VNU Journal of Science: Legal Studies

Journal homepage: https://js.vnu.edu.vn/LS

Original Article

E-commerce in Vietnam: Current Practice and Legal Solutions

Nguyen Hoang Anh[1,*], Nguyễn Việt Phương[2]

[1]*VNU University of Law, 144 Xuan Thuy, Cau Giay, Hanoi, Vietnam*

[2]*Academy of Security Engineering and Technology, Hoa Lac, Ha Noi, Vietnam*

Received 26 November 2024
Revised 23 October 2025; Accepted 14 April 2026

Abstract: This article analyzes the current development of e-commerce in Vietnam from a legal perspective, based on an assessment of market size, market structure, and the level of completeness of the existing legal framework. The findings indicate that, despite maintaining a high growth rate, Vietnam's e-commerce sector continues to exhibit several structural challenges: i) a high level of market concentration in a small number of foreign platforms; ii) uneven development across regions; iii) widespread legal violations and persistent shortcomings in consumer protection; iv) the lack of specificity in the legal framework governing cross-border e-commerce activities; v) limited effectiveness in tax administration. The Law on E-commerce 2025 represents a significant step toward establishing a more unified and modern legal framework for e-commerce. However, this study argues that the law's effectiveness will largely depend on its concretization through implementing regulations and on the capacity for practical enforcement. On this basis, the article proposes a set of legal reforms aimed at strengthening platform regulation, enhancing enforcement effectiveness, promoting the use of technology in monitoring and supervision, and expanding international cooperation in the governance of cross-border e-commerce.

Keywords: E-commerce law; platform liability; consumer protection; data security.

* Corresponding author.
E-mail address: anhnhkl@vnu.edu.vn

https://doi.org/10.25073/2588-1167/vnuls.4831

Thương mại điện tử tại Việt Nam: Thực trạng và một số giải pháp pháp lý

Nguyễn Hoàng Anh[1,*], Nguyễn Việt Phương[2]

[1]*Trường Đại học Luật, Đại học Quốc gia Hà Nội, 144 Xuân Thuỷ, Cầu Giấy, Hà Nội, Việt Nam*
[2]*Học viện Kỹ thuật Công nghệ An ninh, Hòa Lạc, Hà Nội, Việt Nam*

Nhận ngày 26 tháng 11 năm 2024
Chỉnh sửa ngày 23 tháng 10 năm 2025; Chấp nhận đăng ngày 14 tháng 4 năm 2026

Tóm tắt: Bài viết phân tích thực trạng phát triển thương mại điện tử tại Việt Nam hiện nay dưới góc độ pháp lý, trên cơ sở đánh giá quy mô, cấu trúc thị trường và mức độ hoàn thiện của khung pháp luật hiện hành. Kết quả nghiên cứu cho thấy, mặc dù thương mại điện tử Việt Nam duy trì tốc độ tăng trưởng cao nhưng vẫn bộc lộ nhiều bất cập mang tính cấu trúc như: i) sự tập trung thị trường cao vào một số nền tảng nước ngoài; ii) chênh lệch phát triển giữa các vùng miền; iii) vi phạm pháp luật còn nhiều và việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng còn bất cập; iv) sự thiếu cụ thể của khung pháp lý trong điều chỉnh hoạt động thương mại điện tử xuyên biên giới; v) hiệu quả quản lý thuế còn hạn chế. Luật Thương mại điện tử năm 2025 là bước tiến quan trọng nhằm thiết lập khuôn khổ pháp lý thống nhất và hiện đại hơn cho thương mại điện tử. Tuy nhiên, nghiên cứu cho rằng hiệu quả của đạo luật này phụ thuộc lớn vào khả năng cụ thể hóa bằng văn bản hướng dẫn và năng lực thực thi trong thực tiễn. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất các giải pháp hoàn thiện pháp luật theo hướng tăng cường điều tiết nền tảng số, nâng cao hiệu quả thực thi, thúc đẩy ứng dụng công nghệ trong giám sát và tăng cường hợp tác quốc tế trong quản lý thương mại điện tử xuyên biên giới.

Từ khóa: Pháp luật thương mại điện tử, trách nhiệm nền tảng số, bảo vệ người tiêu dùng, an ninh dữ liệu.

