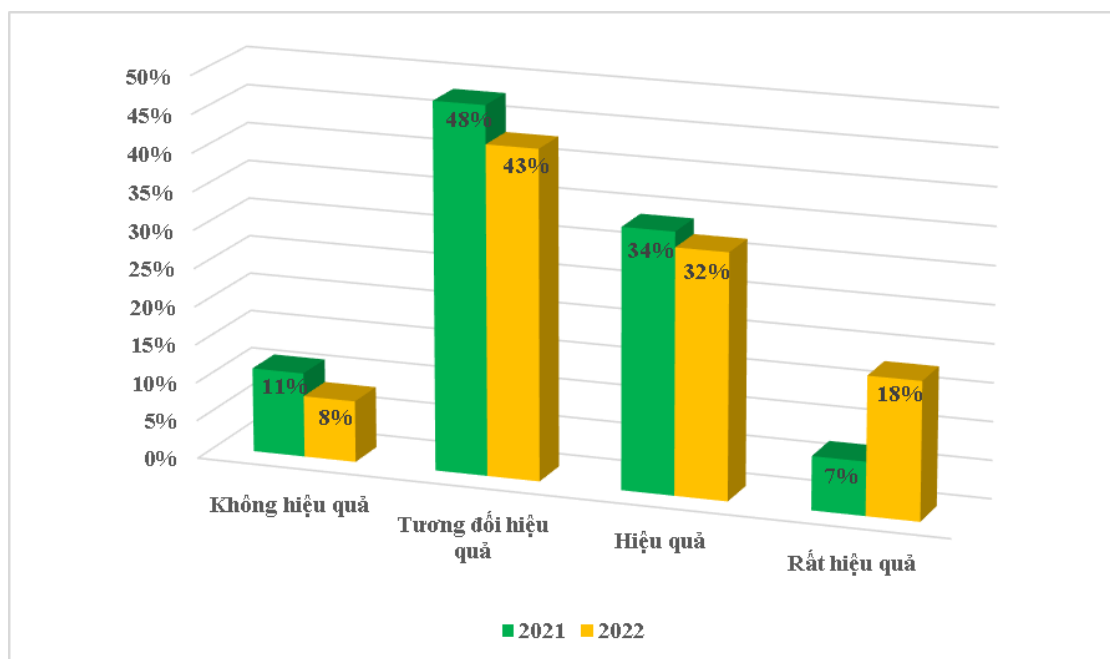
Hình 3.1: Tỷ lệ doanh nghiệp có sử dụng website/ ứng dụng TMĐT phục vụ cho mục đích xuất nhập khẩu



(Nguồn: Báo cáo chỉ số TMĐT Việt Nam 2023 của Hiệp hội TMĐT Việt Nam)

Đa phần doanh nghiệp đều đánh giá việc sử dụng website/ ứng dụng TMĐT đem lại hiệu quả tương đối tốt và rất hiệu quả.

Hình 3.2: Hiệu quả ứng dụng TMĐT trong hoạt động xuất khẩu qua các năm



(Nguồn: Báo cáo chỉ số TMĐT Việt Nam 2023 của Hiệp hội TMĐT Việt Nam)

Thương mại điện tử xuyên biên giới ở Việt Nam đã và đang phát triển mạnh mẽ, đóng góp quan trọng vào sự phát triển kinh tế của đất nước. Theo báo cáo của Bộ Công Thương Việt Nam, năm 2021, tổng doanh thu thương mại điện tử của Việt Nam đạt khoảng 13 tỷ USD, tăng 18% so với năm 2020. Trong đó, TMĐT XBG chiếm tỷ trọng ngày càng cao, đặc biệt là các giao dịch nhập khẩu từ các thị trường lớn như Trung Quốc, Mỹ, và EU.

Theo VECOM (2021), TMĐT XBG đã trở thành một phần quan trọng trong nền kinh tế số của Việt Nam. Năm 2021, TMĐT XBG chiếm khoảng 25% tổng doanh thu thương mại điện tử, tương đương 3,25 tỷ USD. Các sản phẩm nhập khẩu chủ yếu bao gồm điện tử, thời trang, mỹ phẩm, và đồ gia dụng. Trung Quốc, Mỹ, và EU là những nguồn cung chính cho các sản phẩm này [44].

Việt Nam là một thị trường đặc biệt với 72,1 triệu người sử dụng internet, đạt tỷ lệ 73,2% dân số, đứng thứ 12 về lượng người dùng internet trên toàn cầu (tính đến tháng 9/2022). Việt Nam cũng đang ở thời kỳ dân số vàng với một lực lượng lao động trẻ năng động, có nhiều tiềm năng trong việc tiếp thu kiến thức, công nghệ và kỹ năng mới. Hơn nữa, hai năm diễn ra đại dịch Covid-19 cũng khiến người dân thay đổi thói quen mua sắm, chuyển từ mua trực tiếp sang trực tuyến.

Theo sách trắng thương mại điện tử Việt Nam năm 2022, số lượng người dùng mua sắm trực tuyến năm 2022 đạt 57 - 60 triệu người (chiếm 74,8% những người sử dụng internet) trong đó giá trị mua sắm trực tuyến của một người Việt Nam vào khoảng 260 - 285 USD (tương đương 6,1 - 6,6 triệu đồng) [5].

Nghiên cứu của Nielsen Việt Nam năm 2021 cho thấy, khoảng 55% người dùng internet tại Việt Nam đã từng mua sắm trực tuyến, và trong số đó, một tỷ lệ lớn đã tham gia vào các giao dịch TMĐT XBG. Hành vi mua sắm của người tiêu dùng đang chuyển dịch từ các cửa hàng truyền thống sang các nền tảng trực tuyến, đặc biệt là các website thương mại điện tử quốc tế như Amazon, eBay, và Alibaba [63].

Alibaba thông qua nền tảng Lazada, đã trở thành một trong những nhà cung cấp TMĐT XBG hàng đầu tại Việt Nam. Lazada cung cấp một nền tảng

mua sắm trực tuyến với nhiều sản phẩm nhập khẩu từ các quốc gia khác nhau, đặc biệt là Trung Quốc. Lazada cũng áp dụng nhiều công nghệ tiên tiến như AI và Big Data để tối ưu hóa trải nghiệm người dùng và tăng cường hiệu quả kinh doanh (Lazada, 2021) [127].

TikTok Shop năm 2024 phát triển vô cùng mạnh mẽ, với việc kết hợp giữa yếu tố mạng xã hội và mua sắm trực tuyến, TikTok Shop đã thu hút hàng triệu người dùng nhờ trải nghiệm mua sắm qua livestream, tạo ra một làn sóng mới trong cách tiêu dùng [144].

Hợp tác chiến lược giữa các sàn TMĐT và công ty logistics cũng đã tạo ra những dịch vụ giao hàng nhanh, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng. Như dịch vụ giao hàng trong ngày hoặc trong vòng 2 giờ của Tiki hay Shopee đã trở thành tiêu chuẩn cho các giao dịch trực tuyến tại các đô thị lớn [199].

Việt Nam đã đạt được những tiến bộ đáng kể trong việc phát triển hạ tầng công nghệ thông tin và truyền thông (ICT). Với mạng lưới viễn thông và internet tốc độ cao đã phủ sóng hầu hết các khu vực, tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển của TMĐT XBG.

Hệ thống thanh toán điện tử tại Việt Nam đã có bước tiến lớn trong những năm qua. Các ví điện tử như MoMo, ZaloPay, ViettelPay và các ứng dụng ngân hàng số ngày càng phổ biến, mang lại sự tiện lợi và an toàn cho người dùng. Theo báo cáo, tỷ lệ thanh toán không dùng tiền mặt trong TMĐT tăng đáng kể, đặc biệt tại các đô thị lớn [199]. Theo thống kê của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, đến cuối năm 2021, có khoảng 80% giao dịch TMĐT XBG được thanh toán qua các phương thức điện tử, giúp giảm thiểu rủi ro và tăng tính tiện lợi cho người tiêu dùng [66].

3.2. Phân tích thực trạng quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới ở Việt Nam

Thực tế, các doanh nghiệp Việt đã nhận thức rõ sự quan trọng của thương mại điện tử xuyên biên giới và nắm bắt khá nhanh nhạy với xu hướng này. Minh chứng rõ nét, năm 2022, số lượng doanh nghiệp và nhà bán hàng Việt Nam tham gia nền tảng Amazon lên đến hơn 80%, trong khi năm 2021,

con số này chỉ là 15% [202]. Cũng trên nền tảng này, trong năm 2022, đã có gần 10 triệu sản phẩm "made in Vietnam" được bán ra trên toàn cầu, tập trung nhiều nhất ở các mặt hàng: chăm sóc sức khỏe, trang trí nhà cửa, đồ gia dụng.

Ngoài Amazon, sàn thương mại điện tử Alibaba.com cũng ghi nhận sự góp mặt của khoảng 2.000 doanh nghiệp Việt Nam với các mặt hàng như: nông sản, thực phẩm chế biến - đóng gói, hàng tiêu dùng, thủ công mỹ nghệ, may mặc... .

Các doanh nghiệp Việt khi tham gia vào thị trường thương mại điện tử xuyên biên giới ngoài việc tăng doanh thu, còn có thêm một kênh xuất khẩu, phân phối hiệu quả, từ đó, giới thiệu được các sản phẩm “made in Việt Nam” ra thị trường quốc tế, khẳng định thương hiệu quốc gia.

Phát biểu của Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính: “*Việc thúc đẩy thương mại điện tử xuyên biên giới cũng phù hợp tinh thần xây dựng nền kinh tế Việt Nam độc lập, tự chủ, gắn với hội nhập quốc tế*”.

3.2.1. Xây dựng chiến lược phát triển và ban hành các văn bản pháp luật về thương mại điện tử xuyên biên giới

Bốn chiến lược quốc gia đóng vai trò là xương sống trong phát triển thương mại điện tử nói chung và TMĐT XBG nói riêng ở Việt Nam là:

(1) Quyết định số 645/2020/QĐ-TTg: Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021 – 2025. Trong đó thể hiện rõ 5 mục tiêu tổng quát về phát triển TMĐT giai đoạn 2021 -2025 như sau:

Một là, hỗ trợ, thúc đẩy việc ứng dụng rộng rãi thương mại điện tử trong doanh nghiệp và cộng đồng;

Hai là, thu hẹp khoảng cách giữa các thành phố lớn và các địa phương về mức độ phát triển thương mại điện tử;

Ba là, xây dựng thị trường thương mại điện tử lành mạnh, có tính cạnh tranh và phát triển bền vững;

Bốn là, mở rộng thị trường tiêu thụ cho hàng hóa Việt Nam trong và ngoài nước thông qua ứng dụng thương mại điện tử; đẩy mạnh giao dịch thương mại điện tử xuyên biên giới;

Năm là, trở thành quốc gia có thị trường thương mại điện tử phát triển thuộc nhóm 3 nước dẫn đầu khu vực Đông Nam Á.

Theo đó, Quyết định cũng nêu rõ 6 nhóm giải pháp phát triển TMĐT giai đoạn 2021-2025 là:

Thứ nhất, hoàn thiện cơ chế, chính sách nhằm đáp ứng nhu cầu phát triển thương mại điện tử trong bối cảnh CMCN 4.0;

Thứ hai, nâng cao năng lực quản lý và tổ chức hoạt động thương mại điện tử, đấu tranh chống các hành vi gian lận thương mại, xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ và cạnh tranh không lành mạnh trong thương mại điện tử;

Thứ ba, các giải pháp xây dựng thị trường và nâng cao lòng tin người tiêu dùng trong thương mại điện tử;

Thứ tư, tăng cường năng lực các hệ thống hạ tầng và dịch vụ hỗ trợ cho thương mại điện tử;

Thứ năm, đẩy mạnh ứng dụng thương mại điện tử hỗ trợ các ngành hàng xuất khẩu chủ lực, mở rộng tiêu thụ cho hàng hóa nội địa và thúc đẩy phát triển thương mại điện tử tại các địa phương;

Thứ sáu, phát triển và ứng dụng các công nghệ mới trong thương mại điện tử, hỗ trợ quá trình chuyển đổi số của doanh nghiệp.

Theo đó, kế hoạch hướng tới mục tiêu hỗ trợ, thúc đẩy ứng dụng rộng rãi TMĐT trong doanh nghiệp và cộng đồng. Đồng thời thu hẹp khoảng cách giữa các thành phố lớn với các địa phương về mức độ phát triển TMĐT.

Đồng thời, xây dựng thị trường TMĐT lành mạnh, có tính cạnh tranh và phát triển bền vững. Kế hoạch cũng nhằm mở rộng thị trường tiêu thụ cho hàng hóa Việt Nam trong và ngoài nước thông qua ứng dụng TMĐT, đẩy mạnh giao dịch TMĐT xuyên biên giới.

Kế hoạch cũng nêu rõ các mục tiêu cụ thể cần đạt được vào năm 2025 cả về quy mô thị trường TMĐT, hạ tầng các dịch vụ phụ trợ cho TMĐT, tương quan phát triển TMĐT giữa các vùng kinh tế, ứng dụng TMĐT trong doanh nghiệp cũng như về phát triển nguồn nhân lực TMĐT.

Về quy mô thị trường TMĐT, kế hoạch đặt mục tiêu vào năm 2025, 55% dân số tham gia mua sắm trực tuyến với giá trị mua hàng hóa và dịch vụ trực tuyến đạt trung bình 600 USD/người/năm.

Cùng với đó, doanh số TMĐT B2C (tính cho cả hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng trực tuyến) tăng 25%/năm, đạt 35 tỷ USD, chiếm 10% so với tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng cả nước.

Đối với hạ tầng các dịch vụ phục vụ cho TMĐT, theo kế hoạch, đến năm 2025, thanh toán không dùng tiền mặt trong TMĐT sẽ đạt 50%, trong đó thanh toán thực hiện qua các tổ chức cung ứng dịch vụ trung gian thanh toán chiếm 80%. Chi phí trung bình cho chuyển phát và hoàn tất đơn hàng chặng cuối chiếm 10% giá thành sản phẩm trong TMĐT.

Cũng vào năm 2025, 70% các giao dịch mua hàng trên website/ ứng dụng TMĐT có hóa đơn điện tử; xây dựng và đưa vào vận hành cơ dữ liệu dùng chung về TMĐT.

Về tương quan phát triển TMĐT giữa các vùng kinh tế, kế hoạch mới được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt đặt mục tiêu: Đến năm 2025, các địa phương ngoài Hà Nội và TP.HCM chiếm 50% giá trị giao dịch TMĐT B2C của toàn quốc; 50% số xã và các đơn vị hành chính tương đương trên cả nước có thương nhân thực hiện hoạt động bán hàng hóa hoặc cung ứng dịch vụ trực tuyến.

Bên cạnh đó, kế hoạch còn đề ra nhiều mục tiêu cụ thể khác như: 80% website TMĐT có tích hợp chức năng đặt hàng trực tuyến; 70% các đơn vị cung ứng dịch vụ điện, nước, viễn thông và truyền thông triển khai hợp đồng điện tử với người tiêu dùng; 50% cơ sở giáo dục đại học và giáo dục nghề nghiệp triển khai đào tạo về TMĐT...

(2) Quyết định số 749/QĐ-TTg: Phê duyệt “*Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030*”.

Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt “*Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030*” là một trong những văn bản nền tảng định hướng quá

trình phát triển kinh tế số và xã hội số tại Việt Nam. Mặc dù không phải là văn bản chuyên ngành riêng về thương mại điện tử xuyên biên giới (TMĐT XBG), nhưng nội dung của quyết định này có tác động sâu rộng và trực tiếp đến sự hình thành, mở rộng và nâng cao hiệu quả quản lý hoạt động TMĐT XBG tại Việt Nam.

Thứ nhất, Quyết định số 749/QĐ-TTg tạo nền tảng phát triển hạ tầng số phục vụ TMĐT XBG. Văn bản xác định phát triển hạ tầng viễn thông, Internet băng rộng, điện toán đám mây, dữ liệu số và các nền tảng số quốc gia là nhiệm vụ trọng tâm của quá trình chuyển đổi số. Đây là điều kiện cơ bản giúp doanh nghiệp Việt Nam kết nối với các nền tảng thương mại điện tử toàn cầu, mở rộng giao dịch quốc tế và nâng cao khả năng tham gia chuỗi giá trị số xuyên biên giới. Hạ tầng số đồng bộ cũng giúp cơ quan quản lý nhà nước tăng cường khả năng giám sát giao dịch điện tử, quản lý dữ liệu và kiểm soát dòng tiền trong TMĐT XBG.

Thứ hai, chương trình thúc đẩy phát triển kinh tế số và doanh nghiệp số, qua đó mở rộng quy mô TMĐT XBG. Quyết định đặt mục tiêu kinh tế số chiếm tỷ trọng ngày càng cao trong GDP và khuyến khích doanh nghiệp ứng dụng công nghệ số trong hoạt động sản xuất, kinh doanh. Điều này tạo động lực để doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa, tham gia các sàn thương mại điện tử quốc tế như Amazon, Alibaba, Shopee quốc tế hoặc các nền tảng xuất khẩu trực tuyến khác. Nhờ đó, hoạt động xuất khẩu thông qua nền tảng số được mở rộng với chi phí thấp hơn và khả năng tiếp cận thị trường quốc tế cao hơn.

Thứ ba, Quyết định số 749/QĐ-TTg thúc đẩy thanh toán điện tử và phát triển dịch vụ số, tạo điều kiện thuận lợi cho TMĐT XBG. Việc phát triển thanh toán không dùng tiền mặt, định danh điện tử và các nền tảng tài chính số giúp giảm chi phí giao dịch, tăng tính minh bạch và nâng cao tốc độ xử lý thanh toán quốc tế. Đây là yếu tố quan trọng đối với TMĐT XBG, nơi các giao dịch cần được thực hiện nhanh chóng, an toàn và có khả năng xác thực điện tử.

Thứ tư, chương trình chuyển đổi số góp phần nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước đối với TMĐT XBG. Quyết định nhấn mạnh yêu cầu xây dựng Chính phủ số, phát triển cơ sở dữ liệu quốc gia và tăng cường kết nối, chia sẻ dữ liệu giữa các cơ quan quản lý. Điều này hỗ trợ đáng kể cho hoạt động quản lý thuế điện tử, hải quan điện tử, kiểm soát logistics và giám sát giao dịch xuyên biên giới. Đồng thời, việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data) và công nghệ số trong quản lý giúp cơ quan nhà nước nâng cao năng lực phát hiện gian lận thương mại, trốn thuế và vi phạm trên môi trường số.

Thứ năm, Quyết định số 749/QĐ-TTg thúc đẩy phát triển nguồn nhân lực số, tạo điều kiện nâng cao năng lực tham gia TMĐT XBG của doanh nghiệp và cơ quan quản lý nhà nước. Văn bản nhấn mạnh yêu cầu đào tạo kỹ năng số, phát triển nguồn nhân lực công nghệ thông tin và nâng cao năng lực quản trị số. Điều này góp phần giải quyết tình trạng thiếu hụt nguồn nhân lực chất lượng cao trong lĩnh vực thương mại điện tử và quản lý kinh tế số.

Tuy nhiên, bên cạnh những tác động tích cực, việc triển khai Quyết định số 749/QĐ-TTg cũng đặt ra nhiều yêu cầu mới đối với hệ thống pháp luật và quản lý nhà nước về TMĐT XBG. Sự phát triển nhanh của nền tảng số, dữ liệu xuyên biên giới và mô hình kinh doanh mới đòi hỏi Nhà nước phải tiếp tục hoàn thiện thể chế, nâng cao năng lực quản trị số và tăng cường phối hợp liên ngành nhằm bảo đảm môi trường TMĐT XBG phát triển an toàn, minh bạch và bền vững.

Nhìn chung, Quyết định số 749/QĐ-TTg có vai trò quan trọng trong việc tạo lập nền tảng hạ tầng, thể chế và môi trường số cho sự phát triển TMĐT XBG tại Việt Nam. Đây được xem là một trong những chính sách mang tính chiến lược, góp phần thúc đẩy hội nhập kinh tế số quốc tế và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh chuyển đổi số toàn cầu.

(3) Ngày 27/3/2020, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 431/QĐ-TTg phê duyệt *Đề án quản lý hoạt động thương mại điện tử đối với*

hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu. Đây là những tín hiệu tích cực của việc hoàn thiện thể chế, chính sách pháp luật và những hoạt động quản lý nhà nước về TMĐT XBG đáp ứng thực tiễn đa dạng, xu hướng tất yếu của hoạt động thương mại điện tử trong tương lai của Việt Nam.

Đối tượng áp dụng Đề án gồm các cơ quan quản lý nhà nước liên quan đến hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu được giao dịch qua thương mại điện tử; tổ chức, cá nhân thực hiện xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa được giao dịch qua thương mại điện tử; tổ chức cung cấp dịch vụ sàn giao dịch thương mại điện tử, chủ sở hữu website thương mại điện tử bán hàng; doanh nghiệp vận chuyển hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu được giao dịch qua thương mại điện tử; doanh nghiệp kinh doanh kho ngoại quan; đại lý làm thủ tục hải quan; các tổ chức, cá nhân khác có quyền và nghĩa vụ liên quan đến xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa giao dịch qua thương mại điện tử.

Đề án quản lý hoạt động TMĐT đối với hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu với mục tiêu xây dựng một hệ thống để tiếp nhận, xử lý thông tin liên quan đến hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu giao dịch TMĐT trên nền cơ chế một cửa quốc gia, cơ chế một cửa ASEAN, tạo điều kiện thuận lợi trong việc kiểm soát giao dịch, tăng tốc độ thông quan hàng hóa do có đầy đủ cơ sở dữ liệu. Cùng với đó, xây dựng chính sách liên quan đến hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa được giao dịch qua TMĐT như: Quy trình thủ tục hải quan, cách xác định trị giá hải quan, việc cấp phép, điều kiện, kiểm tra chuyên ngành, miễn cấp phép, miễn điều kiện, miễn kiểm tra chuyên ngành.

Ngoài những chiến lược phát triển chung của nền kinh tế quốc gia, việc Việt Nam gia nhập các hiệp định thương mại tự do (FTA) cũng trở thành căn cứ để Việt Nam xây dựng hệ thống pháp lý phù hợp cho TMĐT XBG. Trong số các hiệp định thương mại tự do (FTA) Việt Nam đã ký kết và tham gia, có 3 Hiệp định FTA thế hệ mới gồm: EVFTA, CPTPP và RCEP đều có những đàm phán và cam kết trong lĩnh vực này nhằm tạo thuận lợi và đẩy mạnh hoạt động TMĐT XBG giữa các quốc gia thành viên.

Tham gia vào sân chơi kinh tế số toàn cầu nói chung và thị trường TMĐT xuyên biên giới nói riêng là bài toán không ít thách thức và rào cản cần vượt qua. So sánh với các nền kinh tế khu vực châu Á-Thái Bình Dương (APEC) ta có thể thấy, các cơ chế hỗ trợ cho thương mại kỹ thuật số của Việt Nam chưa đầy đủ; nền tảng công nghệ số và nhân lực số còn yếu; sự đầu tư của các chủ doanh nghiệp về đào tạo, quản lý chuỗi cung ứng chưa thực sự thích đáng. Việc tham gia nhiều hiệp định FTA, một mặt mang lại các cơ hội xuất khẩu và thúc đẩy phân phối hơn nhưng mặt khác, tạo nên sức ép cạnh tranh trong bối cảnh nhiều quốc gia trong Hiệp định có cùng cơ cấu sản phẩm, nhưng năng lực cạnh tranh lại cao hơn.

Theo Gijae (2022), Việt Nam đang ở giai đoạn vàng để cắt cánh xuất khẩu online bởi những lợi thế sẵn có như: chính sách quốc gia hỗ trợ mạnh mẽ cho xuất khẩu, năng lực sản xuất dồi dào trong bối cảnh TMĐT bùng nổ mạnh mẽ. Để phát huy được lợi thế, đưa TMĐT XBG phát triển bền vững và cắt cánh, trước tiên, cần nâng cao hiệu quả hoạt động của các cơ quan QLNN nhằm kiểm soát chặt chẽ, đúng quy định pháp luật, tránh việc lợi dụng hoạt động TMĐT để trốn thuế, vi phạm các chính sách mặt hàng, sở hữu trí tuệ... Quản lý chặt chẽ hoạt động này giúp ứng phó hiệu quả với các thách thức, góp phần ổn định an ninh kinh tế, từ đó, bảo vệ vững chắc an ninh quốc gia [207].

(4) Quyết định số 493/QĐ-TTg ngày 19/4/2022 của Thủ tướng chính phủ phê duyệt Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa đến năm 2030.

Trần Thanh Hải (2024) khẳng định: *“thương mại điện tử sẽ là “tử khóa” xuyên suốt trong giai đoạn tới khi chúng ta nói về xuất nhập khẩu”* [197]. Điều này phù hợp với quan điểm xuyên suốt của Chiến lược phát triển xuất nhập khẩu của Việt Nam tới năm 2030 là phát triển xuất nhập khẩu bền vững. Phát triển xuất khẩu thông qua nền tảng trực tuyến và số hoá.

Chiến lược phát triển, mục tiêu đến năm 2030, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu hàng hóa từ 6-7%/năm và tăng trưởng nhập khẩu từ 5-6%/năm, còn cán cân thương mại lành mạnh, hợp lý.

Chiến lược cũng đặt ra mục tiêu phấn đấu thị trường EU đạt 17% kim ngạch xuất khẩu, còn thị trường truyền thống lớn nhất là châu Á đạt 50%, châu Mỹ đạt 32-22%... Ngoài ra, một mặt vẫn duy trì những mặt hàng xuất khẩu có lợi thế như: dệt may, da giày, tuy nhiên trong những mặt hàng đó phải thúc đẩy gia tăng giá trị.

Kế hoạch phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2026 - 2030 đặt nhiệm vụ tăng cường liên kết vùng, đẩy mạnh thương mại điện tử xuyên biên giới, tăng cường tiêu sản phẩm Việt Nam trong và ngoài nước thông qua thương mại điện tử...bên cạnh những mục tiêu về phát triển thương mại điện tử xanh, phát triển nguồn nhân lực thương mại điện tử.

Từ những định hướng phát triển quốc gia, sự quan tâm của Việt Nam về sự phát triển TMĐT XBG thể hiện qua những giá trị và tác động mà môi trường thể chế đem lại. Hiện nay, Việt Nam đang từng bước hoàn thiện khung pháp lý và hướng dẫn thực hiện cụ thể về lĩnh vực này, hướng tới sự thuận lợi cho các DN và hoạt động quản lý nhà nước về TMĐT XBG. Hệ thống pháp luật đang chuyển dịch từ các quy định hành chính rời rạc sang khung khổ pháp lý hợp nhất nhằm bao phủ toàn bộ chuỗi giá trị số.

Một số nhận định được rút ra như sau:

Sự hoàn thiện về định chế: Chính phủ đã ban hành Nghị định số 85/2021/NĐ-CP (sửa đổi Nghị định 52/2013/NĐ-CP), lần đầu tiên xác lập địa vị pháp lý và trách nhiệm của các thương nhân nước ngoài có hoạt động TMĐT tại Việt Nam. Thể hiện rõ kết quả bằng tỷ lệ doanh nghiệp có hoạt động xuất nhập khẩu qua TMĐT tăng từ 12% (năm 2021) lên 21% (năm 2024) theo Báo cáo chỉ số thương mại điện tử Việt Nam [46]. Tuy nhiên, tính đồng bộ còn hạn chế khi có tới 45% doanh nghiệp phản hồi rằng quy trình định danh hàng hóa và áp mã HS cho hàng nhỏ lẻ xuyên biên giới vẫn chưa có sự thống nhất giữa Luật Hải quan và Luật Giao dịch điện tử. Trong khi các mô hình kinh doanh mới như bán hàng qua mạng xã hội đóng góp khoảng 40% doanh thu TMĐT nhưng vẫn chưa có khung pháp lý riêng biệt về bảo vệ người tiêu dùng xuyên biên giới.

Tính tương thích quốc tế: Việt Nam là một trong những quốc gia có độ mở chính sách cao nhất khu vực thông qua việc nội luật hóa các FTA thế hệ mới. Việc ban hành Luật Giao dịch điện tử 2023 (có hiệu lực từ 01/7/2024) đã tiệm cận các chuẩn mực của Luật mẫu UNCITRAL về Thương mại điện tử. Các cam kết về không đánh thuế hải quan đối với truyền dẫn điện tử của CPTPP và EVFTA đã được thực thi nghiêm túc. Theo Google, Temasek & Bain (2024), tổng giá trị hàng hóa của kinh tế số Việt Nam đạt 36 tỷ USD, với tốc độ tăng trưởng kép là 16% [124]. Tương thích quốc tế giúp số lượng doanh nghiệp Việt Nam bán hàng trên Amazon tăng vọt: hơn 17 triệu sản phẩm của doanh nghiệp Việt được bán ra toàn cầu trong năm 2023, tăng 50% so với năm 2022 [1]. Sự tương thích pháp lý là yếu tố then chốt giúp Việt Nam tận dụng lợi thế chi phí thấp để tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu qua kênh TMĐT [216].

Tính dự báo và kịp thời: Chiến lược quốc gia có tầm nhìn dài hạn nhưng các văn bản hướng dẫn thực thi còn mang tính "phản ứng" trước các biến số thị trường. Quyết định số 645/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT quốc gia giai đoạn 2021-2025 đã đặt ra các chỉ tiêu dự báo cụ thể như 55% dân số tham gia mua sắm trực tuyến. Trước sự đổ bộ của các nền tảng xuyên biên giới như Temu, Shein, cơ quan quản lý đã nhanh chóng kích hoạt các quy định về đăng ký sàn TMĐT và siết chặt Nghị định 91/2020/NĐ-CP về chống tin nhắn rác/lừa đảo trong TMĐT. Trong khi Việt Nam đứng thứ 2 khu vực Đông Nam Á về tốc độ tăng trưởng TMĐT. Cũng theo Báo cáo của Access Partnership (2023), nếu Việt Nam kịp thời gỡ bỏ các rào cản về logistics và quy định thanh toán xuyên biên giới, doanh thu xuất khẩu qua TMĐT có thể đạt 12 tỷ USD vào năm 2027 [217]. Hiện tại, 60% quy định pháp luật về TMĐT vẫn phải điều chỉnh định kỳ dưới 2 năm/lần do sự thay đổi của công nghệ AI và Blockchain [218].

Một số nhận định từ kết quả khảo sát như sau:

Bảng 3.2: Đánh giá mức độ tác động của các yếu tố ảnh hưởng đến xây dựng chiến lược phát triển và ban hành các văn bản pháp luật về TMĐT XBG

	Không tác động	Ít tác động	Bình thường	Khá nhiều	Rất nhiều	Tỉ lệ (%)
Chiến lược, định hướng phát triển kinh tế của quốc gia	0	0	23.4	31.5	45.1	100.0
Chiến lược, định hướng phát triển lĩnh vực TMĐT	0	0	4.3	28.4	67.3	100.0
Tính cấp thiết xây dựng thể chế, chính sách cụ thể đối với hoạt động TMĐT XBG	0	0	0	32.1	67.9	100.0
Việt Nam ký kết các FTA đa phương, song phương	0	4.7	24.1	31.5	39.7	100.0
Cơ quan quản lý về TMĐT XBG cấp Trung ương	0	0	34.2	31.5	34.3	100.0
Cơ quan quản lý về TMĐT XBG cấp địa phương	0	0	12.7	25.8	61.5	100.0
Vai trò tham gia xây dựng chiến lược phát triển của các Hiệp hội doanh nghiệp	0	2.1	14.5	26.6	56.8	100.0
Lấy ý kiến đóng góp rộng rãi với tổ chức, cá nhân được quy định	0	0	0	47.3	52.7	100.0

(Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát)

Để hoạt động quản lý nhà nước về TMĐT XBG hiệu quả, việc xây dựng mục tiêu, chiến lược phát triển cụ thể là vô cùng quan trọng. Từ những mục tiêu, chiến lược phát triển này, chúng ta tiến hành xây dựng các văn bản quy định, hướng dẫn và đánh giá hoạt động TMĐT XBG đúng và phù hợp với mục tiêu. Trong quá trình đánh giá các yếu tố ảnh hưởng tới việc xây dựng mục tiêu, chiến lược phát triển của quốc gia về TMĐT XBG, có tới 67,9%

cho rằng cần thiết phải xây dựng thể chế, chính sách cụ thể đối với hoạt động TMĐT XBG. Hiện nay yếu tố môi trường thể chế ở Việt Nam còn chưa đồng bộ và phù hợp, chính vì vậy chưa đem lại những tác động tích cực cho các DN thực hiện.

Một trong những yếu tố chính tác động đến việc xây dựng chiến lược phát triển TMĐT XBG đó là chiến lược, định hướng phát triển lĩnh vực TMĐT nói chung, có tới 67,3% DN, NTD đánh giá yếu tố này ảnh hưởng nhiều. Bởi TMĐT XBG là một bộ phận của TMĐT nên việc Việt Nam đưa ra được 4 chiến lược quốc gia lớn về TMĐT đã phần nào tác động tích cực đến sự phát triển TMĐT XBG.

Ngoài ra, các yếu tố như vai trò của các cơ quan quản lý nhà nước ở địa phương về TMĐT XBG – đây là những cơ quan quản lý trực tiếp tới hoạt động của các DN; yếu tố vai trò của các hiệp định doanh nghiệp trong việc xây dựng, tư vấn về chiến lược phát triển cũng được đánh giá cần thiết trong quá trình xác định mục tiêu và xây dựng chiến lược phát triển TMĐT XBG hiện nay.

Trong quá trình khảo sát, tác giả có tập trung khảo sát đánh giá về mức độ quan trọng của các nội dung văn bản pháp luật. Điều này giúp đánh giá cơ bản tính cấp thiết trong việc hoàn thiện các văn bản quy định nào để phát triển TMĐT XBG hiện nay ở Việt Nam. Kết quả như sau:

Bảng 3.3: Kết quả đánh giá mức độ quan trọng của các nội dung văn bản pháp luật

	Không quan trọng	Ít quan trọng	Trung bình	Khá quan trọng	Rất quan trọng	Tỉ lệ (%)
Chính sách về thuế nhập khẩu, xuất khẩu trong TMĐT XBG	0	0	12.3	23.4	64.3	100.0
Chính sách về hỗ trợ DN có hoạt động TMĐT XBG	0	3.2	15.5	35.1	46.2	100.0

Chính sách về vận hành, điều kiện tham gia, xây dựng website/sàn giao dịch TMĐT XBG	0	2.2	21.3	54.7	21.8	100.0
Chính sách về hậu cần trong hoạt động TMĐT XBG	0	8.3	26.5	60.6	4.6	100.0
Chính sách về giải quyết tranh chấp trong TMĐT XBG	0	11.7	34.3	37.6	16.7	100.0
Chính sách về an toàn, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng	0	15.4	37.2	32.3	15.1	100.0
Chính sách về bảo mật thông tin	0	5.2	16.1	57.6	24.1	100.0
Chính sách về phát triển nhân lực	0	0	25.6	63.7	12.7	100.0

(Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát)

Nhìn vào kết quả khảo sát trên có thể thấy, các DN cho rằng chính sách về thuế nhập khẩu, xuất khẩu trong TMĐT XBG là rất cần thiết, có tới 64,3% đánh giá như vậy. Đồng thời, các chính sách khác như chính sách về hỗ trợ DN có hoạt động TMĐT XBG, chính sách về hậu cần trong hoạt động TMĐT XBG cũng là những yếu tố được đánh giá quan trọng và rất quan trọng. Như vậy, để phát triển TMĐT XBG, Chính phủ cần cân nhắc hoàn chỉnh các chính sách phù hợp, đảm bảo thuận lợi cho các DN hoạt động và thuận tiện, an toàn cho NTD trong quá trình giao dịch.

3.2.2. Tổ chức thực hiện các văn bản pháp luật về thương mại điện tử xuyên biên giới

3.2.2.1. Thực thi các chính sách chung về thương mại điện tử xuyên biên giới

Trong những năm gần đây, việc thực thi các chính sách phát triển thương mại điện tử xuyên biên giới (TMĐT XBG) tại Việt Nam đã có nhiều chuyển biến tích cực, thể hiện ở sự gắn kết giữa chiến lược chuyển đổi số quốc gia, chiến lược phát triển kinh tế số và các chương trình thúc đẩy xuất khẩu trực tuyến. Theo chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính, kế hoạch

tổng thể phát triển TMĐT quốc gia giai đoạn 2021–2025 phải được triển khai đồng bộ với chiến lược phát triển ngành công thương, xuất khẩu, logistics và các chương trình ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động của cơ quan nhà nước. Điều này cho thấy TMĐT XBG đang được tiếp cận như một cấu phần quan trọng của nền kinh tế số quốc gia.

Xét theo nhóm tiêu chí đánh giá tổ chức thực hiện pháp luật, có thể thấy tính minh bạch trong phân định chức năng quản lý nhà nước đối với TMĐT XBG từng bước được hoàn thiện. Bộ Công Thương là cơ quan chủ trì quản lý nhà nước về TMĐT, trong khi Bộ Tài chính, Tổng cục Thuế, Tổng cục Hải quan, Ngân hàng Nhà nước và Bộ Khoa học và Công nghệ tham gia quản lý các lĩnh vực liên quan như thuế điện tử, thanh toán số, logistics và hạ tầng công nghệ. Trong đó, Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số giữ vai trò trung tâm trong tham mưu và tổ chức thực thi chính sách phát triển TMĐT XBG.

Thực tế cho thấy nhiều chương trình hỗ trợ doanh nghiệp đã được triển khai tương đối đồng bộ. Điển hình, Nghị định số 80/2021/NĐ-CP quy định hỗ trợ tới 50% chi phí đăng ký tài khoản và duy trì gian hàng trên các sàn TMĐT quốc tế nhằm thúc đẩy doanh nghiệp nhỏ và vừa tham gia xuất khẩu trực tuyến. Bên cạnh đó, Cục TMĐT và Kinh tế số đã phối hợp với Amazon Global Selling triển khai nhiều chương trình đào tạo doanh nghiệp, hỗ trợ kết nối thị trường quốc tế và phát triển kỹ năng kinh doanh số. Hội nghị “Thương mại điện tử xuyên biên giới năm 2024 – Tinh hoa hàng Việt, cất cánh toàn cầu” cũng đánh dấu việc triển khai sáng kiến liên kết ngành nghề nhằm hỗ trợ khoảng 1.500 doanh nghiệp Việt Nam tham gia sâu hơn vào thị trường toàn cầu.

Theo dữ liệu từ Amazon Global Selling, số lượng sản phẩm của doanh nghiệp Việt Nam bán ra trên Amazon đã tăng khoảng 300% trong 5 năm qua; số doanh nghiệp có doanh thu trên 1 triệu USD/năm trên nền tảng này tăng gần 10 lần trong cùng giai đoạn. Điều này phản ánh hiệu quả bước đầu của

các chương trình hỗ trợ xuất khẩu số và đào tạo doanh nghiệp trong thực thi chính sách TMĐT XBG.

Bên cạnh đó, Việt Nam cũng tích cực triển khai các đề án hỗ trợ chuyển đổi số phục vụ xuất khẩu như: nền tảng hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu; cổng thông tin thị trường xuất khẩu; nền tảng hội chợ trực tuyến thực tế ảo; phần mềm kê khai xuất xứ điện tử. Các chính sách này góp phần nâng cao khả năng tiếp cận thị trường quốc tế của doanh nghiệp và từng bước thúc đẩy thương mại phi giấy tờ trong hoạt động TMĐT XBG.

Theo tiêu chí đánh giá hiệu quả phối hợp liên ngành, Việt Nam đã bước đầu hình thành cơ chế phối hợp giữa các cơ quan quản lý trong kiểm soát hoạt động TMĐT XBG. Theo báo cáo của Tổng cục Thuế (2024), việc kết nối dữ liệu giữa Bộ Công Thương và Bộ Tài chính đã giúp quản lý thuế đối với 96 nhà cung cấp nước ngoài như Google, Meta, Amazon, Netflix và Microsoft. Tổng số thuế các đơn vị này nộp trực tiếp qua Cổng thông tin điện tử đạt hơn 8.000 tỷ đồng trong giai đoạn 2023–2024. Kết quả này cho thấy hiệu quả bước đầu của việc phối hợp dữ liệu và quản lý thuế đối với nền kinh tế số xuyên biên giới.

Tuy nhiên, hiệu quả phối hợp liên ngành vẫn chưa thực sự đồng bộ. Theo nghiên cứu của Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương (CIEM, 2024), hiệu quả kiểm soát dòng hàng hóa nhỏ lẻ xuyên biên giới mới chỉ đạt khoảng 65% kỳ vọng do hệ thống mã số định danh hàng hóa giữa hải quan và các sàn TMĐT chưa được kết nối hoàn toàn. Điều này cho thấy vẫn tồn tại khoảng trống trong chia sẻ dữ liệu và đồng bộ hóa hạ tầng quản lý giữa các cơ quan nhà nước.

Về công tác tuyên truyền và phổ biến pháp luật, hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp và nâng cao nhận thức người tiêu dùng đã có nhiều chuyển biến tích cực. Theo Sách trắng TMĐT Việt Nam 2024, khoảng 74% người dân đã tiếp cận được các thông tin về quyền lợi người tiêu dùng trực tuyến thông qua các

chương trình truyền thông của Nhà nước, tăng 12% so với năm 2022. Tuy nhiên, theo Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM, 2024), chỉ khoảng 27% doanh nghiệp nhỏ và vừa có đủ năng lực tự thực hiện các thủ tục pháp lý liên quan đến TMĐT XBG mà không cần sự hỗ trợ của bên thứ ba. Điều này phản ánh mức độ tuân thủ pháp luật và năng lực thích ứng chính sách của doanh nghiệp vẫn còn hạn chế.

Theo tiêu chí đánh giá mức độ phát triển hạ tầng phục vụ thực thi pháp luật, hạ tầng thanh toán số của Việt Nam đang có sự phát triển nhanh chóng. Theo Statista (2024), Việt Nam nằm trong nhóm ba quốc gia có tốc độ tăng trưởng thanh toán số nhanh nhất Đông Nam Á; tỷ lệ thanh toán không dùng tiền mặt trong các giao dịch TMĐT XBG đạt khoảng 48% vào cuối năm 2024. Đây là điều kiện thuận lợi cho việc kiểm soát dòng tiền điện tử và thúc đẩy thương mại số xuyên biên giới.

Tuy nhiên, hạ tầng logistics vẫn là điểm nghẽn lớn trong thực thi chính sách TMĐT XBG. Theo Báo cáo Chỉ số Hiệu quả Logistics của World Bank (2023), Việt Nam đứng thứ 43/139 quốc gia, song chi phí logistics vẫn chiếm khoảng 16–19% GDP – mức cao hơn đáng kể so với nhiều nước trong khu vực. Các trung tâm logistics xuyên biên giới mới đang được thí điểm tại Lạng Sơn và Quảng Ninh, chưa đáp ứng được nhu cầu phát triển nhanh của thị trường TMĐT XBG dự kiến đạt quy mô giao dịch khoảng 43 tỷ USD vào năm 2025 [215].

Ngoài ra, các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới như CPTPP, EVFTA và RCEP đang tạo ra môi trường thuận lợi cho phát triển TMĐT XBG tại Việt Nam. Theo Lê Thị Thu Hằng (2023), các FTA thế hệ mới không chỉ mở rộng tự do thương mại hàng hóa mà còn thúc đẩy thương mại điện tử, thương mại phi giấy tờ, bảo vệ dữ liệu cá nhân và công nhận giá trị pháp lý của chứng từ điện tử [215]. Các cam kết này góp phần giảm chi phí

giao dịch quốc tế, tạo điều kiện cho doanh nghiệp Việt Nam tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị số toàn cầu.

Nhìn chung, thực thi các chính sách chung về TMĐT XBG tại Việt Nam đã đạt được nhiều kết quả tích cực theo các tiêu chí về phân công quản lý, phối hợp liên ngành, hỗ trợ doanh nghiệp và phát triển hạ tầng số. Tuy nhiên, quá trình thực thi vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế như thiếu đồng bộ dữ liệu, năng lực logistics còn yếu, mức độ tuân thủ pháp luật của doanh nghiệp chưa cao và hiệu quả phối hợp liên ngành còn hạn chế. Đây là những vấn đề cần tiếp tục hoàn thiện nhằm hoàn thiện quản lý nhà nước và thúc đẩy phát triển bền vững TMĐT XBG trong thời gian tới.

3.2.2.2. Thực thi các chính sách quản lý thuế đối với thương mại điện tử xuyên biên giới

Thực thi các chính sách quản lý thuế đối với thương mại điện tử xuyên biên giới tại Việt Nam thời gian qua đã có nhiều chuyển biến tích cực theo hướng hiện đại hóa, tăng cường quản lý số và mở rộng phạm vi điều chỉnh đối với các chủ thể tham gia kinh doanh trên nền tảng số. Trên cơ sở Luật Quản lý thuế số 38/2019/QH14, Nghị định số 126/2020/NĐ-CP và các văn bản hướng dẫn liên quan, hệ thống quản lý thuế đối với TMĐT XBG từng bước được hoàn thiện theo hướng quản lý theo dữ liệu, quản lý rủi ro và tăng cường phối hợp liên ngành.

Xét theo tiêu chí về tính đầy đủ và bao quát của chính sách, hệ thống quản lý thuế hiện nay đã mở rộng phạm vi quản lý tới hầu hết các chủ thể phát sinh thu nhập trên môi trường số. Theo chỉ đạo của Bộ Tài chính, Tổng cục Thuế đã xác định 5 nhóm đối tượng trọng tâm cần quản lý thuế, bao gồm: cá nhân có thu nhập từ nền tảng nước ngoài; cá nhân bán hàng trực tuyến; cá nhân cho thuê tài sản trực tuyến; tổ chức thanh toán cho nhà thầu nước ngoài; và các doanh nghiệp vận hành sàn giao dịch TMĐT, trung gian thanh toán và logistics. Cách tiếp cận này cho thấy chính sách quản lý thuế đã chuyển từ

quản lý theo mô hình kinh doanh truyền thống sang quản lý theo dòng doanh thu và nền tảng số, phù hợp với đặc trưng của TMĐT XBG hiện nay.

Đối với doanh nghiệp và cá nhân trong nước, chính sách thuế cơ bản đã được áp dụng thống nhất giữa hoạt động kinh doanh truyền thống và TMĐT. Các doanh nghiệp thực hiện kê khai thuế GTGT và thuế TNDN theo quy định hiện hành; hộ và cá nhân kinh doanh có doanh thu trên 100 triệu đồng/năm thuộc diện chịu thuế GTGT và thuế TNCN. Đồng thời, cơ chế yêu cầu sàn giao dịch TMĐT kê khai và nộp thuế thay cho cá nhân kinh doanh theo Nghị định số 117/2025/NĐ-CP được xem là bước tiến quan trọng trong kiểm soát dòng doanh thu trên nền tảng số. Chỉ sau 2 tháng triển khai, đã có 63 sàn TMĐT thực hiện nộp thay số thuế khoảng 1.070 tỷ đồng, cho thấy hiệu quả bước đầu của cơ chế quản lý mới [219].

Đối với nhà cung cấp nước ngoài không có cơ sở thường trú tại Việt Nam, Việt Nam được đánh giá là một trong những quốc gia đi đầu tại khu vực Đông Nam Á trong triển khai Cổng thông tin điện tử dành cho nhà cung cấp nước ngoài (NCCNN). Thông qua cơ chế đăng ký, kê khai và nộp thuế trực tuyến, các tập đoàn công nghệ lớn như Google, Meta, TikTok, Netflix, Microsoft hay Amazon có thể thực hiện nghĩa vụ thuế tại Việt Nam mà không cần hiện diện thương mại trực tiếp. Tính đến cuối năm 2025, đã có 202 NCCNN đăng ký và kê khai thuế qua cổng điện tử, tăng mạnh so với 74 đơn vị cuối năm 2023. Tổng số thuế thu được lũy kế đạt khoảng 31.339 tỷ đồng, riêng năm 2025 đạt khoảng 13.900 tỷ đồng, tăng gần 60% so với năm 2024 [219]. Điều này cho thấy hiệu quả rõ rệt của việc số hóa quản lý thuế và tiệm cận thông lệ quốc tế trong quản lý kinh tế số.

