

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI

NGUYỄN MINH PHƯƠNG

QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI BÁN HÀNG
TRỰC TUYẾN Ở VIỆT NAM

LUẬN ÁN TIẾN SỸ KINH TẾ

Hà Nội, Năm 2024

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI

NGUYỄN MINH PHƯƠNG

QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI BÁN HÀNG
TRỰC TUYẾN Ở VIỆT NAM

Chuyên ngành: Quản lý kinh tế
Mã số : 9310110

LUẬN ÁN TIẾN SỸ KINH TẾ

Người hướng dẫn khoa học:

- PGS, TS. NGUYỄN HOÀNG
- PGS, TS. TRẦN KIỀU TRANG

Hà Nội, Năm 2024

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan luận án “*Quản lý nhà nước đối với bán hàng trực tuyến ở Việt Nam*” là công trình nghiên cứu độc lập, các kết quả nghiên cứu trong luận án là trung thực, có nguồn gốc rõ ràng. Những kết quả nghiên cứu trong luận án chưa từng được công bố trong bất kỳ công trình nghiên cứu nào khác.

Tác giả luận án

Nguyễn Minh Phương

LỜI CẢM ƠN

Nghiên cứu sinh xin bày tỏ lời cảm ơn sâu sắc tới người hướng dẫn khoa học là PGS, TS Nguyễn Hoàng và PGS, TS Trần Kiều Trang đã nhiệt tình hướng dẫn, hỗ trợ, giúp đỡ và đồng hành cùng nghiên cứu sinh trong suốt thời gian thực hiện luận án.

Nghiên cứu sinh xin chân thành cảm ơn Ban giám hiệu Trường Đại học thương mại, Viện Đào tạo Sau đại học đã tạo điều kiện thuận lợi trong suốt quá trình học tập; Khoa Kinh tế, Viện quản trị kinh doanh, Bộ môn Quản lý kinh tế, Bộ môn Quản trị chiến lược đã tạo điều kiện, động viên, góp ý chuyên môn cho nghiên cứu sinh trong quá trình thực hiện luận án.

Nghiên cứu sinh cũng xin bày tỏ lòng biết ơn chân thành tới các anh, chị tại Bộ Công Thương, Bộ Thông tin và Truyền thông, Sở Công thương các tỉnh; Hiệp hội TMDT và các DN kinh doanh trực tuyến ở các tỉnh, thành phố: Tp. Hồ Chí Minh, Hà Nội, Bình Dương, Hải Phòng, Nam Định, Cần Thơ, Đồng Tháp, Phú Thọ, Đồng Nai, Bắc Ninh đã tạo điều kiện thuận lợi, giúp đỡ nghiên cứu sinh trong quá trình tìm hiểu, thu thập dữ liệu.

Mặc dù đã rất cố gắng song luận án khó tránh khỏi thiếu sót, nghiên cứu sinh rất mong tiếp tục nhận được những ý kiến đóng góp quý báu của quý thầy cô, các nhà khoa học để luận án được hoàn thiện hơn.

Nghiên cứu sinh xin được trân trọng cảm ơn!

Tác giả luận án

Nguyễn Minh Phương

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	i
LỜI CẢM ƠN	ii
MỤC LỤC	iii
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT	vi
DANH MỤC BẢNG	vii
DANH MỤC HÌNH VẼ	viii
PHẦN MỞ ĐẦU	1
1. Tính cấp thiết của đề tài luận án.....	1
2. Mục tiêu, nhiệm vụ và câu hỏi nghiên cứu	3
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	4
4. Một số đóng góp mới của luận án	5
5. Kết cấu của luận án	6
Chương 1. TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	7
1.1. MỘT SỐ NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN QLNN ĐỐI VỚI BHTT	7
1.1.1. BHTT và phát triển BHTT	7
1.1.2. Các nghiên cứu liên quan đến QLNN về kinh tế và thương mại	8
1.1.3. Các nghiên cứu liên quan đến QLNN đối với TMĐT và BHTT	10
1.1.4. Khoảng trống nghiên cứu.....	15
1.2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU CỦA ĐỀ TÀI LUẬN ÁN	16
1.2.1. Phương pháp thu thập dữ liệu	16
1.2.2. Phương pháp phân tích dữ liệu	20
1.2.3. Khung nghiên cứu của đề tài luận án	21
TIỂU KẾT CHƯƠNG 1	22
Chương 2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ BÀI HỌC THỰC TIỄN QLNN VỀ KINH TẾ, THƯƠNG MẠI VẬN DỤNG ĐỐI VỚI BHTT Ở VIỆT NAM	23
2.1. MỘT SỐ KHÁI NIỆM VÀ LÝ LUẬN CƠ SỞ.....	23
2.1.1. BHTT	23
2.1.2. QLNN về kinh tế và thương mại.....	25
2.2. MỘT SỐ LÝ LUẬN VỀ QLNN ĐỐI VỚI BHTT Ở VIỆT NAM	32
2.2.1. Khái niệm, đặc điểm và mục tiêu QLNN đối với BHTT.....	32
2.2.2. Nội dung QLNN với BHTT theo tiếp cận hỗn hợp công cụ và chức năng	35
2.2.3. Tiêu chí đánh giá QLNN đối với BHTT	45

2.2.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến QLNN đối với BHTT	49
2.3. KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VÀ BÀI HỌC THAM KHẢO VỀ QLNN ĐỐI VỚI BHTT Ở VIỆT NAM.....	53
2.3.1. Mỹ	55
2.3.2. Hàn quốc	56
2.3.3. Trung quốc	57
2.3.4. Singapore.....	58
2.3.5. Bài học tham khảo rút ra	59
TIỂU KẾT CHƯƠNG 2	61
Chương 3. THỰC TRẠNG QLNN ĐỐI VỚI BHTT Ở VIỆT NAM.....	62
3.1. KHÁI QUÁT QUÁ TRÌNH PHÁT TRIỂN BHTT Ở VIỆT NAM.....	62
3.1.1. Sự phát triển của Internet và hạ tầng công nghệ thông tin.....	62
3.1.2. Hoạt động BHTT ở Việt Nam.....	63
3.1.3. Thực trạng BHTT trên các nền tảng trực tuyến	71
3.2. THỰC TRẠNG NỘI DUNG QLNN ĐỐI VỚI BHTT Ở VIỆT NAM.....	77
3.2.1. Thực trạng xây dựng chiến lược, kế hoạch phát triển BHTT	77
3.2.2. Thực trạng xây dựng chính sách và ban hành văn bản pháp luật QLNN đối với BHTT	85
3.2.3. Thực trạng tổ chức triển khai chiến lược chính sách, kế hoạch phát triển BHTT ..	96
3.2.4. Thực trạng kiểm tra, giám sát BHTT	99
3.3. THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG QLNN ĐỐI VỚI BHTT Ở VIỆT NAM THÔNG QUA CÁC TIÊU CHÍ.....	101
3.3.1. Tính hiệu lực của QLNN đối với BHTT.....	101
3.3.2. Tính hiệu quả của QLNN đối với BHTT	102
3.3.3. Tính phù hợp của QLNN đối với BHTT.....	103
3.3.4. Tính đồng bộ, hệ thống và thống nhất của QLNN đối với BHTT	104
3.3.5. Tính minh bạch và công bằng của QLNN đối với BHTT	105
3.4. THỰC TRẠNG CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QLNN ĐỐI VỚI BHTT Ở VIỆT NAM.....	106
3.4.1. Nhóm các yếu tố bên trong	106
3.4.2. Nhóm các yếu tố bên ngoài.....	110
3.5. ĐÁNH GIÁ CHUNG QLNN ĐỐI VỚI BHTT Ở VIỆT NAM.....	113
3.5.1. Các kết quả đã đạt được	113
3.5.2. Những hạn chế trong QLNN đối với BHTT ở Việt Nam	115
3.5.3. Nguyên nhân của hạn chế trong QLNN đối với BHTT	116

TIÊU KẾT CHƯƠNG 3	120
Chương 4. QUAN ĐIỂM, ĐỊNH HƯỚNG VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN QLNN ĐỐI VỚI BHTT Ở VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2030	121
4.1. XU HƯỚNG VÀ MỘT SỐ DỰ BÁO PHÁT TRIỂN BHTT Ở VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2030	121
4.1.1. Xu hướng phát triển trên thế giới.....	121
4.1.2. Xu hướng phát triển ở Việt nam	122
4.1.3. Một số dự báo phát triển BHTT đến 2030 ở Việt Nam	123
4.2. QUAN ĐIỂM, ĐỊNH HƯỚNG HOÀN THIỆN QLNN ĐỐI VỚI BHTT Ở VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2030.....	123
4.2.1. Quan điểm của Nhà nước đối với phát triển BHTT ở Việt Nam.....	127
4.2.2. Định hướng phát triển BHTT ở Việt Nam đến năm 2030	128
4.3. GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN QLNN ĐỐI VỚI BHTT Ở VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2030	129
4.3.1. Giải pháp hoàn thiện chiến lược, kế hoạch phát triển BHTT	129
4.3.2. Giải pháp hoàn thiện chính sách BHTT	130
4.3.3. Giải pháp hoàn thiện tổ chức thực hiện kế hoạch phát triển BHTT	140
4.3.4. Giải pháp hoàn thiện hoạt động thanh kiểm tra và giám sát BHTT	145
4.4. CÁC GIẢI PHÁP CƠ BẢN NHẪM HOÀN THIỆN QLNN ĐỐI VỚI BHTT TRONG THỜI GIAN TỚI.....	147
4.4.1. Hoàn thiện khung khổ pháp luật TMĐT nói chung và BHTT nói riêng	147
4.4.2. Phát triển chuyển đổi số và thực hành mô hình Chính phủ số.....	152
4.4.3. Đổi mới tư duy sang mô hình quản trị nhà nước	153
4.4.4. Nâng cao chất lượng đội ngũ công nhân viên chức QLNN.....	154
4.4.5. Nâng cao chất lượng và sự hài lòng dịch vụ công QLNN với BHTT	156
4.4.6. Phát triển đồng bộ các chính sách QLNN với bên thứ 3 trong chuỗi cung ứng BHTT	1577
TIÊU KẾT CHƯƠNG 4	159
KẾT LUẬN	160
DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC ĐÃ CÔNG BỐ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN CỦA NGHIÊN CỨU SINH TÀI LIỆU THAM KHẢO PHỤ LỤC	

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

A. Từ viết tắt tiếng Việt

STT	Từ viết tắt	Nghĩa tiếng Việt
1	BCT	Bộ chính trị
2	BHTT	BHTT
3	CNTT	Công nghệ thông tin
4	CNTT & TT	Công nghệ thông tin và truyền thông
5	CP	Chính phủ
6	DN	DN
7	GTLN	Giá trị lớn nhất
8	GTNN	Giá trị nhỏ nhất
9	GTTB	Giá trị trung bình
10	KT-XH	Kinh tế - xã hội
11	MXH	MXH
12	NCS	Nghiên cứu sinh
13	NĐ	Nghị định
14	QĐ	Quyết định
15	QLNN	QLNN
16	SXKD	Sản xuất kinh doanh
17	TMĐT	TMĐT
18	Ttg	Thủ Tướng

B. Từ viết tắt tiếng Anh

STT	Từ viết tắt	Nguyên nghĩa	Nghĩa tiếng Việt
1	B2B	Business-to-Business	DN tới DN
2	B2C	Business to Consumer	DN tới người tiêu dùng
3	C2B	Consumer to Business	Người tiêu dùng tới DN
4	C2C	Consumer to Consumer	Người tiêu dùng tới người tiêu dùng
5	COD	Cash On Delivery	Thanh toán khi nhận hàng
6	D2C	Direct to Consumer	Trực tiếp tới người tiêu dùng
7	EBI	Vietnam eBusiness Index	Chỉ số TMĐT Việt Nam
8	EVFTA	European-Vietnam Free Trade Agreement	Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Liên minh châu Âu
9	KOC	Key Opinion Consumer	Người tiêu dùng chủ chốt
10	KOL	Key Opinion Leader	Người dẫn dắt dư luận chủ chốt
11	OECD	Organization for Economic Cooperation and Development	Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế
12	RCEP	Regional Comprehensive Economic Partnership	Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện khu vực
13	VECOM	Vietnam E-Commerce Association	Hiệp hội TMĐT Việt Nam
14	WB	World Bank	Ngân hàng thế giới

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1.1. Cơ cấu phiếu khảo sát đối với các DN BHTT tại 10 tỉnh được lựa chọn khảo sát	19
Bảng 3.1. Các hình thức BHTT	64
Bảng 3.2. Đánh giá hiệu quả của các DN BHTT	66
Bảng 3.3. Tỷ lệ DN sử dụng các dịch vụ công trực tuyến	66
Bảng 3.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến mua hàng trực tuyến của người tiêu dùng	68
Bảng 3.5. Mức độ hài lòng khi mua sắm trực tuyến	68
Bảng 3.6. Các mặt hàng chủ yếu giao dịch qua BHTT	69
Bảng 3.7. Các hình thức thanh toán mua hàng trực tuyến	69
Bảng 3.8. Kết quả khảo sát nhận định về thực trạng chính sách DN đối với BHTT	86
Bảng 3.9. Kết quả khảo sát nhận định về thực trạng chính sách bảo vệ người tiêu dùng trong BHTT	88
Bảng 3.10. Kết quả khảo sát nhận định về thực trạng chính sách thuế trong BHTT	92
Bảng 3.11. Kết quả khảo sát nhận định về thực trạng chính sách phát triển hạ tầng công nghệ cho BHTT	95
Bảng 3.12. Kết quả khảo sát về tính hiệu lực của QLNN đối với BHTT	102
Bảng 3.13. Kết quả khảo sát về tính hiệu quả của QLNN đối với BHTT	103
Bảng 3.14. Kết quả khảo sát về tính phù hợp của QLNN đối với BHTT	104
Bảng 3.15. Kết quả khảo sát về tính đồng bộ, hệ thống và thống nhất của QLNN đối với BHTT	105
Bảng 3.16. Kết quả khảo sát về tính minh bạch, công bằng của QLNN đối với BHTT ..	106
Bảng 3.17. Kết quả khảo sát các yếu tố tác động đến QLNN đối với BHTT	113
Bảng 4.1. Các nền tảng TMĐT hàng đầu tại Việt Nam năm 2024	122

DANH MỤC HÌNH VẼ

Hình 2.1. Tỷ lệ người dùng Internet mua sắm trực tuyến hàng tuần tại một số quốc gia..	53
Hình 2.2. Doanh thu BHTT toàn cầu, chia theo khu vực	54
Hình 2.3. Top 12 quốc gia chiếm thị phần TMĐT lớn nhất toàn cầu.....	54
Hình 2.4. Doanh thu TMĐT của Mỹ	55
Hình 2.5. Doanh thu TMĐT của Hàn Quốc.....	56
Hình 2.6. Doanh thu TMĐT của Trung quốc	57
Hình 2.7. Doanh thu TMĐT của Singapore.....	58
Hình 3.1. Tỷ lệ người dùng Internet ở Việt Nam (1997-2023).....	62
Hình 3.2. Tỷ lệ người dùng Internet tham gia mua sắm trực tuyến.....	63
Hình 3.3 Doanh thu BHTT.....	63
Hình 3.4. Tỷ lệ DN tham gia BHTT	65
Hình 3.5. Ước tính số người tham gia mua sắm trực tuyến	67
Hình 3.6. Ước tính giá trị mua hàng trực tuyến	67
Hình 3.7 Mức độ sử dụng các phương thức tiếp thị số	71
Hình 3.8. Đánh giá hiệu quả của việc bán hàng qua các công cụ trực tuyến.....	72
Hình 3.9. Top 5 sàn giao dịch TMĐT phổ biến ở Việt Nam (2023)	73
Hình 3.10. Tỷ lệ tiền mặt lưu thông trong tổng phương tiện thanh toán	94
Hình 3.11. DN đánh giá về lợi ích của dịch vụ công trực tuyến.....	99
Hình 4.1. Dự báo tăng trưởng BHTT toàn cầu đến năm 2030.....	124
Hình 4.2. Dự báo tăng trưởng theo khu vực trên thế giới đến năm 2030	124

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài luận án

Sự phát triển của bán hàng trực tuyến (BHTT) trên toàn cầu đã có những bước tiến vượt bậc từ những nền tảng tiên phong như Amazon (1994) và eBay (1995), cho đến các sàn TMĐT lớn như Alibaba (2014) và Amazon (2015). BHTT thực sự bùng nổ khi giao dịch mua bán bắt đầu chuyển sang các thiết bị di động, với hơn 50% giao dịch toàn cầu hiện được thực hiện qua điện thoại thông minh (theo Statista, 2022). Thành tựu này còn được thúc đẩy mạnh mẽ nhờ sự phát triển nhanh chóng của công nghệ số hóa và các công nghệ tiên tiến như thực tế ảo (VR), thực tế tăng cường (AR), trí tuệ nhân tạo (AI), và blockchain. Những đột phá này đã giúp thị trường BHTT toàn cầu đạt đến doanh thu 5,5 nghìn tỷ USD vào năm 2023, với sự nổi lên mạnh mẽ của các thị trường mới như Trung Quốc, Ấn Độ và Đông Nam Á, đưa khu vực này dần trở thành trung tâm thương mại điện tử hàng đầu thế giới. Trong đó Việt Nam đứng thứ 2 trong khu vực Đông Nam Á về thị trường TMĐT (VECOM, 2023), chỉ sau Indonesia với tốc độ tăng trưởng nhanh nhất trong khu vực, đạt doanh thu 20,5 tỷ USD với sự đóng góp nhiều nhất của Shopee, Lazada, Tiki, và Sendo vào thị trường BHTT ở Việt Nam.