1. Thương mại điện tử và khung pháp luật về thương mại điện tử ở Việt Nam

Theo Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD), thương mại điện tử (TMĐT) được định nghĩa là "việc mua bán hàng hóa hoặc dịch vụ, được thực hiện qua mạng máy tính bằng các phương pháp được thiết kế đặc biệt cho mục đích nhận hoặc đặt hàng" [1]. Khái niệm này xác định TMĐT dựa trên phương thức đặt hàng chứ không dựa trên các đặc điểm của sản phẩm được mua, các bên liên quan, phương thức thanh toán hoặc kênh giao hàng. Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) cũng định nghĩa "TMĐT là việc sản xuất, phân phối, buôn bán, cung ứng và giao nhận hàng hóa, dịch vụ qua các mạng điện tử" [2]. Luật Thương mại điện tử năm 2025 của Việt Nam cũng tiếp cận tương tự: "Hoạt động thương mại điện tử là hoạt động thương mại được tiến hành một phần hoặc toàn bộ trên môi trường điện tử" (Khoản 1 Điều 3 Luật Thương mại điện tử năm 2025).

TMĐT ở Việt Nam ngày càng giữ vai trò đóng góp vào tăng trưởng kinh tế: mức tăng trưởng trung bình 24% mỗi năm, đạt doanh thu bán lẻ 11,8 tỷ USD vào năm 2020, chiếm 5,5% tổng doanh thu bán lẻ cả nước. Số lượng người tiêu dùng trực tuyến ước tính đạt 49 triệu người,

* Tác giả liên hệ.
Địa chỉ email: anhnhkl@vnu.edu.vn
https://doi.org/10.25073/2588-1167/vnuls.4831

với giá trị mua sắm trung bình mỗi người lên tới 240 USD [3]. Phân tích cơ cấu giao dịch cho thấy hơn 80% giao dịch TMĐT được thực hiện thông qua thiết bị di động (mobile-first). Năm 2024, 92% người tham gia mua sắm trực tuyến sử dụng thiết bị thông minh di động, trong đó 50% thực hiện giao dịch hàng tuần qua ứng dụng di động và mạng xã hội [4]. Các báo cáo quốc tế dự báo tốc độ tăng trưởng kép hàng năm trung bình (Compound Annual Growth Rate - CAGR) của TMĐT Việt Nam đạt 20-28% trong giai đoạn 2025-2030, với tiềm năng đạt mốc 50-70 tỷ USD vào năm 2030 [5].

Hệ thống pháp luật điều chỉnh hoạt động TMĐT tại Việt Nam hiện nay được hình thành từ nhiều văn bản pháp luật khác nhau và có xu hướng đang chuyển dần từ mô hình điều chỉnh phân tán sang khung pháp lý chuyên ngành. Luật Giao dịch điện tử năm 2023 tạo nền tảng pháp lý chung cho các giao dịch bằng phương tiện điện tử. Trước khi có Luật Thương mại điện tử năm 2025, hoạt động TMĐT chủ yếu được điều chỉnh bởi Nghị định 52/2013/NĐ-CP và Nghị định 85/2021/NĐ-CP. Luật Thương mại điện tử năm 2025 (có hiệu lực từ 01/7/2026) điều chỉnh khá toàn diện hoạt động TMĐT, nhằm thống nhất và hiện đại hóa các quy định trước đây.

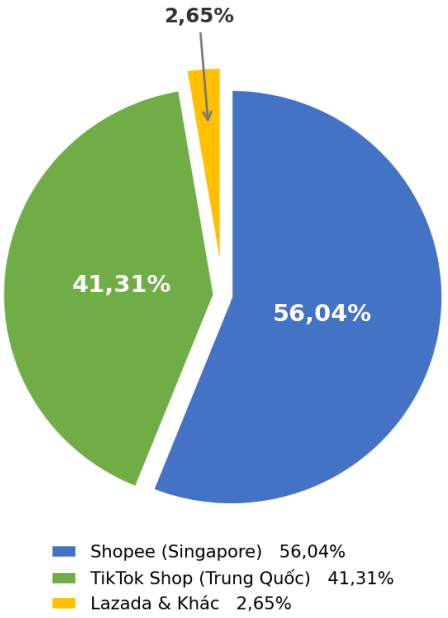
Các văn bản trên tạo nên khung pháp lý cơ bản cho TMĐT và ngày càng được hoàn thiện, tuy nhiên vẫn tồn tại một số vấn đề cần cụ thể hóa hoặc cần điều chỉnh nhất quán, nhất là đặt trong bối cảnh TMĐT bùng nổ và kéo theo một số vấn đề nổi trội trên thực tiễn: sự chênh lệch giữa các nền tảng lớn và doanh nghiệp nhỏ ở Việt Nam; sự bất bình đẳng giữa các vùng miền; vấn đề bảo vệ dữ liệu cá nhân và bảo vệ người tiêu dùng trong môi trường TMĐT ngày càng phức tạp.