Xét theo tiêu chí về hiệu quả phối hợp và tổ chức thực thi, hệ thống quản lý thuế TMĐT XBG đã hình thành cơ chế phối hợp đa ngành giữa cơ quan thuế, ngân hàng, hải quan, công an và chính quyền địa phương. Tổng cục Thuế triển khai đồng thời các giải pháp như hóa đơn điện tử có mã xác thực,

khai thuế điện tử, kết nối dữ liệu ngân hàng, thanh toán điện tử và quản lý rủi ro bằng dữ liệu lớn. Việc kết nối dữ liệu với hệ thống VNeID của Bộ Công an với hơn 663.000 lượt kết nối đã hỗ trợ xác thực chính xác người nộp thuế trên không gian mạng, góp phần hạn chế tình trạng trốn thuế và gian lận thuế trong TMĐT. Trong giai đoạn 2024–2025, cơ quan thuế đã rà soát hơn 132.000 trường hợp và truy thu khoảng 12,7 nghìn tỷ đồng thông qua hậu kiểm và đối soát dữ liệu bằng AI [219].

Ở cấp địa phương, nhiều mô hình quản lý thuế TMĐT đã được triển khai tương đối chủ động. Điển hình tại Hà Nội, UBND Thành phố đã ban hành nhiều kế hoạch và công văn chuyên đề về quản lý thuế TMĐT, giao Cục Thuế thành phố phối hợp với ngân hàng, sở ngành và chính quyền cơ sở để rà soát dữ liệu giao dịch, quản lý người nộp thuế trên nền tảng số và triển khai hóa đơn điện tử. Cục Thuế Hà Nội cũng đẩy mạnh xây dựng cơ sở dữ liệu chuyên biệt về TMĐT, kết nối dữ liệu dân cư, doanh nghiệp và tài chính nhằm phục vụ quản lý thuế theo phương châm “Một lần khai báo, trọn đời phục vụ công dân và người nộp thuế”. Điều này phản ánh xu hướng chuyển mạnh sang mô hình quản trị thuế số và quản lý thuế dựa trên dữ liệu tích hợp.

Theo tiêu chí về mức độ hiện đại hóa hạ tầng quản lý, công tác số hóa quản lý thuế đối với TMĐT XBG đã đạt nhiều kết quả tích cực. Hệ thống khai thuế điện tử, nộp thuế trực tuyến, hóa đơn điện tử và quản lý dữ liệu tập trung đã góp phần giảm đáng kể chi phí tuân thủ cho doanh nghiệp và cá nhân kinh doanh. Chỉ riêng năm 2025, hơn 80.300 hộ và cá nhân kinh doanh đã thực hiện đăng ký và nộp thuế qua Cổng thông tin TMĐT với tổng số tiền gần 775 tỷ đồng. Việc mở rộng thanh toán điện tử thông qua các ngân hàng thương mại như Agribank, Vietcombank hay VietinBank cũng tạo điều kiện thuận lợi cho cá nhân thực hiện nghĩa vụ thuế từ xa.

Tuy nhiên, xét theo tiêu chí về tính đồng bộ và hiệu quả kiểm soát thực tế, việc thực thi chính sách quản lý thuế đối với TMĐT XBG vẫn còn nhiều

hạn chế. Đặc điểm giao dịch nhỏ lẻ, phân tán, xuyên biên giới và sử dụng nhiều phương thức thanh toán khác nhau khiến cơ quan quản lý gặp khó khăn trong kiểm soát đầy đủ doanh thu thực tế. Nhiều cá nhân kinh doanh qua mạng xã hội, livestream hoặc nền tảng xuyên biên giới chưa kê khai trung thực doanh thu. Dù đã tăng cường kết nối dữ liệu ngân hàng và nền tảng số, khả năng chia sẻ dữ liệu theo thời gian thực giữa các cơ quan quản lý vẫn chưa hoàn toàn đồng bộ.

Bên cạnh đó, trình độ tuân thủ pháp luật thuế của một bộ phận hộ kinh doanh và SMEs còn hạn chế. Việc quản lý đối với các giao dịch xuyên biên giới có yếu tố thanh toán quốc tế, ví điện tử hoặc tiền mã hóa vẫn còn khoảng trống pháp lý nhất định. Năng lực công nghệ và nhân lực phân tích dữ liệu của cơ quan thuế ở một số địa phương chưa đồng đều, trong khi tốc độ phát triển của mô hình kinh doanh số liên tục thay đổi, tạo áp lực lớn cho hệ thống quản lý hiện nay.

Nhìn chung, thực thi chính sách quản lý thuế đối với TMĐT XBG ở Việt Nam đã đạt được nhiều kết quả tích cực theo hướng hiện đại hóa, mở rộng phạm vi quản lý và tăng cường ứng dụng công nghệ số trong quản lý thuế. Tuy nhiên, để nâng cao hiệu quả quản lý trong giai đoạn tới, cần tiếp tục hoàn thiện cơ chế chia sẻ dữ liệu liên ngành, nâng cao năng lực phân tích dữ liệu lớn, hoàn thiện hành lang pháp lý đối với mô hình kinh doanh số mới và tăng cường hợp tác quốc tế trong quản lý thuế đối với các nền tảng xuyên biên giới.

Một số chỉ số định lượng nhằm đánh giá rõ hơn hiệu quả thực thi chính sách quản lý thuế đối với thương mại điện tử xuyên biên giới tại Việt Nam có thể kể đến như sau:

Thứ nhất, tiêu chí về mức độ hoàn thiện và bao phủ của chính sách quản lý thuế đối với TMĐT XBG

Hệ thống chính sách thuế đối với TMĐT XBG tại Việt Nam đang từng bước mở rộng phạm vi điều chỉnh và tăng cường tính bao phủ đối với các chủ

thể tham gia thị trường số. Đến cuối năm 2025, cơ quan thuế đã quản lý dữ liệu của hơn 350 sàn giao dịch TMĐT và 202 nhà cung cấp nước ngoài (Google, Meta, TikTok, Netflix, Amazon, Microsoft...) đăng ký kê khai thuế trực tiếp qua Cổng thông tin điện tử dành cho nhà cung cấp nước ngoài [219]. So với thời điểm cuối năm 2023 chỉ có khoảng 74 nhà cung cấp nước ngoài đăng ký, mức tăng này đạt gần 173%, cho thấy phạm vi quản lý thuế đã được mở rộng đáng kể.

Bên cạnh đó, số lượng hộ và cá nhân kinh doanh TMĐT thực hiện đăng ký và kê khai thuế điện tử cũng tăng nhanh. Riêng năm 2025, có hơn 80.300 hộ và cá nhân kinh doanh thực hiện kê khai qua cổng thông tin điện tử với số thu gần 775 tỷ đồng. Điều này phản ánh khả năng tiếp cận và bao phủ của chính sách thuế đối với khu vực kinh doanh nhỏ lẻ trên nền tảng số ngày càng được cải thiện.

Tuy nhiên, theo Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM, 2024), vẫn còn khoảng 30–35% hoạt động kinh doanh trên mạng xã hội chưa được định danh đầy đủ về doanh thu và địa điểm kinh doanh, đặc biệt đối với các hoạt động livestream bán hàng xuyên biên giới và tiếp thị liên kết (affiliate marketing) [46]. Điều này cho thấy chính sách hiện hành vẫn tồn tại khoảng trống quản lý đối với các mô hình kinh doanh số phi truyền thống.

Thứ hai, tiêu chí về hiệu quả tổ chức thực thi và phối hợp liên ngành

Hiệu quả phối hợp giữa cơ quan thuế, ngân hàng, hải quan và cơ quan quản lý nền tảng số đã có sự cải thiện rõ rệt thông qua chuyển đổi số và kết nối dữ liệu liên thông. Tổng cục Thuế đã hoàn thành hơn 663.000 lượt kết nối dữ liệu với hệ thống VNeID của Bộ Công an nhằm định danh người nộp thuế trên môi trường số. Đồng thời, trong giai đoạn 2024–2025, cơ quan thuế đã rà soát hơn 132.000 trường hợp có dấu hiệu rủi ro và truy thu khoảng 12,7 nghìn tỷ đồng thông qua đối soát dữ liệu dòng tiền bằng công nghệ AI.

Hiệu quả thực thi còn thể hiện ở việc triển khai Nghị định 117/2025/NĐ-CP về trách nhiệm khai và nộp thuế thay của các sàn TMĐT. Chỉ sau hai tháng áp dụng, 63 sàn TMĐT đã thực hiện nộp thay cho hộ kinh doanh số thuế đạt khoảng 1.070 tỷ đồng. Đây là chỉ báo định lượng quan trọng phản ánh sự chuyển biến từ mô hình quản lý thủ công sang mô hình quản lý tập trung dựa trên nền tảng số.

Ngoài ra, mức tăng thu ngân sách từ hoạt động TMĐT và kinh tế số cũng phản ánh hiệu quả tổ chức thực thi chính sách. Trong 8 tháng đầu năm 2025, tổng thu từ lĩnh vực này đạt gần 135.000 tỷ đồng, tăng khoảng 63% so với cùng kỳ năm 2024. Trong đó, riêng số thu từ nhà cung cấp nước ngoài đạt khoảng 13.900 tỷ đồng năm 2025, tăng gần 60% so với năm 2024 [219].

Tuy nhiên, khả năng phối hợp dữ liệu liên ngành vẫn chưa đồng bộ hoàn toàn. Theo nghiên cứu của CIEM (2024), mức độ đồng bộ dữ liệu giữa cơ quan thuế, hải quan và các sàn TMĐT mới đạt khoảng 65–70% yêu cầu quản lý thực tế do khác biệt về chuẩn dữ liệu và cơ chế chia sẻ thông tin.

Thứ ba, tiêu chí về mức độ tuân thủ của người nộp thuế và hiệu quả chống thất thu

Tỷ lệ tuân thủ thuế trong lĩnh vực TMĐT đã được cải thiện đáng kể nhờ áp dụng cơ chế khai thuế điện tử và hậu kiểm dữ liệu lớn. Tính đến cuối năm 2025, tổng số thuế lũy kế thu được từ các nhà cung cấp nước ngoài thông qua Cổng thông tin điện tử đạt khoảng 31.339 tỷ đồng [219]. Điều này cho thấy cơ chế kê khai trực tuyến đã tạo điều kiện để các doanh nghiệp nước ngoài tự nguyện tuân thủ nghĩa vụ thuế tại Việt Nam.

Đối với hộ kinh doanh và cá nhân bán hàng trực tuyến, việc triển khai hóa đơn điện tử khởi tạo từ máy tính tiền và cơ chế khai thuế qua nền tảng số đã góp phần tăng khả năng kiểm soát doanh thu thực tế. Theo Bộ Tài chính (2025), tỷ lệ hộ kinh doanh TMĐT đăng ký mã số thuế điện tử đã tăng lên khoảng 78%, cao hơn đáng kể so với mức dưới 50% giai đoạn trước năm 2022.

Tuy nhiên, thất thu thuế trong hoạt động TMĐT XBG vẫn còn lớn do đặc điểm giao dịch phân tán và thanh toán xuyên biên giới khó kiểm soát. Theo ước tính của một số nghiên cứu chuyên ngành, quy mô thất thu thuế từ hoạt động kinh doanh trên mạng xã hội và nền tảng xuyên biên giới có thể vẫn chiếm khoảng 15–20% tổng doanh thu thực tế của khu vực kinh tế số chưa được kê khai đầy đủ. Đặc biệt, các hoạt động sử dụng ví điện tử quốc tế, tiền mã hóa và thanh toán trung gian nước ngoài vẫn là khoảng trống quản lý đáng chú ý.

Thứ tư, tiêu chí về mức độ hiện đại hóa hạ tầng quản lý thuế và ứng dụng công nghệ số

Việt Nam hiện là một trong số ít quốc gia ASEAN vận hành tương đối hiệu quả Cổng thông tin điện tử dành cho nhà cung cấp nước ngoài. Hệ thống này cho phép doanh nghiệp kê khai, nộp thuế hoàn toàn trực tuyến từ bất kỳ quốc gia nào, góp phần giảm đáng kể chi phí tuân thủ và chi phí quản lý hành chính thuế.

Tỷ lệ khai thuế điện tử trong lĩnh vực doanh nghiệp hiện đã đạt gần 99%; tỷ lệ nộp thuế điện tử đạt trên 98% tại hầu hết địa phương lớn như Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Đà Nẵng. Đồng thời, việc triển khai phân tích dữ liệu lớn (Big Data) và trí tuệ nhân tạo (AI) trong quản lý rủi ro đã giúp nâng cao hiệu quả hậu kiểm và phát hiện hành vi trốn thuế trên nền tảng số.

Dù vậy, hạ tầng phân tích dữ liệu của cơ quan thuế vẫn chưa hoàn toàn đáp ứng tốc độ tăng trưởng của TMĐT XBG. Theo Statista (2025), quy mô giao dịch TMĐT Việt Nam có thể đạt trên 49 tỷ USD vào năm 2026, trong khi hệ thống quản lý dữ liệu thuế hiện nay chủ yếu mới tập trung vào khâu thu thập dữ liệu giao dịch, chưa hình thành đầy đủ hệ sinh thái phân tích thời gian thực phục vụ quản trị rủi ro toàn diện.

Kết quả từ điều tra khảo sát cho thấy các nội dung ảnh hưởng đến việc tổ chức thực thi văn bản pháp luật về TMĐT XBG như sau:

Bảng 3.4: Đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố sau đến hoạt động tổ chức thực thi các văn bản pháp luật về TMĐT XBG

	Không ảnh hưởng	Ít ảnh hưởng	Bình thường	Khá nhiều	Rất nhiều	Tỉ lệ (%)
Mức độ tuyên truyền, phổ biến các văn bản pháp luật	0	0	10.5	38.9	50.6	100.0
Năng lực của cán bộ tuyên truyền, phổ biến văn bản pháp luật	0	4.2	11.6	35.7	48.5	100.0
Năng lực của cơ quan thực thi văn bản pháp luật	0	0	27.4	36.5	36.1	100.0
Năng lực nhận biết của DN	0	0	24.8	48.1	27.1	100.0
Mức độ chủ động, sáng tạo của DN	0	0	0	36.7	63.3	100.0

(Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát)

Tuyên truyền và hiệu quả phổ biến các văn bản pháp luật tác động nhiều tới kết quả thực thi các văn bản pháp luật về TMĐT XBG. Có tới 50,6% DN, NTD đánh giá ảnh hưởng rất nhiều và 38,9% đánh giá ảnh hưởng khá nhiều. Điều này cho thấy việc đẩy mạnh các hình thức và nâng cao chất lượng tuyên truyền và phổ biến văn bản pháp luật là cần thiết. Để hoạt động này hiệu quả, cần chú trọng đến năng lực của cán bộ tuyên truyền, phổ biến văn bản pháp luật, có tới 48,5% DN, NTD đánh giá năng lực cán bộ là cần thiết và ảnh hưởng nhiều tới chất lượng hoạt động này.

Đồng thời, việc chủ động tiếp cận và thực thi sáng tạo của DN cũng là yếu tố vô cùng cần thiết. Chính các DN cũng có nhận định này, có tới 63,3% DN, NTD cho rằng cần chủ động và sáng tạo trong thực thi các văn bản pháp luật.

3.2.2.3. Sự phối hợp giữa các cơ quan quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới

Chính phủ triển khai nhiều chương trình hỗ trợ doanh nghiệp tham gia vào TMĐT XBG. Điều này cần sự phối hợp tích cực từ các cơ quan quản lý nhà nước để hoạt động quản lý được hiệu quả, đồng bộ, thống nhất cao.

Để tăng cường QLNN về TMĐT xuyên biên giới yêu cầu sự tham gia, phối hợp đầy đủ, chặt chẽ của các cơ quan, sở, ngành liên quan trong thực hiện các nội dung QLNN như: Bộ Công thương, Bộ Khoa học và công nghệ; Bộ Tài chính; Ngân hàng Nhà nước; Ủy ban nhân dân các địa phương.

Diễn hình như thông qua cơ chế phối hợp với Cục Thương mại điện tử và kinh tế số, Sở Công Thương và các chủ sàn TMĐT thì các Cục thuế địa phương có thể nắm bắt được các thông tin nhằm phục vụ công tác quản lý thuế đối với nhóm cá nhân này.

Thời gian qua Cục Thuế Thành phố Hà Nội đã tập trung vào việc nhận diện các mô hình hoạt động TMĐT của các đối tượng doanh nghiệp và cá nhân trong nền kinh tế thuộc địa bàn quản lý bằng các thông tin thu thập được thông qua cơ chế phối hợp với các cơ quan, tổ chức trên địa bàn và qua công tác thanh, kiểm tra, từ đó có những cách thức phù hợp để đưa NNT vào diện quản lý của cơ quan thuế đối với nhóm đối tượng có hoạt động kinh doanh TMĐT. Theo đó, năm 2018, Cục Thuế Thành phố Hà Nội đã ban hành công văn số 42413/CT-TTr1 ngày 20/6/2018 về việc tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra năm 2018 của Cục thuế Thành phố Hà Nội, trong đó có nội dung chỉ đạo: "... Thực hiện thanh tra, kiểm tra đối với một số ngành nghề kinh doanh mới như: Thương mại điện tử, kinh doanh qua mạng,...". Trên cơ sở đó việc triển khai quản lý chuyên đề thuế với TMĐT đã được thực hiện, trong đó phòng Kế khai-Kế toán thuế là đầu mối thực hiện. Tính đến thời điểm tháng 8/2018, Phòng Kế khai- Kế toán thuế đã tiến hành rà soát và lập được danh sách 316 doanh nghiệp có hoạt động kinh doanh TMĐT, đồng

thời thông qua các kênh phương tiện truyền thông và các nguồn thông tin khác phòng thanh tra đã bổ sung thêm vào danh sách 22 doanh nghiệp có hoạt động kinh doanh TMĐT.

Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của hình thức TMĐT trên mạng xã hội, Cục thuế Thành phố Hà Nội đã triển khai thực hiện các biện pháp công nghệ thông tin trên cơ sở rà soát dữ liệu trên mạng xã hội Facebook, kết quả qua rà soát đã thu thập cơ sở dữ liệu của 13.422 chủ tài khoản trên mạng xã hội có các hoạt động quảng cáo và bán hàng qua mạng, trong số này có 1.950 cá nhân đã đăng ký và được cấp mã số thuế dùng để kê khai, nộp thuế. Đồng thời để quản lý được hiệu quả hoạt động kinh doanh TMĐT trên mạng xã hội, Cục thuế đã gửi tin nhắn điện thoại đến các chủ tài khoản được xác định là chưa đăng ký thuế, hướng dẫn truy cập trang thông tin của cơ quan thuế (<http://hanoi.gdt.gov.vn>). Tại địa chỉ website này đã có các thông tin hướng dẫn về nghĩa vụ đăng ký, kê khai thuế, cách khai báo thông tin để các cá nhân kinh doanh qua mạng kê khai với cơ quan thuế. Kết quả sau 3 lần thông báo vào các ngày 19/6, 25/6 và 14/7 năm 2017 có 1.941 phản hồi thông tin về cơ quan thuế, các nội dung được phân loại theo từng đối tượng (doanh nghiệp/cá nhân kinh doanh), tình trạng hoạt động (đang hoạt động/ ngưng hoạt động) và các thông tin khác liên quan. Tính đến cuối năm 2017, số lượng cá nhân kinh doanh còn hoạt động đã thực hiện đăng ký thuế là 449 trường hợp. Ngoài việc cung cấp thông tin và hỗ trợ trên website, Cục thuế Hà Nội đã xây dựng các bộ phận hỗ trợ, hướng dẫn, giải đáp, cho tổ chức và cá nhân tại bộ phận một cửa để giải đáp các chính sách và công tác triển khai của cơ quan thuế.

Đến thời điểm năm 2021, Cục Thuế Thành phố Hà Nội đã quản lý khá chặt chẽ, đầy đủ đối tượng nộp thuế ở một số nhóm hoạt động thương mại điện tử, kinh doanh trên nền tảng số. Theo báo cáo thống kê của Cục thuế Hà Nội thì:

i) Với nhóm có thu thập từ các tổ chức nước ngoài như Google, Facebook... Qua rà soát có 1.194 cá nhân trên địa bàn có hoạt động TMĐT nhận thu nhập từ các tổ chức nước ngoài như Google, Facebook. Cục Thuế đã đưa vào quản lý 465 cá nhân có doanh thu phát sinh từ nhà thầu nước với số thuế đã nộp 56 tỷ đồng.

ii) Đối với nhóm kinh doanh bán hàng online, Cục Thuế đang quản lý dữ liệu của trên 32.000 địa chỉ bán hàng online qua thu thập thông tin từ trung gian vận chuyển, trong đó gần 3.400 cơ sở có doanh thu trên 100 triệu/năm. Qua rà soát, Cục Thuế Thành phố Hà Nội đã đưa vào quản lý trên 1.300 người nộp thuế với số tiền thuế nộp 12 tỷ đồng. Việc triển khai rà soát trên 2.000 cơ sở bán hàng online còn lại đang được Cục Thuế Thành phố Hà Nội tiến hành.

iii) Nhóm tổ chức, cá nhân chi trả thanh toán cho các dịch vụ điện tử của đơn vị nhà thầu nước ngoài, Cục đã thu thập và quản lý dữ liệu phát sinh chi trả cho các nhà thầu nước ngoài của trên 1.440 cá nhân, tổ chức với số tiền chi trả khoảng 46 tỷ đồng, dự kiến số thuế phải nộp là 4,6 tỷ đồng. Cuối cùng là nhóm doanh nghiệp điều hành sàn giao dịch thương mại điện tử.

Trong xu thế nền kinh tế số ngày càng phát triển mạnh mẽ, tạo điều kiện thúc đẩy các doanh nghiệp khởi nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực TMĐT XBG ngày càng tăng nhanh về mặt số lượng. Thông qua cơ chế phối hợp giữa Tổng Cục Thuế và Bộ Công thương Hà Nội, các sàn TMĐT đã tiến hành thu thập được các số liệu về đăng ký hoạt động website của các doanh nghiệp, các cá nhân. Đưa các tổ chức, doanh nghiệp, các cá nhân có hoạt động TMĐT XBG vào diện quản lý.

Về cơ chế phối hợp chia sẻ dữ liệu thực:

Đây là trụ cột quan trọng nhất, kết nối giữa Bộ Công Thương (quản lý hoạt động), Bộ Tài chính (thuế, hải quan) và Bộ Công an (định danh). Việc triển khai Quyết định số 107/QĐ-BTC và các thỏa thuận hợp tác giữa Bộ Công Thương và Tổng cục Thuế đã hình thành hệ thống đối soát dữ liệu tự động.

Đến cuối năm 2025, Bộ Công Thương đã chia sẻ dữ liệu của hơn 55.000 website/ứng dụng TMĐT cho Bộ Tài chính để thực hiện rà soát thuế. Việc kết nối cơ sở dữ liệu quốc gia về dân cư (VNeID) đã cho phép định danh 92% cá nhân kinh doanh trên các nền tảng xuyên biên giới, giúp giảm tỷ lệ "ẩn danh" trên không gian mạng xuống dưới 10% (so với mức 35% của năm 2022). Sự hội nhập dữ liệu giữa các cơ quan hành chính là điều kiện tiên quyết để giảm thiểu phi đối xứng thông tin trong quản lý kinh tế số (theo Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương - CIEM, 2024).

Về phối hợp trong kiểm soát luồng hàng hóa và logistics:

Sự phối hợp này nhằm ngăn chặn hàng giả, hàng lậu thâm lậu qua các gói hàng nhỏ lẻ xuyên biên giới. Mô hình phối hợp giữa Tổng cục Hải quan và Tổng cục quản lý thị trường theo Kế hoạch 399/KH-BCĐ389 đã chuyển từ kiểm soát tại cửa khẩu sang kiểm soát toàn chuỗi cung ứng (từ kho ngoại quan đến người giao hàng). Trong năm 2024-2025, sự phối hợp này đã dẫn đến việc triệt phá hơn 5.200 kho hàng chứa hàng giả xuyên biên giới tại các địa phương trọng điểm như Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh và Lào Cai.

Theo số liệu từ Tổng cục Hải quan (2025), hệ thống thông quan tự động đối với hàng TMĐT (đề án đang thí điểm) đã giúp giảm thời gian kiểm tra chuyên ngành từ 24 giờ xuống còn 4 giờ đối với các doanh nghiệp tuân thủ tốt [220]. Hiệu quả của chuỗi cung ứng TMĐT xuyên biên giới phụ thuộc 70% vào tốc độ tương tác thông tin giữa cơ quan Hải quan và đơn vị quản lý thị trường nội địa [221].

Về phối hợp trong quản lý dòng tiền và thanh toán xuyên biên giới:

Đây là khâu chốt chặn để chống thất thu thuế và rửa tiền. Ngân hàng Nhà nước (NHNN) đã bắt buộc các Ngân hàng thương mại và tổ chức cung ứng dịch vụ trung gian thanh toán cung cấp thông tin tài khoản của các nhà cung cấp nước ngoài cho cơ quan Thuế theo Nghị định 126/2020/NĐ-CP.

Nhờ dữ liệu dòng tiền từ NHNN cung cấp, cơ quan thuế đã truy thu và xử phạt hơn 13.500 tỷ đồng từ các cá nhân làm YouTube, Facebook, TikTok và các cá nhân bán hàng qua Amazon, Shopee quốc tế trong giai đoạn 2023 - 2025 (theo Bộ Tài chính, 2025). Tỷ lệ các giao dịch TMĐT xuyên biên giới được thực hiện qua các cổng thanh toán chính thống tăng từ 35% (năm 2022) lên 62% (năm 2025), giúp minh bạch hóa khoảng 15 tỷ USD dòng tiền chảy ra nước ngoài hàng năm (theo Statista và NHNN, 2025).

Kết quả khảo sát từ phiếu điều tra về mức độ phối hợp giữa các cơ quan quản lý như bảng sau:

Bảng 3.5: Đánh giá mức độ phối hợp giữa các cơ quan quản lý trong hoạt động TMĐT XBG

		Tỷ lệ %	% hợp lệ	% tích lũy
Dữ liệu phân tích hợp lệ	Không hiệu quả	0	0	0
	Ít hiệu quả	18.5	18.5	18.5
	Trung bình	35.8	35.8	54.3
	Khá tốt	33.7	33.7	88
	Rất tốt	12	12	100.0
	Tổng	100.0	100.0	

(Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát)

Có tới 18,6% DN, NTD đánh giá sự phối hợp giữa các cơ quan quản lý nhà nước về TMĐT XBG ít hiệu quả. Chính việc quản lý chồng chéo, thông tin không được phối hợp hiệu quả khiến các DN khó khăn trong việc giải quyết thủ tục và kéo dài thời gian thực hiện các nghiệp vụ. Việc kê khai, thông báo của DN cũng phiền phức và mất thời gian.

Đồng thời, chính việc phối hợp chưa nhịp nhàng của các cơ quan quản lý nhà nước nên việc các DN nước ngoài cố tình trốn thuế hay kê khai không trung thực các thông tin liên quan, hoạt động quản lý, kiểm soát và đánh giá cũng khó khăn hơn.

3.2.3. Kiểm tra, giám sát và xử lý vi phạm pháp luật liên quan đến thương mại điện tử xuyên biên giới

Trong những năm gần đây, hoạt động kiểm tra, giám sát và xử lý vi phạm pháp luật đối với thương mại điện tử xuyên biên giới tại Việt Nam đã được tăng cường theo hướng kết hợp giữa hậu kiểm điện tử, chia sẻ dữ liệu liên ngành và ứng dụng công nghệ số trong quản lý nhà nước. Hoạt động này từng bước chuyển từ phương thức kiểm tra thủ công sang quản trị dựa trên dữ liệu và quản lý rủi ro, phù hợp với xu hướng phát triển của nền kinh tế số.

Về mức độ hoàn thiện cơ chế kiểm tra, giám sát, Bộ Công Thương đã triển khai Hệ thống quản lý hoạt động thương mại điện tử quốc gia tại địa chỉ online.gov.vn nhằm thực hiện dịch vụ công mức độ 4 đối với doanh nghiệp TMĐT. Thông qua hệ thống này, các website và ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT phải thực hiện đăng ký, thông báo trực tuyến với Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số; đồng thời cơ quan quản lý có thể tiếp nhận phản ánh, khiếu nại, giám sát hoạt động của các chủ thể kinh doanh trên môi trường số. Đây được xem là nền tảng quan trọng giúp chuyển đổi phương thức quản lý từ tiền kiểm sang hậu kiểm điện tử.

Theo tiêu chí đánh giá về phạm vi bao phủ quản lý và hiệu quả kiểm soát chủ thể tham gia TMĐT, số lượng tài khoản, hồ sơ và website/ứng dụng được quản lý trên hệ thống TMĐT quốc gia liên tục gia tăng qua các năm.

Bảng 3.6: Thông tin quản lý hoạt động TMĐT ở Việt Nam

Tiêu chí		Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Tỷ trọng 2023/2022
Thống kê tài khoản	Tài khoản doanh nghiệp	42.976	52.880	67.054	65.511	76.255	16,4%
	Tài khoản cá nhân	14.452	17.423	21.779	23.691	26.250	10,8%
Thống kê hồ sơ	Hồ sơ thông báo	56.230	69.152	86.470	93.758	105.103	12,1%
	Hồ sơ đăng ký	4.913	5.903	8.420	8.402	9.604	14,3%
Thống kê website/ứng dụng	Website/ứng dụng được xác nhận thông báo	29.370	36.451	43.411	45.312	48.348	6,7%
	Website/ứng dụng được xác nhận đăng ký	1.191	1.525	1.448	1.204	1.218	1,1%

(Nguồn: Sách trắng thương mại điện tử năm 2022, năm 2023)

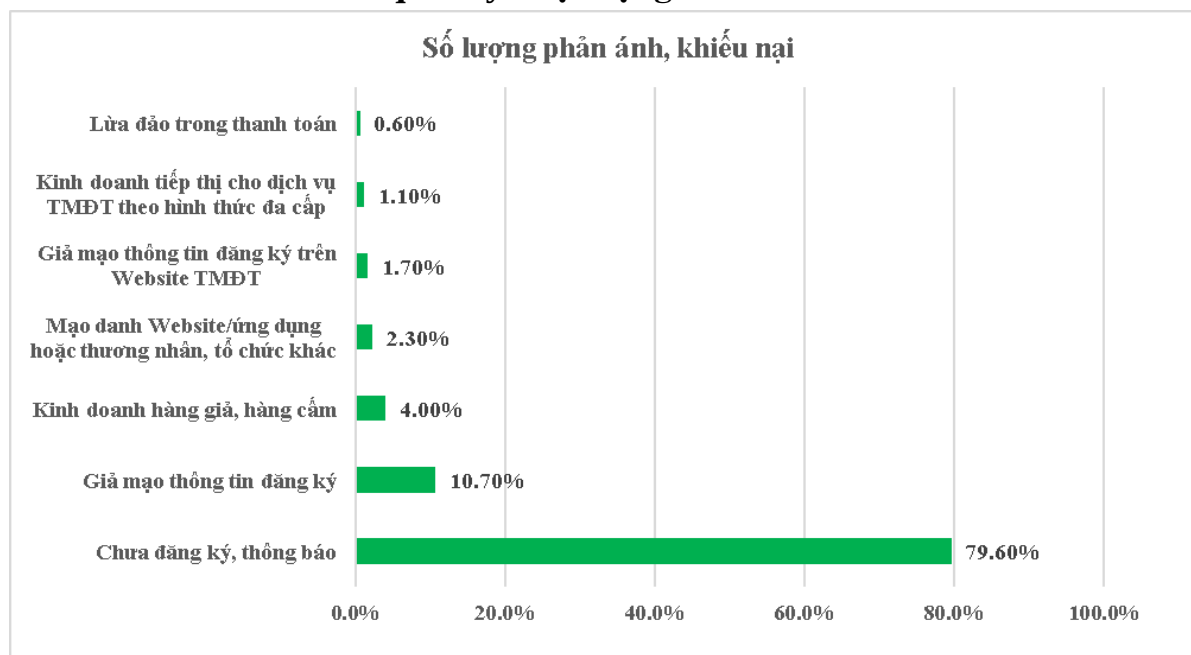
Các số liệu trên cho thấy phạm vi quản lý nhà nước đối với hoạt động TMĐT ngày càng được mở rộng. Đặc biệt, năm 2021 ghi nhận mức tăng mạnh do tác động của đại dịch Covid-19 làm gia tăng nhu cầu giao dịch trực tuyến. Đến năm 2023, số tài khoản doanh nghiệp trên hệ thống tăng 16,4% so với năm 2022, phản ánh xu hướng chuyển dịch mạnh sang môi trường số và sự gia tăng số lượng chủ thể thuộc diện quản lý của cơ quan nhà nước.

Tuy nhiên, xét theo tiêu chí hiệu lực kiểm soát thực tế, hoạt động giám sát vẫn chưa bao phủ đầy đủ các nền tảng TMĐT xuyên biên giới. Theo Tổng cục Thuế, đến hết 10 tháng năm 2024 mới có khoảng 412 sàn giao dịch TMĐT cung cấp thông tin cho cơ quan quản lý, trong khi nhiều nền tảng xuyên biên giới như Temu, Shein, 1688... vẫn hoạt động tại Việt Nam nhưng chưa hoàn tất đăng ký theo quy định [199]. Điều này cho thấy còn tồn tại khoảng trống pháp lý và khó khăn trong kiểm soát các chủ thể không có hiện diện thương mại trực tiếp tại Việt Nam.

Trước thực trạng đó, Bộ Công Thương đã triển khai nhiều biện pháp tăng cường kiểm tra và xử lý vi phạm. Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số được giao phối hợp với Bộ Tài chính, Tổng cục Hải quan, lực lượng Quản lý thị trường và Bộ Thông tin và Truyền thông nhằm rà soát, kiểm soát hoạt động của các nền tảng TMĐT XBG chưa tuân thủ quy định pháp luật Việt Nam; đồng thời nghiên cứu giải pháp kỹ thuật để ngăn chặn các nền tảng vi phạm trong trường hợp cần thiết.

Theo tiêu chí đánh giá về hiệu quả tiếp nhận phản ánh và xử lý vi phạm, hệ thống giám sát trực tuyến đã ghi nhận số lượng lớn phản ánh liên quan đến giả mạo thông tin, gian lận thanh toán và lừa đảo thương mại điện tử.

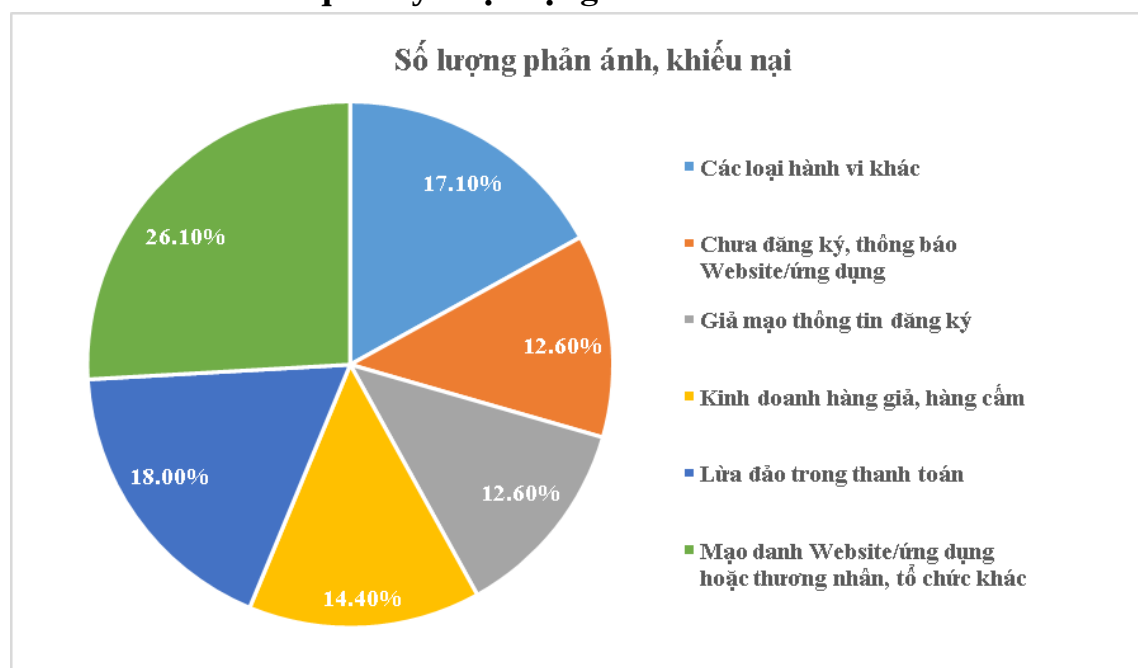
Hình 3.3: Thống kê lượng phản ánh, khiếu nại trên cổng thông tin quản lý hoạt động TMĐT năm 2021



(Nguồn: Sách trắng TMĐT năm 2022)

Tình trạng giả mạo thông tin vẫn được phản ánh nhiều và thêm những vấn đề như lừa đảo trong thanh toán là bị phản ánh, khiếu nại nhiều vào năm 2023.

Hình 3.4: Thống kê lượng phản ánh, khiếu nại trên cổng thông tin quản lý hoạt động TMĐT năm 2023



(Nguồn: Cổng thông tin quản lý hoạt động TMĐT năm 2023)

Các phản ánh chủ yếu tập trung vào hành vi giả mạo website, lừa đảo trong thanh toán, bán hàng giả và chiếm đoạt tài sản thông qua giao dịch trực tuyến. Điều này cho thấy mức độ rủi ro trong TMĐT XBG vẫn còn cao, đồng thời phản ánh những hạn chế trong khả năng kiểm soát toàn diện của cơ quan quản lý nhà nước đối với các giao dịch xuyên biên giới trên không gian mạng.

Theo tiêu chí về hiệu quả xử lý vi phạm và năng lực hậu kiểm, hoạt động thanh tra, kiểm tra TMĐT đã có nhiều chuyển biến tích cực nhờ ứng dụng công nghệ số và quản lý dữ liệu tập trung. Theo Tổng cục Quản lý thị trường, chỉ riêng năm 2023, lực lượng chức năng đã xử lý hơn 3.100 vụ vi phạm trên môi trường TMĐT; tổng số tiền xử phạt hành chính tăng khoảng 22% so với năm trước [223]. Sang năm 2024, lực lượng Quản lý thị trường phối hợp với các sàn TMĐT đã gỡ bỏ hơn 250.000 gian hàng và khoảng 1,2 triệu sản phẩm vi phạm liên quan đến hàng giả, hàng nhái và xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ [223].

Bên cạnh đó, theo Báo cáo của Ban Chỉ đạo quốc gia chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả (BCĐ 389), số vụ vi phạm liên quan đến hàng hóa nhập lậu qua chuyển phát nhanh xuyên biên giới năm 2025 tăng khoảng 18% so với năm trước [224]. Điều này phản ánh năng lực phát hiện, giám sát kho ngoại quan, điểm tập kết hàng hóa và chuỗi logistics xuyên biên giới đã được nâng cao.

Theo tiêu chí quản lý thuế và nghĩa vụ tài chính, hoạt động kiểm tra, hậu kiểm thuế đối với TMĐT XBG đang được tăng cường thông qua kết nối dữ liệu điện tử và ứng dụng AI trong đối soát dòng tiền. Theo Tổng cục Thuế (2025), tổng số thu ngân sách từ hoạt động TMĐT XBG năm 2024 đạt hơn 12.000 tỷ đồng và ước đạt trên 16.500 tỷ đồng vào năm 2025, tăng khoảng 37% [222]. Đồng thời, hệ thống quản lý thuế đã định danh và quản lý khoảng 215 nhà cung cấp nước ngoài vào đầu năm 2026, bao gồm Google, Meta, TikTok, Netflix, Amazon và Temu [222].

Việc kết nối dữ liệu với hệ thống VNeID và các ngân hàng thương mại đã giúp cơ quan thuế rà soát hơn 132.000 trường hợp doanh nghiệp và cá nhân kinh doanh trên nền tảng số trong giai đoạn 2024–2025; qua đó truy thu và xử lý khoảng 12,7 nghìn tỷ đồng thông qua hoạt động hậu kiểm bằng AI. Tuy nhiên, tỷ lệ thất thu thuế từ hoạt động kinh doanh qua mạng xã hội vẫn còn khoảng 20–25% do đặc điểm giao dịch COD và sử dụng tài khoản trung gian chưa định danh đầy đủ [222].

Theo tiêu chí bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và an ninh dữ liệu, hệ thống tiếp nhận phản ánh trực tuyến của Bộ Công Thương đã tiếp nhận hơn 15.000 đơn khiếu nại liên quan đến giao dịch TMĐT XBG trong năm 2024 và xử lý thành công khoảng 88% vụ việc. Tuy nhiên, tỷ lệ người tiêu dùng thực sự được bồi thường từ các nhà bán hàng nước ngoài vẫn dưới 30% do khó khăn trong thực thi tài phán xuyên biên giới.

Ngoài ra, với việc triển khai Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân năm 2025, Việt Nam đã tiến hành kiểm tra an ninh mạng đối với 15 nền tảng TMĐT lớn, phát hiện và xử phạt 5 đơn vị vi phạm quy định lưu trữ dữ liệu người dùng. Đồng thời, số vụ lừa đảo trực tuyến liên quan đến TMĐT giảm khoảng 22% vào cuối năm 2025 nhờ chiến dịch định danh tài khoản ngân hàng chính chủ của Ngân hàng Nhà nước [228].

Nhìn chung, hoạt động kiểm tra, giám sát và xử lý vi phạm pháp luật liên quan đến TMĐT XBG tại Việt Nam đã có bước tiến đáng kể theo hướng số hóa và quản lý dựa trên dữ liệu. Hiệu quả hậu kiểm, xử lý vi phạm và kiểm soát nghĩa vụ thuế được cải thiện rõ rệt. Tuy nhiên, khả năng kiểm soát các nền tảng xuyên biên giới chưa đăng ký, các giao dịch nhỏ lẻ trên mạng xã hội và cơ chế bảo vệ người tiêu dùng trong tranh chấp quốc tế vẫn còn nhiều hạn chế. Đây là cơ sở thực tiễn quan trọng để tiếp tục hoàn thiện cơ chế kiểm tra, giám sát và thực thi pháp luật đối với TMĐT XBG trong giai đoạn tới.

Trong quá trình khảo sát, tác giả có lấy ý kiến đánh giá của DN về kết quả của việc thanh, kiểm tra của các cơ quan nhà nước về TMĐT XBG và thống kê được kết quả như sau:

Bảng 3.7: Đánh giá mức độ hiệu quả của việc thanh tra, kiểm soát TMĐT XBG của Nhà nước

		Tỷ lệ %	% hợp lệ	% tích lũy
Dữ liệu phân tích tích hợp	Không hiệu quả	0	0	0
	Ít hiệu quả	16.8	16.8	16.8
	Trung bình	50.2	50.2	67
	Khá tốt	25.3	25.3	92.3
	Rất tốt	7.7	7.7	100.0
	Tổng	100.0	100.0	

(Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát)

Hiện nay việc đánh giá, thanh tra và kiểm soát về TMĐT XBG chưa thực sự hiệu quả. Vẫn còn tình trạng DN kê khai thông tin sai lệch, trốn thuế; tình trạng lừa đảo chiếm đoạt tài sản của khách hàng hay tình trạng hàng giả, ăn cắp thông tin khách hàng,... Khách hàng TMĐT XBG đặc điểm chủ yếu là cá nhân, nhỏ lẻ nên khi gặp phải tình huống này thường sẽ có tâm lý ngại trình báo với cơ quan chức năng nên thông tin thống kê còn chưa đầy đủ.

Có tới 16,8% DN, NTD đánh giá việc thanh tra, kiểm soát của Nhà nước còn hạn chế, ít hiệu quả. Kết quả chỉ đạt ở mức trung bình là chính. Điều này đặt ra cho Nhà nước vấn đề làm sao để kiểm soát, thanh tra và điều chỉnh hoạt động TMĐT XBG một cách hiệu quả hơn.

Ngoài ra, luận án còn khảo sát NTD thì có tới 103 người (chiếm 29,3% người được hỏi) cho rằng họ đã từng gặp vấn đề, sự cố khi thực hiện giao dịch TMĐT XBG. Đây là một con số khá cao cho việc giao dịch thường xuyên như hiện nay tại Việt Nam.

Kết quả của thanh tra, kiểm soát hoạt động TMĐT XBG chịu ảnh hưởng bởi một số các yếu tố như sự phối hợp của các cơ quan quản lý, các văn bản

pháp luật hướng dẫn,... Tác giả đã khảo sát mức độ tác động của các yếu tố và thống kê được bảng số liệu sau:

Bảng 3.8: Đánh giá mức độ tác động của các yếu tố sau đến kết quả thanh tra, kiểm soát hoạt động TMĐT XBG của Nhà nước

	Không tác động	Ít tác động	Bình thường	Khá nhiều	Rất nhiều	Tỉ lệ (%)
Sự phối hợp của các cơ quan quản lý nhà nước	0	0	12.5	58.3	29.2	100.0
Văn bản pháp luật hướng dẫn cụ thể	0	0	0	68.9	31.1	100.0
Sự chủ động của DN trong báo cáo	0	18.9	31.1	29.6	20.7	100.0
Trình độ cán bộ thanh kiểm tra	0	0	0	42.5	57.5	100.0

(Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát)

Trình độ cán bộ thanh kiểm tra là yếu tố được đánh giá ảnh hưởng nhiều nhất tới kết quả hoạt động thanh tra, kiểm soát. Có tới 57,5% DN, NTD được hỏi đều đánh giá như vậy. Điều này cho thấy cần phải có những biện pháp nâng cao trình độ, năng lực cán bộ quản lý.

Ngoài ra, các yếu tố như văn bản pháp luật chưa hướng dẫn cụ thể và thái độ của DN trong việc báo cáo cũng ảnh hưởng khá nhiều tới kết quả hoạt động này.

3.3. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới ở Việt Nam

3.3.1. Khái quát về các yếu tố ảnh hưởng tới quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới ở Việt Nam

3.3.1.1. Môi trường thể chế về thương mại điện tử xuyên biên giới ở Việt Nam

Trong thời gian qua, để cụ thể hóa các chiến lược quốc gia, Chính phủ Việt Nam đã ban hành nhiều chính sách và quy định, từng bước hoàn thiện hệ thống pháp lý nhằm thúc đẩy sự phát triển của TMĐT XBG. Một số văn bản pháp luật hiện hành về TMĐT nói chung và TMĐT XBG nói riêng điển hình như sau:

(1) Luật Thương mại (2005) số 36/2005/QH11 của Quốc hội ban hành ngày 14/06/2005; Luật Thương mại được sửa đổi bổ sung tại VBHN số 17/VBHN-VPQH ngày 05/07/2019 của Văn phòng Quốc hội.

(2) Luật Đầu tư (2020) số 61/2020/QH14 của Quốc hội ban hành ngày 17/6/2020. Luật này quy định về hoạt động đầu tư kinh doanh tại Việt Nam và hoạt động đầu tư kinh doanh từ Việt Nam ra nước ngoài; Nghị định số 31/2021/NĐ-CP ngày 26/3/2021 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật đầu tư. Nghị định quy định về danh mục các ngành, nghề hạn chế tiếp cận thị trường đối với nhà đầu tư nước ngoài, đối tượng áp dụng và điều kiện tiếp cận thị trường đối với nhà đầu tư nước ngoài.

(3) Luật Công nghệ thông tin (2006) số 67/2006/QH11 của Quốc hội ban hành ngày 29/6/2006. Luật này quy định về hoạt động ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin, các biện pháp bảo đảm ứng dụng 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.

(4) Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (2023) số 19/2023/QH15 của Quốc hội ban hành ngày 20/6/2023. Luật này quy định về nguyên tắc, chính sách bảo vệ quyền lợi NTD; quyền và nghĩa vụ của NTD; trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh đối với NTD; hoạt động bảo vệ quyền lợi NTD của cơ quan, tổ chức; giải quyết tranh chấp giữa NTD và tổ chức, cá nhân kinh doanh; quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi NTD; Luật Bảo vệ người tiêu dùng (sửa đổi) của Quốc hội có hiệu lực từ 01/7/2024. Luật đã bổ sung trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh với NTD trong các giao dịch trên không gian mạng.