Hành trình BHTT của Việt Nam bắt đầu từ những năm 2000 với các trang rao vặt sơ khai như 5giay.vn, vatgia.com và muare.vn. Khi eBay ra mắt tại Việt Nam, một làn sóng mới trong kết nối thương mại quốc tế được mở ra, tiếp đó là sự xuất hiện của Lazada (2010) và Tiki (2012). Đến năm 2014, các ví điện tử như MoMo và ZaloPay ra đời, giúp hoàn thiện hạ tầng thanh toán trực tuyến và sự xuất hiện của Shopee năm 2015 đã làm thị trường BHTT Việt Nam trở nên sôi động, đẩy doanh thu lên mức 5 tỷ USD vào năm 2016. Đại dịch COVID-19 đã đẩy nhu cầu mua sắm trực tuyến lên mức cao chưa từng thấy, đặc biệt là ở các mặt hàng thiết yếu, với sức mua tăng 46% và doanh thu BHTT đạt 11,8 tỷ USD vào năm 2020. Gần đây, việc mua sắm trên điện thoại di động đã trở thành xu hướng chủ đạo, với hơn 70% người tiêu dùng chọn thiết bị này để mua sắm, giúp doanh thu BHTT đạt 16,4 tỷ USD vào năm 2022 với mức tăng trưởng 20%. Sự xuất hiện của bán hàng trực tiếp qua livestream (Live Commerce) và tích hợp với các mạng xã hội như Facebook và TikTok vào năm 2023 đã thúc đẩy thị trường BHTT Việt Nam lên một tầm cao mới, tiệm cận với các chuẩn mực giao dịch trực tuyến toàn cầu. Bên cạnh những lợi ích mà BHTT ở Việt Nam trong thời gian qua đã mang lại như mở rộng thị trường, giảm chi phí, tăng lợi nhuận, thanh toán nhanh thì vẫn còn nhiều vấn đề gây cản trở cho DN như: gia tăng cạnh tranh; tình trạng hàng giả, hàng nhái tràn lan trên các sàn giao dịch trực tuyến làm giảm niềm tin của khách hàng và ảnh hưởng xấu đến uy tín của DN; nguy cơ bị tấn công mạng, lừa đảo, và mất dữ liệu cá nhân của khách hàng; chi phí vận chuyển cao và quá trình xử lý đơn hàng phức tạp có thể ảnh hưởng đến lợi nhuận và đặc biệt DN phải đối mặt với khó khăn trong việc tuân thủ các

quy định pháp luật chồng chéo. Chính vì vậy, BHTT cần một khung pháp lý toàn diện, đồng bộ nhằm đẩy mạnh BHTT trong giai đoạn kinh tế số của quốc gia thời gian tới.

Những năm gần đây Nhà nước đã có những hỗ trợ về hành lang pháp lý cho BHTT như năm 2013 đã ban hành Nghị định 52/2013/NĐ-CP về TMĐT quy định thành lập sàn giao dịch TMĐT, quản lý và điều hành các hoạt động kinh doanh trực tuyến, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các quy định về thuế. Trong năm đó cũng ban hành Nghị định 72/2013/NĐ-CP về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ internet và thông tin trên mạng bảo vệ dữ liệu cá nhân và quyền riêng tư trong các giao dịch trực tuyến. Đến năm 2021 ban hành Nghị định 85/2021/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định 52/2013/NĐ-CP để quản lý chặt chẽ hơn về thuế đối với các DN BHTT, đặc biệt là các nền tảng xuyên biên giới. Đến năm 2018 Luật An ninh mạng ra đời quy định rõ ràng về trách nhiệm của các nhà cung cấp dịch vụ trong việc bảo vệ thông tin cá nhân và đảm bảo an ninh mạng cho các giao dịch trực tuyến. Và mới nhất năm 2023 Quốc hội đã ban hành Luật giao dịch điện tử số 20/2023/QH15 đã có những điều chỉnh các hành vi BHTT và năm 2024 Thủ tướng Chính phủ đã đưa công điện về việc tiếp tục tăng cường công tác QLNN trong lĩnh vực TMĐT, kinh doanh trên nền tảng số do Thủ tướng Chính phủ ký công điện số 56/CD-TTg ngày 6/6/24 điều đó càng khẳng định BHTT có vị trí vai trò quan trọng trong phát triển kinh tế ở Việt Nam. Đồng thời Chính phủ cũng xây dựng những “*kế hoạch phát triển TMĐT*” từ năm 2016 đến nay, “*Chiến lược quốc gia phát triển kinh tế số và xã hội số đến năm 2025, định hướng đến năm 2030*” theo Quyết định số 411/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ và “*Phát triển thương mại trong nước giai đoạn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045*” theo Quyết định số 1163/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ban hành. Các chủ trương, chính sách này đã và đang được thực hiện đồng thời, bổ sung qua từng giai đoạn phát triển của TMĐT nói chung và BHTT nói riêng. Tuy nhiên trên thực tế các quy định pháp lý liên quan đến BHTT không đồng bộ, chậm được cập nhật không theo kịp sự phát triển nhanh chóng của công nghệ với các mô hình kinh doanh mới liên tục ra đời và quy mô ngày càng mở rộng. Việc thực thi các quy định pháp lý về BHTT của hệ thống QLNN gặp khó khăn do sự đa dạng và phức tạp của các nền tảng trực tuyến. Hệ thống cơ sở hạ tầng của Nhà nước cho BHTT liên tục đối mặt với nguy cơ bị tấn công mạng, lừa đảo và mất dữ liệu cá nhân trong giao dịch BHTT. Ngoài ra quản lý thu thuế của Nhà nước đối với các giao dịch trực tuyến gặp khó khăn trong việc xác định đối tượng nộp thuế và giá trị giao dịch dẫn đến tình trạng thất thu thuế hoặc gian lận thuế. Do vậy việc phân tích, đánh giá những thành công, hạn chế của QLNN đối với BHTT nhằm đề xuất các giải pháp khắc phục tình trạng trên hoàn toàn phù hợp với đường lối chủ trương của Nhà nước và là nhu cầu cần thiết trong giai đoạn phát triển kinh tế số ở Việt Nam hiện nay.

Tổng quan các nghiên cứu trong những năm qua cho thấy đã có nhiều công trình ở cả quốc tế và Việt Nam tập trung đánh giá hoạt động BHTT thông qua các khía cạnh TMĐT nói chung. Những đề tài này rất phong phú, bao gồm các vấn đề như hạ tầng TMĐT, khung

pháp lý, chính sách hỗ trợ... Tuy nhiên, số lượng nghiên cứu trực tiếp về QLNN đối với BHTT của một quốc gia, đặc biệt là Việt Nam, còn rất hạn chế. Phần lớn các nghiên cứu chỉ dừng lại ở việc phân tích những yếu tố liên quan như xây dựng hạ tầng công nghệ, vai trò của Nhà nước trong việc hoàn thiện pháp luật TMĐT, mà chưa đi sâu vào các chức năng cụ thể của QLNN trong lĩnh vực này cũng như thiếu các tiêu chí để đánh giá toàn diện vai trò của Nhà nước đối với BHTT. Đáng chú ý, phần lớn các nghiên cứu liên quan được thực hiện trước thời kỳ COVID-19, khi BHTT ở Việt Nam chưa thực sự bùng nổ, dẫn đến nhiều quy định hiện hành chưa đáp ứng kịp với các vấn đề mới nảy sinh trong hoạt động BHTT. Các công trình gần đây chủ yếu là bài báo khoa học, thường chỉ tập trung vào một khía cạnh cụ thể của QLNN đối với BHTT, chưa cung cấp các tiêu chí đầy đủ để đánh giá hiệu quả QLNN về BHTT trong bối cảnh mới. Điều này càng khẳng định sự cần thiết của một nghiên cứu toàn diện và chuyên sâu về QLNN trong lĩnh vực BHTT ở Việt Nam đến năm 2023, với tầm nhìn đến năm 2030.

Xuất phát từ tính cấp thiết về lý luận và thực tiễn trên, nghiên cứu sinh (NCS) đã lựa chọn đề tài “*Quản lý nhà nước đối với bán hàng trực tuyến ở Việt Nam*”, làm đề tài luận án tiến sĩ chuyên ngành Quản lý Kinh tế.

2. Mục tiêu, nhiệm vụ và câu hỏi nghiên cứu

2.1. Mục tiêu nghiên cứu

- *Mục tiêu chung*: Mục tiêu chung của luận án là đề xuất các giải pháp có cơ sở khoa học nhằm hoàn thiện QLNN đối với BHTT ở Việt Nam đến năm 2030.

- *Mục tiêu cụ thể*: Mục tiêu chung trên được chi tiết hóa bằng các mục tiêu cụ thể sau:

- (1) Hệ thống hóa và làm rõ hơn những vấn đề lý luận cơ bản về QLNN đối với BHTT
- (2) Phân tích và đánh giá thực trạng QLNN đối với BHTT ở Việt Nam, qua đó đánh giá những thành công, hạn chế và nguyên nhân của chúng.
- (3) Đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện công tác QLNN đối với BHTT ở Việt Nam đến năm 2030.

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Để đạt được mục tiêu trên, luận án thực hiện các nhiệm vụ nghiên cứu sau:

Một là, tổng quan các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước để xây dựng khung lý luận về QLNN đối với BHTT, trong đó tập trung vào phát triển các lý luận cơ sở và nội dung QLNN đối với BHTT, các tiêu chí đánh giá, chỉ ra các yếu tố ảnh hưởng đến QLNN đối với BHTT.

Hai là, nghiên cứu kinh nghiệm QLNN đối với BHTT ở một số quốc gia trên thế giới và rút ra bài học tham khảo cho Việt Nam.

Ba là, thu thập dữ liệu thứ cấp từ các nguồn đáng tin cậy và dữ liệu sơ cấp thông qua khảo sát các DN BHTT và cán bộ QLNN đối với BHTT ở Việt Nam. Dựa trên dữ liệu sơ cấp và thứ cấp đã thu thập được, luận án phân tích và đánh giá thực trạng QLNN

đối với BHTT ở Việt Nam, chỉ ra những thành công, hạn chế và nguyên nhân của chúng.

Bốn là, căn cứ vào chiến lược phát triển kinh tế số, phát triển thương mại và các Nghị định, kế hoạch liên quan đến BHTT cũng như xem xét xu thế, dự báo phát triển BHTT ở trong và ngoài nước để đề xuất quan điểm, định hướng hoàn thiện QLNN đối với BHTT đến năm 2030.

Năm là, trên cơ sở những luận cứ khoa học về lý luận và thực tiễn đã được phân tích, đồng thời dựa trên quan điểm, định hướng hoàn thiện QLNN đối với BHTT, luận án tập trung đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện QLNN đối với BHTT ở Việt Nam đến năm 2030.

2.3. Câu hỏi nghiên cứu

Để đạt được mục tiêu, nhiệm vụ nghiên cứu đã đề ra, luận án tập trung trả lời các câu hỏi:

Câu hỏi 1. Nội dung của QLNN đối với BHTT là gì? Những yếu tố nào ảnh hưởng đến QLNN đối với BHTT và tiêu chí nào được sử dụng để đánh giá QLNN đối với BHTT?

Câu hỏi 2. Thực trạng QLNN đối với BHTT ở Việt Nam như thế nào? Những thành công đã đạt được và hạn chế còn tồn tại của QLNN đối với BHTT ở Việt Nam là gì? Nguyên nhân của những thành công, hạn chế đó là gì?

Câu hỏi 3. Cần có những giải pháp nào để hoàn thiện công tác QLNN đối với BHTT ở Việt Nam nhằm đạt các mục tiêu phát triển BHTT đến năm 2030?

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của luận án là các vấn đề lý luận và thực tiễn về QLNN đối với BHTT theo mô hình B2C trên các nền tảng MXH, Website và sàn TMĐT ở Việt Nam.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

(1) *Phạm vi về nội dung:*

Luận án tập trung nghiên cứu đánh giá theo hỗn hợp công cụ và chức năng quản lý trên 4 nội dung: (i) xây dựng chiến lược, kế hoạch phát triển BHTT; (ii) xây dựng chính sách và ban hành văn bản pháp luật QLNN đối với BHTT; (iii) tổ chức triển khai chiến lược chính sách, kế hoạch phát triển BHTT; (iv) kiểm tra giám sát BHTT. Đánh giá QLNN đối với BHTT theo chất lượng thông qua các tiêu chí: (i) hiệu lực ; (ii) hiệu quả ; (iii) phù hợp ; (iv) đồng bộ, hệ thống và thống nhất; (v) minh bạch và công bằng. Và đánh giá theo các yếu tố ảnh hưởng đến QLNN đối với BHTT: nhóm yếu tố bên trong và bên ngoài. Từ đó có đánh giá chung về thành công, hạn chế và nguyên nhân của hạn chế QLNN đối với BHTT nhằm đưa ra các giải pháp hoàn thiện QLNN đối với BHTT ở Việt Nam đến năm 2030.

Ở Việt Nam, QLNN đối với BHTT được ban hành dưới các hình thức văn bản như: Nghị quyết, Luật, Nghị định, Thông tư, Đề án, Kế hoạch, Chương trình, ... Để đảm bảo tính tập trung trong nghiên cứu, luận án giới hạn nghiên cứu các văn bản được ban hành bởi cơ quan Nhà nước Trung ương (cấp quốc gia) và không nghiên cứu các

văn bản, chính sách đặc thù được ban hành bởi cơ quan Nhà nước địa phương (cấp tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương).

(2) Phạm vi về thời gian:

Luận án tập trung phân tích và đánh giá thực trạng QLNN đối với BHTT ở Việt Nam trong thời gian từ năm 2016 đến năm 2023. Luận án lựa chọn năm 2016 là phù hợp với năm bắt đầu triển khai các kế hoạch phát triển TMĐT đánh dấu mốc thời gian theo giai đoạn có sự thay đổi trong mục tiêu, phương hướng phát triển TMĐT nói chung và BHTT nói riêng ở Việt Nam.

Các quan điểm, định hướng, mục tiêu và giải pháp hoàn thiện QLNN đối với BHTT ở Việt Nam được đề xuất thực hiện trong giai đoạn từ năm 2024 đến 2030. Luận án đề xuất giải pháp đến năm 2030 là phù hợp với “Chiến lược quốc gia phát triển kinh tế số và xã hội số đến năm 2025, định hướng đến năm 2030” do Thủ tướng Chính phủ phê duyệt. Ngoài ra Thủ tướng Chính phủ còn ban hành Quyết định số 1163/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược “Phát triển thương mại trong nước giai đoạn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045”.

(3) Phạm vi về không gian

Luận án tập trung nghiên cứu QLNN đối với hoạt động BHTT ở Việt Nam. Ngoài ra, luận án còn tham khảo kinh nghiệm của một số quốc gia trong QLNN đối với BHTT như: Mỹ, Hàn Quốc, Trung Quốc, Singapore.

4. Một số đóng góp mới của luận án

4.1. Về lý luận

Trên cơ sở kế thừa và phát triển các nghiên cứu trong và ngoài nước, luận án đã có một số đóng góp mới liên quan đến những lý luận cơ bản về QLNN đối với BHTT. Cụ thể như sau:

Thứ nhất, kết quả nghiên cứu của luận án đã giúp hệ thống hóa cơ sở lý luận BHTT. Trong đó, luận án đã tập trung làm rõ một số khái niệm BHTT và lý luận cơ sở về QLNN về kinh tế và thương mại.

Thứ hai, hệ thống hóa, bổ sung và phát triển thêm cơ sở lý luận về QLNN đối với BHTT. Cụ thể, luận án tập trung làm rõ thêm khái niệm, đặc điểm, mục tiêu của QLNN đối với BHTT.

Thứ ba, luận án đã cụ thể hóa đánh giá nội dung QLNN đối với BHTT (gồm 4 nội dung: (i) xây dựng chiến lược, kế hoạch BHTT; (ii) xây dựng chính sách và ban hành văn bản pháp luật về BHTT; (iii) tổ chức triển khai thực hiện kế hoạch BHTT; (iv) kiểm tra giám sát BHTT); qua 5 tiêu chí: (i) hiệu lực của QLNN; (ii) hiệu quả của QLNN; (iii) phù hợp của QLNN; (iv) đồng bộ, hệ thống và thống nhất; (v) minh bạch và công bằng và các yếu tố ảnh hưởng tới QLNN đối với BHTT (gồm 2 nhóm: nhóm yếu tố bên trong và nhóm yếu tố bên ngoài).