2. Độc quyền thị trường của các nền tảng lớn

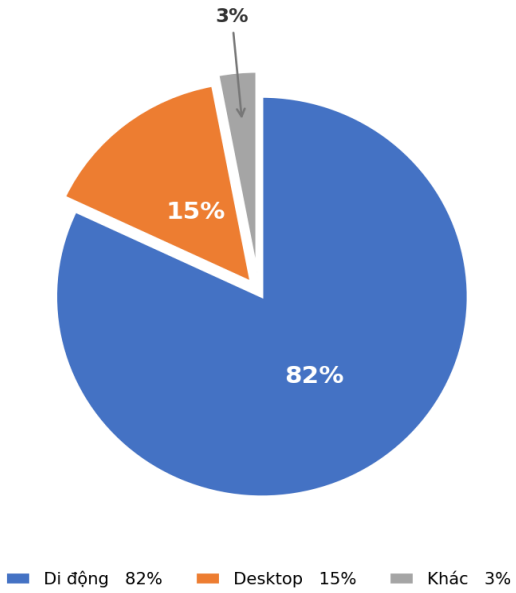
Sự phát triển nhanh của TMĐT tại Việt Nam trong những năm gần đây đã làm nổi lên một vấn đề quan trọng về cấu trúc thị trường: sự tập trung quyền lực kinh tế vào một số nền tảng số lớn. Phần lớn giao dịch TMĐT bán lẻ trực tuyến tại Việt Nam tập trung vào một số nền tảng chủ đạo, trong đó các nền tảng có vốn đầu tư nước ngoài chiếm tỷ trọng lớn về thị phần và giá trị giao dịch.

Theo Báo cáo Thị trường sàn bán lẻ trực tuyến Việt Nam 2025 của Metric.vn và Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam 2025 (EBI 2025) của VECOM, Shopee (Singapore) nắm giữ 56,04% thị phần doanh số, trong khi TikTok Shop (Trung Quốc) chiếm 41,31%. Tổng cộng, hai nền tảng này chiếm tới 97,35% thị trường bán lẻ trực tuyến trên 4 sàn lớn. Tổng giá trị giao dịch (GMV) đạt khoảng 429-458 nghìn tỷ đồng (tương đương 16-17 tỷ USD), tăng khoảng 26-35% so với năm 2024 [6]. Đáng chú ý, tăng trưởng doanh thu chủ yếu tập trung vào nhóm gian hàng chuyên nghiệp và chính hãng (Shop Mall), trong khi các gian hàng nhỏ lẻ ngày càng bị đào thải [6].

Thực trạng nêu trên dẫn đến khó khăn trong việc thực thi định hướng tự chủ công nghệ và giảm phụ thuộc vào nền tảng nước ngoài. Người bán trên các sàn TMĐT - phần lớn là hộ kinh doanh cá nhân và doanh nghiệp nhỏ lẻ (khoảng 650.000 gian hàng có phát sinh đơn hàng trong năm 2024) - đang ở vị thế bất lợi rõ rệt so với các nền tảng lớn [9].



Biểu đồ 1. Thị phần các sàn TMĐT tại Việt Nam năm 2025.



Biểu đồ 2. Cơ cấu thiết bị truy cập TMĐT tại Việt Nam năm 2025.

Nguồn: Dựa trên Báo cáo TMĐT Việt Nam 2025 [7] và Báo cáo EBI 2025 [8], điều chỉnh quý II/2025.