(5) Luật An toàn thông tin (2015) của Quốc hội ban hành ngày 19/11/2015. Luật này quy định về hoạt động an toàn thông tin mạng, quyền, trách nhiệm của cơ quan, tổ chức, cá nhân trong việc bảo đảm an toàn thông tin mạng; mật mã dân sự; tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật về an toàn thông tin mạng; kinh doanh trong lĩnh vực an toàn thông tin mạng; phát triển nguồn

nhân lực an toàn thông tin mạng; QLNN về an toàn thông tin mạng; Luật An ninh mạng (2018) của Quốc hội có hiệu lực từ ngày 01/1/2019. Luật An ninh mạng quy định về hoạt động bảo vệ an ninh quốc gia và bảo đảm trật tự, an toàn xã hội trên không gian mạng; trách nhiệm của cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan. Hiện nay, dự thảo Nghị định quy định chi tiết một số điều của Luật An ninh mạng đang được Chính phủ xây dựng và lấy ý kiến rộng rãi.

(6) Luật quản lý thuế (2019) của Quốc hội có hiệu lực từ ngày 01/7/2020. Luật quy định về nguyên tắc khai thuế, tính thuế đối với các chủ thể nước ngoài không có cơ sở thường trú tại Việt Nam kinh doanh TMĐT, kinh doanh dựa trên nền tảng số và các dịch vụ khác có nghĩa vụ trực tiếp hoặc ủy quyền thực hiện đăng ký, khai thuế, nộp thuế tại Việt Nam theo quy định của Bộ trưởng Bộ Tài chính; Nghị định số 126/2020/NĐ-CP ngày 19/10/2020 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều của Luật quản lý thuế. Nghị định đã quy định về trường hợp khấu trừ, nộp thay nghĩa vụ thuế phải nộp đối với nhà cung cấp ở nước ngoài không có cơ sở thường trú tại Việt Nam có hoạt động kinh doanh TMĐT, kinh doanh dựa trên nền tảng số với tổ chức, cá nhân ở Việt Nam (nhà cung cấp ở nước ngoài) trong trường hợp nhà cung cấp nước ngoài chưa thực hiện đăng ký, kê khai, nộp thuế; Nghị định số 91/2022/NĐ-CP ngày 30/10/2022 của Chính phủ về sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 126/2020/NĐ-CP ngày 19/10/2020 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều của Luật Quản lý thuế. Theo đó, Nghị định bổ sung quy định về trách nhiệm của chủ sở hữu sàn giao dịch điện tử.

(7) Nghị định số 27/2007/NĐ-CP ngày 23 tháng 02 năm 2007 của Chính phủ về giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính; Nghị định số 156/2016/NĐ-CP ngày 21 tháng 11 năm 2016 của Chính phủ về sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 27/2007/NĐ-CP ngày 23 tháng 02 năm 2007 về giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính hết hiệu lực kể từ ngày Nghị định này có hiệu lực thi hành; Nghị định số 165/2018/NĐ-CP ngày 24 tháng 12 năm 2018 của Chính phủ về Giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính. Nghị định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày 10 tháng 02 năm 2019.

(8) Luật giao dịch điện tử số 20/2023/QH15 của Quốc hội ban hành ngày 22/6/2023. Luật này quy định việc thực hiện giao dịch bằng phương tiện điện tử; Luật này không quy định về nội dung, điều kiện, hình thức của giao dịch; Trường hợp luật khác quy định hoặc không quy định giao dịch được thực hiện bằng phương tiện điện tử thì được áp dụng theo quy định của Luật này. Trường hợp luật khác quy định không được thực hiện giao dịch bằng phương tiện điện tử thì thực hiện theo quy định của luật đó; Luật Giao dịch điện tử (sửa đổi) của Quốc hội có hiệu lực từ ngày 01/7/2024. Luật quy định về điều kiện, trách nhiệm của tổ chức cung cấp các loại dịch vụ tin cậy; điều kiện, trách nhiệm của chủ quản hệ thống thông tin phục vụ giao dịch điện tử.

(9) Ngày 01 tháng 3 năm 2018, Chính phủ ban hành Nghị định số 27/2018/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 72/2013/NĐ-CP ngày 15 tháng 7 năm 2013 của Chính phủ về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng, có hiệu lực kể từ ngày 15 tháng 4 năm 2018. Theo đó, Nghị định số 27/2018/NĐ-CP có một số quy định sửa đổi, bổ sung đối với tổ chức, doanh nghiệp khi thiết lập mạng xã hội.

(10) Nghị định số 10/2020/NĐ-CP ngày 17/1/2020 của Chính phủ quy định về kinh doanh và điều kiện kinh doanh vận tải bằng xe ô tô. Nghị định quy định rõ trách nhiệm của đơn vị cung cấp phần mềm ứng dụng hỗ trợ kết nối vận tải.

(11) Quyết định số 316/QĐ-TTg ngày 09/3/2021 của Thủ tướng chính phủ phê duyệt triển khai thí điểm dùng tài khoản viễn thông thanh toán cho các hàng hóa, dịch vụ có giá trị nhỏ (Mobile money).

(12) Thông tư số 47/2014/TT-BCT ngày 5/12/2014 của Bộ Công thương quy định về quản lý website thương mại điện tử và Thông tư số 59/2015/TT-BCT ngày 31/12/2015 của Bộ Công thương quy định quản lý thương mại điện tử trên thiết bị di động.

(13) Nghị định số 85/2021/NĐ-CP của Chính phủ ngày 25/9/2021 sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 52/2013/NĐ-CP của Chính phủ ngày 16/5/2013 về thương mại điện tử, có hiệu lực từ ngày 01/1/2022. Nội

dung Nghị định có 5 điểm mới về: thu hẹp đối tượng thủ tục hành chính; minh bạch thông tin hàng hóa, dịch vụ; tăng cường trách nhiệm của thương nhân, tổ chức cung cấp sàn giao dịch TMĐT; các hình thức hoạt động của sàn giao dịch TMĐT; TMĐT có yếu tố nước ngoài; Thông tư số 01/2022/TT-BCT ngày 18/1/2022 của Bộ Công thương về việc sửa đổi, bổ sung một số thương mại điện tử. Thông tư hướng dẫn chi tiết một số quy định mới tại Nghị định số 85/2021/NĐ-CP bao gồm: nguyên tắc thông báo, đăng ký website TMĐT; phương thức báo cáo của thương nhân, tổ chức đã đăng ký website cung cấp dịch vụ TMĐT; hoạt động cung cấp dịch vụ chứng thực hợp đồng điện tử.

(14) Nghị định số 98/2020/NĐ-CP ngày 26/8/2020 của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và bảo vệ quyền lợi NTD (được sửa đổi bổ sung một số điều tại Nghị định số 17/2022/NĐ-CP ngày 31/1/2022 của Chính phủ).

(15) Nghị định số 13/2023/NĐ-CP ngày 17/4/2023 của Chính phủ quy định về bảo vệ dữ liệu cá nhân và trách nhiệm bảo vệ dữ liệu cá nhân của cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan. Nghị định phân loại dữ liệu cá nhân thành 2 loại: dữ liệu cá nhân cơ bản và dữ liệu cá nhân nhạy cảm; quy định quyền của chủ thể dữ liệu; các trường hợp xử lý dữ liệu cá nhân không cần sự đồng ý của chủ thể dữ liệu; ...

(16) Chỉ thị số 18/CT-TTg ngày 30/5/2023 của Thủ tướng Chính phủ về việc đẩy mạnh kết nối, chia sẻ dữ liệu phục vụ phát triển TMĐT chống thất thu thuế, bảo đảm an ninh tiền tệ. Chỉ thị nhằm tăng cường hiệu lực, hiệu quả và tiếp tục đẩy mạnh CDS trong công tác quản lý nhà nước đối với TMĐT, hoạt động kinh doanh trên nền tảng số, kinh doanh xuyên biên giới, kết nối, chia sẻ dữ liệu giữa các bộ, ngành phục vụ phát triển TMĐT, chống thất thu thuế, bảo đảm an ninh tiền tệ.

(17) Luật Thương mại điện tử 2025 số 122/2025/QH15 (ban hành ngày 10/12/2025). Đây là văn bản pháp lý cao nhất, quy định toàn diện về hoạt động TMĐT, công nhận giá trị pháp lý của hợp đồng, chứng từ và hóa đơn điện tử trong giao dịch xuyên biên giới.

Tuy nhiên, mặc dù thực tế thương mại điện tử xuyên biên giới đã và đang phát triển đa dạng và mạnh mẽ nhưng các quy định trên vẫn chưa thực sự cụ thể, bao quát đầy đủ, đồng bộ, nhiều vấn đề chưa được đề cập đến, dẫn đến những khó khăn, bất cập trong quản lý. Hơn nữa, việc thiếu hành lang pháp lý cho hoạt động e-logistics (các hoạt động hỗ trợ vận chuyển hàng hóa từ nơi cung ứng đến nơi tiêu dùng thông qua các giao dịch mua bán điện tử) tại Việt Nam cũng là những trở ngại không nhỏ.

Lĩnh vực CNTT phát triển nhanh chóng tạo ra những vấn đề mới vượt ra ngoài phạm vi của các quy định, thể chế hiện hành. Điều này khiến cho các quy định pháp lý nhanh chóng bị lạc hậu đòi hỏi phải có những quy định mới cũng như những thể chế quản lý linh hoạt và phù hợp hơn có khả năng thích ứng với những biến đổi nhanh chóng của CNTT và sự phát triển của TMĐT XBG.

Theo khảo sát của Tô Trung Thành (2023), khảo sát 1000 DN trên địa bàn Hà Nội cho thấy: Kiến tạo môi trường thể chế thuận lợi cho sự phát triển của KTS không chỉ dừng lại ở cấp độ vĩ mô, mà còn cần được thực hiện trong mỗi DN. Theo đó, chỉ có 38,59% số DN trong mẫu khảo sát của đề tài được hỏi cho biết đơn vị mình có phân bổ ngân sách riêng biệt cho hoạt động Chuyển đổi số. Tỷ lệ trên cũng có sự biến động rất lớn giữa các nhóm ngành mà DN hoạt động, trong khi các ngành như Thông tin TT (53,33% tổng số DN) và CNTT (51,06% tổng số DN) có tỷ lệ DN phân bổ ngân sách riêng biệt tương đối cao thì một số ngành nghề truyền thống như Công nghiệp (29,63% tổng số DN) và Thương mại (40,85% tổng số DN) lại có tỷ lệ này tương đối thấp, đây giá trị trung bình cho toàn mẫu xuống thấp hơn đáng kể. Tỷ lệ này cũng tăng theo quy mô DN khi chỉ ở mức 22,22% trong nhóm DN có quy mô sử dụng lao động từ 10 đến dưới 50 người nhưng tăng lên 42,75% ở nhóm sử dụng từ 50 lao động trở lên. Điều này cũng phản ánh những khó khăn về tài chính của các DN có quy mô nhỏ [88].

3.3.1.2. Cơ sở kỹ thuật hạ tầng cho phát triển thương mại điện tử xuyên biên giới ở Việt Nam

Xây dựng các yếu tố cần thiết về hạ tầng và nền tảng số là điều kiện quan trọng để phát triển TMĐT XBG. Tuy vậy, cơ sở hạ tầng kỹ thuật cho phát triển TMĐT XBG ở Việt Nam còn chưa tương xứng với tiềm năng. Báo cáo về chỉ số CNTT và TT 2020 do Vụ CNTT thuộc Bộ Thông tin và truyền thông (nay là Bộ Khoa học và Công nghệ) phối hợp với Hội Tin học Việt Nam thực hiện có đánh giá hạ tầng kỹ thuật của các địa phương cả nước. Chỉ số hạ tầng kỹ thuật được tính toán dựa trên một số chỉ tiêu thành phần về mức độ trang bị CNTT của trong các cơ quan nhà nước cũng như trong xã hội, bao gồm: tỷ lệ máy tính, tỷ lệ máy tính có kết nối internet, băng thông đầu người, tỷ lệ triển khai các giải pháp an toàn thông tin và các tỷ lệ đầu tư cho hạ tầng kỹ thuật. Cơ sở hạ tầng kỹ thuật được đầu tư tốt chính là bộ phận giúp DN cũng như cơ quan nhà nước chuyển đổi số một cách thuận lợi. Đối với NTD thì đây là điều kiện để thực hiện hoạt động mua hàng dễ dàng và tiện lợi như thế nào.

Bảng 3.9: Điểm số và thứ hạng hạ tầng cho CNTT các tỉnh tại Việt Nam ICT Index

TT	Tỉnh/ thành	Chỉ số HT KT-XH	Chỉ số HT KT-CQNN	Chỉ số HTKT	Xếp hạng		
					2020	2019	2018
1	Huế	1,0000	1,0000	1,0000	1	6	12
2	Đà Nẵng	0,8721	0,7008	0,7864	2	1	1
3	HCM	0,8750	0,5019	0,6885	4	8	3
4	Bình Dương	0,7230	0,4599	0,5914	10	7	6
5	Lâm Đồng	0,6795	0,5708	0,6252	6	21	15
6	Bắc Ninh	0,6209	0,5962	0,6036	7	9	7
7	Hà Nội	0,6294	0,5552	0,5923	9	12	4
8	Quảng Ninh	0,7193	0,5841	0,6517	5	4	5

(Nguồn: Việt Nam ICT Index 2020)

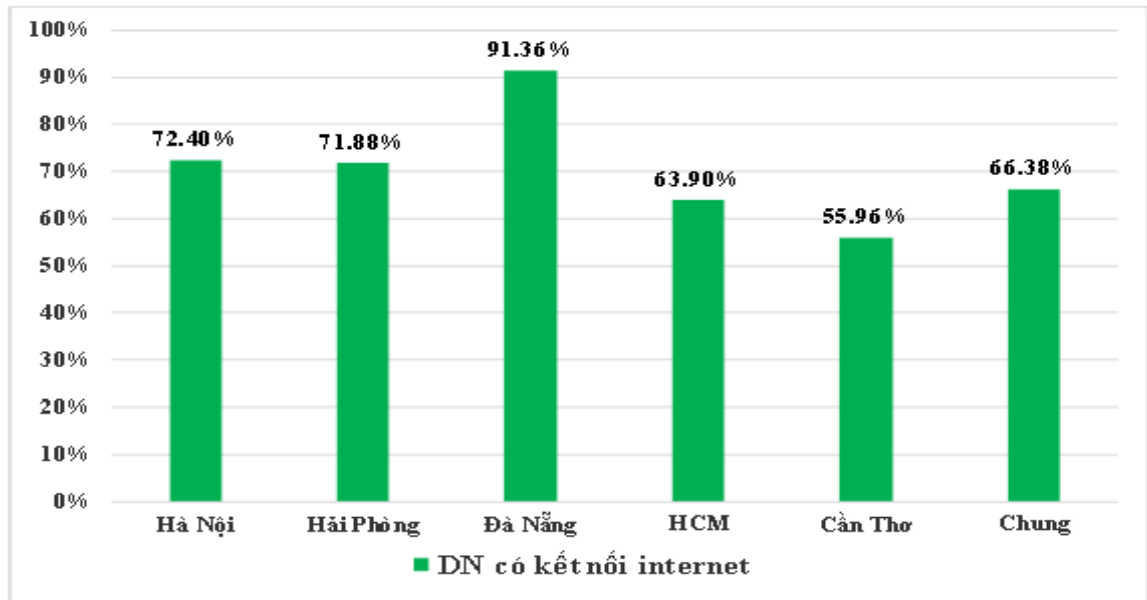
Bên cạnh đó, tính liên kết giữa các hệ thống số của các ngành còn yếu, dữ liệu giữa các lĩnh vực chưa thực sự liên thông; dữ liệu giữa các ngành, địa phương còn manh mún, phân tán; sự chia sẻ và kết nối dữ liệu của còn yếu. Nguyên nhân của hạn chế này là do thiếu cơ chế chia sẻ dữ liệu giữa các Bộ, ngành, cơ quan, địa phương dẫn tới tình trạng cục bộ ở nhiều cơ quan, đơn vị; nhiều lĩnh vực còn thiếu thiết kế tổng thể hệ thống CNTT; hệ thống CNTT đầu tư một cách manh mún, qua nhiều lần đầu tư dẫn tới sự không đồng bộ giữa các cơ quan, đơn vị từ đó dẫn tới những khó khăn trong việc chia sẻ kết nối thông tin, dữ liệu. Theo dữ liệu điều tra DN 2020 thì tỷ lệ DN có website hiện nay trên cả nước ở mức khá thấp (chỉ có 7,95%). Đây là chỉ tiêu cần được đặc biệt quan tâm bởi website/cổng thông tin điện tử chính là cầu nối của DN với các bên liên quan, là bộ mặt của DN trong thời đại KTS.

Chi phí đầu tư lớn, cùng với việc phải thay đổi thói quen kinh doanh khi sử dụng các nền tảng số khiến cho các DN còn e ngại, chưa mạnh dạn chuyển đổi số. Theo kết quả của khảo sát “Thực trạng Chuyển đổi số trong DN trong bối cảnh Covid-19” do Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) thực hiện năm 2020 khảo sát trên 400 DN cũng cho thấy, trong khi các DN lớn đi nhanh hơn thì đối với các DN nhỏ và vừa chỉ có 10,7% cho biết họ đang đầu tư vào việc nâng cấp phần mềm và phần cứng CNTT. Các DN của Việt Nam hiện nay chủ yếu là DN nhỏ và vừa (chiếm 97%), vì vậy, mặc dù có đã có những nhận thức về sự cần thiết của chuyển đổi số, tuy nhiên do khả năng sản xuất còn hạn chế, mức độ tự động hóa còn chưa cao nên khó áp dụng chuyển đổi số.

Mức độ phổ cập, phổ dụng của các công nghệ số trước tiên được đo lường bằng tỷ lệ sử dụng mạng internet. Theo số liệu Điều tra DN 2020, nếu xét về tỷ lệ DN có internet thì trung bình cả nước là 66,38% (tức là chiếm khoảng 2/3 trong tổng số DN), trong đó HN là địa phương có tỷ lệ cao hơn so

với mức chung bình chung của cả nước (72,40% so với 66,38%), cũng là địa phương có tỷ lệ cao chỉ sau thành phố Đà Nẵng (91,36%) [88].

Hình 3.5: Tỷ lệ doanh nghiệp có kết nối Internet năm 2020

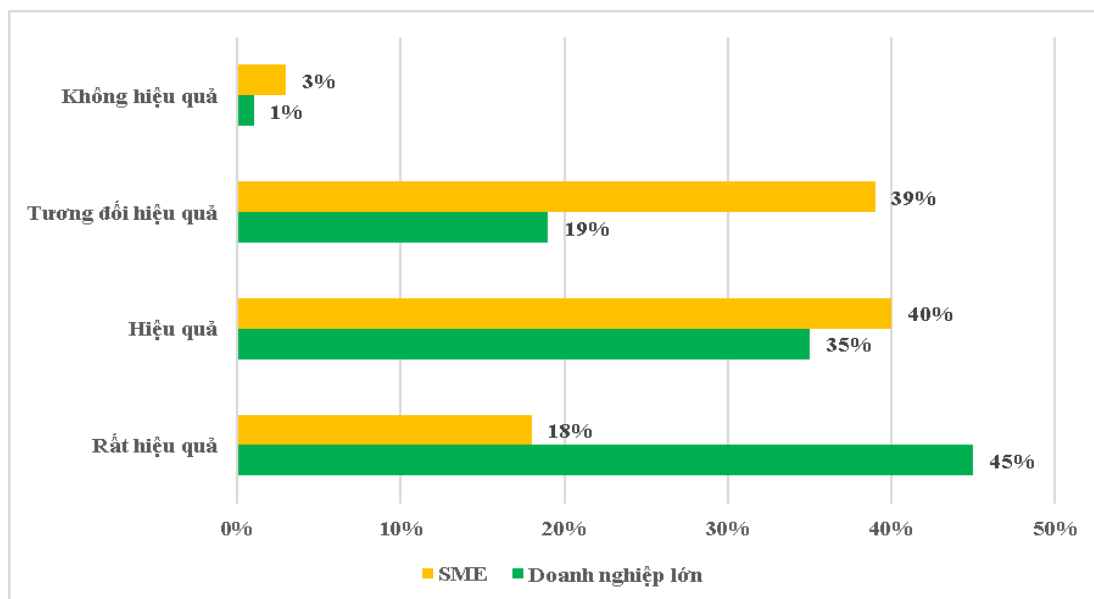


(Nguồn: Số liệu Điều tra doanh nghiệp 2020 (GSO))

Theo khảo sát trong Báo cáo Chỉ số TMĐT Việt Nam 2023 của Hiệp hội TMĐT Việt Nam, năm 2022 có 17% doanh nghiệp có sử dụng website/ ứng dụng TMĐT để phục vụ cho mục đích xuất nhập khẩu, tỷ lệ này không thay đổi nhiều so với năm 2021 [44], [46]. Nhóm doanh nghiệp lớn cao hơn gấp đôi so với nhóm doanh nghiệp vừa và nhỏ trong việc có sử dụng website/ ứng dụng TMĐT phục vụ cho mục đích xuất nhập khẩu.

Đa phần doanh nghiệp đều đánh giá việc sử dụng website/ ứng dụng TMĐT đem lại hiệu quả tương đối tốt và rất hiệu quả. Cũng từ những nhận thức về TMĐT XBG của các DN mà mức độ đầu tư từ các DN cũng cải thiện.

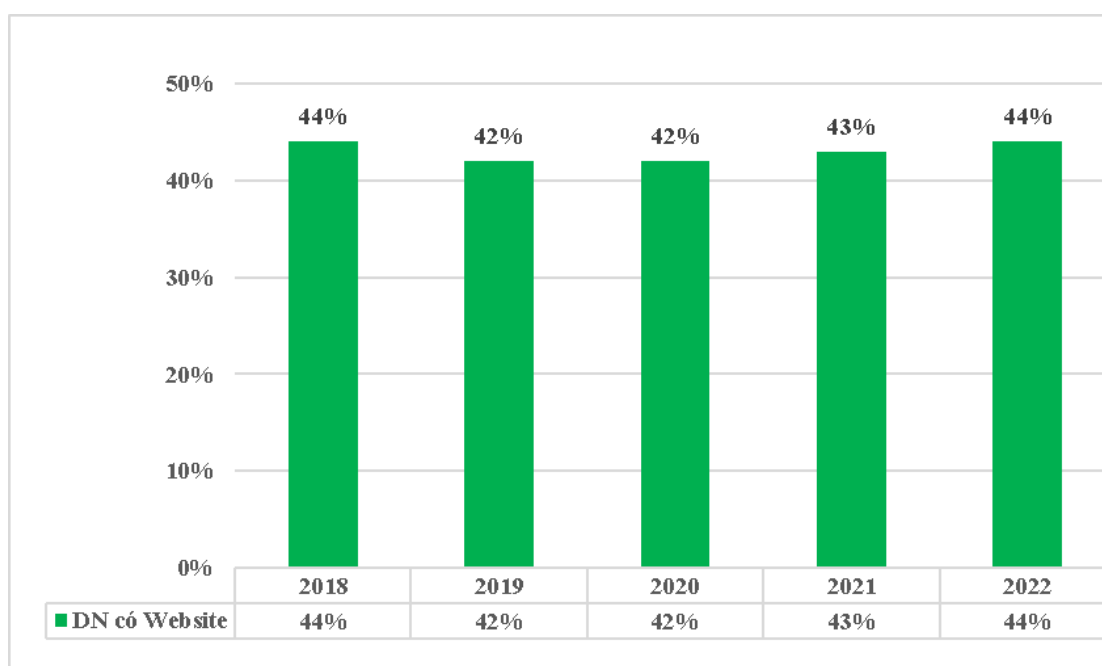
Hình 3.6: Đánh giá về hiệu quả của việc đầu tư vào hạ tầng CNTT và TMĐT trong hoạt động sản xuất, kinh doanh phân theo quy mô DN



(Nguồn: Báo cáo chỉ số TMĐT Việt Nam 2023 của Hiệp hội TMĐT Việt Nam)

Trong nhiều năm liền, website doanh nghiệp luôn được đánh giá là kênh hàng đầu giúp xây dựng thương hiệu trên môi trường trực tuyến một cách bền vững, điều này đúng cho cả doanh nghiệp lớn và các DN vừa và nhỏ.

Hình 3.7: Tỷ lệ doanh nghiệp có website qua các năm

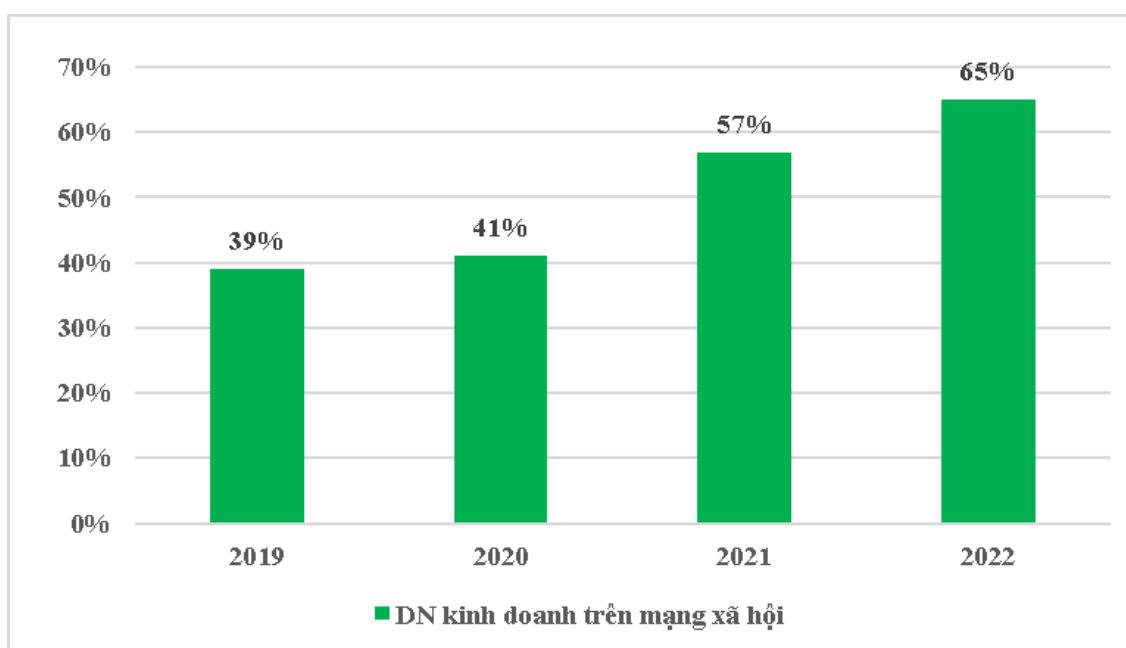


(Nguồn: Báo cáo chỉ số TMĐT Việt Nam 2023 của Hiệp hội TMĐT Việt Nam)

Khảo sát cho thấy tỷ lệ doanh nghiệp đã xây dựng website không có thay đổi nhiều nhiều so với các năm trước và mức độ chênh lệch với các năm trước cũng không cao.

Trong số các doanh nghiệp có website thì 78% doanh nghiệp cho biết hiện nay đã tích hợp tính năng tương tác trực tuyến (Zalo, Facebook...) với khách hàng của mình trên chính các nền tảng website đó. Tương tự khi phân theo quy mô doanh nghiệp thì tỷ lệ doanh nghiệp có tích hợp các tính năng tương tác trực tuyến trên website của nhóm doanh nghiệp lớn có cao hơn một chút so với nhóm doanh nghiệp vừa và nhỏ (83% doanh nghiệp lớn có tích hợp các tính năng này, trong khi đó tỷ lệ ở nhóm doanh nghiệp nhỏ là 77%).

Hình 3.8: Tỷ lệ doanh nghiệp kinh doanh trên mạng xã hội

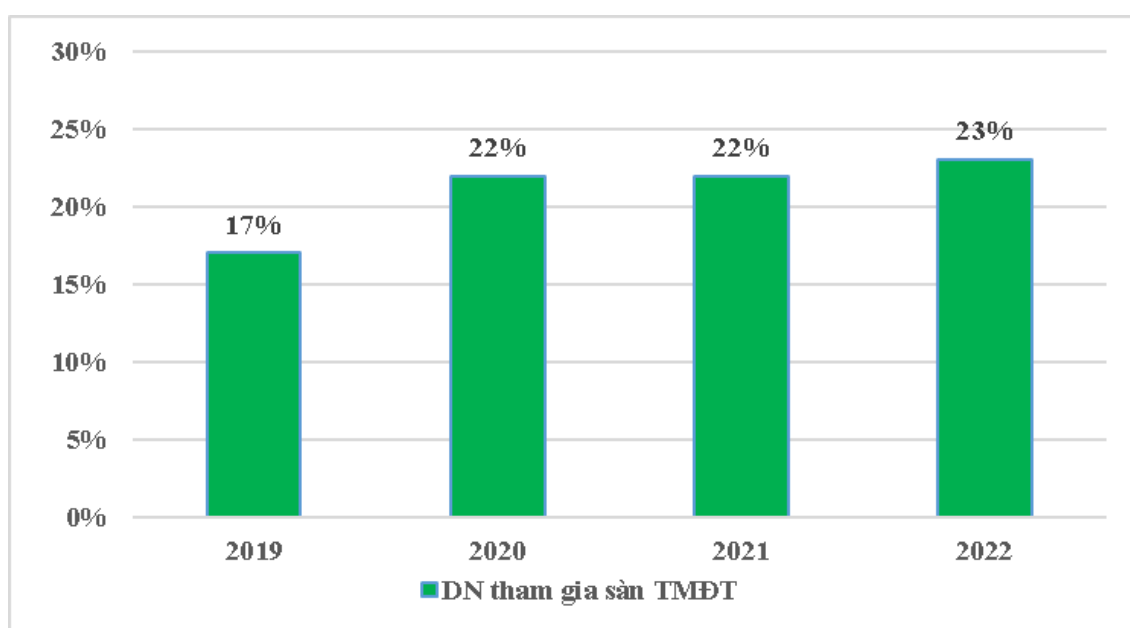


(Nguồn: Báo cáo chỉ số TMĐT Việt Nam 2023 của Hiệp hội TMĐT Việt Nam)

Xu hướng hoạt động kinh doanh trên các mạng xã hội (Facebook, Zalo, Instagram...) năm 2022 tiếp tục tăng mạnh, cụ thể có tới 65% doanh nghiệp cho biết có sử dụng các hình thức kinh doanh này. Điều này là rõ ràng khi trước bối cảnh tác động của dịch bệnh, việc chuyển dịch lên kinh doanh trực tuyến là cần thiết. Bên cạnh nhiều nền tảng kinh doanh online thì kinh doanh thông qua mạng xã hội được đánh giá là nền tảng dễ triển khai nhất với mọi doanh nghiệp.

Năm 2022 có 23% doanh nghiệp tham gia khảo sát cho biết có hoạt động kinh doanh trên các sàn thương mại điện tử, hoạt động của các nền tảng này cũng dần được cộng đồng quan tâm nhiều hơn cả về khía cạnh chính sách thực thi và hiệu quả kinh doanh.

Hình 3.9: Tỷ lệ doanh nghiệp tham gia sàn TMĐT



(Nguồn: Báo cáo chỉ số TMĐT Việt Nam 2023 của Hiệp hội TMĐT Việt Nam)

3.3.1.3. Nguồn nhân lực đáp ứng phát triển thương mại điện tử xuyên biên giới ở Việt Nam

Phát triển NNL cho chuyển đổi số là quá trình đào tạo và tích lũy, tạo lập kỹ năng làm chủ “công nghệ số” của NNL trên cơ sở áp dụng công nghệ mới không ngừng phát triển mạnh như: Dữ liệu lớn (Big Data), trí thông minh nhân tạo (AI Intelligence), IoT, điện toán đám mây (Cloud),..., từ thành tựu của cuộc cách mạng công Artificial nghiệp lần thứ tư/công nghiệp 4.0 đưa vào mọi lĩnh vực quản lý, quản trị nền kinh tế xã hội cả ở cấp quốc gia, địa phương và cơ sở. Chuyển đổi số cần có nguồn nhân lực chất lượng cao để có thể làm chủ công nghệ mới, phục vụ cho việc triển khai chuyển đổi số. Tuy nhiên, đào tạo và phát triển nguồn nhân lực TMĐT XBG của Việt Nam còn chưa đáp ứng được nhu cầu. Báo cáo Việt Nam ICT Index 2020 đã tiến hành tính điểm và xếp hạng chất lượng hạ tầng nhân lực cho CNTT và TT giữa các tỉnh thành trong cả nước. Chỉ số này được tính toán chủ yếu dựa trên tỷ lệ cán

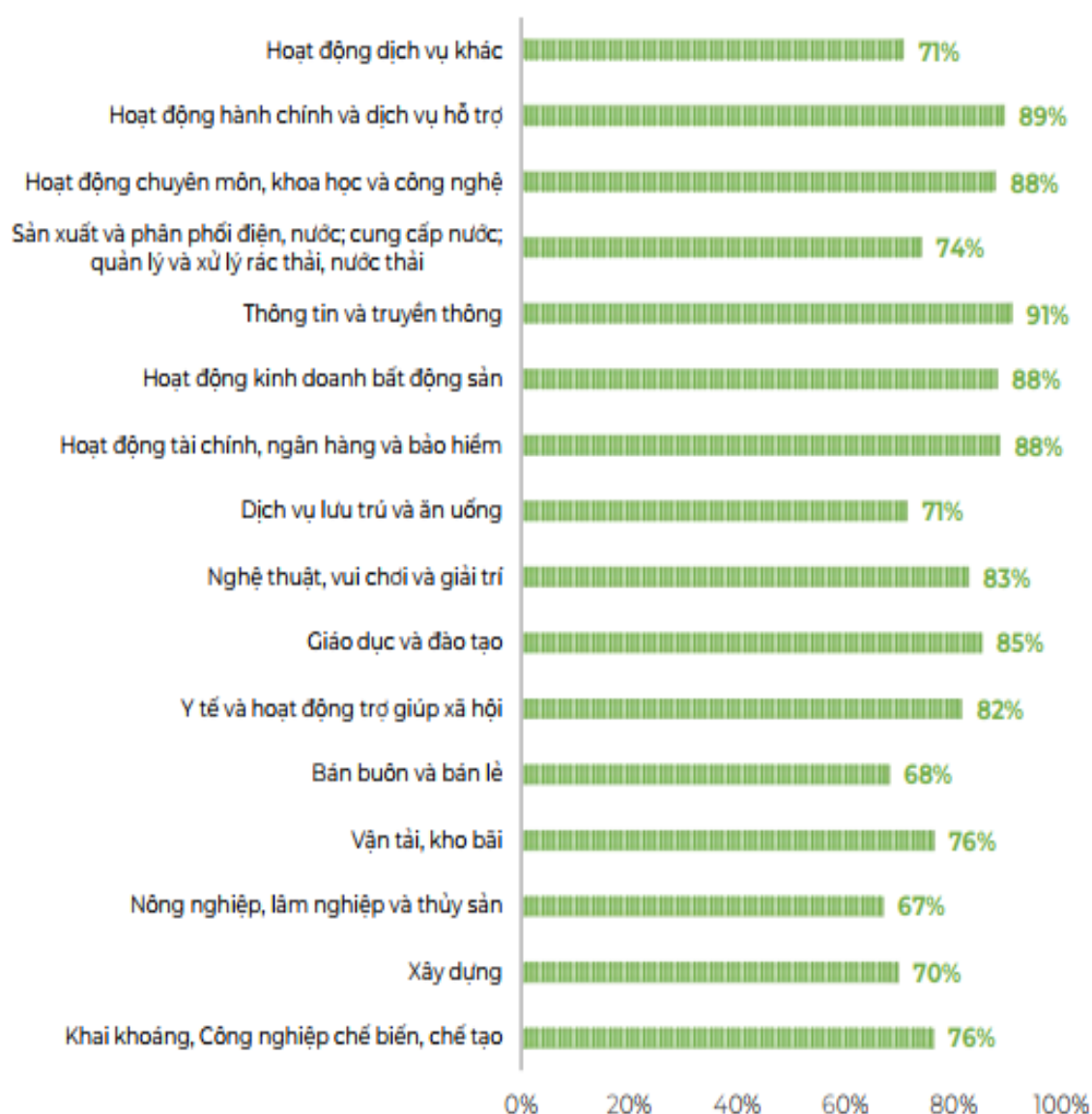
bộ chuyên trách cho các vị trí về CNTT, an toàn thông tin, trình độ của đội ngũ cán bộ này, tỷ lệ cán bộ được đào tạo các kỹ năng CNTT cũng như mức chi của DN hay cơ quan nhà nước cho đào tạo về CNTT. Về chỉ số này, trong năm 2020, HN chỉ đứng thứ 17 với 0,7156 điểm so với mức 0,9974 điểm của tỉnh dẫn đầu là Cần Thơ. Thứ hạng của HN đã liên tục đi xuống trong những năm gần đây từ vị trí thứ 7 trong năm 2018 đến vị trí thứ 12 trong năm 2019. Trong các điểm thành phần, hạ tầng nhân lực của xã hội tại HN có điểm cao hơn ở mức 0,8837 trong khi điểm hạ tầng nhân lực ở các cơ quan nhà nước chỉ là 0,5476. Tương tự như thế, ở phía bộ phận các cơ quan nhà nước, nếu như tỉnh dẫn đầu là Cần Thơ đạt được tỷ lệ cán bộ chuyên trách CNTT là 7,8% với tỷ lệ cán bộ chuyên trách An toàn thông tin là 7,8% thì hai con số này của HN chỉ mới khiêm tốn ở mức 1,5% và 0,4%, tức là đã tụt lại khá xa.

Theo nghiên cứu của Tô Trung Thành (2023), về cơ cấu ngành, các DN hoạt động trong ngành công nghiệp có tỷ lệ bố trí nhân sự chuyên trách cao nhất ở mức 51,85%. Trong khi đó, DN trong nhóm ngành thông tin truyền thông và CNTT lại có tỷ lệ bố trí cán bộ chuyên trách thấp nhất ở mức lần lượt là 33,33% và 34,04%. Thực tế này có thể đến từ đặc thù công việc của các ngành này gần với các nghiệp vụ chuyển đổi số nên DN ít phân ra cán bộ chuyên trách. Về cơ cấu quy mô, một điểm đáng ngạc nhiên là so với nhóm DN quy mô trung bình (có quy mô từ 10 đến dưới 50 lao động) với tỷ lệ bố trí cán bộ chuyên trách là 58,33% thì nhóm DN quy mô lớn (có quy mô từ 50 lao động trở lên) lại có tỷ lệ bố trí cán bộ chuyên trách thấp hơn đáng kể, chỉ ở mức 39,13% [88].

Bên cạnh đó, nhân lực có kỹ năng trong chuyển đổi số cũng là khó khăn khiến DN chưa thể đẩy mạnh chuyển đổi số. Các DN vừa và nhỏ gặp nhiều khó khăn hơn khi năng lực tài chính còn yếu, đội ngũ nhân lực, đặc biệt là nhân lực được trang bị các kỹ năng trong chuyển đổi số còn hạn chế, là những rào cản lớn đối với DN trong chuyển đổi số. Như vậy, cơ sở hạ tầng nhân lực của thành phố còn hạn chế, chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển TMĐT XBG nói riêng và nhu cầu chuyển đổi số nói chung trong các cơ quan nhà nước cũng như trong xã hội. Nguồn nhân lực cho TMĐT XBG còn thiếu về số lượng và hạn chế về chất lượng. Trong các DN, vẫn còn số lượng lớn lực lượng lao động tay nghề chưa cao, thiếu kỹ năng ứng dụng thực tế. Bên cạnh đó, hoạt động liên kết giữa DN với các cơ sở giáo dục, trường học, viện

ngiên cứu, trường đại học còn hạn chế; hiệu quả hợp tác quốc tế trong lĩnh vực khoa học - công nghệ và đổi mới sáng tạo còn thấp, việc khai thác nguồn nhân lực đã qua đào tạo chưa phát huy được hiệu quả. Hơn nữa, nhóm nhân lực này chưa thực sự được trọng dụng trong các hoạt động phát triển kinh tế số, dẫn tới tình trạng chảy máu chất xám, lãng phí nguồn lực.

Hình 3.10: Mức độ ưu tiên đối với nhân sự có kỹ năng/được đào tạo về CNTT và TMĐT phân theo lĩnh vực kinh doanh



(Nguồn: Báo cáo chỉ số TMĐT Việt Nam 2023 của Hiệp hội TMĐT Việt Nam)

Với mục tiêu phát triển thương mại điện tử bền vững hướng tới năm 2025, vai trò của nguồn nhân lực càng được khẳng định rõ, đòi hỏi sự quan

tâm đầu tư lớn của các cơ quan nhà nước, các tổ chức để đẩy mạnh việc đào tạo nguồn nhân lực có kiến thức và kỹ năng trong ứng dụng thương mại điện tử xuyên biên giới, qua đó phục vụ hoạt động xúc tiến thương mại điện tử XBG tại nhiều tỉnh thành. Khảo sát của Hiệp hội TMĐT Việt Nam năm 2022 cho thấy có tới 69% doanh nghiệp tham gia khảo sát có tuyển dụng ưu tiên đối với nhân sự có kỹ năng hoặc được đào tạo về công nghệ thông tin và thương mại điện tử (cao hơn một chút so với tỷ lệ 64% năm 2021) [46]. Trong khi đó nếu xét theo quy mô doanh nghiệp thì nhóm doanh nghiệp lớn có mức độ quan tâm và ưu tiên hơn đối với việc tuyển dụng nhân sự có nhóm kỹ năng này. Cụ thể nếu có 67% doanh nghiệp vừa và nhỏ quan tâm tới việc tuyển dụng ưu tiên đối với nhân sự có kỹ năng/được đào tạo về CNTT và TMĐT thì tỷ lệ này ở nhóm doanh nghiệp lớn chiếm tới 83% [46].

Thông tin và truyền thông là lĩnh vực có mức độ ưu tiên đối với nhân sự có kỹ năng/được đào tạo về CNTT và TMĐT ở mức cao nhất (91% doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực này ưu tiên tuyển dụng đối với nhân sự có kỹ năng).

3.3.2. Đánh giá kết quả khảo sát điều tra

3.3.2.1. Mã hóa các biến và thang đo nghiên cứu

Trong quá trình nghiên cứu, tác giả đã mã hóa các biến nghiên cứu như bảng sau :

Bảng 3.10 : Mã hóa các biến nghiên cứu

TT	Mã hóa	Giải thích
		Biến phụ thuộc
	QL	Quản lý nhà nước về TMĐT xuyên biên giới
		Biến độc lập
1	TC	Môi trường thể chế
2	HT	Cơ sở kỹ thuật hạ tầng
3	NL	Nhân lực phục vụ TMĐT xuyên biên giới

(Nguồn: Phân tích của tác giả)

Như vậy, sau khi tiến hành xây dựng thang đo với 12 biến quan sát đại diện cho 03 yếu tố ảnh hưởng đến “quản lý nhà nước về TMDT xuyên biên giới”, thang đo được mã hóa theo quy ước trong bảng 3.11.

Bảng 3.11: Mã hóa các thang đo

STT	Yếu tố	Mã hóa	Thang đo
1	Môi trường thể chế	TC 1	Đầy đủ, chi tiết, rõ ràng của văn bản pháp luật
		TC 2	Pháp luật quốc tế và khu vực
		TC 3	Kết quả thực thi của cơ quan quản lý địa phương
		TC 4	Dễ hiểu, dễ vận dụng, dễ thực thi
		TC 5	Đồng bộ, hệ thống giữa các văn bản pháp luật khác nhau
2	Cơ sở kỹ thuật hạ tầng	HT 1	Cơ sở hạ tầng công nghệ
		HT 2	Cơ sở hạ tầng khác
		HT 3	Định hướng phát triển công nghệ của Nhà nước
		HT 4	Hiện đại hóa quá trình hậu cần
3	Nhân lực phục vụ TMDT xuyên biên giới	NL 1	Chất lượng nguồn nhân lực
		NL 2	Hệ thống giáo dục đào tạo phù hợp
		NL 3	Định hướng phát triển của Nhà nước
4	Quản lý nhà nước về TMDT xuyên biên giới	QL 1	Xây dựng chiến lược phát triển và ban hành các văn bản pháp luật
		QL 2	Hỗ trợ DN
		QL 3	Tổ chức thực thi văn bản pháp luật
		QL 4	Sự phối hợp giữa các cơ quan quản lý
		QL 5	Thanh tra, kiểm soát

(Nguồn: Phân tích bởi tác giả)

3.3.2.2. Kiểm định các biến nghiên cứu

Các kết quả nghiên cứu được thống kê và kết quả mô tả, đánh giá độ tin cậy các thang đo, các yếu tố được thể hiện rõ ở Phụ lục 3. Từ những kết quả đó, tiến hành thực hiện phân tích hồi quy. Trước khi tiến hành phân tích, để đánh giá các biến nghiên cứu đã đề xuất, tác giả đã thực hiện phân tích tương quan để kiểm định mối quan hệ giữa biến phụ thuộc và các biến độc lập, cũng như đánh giá mối tương quan giữa các biến độc lập với nhau. Kết quả phân tích để đánh giá kiểm định tương quan bằng hệ số Pearson cho thấy:

- Tất cả các yếu tố độc lập đều có tương quan với biến phụ thuộc ở mức ý nghĩa 1% (tương đương với độ tin cậy là 99%). Trong đó, biến GAU có hệ số tương quan cao nhất ($r = 0,595$) và biến TAN có hệ số tương quan thấp nhất ($r = 0,358$).

- Các biến quan độc lập có mối liên hệ tuyến tính với nhau nhưng mức độ tương quan không đáng kể.

Bảng 3.12: Ma trận tương quan Pearson

		VMtb	TCtb	BTtb	PTtb
TCtb	Pearson Corelation	1	0,171**	0,147**	0,259**
	Sig. (2-tailed)		0,001	0,004	0,000
	N	391	391	391	391
HTtb	Pearson Corelation	0,171**	1	0,077	-0,120*
	Sig. (2-tailed)	0,001		0,129	0,017
	N	391	391	391	391
NLtb	Pearson Corelation	0,147**	0,077	1	0,479**
	Sig. (2-tailed)	0,004	0,129		0,000
	N	391	391	391	391
QLtb	Pearson Corelation	0,259**	-0,120*	0,479**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,017	0,000	
	N	391	391	391	391
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)					
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)					

(Nguồn: Tổng hợp phân tích bởi tác giả)

Căn cứ vào kết quả phân tích tương quan ta thấy, nhân tố phụ thuộc QLtb có mối tương quan với các nhân tố độc lập TCtb, HTtb, NLtb. Trong đó, hệ số tương quan Pearson của các mối quan hệ TCtb, NLtb đều lớn hơn 0, như vậy mối tương quan của QLtb với nhân tố TCtb, NLtb là dương. Còn hệ số tương quan Pearson của mối quan hệ HTtb nhỏ hơn 0 cho biết mối quan hệ tương quan của QLtb với HTtb là âm. Cụ thể, hệ số tương quan Pearson của nhân tố phụ thuộc QLtb với các nhân tố độc lập TCtb, HTtb, NLtb lần lượt là: 0,259, -0,120, 0,479.

Cùng với đó, hệ số Sig. trong mối tương quan giữa nhân tố phụ thuộc QLtb với các nhân tố độc lập TCtb, HTtb, NLtb lần lượt là đều nhỏ hơn 0,05 (tức nhỏ hơn 5%), điều này cho thấy mối tương quan giữa nhân tố phụ thuộc QLtb với các nhân tố độc lập TCtb, HTtb, NLtb đều có ý nghĩa thống kê.

3.3.2.3. Kết quả kiểm định các biến nghiên cứu

- Môi trường thể chế tác động như thế nào đến quản lý nhà nước về TMĐT xuyên biên giới.

Kết quả ước lượng cho thấy mối quan hệ giữa Yếu tố từ môi trường vĩ mô (VM) và Phát triển CBCĐ chuyên trách (PT) là 0,259 ở mức ý nghĩa thống kê Sig. = 0,000 < 0,05 nên giả thuyết H1 được ủng hộ với mẫu dữ liệu khảo sát. Như vậy: Yếu tố Môi trường thể chế là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến QLNN về TMĐT XBG. Khi mà môi trường thể chế thuận lợi thì QLNN về TMĐT XBG cơ hội hiệu quả tốt hơn.