4.2. Về thực tiễn

Ngoài những đóng góp về lý luận, luận án đã có một số đóng góp mới liên quan đến thực tiễn QLNN đối với BHTT ở Việt Nam. Cụ thể như sau:

Thứ nhất, kết quả nghiên cứu của luận án góp phần khái quát và làm rõ hơn thực trạng phát triển hoạt động BHTT ở Việt Nam từ năm 2016 – 2023 trong môi trường kinh tế số.

Thứ hai, qua phân tích và xử lý dữ liệu thứ cấp của Cục TMĐT và kinh tế số về tiêu dùng trực tuyến trên các nền tảng của BHTT và thực tiễn thu thập từ khảo sát các cán bộ quản lý ở DN BHTT và cán bộ ở các cơ quan quản lý đối với BHTT, luận án phân tích, đánh giá QLNN đối với BHTT ở Việt Nam theo 4 nội dung QLNN, đánh giá chất lượng QLNN đối với BHTT thông qua, 5 tiêu chí và đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến QLNN đối với BHTT. Từ đó, luận án cũng cung cấp bằng chứng cho thấy có những vấn đề còn hạn chế và khó khăn trong QLNN đối với BHTT ở Việt Nam đặc biệt phát sinh từ sau dịch Covid-19.

Thứ ba, trên cơ sở lý luận và thực trạng QLNN đối với BHTT, tham khảo kinh nghiệm quốc tế và sự phù hợp với nội dung đề tài, luận án đã đề xuất được một số giải pháp có cơ sở khoa học nhằm hoàn thiện QLNN đối với BHTT ở Việt Nam đến năm 2030.

5. Kết cấu của luận án

Ngoài phần mở đầu, kết luận, danh mục tài liệu tham khảo và phụ lục, nội dung luận án được kết cấu thành 04 chương, gồm:

Chương 1: Tổng quan tình hình nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu

Chương 2: Cơ sở lý luận và bài học thực tiễn về QLNN về kinh tế, thương mại vận dụng đối với BHTT ở Việt Nam.

Chương 3: Thực trạng QLNN đối với BHTT ở Việt Nam.

Chương 4: Quan điểm, định hướng và một số giải pháp hoàn thiện QLNN đối với BHTT ở Việt Nam đến năm 2030.

Chương 1. TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

1.1. MỘT SỐ NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN QLNN ĐỐI VỚI BHTT

1.1.1. BHTT và phát triển BHTT

Nghiên cứu về BHTT có nhiều cách hiểu khác nhau. Trong lĩnh vực TMĐT Laudon và Traver (2019) cho rằng BHTT là "quá trình mua bán hàng hóa và dịch vụ qua internet" có nghĩa mọi giao dịch mua bán diễn ra trên các nền tảng kỹ thuật số như trang web TMĐT, ứng dụng di động và các công cụ trực tuyến khác. Theo BusinessDictionary.com, BHTT là "hoạt động bán hàng hóa hoặc dịch vụ qua Internet". Từ *The Economic Times* (2006) bổ sung rằng "khi bạn mua hoặc bán sản phẩm hoặc dịch vụ qua Internet thay vì tại cửa hàng truyền thống, đó được gọi là mua bán trực tuyến." Tương tự, Hasslinger và cộng sự (2007) định nghĩa BHTT là "quá trình người tiêu dùng mua hàng hóa hoặc dịch vụ qua mạng Internet. Tóm lại, các khái niệm này đều nhấn mạnh rằng BHTT là hình thức "mua bán hàng hóa hoặc dịch vụ thông qua mạng Internet," đôi khi còn được gọi là "bán hàng qua mạng" (Lui, 2012).

BHTT có đặc trưng là giao dịch qua các cửa hàng ảo/gian hàng trực tuyến trên các phương tiện điện tử như website, sàn giao dịch TMĐT, Facebook, Zalo... (Kolesar và Galbraith, 2000; Lester và cộng sự, 2005). Các cửa hàng trực tuyến này hoạt động liên tục 24 giờ một ngày, 7 ngày một tuần (Abbad và cộng sự, 2011) nên khách hàng có thể mua sắm bất cứ khi nào (Lester và cộng sự, 2005). Khi muốn mua một sản phẩm nào đó, khách hàng chỉ việc lựa chọn bằng cách nhấp chuột vào sản phẩm đó và sản phẩm sẽ được chuyển đến địa chỉ do khách hàng định sẵn (Yörük và cộng sự, 2011). Hàng hóa tại các cửa hàng này thường được mô tả bằng văn bản, hình ảnh, âm thanh, video (Kolesar và Galbraith, 2000). Do đó, khách hàng chỉ có thể cảm nhận, đánh giá sản phẩm thông qua các thông điệp (dưới dạng: hình ảnh, văn bản, âm thanh, video) mà người bán đăng tải trên các website chứ không thể đánh giá bằng các giác quan theo cách thông thường như trong bán hàng truyền thống nên các giao dịch bán hàng trong môi trường trực tuyến rủi ro hơn so với bán hàng truyền thống (Laroche và cộng sự, 2005). Thông tin trên các phương tiện điện tử như website, sàn giao dịch TMĐT, Facebook, Zalo... thường rất đa dạng và phong phú, từ thông tin của nhà sản xuất, người bán đến các bình luận, đánh giá, xếp hạng... của khách hàng (Hennig-Thurau và Walsh, 2003; Lepkowska-White, 2013). Những thông tin này rất hữu ích với khách hàng bởi vì nó giúp khách hàng có cái nhìn đa chiều về sản phẩm họ định mua (Chatterjee, 2001; Clemons và cộng sự, 2006). Rất nhiều khách hàng tham khảo những thông tin đánh giá này trước khi ra quyết định mua sắm trực tuyến (ADMA, 2020). Hơn nữa, do quá trình BHTT được thực hiện thông qua các phương tiện điện tử như website,

sản giao dịch TMĐT, Facebook, Zalo... nên khách hàng có thể truy cập nhiều gian hàng tại cùng một thời điểm (Nguyễn Thành Độ và Hà Ngọc Thắng, 2014). Do đó, họ dễ dàng tìm được sản phẩm thỏa mãn tốt nhất nhu cầu của mình và tìm được nhà phân phối với giá rẻ nhất (Lester và cộng sự, 2005).

BHTT trên thế giới rất phát triển đặc biệt ở khu vực Châu Á như ở Trung Quốc nhờ sự phát triển nhanh chóng của CNTT và Internet, các hoạt động mua sắm trực tuyến tại Trung Quốc đã diễn ra rất sôi nổi và phát triển với một tốc độ phi thường. Theo Rong Li et al. (2007) nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua sắm trực tuyến chính là sự tin tưởng dẫn đến hành động mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng Trung Quốc. Thành công BHTT ở Trung quốc theo tác giả Jin, B., & Kim, J. (2014) do các yếu tố chiến lược giá cả, dịch vụ khách hàng, logistics và giao hàng, quản lý quan hệ khách hàng, nó giúp các DN cạnh tranh trong một thị trường đông đúc và tạo tăng trưởng lâu dài. Thái Lan được coi là một trong những quốc gia ứng dụng Internet vào các lĩnh vực hoạt động kinh doanh xã hội sớm nhất tại châu Á và BHTT đã trở thành hoạt động phổ biến chỉ sau các hoạt động như sử dụng e-mail, tin nhắn hay lướt web (Ma Mengli, 2011). Ở hai thị trường Hàn Quốc và Mỹ, tác giả Joongho Ahn et al., (2001) đã xây dựng mô hình chấp nhận sử dụng TMĐT E-Cam (E-commerce Adoption Model) bằng cách tích hợp mô hình TAM của Davis Fred D.(1986) với thuyết rủi ro TPR (Bauer, R.A,1986). Mô hình này cho thấy các yếu tố tác động đến việc chuyển đổi từ người sử dụng Internet thành người tiêu dùng tiềm năng của từng vùng văn hóa khác nhau có sự khác biệt. Trong nghiên cứu của Mihra, Sita (2014) đã sử dụng mô hình lý thuyết hành vi dự định của Ajzen, I. (1991) để nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến ý định và hành vi mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng Ấn Độ. Salehi, Mehrdad (2012) đã tiến hành nghiên cứu hành vi mua hàng của người tiêu dùng đối với các cửa hàng trực tuyến ở Malaysia chỉ ra rằng năm yếu tố đầu tiên (xuất hiện, tải nhanh, bảo mật, sơ đồ trang web, tính hợp lệ) ảnh hưởng đến người tiêu dùng đối với mua sắm trực tuyến và bảo mật là yếu tố góp phần nhiều nhất vào mua sắm trực tuyến.

1.1.2. Các nghiên cứu liên quan đến QLNN về kinh tế và thương mại

Tác giả Đỗ Hoàng Toàn, Mai Văn Bưu (2018) cho rằng QLNN “là sự tác động có tổ chức và điều chỉnh bằng quyền lực Nhà nước đối với các quá trình xã hội và hành vi hoạt động của con người để duy trì và phát triển các mối quan hệ xã hội và trật tự pháp luật nhằm thực hiện những chức năng, nhiệm vụ của Nhà nước và các mục tiêu đã xác định trong từng giai đoạn phát triển của đất nước”. Đối với tác giả Phan Huy Đường (2017) cho rằng “QLNN về kinh tế là sự tác động có tổ chức, có mục đích của Nhà nước lên hoạt động kinh tế (đối tượng và khách thể hoạt động kinh tế) để sử dụng hiệu quả tiềm năng, các nguồn lực, các cơ hội nhằm đạt được mục tiêu trước mắt và lâu dài của nền kinh tế xã hội”. Còn Nguyễn Tiến Thao (2020) cho rằng “QLNN về kinh tế là

sự tác động có tổ chức và bằng pháp quyền của nhà nước lên nền kinh tế quốc dân nhằm sử dụng có hiệu quả nhất các nguồn lực kinh tế trong và ngoài nước, các cơ hội có thể có, để đạt được các mục tiêu phát triển kinh tế đất nước đã đề ra, trong điều kiện hội nhập và mở rộng giao lưu quốc tế”. QLNN tốt hay chưa tốt là việc thực hiện các chức năng nhà nước đã được hiến định tốt hay chưa tốt (Đỗ Hoàng Toàn, Mai Văn Bưu, 2018) và nếu phân lập theo từng giai đoạn tác động thì nhà nước có các chức năng hoạch định phát triển, chức năng tổ chức điều hành nền kinh tế; chức năng kiểm soát sự phát triển kinh tế. Theo Hà Trọng Nghĩa (2021), nội dung cơ bản của QLNN (về đào tạo, bồi dưỡng cán bộ, công chức, viên chức) gồm: thực hiện quy hoạch, kế hoạch; xây dựng, ban hành và triển khai thể chế; xây dựng ban hành và triển khai chính sách; tổ chức bộ máy và nguồn nhân lực; tổ chức đào tạo, bồi dưỡng; kiểm tra giám sát hoạt động đào tạo, bồi dưỡng. Vũ Thị Hồng Phượng (2021) cho rằng tính mới của nội dung QLNN là xuất phát từ các yếu tố của thị trường đó là quản lý cung, cầu thị trường, giá cả và cạnh tranh. Vũ Lan Hương (2022) cho rằng, nội dung QLNN (về phát triển du lịch) gồm có tổ chức thực hiện chiến lược, quy hoạch phát triển; xây dựng và thực hiện các văn bản pháp luật; tổ chức bộ máy nhà nước; quản lý thu hút đầu tư và xúc tiến thương mại; tổ chức kiểm tra, giám sát các hoạt động phát triển. Theo Lâm Đình Tuấn Hải (2022), các nội dung QLNN đối với nguồn nhân lực mà tác giả đề cập đến là xây dựng quy hoạch, kế hoạch; ban hành chính sách pháp luật và chính sách; tổ chức bộ máy và công tác kiểm tra, giám sát.

Trong lĩnh vực thương mại, Thân Danh Phúc và Hà Văn Sự (2015) cho rằng QLNN về thương mại là một phần quan trọng của QLNN về kinh tế. Đây là quá trình mà các cơ quan quản lý vĩ mô tác động có tổ chức và có mục tiêu đến các hoạt động thương mại, thông qua việc sử dụng các công cụ và chính sách quản lý nhằm đạt được các mục tiêu cụ thể trong bối cảnh kinh tế - xã hội xác định. Quá trình QLNN về thương mại bao gồm bốn chức năng cơ bản: hoạch định, tổ chức, lãnh đạo và kiểm soát, giúp đảm bảo các hoạt động thương mại diễn ra trong khuôn khổ và phù hợp với định hướng phát triển chung. Các cơ quan quản lý đóng vai trò then chốt trong việc ra quyết định, điều hành và tạo ra những tác động cần thiết đến DN, tổ chức và cá nhân tham gia vào hoạt động thương mại trên các thị trường trong và ngoài nước. Thông qua các hoạt động này, Nhà nước không chỉ điều chỉnh và hỗ trợ mà còn định hướng sự phát triển của thị trường thương mại trong bối cảnh hội nhập kinh tế toàn cầu.

Các luận án QLNN về thương mại cũng đa dạng nhiều lĩnh vực với các nội dung quản lý theo quá trình, theo công cụ và hỗn hợp. Nguyễn Minh Tuấn (2012), nội hàm về QLNN (về phát triển nông nghiệp công nghệ cao đối với chính quyền cấp tỉnh và tại Hà Nội) là việc xây dựng các quy hoạch, chương trình phát triển nông nghiệp công nghệ cao; xây dựng các chính sách khuyến khích phát triển nông nghiệp công nghệ cao; tổ chức

triển khai thực hiện các quy hoạch, chương trình, chính sách về phát triển nông nghiệp công nghệ cao và giám sát, kiểm tra việc thực hiện các quy hoạch, chương trình, chính sách. Về QLNN về xuất khẩu lao động của Việt Nam, Nguyễn Xuân Hưng (2015) phân tích nội dung QLNN về xuất khẩu lao động, bao gồm: (1) Xây dựng và ban hành hệ thống luật pháp tạo môi trường pháp lý cho hoạt động xuất khẩu lao động, (2) Xây dựng và tổ chức thực hiện chiến lược, kế hoạch và chính sách về xuất khẩu lao động, (3) Tổ chức hoạt động XKLD, (4) Hợp tác quốc tế và phát triển thị trường xuất khẩu lao động, (5) Giám sát, thanh tra, kiểm tra hoạt động xuất khẩu lao động. Nguyễn Thị Hồng Minh (2016) đã xác định nội dung QLNN đối với dự án đầu tư theo hình thức đối tác công- tư (PPP) trong xây dựng hạ tầng giao thông đường bộ gồm: hoạch định phát triển dự án PPP, xây dựng và tổ chức thực hiện các chính sách, quy định và pháp luật cho dự án PPP, tổ chức bộ máy QLNN đối với dự án PPP, giám sát và đánh giá dự án PPP. Nghiên cứu về QLNN đối với hoạt động truyền hình trả tiền ở Việt Nam, Phạm Hoài Nam (2017) đã xác định 05 nội dung QLNN đối với hoạt động truyền hình trả tiền, gồm: Quản lý cung cấp dịch vụ truyền hình trả tiền; Quản lý nội dung trên truyền hình trả tiền; Quản lý chất lượng dịch vụ truyền hình trả tiền; Quản lý hạ tầng kỹ thuật cung cấp dịch vụ truyền hình trả tiền; Quản lý giá thành, giá cước dịch vụ truyền hình trả tiền. Trong lĩnh vực tài chính, Phạm Bách Khoa (2021) đã nêu ra nội dung cơ bản của QLNN, bao gồm: (i) Xây dựng và ban hành các chính sách thu thuế; (ii) Bộ máy QLNN về thuế xuất khẩu lao động; (iii) Tổ chức thực hiện chính sách thuế xuất khẩu lao động; (iv) Thanh tra kiểm tra và xử lý hành vi vi phạm chính sách thu thuế xuất khẩu lao động.

1.1.3. Các nghiên cứu liên quan đến QLNN đối với TMĐT và BHTT

Theo Đào Anh Tuấn (2014) khái niệm QLNN về TMĐT trên cơ sở so sánh với thương mại truyền thống với các nội dung QLNN bao gồm (i) Xây dựng chiến lược, kế hoạch phát triển TMĐT; (ii) Xây dựng chính sách và ban hành pháp luật về TMĐT; (iii) Tổ chức thực hiện kế hoạch, chính sách phát triển TMĐT; (iv) Kiểm soát TMĐT và xây dựng bộ tiêu chí hiệu lực, hiệu quả, phù hợp và bền vững để đánh giá. Nguyễn Đức Tài (2015) đánh giá thực trạng hiệu lực QLNN trong vấn đề đảm bảo an toàn trong TMĐT ở Việt Nam, một trong bảy nội dung cơ bản của pháp luật TMĐT. Tác giả tập trung nghiên cứu cơ chế quản lý của các cơ quan trung ương tới địa phương cũng như đánh giá thực trạng hiệu quả QLNN trong lĩnh vực TMĐT. Phạm Nữ Mai Anh (2019) đã xây dựng nội dung từ thực tế về thuế đối với TMĐT với các nội dung xây dựng văn bản, tổ chức triển khai và thành viên kiểm tra hoạt động của Nhà nước đối với hoạt động nộp thuế của các DN BHTT trên thị trường.