Mặc dù Luật Cạnh tranh năm 2018 có quy định về vị trí thống lĩnh thị trường (Điều 27), việc áp dụng đối với các nền tảng số xuyên biên giới vẫn gặp nhiều khó khăn. Luật Thương mại điện tử năm 2025 đã có bước tiến quan trọng trong việc thiết lập cơ chế quản lý nền tảng TMĐT xuyên biên giới. Tuy nhiên, dù đã có những nỗ lực đáng kể nhưng Luật Thương mại điện tử năm 2025 vẫn chưa thiết lập một chế độ pháp lý riêng để kiểm soát hành vi lạm dụng vị trí thống lĩnh của các nền tảng số. Những hành vi đặc thù như tự ưu tiên (self-preferencing), ép buộc người bán sử dụng các dịch vụ nội bộ của nền tảng [10], hay khai thác dữ liệu giao dịch của người bán để cạnh tranh trực tiếp với họ [11] chưa được quy định cụ thể.

Liên minh châu Âu với Đạo luật Thị trường số (Digital Markets Act - DMA) đã áp đặt các nghĩa vụ đặc biệt đối với các nền tảng lớn được xác định là "gatekeepers", phản ánh xu hướng chuyển từ mô hình thực thi cạnh tranh truyền thống sang mô hình điều tiết nền tảng số theo hướng phòng ngừa (ex-ante regulation) [10]. Các công cụ cạnh tranh truyền thống không còn đủ để đánh giá sức mạnh thị trường trong môi trường số, bởi quyền lực thị trường có thể xuất phát từ khả năng kiểm soát dữ liệu, thuật toán và hạ tầng kỹ thuật số [12].

Đối với Việt Nam, sự phát triển nhanh của các nền tảng TMĐT lớn cũng đặt ra yêu cầu cần tiếp tục hoàn thiện khung pháp lý về cạnh tranh trong lĩnh vực nền tảng số. Việc kiểm soát sức mạnh thống lĩnh thị trường của các nền tảng TMĐT không thể chỉ dựa vào Luật Thương mại điện tử, mà cần có sự phối hợp giữa Luật Thương mại điện tử, Luật Cạnh tranh và các quy định về quản trị dữ liệu. Các tiêu chí đánh giá sức mạnh thị trường trong môi trường nền tảng nên được mở rộng, bao gồm khả năng kiểm soát dữ liệu người dùng, hiệu ứng mạng lưới, quy mô hệ sinh thái dịch vụ và mức độ phụ thuộc của doanh nghiệp vào nền tảng.

Luật Thương mại điện tử năm 2025 đã có những bước tiến đáng kể trong việc tăng cường quản lý hoạt động TMĐT và kiểm soát các nền tảng xuyên biên giới, nhưng vẫn chủ yếu giải quyết vấn đề từ góc độ quản lý hoạt động TMĐT và bảo vệ người tiêu dùng. Trong khi đó, vấn đề sức mạnh thị trường của các nền tảng số vẫn cần được tiếp tục hoàn thiện thông qua các công cụ của pháp luật cạnh tranh và quản trị dữ liệu. Việc phát triển một khuôn khổ pháp lý toàn diện cho nền kinh tế nền tảng, trong đó kết hợp giữa điều tiết cạnh tranh, quản trị dữ liệu và trách nhiệm nền tảng, là định hướng chính sách cần thiết trong giai đoạn tới.

Mặt khác, tính khả thi của các quy định này phụ thuộc lớn vào cơ chế hợp tác quốc tế và thực thi xuyên biên giới, vốn được OECD xác định là một trong những thách thức lớn nhất của quản trị kinh tế số toàn cầu [13].

Nếu thiếu cơ chế phối hợp quốc tế (ví dụ trao đổi dữ liệu thuế, cưỡng chế nghĩa vụ), quy định này có nguy cơ bị né tránh thông qua cấu trúc pháp lý phức tạp của các tập đoàn công nghệ.

3. Cơ chế hỗ trợ doanh nghiệp trong nước

Một trong những vấn đề pháp lý đáng chú ý

trong sự phát triển của TMĐT tại Việt Nam là sự thiếu hụt cơ chế hỗ trợ hiệu quả đối với doanh nghiệp trong nước, đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs). Dữ liệu thực tiễn cho thấy, trong khi doanh nghiệp trong nước chỉ đạt mức tăng trưởng khoảng 21% trong quý II năm 2025, thì các nền tảng nước ngoài như TikTok Shop lại ghi nhận mức tăng trưởng vượt trội, có thời điểm lên tới 148% [6].