- Cơ sở kỹ thuật hạ tầng tác động như thế nào đến quản lý nhà nước về TMĐT xuyên biên giới.

Kết quả ước lượng cho thấy mối quan hệ giữa Yếu tố Cơ sở kỹ thuật hạ tầng (HT) và QLNN về TMĐT XBG (QL) là -0,120 ở mức ý nghĩa thống kê Sig. = 0,000 < 0,05 nên giả thuyết H2 được ủng hộ với mẫu dữ liệu khảo sát. Như vậy: Yếu tố Cơ sở kỹ thuật hạ tầng là một yếu tố ảnh hưởng đến QLNN về TMĐT XBG nhưng tác động ngược chiều.

- Nhân lực phục vụ TMĐT xuyên biên giới tác động như thế nào đến quản lý nhà nước về TMĐT xuyên biên giới.

Kết quả ước lượng cho thấy mối quan hệ giữa Nhân lực phục vụ TMĐT xuyên biên giới (NL) và QLNN về TMĐT XBG (QL) là 0,479 ở mức ý nghĩa thống kê $\text{Sig.} = 0,000 < 0,05$ nên giả thuyết H3 được ủng hộ với mẫu dữ liệu khảo sát. Như vậy: Nhân lực phục vụ TMĐT xuyên biên giới là một yếu tố tác động thuận chiều đến QLNN về TMĐT XBG.

3.4. Đánh giá chung Quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới

3.4.1. Những thành tựu đạt được

Nhà nước đã từng bước xây dựng, hoàn thiện các văn bản, chính sách về thương mại điện tử XBG nhằm tạo ra khung pháp lý rõ ràng, minh bạch và thuận lợi cho sự phát triển của thương mại điện tử XBG.

Kiến tạo khung khổ pháp lý tiệm cận tiêu chuẩn quốc tế. Việc ban hành Luật Giao dịch điện tử 2023 và Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân 2025 đã tạo ra một nền tảng pháp lý vững chắc. Mức độ nội luật hóa các FTA (CPTPP, EVFTA) đạt trên 95%, giúp chỉ số tin cậy của các nhà đầu tư công nghệ vào Việt Nam luôn ở mức cao trong khu vực Đông Nam Á.

Đột phá trong quản lý thuế và định danh số. Việt Nam đã giải quyết thành công bài toán "thu thuế nhà thầu" từ các Big Tech. Cổng thông tin điện tử dành cho nhà cung cấp nước ngoài là một hình mẫu thành công trong khu vực. Thu ngân sách từ TMĐT xuyên biên giới đạt kỷ lục (trên 16.000 tỷ đồng vào năm 2025). Việc kết nối dữ liệu VNeID đã định danh được hơn 90% chủ thể kinh doanh, giảm thiểu tình trạng gian lận danh tính trực tuyến.

Hiệu quả phối hợp liên ngành dựa trên dữ liệu chia sẻ: Cơ chế phối hợp giữa Thuế - Công an - Công Thương - Ngân hàng không còn là các văn bản ký kết hình thức mà đã đi vào vận hành thực tế thông qua các cổng kết nối dữ liệu dùng chung. Tỷ lệ giao dịch thanh toán không dùng tiền mặt đạt gần 50%, giúp minh bạch hóa dòng tiền và hỗ trợ công tác hậu kiểm rủi ro của cơ quan thuế và hải quan.

Hoạt động thanh tra, kiểm tra, giám sát các hoạt động kinh doanh trực tuyến, xử lý các hành vi vi phạm nhằm đảm bảo tính minh bạch, công bằng và hiệu quả của thị trường thương mại điện tử.

Tăng cường hợp tác quốc tế trong thương mại điện tử xuyên biên giới thông qua việc tham gia các tổ chức quốc tế, ký kết các hiệp định thương mại tự do (FTA) và hợp tác chia sẻ kinh nghiệm với các quốc gia khác, Việt Nam có thể học hỏi và áp dụng các chuẩn mực quốc tế, nâng cao năng lực cạnh tranh.

Triển khai các chương trình thúc đẩy phát triển thương mại điện tử nói chung và TMĐT XBG nói riêng, các nền tảng công nghệ số, hỗ trợ các tổ chức doanh nghiệp ứng dụng thương mại điện tử nhanh chóng, bền vững.

3.4.2. Những hạn chế tồn tại

Thương mại điện tử xuyên biên giới tại Việt Nam đã đạt được nhiều thành tựu, góp phần quan trọng vào sự phát triển kinh tế số của đất nước. Tuy nhiên, vẫn còn nhiều thách thức cần phải đối mặt, đặc biệt là về mặt pháp lý, logistics, và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

(1) Còn có sự chậm trễ của chính sách trước sự biến đổi công nghệ. Quy trình ban hành văn bản quy phạm pháp luật vẫn chưa theo kịp tốc độ của các mô hình kinh doanh mới (Livestream xuyên biên giới, bán hàng qua AI, tiền mã hóa).

Sự xuất hiện bất ngờ của các sàn TMĐT giá rẻ (Temu, Shein) cho thấy các quy định hiện hành về quản lý kho bãi và đăng ký sàn vẫn "phản ứng chậm". Việt Nam mất nhiều tháng để đưa ra phương án quản lý chính thức khi các nền tảng này đã chiếm lĩnh thị phần đáng kể.

(2) Hạ tầng logistics chưa tương xứng với luật pháp. Mặc dù luật pháp thông thoáng, nhưng chi phí logistics tại Việt Nam vẫn quá cao (16-19% GDP). Các doanh nghiệp SMEs trong nước vẫn gặp khó khăn khi xuất khẩu trực tuyến vì chi phí vận hành cao hơn đối thủ từ Trung Quốc hay Thái Lan. Hệ thống kho ngoại quan dành riêng cho TMĐT vẫn đang ở mức thí điểm, chưa được triển khai đồng bộ trên quy mô toàn quốc

Hệ thống vận chuyển và giao nhận hàng hóa còn chưa phát triển, đặc biệt là ở các vùng nông thôn và các khu vực xa xôi. Chi phí vận chuyển cao và thời gian giao hàng lâu là những trở ngại lớn đối với các doanh nghiệp CBEC. Theo báo cáo của World Bank, chi phí logistics tại Việt Nam chiếm khoảng 20% GDP, cao hơn so với nhiều nước trong khu vực (World Bank, 2020) [159].

(3) Các doanh nghiệp Việt Nam phải đối mặt với nhiều rào cản khi tham gia thương mại điện tử xuyên biên giới gồm: Chi phí, quy định, thông tin, và năng lực.

Trong đó, về chi phí: các khoản chi phí hành chính, tiếp thị; chi phí vận chuyển hàng hóa ra nước ngoài (logistics); chi phí thanh toán quốc tế và chi phí chuyển đổi ngoại tệ.

Đối với rào cản về quy định: các doanh nghiệp phải nắm được Luật bảo vệ người tiêu dùng ở quốc gia sở tại; thuế hải quan cao và những quy định nhập khẩu của thị trường mỗi nước.

Về rào cản thông tin: thông tin về các quy định liên quan của thị trường nước ngoài; về vận tải quốc tế; về cách thức bán hàng trực tuyến ra nước ngoài; về các lựa chọn thanh toán quốc tế.

Đối với rào cản năng lực: 85% doanh nghiệp cho biết họ chưa đủ năng lực và không thể cạnh tranh trong khu vực và trên toàn cầu, gặp khó khăn về rào cản ngôn ngữ.

(4) Chưa có các quy định, hàng rào kỹ thuật, siết chặt quản lý đối tượng thương mại điện tử xuyên biên giới đối với các đối tác nước ngoài.

(5) Tính hiệu lực trong bảo vệ người tiêu dùng xuyên biên giới còn thấp. Việc xử lý vi phạm đối với các chủ thể không có hiện diện vật lý tại Việt Nam cực kỳ khó khăn. Dù tỷ lệ giải quyết khiếu nại tại Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng tăng, nhưng khả năng đòi lại tiền hoặc bồi thường từ người bán nước ngoài trong các vụ lừa đảo xuyên biên giới chỉ đạt dưới 30% (theo VECOM, 2025).

(6) Tình trạng hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng vẫn còn xuất hiện nhiều trên môi trường mạng, gây thiệt hại cho người tiêu dùng. Việc thực

thi pháp luật còn chưa nghiêm ngặt, dẫn đến tình trạng gian lận thương mại và hàng giả, hàng nhái tràn lan trên thị trường.

Quy định miễn thuế đối với hàng hóa dưới 1 triệu đồng (trước khi bị bãi bỏ/sửa đổi vào cuối năm 2025) đã tạo ra một kẽ hở lớn cho hàng lậu, hàng giả tràn vào nội địa. Gây áp lực cực lớn lên năng lực kiểm tra chuyên ngành của Hải quan và làm giảm sức cạnh tranh của hàng hóa sản xuất trong nước.

3.4.3. Nguyên nhân của hạn chế

(1) Các quan điểm, định hướng về TMĐT XBG vẫn chỉ được thực hiện bởi đây là một hoạt động của TMĐT mà chưa được thể hiện rõ ràng. Do đó, việc xác định mục tiêu, định hướng phát triển về TMĐT XBG còn chung chung, chưa cụ thể.

(2) Hệ thống các văn bản pháp luật, các quy định, hướng dẫn vẫn chưa thực sự cụ thể, bao quát đầy đủ, đồng bộ, nhiều vấn đề chưa được đề cập đến, dẫn đến những khó khăn, bất cập trong quản lý.

Hơn nữa, việc thiếu hành lang pháp lý cho hoạt động e-logistics (các hoạt động hỗ trợ vận chuyển hàng hóa từ nơi cung ứng đến nơi tiêu dùng thông qua các giao dịch mua bán điện tử) tại Việt Nam cũng là những trở ngại không nhỏ.

Trong khi lĩnh vực CNTT phát triển nhanh chóng tạo ra những vấn đề mới vượt ra ngoài phạm vi của các quy định, thể chế hiện hành. Điều này khiến cho các thể chế quản lý, quy định pháp lý nhanh chóng bị lạc hậu đòi hỏi phải có những quy định mới cũng như những thể chế quản lý linh hoạt và phù hợp hơn có khả năng thích ứng với những biến đổi nhanh chóng của CNTT và sự phát triển của TMĐT XBG.

Đồng thời, tính chất phi biên giới và biến đổi nhanh. Các mô hình kinh doanh như Dropshipping, Social Commerce hoặc việc ứng dụng AI tạo sinh trong quảng cáo xuyên biên giới thay đổi theo tuần. Trong khi đó, quy trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật tại Việt Nam theo Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật thường mất từ 12–24 tháng.

Sự lạc hậu của các định nghĩa truyền thống: Các khái niệm về "hiện diện vật lý", "cơ sở thường trú" trong luật cũ không còn phù hợp để quản lý các thực thể số, dẫn đến việc lúng túng khi xử lý các nền tảng như Temu hay Shein khi chúng mới đổ bộ.

(3) Nhận thức còn chậm chuyển đổi. Nhận thức về nội dung cũng như tầm quan trọng của quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới chính là điều quan trọng để quá trình này có thể diễn ra một cách thuận lợi trong cả các cơ quan nhà nước và doanh nghiệp. Chính quyền địa phương đóng vai trò then chốt trong việc phổ biến, tuyên truyền về lợi ích cũng như cách thức bắt đầu thực hiện quá trình quản lý TMĐT XBG.

Tâm lý tiêu dùng ưu tiên giá rẻ khiến người tiêu dùng sẵn sàng chấp nhận rủi ro về dữ liệu và chất lượng để mua hàng giá rẻ từ nước ngoài, tạo điều kiện cho các hàng hóa không rõ nguồn gốc xâm nhập.

Trong khi nhiều doanh nghiệp chưa chú trọng đến bảo hộ sở hữu trí tuệ và tiêu chuẩn kỹ thuật quốc tế, dẫn đến việc khi thực thi chính sách hỗ trợ xuất khẩu trực tuyến, tỷ lệ doanh nghiệp đáp ứng được yêu cầu của các thị trường khó tính (EU, Mỹ) vẫn thấp.

(4) Công tác tuyên truyền và pháp luật còn hạn chế. Tuy việc tuyên truyền về pháp luật đã được đổi mới, đa dạng hóa kênh thông tin và cả về nội dung lẫn hình thức nhưng chương trình tuyên truyền thường xuyên, chuyên sâu chưa có nhiều, chưa thực sự nâng cao nhận thức về các hoạt động của TMĐT XBG.

(5) Nguyên nhân từ năng lực thực thi và nguồn lực con người. Sự thiếu hụt chuyên gia đa ngành, quản lý TMĐT xuyên biên giới đòi hỏi cán bộ phải giỏi cả về kinh tế, ngoại ngữ, công nghệ thông tin và luật pháp quốc tế. Hiện nay, đội ngũ cán bộ trực tiếp kiểm tra, giám sát (như Quản lý thị trường) còn thiếu công cụ và kỹ năng nghiệp vụ về điều tra kỹ thuật số để truy vết các sai phạm trên không gian mạng.

Trong khi áp lực từ sự bùng nổ quy mô giao dịch với số lượng gói hàng nhỏ lẻ xuyên biên giới tăng phi mã (ước tính hàng triệu đơn hàng mỗi ngày)

tạo áp lực quá tải cho lực lượng Hải quan. Việc kiểm soát thủ công là không thể, trong khi hệ thống soi chiếu và phân loại tự động dựa trên AI chưa được phủ kín các cửa khẩu và kho chuyển phát nhanh.

(6) Việc ứng dụng công nghệ, chuyển đổi số trong quản lý nhà nước về hoạt động TMĐT XBG còn hạn chế. Một số cơ quan địa phương chưa thực sự đầu tư hạ tầng và ứng dụng thường xuyên tạo môi trường thuận lợi cho công tác thực thi và kiểm soát.

(7) Điều kiện cơ sở hạ tầng công nghệ và nguồn nhân lực chất lượng phục vụ hoạt động TMĐT XBG chưa được đầu tư bài bản và định hướng phát triển rõ ràng. Ngoài việc, tự thân DN đầu tư thì các cơ quan nhà nước cũng cần tạo môi trường thực hiện hoạt động kinh doanh thuận lợi cho DN.

(8) Công tác thanh tra, kiểm tra, phát hiện, đấu tranh với các hành vi vi phạm pháp luật trong hoạt động TMĐT còn hạn chế, dẫn đến không chủ động trong việc ngăn ngừa, xử lý hàng giả, hàng cấm, hàng vi phạm sở hữu trí tuệ.

Hoạt động thanh tra, kiểm tra chưa được thường xuyên và hiệu quả. Việc thành tra, kiểm tra về TMĐT XBG chưa được tiến hành bài bản mà chủ yếu dựa trên những kết quả từ TMĐT nói chung hoặc do tổ chức quốc tế cung cấp thông tin. Việc không thường xuyên, chủ động thanh kiểm tra sẽ khó đảm bảo hiệu quả trong quản lý nhà nước về TMĐT XBG.

Về những xung đột tài phán xuyên biên giới, khi có tranh chấp hoặc vi phạm từ người bán ở nước ngoài, Nhà nước Việt Nam gặp rào cản về thẩm quyền xử lý ngoài lãnh thổ. Các hiệp định tương trợ tư pháp về dân sự và thương mại điện tử với các quốc gia xuất khẩu lớn còn thiếu hoặc chưa đủ chi tiết.

Sự mâu thuẫn giữa yêu cầu "Lưu trữ dữ liệu tại Việt Nam" (để quản lý an ninh) và xu hướng "Tự do luồng dữ liệu" trong các FTA (để thúc đẩy kinh doanh) tạo ra sự khó khăn cho các cơ quan tham mưu trong việc cân bằng giữa quản lý và phát triển.

(9) Hoạt động thu thập thông tin và kiểm soát giao dịch TMĐT XBG thông qua các trung gian công nghệ chưa hiệu quả. Chưa có cơ sở dữ liệu

chung đồng bộ trong cơ quan thuế và các cơ quan nhà nước khác làm cơ sở kiểm soát hoạt động TMĐT XBG.

(10) Quá trình tinh giản bộ máy chính quyền hai cấp tuy góp phần giảm đầu mối trung gian, tiết kiệm chi phí hành chính và nâng cao tính tập trung trong điều hành, song cũng tạo ra nhiều thách thức đối với hoạt động quản lý TMĐT XBG như sự gián đoạn trong phối hợp liên ngành, thiếu hụt nguồn nhân lực chuyên sâu, chồng chéo chức năng quản lý và suy giảm tính liên tục trong thực thi chính sách. Trong khi đó, TMĐT XBG là lĩnh vực có tốc độ phát triển nhanh, tính liên ngành cao, phụ thuộc mạnh vào công nghệ số và thường xuyên phát sinh các mô hình kinh doanh mới vượt ra ngoài khuôn khổ quản lý truyền thống.

Tiểu kết chương 3:

Chương 3 của luận án đã tập trung phân tích thực trạng quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới (TMĐT XBG) ở Việt Nam trong bối cảnh chuyển đổi số và hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng. Kết quả nghiên cứu cho thấy TMĐT XBG tại Việt Nam đang phát triển nhanh cả về quy mô thị trường, số lượng chủ thể tham gia và hình thức giao dịch, qua đó tạo động lực quan trọng cho phát triển kinh tế số và mở rộng hoạt động thương mại quốc tế của doanh nghiệp Việt Nam.

Trên cơ sở các tiêu chí đánh giá đã xây dựng, luận án đã phân tích thực trạng quản lý nhà nước đối với TMĐT XBG trên nhiều phương diện như xây dựng và hoàn thiện thể chế, tổ chức bộ máy quản lý, phát triển hạ tầng số và cơ sở dữ liệu, quản lý thuế và hải quan, kiểm tra, giám sát, hậu kiểm và xử lý vi phạm, cũng như hoạt động phối hợp liên ngành và hợp tác quốc tế. Kết quả nghiên cứu cho thấy Nhà nước Việt Nam đã từng bước hoàn thiện khung pháp lý, thúc đẩy ứng dụng công nghệ số trong quản lý, tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra và bước đầu hình thành cơ chế phối hợp giữa các cơ quan quản lý liên quan.

Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được, hoạt động quản lý nhà nước đối với TMĐT XBG vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế. Hệ thống pháp luật

còn thiếu đồng bộ và chưa theo kịp tốc độ phát triển của mô hình kinh doanh số; dữ liệu quản lý còn phân tán và thiếu liên thông; năng lực quản lý, kiểm tra và giám sát trên môi trường số còn hạn chế; cơ chế phối hợp liên ngành chưa thực sự hiệu quả; trong khi tình trạng thất thu thuế, gian lận thương mại, hàng giả, vi phạm quyền sở hữu trí tuệ và rủi ro về bảo mật dữ liệu ngày càng phức tạp. Đồng thời, quá trình tinh gọn tổ chức bộ máy và xây dựng mô hình chính quyền hai cấp cũng đặt ra nhiều yêu cầu mới đối với việc đổi mới phương thức quản lý nhà nước trong lĩnh vực này.

Những kết quả phân tích ở Chương 3 là cơ sở thực tiễn quan trọng để luận án đề xuất các định hướng, giải pháp và kiến nghị nhằm nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước đối với TMĐT XBG tại Việt Nam trong giai đoạn tới.

CHƯƠNG 4

GIẢI PHÁP NHẪM HOÀN THIỆN QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ XUYÊN BIÊN GIỚI

4.1. Một số vấn đề đặt ra đối với hoạt động quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới ở Việt Nam

Trong bối cảnh chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ trên phạm vi toàn cầu, TMĐT XBG đang trở thành một trong những động lực quan trọng thúc đẩy tăng trưởng thương mại và kinh tế số của nhiều quốc gia. Sự phát triển của Internet, công nghệ dữ liệu lớn (Big Data), trí tuệ nhân tạo (AI), điện toán đám mây và các nền tảng số đã làm thay đổi sâu sắc phương thức giao thương truyền thống, cho phép các doanh nghiệp và cá nhân tham gia trực tiếp vào các giao dịch thương mại quốc tế thông qua môi trường trực tuyến.

Tại Việt Nam, cùng với sự phát triển nhanh chóng của nền kinh tế số, TMĐT nói chung và TMĐT XBG nói riêng đã có những bước tăng trưởng đáng kể trong những năm gần đây. Hoạt động TMĐT XBG không chỉ mở ra cơ hội mở rộng thị trường xuất khẩu cho doanh nghiệp Việt Nam mà còn góp phần thúc đẩy quá trình hội nhập kinh tế quốc tế và nâng cao năng lực cạnh tranh của nền kinh tế.

Tuy nhiên, sự phát triển nhanh chóng của TMĐT XBG cũng đặt ra nhiều thách thức đối với hoạt động quản lý nhà nước. Các vấn đề liên quan đến hoàn thiện thể chế, quản lý thuế đối với giao dịch xuyên biên giới, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, kiểm soát chất lượng hàng hóa, cũng như quản lý dữ liệu và bảo mật thông tin đang trở thành những nội dung quan trọng cần được nghiên cứu và giải quyết.

Trên cơ sở phân tích bối cảnh phát triển TMĐT XBG trên thế giới và tại Việt Nam, mục này tập trung làm rõ những vấn đề đặt ra đối với hoạt động quản lý nhà nước về TMĐT XBG, từ đó xác định những định hướng cơ bản nhằm hoàn thiện quản lý nhà nước đối với lĩnh vực này trong thời gian tới.

Đây cũng là cơ sở quan trọng để luận án đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện quản lý nhà nước về TMDT XBG tại Việt Nam.

4.1.1. Bối cảnh và xu hướng phát triển thương mại điện tử xuyên biên giới trên thế giới

Trong bối cảnh chuyển đổi số toàn cầu, thương mại điện tử xuyên biên giới đang trở thành một trong những động lực quan trọng của thương mại quốc tế. Sự phát triển nhanh chóng của công nghệ số, hệ thống thanh toán điện tử, logistics toàn cầu và các nền tảng thương mại điện tử đã làm thay đổi sâu sắc cấu trúc của thương mại quốc tế, chuyển dịch từ mô hình giao dịch truyền thống sang mô hình giao dịch dựa trên nền tảng số.

Theo Tổ chức thương mại thế giới (WTO), tổng giá trị thương mại hàng hóa và dịch vụ toàn cầu năm 2024 đạt khoảng 32,2 nghìn tỷ USD, trong đó thương mại dịch vụ – đặc biệt là các dịch vụ được cung cấp qua nền tảng số – có tốc độ tăng trưởng khoảng 10%, cao hơn đáng kể so với thương mại hàng hóa truyền thống (WTO, 2024) [162].

Bên cạnh đó, UNCTAD dự báo tổng thương mại toàn cầu có thể vượt 35 nghìn tỷ USD vào năm 2025, trong đó thương mại điện tử đóng góp ngày càng lớn vào tổng giá trị giao dịch quốc tế (UNCTAD, 2025) [149].

Trong lĩnh vực thương mại điện tử, doanh thu bán lẻ thương mại điện tử toàn cầu dự kiến đạt khoảng 5,5 nghìn tỷ USD vào năm 2027, với tốc độ tăng trưởng trung bình khoảng 14% mỗi năm (International Trade Administration, 2024). Riêng thị trường thương mại điện tử xuyên biên giới được dự báo đạt khoảng 636 tỷ USD vào năm 2026, phản ánh sự mở rộng mạnh mẽ của các giao dịch trực tuyến xuyên quốc gia.

Sự phát triển của thương mại điện tử xuyên biên giới trên thế giới hiện nay gắn liền với một số xu hướng nổi bật sau:

Thứ nhất, sự trỗi dậy của nền kinh tế nền tảng (platform economy).

Các nền tảng thương mại điện tử toàn cầu như Amazon, Alibaba, eBay, Shopee hay TikTok Shop đang đóng vai trò trung tâm trong hệ sinh thái thương mại điện tử. Những nền tảng này không chỉ kết nối người bán và người mua mà còn cung cấp các dịch vụ tích hợp như thanh toán, logistics, quảng cáo và phân tích dữ liệu. Theo OECD, nền kinh tế nền tảng đang tái cấu trúc chuỗi giá trị thương mại toàn cầu, khi quyền lực thị trường ngày càng tập trung vào một số nền tảng số lớn (OECD, 2024) [142].

Thứ hai, sự gia tăng nhanh chóng của các giao dịch thương mại giá trị nhỏ nhưng số lượng lớn.

Thương mại điện tử xuyên biên giới đã thúc đẩy sự gia tăng mạnh mẽ của các giao dịch có giá trị thấp, đặc biệt trong các mô hình B2C và D2C (Direct-to-consumer). Sự gia tăng của các đơn hàng nhỏ lẻ đặt ra nhiều thách thức đối với hệ thống hải quan và quản lý thuế của các quốc gia.

Thứ ba, sự tích hợp ngày càng sâu của công nghệ số trong thương mại điện tử.

Các công nghệ như trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data), blockchain và điện toán đám mây đang được ứng dụng rộng rãi nhằm tối ưu hóa hoạt động marketing, cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng và nâng cao hiệu quả quản lý chuỗi cung ứng.

Thứ tư, sự gia tăng các thách thức trong quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới.

Sự phát triển nhanh của thương mại điện tử xuyên biên giới đặt ra nhiều vấn đề mới trong quản lý nhà nước, bao gồm quản lý thuế đối với giao dịch xuyên biên giới, kiểm soát hàng giả và vi phạm sở hữu trí tuệ, bảo vệ dữ liệu cá nhân và đảm bảo cạnh tranh công bằng giữa các doanh nghiệp trong và ngoài nước.

4.1.2. Bối cảnh và xu hướng phát triển của thương mại điện tử xuyên biên giới tại Việt Nam

Tại Việt Nam, thương mại điện tử nói chung và thương mại điện tử xuyên biên giới nói riêng đang phát triển mạnh mẽ trong bối cảnh chuyển đổi số quốc gia và hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng.

Theo Báo cáo kinh tế số Đông Nam Á của Google & Temasek – Bain (2024), quy mô thị trường thương mại điện tử Việt Nam năm 2024 đạt khoảng 25 tỷ USD, tăng trưởng khoảng 20% so với năm 2023, và có thể đạt 63 tỷ USD vào năm 2030. Điều này cho thấy Việt Nam đang trở thành một trong những thị trường thương mại điện tử phát triển nhanh nhất tại khu vực Đông Nam Á [124].

Sự phát triển của thương mại điện tử tại Việt Nam được thúc đẩy bởi nhiều yếu tố quan trọng như: Tỷ lệ sử dụng Internet và điện thoại thông minh cao; Sự phát triển nhanh của thanh toán điện tử và ví điện tử; Sự mở rộng của hệ thống logistics và giao hàng nhanh; Chính sách thúc đẩy chuyển đổi số và phát triển kinh tế số của Chính phủ.

Trong bối cảnh đó, thương mại điện tử xuyên biên giới đã mở ra nhiều cơ hội mới cho doanh nghiệp Việt Nam trong việc tiếp cận thị trường quốc tế. Thông qua các nền tảng thương mại điện tử toàn cầu, doanh nghiệp Việt Nam có thể tiếp cận trực tiếp người tiêu dùng tại nhiều quốc gia mà không cần xây dựng hệ thống phân phối truyền thống. Tuy nhiên, sự phát triển nhanh chóng của thương mại điện tử xuyên biên giới cũng đặt ra nhiều thách thức đối với công tác quản lý nhà nước tại Việt Nam.

Trước hết, hệ thống pháp luật liên quan đến thương mại điện tử vẫn đang trong quá trình hoàn thiện, trong khi các mô hình kinh doanh số liên tục đổi mới. Bên cạnh đó, việc quản lý thuế và dòng tiền trong thương mại điện tử xuyên biên giới còn gặp nhiều khó khăn, đặc biệt đối với các giao dịch nhỏ lẻ và các cá nhân kinh doanh trên nền tảng số. Ngoài ra, việc kiểm soát chất lượng hàng hóa, phòng chống gian lận thương mại và bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ trong môi trường thương mại điện tử vẫn còn nhiều hạn chế. Một thách

thức khác là sự phụ thuộc lớn vào các nền tảng thương mại điện tử có vốn đầu tư nước ngoài, điều này đặt ra các vấn đề liên quan đến quản lý dữ liệu, quản lý dòng tiền và đảm bảo cạnh tranh công bằng trên thị trường thương mại điện tử.

4.1.3. Bối cảnh cách mạng tinh gọn bộ máy chính quyền hai cấp

Trong bối cảnh Việt Nam đẩy mạnh cải cách hành chính theo hướng tinh gọn bộ máy và tiến tới mô hình chính quyền hai cấp, hoạt động quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới không chỉ chịu tác động từ những thay đổi về tổ chức mà còn bộc lộ rõ hơn các điểm nghẽn vốn đã tồn tại trước đó. Việc tinh giản đầu mối, sắp xếp lại chức năng, nhiệm vụ của các cơ quan quản lý mang lại kỳ vọng nâng cao hiệu lực, hiệu quả, nhưng đồng thời cũng tạo ra một số khó khăn mang tính cấu trúc, đặc biệt trong lĩnh vực có tính liên ngành, xuyên biên giới và phụ thuộc mạnh vào công nghệ số như TMĐT XBG.

Trước hết, việc tinh gọn bộ máy làm gia tăng nguy cơ “khoảng trống thể chế trong thực thi”, nhất là khi chức năng quản lý bị hợp nhất hoặc điều chuyển giữa các cơ quan mà chưa kịp hoàn thiện quy trình phối hợp tương ứng. TMĐT XBG vốn liên quan đồng thời đến thương mại, thuế, hải quan, thông tin truyền thông và an ninh mạng; do đó, khi một số đơn vị chuyên trách bị sáp nhập hoặc thu hẹp, khả năng xử lý các vấn đề mang tính liên ngành có thể bị suy giảm. Thực tế cho thấy, ngay cả trước khi cải cách, tình trạng chồng chéo thẩm quyền giữa các cơ quan như Bộ Công Thương và Bộ Tài chính trong quản lý hoạt động TMĐT đã tồn tại; việc tinh giản đầu mối nếu không đi kèm với tái cấu trúc quy trình phối hợp có thể chuyển từ “chồng chéo” sang “bỏ trống”, đặc biệt trong các tình huống cần phản ứng nhanh với vi phạm xuyên biên giới.

Bên cạnh đó, tinh gọn bộ máy thường kéo theo việc cắt giảm biên chế hoặc kiêm nhiệm chức năng, làm suy giảm mức độ chuyên môn hóa trong quản lý TMĐT XBG. Đây là lĩnh vực đòi hỏi kiến thức liên ngành về pháp

luật quốc tế, công nghệ số, phân tích dữ liệu và thương mại toàn cầu. Tuy nhiên, khi các đơn vị chuyên trách bị sáp nhập, cán bộ phải đảm nhiệm nhiều lĩnh vực khác nhau. Vấn đề này vốn đã tồn tại trước cải cách, nhưng trong bối cảnh tinh giản, áp lực công việc gia tăng có thể khiến năng lực thực thi chính sách không theo kịp tốc độ phát triển của thị trường. Báo cáo của OECD đã chỉ ra rằng năng lực quản trị kinh tế số của Việt Nam còn hạn chế, đặc biệt ở cấp thực thi, và cải cách tổ chức nếu không gắn với nâng cao năng lực sẽ làm gia tăng rủi ro thiếu hụt năng lực quản lý thực chất.

Một khó khăn đáng chú ý khác là sự gián đoạn trong dòng chảy dữ liệu và thông tin quản lý khi bộ máy được tái cấu trúc. TMĐT XBG phụ thuộc lớn vào dữ liệu thời gian thực về giao dịch, dòng tiền và hành vi người dùng. Tuy nhiên, trong quá trình sáp nhập hoặc tái phân công chức năng, các hệ thống thông tin thường chưa được tích hợp kịp thời, dẫn đến tình trạng phân tán dữ liệu hoặc đứt gãy kết nối giữa các cấp quản lý. Điều này làm suy giảm khả năng giám sát và dự báo, vốn đã là điểm yếu trước đây khi dữ liệu giữa các cơ quan như Tổng cục Thuế và Tổng cục Hải quan chưa được liên thông hiệu quả. Trong bối cảnh tinh gọn, nếu không đầu tư đồng bộ vào hạ tầng số, việc giảm đầu mối tổ chức có thể đi kèm với tăng khoảng cách dữ liệu.

Ngoài ra, quá trình tinh giản bộ máy có thể làm suy yếu vai trò của chính quyền địa phương trong khi TMĐT XBG ngày càng đòi hỏi sự tham gia chủ động từ cấp này. Mô hình chính quyền hai cấp hướng tới tăng tính tự chủ cho địa phương, nhưng trên thực tế, việc cắt giảm các đơn vị trung gian hoặc chuyên trách có thể khiến địa phương thiếu công cụ và nguồn lực để triển khai nhiệm vụ quản lý TMĐT. Trước khi tinh gọn, sự chênh lệch về năng lực giữa các địa phương đã khá rõ rệt; sau cải cách, nếu không có cơ chế hỗ trợ phù hợp từ Trung ương, khoảng cách này có thể gia tăng, làm giảm tính thống nhất trong thực thi chính sách trên phạm vi toàn quốc.

Một hệ quả khác là gia tăng áp lực lên cơ chế phối hợp liên ngành trong điều kiện nguồn lực bị thu hẹp. TMĐT XBG đặt ra nhiều vấn đề phức tạp như trốn thuế, gian lận thương mại, vi phạm sở hữu trí tuệ, đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ giữa nhiều cơ quan. Tuy nhiên, khi bộ máy được tinh gọn, số lượng đầu mối giảm nhưng khối lượng công việc không giảm tương ứng, dẫn đến nguy cơ “quá tải phối hợp”. Điều này có thể làm kéo dài thời gian xử lý vụ việc, giảm hiệu quả thực thi pháp luật và tạo ra khoảng trống cho các hành vi vi phạm. Theo đánh giá của World Bank, một trong những thách thức lớn của các quốc gia đang cải cách bộ máy là đảm bảo năng lực phối hợp thể chế không bị suy giảm trong quá trình tinh giản.

Đáng chú ý, việc tinh gọn bộ máy cũng có thể làm chậm quá trình hoàn thiện chính sách nếu thiếu cơ chế chuyển tiếp hiệu quả. Khi các đơn vị chịu trách nhiệm xây dựng chính sách bị tái cấu trúc, quá trình tích lũy tri thức thể chế có thể bị gián đoạn. Điều này đặc biệt bất lợi trong lĩnh vực TMĐT XBG, nơi chính sách cần được cập nhật nhanh để theo kịp sự thay đổi của công nghệ và mô hình kinh doanh. Trước cải cách, hiện tượng “độ trễ chính sách” đã được ghi nhận; sau tinh gọn, nếu không có cơ chế bảo toàn tri thức và kinh nghiệm, độ trễ này có thể tiếp tục kéo dài.

Tổng thể, những khó khăn nêu trên cho thấy việc tinh gọn bộ máy không tự động dẫn đến hoàn thiện quản lý TMĐT XBG, mà ngược lại có thể làm bộc lộ và khuếch đại các hạn chế sẵn có nếu thiếu các điều kiện hỗ trợ tương ứng. Vấn đề cốt lõi không nằm ở số lượng đầu mối tổ chức, mà ở chất lượng thể chế, mức độ liên thông dữ liệu và năng lực thực thi của đội ngũ cán bộ. Do đó, trong bối cảnh cải cách theo hướng chính quyền hai cấp, quản lý nhà nước đối với TMĐT XBG đòi hỏi một cách tiếp cận đồng bộ hơn, trong đó tinh gọn tổ chức phải đi kèm với tái thiết kế quy trình, đầu tư hạ tầng số và nâng cao năng lực quản trị liên ngành, nếu không sẽ khó đạt được mục tiêu nâng cao hiệu lực, hiệu quả như kỳ vọng.

4.1.4. Định hướng hoàn thiện hoạt động quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới

Để tiếp tục đẩy mạnh, nâng cao hơn nữa hiệu lực, hiệu quả công tác quản lý nhà nước trong lĩnh vực TMĐT, Thủ tướng Chính phủ yêu cầu Bộ Công Thương chủ trì, phối hợp tiếp tục rà soát Luật thương mại và các văn bản quy phạm pháp luật liên quan để kịp thời đề xuất việc xây dựng, sửa đổi, bổ sung chính sách pháp luật về quản lý TMĐT.

Đồng thời, tổng kết, đánh giá tình hình thực hiện Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT quốc gia giai đoạn 2021 - 2025, trên cơ sở đó, nghiên cứu xây dựng và trình cấp có thẩm quyền xem xét phê duyệt Kế hoạch cho giai đoạn 2026-2030; Chủ động xây dựng chính sách quản lý các giao dịch trong hoạt động TMĐT đối với hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu; Tiếp tục đẩy mạnh tuyên truyền, phổ biến, hướng dẫn DN, người dân nâng cao tinh thần tuân thủ pháp luật và bảo vệ người tiêu dùng trên không gian mạng.

Cùng với đó là tăng cường công tác cảnh báo, hướng dẫn người tiêu dùng qua TMĐT; kiểm tra, xử lý nghiêm các hành vi buôn lậu, gian lận thương mại, buôn bán hàng giả, hàng vi phạm quyền sở hữu trí tuệ; Đẩy mạnh các hoạt động TMĐT xuyên biên giới nhằm thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa Việt Nam đủ tiêu chuẩn ra thế giới.

Để hoàn thiện quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới trong thời gian tới, cần tập trung vào một số định hướng cơ bản sau: (i) Hoàn thiện hệ thống pháp luật về thương mại điện tử theo hướng linh hoạt và phù hợp với xu hướng phát triển của kinh tế số; (ii) Xây dựng và phát triển hệ thống cơ sở dữ liệu số quốc gia, tăng cường kết nối và chia sẻ dữ liệu giữa các cơ quan quản lý nhà nước; (iii) Tăng cường hợp tác quốc tế trong quản lý thương mại điện tử xuyên biên giới; (iv) Nâng cao năng lực giám sát và thực thi pháp luật trong môi trường thương mại điện tử; (v) Hỗ trợ doanh nghiệp

trong nước, đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa, tham gia hiệu quả vào thương mại điện tử xuyên biên giới.

4.2. Một số giải pháp hoàn thiện quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới ở Việt Nam

Từ những vấn đề đã phân tích ở trên có thể thấy rằng quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới tại Việt Nam đang đứng trước yêu cầu phải đổi mới theo hướng hiện đại, liên thông, dựa trên dữ liệu và thích ứng nhanh với biến động của kinh tế số. Yêu cầu này không chỉ xuất phát từ những hạn chế nội tại của hệ thống quản lý trong nước mà còn từ bối cảnh thương mại toàn cầu đang phục hồi và tái cấu trúc mạnh mẽ theo hướng số hóa. Những xu hướng này cho thấy thương mại điện tử xuyên biên giới sẽ tiếp tục mở rộng nhanh, đồng thời tạo ra áp lực ngày càng lớn đối với thể chế, hạ tầng dữ liệu, năng lực quản lý thuế, kiểm soát nền tảng số, bảo vệ người tiêu dùng và an ninh dữ liệu ở Việt Nam [124].

Trên cơ sở đó, các giải pháp hoàn thiện quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới cần được thiết kế theo hướng đồng bộ giữa hoàn thiện pháp luật, phát triển hạ tầng số, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, đổi mới tổ chức thực hiện pháp luật, tăng cường hậu kiểm và mở rộng hợp tác quốc tế. Đây không chỉ là yêu cầu quản lý trước mắt mà còn là điều kiện để Việt Nam tận dụng được cơ hội từ tăng trưởng thương mại số toàn cầu, đồng thời bảo đảm sự phát triển lành mạnh, minh bạch và bền vững của thị trường trong nước.

4.2.1. Nhóm giải pháp hoàn thiện thể chế, chính sách và khung pháp lý đối với thương mại điện tử xuyên biên giới

Hoàn thiện thể chế, chính sách và khung pháp lý là giải pháp có tính nền tảng nhằm bảo đảm sự hiện diện đầy đủ của Nhà nước trong điều tiết, định hướng và kiểm soát hoạt động thương mại điện tử xuyên biên giới. Trong điều kiện các mô hình kinh doanh trên nền tảng số, dịch vụ số và phương thức

giao dịch trực tuyến thay đổi nhanh, nếu khuôn khổ pháp lý không được cập nhật kịp thời thì khoảng trống điều chỉnh sẽ làm gia tăng rủi ro thất thu thuế, gian lận thương mại, vi phạm quyền lợi người tiêu dùng, xung đột dữ liệu và khó khăn trong xử lý tranh chấp. OECD (2019), đã chỉ ra rằng thương mại điện tử đang liên tục làm biến đổi mô hình kinh doanh và kéo theo yêu cầu điều chỉnh chính sách theo hướng linh hoạt, thích ứng nhanh hơn với đổi mới công nghệ [140].

Trước hết, cần tiếp tục rà soát, sửa đổi và bổ sung đồng bộ các quy định pháp luật có liên quan đến thương mại điện tử xuyên biên giới theo hướng thống nhất giữa pháp luật về thương mại điện tử, thương mại, thuế, hải quan, giao dịch điện tử, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, bảo vệ dữ liệu cá nhân, an ninh mạng, logistics và thanh toán. Việc hoàn thiện không nên dừng ở sửa đổi rời rạc từng văn bản mà cần hướng tới một khung quản lý tích hợp, trong đó thương mại điện tử xuyên biên giới được nhìn nhận như một hệ sinh thái có sự gắn kết chặt chẽ giữa dòng hàng hóa, dòng tiền, dòng dữ liệu và trách nhiệm pháp lý của các chủ thể tham gia.

Một nội dung đặc biệt quan trọng là phải làm rõ địa vị pháp lý và trách nhiệm của các chủ thể trung gian trong thương mại điện tử xuyên biên giới. Đối với sản phẩm giao dịch thương mại điện tử, nền tảng số, mạng xã hội có chức năng bán hàng, tổ chức trung gian thanh toán, doanh nghiệp logistics, doanh nghiệp chuyển phát, kho ngoại quan, doanh nghiệp cung cấp hạ tầng số và nhà cung cấp nước ngoài, pháp luật cần quy định rõ hơn trách nhiệm trong xác thực người bán, lưu trữ dữ liệu giao dịch, cung cấp thông tin cho cơ quan quản lý, phối hợp khấu trừ hoặc hỗ trợ thu thuế, gỡ bỏ hàng hóa vi phạm, bảo vệ người tiêu dùng và hỗ trợ giải quyết tranh chấp. Việc pháp luật thuế hiện hành đã yêu cầu chủ sở hữu sản phẩm thương mại điện tử cung cấp thông tin người bán cho cơ quan thuế là một bước tiến quan trọng, song về lâu dài cần tiếp tục

hoàn thiện cơ chế trách nhiệm của nền tảng trong môi trường thương mại điện tử xuyên biên giới.

Cùng với đó, cần hoàn thiện các quy định về phân loại ngành nghề, hàng hóa, dịch vụ, giao dịch và chủ thể trong thương mại điện tử xuyên biên giới. Việc chuẩn hóa khái niệm có ý nghĩa không chỉ trong thống kê, quản lý thị trường và kiểm tra chuyên ngành mà còn là cơ sở để xác định đúng nghĩa vụ thuế, quản lý rủi ro và thiết kế chính sách hỗ trợ doanh nghiệp. Đối với hàng hóa số, dịch vụ số và các mô hình kinh doanh mới, cần nghiên cứu cách tiếp cận dựa trên “hiện diện số có ý nghĩa”, doanh thu phát sinh hoặc ngưỡng giao dịch thay vì chỉ phụ thuộc vào khái niệm cơ sở thường trú theo mô hình truyền thống.

Bên cạnh đó, cần xây dựng hoặc lồng ghép một chiến lược/chương trình quốc gia chuyên biệt về thương mại điện tử xuyên biên giới đến năm 2030, trong đó xác định rõ mục tiêu phát triển xuất khẩu số, quản lý nhập khẩu trực tuyến, phát triển hạ tầng dữ liệu, logistics, thanh toán và nâng cao năng lực doanh nghiệp Việt Nam. Việc thiết kế chiến lược chuyên biệt là cần thiết vì xu hướng toàn cầu cho thấy thương mại điện tử không còn chỉ là kênh phân phối hỗ trợ mà đã trở thành một cấu phần của thương mại quốc tế và tăng trưởng dịch vụ số.

Trong điều kiện công nghệ thay đổi nhanh hơn chu kỳ sửa đổi pháp luật, cần nghiên cứu áp dụng cơ chế thử nghiệm chính sách có kiểm soát đối với một số mô hình mới như truy xuất nguồn gốc bằng blockchain, thanh toán xuyên biên giới bằng hạ tầng số mới, kho ngoại quan thông minh, fulfillment cho xuất khẩu trực tuyến, hay ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong chấm điểm rủi ro giao dịch. Cơ chế này giúp Nhà nước có thêm dữ liệu thực tiễn để hoàn thiện chính sách mà không làm cản trở đổi mới sáng tạo.

Các giải pháp cụ thể trong nhóm này gồm:

(i) Rà soát và sửa đổi đồng bộ các văn bản quy phạm pháp luật liên quan đến thương mại điện tử xuyên biên giới;

(ii) Bổ sung quy định về trách nhiệm pháp lý của sàn thương mại điện tử, nền tảng số, trung gian thanh toán, doanh nghiệp logistics và nhà cung cấp nước ngoài;

(iii) Hoàn thiện quy định về phân loại hàng hóa, dịch vụ, ngành nghề và giao dịch số;

(iv) Hoàn thiện cơ chế thuế đối với giao dịch nhỏ lẻ số lượng lớn, dịch vụ số và chủ thể nước ngoài có doanh thu phát sinh tại Việt Nam;

(v) Xây dựng chiến lược hoặc chương trình quốc gia chuyên biệt về thương mại điện tử xuyên biên giới;

(vi) Nghiên cứu áp dụng cơ chế thử nghiệm chính sách có kiểm soát đối với mô hình mới.

Tóm lại, nhóm giải pháp này nhằm khắc phục trực tiếp bất cập về khoảng trống pháp lý, sự chồng chéo thể chế và độ trễ chính sách, qua đó tạo nền tảng pháp lý thống nhất cho quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới.

4.2.2. Nhóm giải pháp phát triển hạ tầng số, dữ liệu quản lý và bảo đảm an toàn, an ninh mạng

Hiệu quả quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới ngày càng phụ thuộc vào chất lượng hạ tầng số, khả năng kết nối dữ liệu và mức độ hiện đại của công cụ quản trị. Trong bối cảnh khối lượng giao dịch tăng nhanh, hàng hóa phân tán, phương thức thanh toán đa dạng và giao dịch diễn ra trên nhiều nền tảng khác nhau, phương thức quản lý thủ công hoặc dựa vào dữ liệu phân mảnh không còn phù hợp.

Do đó, cần xây dựng hệ thống dữ liệu số dùng chung phục vụ quản lý thương mại điện tử xuyên biên giới trên cơ sở kết nối giữa cơ quan thuế, hải quan, ngân hàng, cơ quan quản lý thương mại điện tử, quản lý thị trường,

doanh nghiệp logistics, trung gian thanh toán và các nền tảng có liên quan. Hệ thống này cần cho phép thu thập, chuẩn hóa, lưu trữ, chia sẻ và phân tích dữ liệu về chủ thể tham gia, giao dịch, thanh toán, vận đơn, lịch sử tuân thủ, phản ánh khiếu nại và dấu hiệu vi phạm. Đây là điều kiện cốt lõi để chuyển sang mô hình quản lý theo rủi ro, ra quyết định dựa trên dữ liệu và nâng cao hiệu quả hậu kiểm.

Một giải pháp có tính đột phá là xây dựng Cổng thông tin dữ liệu thương mại điện tử xuyên biên giới quốc gia hoặc nền tảng tích hợp dữ liệu tương đương. Cổng dữ liệu này cần được thiết kế với giao diện lập trình ứng dụng (API) tới các sàn thương mại điện tử, tổ chức thanh toán, doanh nghiệp vận chuyển và hệ thống quản lý chuyên ngành, cho phép đồng bộ dữ liệu theo chuẩn thống nhất. Nghĩa là xây dựng các quy tắc và phương thức cho phép các phần mềm, ứng dụng hoặc hệ thống khác nhau giao tiếp, trao đổi dữ liệu và sử dụng chức năng của nhau. API đóng vai trò trung gian, giúp ứng dụng này có thể yêu cầu dữ liệu và nhận phản hồi từ ứng dụng khác một cách an toàn. Khi đó, cơ quan thuế có thể tiếp cận dữ liệu dòng tiền và doanh thu; cơ quan hải quan có thể đối chiếu vận đơn, trị giá khai báo và mô tả hàng hóa; cơ quan quản lý thị trường có thể phục vụ truy xuất nguồn gốc, nhận diện hàng giả và giám sát hành vi vi phạm trên nền tảng số.