Nhìn chung các nghiên cứu cơ bản về QLNN đối với BHTT hiện nay tập trung vào các nội dung khía cạnh pháp luật về thuế, bảo mật hay hành vi người tiêu dùng ... Cụ thể:

QLNN về mặt pháp lý đối với BHTT

Nghiên cứu của Hussenin Riyadh và các cộng sự (2019) đã đưa ra các yêu cầu cơ bản phải hoàn thiện về mặt pháp lý trong QLNN đối với BHTT, bao gồm: (1) Các quy định cụ thể liên quan tới chữ ký số và các thỏa thuận trên nền tảng số; (2) Chế tài xử phạt đối với các hành vi tiết lộ bí mật thông tin trong kinh doanh trực tuyến; (3) Các quy định bắt buộc đối với hợp đồng được ký kết thông qua các nền tảng số bao gồm: trách nhiệm, quyền hạn và nghĩa vụ của các bên liên quan. Nhóm tác giả đưa ra các nhận định dựa trên căn cứ phân tích Luật mẫu UNCITRAL (United Nations Commission on International Trade Law) về TMĐT. Nghiên cứu không dựa trên thực trạng QLNN về mặt pháp lý đối với BHTT làm căn cứ để ra các yêu cầu đối với cơ sở pháp lý cho hoạt động BHTT.

Tác giả Lin Peiyuan (2019) khi nghiên cứu về pháp luật trong kinh doanh trực tuyến đã so sánh trường hợp của các nước Châu Âu và Trung Quốc đã những tác động mà hệ thống pháp luật của Châu Âu và Trung Quốc sử dụng trong TMĐT đối với các hoạt động TMĐT cho rằng khuôn khổ pháp lý cần có sự linh hoạt đối với các vấn đề phát sinh và yêu cầu của việc phải đổi mới trong BHTT, nhằm tạo thuận lợi cho thương mại trên các góc độ quy định về hệ thống thanh toán và an ninh quốc gia trên nguyên tắc: (1) Đảm bảo quyền tự do di chuyển các dòng thông tin và các dịch vụ truyền thông; (2) Đảm bảo tôn trọng các quyền con người và quyền tự do cơ bản trong bối cảnh sử dụng các phương tiện kinh doanh mới bao gồm quyền tự do ngôn luận, quyền được tiếp nhận thông tin, quyền bất khả xâm phạm về đời sống riêng tư; (3) Chú trọng đến các vấn đề phát triển nền kinh tế như vấn đề việc làm trong nền kinh tế số, vấn đề phát triển và đổi mới đối với các DN vừa và nhỏ, tăng cường đầu tư cho khoa học công nghệ; (4) Đảm bảo sự chắc chắn, logic về mặt pháp lý trong BHTT, tôn trọng các quyền của người tiêu dùng và các lợi ích quan trọng về mặt xã hội. Cùng với đó A. R. Smith (2019) cho rằng các quốc gia muốn phát triển BHTT cần phải dựa trên các quy định của quốc tế để từ đó đưa ra các quy định quốc gia về luật hợp đồng điện tử, giao dịch trực tuyến và bảo mật thông tin như quyền riêng tư, bảo vệ dữ liệu, các yêu cầu về bảo mật đối với DN và người tiêu dùng.

Tác giả Roberts L.A (2016) giới thiệu các quy định cơ bản và khung pháp lý liên quan đến TMĐT như các nguyên tắc và luật pháp chính điều chỉnh hoạt động BHTT để đáp ứng với sự thay đổi công nghệ và mô hình kinh doanh như luật giao dịch điện tử, hợp đồng điện tử, các quy định về bảo mật dữ liệu, quyền riêng tư, và chống gian lận trong TMĐT, các quy định quốc tế về TMĐT. Phân tích các xu hướng mới trong quy định TMĐT và cách các cơ quan quản lý đang điều chỉnh.

Khi nghiên cứu về Luật TMĐT John A. Rothchild (2016) đã đưa ra một loạt các vấn đề về mặt pháp lý nảy sinh trong quá trình QLNN đối với BHTT như: Hợp đồng; Thanh toán; Sở hữu trí tuệ; Thực thi ngoài lãnh thổ; Giải quyết tranh chấp: Vấn đề về

truyền thông xã hội; Bảo vệ người tiêu dùng; Tính trung lập của các kênh phân phối trung gian; Cờ bạc trực tuyến; Quản trị tên miền; Quyền riêng do sự thay đổi nhanh chóng của công nghệ thông tin và những vấn đề xã hội mới nảy sinh.

Tác giả Nguyễn Thị Mơ (2006) đã làm rõ các vấn đề nội hàm khái niệm của hợp đồng điện tử; những vấn đề pháp lý cần nắm bắt khi giao kết hợp đồng điện tử; khung pháp lý về giao kết hợp đồng điện tử trên cơ sở làm rõ các đặc điểm của hợp đồng TMĐT, thời điểm phát sinh hiệu lực và giá trị pháp lý, hậu quả pháp lý đối với việc giải quyết các tranh chấp. Công trình nghiên cứu của Trần Văn Biên (2012) đã có những lý luận và thực tiễn về xây dựng và hoàn thiện pháp luật Việt Nam về hợp đồng điện tử trong giai đoạn hiện nay. Trong nghiên cứu trên cũng có nghiên cứu về chế định hợp đồng của Bộ luật Dân sự, Luật Thương mại, Luật Giao dịch điện tử, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Nghị định về TMĐT và các văn bản pháp luật khác để nghiên cứu các vấn đề liên quan đến hợp đồng điện tử trên cơ sở các nguyên tắc pháp luật bảo vệ các chủ thể tham gia hợp đồng cũng như xác định đối tượng của hợp đồng trong mối quan hệ giữa Luật chung và Luật chuyên ngành. Tác giả cũng đánh giá về thực trạng giải quyết tranh chấp hợp đồng điện tử còn bất cập và cần hoàn thiện để đảm bảo tính thống nhất, minh bạch, khả thi.

Theo Nguyễn Đức Tài (2015) đánh giá thực trạng hiệu lực QLNN từ trung ương đến địa phương trong đảm bảo an toàn trong TMĐT ở Việt Nam. Theo Đào Anh Tuấn (2013) đánh giá về pháp luật TMĐT là chưa điều chỉnh hết nhiều lĩnh vực mới nảy sinh trong TMĐT, chưa đảm bảo độ an toàn, tin cậy dẫn đến niềm tin của người tiêu dùng đối với TMĐT còn thấp, các chính sách pháp luật về phát triển nguồn nhân lực cho TMĐT còn chưa đáp ứng được các yêu cầu thực tiễn pháp luật quy định về hoạt động kiểm tra, thanh tra TMĐT chưa được chú trọng.

QLNN về thuế đối với BHTT

Tác giả Nasrullah và Amalia (2020) xây dựng các quy định về thuế đối với các DN BHTT trên nền tảng Instagram và chỉ ra xu hướng BHTT trên các nền tảng MXH. Nghiên cứu đã chỉ ra những khó khăn đối với công tác quản lý thuế với các giao dịch trực tuyến trên nền tảng Instagram do không có quy định rõ ràng về thuế; thiếu sự hiểu biết về thuế cũng như ý thức nộp thuế của các DN BHTT trên nền tảng Instagram; thiếu các dịch vụ thuế dành cho các DN BHTT.

Tác giả Nadiah Abd Hamid (2019) đã nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng thu thuế từ các DN BHTT nhỏ và vừa ở Malaysia, kết quả nghiên cứu cho thấy (1) kiến thức về thuế và (2) ý thức của DN là những yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tuân thủ thuế của loại hình DN này. Về nhân tố ảnh hưởng Phạm Nữ Mai Anh (2019) cũng đã chỉ ra 5 nhóm yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tuân thủ thuế của các DN hoạt động TMĐT ở Việt Nam bao gồm: (1) Vấn đề kiểm soát của cơ quan thuế, (2) Sự đáp ứng thông tin của cơ quan thuế, (3) Hình phạt và cưỡng chế, (4) Ý thức của DN, (5) Năng lực phục vụ

của cán bộ thuế. Maarten Siglé và các cộng sự (2018) đã nghiên cứu những yếu tố ảnh hưởng đến mức độ tuân thủ thuế của các DN BHTT tại Hà Lan. Kết quả khảo sát từ 271 mẫu khảo sát từ các tổ chức cho thấy niềm tin, sự tin tưởng đối với cơ quan thuế có ảnh hưởng đến mức độ tuân thủ thuế của các tổ chức này. Tuy nhiên, quyền lực của cơ quan thuế và mức phạt lại không có quan hệ tích cực với hành vi tuân thủ thuế của DN BHTT. Nghiên cứu của Mendoza, J. P., & A. (2017) cũng chỉ ra rằng nhận thức của DN BHTT về việc trốn thuế có ảnh hưởng đến việc tuân thủ thuế của các DN .

Trong nền kinh tế số việc thu thuế đối với cơ quan Nhà nước có nhiều nhược điểm. Theo Martin, R. L. (2020) có khó khăn trong việc xác định nơi các giao dịch kỹ thuật số diễn ra và xác định cơ sở tính thuế trong môi trường trực tuyến. Do đó để quản lý thuế đối với các giao dịch trực tuyến cần có phương pháp tích hợp các công nghệ mới vào hệ thống thuế. Tác giả cũng cho rằng các chính sách về thuế của chính phủ cũng thường xuyên phải thay đổi để theo kịp với những thay đổi trong nền kinh tế số. Tác giả Aizhen Li (2018) khi nghiên cứu về hệ thống quản lý và thu thuế trong TMĐT đã cho rằng những thách thức đối với công tác thu và quản lý thuế là khó xác định đối tượng đánh thuế, thời hạn tính thuế và địa điểm nộp thuế. Đồng thời cũng chỉ ra những đặc điểm trong giao dịch trực tuyến cũng ảnh hưởng đến việc thu và quản lý thuế: hệ thống thuế khó áp dụng, chứng từ giao dịch điện tử khó lấy, khó xác minh tính chính xác của các tờ khai thuế, kiểm tra thuế khó đạt được. Do đó công tác quản lý và thu thuế ở Trung Quốc cần đưa ra chính sách thuế hợp lý cho TMĐT, xây dựng hệ thống giám sát thuế đa cấp cho TMĐT, đào tạo cán bộ quản lý và thu thuế điện tử chuyên nghiệp. Tác giả James Alsm và các cộng sự (2021) khi nghiên cứu về các biện pháp về thuế để đối phó với đại dịch Covid- 19 và những biện pháp để tăng cường sự tuân thủ về thuế đã nêu lên các yếu tố ảnh hưởng đến sự tuân thủ về thuế trong đại dịch Covid 19 là sự tin tưởng vào cơ quan thuế, quyền lực của cơ quan thuế, và các đặc điểm của người nộp thuế và các tình huống.

Các nghiên cứu trên đã chỉ ra các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tuân thủ thuế của các DN BHTT cũng như phân tích những khó khăn và thách thức của cơ quan quản lý thuế trong công tác quản lý và thu thuế DN cũng như những đặc điểm của BHTT ảnh hưởng tới công tác quản lý và thu thuế của cơ quan Nhà nước. Thực tiễn cho thấy, không có mô hình duy nhất nào có thể giải thích các hành vi tuân thủ thuế, các yếu tố khác cũng có thể có liên quan trong việc giải thích hành vi tuân thủ thuế.

QLNN về các hành vi gian lận trong BHTT

Nghiên cứu về các hình thức gian lận trong BHTT và các công cụ quản lý rủi ro liên quan đến gian lận, tác giả Padmalatha NA (2020) cho rằng các nền tảng website dễ bị lừa đảo hơn các ứng dụng trong BHTT, trong đó các gian lận phổ biến bao gồm gian lận trong quảng cáo trực tuyến; đe dọa dữ liệu và vi phạm quyền sở hữu trí tuệ; gian lận

trong hệ thống thanh toán; gian lận trong giao hàng, trả lại hàng; và các gian lận khác liên quan đến việc tuân thủ hợp đồng, phần lớn được phát hiện bởi những người chuyên gia có kiến thức về công nghệ thông tin. Những hành vi gian lận đòi hỏi QLNN cần có hệ thống pháp lý chặt chẽ; không ngừng đổi mới và cải tiến khoa học công nghệ; nâng cao năng lực của những người làm việc trong môi trường BHTT; xây dựng hệ thống bảo mật để nhận diện rủi ro, thu thập minh chứng và xử lý rủi ro.

Cung cấp một cái nhìn toàn diện về pháp lý liên quan đến internet và công nghệ thông tin của tác giả Brian Craig (2019) cho ta hiểu các vấn đề cơ bản về pháp lý trong môi trường internet và công nghệ thông tin. Tác giả có những phân tích và thảo luận về tính hợp lệ, và thực thi các hợp đồng điện tử, các vấn đề liên quan đến kiểm duyệt, quyền tự do thông tin, và quy định về nội dung trực tuyến. Để từ đó giúp Nhà nước có cách điều chỉnh và quản lý BHTT. Theo tác giả Peter Goodhart (2019) khi nghiên cứu các giao dịch và mô hình trực tuyến đồng thời phân tích luật pháp hiện hành trong nước và quốc tế đã chỉ ra các phương pháp giải quyết tranh chấp về quyền sở hữu trí tuệ trong môi trường trực tuyến trong TMĐT, bao gồm các phương thức trọng tài và tòa án trực tuyến, và các vấn đề như mã hóa, chống gian lận, và bảo vệ thông tin cá nhân.

Tác giả Faisal Alanezi (2015) trong nghiên cứu về gian lận trong BHTT đã đưa ra nguyên nhân của việc gia tăng gian lận trong BHTT là sự gia tăng dung lượng người sử dụng; thiếu nhận thức về tính bảo mật; chưa hoàn thiện về mặt pháp lý; Cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin chưa được đáp ứng. Tác giả cũng phân tích việc chính phủ Arab sử dụng các biện pháp để đối phó với những đe dọa trong gian lận trực tuyến bao gồm: đưa ra các hình phạt hành chính và hình sự đối với những hành vi vi phạm pháp luật trong BHTT; làm rõ hơn các hành vi vi phạm được quy định trong pháp luật một cách nhất quán để làm căn cứ thực thi pháp luật; phát triển công nghệ để ngăn chặn hậu quả do gian lận thương mại. Nghiên cứu có thể thể hiện đầy đủ các vấn đề trong gian lận trong BHTT đối với điều kiện tự nhiên, xã hội, kinh tế, chính trị và pháp luật của Arab, tuy nhiên chưa đưa ra được tính khái quát đối với gian lận trong BHTT tại các quốc gia khác.

Các nghiên cứu về chính sách QLNN đến BHTT

Nghiên cứu của Richard Kingson (2001) về đánh giá những tác động của chính sách phát triển BHTT tới người tiêu dùng dựa trên nghiên cứu ở Vương quốc Anh và các nước EU từ đó Nhà nước nên có chính sách để thúc đẩy người tiêu dùng quan tâm nhiều hơn đến mua hàng trực tuyến. Nghiên cứu mới chỉ tập trung vào tác động của chính sách phát triển BHTT cho người tiêu dùng mà chưa đề cập đến DN và chính phủ.

Tác giả Tan Chia Han (2021) đưa ra những chính sách của chính phủ cần tập trung để phát triển BHTT bao gồm: (1) thiết lập hệ sinh thái giữa người bán, nhà cung cấp dịch vụ trực tuyến, hậu cần và người tiêu dùng. Điều này giúp nhà cung cấp dịch vụ trực tuyến nỗ lực hơn trong việc là cầu nối tìm kiếm người tiêu dùng và sàng lọc người

bán có chất lượng, đáp ứng nhu cầu; (2) Chính sách đào tạo nhân sự phục vụ cho BHTT: bao gồm đào tạo đại học, tuyển dụng chuyên gia nước ngoài để phát triển công nghệ. Nghiên cứu đã nhấn mạnh vào việc thiết lập một hệ sinh thái cho BHTT, những xu hướng và phát triển kinh tế khu vực châu Á nhưng chưa đưa ra được các biện pháp thực thi chính sách.

1.1.4. Khoảng trống nghiên cứu

Từ tổng quan các công trình nghiên cứu liên quan đến đề tài của luận án cho thấy một số khoảng trống trong nghiên cứu như sau :

Thứ nhất, một số nghiên cứu QLNN đối với BHTT chủ yếu tập trung nghiên cứu theo chức năng, tác nghiệp như quản lý về thuế, quản lý về gian lận trong BHTT... Theo hiểu biết của NCS chưa có nghiên cứu theo cách tiếp cận hỗn hợp công cụ và quá trình quản lý từ việc xây dựng chiến lược, kế hoạch phát triển BHTT; xây dựng chính sách và ban hành văn bản pháp luật đối với BHTT; tổ chức thực hiện kế hoạch và chính sách phát triển BHTT và kiểm tra, giám sát BHTT hoạt động trong môi trường kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam.