Cần thiết lập cơ chế hỗ trợ doanh nghiệp trong nước thông qua các chính sách ưu đãi về thuế, phí và tiếp cận công nghệ. Quốc hội đã thông qua Nghị quyết số 198/2025/QH15 ngày 17/5/2025 với nhiều cơ chế quan trọng: miễn thuế thu nhập doanh nghiệp trong 03 năm đầu; ưu tiên trong mua sắm công; hỗ trợ tiếp cận đất đai và mặt bằng sản xuất; ưu đãi tín dụng từ Quỹ Phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa [14].

Về mặt tác động chính sách, việc triển khai hiệu quả các cơ chế hỗ trợ SMEs trong TMĐT có thể góp phần gia tăng số lượng doanh nghiệp nội địa tham gia thị trường, hạn chế xu hướng suy giảm số gian hàng nội địa (ước tính khoảng 7–10% trong năm 2025) [8], đồng thời thúc đẩy hoạt động xuất khẩu thông qua TMĐT. Bên cạnh đó, cần xây dựng cơ chế chia sẻ dữ liệu hợp lý giữa nền tảng và doanh nghiệp nhằm giảm bất cân xứng thông tin, nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Ngoài ra, cần tăng cường nghĩa vụ minh bạch thuật toán đối với các nền tảng TMĐT lớn, nhằm hạn chế các hành vi phân biệt đối xử hoặc tạo lợi thế không công bằng [12].

4. Vấn đề an ninh dữ liệu

Một trong những vấn đề pháp lý nổi bật song hành cùng sự phát triển của TMĐT là an ninh dữ liệu, đặc biệt là dữ liệu cá nhân của người tiêu dùng. Trong kinh tế nền tảng, dữ liệu không chỉ là thông tin phục vụ giao dịch mà còn trở thành tài sản chiến lược của doanh nghiệp [15].

Sự tham gia ngày càng sâu của các nhà đầu tư nước ngoài vào thị trường TMĐT Việt Nam đặt ra nhiều thách thức đối với an ninh dữ liệu. Theo nghiên cứu của Kuner, việc chuyển dữ liệu xuyên biên giới trong nền kinh tế số đặt ra những thách thức lớn đối với chủ quyền dữ liệu và khả năng thực thi pháp luật của các quốc gia [16].

Luật Thương mại điện tử năm 2025 đã có những bước tiến đáng kể trong bảo đảm an ninh dữ liệu. Luật yêu cầu các nền tảng TMĐT xuyên biên giới phải đăng ký hoạt động, chỉ định đại diện pháp lý hoặc thành lập pháp nhân tại Việt Nam [10]. Tuy nhiên, luật cũng chưa quy định rõ cơ chế kiểm soát đối với việc chuyển dữ liệu giao dịch và dữ liệu người tiêu dùng ra nước ngoài. Dự thảo Nghị định hướng dẫn Luật Thương mại điện tử đã yêu cầu các nền tảng cần công khai thông tin về chủ sở hữu, chính sách bảo vệ dữ liệu và thông tin cá nhân [17].

5. Chênh lệch về mức độ phát triển thương mại điện tử giữa các địa phương

Một trong những vấn đề nổi bật của TMĐT tại Việt Nam là sự phát triển không đồng đều giữa các vùng, miền, thể hiện rõ qua sự chênh lệch đáng kể về mức độ tiếp cận, hạ tầng và năng lực tham gia thị trường số. Trong nghiên cứu về kinh tế số, hiện tượng này thường được gọi là "khoảng cách số" (digital divide) [18].

Theo EBI 2025 của VECOM, sự chênh lệch về trình độ phát triển TMĐT giữa các địa phương là rất lớn: Hà Nội đứng đầu với 74,7 điểm, TP. Hồ Chí Minh đạt 73,5 điểm, trong khi Đà Nẵng chỉ đạt 28,1 điểm [8]. Khoảng 70% giao dịch TMĐT tập trung tại hai đô thị lớn, trong khi khu vực nông thôn và vùng sâu, vùng xa chỉ chiếm khoảng 10-15%.

Thực tiễn cho thấy, hạ tầng phục vụ TMĐT tại nhiều địa phương còn hạn chế. Theo báo cáo của Ngân hàng Thế giới, khoảng 50% dân số tại khu vực nông thôn Việt Nam chưa có đủ kỹ năng số cơ bản [19]. Đồng thời, tỷ lệ tiếp cận internet cũng có sự chênh lệch đáng kể giữa khu vực đô thị (khoảng 85%) và nông thôn (khoảng 60%) [20].