Song song với hạ tầng dữ liệu, cần đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số tiên tiến trong quản lý. Trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn và học máy có thể được sử dụng để so sánh giá khai báo với giá giao dịch thực tế, phát hiện bất thường trong dòng tiền, xác định mạng lưới tài khoản ảo, cảnh báo hàng giả qua hình ảnh và ngôn ngữ quảng cáo, hoặc chấm điểm rủi ro doanh nghiệp và giao dịch. Công nghệ chuỗi khối (blockchain) có thể hỗ trợ truy xuất nguồn gốc và tăng tính minh bạch của chuỗi cung ứng. Công nghệ quản lý (regtech) có thể hỗ trợ tự động hóa nghĩa vụ báo cáo của sàn thương mại điện tử và tổ chức thanh toán cho cơ quan quản lý.

Bên cạnh đó, cần phát triển đồng bộ hạ tầng logistics và thanh toán số phục vụ thương mại điện tử xuyên biên giới. Về logistics, cần ưu tiên phát triển kho ngoại quan thông minh, trung tâm hậu cần chuyên nghiệp, hệ thống thông quan điện tử 24/7, tích hợp dữ liệu vận đơn và dữ liệu khai báo trước để phân luồng hàng hóa theo rủi ro. Về thanh toán, cần tăng cường kết nối thanh toán xuyên biên giới qua hệ thống ngân hàng chính thức, chuẩn hóa dữ liệu giao dịch và nâng cao khả năng kiểm soát dòng tiền gắn với hoạt động mua bán hàng hóa, dịch vụ số.

Sự phát triển hạ tầng số phải gắn chặt với bảo đảm an toàn, an ninh mạng và bảo vệ dữ liệu cá nhân. OECD nhấn mạnh rằng quá trình mở rộng nền kinh tế số luôn đi kèm yêu cầu quản trị dữ liệu, bảo đảm an toàn số và nâng cao khả năng thích ứng chính sách trước các công nghệ mới. Vì vậy, mọi nền tảng dữ liệu và hệ thống quản lý cần được thiết kế theo nguyên tắc tích hợp các biện pháp bảo mật ngay từ giai đoạn đầu của vòng đời phát triển phần mềm, hệ thống CNTT hoặc quy trình, thay vì thêm vào sau khi đã hoàn thành, phân quyền chặt chẽ, có cơ chế giám sát truy cập, sao lưu, phục hồi và xử lý sự cố, đồng thời tuân thủ nghiêm các nguyên tắc bảo vệ dữ liệu.

Các giải pháp cụ thể của nhóm này gồm:

- (i) xây dựng cơ sở dữ liệu dùng chung và cổng dữ liệu thương mại điện tử xuyên biên giới quốc gia;
- (ii) thiết lập cơ chế kết nối dữ liệu giữa thuế, hải quan, ngân hàng, quản lý thị trường và các nền tảng số;
- (iii) ứng dụng AI, Big Data, Machine Learning, Blockchain, RegTech trong giám sát và cảnh báo sớm;
- (iv) hiện đại hóa hạ tầng logistics, kho ngoại quan, trung tâm hậu cần chuyên nghiệp và thông quan điện tử;
- (v) phát triển hạ tầng thanh toán số xuyên biên giới minh bạch, an toàn;

(vi) tăng cường bảo đảm an toàn thông tin, an ninh mạng và bảo vệ dữ liệu cá nhân trong toàn bộ vòng đời hệ thống.

Tóm lại, nhóm giải pháp này nhằm xử lý trực tiếp hạn chế về phân tán dữ liệu, thiếu kết nối liên ngành, năng lực công nghệ còn hạn chế và rủi ro an ninh số trong quản lý thương mại điện tử xuyên biên giới.

4.2.3. Nhóm giải pháp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và năng lực thực thi quản lý nhà nước

Thương mại điện tử xuyên biên giới là lĩnh vực có tính liên ngành cao, giao thoa giữa pháp luật, thương mại quốc tế, công nghệ số, thuế, hải quan, logistics, thanh toán và an ninh mạng. Vì vậy, hiệu quả quản lý phụ thuộc rất lớn vào chất lượng nguồn nhân lực và năng lực thực thi của đội ngũ cán bộ, công chức. Trong điều kiện OECD ghi nhận công nghệ số và dữ liệu đang trở thành trụ cột của quản trị hiện đại, yêu cầu đối với đội ngũ quản lý không còn dừng ở nghiệp vụ hành chính truyền thống mà phải mở rộng sang năng lực số và phân tích dữ liệu.

Trước hết, cần xây dựng chiến lược phát triển nguồn nhân lực số phục vụ quản lý thương mại điện tử xuyên biên giới ở cấp quốc gia, đồng thời khuyến khích các địa phương xây dựng kế hoạch phát triển nhân lực phù hợp với quy mô thị trường và năng lực quản trị tại chỗ. Chiến lược này phải xác định rõ nhu cầu nhân lực theo từng nhóm cơ quan: thuế, hải quan, quản lý thị trường, cơ quan quản lý thương mại điện tử, thanh tra chuyên ngành và đơn vị hỗ trợ kỹ thuật số.

Một yêu cầu quan trọng khác là chuẩn hóa khung năng lực cán bộ quản lý theo hướng liên ngành. Khung năng lực cần bao gồm: phân tích dữ liệu, sử dụng công cụ số, kỹ năng hậu kiểm điện tử, truy vết dòng tiền, nhận diện hành vi gian lận trên nền tảng số, hiểu biết về pháp luật thương mại điện tử của các thị trường lớn, kiến thức về bảo vệ dữ liệu và an ninh mạng. Việc

chuẩn hóa khung năng lực sẽ tạo cơ sở cho tuyển dụng, bồi dưỡng, đánh giá và sử dụng cán bộ một cách hiệu quả, thống nhất.

Bên cạnh đào tạo kỹ năng chuyên môn, cần tăng cường giáo dục đạo đức công vụ, kỷ luật hành chính và trách nhiệm nghề nghiệp. Thương mại điện tử xuyên biên giới là lĩnh vực mới, phức tạp, chứa đựng nhiều áp lực lợi ích và nguy cơ tiêu cực nếu năng lực cán bộ không đi kèm với nền tảng đạo đức công vụ vững chắc. Vì vậy, đào tạo không chỉ là nâng cao tri thức mà còn là củng cố chuẩn mực thực thi.

Ở góc độ dài hạn, Nhà nước cần thúc đẩy các cơ sở giáo dục đại học, viện nghiên cứu, hiệp hội ngành nghề và doanh nghiệp tham gia xây dựng chương trình đào tạo về thương mại điện tử xuyên biên giới, logistics số, marketing số xuyên biên giới, dữ liệu và pháp lý thương mại số. Đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa, có thể phát triển nền tảng học tập trực tuyến quốc gia, cung cấp các khóa học ngắn hạn về pháp luật thị trường mục tiêu, tiêu chuẩn hàng hóa, thuế, logistics và bảo vệ thương hiệu.

Ngoài ra, có thể nghiên cứu thành lập tổ công tác hoặc đội phản ứng nhanh liên ngành về thương mại điện tử xuyên biên giới ở cấp trung ương, làm đầu mối tham mưu xử lý các vấn đề phát sinh nhanh như sự xuất hiện của mô hình kinh doanh mới, đột biến gian lận nền tảng, tấn công dữ liệu hoặc biến động lớn trong dòng hàng hóa và thanh toán xuyên biên giới.

Các giải pháp cụ thể gồm:

- (i) xây dựng chiến lược phát triển nguồn nhân lực số cho quản lý thương mại điện tử xuyên biên giới;
- (ii) ban hành khung năng lực chuẩn đối với cán bộ quản lý;
- (iii) tổ chức đào tạo, bồi dưỡng chuyên đề, liên ngành và cập nhật công nghệ mới;
- (iv) tăng cường giáo dục đạo đức công vụ, kỷ luật hành chính;

(v) khuyến khích cơ sở giáo dục, hiệp hội và doanh nghiệp tham gia đào tạo nguồn nhân lực;

(vi) xây dựng nền tảng đào tạo trực tuyến dành cho doanh nghiệp nhỏ và vừa;

(vii) nghiên cứu thành lập lực lượng chuyên trách hoặc tổ công tác liên ngành.

Tóm lại, nhóm giải pháp này nhằm khắc phục hạn chế về thiếu hụt nhân lực chất lượng cao, kỹ năng số chưa đồng đều và năng lực thực thi còn phân tán giữa các cơ quan quản lý.

4.2.4. Nhóm giải pháp ổn định tổ chức tại các cơ quan quản lý sau tinh giản bộ máy

Trong bối cảnh Việt Nam đang đẩy mạnh cải cách hành chính, tinh gọn tổ chức bộ máy và xây dựng nền hành chính số, hoạt động quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới đứng trước yêu cầu phải vừa bảo đảm tính ổn định của hệ thống quản lý, vừa nâng cao hiệu lực, hiệu quả thực thi trong điều kiện nguồn lực công có xu hướng thu hẹp. Vì vậy, việc xây dựng nhóm giải pháp ổn định tổ chức tại các cơ quan quản lý sau tinh giản bộ máy có ý nghĩa đặc biệt quan trọng nhằm bảo đảm năng lực quản trị nhà nước trong nền kinh tế số.

Trước hết, cần tiếp tục hoàn thiện cơ cấu tổ chức và xác lập rõ chức năng, nhiệm vụ của các cơ quan quản lý liên quan đến TMĐT XBG theo hướng tinh gọn nhưng chuyên sâu, tránh tình trạng giảm đầu mối cơ học làm suy giảm năng lực quản lý chuyên ngành. Sau quá trình sáp nhập và cơ cấu lại tổ chức, cần tiến hành rà soát toàn diện chức năng quản lý giữa các cơ quan như Bộ Công Thương, Bộ Tài chính, cơ quan hải quan, cơ quan thuế, Ngân hàng Nhà nước, Bộ Khoa học và Công nghệ, Bộ Công an và lực lượng quản lý thị trường nhằm khắc phục tình trạng giao thoa hoặc bỏ trống trách nhiệm quản lý. Theo đó, cần xây dựng cơ chế phân định rõ trách nhiệm quản lý đối với từng cấu phần của TMĐT XBG như quản lý nền tảng số, quản lý giao

dịch thanh toán xuyên biên giới, kiểm soát logistics, quản lý thuế số, bảo vệ dữ liệu người tiêu dùng và kiểm tra nguồn gốc hàng hóa.

Đồng thời, cần nghiên cứu thành lập bộ phận chuyên trách hoặc tổ công tác liên ngành về TMĐT XBG tại các cơ quan quản lý trung ương và địa phương có quy mô giao dịch lớn nhằm bảo đảm tính chuyên môn hóa trong thực thi công vụ. Trong điều kiện chưa thể mở rộng biên chế, có thể áp dụng mô hình kiêm nhiệm chuyên sâu, theo đó lựa chọn đội ngũ cán bộ có nền tảng về công nghệ số, thương mại quốc tế và quản trị dữ liệu để hình thành lực lượng nòng cốt phục vụ quản lý TMĐT XBG. Bên cạnh đó, cần ban hành quy chế phối hợp liên ngành thống nhất giữa các cơ quan quản lý nhằm quy định rõ đầu mối chủ trì, trách nhiệm cung cấp thông tin, cơ chế chia sẻ dữ liệu và quy trình phối hợp xử lý vi phạm trong môi trường số xuyên biên giới.

Một giải pháp có tính nền tảng là ổn định và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực quản lý nhà nước sau tinh giản bộ máy. Thực tế cho thấy, quá trình sắp xếp tổ chức thường kéo theo sự thay đổi vị trí việc làm, điều động nhân sự hoặc cắt giảm biên chế, từ đó ảnh hưởng đến tâm lý, động lực và hiệu suất làm việc của đội ngũ cán bộ, công chức. Đối với lĩnh vực TMĐT XBG, đây là thách thức đặc biệt lớn bởi hoạt động quản lý đòi hỏi nguồn nhân lực có trình độ chuyên môn cao về công nghệ số, dữ liệu lớn, thanh toán điện tử, pháp luật quốc tế và quản trị nền tảng số. Vì vậy, cần xây dựng cơ chế bảo đảm tính ổn định nghề nghiệp đối với đội ngũ cán bộ trực tiếp thực hiện nhiệm vụ quản lý TMĐT XBG, hạn chế tình trạng điều chuyển thường xuyên làm mất tính kế thừa và tích lũy kinh nghiệm chuyên môn.

Ngoài ra, cần thiết lập cơ chế kiểm tra, giám sát và đánh giá hiệu quả hoạt động của các cơ quan quản lý sau tinh giản bộ máy trên cơ sở kết quả đầu ra thay vì chỉ dựa trên tiêu chí giảm đầu mối tổ chức. Đối với lĩnh vực TMĐT XBG, hệ thống đánh giá cần gắn với các tiêu chí cụ thể như tỷ lệ kiểm soát giao dịch xuyên biên giới, mức độ thu đúng và thu đủ thuế, thời gian xử

lý vi phạm, tỷ lệ kết nối dữ liệu liên ngành, mức độ hài lòng của doanh nghiệp và người tiêu dùng, cũng như năng lực ứng dụng công nghệ số trong thực thi công vụ. Trên cơ sở đó, cần xây dựng cơ chế kiểm tra định kỳ đối với hoạt động phối hợp liên ngành và hiệu quả sử dụng hệ thống quản lý số nhằm kịp thời phát hiện những bất cập phát sinh sau quá trình tinh giản tổ chức.

Cuối cùng, cần bảo đảm tính ổn định và đồng bộ của hệ thống chính sách quản lý TMĐT XBG trong quá trình tái cấu trúc tổ chức bộ máy nhà nước. Việc thay đổi cơ cấu tổ chức nếu không đi kèm hướng dẫn chuyển tiếp rõ ràng có thể làm phát sinh khoảng trống pháp lý, gây khó khăn cho doanh nghiệp và làm giảm hiệu quả thực thi chính sách. Vì vậy, cần ban hành cơ chế hướng dẫn thống nhất về quy trình xử lý công việc, cơ chế phối hợp và trách nhiệm giải trình của từng cơ quan trong mô hình tổ chức mới. Đồng thời, cần hạn chế tình trạng điều chỉnh chính sách quá thường xuyên trong giai đoạn chuyển đổi tổ chức nhằm duy trì tính ổn định của môi trường pháp lý đối với hoạt động TMĐT XBG.

Như vậy, ổn định tổ chức tại các cơ quan quản lý sau tinh giản bộ máy không chỉ là yêu cầu mang tính hành chính mà còn là điều kiện tiên quyết để hoàn thiện quản lý nhà nước đối với TMĐT XBG trong bối cảnh chuyển đổi số và hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng. Việc triển khai đồng bộ các giải pháp về tổ chức bộ máy, nguồn nhân lực, chuyển đổi số, phối hợp liên ngành và hoàn thiện thể chế sẽ góp phần xây dựng mô hình quản lý hiện đại, linh hoạt và thích ứng với sự phát triển nhanh chóng của nền kinh tế số xuyên biên giới.

4.2.5. Nhóm giải pháp nâng cao hiệu quả tổ chức thực hiện pháp luật, hỗ trợ tuân thủ và hợp tác quốc tế

Pháp luật chỉ phát huy hiệu lực đầy đủ khi được tổ chức thực hiện hiệu quả. Đối với thương mại điện tử xuyên biên giới, yêu cầu này càng quan trọng do đối tượng tham gia đa dạng, giao dịch nhỏ lẻ nhưng số lượng lớn, còn mức

độ hiểu biết pháp luật giữa các nhóm chủ thể rất không đồng đều. OECD khuyến nghị rằng trong thương mại điện tử, cơ quan công quyền và các bên liên quan cần phối hợp để nâng cao nhận thức của doanh nghiệp, người tiêu dùng và cán bộ quản lý về quyền, nghĩa vụ và cơ chế bảo vệ trong giao dịch trực tuyến, đặc biệt ở cấp độ xuyên biên giới [143].

Trước hết, cần đổi mới công tác tuyên truyền, phổ biến pháp luật theo hướng truyền thông đích thay vì tuyên truyền dàn trải. Đối với doanh nghiệp xuất khẩu trực tuyến, nội dung cần tập trung vào tiêu chuẩn thị trường đích, logistics, thủ tục hải quan và nghĩa vụ thuế. Đối với hộ, cá nhân kinh doanh trên nền tảng số, trọng tâm là đăng ký, kê khai, nộp thuế, minh bạch thông tin và trách nhiệm về hàng hóa. Đối với người tiêu dùng, cần nhấn mạnh kỹ năng nhận diện hàng giả, kiểm tra chính sách bảo vệ, an toàn thanh toán và quy trình khiếu nại.

Bên cạnh đó, cần tăng cường các công cụ hỗ trợ tuân thủ trực tuyến. Có thể xây dựng công cụ tra cứu pháp lý theo hệ thống mô tả và mã hóa hàng hóa (HS) và thị trường xuất khẩu, bản đồ số pháp lý, trợ lý ảo AI (chatbot) tư vấn thủ tục, cổng hỏi đáp pháp lý trực tuyến và thư viện số về tiêu chuẩn kỹ thuật của các thị trường trọng điểm. Cách tiếp cận này giúp giảm chi phí tuân thủ và hỗ trợ doanh nghiệp tham gia thương mại điện tử xuyên biên giới một cách bài bản hơn.

Một giải pháp quan trọng khác là phát huy vai trò của chính quyền địa phương, hiệp hội ngành nghề, tổ chức xúc tiến thương mại và các tổ chức hỗ trợ doanh nghiệp. Địa phương cần gắn hỗ trợ thương mại điện tử xuyên biên giới với cải cách hành chính, chuyển đổi số và phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa. Hiệp hội ngành hàng cần đóng vai trò cầu nối thực chất giữa doanh nghiệp với cơ quan quản lý, đồng thời góp phần chuẩn hóa thông tin sản phẩm, hỗ trợ đào tạo và phản biện chính sách.

Ở bình diện quốc tế, do thương mại điện tử xuyên biên giới liên quan trực tiếp tới dữ liệu, chứng từ điện tử, thanh toán, thuế, logistics và giải quyết tranh chấp, Việt Nam cần đẩy mạnh hợp tác song phương, đa phương về chia sẻ dữ liệu vi phạm, công nhận chứng từ điện tử, công nhận chữ ký số, hỗ trợ thực thi thuế và hải quan, cũng như phối hợp bảo vệ người tiêu dùng. UNCITRAL đã xây dựng các ghi chú kỹ thuật về giải quyết tranh chấp trực tuyến (ODR) nhằm hỗ trợ phát triển hệ thống giải quyết tranh chấp trực tuyến cho các hợp đồng giá trị nhỏ phát sinh qua phương tiện điện tử, đây là tài liệu tham chiếu hữu ích cho việc thiết kế cơ chế ODR ở Việt Nam [150].

Các giải pháp cụ thể gồm:

- (i) đổi mới tuyên truyền pháp luật theo hướng phân nhóm đối tượng và truyền thông đích;
- (ii) xây dựng bản đồ số pháp lý, chatbot, cổng hỏi đáp và công cụ hỗ trợ tuân thủ trực tuyến;
- (iii) phát huy vai trò của địa phương, hiệp hội ngành nghề và tổ chức hỗ trợ doanh nghiệp;
- (iv) đẩy mạnh hợp tác quốc tế về thuế, hải quan, dữ liệu, bảo vệ người tiêu dùng và chứng từ điện tử;
- (v) xây dựng cơ chế giải quyết tranh chấp trực tuyến cho giao dịch thương mại điện tử xuyên biên giới;
- (vi) nâng cao tính công khai, minh bạch và khả năng tiếp cận thủ tục hành chính trên môi trường số.

Tóm lại, nhóm giải pháp này nhằm xử lý bất cập trong khâu tổ chức thực hiện, nâng cao mức độ tuân thủ tự nguyện, giảm chi phí giao dịch và tăng hiệu quả phối hợp trong và ngoài nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới.

4.2.6. Nhóm giải pháp tăng cường kiểm tra, giám sát, hậu kiểm và xử lý vi phạm

Do tính phi biên giới, phi tiếp xúc và phụ thuộc lớn vào nền tảng số, thương mại điện tử xuyên biên giới làm thay đổi căn bản phương thức kiểm tra, giám sát truyền thống. Trong điều kiện đó, quản lý nhà nước cần chuyển mạnh từ tiền kiểm nặng về thủ tục sang hậu kiểm thông minh dựa trên dữ liệu, phân tích rủi ro và điều tra kỹ thuật số.

Trước hết, cần tăng cường thu thập, chuẩn hóa và quản trị thông tin về tổ chức, cá nhân có hoạt động thương mại điện tử xuyên biên giới. Dữ liệu phải được khai thác từ nhiều nguồn như đăng ký kinh doanh, đăng ký thuế, tên miền, hệ thống hải quan, trung gian thanh toán, doanh nghiệp vận chuyển, sàn thương mại điện tử, nền tảng mạng xã hội và các cơ sở dữ liệu quản lý liên quan. Trên cơ sở đó, cơ quan quản lý cần phân loại đối tượng theo mức độ rủi ro, quy mô giao dịch, loại hàng hóa, mức độ tuân thủ và lịch sử vi phạm để áp dụng biện pháp giám sát phù hợp.

Một yêu cầu quan trọng là phải đẩy mạnh ứng dụng điều tra kỹ thuật số trong thanh tra, kiểm tra và hậu kiểm. Thay vì chỉ dựa vào hồ sơ do đối tượng cung cấp, cơ quan quản lý cần có khả năng đối chiếu đa nguồn giữa số liệu kê khai, sao kê thanh toán, dữ liệu vận chuyển, dữ liệu hải quan, lịch sử quảng cáo, đánh giá của người dùng và dữ liệu lưu trữ trên máy chủ. Cách tiếp cận này phù hợp với xu hướng OECD khuyến nghị về khai thác dữ liệu và điều chỉnh chính sách để theo kịp mô hình thương mại điện tử đang thay đổi nhanh [140].

Bên cạnh đó, cần hoàn thiện cơ chế pháp lý và kỹ thuật để buộc các chủ thể trung gian như sàn thương mại điện tử, tổ chức thanh toán, doanh nghiệp logistics và nền tảng số thực hiện nghiêm nghĩa vụ lưu trữ, cung cấp và chia sẻ dữ liệu theo quy định. Quy định pháp luật hiện hành về việc chủ sở hữu sàn thương mại điện tử cung cấp thông tin người bán cho cơ quan thuế là cơ sở

quan trọng, nhưng để quản lý hiệu quả hơn đối với thương mại điện tử xuyên biên giới, cần tiếp tục nghiên cứu mở rộng trách nhiệm phối hợp của nền tảng, nhất là trong trường hợp nền tảng tham gia thanh toán, điều phối đơn hàng hoặc kiểm soát giao hàng.

Đối với xử lý vi phạm, cần tăng cường tính kịp thời, tính răn đe và tính phù hợp với đặc thù của môi trường số. Ngoài xử phạt hành chính, cần linh hoạt áp dụng các biện pháp như yêu cầu gỡ bỏ gian hàng vi phạm, đình chỉ tài khoản, công khai thông tin vi phạm, phong tỏa hoặc giám sát dòng tiền, truy thu thuế, buộc thực hiện nghĩa vụ cung cấp dữ liệu và trong trường hợp cần thiết có thể phối hợp quốc tế để xử lý hành vi vi phạm xuyên biên giới.

Các giải pháp cụ thể gồm:

- (i) xây dựng kho dữ liệu lớn về chủ thể và giao dịch thương mại điện tử xuyên biên giới;
- (ii) phân loại đối tượng quản lý theo mức độ rủi ro;
- (iii) áp dụng hậu kiểm điện tử, điều tra kỹ thuật số và thanh tra, kiểm tra dựa trên dữ liệu;
- (iv) tăng cường đối chiếu liên thông giữa dữ liệu thuế, hải quan, thanh toán, vận chuyển và nền tảng số;
- (v) hoàn thiện trách nhiệm pháp lý của sàn, trung gian thanh toán, doanh nghiệp logistics trong lưu trữ và cung cấp dữ liệu;
- (vi) nâng cao hiệu quả xử lý vi phạm, truy thu thuế và công khai hành vi vi phạm;
- (vii) xây dựng quy trình kiểm tra, thanh tra bằng công nghệ thông tin.

Tóm lại, nhóm giải pháp này có ý nghĩa trực tiếp trong việc nâng cao tính tuân thủ pháp luật, giảm thất thu thuế, hạn chế gian lận thương mại, bảo vệ người tiêu dùng và củng cố kỷ cương quản lý trong môi trường thương mại điện tử xuyên biên giới.

4.3. Một số kiến nghị nhằm hoàn thiện hoạt động quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu lý luận và phân tích thực trạng quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới tại Việt Nam, nhằm hoàn thiện quản lý và tạo điều kiện cho hoạt động thương mại điện tử xuyên biên giới phát triển bền vững trong bối cảnh kinh tế số, luận án đề xuất một số kiến nghị đối với các cơ quan quản lý nhà nước, các hiệp hội ngành nghề, các chủ thể trung gian, doanh nghiệp và người tiêu dùng như sau.

4.3.1. Kiến nghị đối với các cơ quan quản lý nhà nước

Trước hết, các cơ quan quản lý nhà nước cần ưu tiên hoàn thiện khuôn khổ pháp lý về thương mại điện tử xuyên biên giới theo hướng đồng bộ, minh bạch, tương thích công nghệ và gắn với cơ chế thực thi rõ ràng. Quá trình hoàn thiện pháp luật cần làm rõ hơn trách nhiệm của nhà cung cấp nước ngoài, sàn giao dịch thương mại điện tử, nền tảng số, doanh nghiệp logistics, trung gian thanh toán và các chủ thể trung gian khác; đồng thời giảm sự phân tán chính sách giữa các lĩnh vực thương mại, thuế, hải quan, thanh toán và dữ liệu.

Các cơ quan quản lý cũng cần sớm nghiên cứu, xây dựng và đưa vào vận hành hệ thống dữ liệu dùng chung hoặc cổng thông tin quản lý thương mại điện tử xuyên biên giới, bảo đảm khả năng kết nối giữa cơ quan thuế, hải quan, ngân hàng, quản lý thương mại điện tử, quản lý thị trường và các cơ quan chuyên ngành khác. Việc đầu tư hệ thống này cần gắn với tiêu chuẩn kỹ thuật thống nhất, cơ chế phân quyền khai thác và quy trình bảo mật dữ liệu rõ ràng.

Bên cạnh đó, cần tăng cường đầu tư cho hạ tầng công nghệ, hạ tầng logistics số, thanh toán số xuyên biên giới và công cụ quản trị dựa trên dữ liệu. Cùng với đầu tư hạ tầng, Nhà nước cần phát triển đội ngũ cán bộ có kỹ năng số, năng lực phân tích dữ liệu và khả năng phối hợp liên ngành; đồng thời đổi mới phương thức thanh tra, hậu kiểm theo hướng quản lý rủi ro, ứng dụng AI và điều tra kỹ thuật số.

Một kiến nghị quan trọng khác là các cơ quan quản lý cần đẩy mạnh hỗ trợ tuân thủ thay vì chỉ nhấn mạnh vào xử lý vi phạm. Việc xây dựng chatbot pháp lý, bản đồ số pháp luật, cổng hướng dẫn trực tuyến, cơ sở dữ liệu hỏi đáp và chương trình đào tạo cho doanh nghiệp nhỏ và vừa sẽ giúp nâng cao mức độ tuân thủ tự nguyện, giảm chi phí hành chính và tăng hiệu quả thực thi pháp luật.

Ngoài ra, cần chủ động thúc đẩy hợp tác quốc tế về chia sẻ dữ liệu, công nhận chứng từ điện tử, quản lý thuế, kết nối hải quan, bảo vệ người tiêu dùng và giải quyết tranh chấp trực tuyến. Trong bối cảnh các giao dịch xuyên biên giới giá trị nhỏ ngày càng phổ biến, cơ chế hợp tác quốc tế có ý nghĩa đặc biệt quan trọng đối với xử lý vi phạm và bảo vệ chủ quyền số quốc gia.

Đây không chỉ là yêu cầu khách quan của hội nhập mà còn là điều kiện để nâng cao vị thế quản trị quốc gia trong môi trường thương mại số toàn cầu.

Có thể cụ thể hóa một số kiến nghị trọng tâm đối với cơ quan quản lý nhà nước như sau:

(i) Sớm ban hành hoặc tích hợp một chương trình/đề án quốc gia chuyên biệt về thương mại điện tử xuyên biên giới đến năm 2030;

(ii) Hoàn thiện pháp luật theo hướng quy định rõ trách nhiệm của sàn giao dịch, nền tảng số, trung gian thanh toán, doanh nghiệp logistics và nhà cung cấp nước ngoài;

(iii) Xây dựng cổng dữ liệu quản lý thương mại điện tử xuyên biên giới và cơ chế chia sẻ dữ liệu liên ngành;

(iv) Đẩy mạnh ứng dụng AI, Big Data, RegTech trong giám sát, cảnh báo và thu thuế;

(v) Phát triển công cụ hỗ trợ tuân thủ trực tuyến cho doanh nghiệp và người dân;

(vi) Đổi mới thanh tra, hậu kiểm theo hướng dựa trên rủi ro và dữ liệu;

(vii) Tăng cường đào tạo cán bộ thực thi ở trung ương và địa phương;

(viii) Mở rộng hợp tác quốc tế về dữ liệu, thuế, hải quan, ODR và bảo vệ người tiêu dùng.

4.3.2. Kiến nghị đối với các hiệp hội ngành nghề và các chủ thể trung gian có liên quan

Bên cạnh vai trò của Nhà nước, các hiệp hội ngành nghề, doanh nghiệp và các chủ thể tham gia thị trường cũng có vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy sự phát triển lành mạnh và bền vững của TMĐT XBG.

Các hiệp hội ngành nghề, đặc biệt là hiệp hội thương mại điện tử, hiệp hội logistics, hiệp hội doanh nghiệp xuất khẩu và các tổ chức xúc tiến thương mại, cần phát huy mạnh hơn vai trò cầu nối giữa Nhà nước và doanh nghiệp. Hiệp hội không chỉ phản ánh khó khăn từ thực tiễn mà còn cần tham gia phổ biến pháp luật, đào tạo kỹ năng tuân thủ, tư vấn tiêu chuẩn thị trường, hỗ trợ xây dựng thương hiệu và phản biện chính sách liên quan đến thương mại điện tử xuyên biên giới.

Đối với các chủ thể trung gian như sàn thương mại điện tử, nền tảng số, mạng xã hội có tích hợp bán hàng, tổ chức trung gian thanh toán, doanh nghiệp logistics, chuyển phát và kho bãi, cần nâng cao trách nhiệm pháp lý cũng như trách nhiệm xã hội trong việc xác thực người bán, lưu trữ thông tin, chia sẻ dữ liệu đúng chuẩn, bảo vệ dữ liệu người dùng và phối hợp với cơ quan quản lý nhà nước trong giám sát giao dịch. Trong môi trường thương mại điện tử xuyên biên giới, chính các chủ thể trung gian là mắt xích quan trọng giúp quản lý nhà nước đi vào thực chất.

Các doanh nghiệp logistics, chuyển phát và thanh toán cần chủ động chuẩn hóa dữ liệu vận đơn, dữ liệu thu hộ, dữ liệu đối soát và luồng thanh toán để hỗ trợ cơ quan nhà nước xác định chủ thể có rủi ro cao, nhận diện các giao dịch bất thường và phục vụ hậu kiểm. Việc chia sẻ thông tin cần dựa trên khuôn khổ pháp lý rõ ràng và bảo đảm yêu cầu bảo vệ dữ liệu cá nhân, bí mật kinh doanh.

Ngoài ra, các cơ sở đào tạo, viện nghiên cứu và tổ chức hỗ trợ doanh nghiệp cần tham gia mạnh mẽ hơn vào phát triển hệ sinh thái hỗ trợ thương mại điện tử xuyên biên giới, nhất là trong đào tạo nhân lực, nghiên cứu thị trường, tư vấn pháp lý, chuẩn hóa thông tin hàng hóa, truy xuất nguồn gốc và kết nối với các nền tảng quốc tế.

Việc hình thành một hệ sinh thái hỗ trợ doanh nghiệp bài bản sẽ góp phần giảm chi phí tham gia thị trường và tăng mức độ tuân thủ pháp luật.

Một số kiến nghị cụ thể đối với nhóm chủ thể này gồm:

- (i) Hiệp hội ngành nghề tăng cường phổ biến pháp luật, phản biện chính sách và hỗ trợ doanh nghiệp thành viên;
- (ii) Sàn thương mại điện tử, nền tảng số và trung gian thanh toán nâng cao trách nhiệm xác thực, lưu trữ và chia sẻ dữ liệu theo quy định;
- (iii) Doanh nghiệp logistics, chuyển phát, kho bãi tăng cường phối hợp trong kiểm soát luồng hàng và dữ liệu vận đơn;
- (iv) Cơ sở đào tạo, viện nghiên cứu, tổ chức xúc tiến thương mại đẩy mạnh nghiên cứu, đào tạo và tư vấn tuân thủ cho doanh nghiệp;
- (v) Các chủ thể trung gian đồng hành với cơ quan quản lý trong xây dựng môi trường thị trường minh bạch, an toàn và bền vững.

4.3.3. Kiến nghị đối với doanh nghiệp và người tiêu dùng

Đối với doanh nghiệp, yêu cầu quan trọng nhất là phải chuyển từ tư duy “tham gia nền tảng” sang tư duy kinh doanh xuyên biên giới có quản trị tuân thủ. Doanh nghiệp cần chủ động nghiên cứu pháp luật của Việt Nam và của thị trường mục tiêu, nhất là các quy định về tiêu chuẩn hàng hóa, ghi nhãn, an toàn sản phẩm, sở hữu trí tuệ, logistics, thuế và bảo vệ dữ liệu. Trong bối cảnh thị trường thương mại điện tử của Việt Nam và khu vực tiếp tục tăng trưởng mạnh, doanh nghiệp nào đầu tư sớm vào năng lực tuân thủ, dữ liệu và thương hiệu sẽ có lợi thế bền vững hơn trong cạnh tranh quốc tế.

Bên cạnh đó, doanh nghiệp cần đầu tư nhiều hơn cho quản trị dữ liệu, bảo mật thông tin, marketing số, tối ưu logistics và xây dựng thương hiệu. Đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa, cần chủ động tận dụng các chương trình hỗ trợ của Nhà nước, hiệp hội và nền tảng để nâng cao năng lực vận hành, giảm chi phí tiếp cận thị trường và từng bước tham gia sâu hơn vào thương mại điện tử xuyên biên giới.

Về phía người tiêu dùng, cần nâng cao nhận thức pháp lý và kỹ năng giao dịch an toàn trên môi trường số. OECD nhấn mạnh tầm quan trọng của việc giáo dục người tiêu dùng, doanh nghiệp và cơ quan công quyền để tăng cường niềm tin và chất lượng bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử [143]. Theo đó, người tiêu dùng cần hình thành thói quen kiểm tra nguồn gốc hàng hóa, chính sách đổi trả, phương thức thanh toán, thông tin người bán và cơ chế khiếu nại trước khi thực hiện giao dịch. Khi phát hiện hàng giả, gian lận hoặc quyền lợi bị xâm phạm, người tiêu dùng cần chủ động sử dụng công cụ phản ánh, khiếu nại và hợp tác với cơ quan chức năng.

Việc nâng cao vai trò của doanh nghiệp và người tiêu dùng không chỉ là yêu cầu tự thân mà còn là một cấu phần quan trọng của mô hình quản trị hiện đại, trong đó Nhà nước, thị trường và xã hội cùng tham gia vào việc hình thành một môi trường thương mại điện tử xuyên biên giới minh bạch, công bằng và bền vững.

Các kiến nghị cụ thể trong nhóm này gồm:

- (i) Doanh nghiệp chủ động nâng cao năng lực tuân thủ pháp luật trong nước và pháp luật thị trường mục tiêu;
- (ii) Tăng cường đầu tư vào quản trị dữ liệu, bảo mật thông tin, xây dựng thương hiệu, marketing số và logistics;
- (iii) Tích cực tham gia các chương trình đào tạo, hỗ trợ xuất khẩu số và kết nối nền tảng quốc tế;

(iv) Người tiêu dùng nâng cao kỹ năng nhận diện rủi ro, hàng giả và cơ chế tự bảo vệ trong giao dịch số;

(v) Tăng cường phản ánh, khiếu nại và hợp tác với cơ quan chức năng khi phát hiện hành vi vi phạm.

Tiểu kết chương 4:

Trên cơ sở phân tích bối cảnh phát triển của thương mại điện tử xuyên biên giới trên thế giới và tại Việt Nam, Chương 4 của luận án đã làm rõ những vấn đề đặt ra đối với hoạt động quản lý nhà nước trong điều kiện chuyển đổi số và hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng. Kết quả nghiên cứu cho thấy TMĐT XBG đang trở thành một cấu phần quan trọng của nền kinh tế số toàn cầu, thúc đẩy mở rộng thị trường, đổi mới phương thức kinh doanh và tái cấu trúc chuỗi giá trị thương mại quốc tế. Tuy nhiên, sự phát triển nhanh chóng của mô hình này cũng làm gia tăng nhiều thách thức mới đối với quản lý nhà nước như khoảng trống pháp lý, thất thu thuế, khó khăn trong kiểm soát dòng tiền và dữ liệu, vi phạm quyền sở hữu trí tuệ, gian lận thương mại, hàng giả, bảo vệ người tiêu dùng và bảo đảm an ninh mạng.

Đối với Việt Nam, cùng với tốc độ tăng trưởng nhanh của thị trường thương mại điện tử và tiến trình chuyển đổi số quốc gia, TMĐT XBG đang mở ra cơ hội lớn cho doanh nghiệp tham gia sâu hơn vào thị trường quốc tế. Tuy nhiên, thực trạng quản lý nhà nước cho thấy vẫn còn nhiều hạn chế như hệ thống pháp luật chưa đồng bộ, dữ liệu quản lý còn phân tán, năng lực phối hợp liên ngành chưa cao, cơ chế hậu kiểm còn hạn chế, năng lực số của đội ngũ cán bộ chưa đáp ứng yêu cầu mới, trong khi các nền tảng số xuyên biên giới ngày càng có ảnh hưởng lớn đến thị trường trong nước. Đặc biệt, trong bối cảnh cải cách hành chính, tinh gọn tổ chức bộ máy và xây dựng mô hình chính quyền hai cấp, những khó khăn về phối hợp thể chế, duy trì tính chuyên môn hóa, ổn định nhân lực và liên thông dữ liệu càng bộc lộ rõ hơn, đặt ra yêu

cầu cấp thiết phải đổi mới phương thức quản lý theo hướng hiện đại, linh hoạt và dựa trên dữ liệu.

Từ những vấn đề lý luận và thực tiễn đó, Chương 4 đã đề xuất hệ thống giải pháp nhằm hoàn thiện quản lý nhà nước đối với TMĐT XBG tại Việt Nam. Các giải pháp được xây dựng theo hướng toàn diện và đồng bộ, bao gồm: hoàn thiện thể chế và khung pháp lý; phát triển hạ tầng số và cơ sở dữ liệu quản lý; nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và năng lực thực thi; ổn định tổ chức bộ máy sau tinh giản; tăng cường tổ chức thực hiện pháp luật, hỗ trợ tuân thủ và hợp tác quốc tế; đồng thời đổi mới công tác kiểm tra, giám sát, hậu kiểm và xử lý vi phạm theo hướng ứng dụng công nghệ số, quản lý rủi ro và điều tra kỹ thuật số. Trong đó, trọng tâm là chuyển đổi từ mô hình quản lý hành chính truyền thống sang mô hình quản trị số liên thông, lấy dữ liệu làm nền tảng, tăng cường kết nối giữa các cơ quan quản lý và nâng cao trách nhiệm của các chủ thể trung gian trong hệ sinh thái TMĐT XBG.

Bên cạnh các giải pháp, luận án cũng đưa ra một số kiến nghị đối với cơ quan quản lý nhà nước, hiệp hội ngành nghề, doanh nghiệp, các chủ thể trung gian và người tiêu dùng nhằm xây dựng môi trường TMĐT XBG minh bạch, an toàn và phát triển bền vững. Những kiến nghị này không chỉ hướng đến hoàn thiện quản lý nhà nước mà còn góp phần thúc đẩy năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam trong nền kinh tế số toàn cầu.

Nhìn tổng thể, nội dung Chương 4 đã góp phần làm rõ định hướng hoàn thiện quản lý nhà nước đối với TMĐT XBG tại Việt Nam trong giai đoạn tới, đồng thời khẳng định rằng hiệu quả quản lý không chỉ phụ thuộc vào việc hoàn thiện pháp luật hay tinh gọn tổ chức bộ máy, mà còn phụ thuộc vào năng lực quản trị số, khả năng phối hợp liên ngành, mức độ liên thông dữ liệu và sự tham gia đồng bộ của Nhà nước, doanh nghiệp và xã hội trong quản trị thị trường số xuyên biên giới.

KẾT LUẬN

Trong bối cảnh chuyển đổi số và hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng, thương mại điện tử xuyên biên giới đang trở thành xu hướng phát triển tất yếu của thương mại toàn cầu và nền kinh tế số. Sự phát triển nhanh chóng của TMĐT XBG vừa tạo ra cơ hội mở rộng thị trường, thúc đẩy xuất khẩu và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam, vừa đặt ra nhiều thách thức mới đối với hoạt động quản lý nhà nước như quản lý thuế, kiểm soát dòng tiền, bảo vệ người tiêu dùng, quản lý dữ liệu, kiểm soát hàng giả và xử lý vi phạm trong môi trường số xuyên biên giới.

Trên cơ sở nghiên cứu lý luận và thực tiễn, luận án đã hệ thống hóa những vấn đề lý luận về quản lý nhà nước đối với TMĐT XBG; phân tích kinh nghiệm quốc tế và làm rõ thực trạng quản lý nhà nước đối với TMĐT XBG tại Việt Nam trên các phương diện như xây dựng thể chế, tổ chức bộ máy, quản lý thuế, hải quan, thanh tra, kiểm tra, hậu kiểm, ứng dụng công nghệ số và phối hợp liên ngành. Kết quả nghiên cứu cho thấy Việt Nam đã đạt được nhiều kết quả tích cực trong phát triển và quản lý TMĐT XBG, tuy nhiên vẫn còn tồn tại những hạn chế về thể chế, dữ liệu quản lý, năng lực thực thi, cơ chế phối hợp và kiểm soát các nền tảng xuyên biên giới.

Từ đó, luận án đã đề xuất hệ thống giải pháp nhằm hoàn thiện quản lý nhà nước đối với TMĐT XBG theo hướng hiện đại, đồng bộ và thích ứng với nền kinh tế số, bao gồm: hoàn thiện pháp luật; phát triển hạ tầng số và cơ sở dữ liệu; nâng cao chất lượng nguồn nhân lực; ổn định tổ chức bộ máy sau tinh giản; tăng cường hỗ trợ tuân thủ, hợp tác quốc tế; đồng thời đổi mới công tác kiểm tra, giám sát, hậu kiểm và xử lý vi phạm dựa trên dữ liệu và quản lý và cảnh báo được các rủi ro gặp phải.

Kết quả nghiên cứu của luận án góp phần bổ sung cơ sở lý luận và thực tiễn cho việc hoàn thiện quản lý nhà nước đối với TMĐT XBG tại Việt Nam, đồng thời có ý nghĩa tham khảo trong quá trình xây dựng chính sách và nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước trong bối cảnh phát triển kinh tế số và hội nhập quốc tế hiện nay.