Thứ hai, các công trình nghiên cứu liên quan đến QLNN đối với BHTT ở Việt Nam chủ yếu được công bố trên các báo, tạp chí, hội thảo khoa học quốc gia, quốc tế. Các nghiên cứu này hầu hết phân tích dựa trên dữ liệu thứ cấp và chủ yếu đánh giá nội dung theo tiêu chí hiệu quả. Theo hiểu biết của NCS, hiện chưa có nghiên cứu nào xây dựng hệ thống các tiêu chí đánh giá QLNN đối với BHTT (hiệu lực; hiệu quả; phù hợp; đồng bộ, hệ thống và thống nhất; minh bạch và công bằng) và thực hiện các khảo sát về thực trạng, đánh giá QLNN đối với BHTT ở Việt Nam trong bối cảnh phát triển kinh tế số dựa trên dữ liệu sơ cấp để đo lường theo các tiêu chí đó.

Thứ ba, có một số luận án tiến sĩ nghiên cứu QLNN đối với TMĐT và các khía cạnh liên quan nhưng nội dung tập trung về TMĐT và các giải pháp từ năm 2014 khi mà các kế hoạch phát triển TMĐT được xây dựng. Trong khi đó phát triển TMĐT nói chung và BHTT nói riêng đã có nhiều thay đổi thông qua các kế hoạch phát triển TMĐT qua các giai đoạn từ 2016 đến nay, hơn nữa Chính phủ ban hành Quyết định 645/QĐ-TTg, Quyết định số 411/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ: “*Chiến lược quốc gia phát triển kinh tế số và xã hội số đến năm 2025, định hướng đến năm 2030*” và Quyết định số 1163/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược “*Phát triển thương mại trong nước giai đoạn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045*”. Vì thế những đánh giá hiện trạng và đề xuất giải pháp của các đề tài trên không còn phù hợp với bối cảnh KT-XH và mục tiêu phát triển BHTT hiện nay. Theo hiểu biết của NCS, hiện chưa có luận án tiến sĩ hoặc công trình nghiên cứu có cùng quy mô nào được công bố phân tích thực trạng và đánh giá kết quả, hạn chế và nguyên nhân trong QLNN đối với BHTT ở Việt Nam trong giai đoạn từ 2016 đến năm

2023, cũng như đề xuất các giải pháp hoàn thiện QLNN đối với BHTT ở Việt Nam đến năm 2030.

1.2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU CỦA ĐỀ TÀI LUẬN ÁN

1.2.1. Phương pháp thu thập dữ liệu

1.2.1.1 Dữ liệu thứ cấp

Luận án sử dụng các dữ liệu thứ cấp đã được kiểm chứng độ tin cậy để hệ thống hóa, xác định và phân tích một số khái niệm sử dụng trong luận án, đặc điểm của BHTT, xác định nội dung QLNN, các tiêu chí đánh giá, các yếu tố ảnh hưởng đến BHTT, kinh nghiệm của các quốc gia về QLNN đối với BHTT, xu hướng phát triển của BHTT... Các dữ liệu này được khai thác từ các nguồn cụ thể như sau: giáo trình về QLNN về kinh tế, về thương mại, sách chuyên khảo, sách tham khảo về TMĐT, các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi mua hàng trực tuyến... ; các luận án đã bảo vệ có liên quan đến TMĐT, hành vi mua hàng trực tuyến, QLNN về TMĐT; các đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ, cấp Nhà nước... về các vấn đề gắn với BHTT và QLNN đối với BHTT; các bài báo liên quan đến QLNN đối với BHTT có chỉ số xuất bản phù hợp, chủ yếu là các bài báo được đăng trên các tạp chí có tên trong danh mục được Hội đồng chức danh giáo sư Nhà nước công nhận cũng như các bài báo xuất bản trên các tạp chí, trang web có uy tín.

Dữ liệu thứ cấp cũng là nguồn dữ liệu quan trọng được sử dụng trong luận án nhằm làm rõ kết quả phát triển BHTT và phân tích thực trạng QLNN đối với BHTT của Việt Nam. Các dữ liệu thứ cấp về kết quả BHTT được thu thập từ các nguồn như: các báo cáo TMĐT của Cục TMĐT và kinh tế số- Bộ Công thương, Báo cáo chỉ số TMĐT của Hiệp hội TMĐT Việt Nam (VECOM), Tổng cục Thống kê, Báo cáo TMĐT trên MXH của Phòng Công nghiệp và thương mại Việt Nam (VCCI); Sách trắng báo cáo DN Việt Nam của Bộ Kế hoạch và Đầu tư; báo/tạp chí điện tử/kỷ yếu khoa học liên quan đến BHTT và QLNN đối với BHTT... Để phân tích thực trạng QLNN đối với BHTT ở Việt Nam, đề tài tham khảo từ các nguồn như: Nghị định, Thông tư, Quyết định, Chiến lược, Đề án, Quy hoạch, Kế hoạch, Công văn... của cơ quan Nhà nước cấp Trung ương; dữ liệu sử dụng trong nghiên cứu cũng bao gồm các số liệu thống kê từ các báo/tạp chí điện tử/kỷ yếu hội thảo khoa học; các báo cáo, cơ sở dữ liệu trên các website: vanban.chinhphu.vn, thuvienphapluat.vn, vbpl.vn... liên quan đến QLNN đối với BHTT. Việc thu thập dữ liệu thứ cấp được thực hiện tại bàn (thông qua internet), tại thư viện Trường Đại học Thương mại, thư viện Quốc Gia, thư viện Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh, thư viện Học viện Hành chính Quốc gia...

Luận án còn sử dụng các số liệu điều tra khảo sát về người tiêu dùng mua hàng trực tuyến trên các ứng dụng TMĐT như MXH, website, sàn giao dịch TMĐT và các ứng dụng di động mua hàng trực tuyến của Cục TMĐT và kinh tế số- Bộ Công thương

từ năm 2016 - 2023. Đồng thời là những khảo sát của các DN BHTT ở Việt Nam từ năm 2016 -2023. Cụ thể:

(1) Đối với khảo sát về người tiêu dùng mua hàng trực tuyến của DN BHTT được tiến hành từ năm 2016 đến năm 2023.

Cục TMĐT và kinh tế số- Bộ Công thương đã tiến hành điều tra, khảo sát tình hình ứng dụng TMĐT trong cộng đồng với sự tham gia của các cá nhân có truy cập Internet trong cả nước. Hình thức khảo sát là trả lời trực tuyến và điền phiếu trực tiếp. Các cá nhân có độ tuổi, công việc khác nhau nhưng đều có mục tiêu tham gia mua hàng trực tuyến bằng các phương tiện của cá nhân để mua hàng trực tuyến ở mọi thời điểm. Mô tả khảo sát người tiêu dùng được trình bày tại *Bảng 1, Phụ lục 1*. Kết quả khảo sát được sử dụng để đánh giá kết quả kinh doanh BHTT của DN ở Việt nam trong thời gian qua.

(2) Đối với khảo sát về DN BHTT được tiến hành từ năm 2016 đến năm 2023

Cục thương mại và kinh tế số- Bộ Công thương tiến hành điều tra khảo sát tình hình ứng dụng TMĐT của DN trên cả nước. Đối tượng khảo sát bao gồm các DN thuộc nhiều loại hình, lĩnh vực và quy mô được mô tả trong *Bảng 2, Phụ lục 1*. Hình thức khảo sát là trả lời trực tuyến và điền phiếu trực tiếp, mẫu phiếu phỏng vấn DN BHTT. Kết quả khảo sát được sử dụng để đánh giá kết quả kinh doanh BHTT của các DN BHTT ở Việt nam trong thời gian qua.

1.2.1.2. Dữ liệu sơ cấp

Để có thêm thông tin bổ sung cho nghiên cứu đánh giá QLNN đối với BHTT cũng như một số vấn đề liên quan trong luận án, NCS thu thập dữ liệu sơ cấp bằng cách khảo sát qua bảng hỏi.

- Nội dung bảng hỏi

Câu hỏi khảo sát được thiết kế hỗn hợp bao gồm cả dạng câu hỏi đóng và câu hỏi mở, trong đó chủ yếu là câu hỏi đóng. Bảng câu hỏi khảo sát được thiết kế bao gồm các câu hỏi đánh giá về chính sách ban hành và thực thi QLNN đối với BHTT và các vấn đề liên quan. Các câu hỏi được thiết kế theo hướng tập trung đánh giá dựa vào 5 tiêu chí: (i) Hiệu lực của QLNN; (ii) Hiệu quả của QLNN; (iii) Tính phù hợp của QLNN; (iv) Tiêu chí đồng bộ, hệ thống và thống nhất; (v) Tiêu chí minh bạch và công bằng, từ đó đề xuất các giải pháp hoàn thiện công tác QLNN đối với BHTT.

Các đối tượng khác nhau được khảo sát bởi bảng câu hỏi được thiết kế khác nhau, đảm bảo phù hợp với đối tượng khảo sát và các nội dung nghiên cứu đã được đề xuất. Khảo sát sử dụng thang đo Likert 5 mức độ (Hoàn toàn không đồng ý; Không đồng ý; Không ý kiến; Đồng ý; Hoàn toàn đồng ý) và để phân tích dữ liệu khảo sát sẽ tính điểm trung bình để xác định mức độ chung của cảm nhận, thái độ, hoặc sự đồng ý của một nhóm người tham gia khảo sát đối với một vấn đề cụ thể:

Tính điểm trung bình (Mean Score):

$$\text{Công thức: Điểm trung bình} = \frac{\sum(\text{Điểm của mỗi câu trả lời})}{\text{Số lượng câu trả lời}}$$

Mức điểm (1.0 - 2.0): Rất không đồng ý hoặc không hài lòng: cho thấy phần lớn người tham gia có phản hồi tiêu cực. Họ chủ yếu không đồng ý hoặc không hài lòng với phát biểu hoặc câu hỏi được đưa ra, thể hiện đánh giá rất thấp đối với khía cạnh được khảo sát

Mức điểm (2.1 - 3.0): Không đồng ý hoặc không hài lòng: phản ánh một mức độ không đồng tình hoặc không hài lòng, nhưng không hoàn toàn tiêu cực như mức trước đó. Kết quả này cho thấy có sự không hài lòng từ phần lớn người tham gia nhưng với mức độ nhẹ nhàng hơn;

Mức điểm (3.1 - 4.0): Trung lập hoặc đồng ý nhẹ: thể hiện một sự đánh giá trung tính hoặc chỉ đồng ý ở mức độ vừa phải. Người tham gia có thể không có ý kiến mạnh mẽ, hoặc có sự đồng tình nhưng không nhiệt tình với phát biểu hoặc câu hỏi

Mức điểm (4.1 - 5.0): Đồng ý hoặc rất hài lòng: biểu thị mức độ đồng tình cao. Phản hồi cho thấy người tham gia đồng ý mạnh mẽ hoặc hài lòng với khía cạnh khảo sát, thể hiện sự đánh giá tích cực và nhiệt tình.

Tính độ lệch chuẩn (Standard Deviation):

$$\text{Công thức: Độ lệch chuẩn} = \sqrt{\frac{\sum(X_i - \bar{X})^2}{N}}$$

Trong đó X_i là điểm của mỗi câu trả lời, \bar{X} là điểm trung bình, và N là số lượng câu trả lời.

Với các câu trả lời trên thang Likert, độ lệch chuẩn cho thấy mức độ nhất trí hay phân tán trong phản hồi của người tham gia. Độ lệch chuẩn thấp (nhỏ hơn 1) thể hiện sự nhất trí cao giữa các người tham gia, trong khi độ lệch chuẩn cao (trên 1) cho thấy sự phân tán ý kiến rộng hơn. Tính độ lệch chuẩn khi sử dụng thang đo Likert giúp nghiên cứu hiểu sâu hơn về mức độ đồng thuận hoặc đa dạng trong phản hồi của người tham gia khảo sát. Cung cấp một bức tranh toàn diện hơn về dữ liệu, giúp đánh giá tính nhất quán và ổn định của kết quả, từ đó hỗ trợ ra quyết định và đưa ra các kết luận chính xác hơn.

- *Cách thức thực hiện*

Xây dựng các bảng câu hỏi được hoàn thiện, phiếu khảo sát được gửi đến cho các đối tượng nhằm thu thập ý kiến đánh giá theo mục tiêu đã đề ra (*xem phụ lục 2,3*).

- *Về đối tượng khảo sát*, khảo sát được thực hiện với đại diện cơ quan QLNN về BHTT và đại diện lãnh đạo các DN BHTT (giám đốc, phó giám đốc, trưởng phó phòng...)

- *Về thời gian khảo sát*: thời gian khảo sát từ tháng 6/2022-8/2022. Đây là thời gian Việt Nam vừa trải qua dịch COVID-19 có hoạt động BHTT phát triển mạnh mẽ nên phát sinh nhiều vướng mắc trong thực thi các chính sách của Nhà nước, nhiều vấn đề phát sinh mà trong luật chưa xây dựng hoặc xây dựng không đầy đủ. Do đó, việc tiếp cận khảo sát các DN và cán bộ QLNN đối với BHTT trong thời điểm này sẽ có được những góp ý sát với thực tiễn.

- *Về phương pháp chọn mẫu*: Đối với hoạt động BHTT hoạt động chủ yếu ở những thành phố có điều kiện về KT-XH phát triển, nhu cầu mua sắm cao do vậy khảo sát tập trung ở các thành phố lớn phát triển mạnh BHTT nên khó xác định mẫu số chung. Nghiên cứu sinh

lựa chọn hoạt động BHTT tập trung chủ yếu ở 10 tỉnh: Tp. Hồ Chí Minh, Hà Nội, Bình Dương, Hải Phòng, Nam Định, Cần Thơ, Đồng Tháp, Phú Thọ, Đồng Nai, Bắc Ninh. Đây là những địa phương có chỉ số giao dịch BHTT lớn nhất của cả nước (theo thống kê của VECOM năm 2022 có các chỉ số lần lượt là 85,3; 80,4; 21,6; 15,9; 15,7; 15,1; 14,2; 14,1; 14; 14) và được chính quyền địa phương đầu tư về cơ sở hạ tầng và các chính sách để phát triển mạnh về TMĐT nên thuận lợi cho việc khảo sát và thu thập dữ liệu liên quan đến BHTT.

- *Về quy mô mẫu:* Với các đối tượng khảo sát là các nhà QLNN đối với BHTT và mục tiêu là thu thập dữ liệu định tính như đã xác định thì phương pháp chọn mẫu phù hợp nhất là sử dụng kỹ thuật lấy mẫu thuận tiện. Với kỹ thuật này, kích cỡ mẫu chủ yếu phụ thuộc vào nội dung câu hỏi và mục tiêu nghiên cứu, kết quả khảo sát phụ thuộc vào kỹ năng khảo sát và phân tích dữ liệu nhiều hơn là kích cỡ mẫu (Patton, M. Q, 2002).

Nghiên cứu sinh cũng tham khảo thêm cách xác định quy mô mẫu của Hair & cộng sự (2014) và Bollen, K. A. (1989). Theo đó, kích thước mẫu theo quy tắc thông thường cần phải lớn hơn hoặc bằng 100 và mẫu nhỏ nhất phải có tỷ lệ tương ứng với kích thước $n = 5*k$ ($k =$ số biến quan sát). Vì vậy, để khảo sát các chỉ tiêu đánh giá QLNN đối với BHTT, số lượng mẫu được xác định cụ thể như sau:

(i) *Bảng hỏi DN BHTT:* với 50 quan sát trong bảng hỏi DN BHTT, cỡ mẫu tối thiểu cần thiết là $50 \times 5 = 250$. Để tăng độ chính xác và căn cứ vào số lượng DN BHTT trên thực tế, nghiên cứu tiến hành khảo sát 100 DN BHTT tại 10 tỉnh thành với 468 phiếu điều tra được phát ra, thu về được 440 phiếu, tất cả các phiếu đều có giá trị thống kê (*mẫu phiếu xem Phụ lục 2*). Quy mô mẫu và cơ cấu phiếu khảo sát được xem là phù hợp với số lượng DN BHTT hiện đang hoạt động tại 10 tỉnh: Tp. Hồ Chí Minh, Hà Nội, Bình Dương, Hải Phòng, Nam Định, Cần Thơ, Đồng Tháp, Phú Thọ, Đồng Nai, Bắc Ninh (*xem bảng 1.1*).