Luật Thương mại điện tử năm 2025 đã có bước tiến đáng ghi nhận khi lần đầu tiên đưa vào các quy định mang tính định hướng về phát triển TMĐT theo hướng cân bằng và bền vững giữa các vùng, miền. Cách tiếp cận này phù hợp với

xu hướng quốc tế về phát triển kinh tế số bao trùm (inclusive digital economy), trong đó nhấn mạnh vai trò của Nhà nước trong việc thu hẹp khoảng cách số [19].

6. Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử

Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong TMĐT đang trở thành một trong những thách thức pháp lý trọng tâm. Năm 2024, tổng mức xử phạt hành chính do Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số xử phạt là 222 triệu đồng. Năm 2023 đã gỡ bỏ hơn 20.000 gian hàng với hơn 50.000 sản phẩm vi phạm [3]. Trong năm 2025, lực lượng QLTT đã kiểm tra 27.540 vụ; phát hiện, xử lý 23.402 vụ vi phạm; thu nộp ngân sách nhà nước gần 372 tỷ đồng [21].

Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023 đã thiết lập các nguyên tắc quan trọng như minh bạch thông tin, cơ chế giải quyết khiếu nại và bồi thường thiệt hại, nhưng các quy định này chủ yếu được thiết kế cho môi trường giao dịch truyền thống. Đối với bảo vệ dữ liệu cá nhân, việc thực thi các quy định trong TMĐT còn hạn chế, đặc biệt đối với các nền tảng xuyên biên giới [22]. Khoảng 30% khiếu nại của người tiêu dùng liên quan đến dịch vụ hậu mãi kém chất lượng, nhưng hiện chưa có quy định định lượng về thời gian phản hồi hoặc tỷ lệ giải quyết khiếu nại thành công [23].

Luật Thương mại điện tử năm 2025 đã có những bước tiến đáng kể trong việc tăng cường bảo vệ người tiêu dùng thông qua quy định các nghĩa vụ quan trọng như: công khai điều kiện giao dịch; kiểm duyệt thông tin trước khi hiển thị; xác thực danh tính người bán và người livestream; và lưu trữ dữ liệu livestream. Để bảo vệ quyền người tiêu dùng trong TMĐT, cần cải thiện hệ thống giải quyết tranh chấp trực tuyến (ODR) quốc gia với thời hạn giải quyết rõ ràng, tích hợp chức năng hòa giải, trọng tài và kết nối trực tiếp với các nền tảng TMĐT.

7. Quản lý về thuế và giám sát vi phạm trong thương mại điện tử

Thuế đối với hoạt động TMĐT, đặc biệt trong các mô hình kinh doanh dựa trên livestream, người có ảnh hưởng (KOLs) và giao dịch cá nhân, hiện vẫn chưa được quản lý hiệu quả do khó khăn trong việc giám sát và xác định thu nhập chịu thuế.

Qua thanh tra, trong 3 năm 2021 - 2023, Tổng cục Thuế đã xử lý 22.159 trường hợp bán hàng online vi phạm nộp thuế, giúp truy thu thuế tăng thêm gần 3.000 tỷ đồng. Sáu tháng đầu năm, gần 43.000 người bán hàng online thuộc diện rà soát đã khai, nộp thuế 9.980 tỷ đồng, gấp trên 2,8 lần so với cùng kỳ năm ngoái [24].

Về mặt pháp lý, Luật Thương mại điện tử năm 2025 đã khẳng định nguyên tắc tất cả các chủ thể tham gia TMĐT phải tuân thủ nghĩa vụ thuế (Điều 5, khoản 2). Cơ chế khấu trừ thuế tại nguồn (1,5% trên doanh thu) theo Nghị định số 126/2020/NĐ-CP được xem là một bước tiến quan trọng. Đối với TMĐT xuyên biên giới, chiếm khoảng 30% tổng giá trị giao dịch năm 2025, cần kết hợp với cơ chế hợp tác quốc tế, đặc biệt là các mô hình thuế số của OECD, nhằm bảo đảm quyền đánh thuế dựa trên nơi phát sinh doanh thu và giảm thiểu thất thu ngân sách.