DANH MỤC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU KHOA HỌC CỦA NGHIÊN CỨU SINH

TT	Tên công trình	Năm công bố	Loại bài viết
1.	Bài học kinh nghiệm từ Trung Quốc về quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới Tác giả: Cao Anh Thịnh	2025	Tạp chí Kinh tế và Dự báo, số 6, tháng 3, năm 2025 [Tr228] ISSN: 1859 - 4972
2.	Quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới ở Việt Nam trong bối cảnh chuyển đổi số https://www.quanlynhanuoc.vn/2025/04/17 Tác giả: Cao Anh Thịnh	2025	Tạp chí Quản lý nhà nước (quanlynhanuoc.vn) Công bố ngày 17/4/2025, chuyên mục Quản lý nhà nước về kinh tế - tài chính ISSN e - 2815-5831
3.	Phát triển thương mại điện tử xuyên biên giới ở Việt Nam hiện nay Tác giả: Đỗ Thị Tuyết, Cao Anh Thịnh, Nguyễn Thị Thu Hằng	2025	Tạp chí Kinh tế và Dự báo, số 10, tháng 5 năm 2025 [Tr102] ISSN: 1859-4972
4.	Determinants of Vietnamese Consumers' Cross-border Online Shopping Intentions: Evidence from Chinese E-commerce Platforms https://ift.iift.ac.in/pages/table-of-contents/current/ Tác giả: Đặng Thái Bình, Đỗ Tá Khánh, Cao Anh Thịnh	2025	IIFT International Business and Management Review Journal, ISSN: 2525-250X Published: 11/12/2025
5.	Phát triển thương mại điện tử ở Hà	2024	Tạp chí Tài chính, kỳ 2,

	Nội trong bối cảnh chuyển đổi số Tác giả: Cao Anh Thịnh, Nguyễn Thị Thu Hằng		tháng 6 năm 2024 [Tr144] ISSN: 2615-8973
6.	Developing Green Logistics in the Economic Region Northern Focus of Vietnam Tác giả: Cao Anh Thịnh, Nguyễn Thị Thu Hằng	2024	International Journal of Economics, Business and Management Research Công bố ngày 27/01/2024 ISSN: 2456-7760
7.	Logistics xanh – Bài học từ Singapore tới thực tế tại Việt Nam Tác giả: Cao Anh Thịnh, Nguyễn Thị Thu Hằng	2023	Tạp chí Kinh doanh và Công nghệ, số 31 năm 2023 [Tr39] ISSN: 2615-9414
8.	Situation of Employment Creation for Disabled Workers in Vietnam after the Covid-19 Pandemic https://rgsa.openaccesspublications.org/rgsa/article/view/11241 Tác giả: Nguyễn Thị Thu Hằng, Cao Anh Thịnh, Đỗ Thị Tuyết	2025	Revista De Gestao Social E Ambiental (RGSA) Scopus Q3 Published: 13/2/2025 ISSN: 1981-982X

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu bằng tiếng Việt:

1. Amazon Global Selling Việt Nam (2022), Báo cáo “Người bán hàng địa phương, Khách tiêu dùng toàn cầu: Xu hướng xuất khẩu thông qua thương mại điện tử tại Việt Nam”
2. Phạm Đức Anh, Lê Thị Ngân (2021), *Xúc tiến thương mại điện tử xuyên biên giới trong bối cảnh đại dịch Covid-19: Thực tiễn quốc tế và khuyến nghị chính sách đối với Việt Nam*, Tạp chí Ngân hàng
3. Trần Thị Vân Anh (2021), *Thuế đối với dịch vụ xuyên biên giới trong bối cảnh thương mại điện tử phát triển*, Tạp chí Thị trường Tài chính Tiền tệ số 18 năm 2021
4. Bộ Công Thương (2021), *Sách trắng thương mại điện tử Việt Nam 2021*
5. Bộ Công Thương (2022), *Sách trắng thương mại điện tử Việt Nam 2022*
6. Bộ Công Thương (2023), *Sách trắng thương mại điện tử Việt Nam 2023*
7. Bộ Công Thương (2024), *Sách trắng thương mại điện tử Việt Nam 2024*
8. Bộ Công Thương (2021), *Báo cáo tình hình phát triển TMĐT*.
9. Bộ Công Thương (2021), *Chương trình Phát triển TMĐT quốc gia*.
10. Bộ Công thương (2021), *Hoàn thiện pháp luật về thương mại điện tử trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0*, Đề tài cấp Bộ
11. Bộ Tài chính (2015), *Thông tư số 92/2015/TT-BTC ngày 15 tháng 6 năm 2015 Hướng dẫn thực hiện thuế giá trị gia tăng và thuế thu nhập cá nhân đối với cá nhân cư trú có hoạt động kinh doanh; hướng dẫn thực hiện một số nội dung sửa đổi, bổ sung về thuế thu nhập cá nhân quy định tại Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của các Luật về thuế số 71/2014/QH13 và Nghị định số 12/2015/NĐ-CP ngày 12/02/2015 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của các Luật về thuế và sửa đổi, bổ sung một số điều của các Nghị định về thuế*
12. Bộ Tài chính, *Thông tư số 208/2015/TT-BTC ngày 28 tháng 12 năm 2015 quy định về hoạt động của Hội đồng tư vấn thuế xã, phường, thị trấn*

13. Bộ Tài chính, Thông tư số 218/2015/TT-BTC ngày 31/12/2015 Hướng dẫn chính sách và quản lý thuế đối với thương nhân thực hiện hoạt động mua bán, trao đổi hàng hóa tại chợ biên giới, chợ cửa khẩu theo Quyết định số 52/2015/QĐ-Ttg ngày 20/10/2015.
14. Bộ Thông tin và Truyền thông (2021), *Báo cáo tình hình phát triển internet tại Việt Nam*.
15. Bộ Thông tin và Truyền thông (2021), *Báo cáo chỉ số sẵn sàng cho phát triển và ứng dụng CNTT và truyền thông Việt Nam năm 2020*.
16. Bộ Thông tin và Truyền thông (2023), *Báo cáo chỉ số sẵn sàng cho phát triển và ứng dụng CNTT và truyền thông Việt Nam năm 2022*.
17. Trần Văn Biên (2012) *Hợp đồng điện tử theo pháp luật Việt Nam*, Học viện Khoa học Xã hội.
18. Phạm Phương Châu - Trần Thị Diễm Quỳnh - Trần Lê Ngân - Lý Trúc Quỳnh - TS. Vũ Thị Thúy Hằng, *Thương mại điện tử xuyên biên giới: Nhận diện và một số hàm ý phát triển tại Hà Nội*, Tạp chí Công Thương - Các kết quả nghiên cứu khoa học và ứng dụng công nghệ, Số 11 tháng 5 năm 2023
19. Tạ Minh Châu (2013), Đào tạo nguồn nhân lực TMĐT Việt Nam, Tạp chí Phát triển và hội nhập số 9/2013.
20. Lê Thị Chi, Nguyễn Thị Hồng Nguyên, Huỳnh Văn Thái (2023), *Giải pháp phát triển thương mại điện tử tại Việt Nam*, Tạp chí tài chính
21. Chính phủ, *Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16 tháng 5 năm 2013 của về thương mại điện tử*
22. Chính phủ, *Nghị định số 85/2021/NĐ-CP ngày 25 tháng 9 năm 2021 sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16 tháng 5 năm 2013 về thương mại điện tử*
23. Chính phủ, *Nghị định 91/2020/NĐ-CP về chống tin nhắn rác/lừa đảo trong TMĐT*
24. Chính phủ, *Nghị định 80/2021/NĐ-CP Quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa*

25. Chính phủ, *Nghị định 117/2025/NĐ-CP Quy định quản lý thuế đối với hoạt động kinh doanh trên nền tảng thương mại điện tử, nền tảng số của hộ, cá nhân*
26. Chính phủ, *Nghị định số 31/2021/NĐ-CP ngày 26/3/2021 quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật đầu tư*
27. Chính phủ, *Nghị định số 126/2020/NĐ-CP ngày 19/10/2020 quy định chi tiết một số điều của Luật quản lý thuế*
28. Chính phủ, *Nghị định số 91/2022/NĐ-CP ngày 30/10/2022 về sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 126/2020/NĐ-CP ngày 19/10/2020 quy định chi tiết một số điều của Luật Quản lý thuế*
29. Chính phủ, *Nghị định số 27/2007/NĐ-CP ngày 23 tháng 02 năm 2007 về giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính;*
30. Chính phủ, *Nghị định số 156/2016/NĐ-CP ngày 21 tháng 11 năm 2016 về sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 27/2007/NĐ-CP ngày 23 tháng 02 năm 2007 về giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính hết hiệu lực kể từ ngày Nghị định này có hiệu lực thi hành;*
31. Chính phủ, *Nghị định số 165/2018/NĐ-CP ngày 24 tháng 12 năm 2018 về Giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính.*
32. Chính phủ, *Nghị định số 27/2018/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 72/2013/NĐ-CP ngày 15 tháng 7 năm 2013 của Chính phủ về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng*
33. Chính phủ, *Nghị định số 10/2020/NĐ-CP ngày 17/1/2020 quy định về kinh doanh và điều kiện kinh doanh vận tải bằng xe ô tô*
34. Chính phủ, *Nghị định số 98/2020/NĐ-CP ngày 26/8/2020 quy định xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và bảo vệ quyền lợi NTD (được sửa đổi bổ sung một số điều tại Nghị định số 17/2022/NĐ-CP ngày 31/1/2022 của Chính phủ).*

35. Chính phủ, *Nghị định số 13/2023/NĐ-CP ngày 17/4/2023 quy định về bảo vệ dữ liệu cá nhân và trách nhiệm bảo vệ dữ liệu cá nhân của cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan*
36. Chính phủ, *Quyết định số 316/QĐ-TTg ngày 09/3/2021 của Thủ tướng chính phủ phê duyệt triển khai thí điểm dùng tài khoản viễn thông thanh toán cho các hàng hóa, dịch vụ có giá trị nhỏ*
37. Phí Mạnh Cường (2013), *Vai trò của Nhà nước trong thúc đẩy sự phát triển thương mại điện tử ở Việt Nam*, Tạp chí Cộng sản điện tử.
38. Nguyễn Bá Diên (2005), *Chuyên khảo Luật Thương mại quốc tế*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội.
39. Nguyễn Đăng Dung (2018), *Những vấn đề cơ bản về lý luận và thực tiễn trong quản lý nhà nước*, Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Hà Nội
40. Lưu Thị Duyên, Nguyễn Hữu Bình (2022), *Thương mại điện tử xuyên biên giới kênh xuất khẩu mới nhiều tiềm năng*, Tạp chí Kinh tế - tài chính, tháng 6/2022.
41. PGS.TS. Nguyễn Văn Đông (2019), *Quản lý nhà nước và hành chính công*, Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia Sự thật
42. Đoàn Thị Mỹ Hạnh (2010), *Thương mại điện tử Việt nam sau năm 2010 và vấn đề phát triển nguồn nhân lực*, Kỷ yếu hội thảo khoa học quốc tế “TMĐT và phát triển nguồn nhân lực”, Nxb Bộ Công Thương.
43. Vũ Thị Thúy Hằng (2024), *Thương mại điện tử xuyên biên giới Lý luận cơ bản và các tình huống thực tiễn*, NXB Công thương
44. Hiệp hội Thương mại Điện tử Việt Nam (VECOM), (2021), *Báo cáo thường niên thương mại điện tử Việt Nam*.
45. Hiệp hội Thương mại Điện tử Việt Nam VECOM (2021), *Rào cản pháp lý và hành chính trong CBED*
46. Hiệp hội Thương mại Điện tử Việt Nam (VECOM), (2023), *Báo cáo chỉ số thương mại điện tử Việt Nam năm 2023*.
47. Lê Trung Hiếu (2023), *Quản lý nhà nước về thương mại điện tử ở Việt Nam*, Tạp chí Công Thương - Các kết quả nghiên cứu khoa học và ứng dụng công nghệ, Số 6 tháng 3 năm 2023

48. Trần Văn Hòe (2015), *Giáo trình thương mại điện tử căn bản*, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân
49. Nguyễn Văn Hồng, Nguyễn Văn Thoan đồng chủ biên (2013) *Giáo trình thương mại điện tử căn bản*, Nxb. Bách khoa – Hà Nội
50. Nguyễn Mạnh Hùng (2003) *Chiến lược – Kế hoạch – Chương trình đầu tư phát triển kinh tế - xã hội Việt Nam đến năm 2010*, Nxb Thống kê.
51. Nguyễn Bá Huy (2023), *Nâng cao hiệu quả ứng dụng công nghệ số trong điều hành, quản lý doanh nghiệp*, Tạp chí Tài chính kỳ 2 tháng 4/2023
52. Trần Trọng Huy, Nguyễn Thị Khánh Chi (2022), *TMĐT tại Việt Nam: thực trạng và giải pháp phát triển*, Tạp chí Công Thương - Các kết quả nghiên cứu khoa học và ứng dụng công nghệ, Số 21, tháng 9 năm 2022
53. Bùi Nhật Huy (2025), *Tác động của đầu tư đến tăng trưởng kinh tế các tỉnh biên giới*, Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế số 7.
54. Lý Hoàng Mai (2024), *Quan hệ thương mại biên giới Việt Nam – Trung Quốc: Bối cảnh, thực trạng và thách thức*, Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế số 10.
55. Nguyễn Văn Minh, Trần Hoài Nam (2002), *Giao dịch thương mại điện tử*, Nxb Chính trị Quốc gia
56. Nguyễn Văn Minh (2011), *Giáo trình thương mại điện tử căn bản*, Nxb Thống kê
57. Nguyễn Thị Mơ (Chủ biên) (2006), *Cẩm nang pháp luật về giao kết hợp đồng điện tử*, Nxb Lao động xã hội.
58. Võ Thị Minh Lệ (2025), *Hợp tác quốc tế trong phòng chống buôn lậu và vận chuyển trái phép hàng hóa qua khu vực biên giới đất liền của Việt Nam*, Tạp chí Những vấn đề kinh tế và chính trị thế giới số 3
59. Trần Hoài Nam (2013), *Phát triển ứng dụng mô hình TMĐT B2B ở Việt Nam*, luận án tiến sĩ kinh tế, Trường Đại học Thương mại
60. Trần Hoài Nam (2011), *Ứng dụng mô hình TMĐT B2B ở các doanh nghiệp Việt Nam – Thực trạng và giải pháp*, Tạp chí Thương mại, số 26, trang 15-17 và số 27, trang 15-16.

61. Trần Hoài Nam (2011), *Tình hình phát triển thương mại điện tử B2B ở một số nước trên thế giới và bài học đối với Việt Nam*, Tạp chí Khoa học Thương Mại, số 43, trang 64-69 và trang 72.
62. Trần Hoài Nam (2011), *Xu hướng phát triển TMĐT B2B trên thế giới và định hướng cho các doanh nghiệp Việt Nam*, Tạp chí Tài chính, số 11 – 2011.
63. Nielsen Việt Nam. (2021). "Nghiên cứu hành vi mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng Việt Nam."
64. Nguyễn Trọng Nhân, Nguyễn Thị Quỳnh Trang (2021), *Đánh giá thực trạng quản lý nhà nước về Thương mại điện tử*, Tạp chí công thương
65. Lê Đức Nhân (2025), *Một số vấn đề cơ bản về đảm bảo an ninh kinh tế ở vùng biên giới đất liền trong tình hình mới*, Tạp chí Khoa học Giáo dục Biên phòng số 7.
66. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam. (2021). "Báo cáo tình hình thanh toán điện tử tại Việt Nam."
67. Nguyễn Đình Ngân (2025), *Những vướng mắc của cơ quan hải quan trong công tác phòng, chống buôn lậu, vận chuyển trái phép hàng hóa qua biên giới đất liền*, Tạp chí Nghiên cứu kinh tế số 2.
68. Tôn Nữ Khoa Nguyễn (2014), *Thương mại điện tử Việt Nam trước ngưỡng cửa Thái Bình Dương (TPP)*, Kỷ yếu Hội thảo khoa học “Hiệp định đối tác kinh tế xuyên Thái Bình Dương dưới góc nhìn của doanh nghiệp Việt Nam”
69. Tôn Nữ Khoa Nguyễn (2014), *Đào tạo đại học chính quy chuyên ngành thương mại điện tử tại Việt Nam: cơ hội và thách thức*, Trường Đại học Ngân hàng TP. Hồ Chí Minh.
70. Hồ Minh Ngọc (2023), *Xây dựng khu kinh tế - thương mại xuyên biên giới chung Lao Bảo (Việt Nam) – Ddeenssa Vann (Lào) – Một số đề xuất từ góc độ pháp luật*, Tạp chí pháp luật và thực tiễn – 55 - 78
71. Đặng Xuân Phong (2012). *Phát triển khu kinh tế cửa khẩu biên giới phía Bắc Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế*, Luận án tiến sĩ kinh tế, Đại học Kinh tế quốc dân

72. Thân Danh Phúc (2015), *Giáo trình quản lý nhà nước về thương mại*, NXB Thống kê.
73. Quốc hội (2025), Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân
74. Quốc hội (2025), Luật Thương mại điện tử
75. Quốc hội (2019), Luật Quản lý thuế số 38/2019/QH14 ngày 13/6/2019
76. Quốc hội (2005), Luật Thương mại số 36/2005/QH11
77. Quốc hội (2020), Luật Đầu tư số 61/2020/QH14
78. Quốc hội (2006), Luật Công nghệ thông tin số 67/2006/QH11
79. Quốc hội (2023), Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng số 19/2023/QH15
80. Quốc hội (2015), Luật An toàn thông tin
81. Quốc hội (2018), Luật An ninh mạng
82. Quốc hội (2023), Luật giao dịch điện tử số 20/2023/QH15
83. Quốc hội (2024), Luật Giao dịch điện tử (sửa đổi) của Quốc hội có hiệu lực từ ngày 01/7/2024
84. Trần Đăng Quỳnh (2018), *Phát triển thương mại biên giới: Kinh nghiệm quốc tế và một số hàm ý đối với Việt Nam*, Luận án tiến sĩ kinh tế, Trường Đại học Kinh tế - Đại học Quốc gia Hà Nội
85. Chử Bá Quyết (2013), *Phát triển dịch vụ hỗ trợ mua bán trực tuyến ở Việt Nam hiện nay*, luận án tiến sĩ kinh tế, Trường Đại học Thương mại.
86. Chử Bá Quyết (2010), *Một số ý kiến phát triển mô hình trung gian thông tin TMĐT ở Việt Nam*, Tạp chí Khoa học Thương mại số 35, tr.47-51.
87. Nguyễn Đức Tài (2014), *Giải pháp nâng cao hiệu lực quản lý nhà nước đảm bảo an toàn trong thương mại điện tử ở Việt Nam*, Luận án tiến sĩ, Viện Nghiên cứu Thương mại (Bộ Công Thương)
88. Tô Trung Thành (2023), *Định hướng và giải pháp phát triển kinh tế số trên địa bàn thành phố Hà Nội đến năm 2030*, Đề tài cấp Thành phố
89. Phạm Quang Thao (2005), *Tài liệu bồi dưỡng Kiến thức cơ bản về hội nhập kinh tế quốc tế*, Bộ Thương mại

90. Hoàng Thị Phương Thảo chủ biên (2021), *Thương mại điện tử*, Nxb Thông tin và truyền thông
91. Hoàng Thu Thảo (2008), *Đẩy mạnh tổ chức thông tin thị trường và phát triển thương mại điện tử của các doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế*, Đại học Ngoại thương
92. Tổng cục thống kê (2020), *Điều tra doanh nghiệp 2020*
93. Đào Anh Tuấn (2013), *Quản lý nhà nước về thương mại điện tử*, luận án tiến sĩ kinh doanh và quản lý, Trường Đại học Kinh tế quốc dân
94. Lê Thanh Tuấn (2019), *Phát triển kinh tế biên giới Việt – Trung (Tỉnh Quang Ninh): Vấn đề và giải pháp*, Luận án tiến sĩ kinh tế phát triển, Học viện Khoa học xã hội
95. Trương Thị Thu Trang (2025), *Chính sách thương mại vùng biên giới đất liền của Việt Nam: thực trạng và giải pháp trong bối cảnh mới*, Tạp chí Thông tin khoa học xã hội số 513.
96. Trung tâm Thông tin thương mại (Bộ Công Thương) (2006), *Thương mại điện tử dành cho doanh nghiệp*, Nxb Lao động xã hội
97. Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, NXB Hồng Đức
98. Nguyễn Khắc Thái Sơn (2007), *Giáo trình quản lý nhà nước về đất đai*, NXB Nông nghiệp Hà Nội
99. Trường Đại học Luật Hà Nội (2021), *Giáo trình Lý luận nhà nước và pháp luật*, Nhà xuất bản Công an Nhân dân, Hà Nội
100. Thủ tướng chính phủ, *Chỉ thị số 18/CT-TTg ngày 30/5/2023 của Thủ tướng Chính phủ về việc đẩy mạnh kết nối, chia sẻ dữ liệu phục vụ phát triển TMĐT chống thất thu thuế, bảo đảm an ninh tiền tệ*
101. Thủ tướng chính phủ, *Quyết định số 645/2020/QĐ-TTg: Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021 – 2025*
102. Thủ tướng chính phủ, *Quyết định số 749/QĐ-TTg: Phê duyệt “Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”*

103. Thủ tướng Chính phủ, Quyết định số 431/QĐ-TTg phê duyệt *Đề án quản lý hoạt động thương mại điện tử đối với hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu* ngày 27/3/2020
104. Thủ tướng Chính phủ, Quyết định số 493/QĐ-TTg ngày 19/4/2022 về Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa đến năm 2030
105. Hà Thị Cẩm Vân (2012), *Chính sách thuế đối với giao dịch TMĐT: Kinh nghiệm quốc tế và bài học đối với Việt Nam*, Đại học Ngoại thương.

Tài liệu bằng tiếng nước ngoài:

106. Aijun Liu, Maurice Osewe, Yangya Shi, Xiaofei Zhen, Yanping Wu (2022), *Cross-Border E-Commerce Development and Challenges in China: A Systematic Literature Review*, Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research 27 December 2021.
107. Akhilesh Bajaj, Lori N. K. Leonard (2004) *The CPT (Culture-Policy-Technology) Framework: Understanding the Roles of Culture, Policy and Technology in Promoting Ecommerce Readiness*, Problems and Perspectives in Management, 3/2004.
108. Al-Ghamdi, R., Drew, S., & Al-Ghaith, W. (2011). *Factors Influencing E-commerce Adoption by Retailers in Saudi Arabia: A Qualitative Analysis*. The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries.
109. Aleksandr P. Alekseenko (2022), *Legal Regulation of China's Cross-border E-Commerce Comprehensive Pilot Areas: A Russian Perspective*, China and WTO Review Journal Vol. 8 No. 1
110. Chen, H., Chiang, R. H., & Storey, V. C. (2012). *Business Intelligence and Analytics: From Big Data to Big Impact*. MIS Quarterly.
111. Chen, J., Wang, H., & Zhong, R. Y (2018), *A Model for Low-carbon Cross-border Structured E-commerce Supply Chain Optimization*, International Journal of Production Research, Vol. 56, No. 8.
112. Cohen, M. J. (2017). *The Future of Consumer Society: Prospects for Sustainability in the New Economy*. Oxford University Press.

113. Dani Rodrik (2008), *Second-Best Institutions*, NBER Working Paper No. 14050
114. Deng, Z & Wang, Z (2016), Early-mover advantages at cross-border business-to-business e-commerce portals, *Journal of Business Research*, 69 (12), 6002-6011
115. Didar Singh (2002), *Electronic commerce: Issues of policy and strategy for India*, Indian Council for Research on International Economic Relations.
116. Ding, F., & Campos, J.K. (2017). The Development of Cross Border E-Commerce, 37, 370-383, DOI:10.2991/ictim-17.2017.37
117. Djankov et al. (2002), *The Regulation of Entry*, *The Quarterly Journal of Economics*
118. Douglass C. North (1990), *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, Cambridge University Press
119. European Commission. (2020). *One Stop Shop (OSS) - VAT e-commerce package*.
120. Euro Commerce (2014) *E-commerce, omni-channel retail, and EU policy*, Euro Commerce, Brussels
121. Francis Fukuyama (2013), *What Is Governance?*, Working Paper 314, Center for Global Development (CGD), January 2013
122. Gary S. Becker (1964), *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*, National Bureau of Economic Research (NBER)
123. Gessner, G. H., & Snodgrass, C. R.(2015), *Increasing EBSCOhost sales: A case study of a small manufacturing company's international Internet marketing*, *Journal of International Marketing and Exporting*, Vol. 20, No. 1.
124. Google, Temasek, Bain & Company (2024), *e-Conomy SEA 2024 / Vietnam country report*

125. Guilherme Alberto Almeida de Almeida, Alfonso Avila, Violeta Boncanoska (2007), *Promoting e-Commerce in Developing Countries*, Internet Governance and Policy - Discussion Papers
126. Hongbin Cai, Ginger Z. Jin, Chong Liu, Li-An Zhou (2011) *Promoting Trust in E-commerce: Theory and Evidence*, China.
127. Lazada (2021), *Lazada Sustainability Report*
128. Laudon, Kenneth C. & Traver, Carol Guercio (2021), *E-Commerce 2021: Business, Technology, and Society*, 16th edition, Pearson Education.
129. Lurong Chen (2020), *Improving Digital Connectivity For E-commerce: A Policy Framework and Empirical Note for ASEAN*, ERIA Discussion Paper Series
130. Md. Rakibul Hoque, R. Edward Bashaw (2020), *Cross-Border E-Commerce Marketing and Management*
131. Mi, L., Gan, X., Sun, Y., Lyu, J., & Qiao, J (2021), *Effects of perceived risk and perceived value on consumers' purchase intention in cross-border e-commerce*, Electronic Commerce Research, Springer.
132. Mariana Mazzucato (2013), *The Entrepreneurial State: Debunking Public vs. Private Sector Myths*, Anthem Press
133. Mason, S., & Bohm, N. (2017). *Electronic Signatures in Law*. Cambridge University Press.
134. Milena Head and Yufei Yuan (2001) *Privacy Protection in Electronic Commerce – A Theoretical Framework*, McMaster University Hamilton, Canada.
135. Mitnick, Barry M. (1980). *The Political Economy of Regulation: Creating, Designing and Removing Regulatory Forms*. New York: Columbia University Press.
136. Nguyen, T., Luong, N. H., & Chou, S. Y. (2019). *The Environmental Impact of Online Shopping: Evidence from Carbon Footprint Analysis*. Journal of Cleaner Production.
137. OECD (2017), *OECD Digital Economy Outlook 2017*

138. OECD (2000), *Realising the Potential of Electronic Commerce for SMEs in the Global Economy*, Conference for Ministers responsible for SMEs and Industry Ministers, Italy.
139. OECD (2019), *Enhancing the Role of Digital Platforms in the Digital Economy*. Organisation for Economic Co-operation and Development.
140. OECD (2019), *Unpacking E-Commerce: Business Models, Trends and Policies*
141. OECD (2020), *OECD Digital Economy Outlook 2020*
142. OECD (2024), *Digital Economy Outlook 2024*
143. OECD (2016), *Recommendation of the Council on Consumer Protection in E-commerce*
144. Perry G. Christie, M.P. (2003), *Policy Statement on Electronic Commerce and the Bahamian Digital Agenda*, The Commonwealth of The Bahamas
145. PwC. (2016). *Total Retail 2016: They Say They Want a Revolution*. PricewaterhouseCoopers.
146. UNCTAD (2020), *UNCTAD B2C E-commerce Index 2020*. United Nations Conference on Trade and Development.
147. UNCTAD (2021), *Digital Economy Report 2021: Cross-border data flows and development: For whom the data flow*.
148. UNCTAD (2024), *Digital Economy Report 2024*
149. UNCTAD (2025), *Global Trade Update (December 2025)*
150. UNCITRAL (2016), *Technical Notes on Online Dispute Resolution*
151. Rampersad, G. C. (2008). *Developing and testing a theoretical model of technology adoption and innovation management*.
152. Robert T. Plant (2000) *Ecommerce: Formulation of Strategy*, Prentice Hall Professional
153. Sanjay Mohapatra (2012) *E-Commerce Strategy: Text and Cases*, Springer.
154. Shabbir và cộng sự (2021), *"Determinants of Economic Growth in Developing Countries"*.

155. Solow, R. M. (1956), "A Contribution to the Theory of Economic Growth", The Quarterly Journal of Economics.
156. Stigler, George J. (1971). "The theory of economic regulation". Bell Journal of Economics and Management Science 2(1): 3-21.
157. Tikkinen-Piri, C., Rohunen, A., & Markkula, J. (2018). *EU General Data Protection Regulation: Changes and Implications for Personal Data Collecting Companies*. Computer Law & Security Review.
158. Turban, Efraim; King, David; Lee, Jae Kyu; Liang, Ting-Peng & Turban, Deborrah C. (2015), *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective*, 8th edition, Springer.
159. World Bank (2020), *How Will Viet Nam Blossom? Reforming Institutions for Effective Implementation - Systematic Country Diagnostic Update 2021*
160. World Bank (2021), *Vietnam Digital Economy and Digital Transformation*
161. WTO (2018). *World Trade Report 2018: The Future of World Trade: How Digital Technologies are Transforming Global Commerce*. World Trade Organization.
162. WTO (2024), *World Trade Statistics 2024*
163. Yeleussizova, B. K., Kazbekova, S. Zh., & Zeinelgabdin, A. B. (2024), *Cross-border Retail E-Commerce and De Minimis: The Case of Kazakhstan*, World Customs Journal, 18(1), 50–67
164. Zhao Hong Qiang, Xie Yongyi, Zhang Ziyang, Cui Xiaotian (2025), *Data Compliance in Cross-Border E-commerce: A Comparative Study of China and Malaysia's Regulatory Frameworks*, Global Academic Frontiers Vol. 3 No. 1
165. Zheng Qin, Yang Chang, Shundong Li, Fengxiang Li (2014) *E-Commerce Strategy*, Springer
166. Zwass, V. (1998). *Structure and Macro-Level Impacts of Electronic Commerce: From Technological Infrastructure to Electronic Marketplaces*. International Journal of Electronic Commerce.

Tài liệu Website:

167. Data Center Dynamics, “Alibaba thiết lập Trụ sở đám mây và Trung tâm dữ liệu tại Singapore”,
<https://www.datacenterdynamics.com/news/alibaba-sets-up-cloud-hq-and-data-center-in-singapore/>.
168. European Commission. (2020). *Digital Economy and Society Index (DESI) 2020*. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/digital-economy-and-society-index-desi-2020>
169. European Commission. (2021). *VAT rules and rates*.
https://europa.eu/youreurope/business/taxation/vat/vat-rules-rates/index_en.htm
170. B2C Europe (2020). *The role of blockchain in cross-border e-commerce*,
https://www.researchgate.net/publication/372254695_The_Role_of_Blockchain_in_C2C_E-Commerce_Business_Models
171. European Commission. (2021). *Digital Services Act and Digital Markets Act*, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/digital-economy-and-society-index-desi-2021>
172. EDB Singapore, “Thương mại điện tử đang phát triển mạnh mẽ ở Đông Nam Á”,
<https://www.edb.gov.sg/en/news-and-events/insights/innovation/e-commerce-set-to-burgeon-in-sea.html>.
173. Eva Yoo, “Hậu trường các cửa hàng thương hiệu hàng đầu của Tmall và Chương trình đối tác Taobao”, TechNode,
<https://technode.com/2017/08/14/tmall-brand-flagship-stores-largely-operated-taobao-partners/>.
174. Nguyễn Thị Đàm Liên-Vụ Pháp chế-Bộ Thông tin và truyền thông,
<https://cspl.mic.gov.vn/Pages/TinTuc/138581/CAC-HINH-THUC-PHO-BIEN--GIAO-DUC-PHAP-LUAT.html>

175. Luật thương mại điện tử của Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa, CLI.1.321035(EN),
<http://en.pkulaw.cn/display.aspx?cgid=321035&lib=law>.
176. Satish Meena, “Bán lẻ trực tuyến tại Đông Nam Á dự kiến đạt 53 tỷ đô la vào năm 2023”, Forrester, <https://go.forrester.com/blogs/online-retail-in-southeast-asia-is-expected-to-reach-53-billion-by-2023/>.
177. TMO Group, “10 điểm đáng chú ý nhất từ Luật thương mại điện tử mới của Trung Quốc”, <https://www.tmogroup.asia/10-takeaways-china-new-ecommerce-law/>.
178. TMO Group, “Cải cách thuế kho ngoại quan và thương mại điện tử xuyên biên giới của Trung Quốc”, <https://www.tmogroup.asia/bonded-warehousing/>.
179. “TP toàn cầu của Tmall là gì”,
<https://www.tmall.hk/wh/tmall/import/act/tp>.
180. <https://www.statista.com/statistics/289741/canada-retail-e-commerce-sales/>
181. <https://heyworld.com/insight/north-america-cross-border-ecommerce-insights-and-facts/>
182. [eCommerce Market U.S. - Data, Trends, Top Stores - ECDB \(ecommercedb.com\)](http://ecommercedb.com)
183. [ECDB \(ecommercedb.com\)](http://ecommercedb.com)
184. <https://hurricanecommerce.com/the-current-state-of-cross-border-ecommerce/>
185. <https://knowledge.csc.gov.sg/digital-issue-07/the-role-of-government-in-e-commerce-development/>
186. <https://nhandan.vn/trung-quoc-day-manh-thuong-mai-dien-tu-xuyen-bien-gioi-post737266.html>
187. <https://www.chinadaily.com.cn/a/202406/04/WS665e8a5ca31082fc043caccd.html#:~:text=Preliminary%20statistics%20show%20there%20are,overseas%20warehouses%20focused%20on%20serving>

188. <https://www.statista.com/topics/6782/cross-border-e-commerce-in-china/#topicOverview>
189. https://www.researchgate.net/publication/370699422_Study_on_the_Impact_of_Cross-border_E-Commerce_Development_on_China's_Service_Trade_Exports
190. <https://www.alizila.com/why-china-cross-border-e-commerce-market-surging/>
191. <https://thoibaotaichinhvietnam.vn/thuong-mai-dien-tu-xuyen-bien-gioi-co-hoi-moi-cho-doanh-nghiep-viet-153958.html>
192. <https://moit.gov.vn/tin-tuc/hoat-dong/hoi-nghi-thuong-mai-dien-tu-xuyen-bien-gioi-nam-2024-tinh-hoa-hang-viet-cat-can-h-toan-cau.html>
193. <https://moit.gov.vn/tin-tuc/xuc-tien-thuong-mai/thuc-day-xuat-khau-cho-doanh-nghiep-viet-thong-qua-thuong-mai-dien-tu-xuyen-bien-gioi.html>
194. <https://vneconomy.vn/muc-tieu-35-ty-usd-doanh-thu-thuong-mai-dien-tu-nam-2025.htm>.
195. <https://trungtamwto.vn/hiep-dinh-khac/15401-viet-nam-dat-muc-tieu-phat-trien-tmdt-dung-top-3-asean-nam-2025>
196. <https://trungtamwto.vn/chuyen-de/25008-cac-fta-ho-tro-thuc-day-thuong-mai-dien-tu-xuyen-bien-gioi>
197. <https://nhandan.vn/quan-ly-hoat-dong-thuong-mai-dien-tu-xuyen-bien-gioi-post742830.html>
198. <https://nhandan.vn/cac-nen-tang-thuong-mai-dien-tu-hoat-dong-chui-se-bi-ngan-chan-neu-khong-dang-ky-trong-thang-10-post838917.html>
199. [Single-window system - Wikipedia
https://mic.gov.vn/thu-tuong-yeu-cau-day-manh-quan-ly-nha-nuoc-ve-thuong-mai-dien-tu-197250105040215652.htm?](https://mic.gov.vn/thu-tuong-yeu-cau-day-manh-quan-ly-nha-nuoc-ve-thuong-mai-dien-tu-197250105040215652.htm?)
200. <https://www.vcci.com.vn/news/phat-trien-thuong-mai-dien-tu-co-hoi-thach-thuc-dan-xen>
201. https://www.sbv.gov.vn/webcenter/portal/vi/menu/fm/ddnhnn/nctd/nctd_chitiet

202. <https://moit.gov.vn/khoa-hoc-va-cong-nghe/thuong-mai-dien-tu-viet-nam-nam-2024-nhung-buoc-tien-va-thach-thuc.html>
203. <https://thuongtruong.com.vn/news/nam-2022-so-doanh-nghiep-viet-tham-gia-ban-hang-tren-amazon-tang-80-so-voi-cung-ky-104467.html>
204. <https://www.qdnd.vn/giao-duc-khoa-hoc/tin-tuc/viet-nam-dang-o-giai-doan-vang-de-cat-canh-xuat-khau-truc-tuyen-710052>
205. <https://tapchicongthuong.vn/thuong-mai-dien-tu-xuyen-bien-gioi-la--chia-khoa--thuc-day-xuat-nhap-khau-122951.htm>
206. <https://moit.gov.vn/tin-tuc/thuong-mai-dien-tu-mo-duong-cho-mien-trung-hoi-nhap-kinh-te-so-quoc-gia.html>
207. <https://vneconomy.vn/automotive/thanh-kiem-tra-thue-san-thuong-mai-dien-tu-xuyen-bien-gioi-khi-co-dau-hieu-gian-lan-doanh-thu.htm>
208. Amazon (2021), Introduction to Cross-Border Export E-commerce, tài liệu đào tạo doanh nghiệp. *Sự bùng nổ của thương mại điện tử xuất khẩu xuyên biên giới.*
209. https://www.researchgate.net/publication/280915642_What_is_regulation_An_interdisciplinary_concept_analysis
210. *Quản lý nhà nước là gì? Vai trò của quản lý nhà nước là gì?* <https://thuvienphapluat.vn/hoi-dap-phap-luat/839E19A-hd-quan-ly-nha-nuoc-la-gi-vai-tro-cua-quan-ly-nha-nuoc-la-gi.html>
211. <https://khoaluat.duytan.edu.vn/goc-hoc-tap/khai-quat-ve-thuong-mai-quoc-te>
212. [eCommerce Industry in the US 2017-2029](#)
213. Nguyễn Thị Minh Huyền, Phó Cục trưởng Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số, <https://daidoanket.vn/bung-no-thuong-mai-dien-tu-10267412.html>
214. <https://vtcnews.vn/gia-tri-thuong-mai-dien-tu-xuyen-bien-gioi-cua-trung-quoc-tang-10-lan-sau-5-nam-ar842228.html>
215. Lê Thị Thu Hằng - Phòng Chính sách, Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số: <https://congthuong.vn/cac-fta-ho-tro-thuc-day-thuong-mai-dien-tu-xuyen-bien-gioi-287300.html>

216. <https://nhandan.vn/trung-quoc-day-manh-thuong-mai-dien-tu-xuyen-bien-gioi-post737266.html>
217. <https://economysea.withgoogle.com/>
218. <https://baovephapluat.vn/kinh-te/kinh-doanh-phap-luat/thuong-mai-dien-tu-dong-luc-tang-truong-va-chuyen-doi-so-doanh-nghiep>
219. <https://accesspartnership.com/wp-content/uploads/2023/06/Vietnam-Local-sellers-Global-consumers.pdf>
220. <https://htpldn.moj.gov.vn/Pages/chi-tiet-tin.aspx?ItemID=1990&l=Nghiencuuutraodoi>
221. <https://vov.vn/kinh-te/thue-day-manh-thanh-toan-qr-de-tang-minh-bach-va-ho-tro-ho-kinh-doanh-chuyen-doi-post1247443.vov>
222. <https://cand.com.vn/Kinh-te/mo-hinh-thong-quan-tap-trung--nen-tang-cho-hai-quan-so-minh-bach-va-hieu-qua>
223. <https://www.quanlynhanuoc.vn/2026/01/06/chinh-sach-phat-trien-thuong-mai-dien-tu-xuyen-bien-gioi-cua-mot-so-nuoc-chau-a-va-kinh-nghiem-cho-viet-nam/>
224. <https://vneconomy.vn/8-thang-dau-nam-2025-thu-thue-tu-hoat-dong-thuong-mai-dien-tu-tang-hon>
225. <https://vietmy.net.vn/viet-nam-day-manh-cong-nghe-truy-quet-hang-gia-hang-nhai-tren-san-thuong-mai-dien-tu-4c11451f4.html>
226. <https://thuonghieucongluan.com.vn/ban-chi-dao-389-bo-cong-thuong-quyet-liet-day-lui-van-nan-hang-gia-hang-lau-trong-nam-2026>
227. <https://tapchicongthuong.vn/trach-nhiem-phap-ly-cua-doanh-nghiep-trong-kinh-doanh-online-va-thuong-mai-dien-tu-tai-viet-nam>

PHU LỤC 1
PHIẾU KHẢO SÁT HOẠT ĐỘNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ
THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ XUYÊN BIÊN GIỚI
(DÀNH CHO DOANH NGHIỆP)

Phiếu khảo sát được thực hiện nhằm phục vụ cho luận án tiến sĩ: “*Quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới*”. Tôi xin cam kết mọi thông tin Quý doanh nghiệp cung cấp sẽ được bảo mật và chỉ sử dụng cho phạm vi thực hiện luận án tiến sĩ.

I. Thông tin chung

1. Lĩnh vực kinh doanh:
2. Khu vực, địa điểm hoạt động:
3. Đại diện pháp lý/Cách thức liên hệ (nếu có):

II. Nội dung chính

Phần 1: Đánh giá chung về hoạt động quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới (TMĐT XBG) ở Việt Nam

1. DN sử dụng website/ sàn giao dịch thương mại điện tử nào cho hoạt động TMĐT XBG? (Có thể lựa chọn nhiều phương án)

Website ☐

Sàn giao dịch thương mại điện tử ☐

Ứng dụng khuyến mại trực tuyến ☐

2. DN hãy đánh giá môi trường hoạt động TMĐT XBG ở Việt Nam?

Rất tệ ☐

Tệ ☐

Bình thường ☐

Khá tốt ☐

Rất tốt ☐

3. DN hãy đánh giá hiệu quả của quản lý nhà nước về TMĐT XBG ở Việt Nam?

- Không hiệu quả ☐
- Kém hiệu quả ☐
- Trung bình ☐
- Khá hiệu quả ☐
- Rất hiệu quả ☐

Phần 2: Đánh giá các yếu tố ảnh hưởng tới hoạt động quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới ở Việt Nam.

1. DN hãy đánh giá mức độ tác động các yếu tố sau đến hoạt động quản lý nhà nước về TMĐT XBG ở Việt Nam?

	Không tác động	Ít tác động	Bình thường	Khá nhiều	Rất nhiều
Môi trường thể chế					
Cơ sở kỹ thuật hạ tầng					
Nhân lực phục vụ TMĐT XBG					

2. DN hãy đánh giá mức độ ảnh hưởng các nội dung cấu tạo nên yếu tố môi trường thể chế đối với hoạt động quản lý nhà nước về TMĐT XBG ở Việt Nam?

	Không ảnh hưởng	Ít ảnh hưởng	Bình thường	Khá nhiều	Rất nhiều
Đầy đủ, chi tiết, rõ ràng của văn bản pháp luật					
Pháp luật quốc tế và khu vực					
Kết quả thực thi của cơ quan quản lý địa phương					
Dễ hiểu, dễ vận dụng, dễ thực thi					
Đồng bộ, hệ thống giữa các văn bản pháp luật khác nhau					

3. DN hãy đánh giá mức độ ảnh hưởng của các nội dung cấu tạo nên yếu tố cơ sở hạ tầng đối với hoạt động quản lý nhà nước về TMĐT XBG ở Việt Nam:

	Không ảnh hưởng	Ít ảnh hưởng	Bình thường	Khá nhiều	Rất nhiều
Cơ sở hạ tầng công nghệ					
Cơ sở hạ tầng khác					

Định hướng phát triển công nghệ của Nhà nước					
Hiện đại hóa quá trình hậu cần					

4. DN hãy đánh giá mức độ ảnh hưởng của các nội dung cấu tạo nên yếu tố nguồn nhân lực đáp ứng phát triển TMĐT XBG ở Việt Nam:

	Không ảnh hưởng	Ít ảnh hưởng	Bình thường	Khá nhiều	Rất nhiều
Chất lượng nguồn nhân lực					
Hệ thống giáo dục đào tạo phù hợp					
Định hướng phát triển của Nhà nước					

Phần 3: Đánh giá các nội dung về quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới ở Việt Nam.

1. DN hãy đánh giá mức độ hiệu quả các nội dung quản lý nhà nước về TMĐT XBG ở Việt Nam sau?

	Không hiệu quả	Ít hiệu quả	Bình thường	Khá hiệu quả	Rất hiệu quả
Xây dựng chiến lược phát triển và ban hành các văn bản pháp luật					
Hỗ trợ DN					
Tổ chức thực thi văn bản pháp luật					
Sự phối hợp giữa các cơ quan quản lý					
Thanh tra, kiểm soát					

2. DN hãy đánh giá mức độ tác động của các yếu tố dưới đây đến xây dựng chiến lược phát triển và ban hành các văn bản pháp luật về TMĐT XBG:

	Không tác động	Ít tác động	Bình thường	Khá nhiều	Rất nhiều
Chiến lược, định hướng phát triển					

kinh tế của quốc gia					
Chiến lược, định hướng phát triển lĩnh vực TMĐT					
Nhu cầu cấp thiết xây dựng thể chế, chính sách cụ thể đối với hoạt động TMĐT XBG					
Việt Nam ký kết các FTA đa phương, song phương					
Cơ quan quản lý về TMĐT XBG cấp Trung ương					
Cơ quan quản lý về TMĐT XBG cấp địa phương					
Vai trò tham gia xây dựng của các Hiệp hội doanh nghiệp					
Lấy ý kiến đóng góp rộng rãi với tổ chức, cá nhân được quy định					

3. DN hãy đánh giá mức độ quan trọng của các nội dung văn bản pháp luật quy định dưới đây:

	Không quan trọng	Ít quan trọng	Bình thường	Khá quan trọng	Rất quan trọng
Chính sách về thuế nhập khẩu, xuất khẩu trong TMĐT XBG					
Chính sách về hỗ trợ DN					
Chính sách về vận hành, điều kiện tham gia, xây dựng website/ sàn giao dịch TMĐT XBG					
Chính sách về hậu cần					
Chính sách về giải quyết tranh chấp					
Chính sách về an toàn, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng					
Chính sách về bảo mật thông tin					
Chính sách về phát triển nhân lực					

4. DN hãy đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố sau đến hoạt động tổ chức thực thi các văn bản pháp luật về TMĐT XBG:

	Không ảnh hưởng	Ít ảnh hưởng	Bình thường	Khá nhiều	Rất nhiều
Mức độ tuyên truyền, phổ biến các văn bản pháp luật					
Năng lực của cán bộ tuyên truyền, phổ biến văn bản pháp luật					
Năng lực của cơ quan thực thi văn bản pháp luật					
Năng lực nhận biết của DN					
Mức độ chủ động, sáng tạo của DN					

5. DN hãy đánh giá hiệu quả những hoạt động cơ quan quản lý nhà nước thực hiện hỗ trợ DN trong TMĐT XBG:

	Không hiệu quả	Ít hiệu quả	Trung bình	Khá tốt	Rất tốt
Phổ biến, tuyên truyền về các văn bản pháp luật					
Hỗ trợ giải đáp, tư vấn về pháp lý					
Có kênh thông tin, tư vấn thường xuyên trao đổi với DN					
Gắn kết các doanh nghiệp tạo thành quy trình vận hành hiệu quả					
Xây dựng hệ sinh thái TMĐT XBG					

6. DN đánh giá mức độ phối hợp giữa các cơ quan quản lý trong hoạt động TMĐT XBG:

Không tốt 

Ít phối hợp 

Bình thường 

Phối hợp khá tốt 

Phối hợp rất tốt 

7. Hãy đánh giá mức độ hiệu quả của việc thanh tra, kiểm soát TMĐT XBG của Nhà nước?

Không hiệu quả ☐

Ít hiệu quả ☐

Bình thường ☐

Khá tốt ☐

Rất tốt ☐

8. DN hãy đánh giá mức độ tác động của các yếu tố sau đến kết quả thanh tra, kiểm soát hoạt động TMĐT XBG của Nhà nước:

	Không tác động	Ít tác động	Bình thường	Khá nhiều	Rất nhiều
Sự phối hợp của các cơ quan quản lý nhà nước					
Văn bản pháp luật hướng dẫn cụ thể					
Sự chủ động của DN trong báo cáo					
Trình độ cán bộ thanh kiểm tra					

Xin trân trọng cảm ơn Quý doanh nghiệp!

PHỤ LỤC 2
PHIẾU KHẢO SÁT HOẠT ĐỘNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ
THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ XUYÊN BIÊN GIỚI
(DÀNH CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG)

Phiếu khảo sát được thực hiện nhằm phục vụ cho luận án tiến sĩ: “*Quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới*”. Tôi xin cam kết mọi thông tin Anh/chị cung cấp sẽ được bảo mật và chỉ sử dụng cho phạm vi thực hiện luận án tiến sĩ.

I. Thông tin chung

1. Độ tuổi:

☐

Dưới 15 tuổi

☐

Từ 15 – 18 tuổi

☐

Từ 19 – 25 tuổi

☐

Từ 26 – 40 tuổi

☐

Trên 40 tuổi

2. Anh/ chị cho biết khu vực mình đang sinh sống? (tỉnh, thành phố)

.....

3. Anh/ chị đã sử dụng phương tiện nào cho việc mua hàng xuyên biên giới? (có thể chọn nhiều đáp án)

☐

Website

☐

Sàn thương mại điện tử

☐

Khác:.....

II. Nội dung chính

Hoạt động quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới (TMĐT XBG) là quá trình tác động có tổ chức và điều chỉnh của nhà nước lên hoạt động mua bán hàng hóa và dịch vụ qua mạng Internet giữa các quốc gia nhằm đạt được các mục tiêu phát triển TMĐT XBG. Vậy anh/chị hãy nêu quan điểm của mình về một số vấn đề sau:

Phần 1: Đánh giá chung về hoạt động quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới (TMĐT XBG) ở Việt Nam

1. Anh/chị hãy đánh giá hoạt động TMĐT XBG ở Việt Nam?

Rất tệ	☐
Khá tệ	☐
Bình thường	☐
Khá tốt	☐
Rất tốt	☐

2. Anh/chị hãy đánh giá hoạt động quản lý nhà nước đối với TMĐT XBG ở Việt Nam hiện nay hiệu quả như thế nào?

Không hiệu quả	☐
Kém hiệu quả	☐
Trung bình	☐
Khá hiệu quả	☐
Rất hiệu quả	☐

Phần 2: Đánh giá các yếu tố ảnh hưởng tới hoạt động quản lý nhà nước về thương mại điện tử xuyên biên giới ở Việt Nam.

1. Theo Anh/chị mức độ ảnh hưởng của các yếu tố sau đến hoạt động quản lý nhà nước về TMĐT XBG ở Việt Nam như thế nào?

	Không tác động	Ít tác động	Bình thường	Khá nhiều	Rất nhiều
Môi trường thể chế					
Cơ sở kỹ thuật hạ tầng					
Nhân lực phục vụ TMĐT XBG					

2. Theo Anh/chị, các nội dung sau ảnh hưởng như thế nào đến môi trường thể chế trong hoạt động quản lý nhà nước về TMĐT XBG ở Việt Nam?

	Không	Ít ảnh	Bình	Khá	Rất
--	-------	--------	------	-----	-----

	ảnh hưởng	hưởng	thường	nhiều	nhiều
Đầy đủ, chi tiết, rõ ràng của văn bản pháp luật					
Pháp luật quốc tế và khu vực					
Kết quả thực thi của cơ quan quản lý địa phương					
Dễ hiểu, dễ vận dụng, dễ thực thi					
Đồng bộ, hệ thống giữa các văn bản pháp luật khác nhau					

3. Theo Anh/chị, các nội dung sau ảnh hưởng như thế nào tới cơ sở hạ tầng trong quản lý nhà nước về TMĐT XBG ở Việt Nam?

	Không ảnh hưởng	Ít ảnh hưởng	Bình thường	Khá nhiều	Rất nhiều
Cơ sở hạ tầng công nghệ					
Cơ sở hạ tầng khác					
Định hướng phát triển công nghệ của Nhà nước					
Hiện đại hóa quá trình hậu cần					

4. Theo Anh/chị, các nội dung dưới đây ảnh hưởng như thế nào nguồn nhân lực đáp ứng phát triển TMĐT XBG ở Việt Nam?

	Không ảnh hưởng	Ít ảnh hưởng	Bình thường	Khá nhiều	Rất nhiều
Chất lượng nguồn nhân lực					
Hệ thống giáo dục đào tạo phù hợp					
Định hướng phát triển của Nhà nước					

Phần 3: Đánh giá các nội dung về quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới ở Việt Nam.