Bảng 1.1. Cơ cấu phiếu khảo sát đối với các DN BHTT tại 10 tỉnh được lựa chọn khảo sát

STT	Địa phương	Số phiếu khảo sát	
		Phát ra	Thu về
1	Tp. Hồ Chí Minh	55	53
2	Hà Nội	60	58
3	Bình Dương	58	55
4	Hải Phòng	48	46
5	Nam Định	45	40
6	Cần Thơ	44	42
7	Đồng Tháp	42	36
8	Phú Thọ	40	39
9	Đồng Nai	38	35
10	Bắc Ninh	38	36
Tổng		468	440

Nguồn: Tổng hợp của nghiên cứu sinh, 2022

(ii) *Bảng hỏi cán bộ quản lý BHTT*: NCS phát phiếu điều tra cho các cán bộ ở các bộ phận liên quan đến BHTT như: Bộ Công thương, Bộ Thông tin và truyền thông, Bộ Tài chính, Hiệp hội TMĐT Việt Nam, Sở Công thương các tỉnh ở 10 tỉnh: Tp. Hồ Chí Minh, Hà Nội, Bình Dương, Hải Phòng, Nam Định, Cần Thơ, Đồng Tháp, Phú Thọ, Đồng Nai, Bắc Ninh. Qua khảo sát sơ bộ của NCS, mỗi cơ quan QLNN trung bình có khoảng 5-6 cán bộ trực tiếp tham gia các hoạt động quản lý đối với BHTT. Vì thế, NCS xác định số phiếu phát ra ở mỗi cơ quan là từ 6-8 phiếu. Theo đó, NCS đã tiến hành phát ra tổng số phiếu là 80, tổng số phiếu thu về là 60 phiếu, tất cả các phiếu đều có giá trị thống kê (xem Phụ lục 3).

- *Hình thức khảo sát*:

Để tiến hành khảo sát, NCS lập danh sách các DN BHTT, các cán bộ quản lý BHTT ở các địa phương được lựa chọn để khảo sát. Sau đó, liên hệ qua điện thoại để xác nhận tính xác thực của các cán bộ trong danh sách và các DN BHTT. NCS sử dụng ba kênh để thu thập phiếu điều tra chính thức: (i) phiếu khảo sát được thiết kế dưới dạng Google Form trong Google Drive và gửi cho đại diện lãnh đạo các DN và các cán bộ quản lý BHTT theo địa chỉ email có trên website hoặc từ những người quen biết giới thiệu; (ii) Gửi phiếu khảo sát tới cán bộ quản lý BHTT ở các tỉnh qua đường bưu điện, sau đó tập hợp các phiếu trả lời và chuyển lại cho NCS; (iii) NCS đến tham dự các hội nghị, hội thảo liên quan đến TMĐT để gặp gỡ đại diện lãnh đạo các DN BHTT, các cán bộ quản lý BHTT và phát phiếu điều tra khảo sát trực tiếp.

Đối với khảo sát dành cho DN BHTT, ban lãnh đạo của DN BHTT thường có trung bình có 5 -10 thành viên nhưng nghiên cứu chỉ thực hiện gửi phiếu khảo sát nhằm thu thập ý kiến đại diện vì vậy phiếu khảo sát được ưu tiên gửi đến thành viên có nhiều thông tin liên hệ nhất, thành viên có thứ tự xếp đầu hay xếp trước trong danh sách được công khai trên website. Để tăng tỷ lệ phản hồi, tất cả các email đều được gửi đi dưới dạng định danh cá nhân trong phần chủ đề thư để gia tăng sự chú ý của người trả lời. Đồng thời, tác giả tiến hành gọi điện thoại trước (đối với các trường hợp xin được số điện thoại) đề nghị sự trợ giúp. Các email chậm trả lời đều được gọi điện (đối với các trường hợp xin được số điện thoại) để nhắc lại và đề nghị thêm sự trợ giúp. Với cách làm này, NCS đã thu về được số phiếu cần thiết, có đầy đủ thông tin có thể cho phép sử dụng để phân tích theo một số nội dung đã xác định.

1.2.2. Phương pháp phân tích dữ liệu

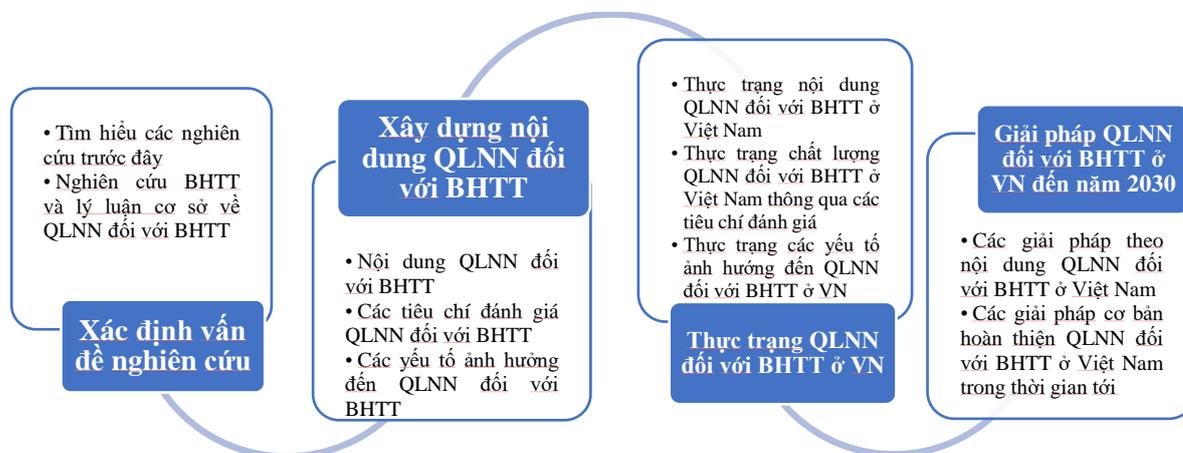
Luận án sử dụng công cụ Excel để thống kê dữ liệu khảo sát; sử dụng phần mềm SPSS 22.0 để tính toán một số chỉ số thống kê. Ngoài ra, luận án còn sử dụng các phương pháp nghiên cứu cụ thể như sau:

- *Phương pháp tổng hợp*: phương pháp này được sử dụng trong quá trình nghiên cứu tổng quan tài liệu; hệ thống hóa, hoàn thiện cơ sở lý luận về QLNN đối với BHTT. Phương pháp này còn được dùng để xây dựng các luận cứ khoa học có tính độc lập và rút ra các kết luận cho từng vấn đề của luận án.

- *Phương pháp thống kê mô tả*: phương pháp này được sử dụng chủ yếu ở chương 3 để xử lý, tính toán các trị số thể hiện đặc tính của các hiện tượng, mô tả mức độ, sự biến động của các chỉ số thống kê phục vụ cho việc nghiên cứu thực trạng QLNN đối với BHTT.

- *Phương pháp thống kê so sánh*: được sử dụng kết hợp cùng phương pháp phân tích tổng hợp để so sánh các kết quả BHTT ở Việt Nam qua các năm; so sánh QLNN đối với BHTT giữa các quốc gia trên thế giới nhằm tổng kết kinh nghiệm các nước trong việc QLNN đối với BHTT và giải quyết các vấn đề liên quan. Bên cạnh đó, luận án sử dụng các phương pháp phân tích thực trạng QLNN đối với BHTT, phương pháp sơ đồ, biểu đồ, bảng số liệu nhằm thực hiện phân tích mô tả, đánh giá kết quả BHTT, đánh giá thực trạng QLNN đối với BHTT dựa trên các dữ liệu đã thu thập được.

1.2.3. Khung nghiên cứu của đề tài luận án



TIỂU KẾT CHƯƠNG 1

Ở chương này, luận án đã tổng hợp và trình bày một số công trình nghiên cứu tiêu biểu trong và ngoài nước về các chủ đề có liên quan chặt chẽ đến nội dung luận án như: Các nghiên cứu về BHTT và phát triển BHTT ở các gia ; Các nghiên cứu liên quan đến QLNN về kinh tế và thương mại nói chung và các nghiên cứu về QLNN đối với TMĐT và BHTT. Từ đó chỉ ra khoảng trống mà luận án cần tiếp tục nghiên cứu.

Bên cạnh đó, để thực hiện được mục tiêu nghiên cứu, ở chương này NCS cũng đã đưa ra lựa chọn và phân tích cụ thể phương pháp nghiên cứu sử dụng trong luận án. Theo đó, luận án sử dụng chủ yếu các nguồn dữ liệu thứ cấp kết hợp với dữ liệu sơ cấp được thu thập qua khảo sát 60 cán bộ QLNN đối với BHTT và các DN BHTT trên 10 tỉnh: Tp. Hồ Chí Minh, Hà Nội, Bình Dương, Hải Phòng, Nam Định, Cần Thơ, Đồng Tháp, Phú Thọ, Đồng Nai, Bắc Ninh. Để xử lý và phân tích dữ liệu, luận án sử dụng công cụ Excel, phần mềm SPSS 22.0 và các phương pháp nghiên cứu cụ thể như: tổng hợp, thống kê mô tả, thống kê so sánh, phân tích đánh giá QLNN đối với BHTT ở Việt Nam.

Chương 2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ BÀI HỌC THỰC TIỄN QLNN VỀ KINH TẾ, THƯƠNG MẠI VẬN DỤNG ĐỐI VỚI BHTT Ở VIỆT NAM

2.1. MỘT SỐ KHÁI NIỆM VÀ LÝ LUẬN CƠ SỞ

2.1.1. BHTT

2.1.1.1. Khái niệm BHTT

Bán hàng là một hoạt động kinh doanh quan trọng và có vai trò chính trong quá trình tạo ra doanh thu cho DN. Bán hàng được hiểu là "*quá trình chuyển giao quyền sở hữu hàng hóa hoặc dịch vụ từ người bán sang người mua, thông qua các hình thức giao dịch và đàm phán, nhằm thỏa mãn nhu cầu tiêu dùng của khách hàng và đạt được mục tiêu lợi nhuận của DN*" (Nguyễn Thị Tuyết Mai, 2019). Với các tiêu chí, mục đích khác nhau thì có các hình thức bán hàng như: (i) theo địa điểm (bán hàng tại cửa hàng và bán hàng không có cửa hàng); (ii) theo quy mô (có bán buôn và bán lẻ); (iii) theo phương thức bán (bán theo hợp đồng, bán “miệng”, bán đấu giá); (iv) theo mối quan hệ thanh toán (mua đứt đoạn và mua trả góp); (v) theo tính chất (bán hàng truyền thống, bán hàng hiện đại (qua điện thoại, qua internet, qua môi giới)). Vậy BHTT là một trong những loại hình bán hàng hiện đại trên thị trường.

BHTT ra đời gắn với những ứng dụng công nghệ vào trong quá trình bán hàng làm thay đổi hành vi tiêu dùng và ngày càng trở thành xu hướng chủ đạo trong thương mại toàn cầu và Việt Nam nhờ vào sự tiện lợi mà nó mang lại. Tuy nhiên, trong các văn bản quy phạm pháp luật của Việt Nam cũng chưa có khái niệm cụ thể về BHTT. Bên cạnh đó, cũng còn nhiều ý kiến chưa thống nhất quan điểm đối với thuật ngữ này. Theo Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2019) và Dave Chaffey (2022) cho rằng BHTT là *một mô hình TMĐT cho phép DN giao dịch hàng hóa hoặc dịch vụ qua internet, nhằm mở rộng thị trường và tối ưu hóa quy trình bán hàng*, còn đối với Michael R. Solomon (2023) BHTT là *phương thức mua sắm cho phép người tiêu dùng thực hiện giao dịch mua bán hàng hóa hoặc dịch vụ qua internet, mang lại sự tiện lợi và khả năng tiếp cận sản phẩm từ nhiều nguồn khác nhau*. Khi xem xét về yếu tố kỹ thuật Laudon K.C và Carol Guercio Traver (2019) cho rằng BHTT bao gồm *các nền tảng và công nghệ hỗ trợ việc giao dịch và quản lý hàng hóa hoặc dịch vụ qua internet, bao gồm hệ thống quản lý nội dung, cổng thanh toán, và các công cụ phân tích dữ liệu*. Nhìn nhận dưới góc độ pháp lý Ian Ballon (2021) và Brian Craig (2019) cho rằng BHTT liên quan đến *các quy định và luật pháp điều chỉnh các giao dịch thương mại qua internet, bao gồm bảo mật dữ liệu, quyền lợi người tiêu dùng, và các quy định thuế* và nó ảnh hưởng đến nền kinh tế toàn cầu bằng cách thay đổi cách thức phân phối hàng hóa và dịch vụ, tạo ra cơ hội việc làm và thúc đẩy sự đổi mới trong các ngành công nghiệp (David J. Weinstein và L. S. Wang (2006) và King C.T (2002)). Còn ở góc độ xã hội Marsha Collier (2015) và Clark T.D (2001) cho rằng BHTT làm thay đổi cách xã hội tiêu dùng và tương tác với các thương hiệu, và có ảnh hưởng đến cấu trúc

xã hội và hành vi tiêu dùng. Tóm lại, trong luận án này hiểu “*BHTT là quá trình mua bán hàng hóa hoặc dịch vụ thông qua các hình thức website, sàn TMĐT, MXH hoặc các ứng dụng di động để thực hiện giao dịch, quản lý đơn hàng, thanh toán và giao hàng*”. BHTT sử dụng các nền tảng kỹ thuật số giúp cải thiện hiệu quả bán hàng nhờ tự động hóa các khâu quản lý đơn hàng và thanh toán, đồng thời cho phép DN tiếp cận người tiêu dùng ở phạm vi rộng hơn so với bán hàng truyền thống. Điều này không chỉ nâng cao trải nghiệm mua sắm mà còn hỗ trợ sự phát triển và cạnh tranh của DN trong môi trường số.

2.1.1.2. Đặc điểm của BHTT

Thứ nhất, về chủ thể bán bao gồm DN, cá nhân kinh doanh, hoặc các tổ chức thực hiện bán hàng thông qua các nền tảng website, MXH, sàn TMĐT và các ứng dụng di động. Chủ thể BHTT có thể bán hàng từ bất cứ đâu, không cần qua cửa hàng vật lý. Người mua là người tiêu dùng cá nhân hoặc DN và có khả năng tiếp cận sản phẩm từ nhiều nơi trên toàn cầu không bị giới hạn bởi khoảng cách địa lý.

Thứ hai, hàng hóa giao dịch trực tuyến rất phong phú cho phép người tiêu dùng có nhiều lựa chọn như các sản phẩm vật lý (điện tử, quần áo, đồ gia dụng), dịch vụ (du lịch, giáo dục), hoặc hàng hóa số (phần mềm, âm nhạc, sách điện tử) trong đó hàng hóa số không cần kho lưu trữ vật lý còn hàng hóa vật lý cần được lưu kho và phân phối một cách hiệu quả.

Thứ ba, các giao dịch trực tuyến được thực hiện trên nền tảng kỹ thuật số và các công cụ hỗ trợ thanh toán qua thẻ tín dụng, ví điện tử, chuyển khoản ngân hàng, thanh toán khi nhận hàng (COD), hoặc sử dụng tiền điện tử. Khi công nghệ phát triển sẽ xây dựng hệ thống tự động xác nhận đơn hàng, thanh toán, và gửi thông báo cho khách hàng mà không cần sự can thiệp thủ công, thậm chí thông qua giao dịch trực tuyến có thể phân tích hành vi người dùng giúp cá nhân hóa trải nghiệm mua sắm thúc đẩy mua hàng.

2.1.1.3. Các hình thức BHTT

Công nghệ phát triển nên ngày càng có nhiều hình thức BHTT, mỗi hình thức có những ưu điểm nhược điểm và người bán có thể lựa chọn phù hợp để tối ưu hóa doanh thu và tiếp cận khách hàng hiệu quả hơn. Dưới đây là một số hình thức BHTT chủ yếu trên thị trường:

a. Bán hàng trên website

Website BHTT là cách thức bán hàng mà DN tạo ra các trang web riêng để trưng bày sản phẩm và thực hiện các giao dịch trực tuyến. Website BHTT thể hiện một phần hoặc toàn bộ quy trình hoạt động mua bán của một cửa hàng, DN nào đó. Hình thức bán hàng này giúp tăng khả năng nhận diện thương hiệu, giữ chân khách hàng đồng thời giúp DN dễ dàng quảng bá thương hiệu với nhiều cách thức như xây dựng các chương trình khuyến mãi, event, video, ý kiến khách hàng...trên website. Hơn nữa website giúp tìm kiếm hàng hóa tốt hơn so với các trang MXH. Tuy nhiên trên website bán hàng của DN tính bảo mật về thông tin khách hàng không cao do đó quyết định mua hàng còn thấp.

b. Bán hàng trên sàn TMĐT

Sàn TMĐT là nơi diễn ra hoạt động mua bán trực tuyến của nhiều cá nhân, DN khác nhau trên cùng trang web. Hoạt động trên sàn giúp DN tiếp cận được lượng khách hàng lớn, bán được nhiều hàng mà không tốn nhiều chi phí cho việc marketing. Bán hàng tại đây DN có thể kiểm soát các công đoạn bán, vận chuyển đơn giản, dễ dàng và chuyên nghiệp hạn chế tối thiểu tình trạng lựa đảo, rút đơn hàng ... Tuy nhiên bán hàng trên sàn sản phẩm dễ bị so sánh với các sản phẩm cùng loại ở trang khác dẫn đến việc cạnh tranh giá cả; DN xây dựng thương hiệu khó khăn hơn vì khách hàng sẽ chỉ nhớ tên của sàn TMĐT... Do đó để nâng cao hiệu suất kinh doanh hiện nay các DN thường đưa hàng hóa của mình lên nhiều sàn TMĐT nhưng kiểm soát của DN sẽ phức tạp hơn.

c. Bán hàng trên MXH

Bán hàng trên MXH là quá trình mua bán hàng hóa hoặc dịch vụ thông qua các nền tảng MXH (Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, TikTok, LinkedIn). Hình thức này kết hợp các hoạt động thương mại với tính năng MXH để tạo ra trải nghiệm mua sắm trực tuyến và tương tác với khách hàng được nhiều hơn. MXH sẽ cung cấp các công cụ và tính năng để người bán có thể giới thiệu sản phẩm, tạo cửa hàng trực tuyến, và thực hiện giao dịch với khách hàng. Cách thức bán hàng này ngoài những ưu điểm như các hình thức BHTT khác thì nó còn có một ưu việt đó là tăng cường mối quan hệ với khách hàng thông qua sự tương tác và phản hồi trực tiếp điều đó thúc đẩy bán hàng được nhiều hơn.

d. Bán hàng trên các ứng dụng di động

Bán hàng qua ứng dụng di động tức là người bán phát triển ứng dụng di động riêng để người tiêu dùng mua sản phẩm trực tuyến qua các thiết bị di động như điện thoại thông minh, ipad. Thông qua các ứng dụng người bán có thể chăm sóc người tiêu dùng tốt hơn và người tiêu dùng cũng có thể truy cập theo dõi đơn hàng của mình.