8. Kết luận

TMĐT Việt Nam đang trải qua giai đoạn phát triển nhanh chóng và sâu rộng, tạo ra những cơ hội to lớn cho nền kinh tế số, đồng thời đặt ra những thách thức pháp lý cấp bách cần được giải quyết một cách toàn diện và có hệ thống. Bên cạnh đóng góp lớn thì TMĐT vẫn còn nhiều bất cập: tình trạng cạnh tranh không lành mạnh do sự thống lĩnh thị trường của các nền tảng nước ngoài; sự phát triển không đồng đều giữa các vùng, miền; cơ chế bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng chưa đạt hiệu quả mong đợi; hệ thống pháp luật còn phân tán, chồng chéo; và quản lý, thu thuế chưa đáp ứng yêu cầu thực tế.

Luật Thương mại điện tử là minh chứng cho việc pháp điển hóa cao, và tạo lập khung pháp lý

đồng bộ, hiện đại thông qua việc tăng cường minh bạch hóa hoạt động, xác định rõ trách nhiệm pháp lý của các bên tham gia, và thiết lập cơ chế giám sát hiệu quả đối với các nền tảng xuyên biên giới. Những quy định pháp luật này không chỉ nhằm thúc đẩy cạnh tranh công bằng và bảo vệ quyền lợi hợp pháp của người tiêu dùng, mà còn hỗ trợ thực hiện các mục tiêu chiến lược về phát triển kinh tế số và bảo vệ chủ quyền số quốc gia. Tuy nhiên để hiện thực mục tiêu đó cần tiếp tục cụ thể hóa từng nội dung trong các văn bản hướng dẫn và đồng thời tăng cường ứng dụng công nghệ trong quản lý nhà nước.

Lời cảm ơn

Nghiên cứu này được tài trợ bởi Nhiệm vụ khoa học QG (24.66) của Đại học Quốc gia Hà Nội.

Tài liệu tham khảo

[1] OECD, Unpacking E-Commerce: Business Models, Trends and Policies, OECD Publishing, Paris, 2019, pp. 15. https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2019/06/unpacking-e-commerce_35b43e2b/23561431-en.pdf (accessed on: March 16th, 2026).

[2] WTO, E-Commerce, World Trade Organization, 2017. https://www.wto.org/english/thewto_e/minist_e/mc11_e/briefing_notes_e/bfecom_e.htm (accessed on: March 16th, 2026).

[3] Ministry of Industry and Trade of Vietnam , Report on the Implementation of E-Commerce Law (Decree 52/2013/ND-CP and Decree 85/2021/ND-CP), MOIT, 2025, pp.10. Available at: https://vibonline.com.vn/wp-content/uploads/2025/02/bao-cao-tong-ket-thuc-thi-tmdt_luat-tmdt_ver1_final.pdf (accessed on: March 16th, 2026).

[4] Vietnam E-Commerce Association (VECOM), Vietnam E-Commerce Index Report (EBI 2024), VECOM, pp.9.

[5] Google, Temasek and Bain & Company, e-Conomy SEA 9th Edition: Profit on the Rise - Unlocking the Opportunity in Southeast Asia, 2025. Available at: https://services.google.com/fh/files/misc/vietnam_e_conomy_sea_2025_report.pdf (accessed on: March 16th, 2026).

[6] Metric.vn, Vietnam Online Retail Market Report 2025 and Forecast 2026, Metric.vn., 2025, Available at: https://metric.vn/insights/metric-chinh-thuc-cong-bo-bao-cao-thi-truong-thuong-mai-dien-tu-viet-nam-2025/ (accessed on: March 16th, 2026).

[7] Ministry of Industry and Trade of Vietnam (2025), Vietnam E-Commerce Report 2024, Department of E-Commerce and Digital Economy, MOIT.

[8] Vietnam E-Commerce Association (VECOM), Vietnam E-Commerce Index Report (EBI 2025), VECOM.

[9] N. Cham, Proposal to Add Regulations On Protecting Small Business Sellers on E-Commerce Platforms, Industry and Trade Magazine, 15/02/2025. Available at: https://tapchicongthuong.vn/de-nghi-bo-sung-quy-dinh-bao-ve-nguoi-kinh-doanh-nho-le-tren-san-thuong-mai-dien-tu-138411.htm, (accessed on: March 16th, 2026).