1. Anh/chị hãy đánh giá mức độ hiệu quả các nội dung quản lý nhà nước về TMĐT XBG ở Việt Nam sau?

	Không hiệu quả	Ít hiệu quả	Bình thường	Khá hiệu quả	Rất hiệu quả
Xây dựng chiến lược phát triển và ban hành các văn bản pháp luật					
Hỗ trợ DN					
Tổ chức thực thi văn bản pháp luật					
Sự phối hợp giữa các cơ quan quản lý					
Thanh tra, kiểm soát					

2. Theo Anh/chị, các yếu tố dưới đây tác động như thế nào đến xây dựng chiến lược phát triển và ban hành các văn bản pháp luật về TMĐT XBG?

	Không tác động	Ít tác động	Bình thường	Khá nhiều	Rất nhiều
Chiến lược, định hướng phát triển kinh tế của quốc gia					
Chiến lược, định hướng phát triển lĩnh vực TMĐT					
Nhu cầu cấp thiết xây dựng thể chế, chính sách cụ thể đối với hoạt động TMĐT XBG					
Việt Nam ký kết các FTA đa phương, song phương					
Cơ quan quản lý về TMĐT XBG cấp Trung ương					
Cơ quan quản lý về TMĐT XBG cấp địa phương					
Vai trò tham gia xây dựng của các					

Hiệp hội doanh nghiệp					
Lấy ý kiến đóng góp rộng rãi với tổ chức, cá nhân được quy định					

3. Theo Anh/chị, các nội dung văn bản pháp luật dưới đây ảnh hưởng có quan trọng không và mức độ như thế nào?

	Không quan trọng	Ít quan trọng	Bình thường	Khá quan trọng	Rất quan trọng
Chính sách về thuế nhập khẩu, xuất khẩu trong TMĐT XBG					
Chính sách về hỗ trợ DN					
Chính sách về vận hành, điều kiện tham gia, xây dựng website/ sàn giao dịch TMĐT XBG					
Chính sách về hậu cần					
Chính sách về giải quyết tranh chấp					
Chính sách về an toàn, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng					
Chính sách về bảo mật thông tin					
Chính sách về phát triển nhân lực					

4. Theo Anh/chị, các cơ quan quản lý nhà nước đã thực hiện hỗ trợ doanh nghiệp trong TMĐT XBG hay chưa và có hiệu quả như thế nào?

	Không hiệu quả	Ít hiệu quả	Trung bình	Khá tốt	Rất tốt
Phổ biến, tuyên truyền về các văn bản pháp luật					
Hỗ trợ giải đáp, tư vấn về pháp lý					
Có kênh thông tin, tư vấn thường xuyên trao đổi với NTD					
Gắn kết các doanh nghiệp tạo thành quy trình vận hành hiệu quả					

Xây dựng hệ sinh thái TMĐT XBG					
--------------------------------	--	--	--	--	--

5. Theo Anh/chị, các yếu tố sau ảnh hưởng như thế nào đến việc thực thi các văn bản pháp luật về TMĐT XBG?

	Không ảnh hưởng	Ít ảnh hưởng	Bình thường	Khá nhiều	Rất nhiều
Mức độ tuyên truyền, phổ biến các văn bản pháp luật					
Năng lực của cán bộ tuyên truyền, phổ biến văn bản pháp luật					
Năng lực của cơ quan thực thi văn bản pháp luật					
Năng lực nhận biết của DN					
Mức độ chủ động, sáng tạo của DN					

6. Theo Anh/chị, các cơ quan quản lý về TMĐT XBG đã phối hợp tốt chưa?

Không tốt	☐
Ít phối hợp	☐
Bình thường	☐
Phối hợp khá tốt	☐
Phối hợp rất tốt	☐

7. Theo Anh/chị, việc thanh tra, kiểm soát TMĐT XBG của Nhà nước đã thực hiện hiệu quả chưa?

Không hiệu quả	☐
Ít hiệu quả	☐
Bình thường	☐
Khá tốt	☐
Rất tốt	☐

8. Theo Anh/chị, các yếu tố sau ảnh hưởng đến thanh tra, kiểm soát hoạt động TMĐT XBG của Nhà nước như thế nào?

	Không tác động	Ít tác động	Bình thường	Khá nhiều	Rất nhiều
--	----------------	-------------	-------------	-----------	-----------

Sự phối hợp của các cơ quan quản lý nhà nước					
Văn bản pháp luật hướng dẫn cụ thể					
Sự chủ động của DN trong báo cáo					
Trình độ cán bộ thanh kiểm tra					

9. Anh/ chị đã gặp phải sự cố khi mua hàng thông qua TMĐT XBG chưa?

Chưa gặp sự cố

☐

Đã gặp sự cố

☐

10. Anh/ chị hãy chỉ ra những sự cố khi mua hàng thông qua TMĐT XBG (có thể chọn nhiều đáp án)

☐

Hàng giả, hàng kém chất lượng

☐

Bảo mật thông tin

☐

Cơ chế đổi trả

☐

Lừa tiền thanh toán

☐

Khác:.....

Trân trọng cảm ơn!

PHỤ LỤC 3

KẾT QUẢ THỐNG KÊ VÀ PHÂN TÍCH CÁC THANG ĐO VÀ YẾU TỐ

1. Thống kê kết quả nghiên cứu

Cuộc điều tra thu được 391 phiếu hợp lệ, đáp ứng yêu cầu chọn mẫu. Cấu trúc mẫu được phân tích theo các tiêu chí: doanh nghiệp, người tiêu dùng. Sau khi loại bỏ các câu hỏi không phù hợp từ thử nghiệm, thang đo được sử dụng bao gồm: Môi trường thể chế (5 chỉ báo), Cơ sở kỹ thuật hạ tầng (4 chỉ báo), Nhân lực phục vụ TMĐT xuyên biên giới (3 chỉ báo),

Cuộc khảo sát được thực hiện từ tháng 9 năm 2024 đến tháng 4 năm 2025 bằng cách gửi bảng khảo sát online đến các đối tượng là doanh nghiệp và người tiêu dùng, và tất cả 391 phiếu đều đáp ứng yêu cầu để phân tích dữ liệu. Thông tin của các đối tượng tham gia khảo sát được thống kê theo các tiêu chí liên quan đến quản lý nhà nước về TMĐT xuyên biên giới.

Kết quả thống kê được thể hiện chi tiết qua bảng sau:

Bảng 1: Mô tả thông tin chung của mẫu khảo sát

STT	Thông tin	Số lượng phiếu trả lời	Tỷ lệ (%)
1	Doanh nghiệp	139	35,6
2	Người tiêu dùng	252	64,4
Tổng số		391	100

(Nguồn: Tổng hợp bởi tác giả)

Kết quả khảo sát về đơn vị công tác cho thấy phần lớn câu trả lời từ các người tiêu dùng (64,4%) và 35,6% câu trả lời từ doanh nghiệp.

Số liệu thống kê cho thấy, đặc điểm của mẫu nghiên cứu hoàn toàn có thể đại diện để nghiên cứu hoạt động quản lý nhà nước về TMĐT XBG.

2. Thống kê mô tả các yếu tố

Tác giả sử dụng phương pháp thống kê mô tả (trung bình) để đánh giá mức độ đồng ý của doanh nghiệp, người tiêu dùng đối với các yếu tố tác động đến quản lý nhà nước về TMĐT XBG.

Bảng 2: Thống kê mô tả môi trường thể chế

TT	Mã hóa	Nội dung	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Kết luận
1	TC1	Đầy đủ, chi tiết, rõ ràng của văn bản pháp luật	4,0460	0,67019	Khá
2	TC2	Pháp luật quốc tế và khu vực	3,4987	0,74378	Khá
3	TC3	Kết quả thực thi của cơ quan quản lý địa phương	3,3913	0,80245	Trung bình
4	TC4	Dễ hiểu, dễ vận dụng, dễ thực thi	3,9412	0,74360	Khá
5	TC5	Đồng bộ, hệ thống giữa các văn bản pháp luật khác nhau	3,8926	0,70071	Khá
Trung bình sự đồng ý			3,75396		Khá

(Nguồn: Tổng hợp bởi tác giả)

Kết quả thống kê mô tả cho thấy các biến thuộc yếu tố thể chế có giá trị trung bình dao động từ 3,3913 đến 4,0460, phản ánh mức độ đánh giá từ trung bình đến khá của các đối tượng khảo sát đối với vai trò của hệ thống pháp luật trong quản lý thương mại điện tử xuyên biên giới.

Trong đó, yếu tố “Đầy đủ, chi tiết, rõ ràng của văn bản pháp luật” được đánh giá cao nhất, với điểm trung bình là 4,0460. Điều này cho thấy vấn đề hoàn thiện hệ thống chính sách pháp luật chi tiết, đầy đủ và rõ ràng là vô cùng quan trọng đối với quản lý nhà nước về TMĐT XBG. Sau đó yếu tố “Dễ hiểu, dễ vận dụng, dễ thực thi” và “Đồng bộ, hệ thống giữa các văn bản pháp luật khác nhau” đều được đồng thuận với điểm trung bình câu hỏi lần lượt là 3,9412 và 3,8926. Sau đó là yếu tố “Pháp luật quốc tế và khu vực” với điểm trung bình là 3,4987. Yếu tố “Kết quả thực thi của cơ quan quản lý địa

phương” có điểm trung bình thấp nhất là 3,3913, cho thấy nhận định vai trò của các cơ quan quản lý địa phương còn hạn chế, chưa thể hiện được nhiều chức năng của mình đối với hoạt động QLNN về TMĐT XBG.

Giá trị trung bình chung đạt 3,75396 cho thấy yếu tố thể chế được đánh giá ở mức khá, tuy nhiên vẫn cần tiếp tục hoàn thiện nhằm hoàn thiện quản lý nhà nước trong lĩnh vực thương mại điện tử xuyên biên giới.

Bảng 3: Thống kê mô tả Cơ sở kỹ thuật hạ tầng

TT	Mã hóa	Nội dung	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Kết luận
1	HT 1	Cơ sở hạ tầng công nghệ	4,3990	0,58564	Cao
2	HT 2	Cơ sở hạ tầng khác	3,3939	0,67434	Trung bình
3	HT 3	Định hướng phát triển công nghệ của Nhà nước	4,1918	0,68052	Khá
4	HT 4	Hiện đại hóa quá trình hậu cần	4,1816	0,59076	Khá
Trung bình sự đồng ý			4,0415		Khá

(Nguồn: Tổng hợp bởi tác giả)

Kết quả cho thấy các biến thuộc yếu tố hạ tầng đều được đánh giá ở mức khá trở lên, với giá trị trung bình chung đạt 4,0415, phản ánh mức độ đồng thuận tương đối cao của các đối tượng khảo sát. Trong đó:

Cơ sở hạ tầng công nghệ (HT1) được đánh giá cao nhất (4,3990), cho thấy vai trò nổi bật của hạ tầng công nghệ trong hỗ trợ quản lý thương mại điện tử xuyên biên giới.

Định hướng phát triển công nghệ của Nhà nước (HT3) và hiện đại hóa quá trình hậu cần (HT4) đều đạt mức khá, thể hiện nhận thức tích cực về vai trò của định hướng chính sách và logistics trong môi trường thương mại số.

Cơ sở hạ tầng khác (HT2) có mức đánh giá thấp nhất (3,3939), phản ánh sự chưa đồng đều trong phát triển hạ tầng hỗ trợ.

Như vậy, yếu tố hạ tầng được xem là có ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử xuyên biên giới.

Bảng 4: Thống kê mô tả Nhân lực phục vụ TMĐT xuyên biên giới

TT	Mã hóa	Nội dung	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Kết luận
1	NL 1	Chất lượng nguồn nhân lực	4,5499	0,49814	Cao
2	NL 2	Hệ thống giáo dục đào tạo phù hợp	3,9437	0,69571	Khá
3	NL 3	Định hướng phát triển của Nhà nước	3,7519	0,69970	Khá
Trung bình sự đồng ý			4,0818		Khá cao

(Nguồn: Tổng hợp bởi tác giả)

Kết quả đánh giá mức độ đồng ý về tiêu chí " Nhân lực phục vụ TMĐT XBG" với điểm trung bình đánh giá dao động từ 3,7519 đến 4,5499.

Trong đó, yếu tố "Chất lượng nguồn nhân lực" được đánh giá cao nhất, với điểm trung bình 4,5499, cho thấy nhân lực có năng lực công nghệ là yếu tố vô cùng quan trọng với việc quản lý nhà nước về TMĐT XBG. Tiếp theo là yếu tố "Hệ thống giáo dục đào tạo phù hợp", với điểm trung bình 3,9437, phản ánh sự ảnh hưởng của các cơ sở giáo dục để tạo ra lực lượng lao động phục vụ TMĐT XBG hiệu quả. Yếu tố "Định hướng phát triển của Nhà nước" nhận được mức đồng thuận tương đối, với điểm trung bình 3,7519, cho thấy nhận định việc định hướng phát triển của Nhà nước tác động đến các sự sẵn sàng đội ngũ nhân lực phục vụ TMĐT XBG.

Giá trị trung bình chung đạt 4,0818 phản ánh mức độ đồng thuận tương đối cao của các đối tượng khảo sát về vai trò của nguồn nhân lực trong quản lý thương mại điện tử xuyên biên giới. Như vậy, yếu tố nguồn nhân lực được đánh giá là có ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả quản lý nhà nước đối với

thương mại điện tử xuyên biên giới, trong đó chất lượng nhân lực là yếu tố then chốt.

3. Đánh giá độ tin cậy của các thang đo

Để đánh giá thang đo các khái niệm trong nghiên cứu cần kiểm tra độ thiết kế, độ giá trị của thang đo. Dựa trên các hệ số Cronbach's Alpha, hệ số tương quan biến – tổng (Corrected Item-Total Correlation) giúp loại ra những biến quan sát không đóng góp vào việc mô tả khái niệm cần đo, hệ số Cronbach's Alpha if item deleted để giúp đánh giá loại bỏ bớt biến quan sát nhằm nâng cao hệ số thiết kế cho khái niệm cần đo và phương pháp phân tích yếu tố khám phá (EFA) nhằm kiểm tra độ giá trị của thang đo các khái niệm nghiên cứu.

Theo Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), thang đo có hệ số Cronbach's alpha ≥ 0.6 là thang đo đủ điều kiện để phân tích; thang đo có hệ số Cronbach's alpha ≥ 0.7 là thang đo lường tốt; và thang đo có hệ số Cronbach's alpha ≥ 0.8 là thang đo lường rất tốt. Các biến quan sát có hệ số tương quan biến – tổng < 0.3 hoặc chỉ số Cronbach's alpha khi loại biến lớn hơn hệ số Cronbach's alpha hiện tại sẽ bị loại khỏi thang đo [66].

Bảng 5: Kết quả kiểm định độ tin cậy của các thang đo

TT	Biến quan sát	Hệ số tương quan biến – tổng	Hệ số Cronbach's Alpha nếu loại bỏ biến	Cronbach's Alpha	Biến bị loại
Môi trường thể chế					
1	TC 1	0,580	0,845	0,854	
2	TC 2	0,524	0,861		
3	TC 3	0,811	0,783		
4	TC 4	0,682	0,820		
5	TC 5	0,755	0,802		
Cơ sở kỹ thuật hạ tầng					

6	HT 1	0,570	0,776	0,802	
7	HT 2	0,494	0,826		
8	HT 3	0,631	0,745		
9	HT 4	0,822	0,653		
Nhân lực phục vụ TMĐT xuyên biên giới					
10	NL 1	0,665	0,287	0,619	
11	NL 2	0,337	0,675		
12	NL 3	0,366	0,614		
Quản lý nhà nước về TMĐT xuyên biên giới					
13	QL 1	0,445	0,846	0,833	
14	QL 2	0,535	0,827		
15	QL 3	0,667	0,791		
16	QL 4	0,770	0,758		
17	QL 5	0,765	0,763		

(Nguồn: Tổng hợp bởi tác giả)

Đánh giá độ tin cậy 3 tiêu chí độc lập có hệ số Cronbach's alpha từ 0,765 đến 0,950 ($>0,6$), hệ số tương quan biến – tổng hiệu chỉnh của 19 biến quan sát từ 0,370 đến 0,955 ($>0,3$) cho phép khẳng định các thang đo lường tốt và các biến quan sát đảm bảo độ tin cậy.

4. Phân tích các yếu tố khám phá

a) Phân tích khám phá cho biến độc lập

Dùng kiểm định KMO và Bartlett để kiểm tra mức độ thích hợp của các biến đã được đánh giá về mức độ tin cậy. $KMO \geq 0,9$: rất tốt; $KMO \geq 0,8$: tốt; $KMO \geq 0,7$: được; $KMO \geq 0,6$ tạm được; $KMO \geq 0,5$: xấu; và $KMO < 0,5$: không thể chấp nhận được (Kaiser, 1974). Kiểm định Bartlett về tương quan các biến quan sát, theo Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), nếu

kiểm định Bartlett có giá trị Sig. > 0,05 thì không nên sử dụng phân tích yếu tố [97].

Theo Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), kiểm định độ tin cậy của các biến quan sát, hệ số tải yếu tố $\geq 0,3$, xem là đạt mức tối thiểu, hệ số tải > 0,4 thì được xem là quan trọng, nếu hệ số tải yếu tố > 0,5 thì có ý nghĩa thực tiễn và nhóm tác giả cũng đưa ra lời khuyên rằng dựa vào số mẫu quan sát mà chọn hệ số tải phù hợp [97].

Trong trường hợp số mẫu là 368 nên có thể chọn hệ số tải yếu tố > 0,5. Kiểm định tổng phương sai trích $\geq 50\%$ và Eigenvalue ≥ 1 thì mới thực hiện được phân tích yếu tố (Hair và cộng sự, 1998).

Tác giả tiến hành phân tích yếu tố khám phá cho các biến độc lập, kết quả nhận được như sau:

Bảng 6: Kết quả phân tích yếu tố khám phá cho biến độc lập

Mã hóa	Nhóm thành phần			
	1	2	3	4
TC5	0,871			
TC3	0,861			
TC4	0,832			
TC1	0,745			
TC2	0,627			
HT1		0,886		
HT4		0,836		
HT3		0,651		
NL1			0,909	
NL2			0,729	
NL3			0,669	
HT2				0,840
KMO		0,525		

Sig.	0,000
Eigenvalue	1,100
Cumulative %	73,486

(Nguồn: Kết quả phân tích bởi tác giả)

- KMO and Barlett's Test. $0,5 \leq KMO = 0,525 \leq 1$, phân tích yếu tố được chấp nhận với tập dữ liệu nghiên cứu.

- Sig Barlett's Test = $0,000 < 0,05$, phân tích yếu tố là phù hợp.

- Giá trị Eigenvalue = $1,100 \geq 1$ và trích được 3 yếu tố mang ý nghĩa tóm tắt thông tin tốt nhất.

- Tổng phương sai trích = $73,486 \geq 50\%$ cho thấy mô hình EFA là phù hợp.

Dựa vào bảng ma trận yếu tố xoay cho phép tác giả kết luận có 3 yếu tố ảnh hưởng đến quản lý nhà nước về TMĐT XBG.

Dựa vào bảng ma trận yếu tố xoay cho phép tác giả kết luận có 3 yếu tố ảnh hưởng đến quản lý nhà nước về TMĐT XBG. Về nguyên tắc, những biến có hệ số tải lớn hơn hoặc bằng 0,5 theo cột sẽ thuộc yếu tố đó. Các yếu tố bao gồm:

- TC: Môi trường thể chế gồm các yếu tố TC1, TC2, TC3, TC4, TC5
- HT: Cơ sở kỹ thuật hạ tầng gồm các yếu tố HT1, HT2, HT3, HT4
- NL: Nhân lực phục vụ TMĐT XBG gồm các yếu tố NL1, NL2, NL3

b) Kết quả phân tích yếu tố cho biến phụ thuộc

Bảng 7: Kết quả phân tích yếu tố khám phá cho biến phụ thuộc

Mã hóa	Kết quả thành phần
	1
QL4	0,872
QL5	0,870
QL3	0,806
QL2	0,706

QL1	0,600
KMO	0,683
Sig.	0,000
Eigenvalue	3,025
Cumulative %	60,501

(Nguồn: Kết quả phân tích bởi tác giả)

Kết quả kiểm định dữ liệu với $KMO = 0,683 (> 0,5)$, $Sig. = 0,000 (< 0,05)$, đã thỏa mãn những điều kiện để phân tích yếu tố khám phá. Hệ số tải yếu tố của các biến quan sát đều $> 0,5$, tổng phương sai trích là $60,501\% (> 50\%)$ và hệ số Eigenvalue $= 3,025 (> 1)$. Các kiểm định này đã được đảm bảo để phân tích yếu tố khám phá.

Sau khi phân tích yếu tố khám phá, ta tìm được 3 yếu tố độc lập ảnh hưởng đến quản lý nhà nước về TMĐT XBG. Đồng thời, kết quả phân tích yếu tố cũng cho thấy có 1 yếu tố đại diện cho quản lý nhà nước về TMĐT XBG với 5 biến quan sát. Như vậy, mô hình nghiên cứu chính thức sẽ không thay đổi so với mô hình đề xuất ban đầu.

PHỤ LỤC 4

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
1.	Vipo Mall - Viettel Post	Sàn giao dịch TMĐT	ViettelIDC	Tổng Công ty Cổ phần Bưu Chính Viettel	Số 2 Ngõ 15 phố Duy Tân, P. Dịch Vọng Hậu, Q. cầu Giấy, Tp. Hà Nội
2.	VinClub	Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Hosting nước ngoài	Công Ty Cổ Phần VinClub	Số 7, Đường Bằng Lăng 1, Khu đô thị Vinhomes Riverside, Phường Việt Hưng, Quận Long Biên, Thành phố Hà Nội, Việt Nam
3.	Modi - Sàn Du học và Việc làm	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty TNHH Nhân Lực Số Modi	B36 Tt7 Khu Đô Thị Văn Quán, P. Phúc La, Q. Hà Đông, Tp. Hà Nội
4.	AEONMALL Vietnam	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Khác	Công ty TNHH AEONMALL Việt Nam	Tầng 3, Văn phòng phía đông, AEON MALL Long Biên, số 27 đường Cổ Linh, P. Long Biên, Q. Long Biên, Tp. Hà Nội.
5.	workerbooking	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty TNHH Thương mại và dịch vụ USS Việt Nam	Nhà số 4, hẻm 143/74/15, phố Nguyễn Chính, P. Thịnh Liệt, Q. Hoàng Mai, Tp. Hà Nội
6.	GO SAFE	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	CÔNG TY TNHH GO SAFE	Số 26, ngách 2 ngõ 1 Tả Thanh Oai, Xã Tả Thanh Oai, Huyện Thanh Trì, Thành phố Hà Nội, Việt Nam
7.	Emoi Deal	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty Cổ phần Dịch vụ Công nghệ Em oi	3/40 Thích Quảng Đức, P. 3, Q. Phú Nhuận, Tp. Hồ Chí Minh
8.	Nova Service	Ứng dụng khuyến mại	Hosting nước	Công ty Cổ phần Nova ID	P307, Tầng 3, Tòa nhà SBI, đường số 3,

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
		trực tuyến	ngoài		Lô 6B, Công viên phần mềm Quang Trung, P. Tân Chánh Hiệp, Q. 12, Tp. Hồ Chí Minh
9.	S1 Việt Nam và S1 Driver	Sàn giao dịch TMĐT	FPT	Công ty Cổ phần Công nghệ vận tải số 1 Việt Nam	Số 202 Khương Thượng, P. Khương Thượng, Q. Đống Đa, Tp. Hà Nội
10.	Sàn giao dịch SCCK - Siêu Chợ Cơ Khí	Sàn giao dịch TMĐT	ViettelIDC	Công ty TNHH Siêu chợ cơ khí	3.02 Tầng 3, Tòa nhà Vivariverside, số 1472 Võ Văn Kiệt, P.3, Q. 6, Tp. Hồ Chí Minh
11.	Baoboc	Sàn giao dịch TMĐT	Vinahost	Công ty Cổ phần Bao bọc Việt Nam	Toà nhà Twins Tower 11, Số 85, Đường Cách mạng Tháng 8, P. Bến Thành, Q. 1, Tp. Hồ Chí Minh
12.	Class for me	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty cổ phần Authentic Education Hub	5 BT2, Khu đô thị Mỹ Trì Hạ, P. Mỹ Trì, Q. Nam Từ Liêm, Tp. Hà Nội
13.	Got It	Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Khác	Công ty Cổ phần Dayone	Tòa nhà 9-11 Nguyễn Văn Thủ, P. Đa Kao, Q. 1, Tp. Hồ Chí Minh
14.	Vua Dụng Cụ	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Khác	Công ty TNHH Vua Dụng Cụ	Số 12 Trần Phú, Khóm 4, P. 6, Tp. Trà Vinh, Trà Vinh
15.	VARs Connect	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ phần Công nghệ VARS Việt Nam	Tầng 2, tòa nhà Thành Công, 57 Láng Hạ, P. Thành Công, Q. Ba Đình, Tp. Hà Nội
16.	Sigo	Sàn giao dịch TMĐT	PAVietnam	Công ty TNHH SIGO Việt Nam	9/6 Tân Hòa 2, P. Hiệp Phú, Q. 9, Tp. Hồ Chí Minh
17.	YteBox	Sàn giao dịch TMĐT	FPT	Công ty Cổ phần Mạng y tế	Số 182 Thái Thịnh, P. Láng Hạ, Q. Đống

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
				cộng đồng	Đa, Tp. Hà Nội
18.	CUDIDI	Sàn giao dịch TMĐT	ViettelIDC	Công Ty CP DVKT C&U Việt Nam	180/45/20 Nguyễn Hữu Cảnh, P. 22, Q. Bình Thạnh, Tp. Hồ Chí Minh
19.	EV ONE	Sàn giao dịch TMĐT	PAVietnam	CÔNG TY CỔ PHẦN THIẾT BỊ & GIẢI PHÁP SẠC ĐIỆN EV ONE	Tầng 2 Tòa nhà Rosana, 60 Nguyễn Đình Chiểu, P. Đa Kao, Q. 1, Tp. Hồ Chí Minh
20.	Meca Việt Nam	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ phần Z Solution	Tầng 11, Tòa nhà Gold Tower, 275 Nguyễn Trãi, P. Thanh Xuân Trung, Q. Thanh Xuân, Tp. Hà Nội
21.	MAP CAR - Bản Đồ Xe Tự Lái	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty TNHH Xây dựng Sản xuất Thương mại Dịch vụ Phát Đạt TD	61 Cách Mạng Tháng 8, Khu phố Bầu Sậy, TT, Vĩnh Hưng, H. Vĩnh Hưng, Long An
22.	Hòa tốc 247	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty TNHH Tam Bảo An	Lô 29A Khu công nghiệp Quang Minh, Thị trấn Quang Minh, H. Mê Linh, Tp. Hà Nội
23.	Redbus - Bus Ticket Booking App	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty TNHH RedBus Việt Nam	Tầng 6 và 7, Mê Linh Point Tower, 02 Ngô Đức Kế, P. Bến Nghé, Q. 1, Tp. Hồ Chí Minh
24.	Medda	Sàn giao dịch TMĐT	ViettelIDC	Công ty Cổ phần Công nghệ Medda	Căn số 14, Tầng 2 Khu dịch vụ - Tòa nhà CT2A, KĐT Gelexia Riverside, P. Yên Sở, Q. Hoàng Mai, Tp Hà Nội
25.	thuocsi.vn	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại	Khác	Công ty TNHH Buymed	Tầng 8, Tòa nhà Vincom Center Đồng Khởi, 72 Lê Thánh Tôn, P. Bến Nghé, Q.

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
		trực tuyến			1, Tp. Hồ Chí Minh
26.	CashPlus	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty cổ phần Tập đoàn Công nghệ ATS	Tầng 1 Khối C Tòa nhà Sông Đà Số 18 đường Phạm Hùng , P. Mỹ Đình 1, Q. Nam Từ Liêm, TP. Hà Nội
27.	Muha	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Khác	Công ty Cổ phần Công nghệ MUHA	Số 73 Đường Trần Nguyên Hãn, Khu phố Thắng Lợi 2, P. Dĩ An, Tp. Dĩ An, Bình Dương
28.	Chợ Nhanh	Sàn giao dịch TMĐT	ViettelIDC	Công ty TNHH Thương mại điện tử Chợ Nhanh	Số 188 Đường Tỉnh 838, Khu phố 4, TT. Đồng Thành, H. Đức Huệ, Long An
29.	EPoint	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Mất bảo	Công ty Cổ phần Paytech	Số nhà 20-N03 Khu đô thị mới Dịch Vọng, P. Dịch Vọng, Q. Cầu Giấy, Tp. Hà Nội
30.	MyGuu	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting tại doanh nghiệp	Công ty TNHH Công nghệ AP Soft	Tầng 6, toà nhà hỗn hợp Sông Đà, 131 Trần Phú, P. Văn Quán, Q. Hà Đông, TP. Hà Nội
31.	WGHN	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Tenten	Công ty Cổ phần Công nghệ WGHN	214 Lạc Long Quân, P. Bưởi, Q. Tây Hồ, Tp. Hà Nội
32.	Car Doctor	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ phần Car Doctor Việt Nam	29 BT1, Khu đô thị Mễ Trì Hạ, P. Mễ Trì, Q. Nam Từ Liêm, Tp. Hà Nội
33.	Trung Tâm Dược Phẩm	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Hosting nước ngoài	Công ty Cổ phần Connect Pharm	88 Phạm Thị Tánh, P. 4, Q. 8, Tp. Hồ Chí Minh
34.	Hello Bacsi	Sàn giao dịch TMĐT	PAVietnam	Công ty TNHH Xin Chào	27 Nguyễn Đình Chiểu, P. Đa Kao, Q. 1,

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
				Sức Khỏe	Tp. Hồ Chí Minh
35.	Dpoint	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty cổ phần DGV Digital	Số 151-153 Đường Nguyễn Đình Chiểu, P. Võ Thị Sáu, Q. 3, Tp. Hồ Chí Minh
36.	Thongtin.land	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ phần THONGTIN.LAND	Số 16 Lý Tự Trọng, P. Tân An, Tp. Buôn Ma Thuật, Đắk Lắk
37.	Sybazzar	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty TNHH Thương mại Xuất nhập khẩu & xây dựng KNC Việt Nam	Xóm 2, Thôn Bắc, X. Kim Nỗ, H. Đông Anh, Tp. Hà Nội
38.	Askany	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty TNHH MTV NDN	110 Cao Thắng, P. 04, Q. 3, Tp. Hồ Chí Minh
39.	BoxOffice	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty cổ phần giải pháp và dịch vụ Excelsior	Số nhà 11, ngõ 241/21, phố chợ Khâm Thiên, P. Trung Phụng, Q. Đống Đa, Tp. Hà Nội
40.	Xanh SM	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ phần Di chuyển xanh và thông minh GSM	Tòa Văn phòng Symphony, đường Chu Huy Mân, khu đô thị Vinhomes Riverside, P. Phúc Lợi, Q. Long Biên, Hà Nội
41.	nifehub.com.vn	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ phần LOT	56 Đường Quang Trung, P. Tăng Nhơn Phú B, Tp. Thủ Đức, Tp. Hồ Chí Minh
42.	Karavan	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Khác	Công ty Cổ phần KARAVAN Việt Nam	Tầng 3, số 22, phố Láng Hạ, P. Láng Hạ, Q. Đống Đa, Tp. Hà Nội
43.	Mua Bán	Sàn giao dịch TMĐT	Nhân Hòa	Công ty Cổ phần Định Anh	Số 28-30 đường số 2, Khu phố Hưng Gia 5, P. Tân Phong, Q. 7, Tp. HCM

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
44.	CHỢ CƯ DÂN	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty TNHH Công nghệ AP Soft	Tầng 6, toà nhà hỗn hợp Sông Đà, 131 Trần Phú, P. Văn Quán, Q. Hà Đông, TP. Hà Nội
45.	Miaket	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ phần Công nghệ Meerkat	TT04-13, Dự án Hải Đăng City, P. Mỹ Đình 2, Q. Nam Từ Liêm, Tp. Hà Nội
46.	Dịch Vụ FixME	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ Phần Công Nghệ FIXME	86 Bàu Cát 5, P.14, Q. Tân Bình, Tp.Hồ Chí Minh
47.	Onland Bất Động Sản Online	Sàn giao dịch TMĐT	Mất bảo	Công ty TNHH Đầu Tư Cao Nguyên Tech	39 Mai Xuân Thưởng, P. Thành Nhất, Tp. Buôn Ma Thuột, Đắk Lắk
48.	Halo Thợ	Sàn giao dịch TMĐT	VNPT Data	Công ty TNHH Dịch vụ Phát triển Truyền thông Quốc tế	Tầng 5, Số 27A Hoàng Việt, P. 4, Q. Tân Bình, Tp. Hồ Chí Minh
49.	Hub2S	Sàn giao dịch TMĐT	PAVietnam	Công ty TNHH Hub2S Việt Nam	15 Hồng Hà, P. 2, Q. Tân Bình, Tp. Hồ Chí Minh
50.	Drizy	Sàn giao dịch TMĐT	Nhân Hòa	Công ty TNHH Drizy	3/804 Thiên Lôi, P. Kênh Dương, Q. Lê Chân, Tp. Hải Phòng
51.	myOKIES	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	CÔNG TY CỔ PHẦN CÔNG NGHỆ OKIES	L17-11, tầng 17, Tòa nhà Vincom Center, 72 Lê Thánh Tôn, P. Bến Nghé, Q. 1, Tp. Hồ Chí Minh
52.	RYO	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Hosting tại doanh nghiệp	Công ty TNHH RYO Việt Nam	Lô 51 dãy CH2A đường Nguyễn Công Trứ, P. 1, Tp. Bảo Lộc, Lâm Đồng
53.	FIVESS	Sàn giao dịch TMĐT	ViettelIDC	Công ty Cổ phần Công nghệ FIVESS	70 Trần Kim Xuyến, P. Hòa Xuân, Q. Cẩm Lệ, Tp. Đà Nẵng

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
54.	3GO	Sàn giao dịch TMĐT	PAVietnam	Công ty TNHH Ontracking	68 Nguyễn Huệ, P. Bến Nghé, Q.1, Tp. Hồ Chí Minh
55.	Golden Stars	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty TNHH Giải pháp Nguồn nhân lực Golden Stars	Lô 38H Khu Công nghiệp Quang Minh, TT. Quang Minh, H. Mê Linh, Tp. Hà Nội
56.	Hirec	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty TNHH Phần mềm FPT	Tòa nhà FPT Cầu Giấy, phố Duy Tân, P. Dịch Vọng Hậu, Q. Cầu Giấy, Tp. Hà Nội
57.	My Medlatec	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting tại doanh nghiệp	Công ty Cổ phần Công nghệ và Dịch vụ Y tế số MED-ON	Tầng 2 - Tầng 4, tòa nhà 278 phố Thụy Khuê, P. Thụy Khuê, Q. Tây Hồ, Tp. Hà Nội
58.	365 Medihome	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting tại doanh nghiệp	Công ty Cổ phần Medihome	Tầng 7, Số 1-13-15 phố Trần Xuân Soạn, P. Phạm Đình Hổ, Q. Hai Bà Trưng, Tp. Hà Nội
59.	Bave	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ Phần Công Nghệ Bave	Số 5, Ngõ 78, Phố Duy Tân, P. Dịch Vọng Hậu, Q. Cầu Giấy, TP Hà Nội
60.	Sophie Healthcare	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	PAVietnam	Công ty TNHH Sophie Healthcare Việt Nam	Số 8, Đường số 11, Khu phố 6, Tổ 40B, P. Hiệp Bình Chánh, Tp. Thủ Đức, Tp. Hồ Chí Minh
61.	HomeID Cư Dân	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ phần phần mềm và dịch vụ gia đình HomeID	Nhà B1-4, KĐT 54 Hạ Đình, phố Hạ Đình, P. Thanh Xuân Trung, Q. Thanh Xuân, Tp. Hà Nội
62.	VietXinh	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting tại doanh nghiệp	Công ty cổ phần ĐT&TM Sao Việt	Số nhà A66 TT5 Khu đô thị Văn Quán, P. Phúc La, Q. Hà Đông, Tp. Hà Nội

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
63.	VNSHOP	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Nhân Hòa	Công ty Cổ phần VNIS	Tầng 3, số 4A phố Huỳnh Thúc Kháng, P. Láng Thượng, Q. Đống Đa, Tp. Hà Nội
64.	Ứng dụng Dealtoday	Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Mắt bảo	Công ty Cổ phần Dịch vụ và Thương mại điện tử quốc tế EBIS	Số 91 Trung Kính, P. Trung Hoà, Q. Cầu Giấy, Tp. Hà Nội
65.	Miot6o	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty Cổ phần Mito Asia	Văn phòng 02, Tầng 08, Toà nhà Pearl Plaza, Số 561A Điện Biên Phủ, P. 25, Q. Bình Thạnh, Tp. Hồ Chí Minh
66.	SCJMALL	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting tại doanh nghiệp	Công ty TNHH SCJ TV SHOPPING	38 Huỳnh Lan Khanh, P. 2, Q. Tân Bình , Tp.HCM
67.	GNha	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty TNHH Pháp Lý Giải Pháp Tài Chính	1014, Trường Sa , P. 12, Q. 3, Tp. HCM
68.	AMAZ	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty TNHH Công nghệ AMAZ	02 Phan Văn Đáng, P. Thạnh Mỹ Lợi, Tp. Thủ Đức, Tp. Hồ Chí Minh
69.	VLAND	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty TNHH VCO	83/12 Nguyễn Tri Phương, P. Thắng Lợi, Tp. Buôn Ma Thuột, Đắk Lắk
70.	Minimo	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty cổ phần Giải Pháp Phần Mềm 7D	Số 51 ngõ 192 Lê Trọng Tấn, P. Định Công, Q. Hoàng Mai, Tp. Hà Nội
71.	POC Pharma	Sàn giao dịch TMĐT	Mắt bảo	Công ty TNHH POC PHARMA Việt Nam	Phòng 801 - 802, Lầu 8, Số 50, Đường Tôn Thất Đạm, P. Nguyễn Thái Bình, Q. 1, Tp. Hồ Chí Minh
72.	Fjob: Tìm việc làm đa	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước	Công ty Cổ phần Công nghệ	Số 188 Trường Chinh, P. Khương

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
	ngành		ngoài	và Đầu tư Zeta Group	Thượng, Q. Đống Đa, TP. Hà Nội
73.	HODO	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ phần Công Nghệ 905 Việt Nam	Tầng 8, tòa nhà ACCI, số 210 Lê Trọng Tấn, P. Khương Mai, Q. Thanh Xuân, Tp. Hà Nội
74.	Chợ Cầm Tay	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty TNHH NOVUZ	40A Quốc Hương, P. Thảo Điền, Tp. Thủ Đức, Tp. Hồ Chí Minh
75.	NovaID	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Hosting tại doanh nghiệp	Công ty Cổ phần Nova ID	P307, Tầng 3, Tòa nhà SBI, đường số 3, Lô 6B, Công viên phần mềm Quang Trung, P. Tân Chánh Hiệp, Q. 12, Tp. Hồ Chí Minh
76.	BlueFix	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty TNHH Ree Digital	Tòa nhà Etown 5, số 364 Cộng Hòa, P. 13, Q. Tân Bình, Tp. Hồ Chí Minh
77.	myLocal.vn	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ phần Viễn Thông ASIM	1/18 Nguyễn Văn Mại Sông Nhuệ, P. 4, Q. Tân Bình, Tp. Hồ Chí Minh
78.	piktina	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty TNHH PIKTINA VIETNAM	Tầng 46, Bitexco Financial Tower, 02 Hải Triều, P. Bến Nghé, Q. 1, Tp. Hồ Chí Minh
79.	TripV	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Phát triển Dịch vụ Giá trị gia tăng - Chi nhánh Tổng công ty Truyền thông	Số 97 Nguyễn Chí Thanh, P. Láng Hạ, Q. Đống Đa, Tp. Hà Nội.
80.	"Ứng dụng Medigo - Đặt Thuốc Có Ngay" và "Ứng dụng dành	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công Ty Cổ Phần Medigo Software	Y1 Hồng Lĩnh, P. 15, Q. 10, Tp. Hồ Chí Minh

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
	cho nhà thuốc"				
81.	TAPTAP	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Khác	Công ty TNHH Thương mại Vui Việt Nam	Tầng 25 Tòa nhà TNR, 180-192 Nguyễn Công Trứ, Phường Nguyễn Thái Bình, Quận 1, Tp. HCM
82.	MUỐT MÔI TRÔI MIỆNG	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting tại doanh nghiệp	Công ty TNHH THE84 Group	Nhà 7, ngách 14, ngõ Thông Nhất, phố Đại La, P. Trương Định, Q. Hai Bà Trưng, Tp. Hà Nội
83.	Savyu: Siêu Ứng Dụng Tích Điểm và Savyu Merchant	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Khác	Công ty TNHH SAVYU Việt Nam	A244OT01 Số 2 Tôn Đức Thắng, Phường Bến Nghé, Tp. Hồ Chí Minh
84.	BIPBIP	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty TNHH MTV Thương Mại Hàng Gia Dụng Tổng Hợp	163 Phan Đăng Lưu, P. 1, Q. Phú Nhuận, Tp. Hồ Chí Minh
85.	TAGO - Thân Khỏe Tâm An	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty Cổ Phần Công Nghệ Guru	150 Lê Văn Sỹ, P. 10, Q. Phú Nhuận, Tp. HCM
86.	U-HOME	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty Cổ phần Tập đoàn U-HOME	K12/11 Đường Nguyễn Thị Minh Khai, P. Thạch Thang, Q. Hải Châu, Tp. Đà Nẵng
87.	Tego - Gọi xe đường dài	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting tại doanh nghiệp	Công ty Cổ phần Tập đoàn TEGO	Số 45, Ngõ 94, phố Ngọc Khánh, P. Giảng Võ, Q. Ba Đình, Tp. Hà Nội
88.	HOLACAR	Sàn giao dịch TMĐT	ViettelIDC	Công ty TNHH Holacar	Tầng 7, Số 60 Nguyễn Văn Thủ, P. Đa Kao, Q. 1, Tp. Hồ Chí Minh
89.	9Pay	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ phần 9PAY	Số 34 Nguyễn Khánh Toàn, P. Quan Hoa, Q. Cầu Giấy, Tp. Hà Nội

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
90.	Ví VNPAY - Ví của gia đình	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Khác	Công ty Cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam	Tầng 8, số 22, phố Láng Hạ, P. Láng Hạ, Q. Đống Đa, Tp. Hà Nội.
91.	TopenFintech	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ Phần Topenfintech	Số 18A Kỳ Đồng, P. 9, Q. 3, Tp. HCM
92.	BIDU	Sàn giao dịch TMĐT	Vhost.vn	Công ty TNHH MJ ART GROUP	Tầng 7, 50 Bạch Đằng, P. Hải Châu I, Q. Hải Châu, Tp. Đà Nẵng
93.	ZOOMCAR	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty TNHH Zoomcar VietNam Mobility	Cao ốc Kairos Hàm Nghi, 87A Hàm Nghi, P. Nguyễn Thái Bình, Q. 1, TP. HCM
94.	QUÀ TẶNG VIP	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	ViettelIDC	Công ty TNHH MTV Công nghệ thông tin Thế giới di động	Lô T2-1.2, Đường D1, Khu Công nghệ cao, P. Tân Phú, Q.Thủ Đức, Tp. Hồ Chí Minh.
95.	freeU	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty Cổ phần FreeU Technology	Tầng 6, tòa nhà Sao Mai, số 19 Lê Văn Lương, P. Nhân Chính, Q. Thanh Xuân, Tp. Hà Nội
96.	Ứng dụng LynkiD	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	ViettelIDC	Công ty Cổ phần LYNKID	Phòng 509, Tầng 5 Số 362 Phố Huế, P. Phố Huế, Q. Hai Bà Trưng, Tp. Hà Nội
97.	Holo Speak	Sàn giao dịch TMĐT	PAVietnam	Công ty Cổ phần Công nghệ HOLLA	150 Lê Văn Sỹ, P. 10, Q. Phú Nhuận, Tp. Hồ Chí Minh
98.	K-id	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ phần Công nghệ K-ID	12B Nguyễn Hữu Cánh, P. 19, Q. Bình Thạnh, Tp. Hồ Chí Minh
99.	CiTravel	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty cổ phần sản xuất và	Số 7, Đường Bằng Lăng 1, Khu đô thị

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
				kinh doanh phần mềm VinHMS	sinh thái Vinhomes Riverside, P. Việt Hưng, Q. Long Biên, TP. Hà Nội
100.	Việt Sale	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Chi nhánh Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam tại Thanh Hóa	91 Nguyễn Chí Thanh, P. Đông Thọ, Tp. Thanh Hóa, Thanh Hóa
101.	On - Bán hàng chính hãng không cần vốn	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting tại doanh nghiệp	Công ty Cổ phần On Group	Số 48 Lý Thường Kiệt, P. Phú La, Q. Hà Đông, Tp. Hà Nội
102.	Trợ lý cá nhân	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty Cổ phần PAVN	E9/14B Nguyễn Hữu Trí, TT. Tân Túc, H. Bình Chánh, TP. HCM
103.	beChef	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty TNHH Thương mại và công nghệ cuộc sống Xanh	Số 9, Đường 12B, Khu đô thị Lakeview City, P. An Phú, Q. 2, Tp. HCM
104.	GO!& Big C	Sàn giao dịch TMĐT	ViettelIDC	Công ty TNHH Dịch Vụ EB	Số 163, Đường Phan Đăng Lưu, P. 01, Q. Phú Nhuận, TP. Hồ Chí Minh
105.	GetJob	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty cổ phần Techseed	175 Phan Chu Trinh, P. 13, Q. Bình Thạnh, Tp. Hồ Chí Minh
106.	Nhanh.vn	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty Cổ phần Nhanh.vn	102 Thái Thịnh, P. Trung Liệt, Q. Đống Đa, Tp. Hà Nội.
107.	Unicar	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting tại doanh nghiệp	Công ty Cổ phần giải pháp Công nghệ Unicar	37 ngõ 3 Nguyễn Kiệm, P. Trường Thi, Tp. Vinh, Nghệ An
108.	Happynest	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Khác	Công ty Cổ Phần Thương Mại & Truyền Thông HAPPYNEST	Số 97 đường Hoàng Ngân, P. Nhân Chính, Q. Thanh Xuân, Tp. Hà Nội

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
109.	Hebela	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty Cổ phần đầu tư và công nghệ Hebela	Tầng 12A, Tòa Center Building, Dự án Hapulico Complex, số 1 đường Nguyễn Huy Tưởng, P. Thanh Xuân Trung, Q. Thanh Xuân, Tp. Hà Nội
110.	Masterise Homes	Sàn giao dịch TMĐT	PAVietnam	Công Ty TNHH Phát Triển Bất Động Sản Materise Homes	TMDV số 19, Tòa nhà Masteri An Phú, 179 Xa lộ Hà Nội, P. Thảo Điền, Q. 2, Tp. Hồ Chí Minh
111.	CEOHOMES	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ phần Du lịch C.E.O	Tầng 5, Tháp CEO, HH2-1, ĐTM Mễ Trì Hạ, Đường Phạm Hùng, P. Mễ Trì, Q. Nam Từ Liêm, Tp. Hà Nội
112.	Sổ Bán Hàng	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty Cổ phần JAMALEX FINAN	Văn Phòng 2, Tầng 08, Tòa Nhà Pearl Plaza, Số 561A Điện Biên Phủ, P. 25, Q. Bình Thạnh, Tp. HCM
113.	Thingo	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ Phần Đầu Tư Thương Mại Dịch Vụ Thingo	Số 191 Hoa Lan, P. 02, Q. Phú Nhuận, Tp. Hồ Chí Minh
114.	Sgolf	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	VNPT Data	Công ty Cổ phần Đầu Tư SGOLF	Số 118 Ngõ 389 Trương Định, P. Tân Mai, Q. Hoàng Mai, Tp. Hà Nội
115.	IGHTK tra cứu đơn hàng	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting tại doanh nghiệp	Công ty Cổ phần Giao hàng Tiết Kiệm	Tòa nhà VTV, số 8 Phạm Hùng, P. Mễ Trì, Q. Nam Từ Liêm, Tp. Hà Nội
116.	GV-SHIP	Sàn giao dịch TMĐT	Mất bảo	Công Ty Cổ Phần GV ASIA	TDP số 6 Phú Mỹ, P. Mỹ Đình 2, Q. Nam Từ Liêm, TP. Hà Nội