Ngày nay, các giao dịch trực tuyến giúp mua bán ngày càng đơn giản, nhanh chóng, tiết kiệm hơn. Công nghệ phát triển giúp thị trường ngày càng có nhiều hình thức BHTT hơn. Tuy nhiên để đánh giá vai trò, chức năng QLNN đối với BHTT luận án tập trung chủ yếu vào BHTT thông qua website, sàn giao dịch TMĐT và MXH và từ đó đề xuất hoàn thiện công tác QLNN giúp BHTT ngày càng phát triển bền vững hơn.

2.1.2. QLNN về kinh tế và thương mại

2.1.2.1. Khái niệm, bản chất và mục tiêu chung của QLNN về kinh tế và thương mại

Khi nghiên cứu khái niệm QLNN về kinh tế và thương mại, tùy thuộc vào góc độ nghiên cứu, mục tiêu nghiên cứu và bối cảnh lý thuyết sẽ có những khái niệm khác nhau (Phạm Thị Hồng Diệp, 2024). Dưới góc độ pháp lý QLNN về kinh tế và thương mại là *Nhà nước thông qua luật pháp, nghị định, thông tư mà Nhà nước ban hành để điều chỉnh các hoạt động kinh tế và thương mại nhằm duy trì tính công bằng, ổn định thị trường, và bảo vệ lợi ích của các chủ thể kinh tế.* Theo quan điểm chính sách công *Nhà nước sử dụng các chính sách kinh tế mà nhà nước ban hành nhằm định hướng phát triển kinh tế, điều*

tiết thương mại và hỗ trợ DN như chính sách tài khóa, tiền tệ, thương mại quốc tế, chính sách phát triển công nghiệp và hỗ trợ DN. Theo quan điểm quản trị QLNN về kinh tế và thương mại Nhà nước đóng vai trò người quản lý nền kinh tế, sử dụng các công cụ quản lý để lập kế hoạch, tổ chức, điều hành và kiểm tra các hoạt động của nhà nước đối với nền kinh tế đảm bảo hiệu quả trong điều hành kinh tế. Theo quan điểm thể chế QLNN về kinh tế và thương mại được hiểu là việc xây dựng và duy trì các thể chế kinh tế nhằm đảm bảo nền kinh tế hoạt động hiệu quả, bảo vệ lợi ích của các bên liên quan và duy trì trật tự kinh tế xã hội bao gồm các cơ quan nhà nước, hệ thống luật pháp, quy tắc, và các chuẩn mực xã hội. Theo quan điểm các nhà kinh tế học QLNN về kinh tế và thương mại Nhà nước tập trung vào các mô hình cung cầu để khắc phục các bất cập của kinh tế thị trường.

Như vậy QLNN về kinh tế và thương mại nói chung được hiểu là Nhà nước sử dụng hệ thống các công cụ cần thiết để thực hiện chức năng quản lý của mình như công cụ định hướng (kế hoạch, quy hoạch, chiến lược phát triển kinh tế...), công cụ kinh tế, tài chính tiền tệ (chính sách đầu tư, thuế, chi tiêu ngân sách, hệ thống ngân hàng, lãi suất, tín dụng...), công cụ pháp lý (pháp luật, các văn bản pháp quy...), các công cụ tổ chức và giáo dục... sẽ tác động lên các đối tượng hoạt động kinh tế nhằm đạt được mục tiêu kinh tế - xã hội trong điều kiện môi trường xác định. Trong đó QLNN về thương mại có đối tượng bị quản lý tập trung vào các hoạt động thương mại, trao đổi mua bán, tập trung sử dụng công cụ của Nhà nước can thiệp, điều chỉnh và kiểm soát các hoạt động thương mại thông qua việc xây dựng và thực thi các chính sách, luật pháp, quy định nhằm đảm bảo thực hiện mục tiêu thúc đẩy phát triển kinh tế trong điều kiện môi trường nhất định.

Mục tiêu của QLNN về kinh tế và thương mại

Mục tiêu của QLNN về kinh tế và thương mại có thể đa dạng và thay đổi tùy theo tình hình kinh tế và mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của mỗi quốc gia (Phạm Thị Hồng Điệp, 2024). Tuy nhiên, một số mục tiêu chung thường được Nhà nước đề ra khi thực hiện QLNN về kinh tế và thương mại bao gồm:

- *Ổn định kinh tế vĩ mô*: Nhà nước hướng tới duy trì sự ổn định của nền kinh tế qua các chính sách tiền tệ và tài khóa, đảm bảo lạm phát ở mức kiểm soát, tỷ giá ổn định, và tăng trưởng bền vững.

- *Phát triển kinh tế*: Mục tiêu này bao gồm thúc đẩy tăng trưởng GDP, đầu tư công, hỗ trợ DN, và khuyến khích các ngành công nghiệp ưu tiên phát triển. Nhà nước tạo điều kiện để phát triển hạ tầng và nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia.

- *Bảo vệ lợi ích xã hội và môi trường*: Đây là mục tiêu hướng đến phân phối công bằng lợi ích kinh tế và giảm thiểu bất bình đẳng. Nhà nước đảm bảo các chính sách an sinh xã hội, an toàn lao động, và bảo vệ môi trường, hướng đến phát triển bền vững.

- *Quản lý và điều tiết thị trường*: Nhà nước kiểm soát các hoạt động độc quyền, chống cạnh tranh không lành mạnh, và bảo vệ người tiêu dùng. Điều này nhằm duy trì trật tự thị trường, hỗ trợ sự phát triển công bằng và minh bạch của các DN.

- *Hội nhập quốc tế*: Hướng tới tăng cường hợp tác kinh tế với các quốc gia khác, QLNN về thương mại tập trung vào các hiệp định thương mại, chính sách xuất nhập khẩu, và các quy tắc thương mại quốc tế nhằm thúc đẩy hội nhập và mở rộng thị trường.

2.1.2.2. Nội dung QLNN về thương mại theo Luật thương mại

Theo Luật Thương mại 2005, QLNN về thương mại tập trung vào các nội dung chính sau đây:

Xây dựng chiến lược và kế hoạch phát triển thương mại: Chính phủ và các cơ quan có thẩm quyền ban hành chiến lược và kế hoạch phát triển thương mại, đảm bảo phù hợp với tình hình kinh tế - xã hội của đất nước và triển khai thực hiện hiệu quả.

Ban hành và thực hiện quy định pháp luật về thương mại: Nhà nước xây dựng các quy định để đảm bảo các hoạt động thương mại diễn ra minh bạch, công bằng, và tuân thủ pháp luật.

Cấp giấy phép và đăng ký kinh doanh: Cơ quan quản lý nhà nước chịu trách nhiệm cấp giấy phép, đăng ký kinh doanh và giám sát hoạt động của các DN thương mại theo quy định pháp luật.

Quản lý hoạt động thương mại quốc tế: Nhà nước ban hành các chính sách xuất nhập khẩu, tổ chức đàm phán và ký kết các hiệp định thương mại quốc tế để bảo vệ lợi ích quốc gia trên thị trường toàn cầu.

Quản lý chất lượng hàng hóa và dịch vụ: Nhà nước đưa ra quy chuẩn kỹ thuật và kiểm tra chất lượng hàng hóa, dịch vụ nhằm bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng và đảm bảo hàng hóa đạt tiêu chuẩn.

Giám sát và xử lý vi phạm thương mại: Cơ quan quản lý nhà nước giám sát hoạt động thương mại và xử lý các vi phạm như cạnh tranh không lành mạnh, gian lận, và buôn lậu.

Giải quyết tranh chấp thương mại: Nhà nước hỗ trợ hòa giải hoặc giải quyết các tranh chấp phát sinh trong các giao dịch thương mại để đảm bảo công bằng.

Phát triển hạ tầng thương mại: Nhà nước đầu tư vào hệ thống chợ, trung tâm thương mại, và hạ tầng công nghệ phục vụ thương mại điện tử, tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động thương mại.

2.1.2.3. Nội dung QLNN về kinh tế và thương mại theo chức năng

Nội dung QLNN về kinh tế và thương mại theo chức năng bao gồm các hoạt động hoạch định, tổ chức, thực thi và kiểm tra:

- Hoạch định chiến lược:

Xây dựng khung pháp lý: Việc ban hành các văn bản pháp luật và chính sách là nền tảng để điều tiết hoạt động thương mại theo đúng hướng và phù hợp với mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội. Các quy định này tạo ra một khuôn khổ rõ ràng, đảm bảo tính minh bạch, công bằng và có trật tự trong thị trường.

Lập chiến lược và quy hoạch: Nhà nước thực hiện lập kế hoạch và quy hoạch để xác định các ưu tiên và định hướng phát triển trong lĩnh vực thương mại. Điều này giúp định vị rõ ràng vai trò của thương mại trong nền kinh tế quốc gia và đưa ra các mục tiêu cụ thể cho từng giai đoạn.

- Tổ chức thực hiện:

Quản lý đăng ký và kiểm soát chất lượng: Nhà nước giám sát quy trình đăng ký kinh doanh, đảm bảo các DN tuân thủ quy định. Việc này còn bao gồm giám sát chất lượng hàng hóa để bảo vệ người tiêu dùng và đảm bảo hàng hóa đáp ứng các tiêu chuẩn an toàn, chất lượng.

Xúc tiến thương mại và phát triển nguồn nhân lực: Các hoạt động như hội chợ, triển lãm giúp DN trong nước mở rộng thị trường và tăng khả năng cạnh tranh. Đồng thời, đào tạo nguồn nhân lực giúp nâng cao năng lực của các cán bộ, nhân viên trong ngành thương mại.

- Triển khai kế hoạch:

Thu thập và xử lý thông tin: Việc thu thập dữ liệu thị trường trong và ngoài nước giúp cung cấp thông tin kịp thời cho DN, hỗ trợ họ trong việc ra quyết định kinh doanh và định hướng phát triển.

Điều tiết thị trường và ký kết quốc tế: Hướng dẫn tiêu dùng và điều tiết lưu thông hàng hóa nhằm tránh tình trạng mất cân bằng cung cầu, giúp ổn định giá cả và đảm bảo cung ứng cho người dân. Tham gia và ký kết các điều ước quốc tế mở ra cơ hội giao thương và hợp tác cho các DN trong nước, tạo điều kiện hội nhập quốc tế.

- Thanh tra, kiểm tra việc thực hiện:

Giám sát và xử lý vi phạm: Chính phủ thường xuyên kiểm tra và thanh tra các hoạt động thương mại, xử lý nghiêm các trường hợp vi phạm như buôn lậu, gian lận thương mại và các hành vi đầu cơ, thao túng thị trường để duy trì sự công bằng, minh bạch trong kinh doanh.

Phòng chống buôn lậu và gian lận thương mại: Đấu tranh với các hành vi buôn bán hàng cấm, hàng giả và kinh doanh trái phép giúp bảo vệ người tiêu dùng và tạo môi trường kinh doanh lành mạnh, thúc đẩy phát triển bền vững trong thương mại.

2.1.2.4. Các công cụ QLNN về kinh tế

Công cụ QLNN về kinh tế là tổng thể những phương tiện hữu hình và vô hình mà Nhà nước sử dụng để tác động lên mọi chủ thể kinh tế trong xã hội nhằm thực hiện mục tiêu quản lý kinh tế quốc dân. Một số công cụ chủ yếu hiện nay Nhà nước sử dụng để QLNN về kinh tế nói chung như sau:

a. Công cụ luật pháp

Đây là loại công cụ tác động mang tính chất bắt buộc, pháp luật xác định hành lang vận động cho đối tượng quản lý, dựa trên cơ sở chức năng quản lý và uy quyền của Nhà nước. Công cụ pháp luật kinh tế bao gồm tổng thể những văn bản pháp luật liên quan trực tiếp đến sự tồn tại vận hành của nền kinh tế. Những văn bản pháp luật đó quy định cụ thể các quy tắc xử sự bắt buộc do Nhà nước đặt ra hoặc thừa nhận mà mỗi cá nhân hay tổ chức kinh tế buộc phải tuân theo để hành vi ứng xử của họ phù hợp với những quan hệ kinh tế khách quan và với lợi ích chung của xã hội. Do vậy, pháp luật tồn tại với tư cách là một công cụ quản lý đối với kinh tế nói chung có vai trò:

- Xác lập cơ sở pháp lý cho các hoạt động kinh tế, bảo vệ và hỗ trợ cho việc hình thành, phát triển đồng bộ cơ chế thị trường.
- Xác lập trật tự và môi trường kinh doanh lành mạnh cho các chủ thể kinh tế.
- Bảo vệ lợi ích chính đáng của các chủ thể kinh tế tham gia vào các quan hệ kinh tế.

Pháp luật kinh tế đảm bảo tính phổ biến và công bằng. Đồng thời điều chỉnh các mối quan hệ kinh tế, nhưng không phải tất cả mà chỉ những quan hệ kinh tế cơ bản nhất, quan trọng nhất và khái quát nhất. Trước pháp luật, mọi chủ thể đều bình đẳng và có cơ hội ngang nhau để phát triển kinh tế và mọi tác động điều chỉnh mang tính chất gián tiếp; đưa ra các quy phạm được phép hay không được phép trong hoạt động kinh tế trong lĩnh vực kinh tế, còn các chủ thể kinh tế lựa chọn, tự quyết định trong khuôn khổ của những điều kiện và phạm vi đã xác định của luật. Công cụ pháp luật về QLNN đối với BHTT chủ yếu là quản lý hành chính kinh tế giúp Nhà nước điều hành kinh tế nói chung và hoạt động BHTT nói riêng.

b. Công cụ kế hoạch

Công cụ kế hoạch là các phương tiện và phương pháp giúp Nhà nước xây dựng và thực hiện các kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội một cách có hệ thống và hiệu quả. Bao gồm các công cụ: Chiến lược phát triển kinh tế xã hội; Quy hoạch phát triển kinh tế xã hội; Kế hoạch trung hạn; Kế hoạch hàng năm; Chương trình; Dự án; Ngân sách.

Hiện nay công tác kế hoạch của Nhà nước là sự kết hợp kế hoạch với kinh tế thị trường; chuyển từ kế hoạch cụ thể, trực tiếp sang kế hoạch định hướng gián tiếp. Đồng thời nâng cao chất lượng công tác lập kế hoạch và tăng cường chỉ đạo việc thực hiện kế hoạch. Công cụ này giúp QLNN không chỉ theo dõi và kiểm soát mà còn có thể điều chỉnh các kế hoạch sao cho phù hợp với các yêu cầu thực tế và xu hướng phát triển của xã hội.

c. Công cụ chính sách

Công cụ chính sách là các phương tiện và biện pháp mà Nhà nước sử dụng để thực hiện mục tiêu, điều chỉnh hành vi và tác động đến nền kinh tế, xã hội, môi trường hoặc các lĩnh vực quản lý công khác. Công cụ chính sách giúp hiện thực hóa các chiến lược, kế hoạch phát triển thông qua việc áp dụng các quy định và hướng dẫn cụ thể. Trên các góc độ và mục đích nghiên cứu khác nhau có thể phân loại chính sách theo các cách sau đây: (i) Căn cứ vào lĩnh vực tác động của chính sách: Chính sách kinh tế;

Chính sách xã hội; Chính sách văn hóa; Chính sách quốc phòng, an ninh; Chính sách đối ngoại (ii) Căn cứ vào phạm vi ảnh hưởng của chính sách: Chính sách vĩ mô; Chính sách vi mô (iii) Căn cứ theo thời gian áp dụng, phát huy của chính sách: Chính sách dài hạn; Chính sách ngắn hạn; Chính sách trung hạn (iv) Căn cứ vào cấp chủ thể quyết định ban hành chính sách. Ở Việt Nam có các cấp ra quyết định chủ yếu như: Chính sách do Quốc hội ra quyết định (Các luật, nghị quyết được Quốc hội phê chuẩn, thông qua) ; Các chính sách của Chính phủ (Các Nghị định, các Quyết định, chỉ thị của thủ tướng, các thông tư của các bộ, đơn vị trực thuộc chính phủ...); Các chính sách của địa phương do Hội đồng nhân dân và UBND quyết định (Nghị quyết của HĐND, các Quyết định của chủ tịch UBND các cấp...)