[10] J. Crémer, Y. A. de Montjoye, H. Schweitzer, (2019), Competition Policy for the Digital Era, European Commission, Brussels (pp. 2, 33, 41 cited).

[11] D. Chien, From Antitrust Investigations Against Big Tech Companies Worldwide Some Policy Implications For Anti-Monopoly Policy in Vietnam's internet environment", Phap Ly, 28/04/2021. https://phaply.net.vn/tu-cac-vu-dieu-tra-chong-doc-quyen-doi-voi-cac-ong-lon-cong-nghe-tren-the-gioi-mot-so-goi-mo-cho-chinh-sach-chong-doc-quyen-tren-moi-truong-internet-o-viet-nam-a244186.html, (accessed on: March 16th, 2026).

[12] L. M. Khan, , "Amazon's Antitrust Paradox", Yale Law Journal, Vol. 126, No. 3 (2017) pp. 786.

[13] F. Casalini, J. L. González, Trade and Cross-Border Data Flows, OECD Trade Policy Papers, No. 220, OECD Publishing, Paris, 2019, pp.35. https://doi.org/10.1787/b2023a47-en.

[14] L. Nguyen, Hanoi Issues Support Policies for Small And Medium Enterprises 2026 - 2030, Bao Dau Tu, 31/7/2025. https://baodautu.vn/ha-noi-ban-hanh-chinh-sach-ho-tro-doanh-nghiep-nho-va-vua-giai-doan-2026---2030-d345379.html, (accessed on: March 16th, 2026).

[15] Y. Carrière-Swallow, V. Haksar, The Economics and Implications of Data: An Integrated Perspective, IMF Departmental Paper No. 19/16, IMF, Washington, DC, 2019, pp. 12 - 13.

C. Kuner, Regulation of Transborder Data Flows under Data Protection and Privacy Law: Past, Present and Future, OECD Digital Economy Paper No. 187, OECD Publishing, 2011, pp. 24. https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2011/12/regulation-of-transborder-data-flows-under-data-protection-and-privacy-law_g17a2074/5kg0s2fk315f-en.pdf (accessed on: March 16th, 2026).

[16] Industry and Trade Magazine, Decree guiding the E-Commerce Law: Creating Conditions for Sustainable Business Development, https://tapchicongthuong.vn/nghi-dinh-huong-dan-luat-thuong-mai-dien-tu--tao-dieu-kien-de-doanh-nghiep-phat-trien-ben-vung-479290.htm, (accessed on: March 12th, 2026).

[17] OECD, Unpacking E-commerce: Business Models, Trends and Policies, OECD Publishing, Paris, 2019, pp. 60. https://doi.org/10.1787/23561431-en.

[18] World Bank, Digital Vietnam: The Path to a Digital Economy, World Bank, Washington, DC, 2021, pp. 47-48.

[19] International Telecommunication Union (ITU), Measuring Digital Development: Facts and Figures 2022, ITU Publications, Geneva, pp. 20.

[20] N. Vy, Market Management Review - Over 23,000 Violations Handled, Industry and Trade Magazine, https://tapchicongthuong.vn/tong-ket-cong-tac-quan-ly-thi-truong-nam-2025--xu-ly-hon-23-000-vu-vi-pham-357911.htm, (accessed on: December 16th, 2025).

[21] Ministry of Industry and Trade of Vietnam, Report on Implementation of E-Commerce Law (Decree 52/2013/ND-CP and Decree 85/2021/ND-CP), MOIT, 2025, pp. 33. https://vibonline.com.vn/wp-content/uploads/2025/02/bao-cao-tong-ket-thuc-thi-tmdt_luat-tmdt_ver1_final.pdf (accessed on: March 16th, 2026).

[22] Ministry of Industry and Trade of Vietnam (2025), Report on Implementation of E-Commerce Law (Decree 52/2013/ND-CP and Decree 85/2021/ND-CP), MOIT, p. 27. https://vibonline.com.vn/wp-content/uploads/2025/02/bao-cao-tong-ket-thuc-thi-tmdt_luat-tmdt_ver1_final.pdf (accessed on: March 16th, 2026).

[23] H. An, Livestream Selling is Profitable, Tax Authority Still Misses Revenue, Bao Cong an Nhan dan, 2025, https://cand.com.vn/Thi-truong/livestre. (accessed on: March 16th, 2026).