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
117.	Medpro - Giải pháp tiếp cận y tế thông minh	Sàn giao dịch TMĐT	FPT	Công ty Cổ phần ứng dụng PKH	97 Trần Quang Diệu, P. 14, Q. 3, Tp. Hồ Chí Minh
118.	Bookcar	Sàn giao dịch TMĐT	Mất bảo	Công ty TNHH dịch vụ thương mại Bookcar Việt Nam	Số 26, ngõ 6, Hữu Lê, X. Hữu Hòa, H.Thanh Trì, Tp. Hà Nội
119.	Houze	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Khác	Công ty Cổ phần Houze Group	114 Ngô Quyền, P. 08, Q. 5, Tp. Hồ Chí Minh
120.	Logigo	Sàn giao dịch TMĐT	ViettelIDC	Công ty TNHH Giải Pháp Công Nghệ LOGIGO	Số 6 khu Kiến Trúc Phong Cảnh, ngõ 45A, phố Võng Thị, P. Bưởi, Q. Tây Hồ, Tp. Hà Nội
121.	Ujob	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty TNHH Sản xuất và đầu tư Công nghệ Minh Triết	Ngõ 1, tổ dân phố Phụng, P. Tây Mỗ, Q. Nam Từ Liêm, Tp. Hà Nội.
122.	Carota	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty Cổ phần Dịch vụ CAROTA	Số 3A ngõ 320, Đường Khương Đình, P. Hạ Đình, Q. Thanh Xuân, Tp. Hà Nội
123.	PRIS	Sàn giao dịch TMĐT	Mất bảo	Công ty TNHH PRIS	08 Cách mạng tháng 8, P. Bến Thành, Q. 1, Tp. Hồ Chí Minh
124.	ttJOBS	Sàn giao dịch TMĐT	Mất bảo	Công ty Cổ phần Ong Chúa	Lô số 6, Lý Nhật Quang, P.Nại Hiên Đông, Q.Sơn Trà, Đà Nẵng.
125.	ATM LUCKY	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ phần ATM Lucky Việt Nam	Lô 11- 08C Làng kiến trúc phong cảnh, khu du lịch sinh thái cao cấp An Khánh,

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
					X. An Khánh, H. Hoài Đức, Tp. Hà Nội.
126.	Vasean	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ phần Link Asean	Tầng 11, Tòa nhà Vinaconex 9, Lô HH2-2 Khu đô thị Mỹ Trì Hạ, đường Phạm Hùng, P. Mỹ Trì, Q. Nam Từ Liêm, Tp. Hà Nội.
127.	vabiz	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ Phần Tư Vấn Đầu Tư và Kết Nối Kinh Doanh Việt	Số 5+ N6 - B19 Nghĩa Tân, P. Nghĩa Tân, Q. Cầu Giấy, Tp. Hà Nội
128.	Danh Y	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Khác	Công ty TNHH Tư vấn HMHS	Phòng 1101, Lầu 11, Tòa nhà Friendship, 31 Lê, P. Bến Nghé, Q. 1, Tp. Hồ Chí Minh
129.	Beebox	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ phần Công nghệ SNB Việt Nam	Thôn 7, X. Hạ Bằng, H. Thạch Thất, Tp. Hà Nội.
130.	Fastee	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ phần Dịch vụ GOLF và Lữ hành Thế Kỷ	Số 137 đường Nguyễn Ngọc Vũ, P. Trung Hoà, Q. Cầu Giấy, Tp. Hà Nội.
131.	KKday	Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Hosting nước ngoài	Công ty TNHH KKDAY Việt Nam	Tầng 2, Số 88, Đường Bàu Cát 3, P. 14, Q. Tân Bình, Tp. Hồ Chí Minh
132.	G1 Mart	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty TNHH GALAXYONE	Tầng 14, Tòa nhà HD Tower, 25bis Nguyễn Thị Minh Khai, P. Bến Nghé, Q. 1, Tp. Hồ Chí Minh
133.	Ứng dụng HSP - omni	Sàn giao dịch TMĐT	Nhân Hòa	Công ty Cổ Phần HSP Toàn Năng	Số 7 ngõ 74 phố Ngọc Hà, P. Đội Cấn, Q. Ba Đình, Tp. Hà Nội
134.	GlobeDr - Bác sĩ toàn	Sàn giao dịch TMĐT,	PAVietnam	Công ty TNHH Globedr	173A Nguyễn Văn Trỗi, P. 11, Q. Phú

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
	cầu	Ứng dụng khuyến mại trực tuyến		Việt Nam	Nhuận, Tp. Hồ Chí Minh
135.	HOME2GO BY MONEY2LIFE LTD	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty TNHH MONEY2LIFE Việt Nam	Văn phòng số 4.58, CCCT kết hợp TM DV số 290 An Dương Vương, P. 04, Q. 5, Tp. Hồ Chí Minh
136.	SGO BOOKING	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ phần SGO GROUP	Tầng 12 Tòa nhà Licogi 13, Số 164 Khuất Duy Tiến, P. Nhân Chính, Q. Thanh Xuân, Tp. Hà Nội
137.	Uton	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty TNHH Auto Bắc Mỹ	47/5 Trần Bình Trọng, P. 5, Q. Bình Thạnh, Tp. Hồ Chí Minh
138.	Chợ Phú Quốc - Mua bán online	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty TNHH một thành viên Kết Nối Đảo Ngọc	Ấp Gành Dầu, X. Gành Dầu, H. Phú Quốc, Kiên Giang
139.	DKRA.PM Resident	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ phần Quản lý Bất động Sản DKRA	420/1 Võ Văn Kiệt, P. Cô Giang, Q. 1, Tp. Hồ Chí Minh
140.	Telio B2B	Sàn giao dịch TMĐT	Mất bảo	Công ty TNHH Telio Việt Nam	Tầng 06, Tháp A, Sky City Tower, 88 Láng Hạ, P. Láng Hạ, Q. Đống Đa, Tp. Hà Nội
141.	Grab Driver	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty TNHH Grab	Tòa nhà Mapletree Business Centre, 1060 Nguyễn Văn Linh, P. Tân Phong, Q. 7, Tp. Hồ Chí Minh
142.	Mytour	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty cổ phần du lịch Việt Nam Vntravel	Tầng 6, số 22 phố Láng Hạ, P.Láng Hạ, Q.Đống Đa, Tp.Hà Nội
143.	Tripi Partner	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty cổ phần du lịch Việt	Tầng 6, số 22 phố Láng Hạ, P.Láng Hạ,

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
				Nam Vntravel	Q.Đống Đa, Tp.Hà Nội
144.	KaiPass	Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Khác	Công ty Cổ Phần Seedcom Food	L17-11, Tầng 17, Toà nhà Vincom Center, 72 Lê Thánh Tôn, P. Bến Nghé, Q. 1, Tp. Hồ Chí Minh
145.	ZuumViet giao hàng vận tải	Sàn giao dịch TMĐT	VNPT Data	Công ty Cổ phần Vận Tải ZUUMVIET	Số 289 Kênh Tân Hóa, P. Hòa Thạnh, Q. Tân Phú, Tp.HCM
146.	Ship60 - Giao hàng nhanh 18k	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ phần DELIVERY TECHNOLOGY	20A Trần Văn Quang, P. 10, Q. Tân Bình, Tp. HCM
147.	VILL	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty TNHH VILLSHIP	Lô 01 – QH Khu TMDV kết hợp Nhà ở, đường Nguyễn Công Trứ Nối Dài, P. 1, Tp. Bảo Lộc, Lâm Đồng
148.	OGIS	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ số OGIS	300 Lý Triện, P. An Khê, Q. Thanh Khê, Tp. Đà Nẵng
149.	Zoop	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty TNHH ZOOP CARE	Lầu 2, President Palace, 93 Nguyễn Du, P. Bến Nghé, Q.1, Tp. Hồ Chí Minh
150.	Noda	Sàn giao dịch TMĐT	FPT	Công ty Cổ Phần Green Connect	87 Lê Lợi, P. 4, Q. Gò Vấp, TP. Hồ Chí Minh
151.	allKET	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Hosting nước ngoài	Công ty TNHH Thương mại ONENO	15 Thái Văn Lung, P. Bến Nghé, Q. 1, Tp. Hồ Chí Minh
152.	eWorkee-Thợ của mọi nhà	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty Cổ Phần Eworkee	Phòng 5.16, Tầng 5, Officetel, Số 08 Hoàng Minh Giám, P. 9, Q. Phú Nhuận,

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
					Tp. Hồ Chí Minh
153.	Fit Mode	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công Ty TNHH Công Nghệ Và Giải Pháp Ong Thông Minh	Tầng 3, Tòa nhà Indochina Park, Số 04 Nguyễn Đình Chiểu, P. Đa Kao, Q. 1, Tp. Hồ Chí Minh
154.	Đề Tôi Lái	Sàn giao dịch TMĐT	PAVietnam	Công ty Cổ Phần Công Nghệ Đề Tôi Lái	Số 12 Đường 45, P. 10, Q. 6, TP. Hồ Chí Minh
155.	VietLook	Sàn giao dịch TMĐT	PAVietnam	Công ty cổ phần Vietlook	P903 Tầng 9, Số 389A+391 Trường Chinh, P. Khương Trung, Q. Thanh Xuân, Hà Nội
156.	Ourhealth	Sàn giao dịch TMĐT	ViettelIDC	Tổng Công Ty Công Nghiệp Công Nghệ Cao VIETTEL - Chi Nhánh Tập Đoàn Công Nghiệp - Viễn Thông Quân Đội	Số 380 Lạc Long Quân, P. Nhật Tân, Q. Tây Hồ, Tp. Hà Nội
157.	MyPoint	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Mất bảo	Công ty Cổ phần Paytech	Số nhà 20-N03 Khu đô thị mới Dịch Vọng, P. Dịch Vọng, Q. Cầu Giấy, Tp. Hà Nội
158.	Herapo - Khởi nguồn tri thức	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ phần đầu tư Herapo	Lầu 5, Tòa nhà Waseco, Số 10 Phở Quang, P. 2, Q. Tân Bình, Tp. HCM
159.	Umbala.Tv	Sàn giao dịch TMĐT	HostVN.net	Công ty TNHH Truyền Thông Umbala	Lô X, Officetel 3.17 Sunrise City North, số 27 Nguyễn Hữu Thọ, P. Tân Hưng, Q. 7, TP. Hồ Chí Minh
160.	GrabMerchant	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước	Công ty TNHH Grab	Tòa nhà Mapletree Business Centre, 1060

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
			ngoài		Nguyễn Văn Linh, P. Tân Phong, Q. 7, Tp. Hồ Chí Minh
161.	Cenhomes	Sàn giao dịch TMĐT	FPT	Công ty TNHH TMĐT Ngôi nhà Thế kỷ	Số 137 Nguyễn Ngọc Vũ, P. Trung Hoà, Q. Cầu Giấy, Tp. Hà Nội
162.	ATALINK	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ Phần Công Nghệ Atalink	Tầng 3, Tòa nhà QTSC Building 1, Lô 34, Đường số 14, Công viên phần mềm Quang Trung, P. Tân Chánh Hiệp, Q.12, Tp. Hồ Chí Minh
163.	DOCOSAN	Sàn giao dịch TMĐT	FPT	Công Ty TNHH Docosan Vietnam	9-11 Tôn Đức Thắng, P. Bến Nghé, Q.1, TP. Hồ Chí Minh
164.	Ứng dụng e-Rally	Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Khác	Công ty TNHH Quảng cáo và dịch vụ Nhật Phương	60 Nguyễn Văn Thủ, P. Đa Kao, Q. 1, Tp. HCM
165.	fclass	Sàn giao dịch TMĐT	PAVietnam	Công ty Cổ phần Fclass Vietnam	280E3 Lương Định Của, P. An Phú, Tp. Thủ Đức, Tp. Hồ Chí Minh
166.	Meeboo	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công Ty TNHH Công Nghệ Cơ Bản	631/3 Quốc Lộ 13, P. Hiệp Bình Phước, Q. Thủ Đức, Tp. Hồ Chí Minh
167.	Cooky - Market, Cooking	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	ViettelIDC	Công Ty Cổ Phần Cooky	Lầu 2, Tòa nhà Twins Tower 11, 85 Cách Mạng Tháng Tám, P. Bến Thành, Q.1, TP. HCM
168.	Notika	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty TNHH Notika Việt Nam	Số 221 Đường Giáp Bát, P. Giáp Bát, Q. Hoàng Mai, Tp. Hà Nội
169.	Hatto - Mạng xã hội ẩm thực	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty Cổ phần HATTO	400/7 Lê Văn Sỹ, P. 14, Q. 3, T.p Hồ Chí Minh

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
170.	HealthHub	Sàn giao dịch TMĐT	VDC	Công ty TNHH HEALTHHUB	Lầu 5, 772 Sư Vạn Hạnh, P. 12, Q. 10, Tp. Hồ Chí Minh
171.	Ứng Dụng Snapask	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công Ty TNHH Snapask Việt Nam	Tầng 18, Vincom Center Đồng Khởi, 72 Lê Thánh Tôn, P. Bến Nghé, Q. 1, Tp. Hồ Chí Minh
172.	IVIE	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty TNHH 1 thành viên ISOFHCARE	Tầng 3, số 35 phố Nguyễn Đình Chiểu, Phường Lê Đại Hành, Quận Hai Bà Trưng, Thành phố Hà Nội, Việt Nam
173.	Starwin	Sàn giao dịch TMĐT	FPT	Công ty Cổ phần giải pháp công nghệ cao starwin	số 35 ngõ 80 Hoàng Đạo Thành, P. Kim Giang, Q. Thanh Xuân, Tp. Hà Nội
174.	M-Speed	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Hosting nước ngoài	Công ty Cổ phần Tech MS Việt Nam	Tầng 1, Tòa nhà Big Tower số 18 Phạm Hùng, P. Mỹ Đình 2, Q. Nam Từ Liêm, Tp. Hà Nội
175.	GV	Sàn giao dịch TMĐT	Mất bảo	Công Ty Cổ Phần GV ASIA	TDP số 6 Phú Mỹ, P. Mỹ Đình 2, Q. Nam Từ Liêm, TP. Hà Nội
176.	GiGi	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	PAVietnam	Công ty TNHH Một Thành Viên Cashless	Đường số 3, Công viên phần mềm Quang Trung, P. Tân Chánh Hiệp, Q. 12, Tp. HCM
177.	AskNow	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting tại doanh nghiệp	Công Ty Cổ Phần Công Nghệ Thông Minh Unify	Số 59 đường Lê Duẩn, P. Thạch Thang, Q. Hải Châu, TP. Đà Nẵng
178.	365 Tìm Việc	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting tại doanh nghiệp	Công Ty TNHH MTV Nguồn Nhân Lực 365	Xóm 6, Thôn Dương Liễu, X. Trung Tú, H. Ứng Hòa, Tp. Hà Nội
179.	Ak8 - Chợ khuyến mại	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty TNHH Một thành	Số Nhà 40, Ngõ 33, Đường Hùng Vương.

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
				viên Trường thịnh	P. g Đồng Tâm, Tp. Vĩnh Yên, Vĩnh Phúc
180.	Ứng dụng CCOL	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ phần Dịch vụ Công chứng Trực tuyến	Số 02-4 Nguyễn Hoàng, P. An Phú, Tp. Thủ Đức, Tp. Hồ Chí Minh
181.	Dinogo	Sàn giao dịch TMĐT	Mất bảo	Công ty cổ phần du lịch Việt Nam Vntravel	Tầng 6, số 22 phố Láng Hạ, P. Láng Hạ, Q. Đống Đa, Tp. Hà Nội
182.	BookingCare	Sàn giao dịch TMĐT	PAVietnam	Công ty Cổ phần Công nghệ BookingCare	Lô B4/D21, Khu đô thị mới Cầu Giấy, P. Dịch Vọng Hậu, Q. Cầu Giấy, Tp. Hà Nội
183.	BAEMIN	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty TNHH Woowa Brothers Việt Nam	Tầng 4 và Tầng 5, Friendship Tower, 31 Lê Duẩn, P. Bến Nghé, Q. 1, Tp. Hồ Chí Minh
184.	Redmek	Sàn giao dịch TMĐT	iNET.vn	CÔNG TY CỔ PHẦN CÔNG NGHỆ REDMEK	Số 36, ngõ 1043, đường Giải Phóng, Phường Thịnh Liệt, Quận Hoàng Mai, Thành phố Hà Nội, Việt Nam
185.	Food Explorer	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting tại doanh nghiệp	Công ty Cổ phần Khám phá Ẩm thực	Số 8 Phước Hòa 4, P. Khuê Trung, Q. Cẩm Lệ, Tp. Đà Nẵng
186.	Kalpha	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công Ty TNHH Kalpha Services Vietnam	KCHTM (Shophouse) T1-A01.01, Tầng 1, Tháp T1, số 35/12 Bế Văn Cẩm, P. Tân Kiểng, Q. 7, TP. Hồ Chí Minh
187.	Doctor bear	Sàn giao dịch TMĐT	Mất bảo	Công ty Cổ phần DOCTOR BEAR	Lầu 2, 292/12 Cách Mạng Tháng 8, P. 10, Q. 3, Tp. HCM
188.	VinShop	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Hosting tại doanh nghiệp	Công ty cổ phần One Mount Distribution	Tầng 3, TVP T26, KĐT Times City, 458 Minh Khai, P. Vĩnh Tuy, Q. Hai Bà Trưng, TP. Hà Nội

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
189.	Kitra	Sàn giao dịch TMĐT	PAVietnam	Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch Kiên Giang	222 - 224 Trần Phú, P. Vĩnh Thanh Vân, Tp. Rạch Giá, Kiên Giang
190.	Gannha.com	Sàn giao dịch TMĐT	Mất bảo	Công ty Cổ Phần Công Nghệ TK 25	K1-G3, đường D1, Khu Công Nghệ Cao Tp.HCM, P. Tân Phú, Quận 9, Tp.HCM
191.	Consultant Anywhere	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty Cổ phần đầu tư MIHOKI	Tầng 8, Tòa nhà Prima Building, Số 22, Mai Anh Tuấn, P. Ô Chợ Dừa, Q. Đống Đa, Tp. Hà Nội.
192.	YOUMED – Đặt lịch khám dễ dàng	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty TNHH YOUMED VIỆT NAM	372/15/13H Đường Cách mạng tháng tám, P. 10, Q. 3, Tp. HCM
193.	Vsmart Chủ đề	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ phần nghiên cứu và sản xuất VINSMART	Lô CN1-06B-1&2 Khu Công nghiệp Công nghệ cao 1, Khu Công nghệ cao Hòa Lạc, X. Hạ Bằng, H. Thạch Thất, Tp. Hà Nội
194.	Ứng dụng TDTel	Sàn giao dịch TMĐT	PAVietnam	Công ty TNHH Đầu tư xây dựng thương mại bất động sản Tiên Dũng	83 Đinh Tiên Hoàng, P. 1, Q. Bình Thạnh, Tp. HCM
195.	Goodhomes.vn	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty TNHH EVERYDOY	107 Bến Vân Đồn, P. 9, Q. 4, Tp. HCM
196.	ViettelStudy	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Tập đoàn Công nghiệp - Viễn thông Quân đội	Lô D26 KĐT mới Cầu Giấy, P. Yên Hòa, Q. Cầu Giấy, Tp. Hà Nội
197.	Ứng dụng CenterOnline	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty Cổ phần Đào tạo Quản lý Trực tuyến OMT	Số 137 Chùa Láng, P. Láng Thượng, Q. Đống Đa, Tp. Hà Nội
198.	My Viettel	Sàn giao dịch TMĐT,	ViettelIDC	Tổng Công ty Viễn thông	Số 1, phố Giang Văn Minh, P. Kim Mã,

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
		Ứng dụng khuyến mại trực tuyến		Viettel - Chi nhánh tập đoàn Công nghiệp - Viễn thông quân đội Viettel	Q. Ba Đình, Hà Nội
199.	Chozoi	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng đấu giá trực tuyến	Khác	Công ty Cổ phần MCG	Số 7, ngõ 188 Lê Trọng Tấn, P. Khương Mai, Q. Thanh Xuân, Tp Hà Nội.
200.	Rightnow - Đặt vé sự kiện	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty TNHH ETRADING VIỆT NAM	Lô 35.243 Khu đô thị FPT Đà Nẵng, P. Hòa Hải, Q. Ngũ Hành Sơn, Đà Nẵng
201.	Land Store	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty TNHH Tư vấn đầu tư Thần Phong	Tầng 14, Tòa Nhà HM Town, 412 Nguyễn Thị Minh Khai, P. 5, Q. 3, Tp. HCM
202.	OKIVA	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty TNHH OKIVA E-COMMERCE	Lầu 8A, 454 Nguyễn Thị Minh Khai, P. 5, Q. 3, Tp. HCM
203.	Meete – Ưu đãi, đặt chỗ	Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Hosting nước ngoài	Công ty Cổ phần NGUYEN GROUP	Số 8, Đường 672, P. Phước Long B, Q. 9, Tp. HCM
204.	LAVADIN	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty TNHH Thương mại dịch vụ và phát triển công nghệ LAVADIN	Số 32/12 Ngõ Hòa Bình, Phố Khâm Thiên, P. Thổ Quan, Q. Đống Đa, Tp. Hà Nội.
205.	Sàn giao dịch ZaloPay	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Khác	Công ty Cổ phần Zion	Z06 Đường số 13, P. Tân Thuận Đông, Q. 7, Tp. Hồ Chí Minh
206.	viApp	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty Cổ phần Phát triển ứng dụng VISERVISE	89 Trần Trọng Cung, P. Tân Thuận Đông, Q. 7, Tp. HCM
207.	Sacnhanh	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ Phần Truyền Thông Mặt Tiền Á Châu	68/66 Trần Quang Khải, P. Tân Định, Q. 1, Tp. HCM

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
208.	Babaza	Sàn giao dịch TMĐT	ViettelIDC	Công ty TNHH Onit Việt Nam	16B/5K Khu phố Bình Đáng, P. Bình Hòa, Thị xã Thuận An, Bình Dương
209.	GoFun - Việc làm theo giờ	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty Cổ phần Ximgroup	P102, Số 25 T1 Tập thể sư đoàn 361, tổ 42, P. Yên Hòa, Q. Cầu Giấy, Tp. Hà Nội
210.	Thanh Diệp – Dịch Vụ Y Tế Trực Tuyến	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ phần Thanh Diệp INTIMEX Việt Nam	Số 6, ngách 87, ngõ 639 đường Hoàng Hoa Thám, P. Vĩnh Phúc, Q. Ba Đình, Tp Hà Nội
211.	Gọi Bác sĩ 24h	Sàn giao dịch TMĐT	PAVietnam	Công ty Cổ phần Gọi Bác Sĩ 24H	360 Lê Văn Lương, P. Tân Hưng, Q. 7, Tp HCM
212.	Vietnam Airlines	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Tổng công ty Hàng không Việt Nam - CTCP	Số 200 Nguyễn Sơn, Phường Bồ Đề, Quận Long Biên
213.	Rongbay.com	Sàn giao dịch TMĐT	VDC	Công ty Cổ phần VCCORP	Số 01 Nguyễn Huy Tưởng, P. Thanh Xuân Trung, Q. Thanh Xuân, Tp Hà Nội
214.	Fit in	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ phần Công Nghệ FITIN	Phòng 8.6, Lầu 8, Tòa nhà Le Meridien, 3C Tôn Đức Thắng, P. Bến Nghé, Q. 1, Tp. HCM
215.	Tín Đồ Hàng Hiệu	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ phần Thương mại điện tử Tín đồ hàng hiệu	Số 19 đường Nguyễn Công Hoan, P. Ngọc Khánh, Q. Ba Đình, Hà Nội
216.	Lookme - Đặt lịch làm đẹp	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Khác	Công ty Cổ Phần Lookme	481/14 Đường số 10, P. 8, Q. Gò Vấp, Tp. HCM
217.	Săn Ship - HeyU	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ phần công nghệ	Tầng 9, tòa nhà Minori 67A Trương Định,

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
				HeyU Việt Nam	P. Trương Định, Q. Hai Bà Trưng, Tp. Hà Nội
218.	VietSkin	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ phần dịch vụ y tế Gia Hân	Số 3 Ngõ 152 Phương Liệt, P. Phương Liệt, Q. Thanh Xuân, Tp. Hà Nội
219.	Traveloka	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty TNHH Traveloka Việt Nam	Tầng lửng tại Tầng 1 và Tầng 2, Tòa nhà An Phú Plaza, 117-119 Lý Chính Thắng, P. Võ Thị Sáu, Q. 3, Tp. Hồ Chí Minh
220.	Gotadi Hotels, Flights	Sàn giao dịch TMĐT	PAVietnam	CÔNG TY CỔ PHẦN CÔNG NGHỆ DU LỊCH GOTADI	Số 194 Nguyễn Thị Minh Khai, Phường 06, Quận 3, Hồ Chí Minh
221.	JOBNOW	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty Cổ phần ADT Quốc Tế	Số 7, Ngách 6, Ngõ 121 Trần Phú, P. Văn Quán, Q. Hà Đông, Tp. Hà Nội
222.	Livin PMH	Sàn giao dịch TMĐT	ViettelIDC	Công ty TNHH Công nghệ Hưng Thái	Phòng số 2, Lầu 4, Tòa nhà Lawrence S. Ting, 801 Nguyễn Văn Linh, P, Tân Phú, Q. 7, Tp. HCM
223.	Hahalolo	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting tại doanh nghiệp	Công ty Cổ phần Mạng xã hội Du lịch Hahalolo	400A-402 Điện Biên Phủ, P. 17, Q. Bình Thạnh, Tp.HCM
224.	Onky – Tư Vấn Sức Khỏe	Sàn giao dịch TMĐT	Vinahost	Công ty TNHH Dịch vụ trực tuyến ONKY	242 Cống Quỳnh, P. Phạm Ngũ Lão, Q. 1, Tp. HCM
225.	Thế giới thợ - thegioitho.com	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty Cổ phần Thế giới Thợ	77 Nguyễn Cơ Thạch, P. An Lợi Đông, Q. 2, Tp. HCM
226.	Phần mềm đặt và điều vận xe trực tuyến	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ phần EMDDI	Lô T2-4, Đường D1, Khu Công nghệ cao Thành phố Hồ Chí Minh, P. Tân Phú, Q.

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
	EMDDI				9, Tp. HCM
227.	Giấc mơ sữa Việt (eShop)	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ phần Sữa Việt Nam	10 Tân Trào, P. Tân Phú, Q. 7, Tp. Hồ Chí Minh
228.	VN NGÀY NAY	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Vinahost	Công ty TNHH Công nghệ mạng thông tin Việt Nam	Tòa nhà H2, Số 196 Hoàng Diệu, P. 08, Q. 4, Tp. Hồ Chí Minh
229.	VSMall	Sàn giao dịch TMĐT	FPT	Công ty TNHH VSMALL	Tầng 5 tòa nhà Ô số 06 Khu A1, A2 khu đầu giá QSDĐ đường Lê Đức Thọ, P. Mỹ Đình 2, Q. Nam Từ Liêm, Tp. Hà Nội
230.	NHIEMVU	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty TNHH NHIEMVU	353A Đường Trường Chinh, P. 14, Q. Tân Bình, Tp. HCM
231.	Nhadat24h.net - Bất động sản	Sàn giao dịch TMĐT	VDC	Công ty Cổ phần Tập đoàn Công nghệ REAL TECH	Ô TM 305, tầng 3, tòa nhà 105- CT2, Khu đô thị Văn Khê mở rộng, P. La Khê, Q. Hà Đông, Tp. Hà Nội
232.	ticketbook	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty Cổ phần ticketbook	Số 65 Đồng Đa, P. Thạch Thang, Q. Hải Châu, Đà Nẵng.
233.	Thuê Nhà	Sàn giao dịch TMĐT	FPT	Công ty Cổ phần sáng tạo ứng dụng CH APP	Số 38 ngõ 188, đường Đại Mỗ, P. Đại Mỗ, Q. Nam Từ Liêm, Tp. Hà Nội.
234.	EasyJob	Sàn giao dịch TMĐT	Vinahost	Công ty TNHH Một thành viên SHIBRANU	Tầng 19, Khu Văn Phòng, Tòa nhà Indochina Park Tower, số 04 Nguyễn Đình Chiểu, Phường Đa Kao, Q. 1, Tp.HCM
235.	ALIVAR	Sàn giao dịch TMĐT	ViettelIDC	Công ty Cổ phần INDIMAX	Tầng 6 Tòa nhà Hanoi Centerpoint, Số 27

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
					Đường Lê Văn Lương, P. Nhân Chính, Q. Thanh Xuân, Tp. Hà Nội
236.	Cộng Đồng Môi Giới	Sàn giao dịch TMĐT	Mất bảo	Công ty TNHH Cộng Đồng Môi Giới	Số 7 Đường Nội Khu Hưng Gia 4, P. Tân Phong, Q. 7, Tp. HCM
237.	Sàn giao dịch GaiA	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting tại doanh nghiệp	Công ty Cổ phần đầu tư Công nghệ và Xây dựng Á Đông	Số 1A Nguyễn Khang, P. Trung Hòa, Q. Cầu Giấy, Tp. Hà Nội.
238.	ION - DV Sửa Chữa	Sàn giao dịch TMĐT	ViettelIDC	Công ty TNHH Dịch vụ ION	85 Hoàng Văn Thái, P. Tân Phú, Q. 7, Tp. HCM
239.	OGANBAN	Sàn giao dịch TMĐT	ViettelIDC	Công ty TNHH Một thành viên Oganban Việt Nam	Số 235, Đường Lê Thúc Hoạch, P. Phú Thọ Hòa, Q. Tân Phú, Tp. HCM
240.	HAVAZ	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting tại doanh nghiệp	Công ty TNHH HAVAZ	Tầng 5, Tòa nhà số 125 đường Hoàng Ngân, P. Trung Hòa, Q. Cầu Giấy, Tp. Hà Nội
241.	Giftpop	Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	ViettelIDC	Công ty TNHH M12 PLUS	Số 9, ngõ 29 Láng Hạ, P. Thành Công, Q. Ba Đình, Tp. Hà Nội
242.	Việc Có	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ phần Việc Có	Tầng 1, Tòa nhà An Phú Plaza, 117 – 119 Lý Chính Thắng, P. 07, Q. 3, Tp. HCM
243.	Onecall	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty TNHH Triển khai công nghệ ONE CALL	08 Trần Nguyên Hãn, P. An Mỹ, TP. Tam Kỳ, Quảng Nam
244.	Viettel Money	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	ViettelIDC	Tập đoàn Công nghiệp - Viễn thông Quân đội	Lô D26 KĐT mới Cầu Giấy, P. Yên Hòa, Q. Cầu Giấy, Tp. Hà Nội

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
245.	VietHome Service	Sàn giao dịch TMĐT	Mất bảo	Công ty TNHH Thương mại và dịch vụ VIETHOMESERVICE Việt Nam	47 Đặng Tiến Đông, Phường Trung Liet, Quận Đống Đa, Thành phố Hà Nội
246.	Sàn giao dịch iWork	Sàn giao dịch TMĐT	Nhân Hòa	Công ty Cổ phần phát triển dịch vụ quốc tế Iwork	Tầng 12, tháp B, tòa nhà sông Đà, đường Phạm Hùng, P. Mỹ Đình 1, Q. Nam Từ Liêm, Tp. Hà Nội.
247.	Ứng dụng gọi xe tải Việt VTGO	Sàn giao dịch TMĐT	PAVietnam	Công ty Cổ phần công nghệ VTGO Việt Nam	Số 54 Ngõ 9 Phố Lương Định Của, P. Kim Liên, Q. Đống Đa, Tp. Hà nội
248.	Vihago	Sàn giao dịch TMĐT	Nhân Hòa	Công ty Cổ phần VIHAGO	Tầng 8, số 185, Giảng Võ, P. Cát Linh, Q. Đống Đa, Tp. Hà Nội
249.	SharingEconomy	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting tại doanh nghiệp	Công ty Cổ phần Giải Pháp Kinh Tế Chia sẻ	Nhà số 10, Đường 18A, Khu dân cư Bình Hưng, X. Bình Hưng, H. Bình Chánh, Tp. HCM
250.	VKHealth	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty CP Giải Pháp Sức Khỏe Vạn Khang	31A/8 Hùng Vương, Phường 9, Quận 5, TP. HCM
251.	YOYOSTAMP	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Hosting nước ngoài	Công ty TNHH YOYOSTAMP	130 Đường N, KP Mỹ Giang 2, P. Tân Phong, Q. 7, Tp. HCM
252.	DR.OH - Bệnh viện Đa khoa bỏ túi	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting tại doanh nghiệp	Công ty TNHH Một thành viên Bệnh viện Đa khoa Bỏ Túi	32/2 Thống Nhất, P. 10, Q. Gò Vấp, Tp. HCM
253.	Ứng dụng Wecan-vn	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty TNHH Dịch vụ	22 Đường 817A Tạ Quang Bửu, P. 5, Q.

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
				Thoại phong	8, Tp. HCM
254.	Be	Sàn giao dịch TMĐT	Nhân Hòa	Công ty Cổ phần BE GROUP	Tầng 16, Tòa nhà Sai Gon Tower, 29 Lê Duẩn, P. Bến Nghé, Q. 1, Tp. Hồ Chí Minh
255.	NEEDII	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty TNHH NEEDII	343/35/1 Trần Thủ Độ, P. Phú Thạnh, Q. Tân Phú, Tp. HCM
256.	VEXERE	Sàn giao dịch TMĐT	ViettelIDC	Công ty TNHH Thương mại dịch vụ VEXERE	8C Chữ Đồng Tử, P. 7, Q. Tân Bình, Tp. HCM
257.	Fastget	Sàn giao dịch TMĐT	PAVietnam	Công ty Cổ phần Fastget	48 Hoa Bằng, P. Tân Sơn Nhì, Q. Tân Phú, Tp. HCM
258.	Around	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Khác	Công ty Cổ phần Đầu tư Công nghệ NIP	168/14 đường D2, P. 25, Q. Bình Thạnh, Tp. HCM
259.	iSalon Booking	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	ViettelIDC	Công ty TNHH Đầu tư công nghệ SALON	Số nhà 933C đường Đê La Thành, P. Ngọc Khánh, Q. Ba Đình, Tp. Hà Nội
260.	iLogic	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty Cổ phần ILOGIC	4 Phạm Ngọc Thạch, P. Bến Nghé, Q. 1, Tp. HCM
261.	FASTGO	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ Phần FASTGO Việt Nam	Tầng 3, tòa nhà VTC online, số 18 đường Tam Trinh, P. Minh Khai, Q. Hai Bà Trưng, Tp. Hà Nội.
262.	Rao Vặt 365	Sàn giao dịch TMĐT	PAVietnam	Công ty TNHH Phát triển phần mềm SNQ	Số 13 - C1b đường số 5, khu dân cư Phú Thịnh - Phường Phú Thọ - Thành phố Thủ Dầu Một - Bình Dương

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
263.	Blacasa Gia sư	Sàn giao dịch TMĐT	ViettelIDC	Công ty Cổ phần Blacasa Việt Nam	Số 10, ngách 192/30 Yên Duyên, P. Yên Sở, Q. Hoàng Mai, Tp. Hà Nội
264.	Thuê Nhanh	Sàn giao dịch TMĐT	PAVietnam	Công ty TNHH Phát triển phần mềm SNQ	Số 13 - C1b đường số 5, khu dân cư Phú Thịnh - Phường Phú Thọ - Thành phố Thủ Dầu Một - Bình Dương
265.	PiepMe	Sàn giao dịch TMĐT	ViettelIDC	Công ty Cổ phần Ong Chúa	Lô số 6, Lý Nhật Quang, P. Nại Hiên Đông, Q. Sơn Trà, Đà Nẵng.
266.	Peko Rewards wallet	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Hosting nước ngoài	Công ty Cổ phần Hungry Bear Internet Việt Nam	số 67, ngõ 113 Thái Thịnh, P. Thịnh Quang, Q. Đống Đa, Tp. Hà Nội
267.	Amely	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty TNHH Sáng tạo Công nghệ Quốc tế MDI	Số 2 Chương Dương Độ, P. Chương Dương, Q. Hoàn Kiếm, Tp. Hà Nội
268.	UMC - Đăng Ký Khám Bệnh Online	Sàn giao dịch TMĐT	ViettelIDC	Công ty Cổ phần ứng dụng PKH	97 Trần Quang Diệu, P. 14, Q. 3, Tp. Hồ Chí Minh
269.	Tera Nhà Đất	Sàn giao dịch TMĐT	Mất bảo	Công ty Cổ phần Công nghệ Bất Động Sản Việt Nam	Tòa nhà SBI, Lô số 6B, Đường số 3 Công viên phần mềm Quang Trung, Phường Tân Chánh Hiệp, Quận 12, Tp.HCM
270.	Vievie	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty TNHH Vievie Healthcare	109 Xuân Hồng P. 12, Q. Tân Bình, Tp. HCM
271.	Quà tặng Galaxy	Sàn giao dịch TMĐT	Vhost.vn	Công ty TNHH Samsung Electronics Việt Nam Thái Nguyên - Chi nhánh Thành Phố Hồ Chí Minh	Tầng 25, Tòa nhà Bitexco, Số 2 Hải Triều, P. Bến Nghé, Q. 1

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
272.	IURA	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty TNHH giải pháp kết nối luật IURA	Lầu 2 số 26-28 Đường Nguyễn Gia Trí, P. 25, Q. Bình Thạnh, Tp HCM
273.	Việc nhà nhanh	Sàn giao dịch TMĐT		Công ty Cổ phần việc nhà nhanh HMEXPRESS	Số 8, Ngõ 76/5 đường Nguyễn Chí Thanh, P. Láng Thượng, Q. Đống Đa, Tp. Hà Nội
274.	STREAMY	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty TNHH STREAMY	Số 66 Đường Phó Đức Chính, Ph. Nguyễn Thái Bình, Q. 1, Tp. HCM
275.	ezPark.vn - Đỗ xe thông minh	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty TNHH Giải Pháp Công Nghệ Hạt Đậu Đỏ	111B đường số 1, P. Bình Hưng Hòa A, Q. Bình Tân, Tp. HCM
276.	Beecow	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Hosting nước ngoài	Công ty TNHH Mediastep Software Việt Nam	Tầng 11, Vietjet Plaza, Số 60A Đường Trường Sơn, Phường 2, Quận Tân Bình, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam
277.	Ứng dụng KHCN trong hỗ trợ quản lý và kết nối hoạt động vận tải hành khách theo hợp đồng (XELO)	Sàn giao dịch TMĐT	FPT	Công ty Cổ phần công nghệ trực tuyến Skysoft	Tầng 2, tòa 21B5, Khu CT2, KĐT thành phố Giao Lưu, số 232 Phạm Văn Đồng, Cổ Nhuế 1, Q. Bắc Từ Liêm, Tp. Hà Nội, Việt Nam
278.	GIBI (Goldbeetle App)	Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Hosting tại doanh nghiệp	Công ty TNHH FELIZ	90 đường số 1, khu dân cư Trung Sơn, X. Bình Hưng, H. Bình Chánh, Tp. HCM
279.	Dimall – Chợ sỉ thông minh dành cho người Việt.	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty TNHH KỸ THUẬT MẠNG DLB	Số 20, đường Sông Thao, P. 2, Q. Tân Bình, Tp. HCM
280.	LIXI	Sàn giao dịch TMĐT,	Khác	Công ty TNHH NEXTADS	Tòa nhà H2, 196 Hoàng Diệu, P. 8, Q. 4,

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
		Ứng dụng khuyến mại trực tuyến			Tp. HCM
281.	Around - Mạng xã hội địa điểm	Sàn giao dịch TMĐT	ViettelIDC	Công ty Cổ phần Truyền thông Và Công nghệ LITTLEWORLD	195/1B Tôn Thất Thuyết, P. 03, Q. 4, Tp. HCM
282.	Viren	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty TNHH Giao Nhận Vận Chuyển Vina Rental	29 Vũ Tông Phan, Khu Phố 5, Phường An Phú, Quận 2, TP Hồ Chí Minh
283.	BUTL	Sàn giao dịch TMĐT	Khác	Công ty Cổ phần Dịch Vụ Bạn Uống Tôi Lái	Số 24 đường DN7, P. Tân Hưng Thuận, Q. 12, Tp. HCM
284.	Ứng dụng tìm việc trên thiết bị di động của Vietnamworks	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting tại doanh nghiệp	Công ty Cổ phần Navigos Group Việt Nam	Tầng 20, tòa nhà e.town Central, 11 Đoàn Văn Bơ, P. 13, Q. 4, Tp. Hồ Chí Minh
285.	Ví MoMo - Nạp Tiền Điện Thoại & Thanh Toán Hóa Đơn	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting tại doanh nghiệp	Công ty cổ phần dịch vụ di động trực tuyến	Tầng 6, Tòa nhà Phú Mỹ Hưng, số 8, đường Hoàng Văn Thái, khu phố 1, P. Tân Phú, Q.7, Tp. Hồ Chí Minh
286.	Landber - Ứng dụng mua bán nhà đất số 1 Việt Nam	Sàn giao dịch TMĐT	VDC	Công ty Cổ phần Đầu Tư Reway Group	Tầng 8 Hapulico Center, Số 1 Nguyễn Huy Tưởng, P. Thanh Xuân, Q. Thanh Xuân, Tp.Hà Nội
287.	Hatoxu	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty Cổ phần Truyền thông và Quảng cáo Pacific	Số 2B, ngõ 312/1/2, đường Kim Giang, P. Đại Kim, Q. Hoàng Mai, Tp. Hà Nội
288.	Hago.me	Sàn giao dịch TMĐT	PAVietnam	Công ty TNHH TM Hago.me	123 Nguyễn Đình Chiểu, Q.3, TP. HCM
289.	Go2Joy - Đặt phòng	Sàn giao dịch TMĐT,	PAVietnam	Công ty Cổ phần Go2Joy	5A/2 Trần Phú, P. 4, Q. 5, TP. Hồ Chí

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
	theo giờ	Ứng dụng khuyến mại trực tuyến		Việt Nam	Mình
290.	Sendo	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	FPT	Công ty Cổ Phần Công Nghệ Sen Đỏ	Tầng 5, Toà nhà A, Vườn Ươm Doanh Nghiệp, Lô D.01, Đường Tân Thuận, KCX Tân Thuận, P. Tân Thuận Đông, Q. 7, Tp. Hồ Chí Minh
291.	UP Inns	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công Ty Cổ Phần Đầu Tư Thương Mại Dịch Vụ Up	Tầng 2, Tòa Nhà Ngọc Đông Dương, 76 Cách Mạng Tháng 8, P.6, Q.3
292.	ECGo-ECG on the go	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty Cổ phần Truyền thông và Công nghệ An An	Cụm Công nghiệp Lai xá, X. Kim Chung, H. Hoài Đức, Tp. Hà Nội
293.	Chợ Tốt – Mua bán rao vặt	Sàn giao dịch TMĐT	FPT	Công ty TNHH Chợ Tốt	Tầng 18, Toà nhà UOA, Số 6 đường Tân Trào, P. Tân Phú, Q. 7, Tp. Hồ Chí Minh
294.	Clingme	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	ViettelIDC	Công ty Cổ phần Gigatum Việt nam	Tầng 6, tòa nhà Việt Á, số 9 phố Duy Tân, P. Dịch Vọng Hậu, Q. Cầu Giấy, Tp. Hà Nội
295.	Grab	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Hosting nước ngoài	Công ty TNHH Grab	Tòa nhà Mapletree Business Centre, 1060 Nguyễn Văn Linh, P. Tân Phong, Q. 7, Tp. Hồ Chí Minh
296.	Okiela: Mua sắm trên di động	Sàn giao dịch TMĐT	ViettelIDC	Công ty TNHH Okiela Việt Nam	133 Dương Bá Trạc, Phường 1, Quận 8, TP. HCM
297.	Reeting.com	Sàn giao dịch TMĐT	ViettelIDC	Công ty TNHH Reeting Internet	Lầu 4, Tòa nhà Vinaconex, 47 Điện Biên Phủ, P. Đa Kao, Q. 1, Tp HCM
298.	Thousand Hands	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước	Công ty TNHH Thousand	137 Lê Quang Định P14 Q Bình Thạnh

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
			ngoài	Hands	TPHCM
299.	Tappmarket	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty TNHH Tappcommerce Việt Nam	Lầu 9, Tòa nhà Miss Áo Dài, số 21 Nguyễn Trung Ngạn, P. Bến Nghé, Q. 1, Tp. HCM
300.	Tiki.vn	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Hosting nước ngoài	Công ty TNHH TI KI	52 Út Tịch, P. 4, Q. Tân Bình, Tp. Hồ Chí Minh
301.	Golfconnect24	Sàn giao dịch TMĐT	Hosting nước ngoài	Công ty TNHH Ludiino	8A Phạm Đình Toái, P.6, Q.3, TP. HCM
302.	Sàn giao dịch TMĐT Banxehoi.com	Sàn giao dịch TMĐT	Mất bảo	Công ty Cổ phần Nextgen Việt Nam	Tầng 29 Tòa Keangnam Landmark, KĐT mới Cầu Giấy, Phường Mỹ Trì, Quận Nam Từ Liêm, TP. Hà Nội, Việt Nam
303.	Hotdeal.vn	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	VDC	Công ty Cổ Phần Hotdeal	Tầng 2, Số 70 Đường Lữ Gia, Phường 15, Quận 11
304.	Fastsell	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Khác	Công Ty TNHH Fastsell	17 ngõ 294/2 Kim Mã, Phường Kim Mã, Quận Ba Đình, TP Hà Nội
305.	DDAU	Sàn giao dịch TMĐT	VDC	Công ty TNHH Địa Điểm Ăn Uống	372-374 Trần Hưng Đạo, P.2, Q.5, Tp. Hồ Chí Minh
306.	Sàn giao dịch TMĐT batdongsan.com.vn	Sàn giao dịch TMĐT	FPT	Công ty Cổ phần PropertyGuru Việt Nam	Phòng 3103-3108, tầng 31 Keangnam Hanoi Landmark Tower, khu E6, KĐT Cầu Giấy, P. Mỹ Trì, Q. Nam Từ Liêm, Tp. Hà Nội

STT	Tên ứng dụng	Loại hình dịch vụ cung cấp trên Ứng dụng	Đơn vị cung cấp dịch vụ Hosting	Tên cá nhân/thương nhân/tổ chức	Địa chỉ
307.	PasGo	Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	ViettelIDC	Công Ty Cổ Phần PasGo	Tầng 02 tòa nhà VTC online số 18 Tam Trinh, P. Minh Khai, Q. Hai Bà Trưng, Tp Hà Nội
308.	MOKI - Mua bán trên di động cho mẹ và bé	Sàn giao dịch TMĐT, Ứng dụng khuyến mại trực tuyến	Nhân Hòa	Công ty Cổ Phần Moki	Số 6, ngõ 50, đường Lĩnh Nam, P. Mai Động, Q. Hoàng Mai, Tp. Hà Nội
309.	BiBaBo– Hỏi đáp sức khỏe cho con	Sàn giao dịch TMĐT	VDC	Công ty TNHH BIBABO	Tầng 4, Tòa nhà Comatce, Số 61, Ngụy Như Kon Tum, P. Nhân Chính, Q. Thanh Xuân, Tp. Hà Nội
310.	chovinh.com	Sàn giao dịch TMĐT	HostVN.net	Công Ty CP Golden City	Tầng 3, khách sạn Mường Thanh Phương Đông, Số 02 Trường Thi, Tp Vinh, Nghệ An