Các chính sách này đều phải đảm bảo phù hợp với quan điểm, chủ trương của Đảng. Ngoài ra còn phải đảm bảo:

- Tính hệ thống: Yêu cầu về tính hệ thống của chính sách thể hiện các chính sách phải đảm bảo sự đầy đủ, toàn vẹn; đảm bảo sự thống nhất giữa các bộ phận hợp thành chính sách và không có mâu thuẫn nội tại; các chính sách không được trái với luật, chính sách cấp dưới phải tuân theo chính sách cấp trên...

- Tính đồng bộ: Mỗi chính sách phải có mối quan hệ chặt chẽ với các chính sách khác, tạo nên một hệ thống thống nhất, không chòng chẹo và mâu thuẫn với các chính sách khác của hệ thống để có thể giải quyết triệt để, toàn diện các vấn đề kinh tế, xã hội.

- Tính thực tiễn: Các chính sách phải xuất phát từ thực tiễn và giải quyết các vấn đề của thực tiễn đồng thời phải đảm bảo tính khả thi tức là phù hợp với các điều kiện thực hiện chính sách như nhân lực, vật lực, thời gian...

- Tính hiệu quả: Các nguồn lực trong xã hội là có hạn, do vậy yêu cầu đặt ra với các chính sách là phải đảm bảo sử dụng tiết kiệm và hiệu quả các nguồn lực trong xã hội.

2.1.2.5. Yêu cầu và nguyên tắc QLNN về kinh tế

a. Yêu cầu QLNN về kinh tế

Để QLNN về kinh tế, cần tuân theo một số yêu cầu căn bản nhằm đảm bảo sự phát triển kinh tế bền vững và hiệu quả:

- Đảm bảo tính pháp lý và minh bạch: Nhà nước cần thiết lập và duy trì hệ thống pháp lý rõ ràng, minh bạch để tạo ra một môi trường kinh doanh công bằng. Các quy định cần dễ hiểu, công khai và dễ thực thi để các DN và người dân hiểu và tuân thủ.

- Bảo vệ lợi ích công cộng và quyền lợi của các bên: Các chính sách kinh tế cần đặt mục tiêu bảo vệ lợi ích cộng đồng và tạo điều kiện thuận lợi cho các thành phần kinh tế phát triển. Điều này bao gồm bảo vệ người tiêu dùng, bảo vệ môi trường và đảm bảo lợi ích của các DN.

- Tạo điều kiện thúc đẩy phát triển kinh tế: Nhà nước cần phát triển các chính sách khuyến khích đầu tư, hỗ trợ DN, và cải thiện môi trường kinh doanh, bao gồm hỗ trợ tài chính, kỹ thuật và đào tạo. Việc này nhằm tạo động lực tăng trưởng và thu hút vốn đầu tư.

- Quản lý và giám sát thị trường: Nhà nước có vai trò giám sát hoạt động của thị trường để ngăn chặn các hành vi gian lận, độc quyền và thao túng thị trường. Điều này đảm bảo sự cạnh tranh lành mạnh và ổn định giá cả, thúc đẩy phát triển bền vững.

- Điều tiết và kiểm soát các nguồn lực kinh tế: Nhà nước cần quản lý chặt chẽ các nguồn lực quan trọng như tài nguyên thiên nhiên, đất đai, và tài sản công nhằm đảm bảo khai thác hiệu quả và bền vững.

- Đáp ứng linh hoạt và kịp thời: Các chính sách QLNN cần linh hoạt để thích ứng với các biến động kinh tế trong nước và quốc tế, đảm bảo ổn định kinh tế và phát triển.

- Tăng cường tính hiệu quả và cải tiến liên tục: Việc nâng cao chất lượng QLNN về kinh tế là cần thiết để đáp ứng yêu cầu phát triển ngày càng phức tạp. Điều này bao gồm cải cách hành chính, áp dụng công nghệ, và tối ưu hóa quy trình quản lý.

b. Các nguyên tắc QLNN về kinh tế

Các nguyên tắc QLNN về kinh tế đóng vai trò quan trọng nhằm đảm bảo hiệu quả và minh bạch trong hoạt động kinh tế. Các nguyên tắc chính thường bao gồm:

Nguyên tắc pháp quyền: Đây là nền tảng để Nhà nước quản lý kinh tế dựa trên hệ thống pháp luật, đảm bảo mọi hoạt động kinh tế tuân thủ quy định, giúp tạo lập môi trường kinh doanh công bằng. Việc thực thi pháp luật một cách nhất quán giúp bảo vệ quyền lợi của DN và người tiêu dùng, đồng thời giảm thiểu rủi ro từ hành vi gian lận và bất công.

Nguyên tắc hiệu quả kinh tế: Nhà nước cần tối ưu hóa nguồn lực để thúc đẩy hiệu quả kinh tế. Điều này đòi hỏi nhà nước không chỉ điều tiết thị trường mà còn khuyến khích đổi mới sáng tạo và hỗ trợ các ngành mũi nhọn, đảm bảo các nguồn lực được phân bổ hợp lý để tạo ra giá trị cao nhất cho nền kinh tế.

Nguyên tắc công khai, minh bạch: Việc công khai, minh bạch các chính sách, quyết định quản lý giúp xây dựng niềm tin của DN và người dân, làm giảm nguy cơ tham nhũng và lãng phí trong hệ thống. Nguyên tắc này khuyến khích các cơ quan quản lý công khai dữ liệu và thông tin để đảm bảo rằng mọi người đều có thể tiếp cận một cách công bằng.

Nguyên tắc phân công, phân cấp hợp lý: Nhằm tránh tình trạng chồng chéo trong quản lý, nhà nước phải phân công rõ ràng giữa các cấp chính quyền. Điều này tạo điều kiện cho các địa phương phát huy thế mạnh riêng trong phát triển kinh tế, đồng thời tăng cường khả năng quản lý ở từng cấp.

Nguyên tắc kết hợp giữa vai trò Nhà nước và thị trường: Nhà nước tạo ra môi trường pháp lý để thị trường hoạt động tự do nhưng sẽ can thiệp khi có bất cân bằng, ví dụ như tình trạng độc quyền, mất cân đối cung cầu. Sự can thiệp hợp lý giúp duy trì ổn định và đảm bảo phát triển kinh tế bền vững.

Nguyên tắc trách nhiệm giải trình: Đây là yếu tố quan trọng để nâng cao chất lượng dịch vụ công và tính trách nhiệm. Các cơ quan nhà nước phải giải trình rõ ràng về các quyết định và hành động của mình với các cơ quan giám sát và người dân, từ đó tạo nên một hệ thống quản lý hiệu quả và trách nhiệm.

2.2. MỘT SỐ LÝ LUẬN VỀ QLNN ĐỐI VỚI BHTT Ở VIỆT NAM

2.2.1. Khái niệm, đặc điểm và mục tiêu QLNN đối với BHTT

2.2.1.1. Khái niệm QLNN đối với BHTT

Trên cơ sở những khái niệm về QLNN về kinh tế và đặc điểm của BHTT có thể hiểu QLNN đối với BHTT là “*quá trình Nhà nước thông qua các công cụ chiến lược, kế hoạch, chính sách, các công cụ quản lý kinh tế khác của mình để tác động lên BHTT nhằm đạt được mục tiêu phát triển KT-XH đặt ra trong điều kiện nhất định*”.

Chủ thể quản lý trong khái niệm này là Nhà nước, cụ thể:

- Chính phủ: Là cơ quan quản lý cao nhất, chịu trách nhiệm xây dựng các chiến lược, kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội tổng thể, bao gồm cả các mục tiêu và phương pháp quản lý trong lĩnh vực BHTT.

- Các Bộ, Ban, Ngành: Các cơ quan quản lý chuyên trách như Bộ Công Thương, Bộ Thông tin và Truyền thông, Bộ Tài chính đóng vai trò quan trọng trong việc soạn thảo và thực thi các quy định liên quan đến TMĐT, bảo vệ người tiêu dùng, quản lý tài chính và hạ tầng công nghệ thông tin.

- Chính quyền địa phương: Thực hiện quản lý theo cấp vùng, đảm bảo các quy định và chính sách của trung ương được thực hiện một cách hiệu quả ở các địa phương.

- Cơ quan thanh tra và quản lý thị trường: Thực hiện kiểm tra, giám sát và điều chỉnh các hoạt động kinh doanh trực tuyến, đảm bảo tuân thủ luật pháp và quy định.

Đối tượng bị quản lý trong khái niệm này bao gồm:

- DN BHTT: Các DN kinh doanh thông qua các nền tảng trực tuyến gồm cả DN trong và ngoài nước như các sàn giao dịch TMĐT (Shopee, Lazada, Tiki) và các DN lẻ kinh doanh qua MXH hay website cá nhân.

- Người tiêu dùng: Mặc dù không phải đối tượng bị quản lý trực tiếp, nhưng người tiêu dùng cũng là nhóm bị ảnh hưởng bởi các quy định, chính sách nhằm bảo vệ quyền lợi, đảm bảo an toàn trong giao dịch trực tuyến và chất lượng hàng hóa, dịch vụ.

- Các tổ chức trung gian: Bao gồm các tổ chức cung cấp dịch vụ thanh toán trực tuyến, logistic, và công nghệ phục vụ hoạt động BHTT.

Nhà nước sử dụng các công cụ quản lý để tác động lên BHTT nhằm đạt được mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội như:

- Chiến lược phát triển kinh tế số: Nhà nước đề ra chiến lược tổng thể cho phát triển kinh tế số, trong đó có các mục tiêu cụ thể về TMĐT và BHTT. Chiến lược này

bao gồm việc tạo ra môi trường pháp lý thuận lợi, cải thiện hạ tầng công nghệ thông tin, và tăng cường năng lực cạnh tranh cho DN trong nước.

- Kế hoạch phát triển hạ tầng: Chính phủ và các bộ ngành xây dựng kế hoạch phát triển cơ sở hạ tầng kỹ thuật số, như mạng 5G, trung tâm dữ liệu, hệ thống thanh toán trực tuyến, từ đó hỗ trợ phát triển BHTT.

- Kế hoạch phát triển DN số: Tạo điều kiện cho DN vừa và nhỏ chuyển đổi số, hỗ trợ tài chính và kỹ thuật để họ tham gia sâu hơn vào lĩnh vực BHTT.

- Chính sách thuế và tài chính: Nhà nước áp dụng chính sách thuế phù hợp, khuyến khích DN BHTT, đồng thời đưa ra các quy định về thuế đối với hàng hóa, dịch vụ bán trực tuyến để đảm bảo sự công bằng và minh bạch trong thị trường.

- Chính sách bảo vệ người tiêu dùng: Đưa ra các quy định nhằm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong các giao dịch trực tuyến, đảm bảo sự an toàn trong thanh toán và minh bạch về thông tin sản phẩm.

- Chính sách về logistics và chuỗi cung ứng: Hỗ trợ và thúc đẩy phát triển các dịch vụ logistics, giảm chi phí vận chuyển và thời gian giao hàng, nhằm cải thiện hiệu quả BHTT.

- Luật pháp: Nhà nước thiết lập các quy định và luật liên quan đến TMĐT, như Luật Giao dịch điện tử, Luật An toàn thông tin mạng, và các quy định bảo vệ dữ liệu cá nhân. Những điều luật này giúp đảm bảo quyền lợi của các bên tham gia vào quá trình kinh doanh trực tuyến.

- Công cụ giám sát và thanh tra: Cơ quan nhà nước có quyền giám sát và thanh tra các hoạt động BHTT để phát hiện và xử lý các vi phạm, như gian lận thương mại, hàng giả, hay vi phạm quyền sở hữu trí tuệ.

Việc thực hiện các công cụ QLNN để điều chỉnh BHTT phụ thuộc vào nhiều yếu tố:

- Hạ tầng số là một trong những điều kiện tiên quyết để QLNN và phát triển BHTT là sự phát triển của hạ tầng công nghệ thông tin và viễn thông. Sự phổ biến của internet tốc độ cao (4G, 5G), cùng với hệ thống thanh toán điện tử an toàn và tiện lợi, đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy sự phát triển của TMĐT.

- Ý thức và kỹ năng của DN giúp DN chủ động nâng cao năng lực công nghệ, marketing và quản lý để tận dụng cơ hội từ thị trường này.

- Mức độ tiếp cận và hiểu biết của người tiêu dùng về TMĐT và BHTT cũng là yếu tố quan trọng. Người tiêu dùng cần có sự tin tưởng vào các nền tảng giao dịch và dịch vụ trực tuyến.

- Một khung pháp lý ổn định và rõ ràng giúp các DN và cá nhân tham gia vào thị trường BHTT yên tâm hơn trong hoạt động kinh doanh, đồng thời tạo ra môi trường cạnh tranh công bằng và minh bạch.

- Các chính sách khuyến khích, như miễn thuế, hỗ trợ tài chính và kỹ thuật cho DN sẽ thúc đẩy sự phát triển của lĩnh vực này.

- Năng lực giám sát và thực thi pháp luật của cơ quan quản lý đảm bảo rằng các quy định pháp luật được thực thi nghiêm ngặt, đặc biệt trong bối cảnh sự phát triển nhanh chóng của các mô hình BHTT.

2.2.1.2. Đặc điểm QLNN đối với BHTT

- Tính phức tạp về pháp lý và đa chiều trong quy định:

Quản lý BHTT đòi hỏi nhiều loại văn bản quy định bao gồm pháp luật về thương mại, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, an ninh mạng, quyền riêng tư, và quản lý thuế. Điều này giúp xây dựng một khung pháp lý bao quát nhưng vẫn linh hoạt. Công nghệ và hành vi tiêu dùng trong BHTT liên tục thay đổi, đòi hỏi các chính sách phải có khả năng cập nhật, bổ sung và điều chỉnh nhanh chóng để kịp thời ứng phó với các thay đổi về xu hướng và công nghệ.

- Quản lý dựa trên nền tảng công nghệ số:

Việc giám sát và quản lý hoạt động BHTT phải sử dụng các công cụ công nghệ số để theo dõi, xử lý thông tin, giám sát giao dịch và phân tích dữ liệu lớn. An ninh mạng là yếu tố quan trọng trong quản lý BHTT, nhằm đảm bảo an toàn cho cả người tiêu dùng và nhà cung cấp dịch vụ trực tuyến, đồng thời ngăn chặn các hành vi gian lận, giả mạo và xâm phạm dữ liệu.

- Hệ thống thuế linh hoạt và hợp lý:

Khác với các loại hình thương mại truyền thống, BHTT diễn ra trên môi trường trực tuyến, có thể dễ dàng né tránh thuế nếu không có biện pháp quản lý chặt chẽ. Do đó, QLNN cần áp dụng các biện pháp thu thuế hợp lý trên nền tảng điện tử. Trong bối cảnh giao dịch trực tuyến có thể diễn ra qua biên giới, việc quản lý thuế đối với các giao dịch quốc tế cần linh hoạt và hiệu quả để đảm bảo thu thuế đúng đối tượng và tránh thất thoát thuế.

- Đảm bảo quyền lợi người tiêu dùng và các tiêu chuẩn chất lượng:

QLNN cần đảm bảo các quy định về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch trực tuyến, từ bảo vệ quyền riêng tư đến giải quyết các tranh chấp khi có sự cố trong giao dịch. Các sản phẩm, dịch vụ bán qua nền tảng trực tuyến cần được đảm bảo chất lượng và nguồn gốc. Nhà nước cần có quy định kiểm soát và tiêu chuẩn hoá nhằm ngăn chặn hàng giả, hàng nhái, và các sản phẩm không an toàn.

2.2.1.3. Mục tiêu QLNN đối với BHTT

Với mục tiêu xây dựng một môi trường TMĐT an toàn, minh bạch, và bền vững, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế-xã hội của Việt Nam thì mục tiêu QLNN đối với BHTT tập trung vào những vấn đề sau:

Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Nhà nước đảm bảo rằng người tiêu dùng được thông tin đầy đủ về sản phẩm, dịch vụ và quyền lợi hợp pháp khi tham gia giao dịch trực tuyến.

Đảm bảo an toàn và bảo mật thông tin. Nhà nước thiết lập các quy định để bảo vệ thông tin cá nhân và dữ liệu của người tiêu dùng, giảm thiểu rủi ro về lừa đảo trực tuyến.

Xây dựng môi trường cạnh tranh lành mạnh. Nhà nước ngăn chặn các hành vi gian lận, độc quyền và bảo vệ quyền lợi của các DN hợp pháp trong lĩnh vực BHTT.

Quản lý thuế và tài chính. Nhà nước đảm bảo các DN BHTT tuân thủ quy định về thuế, giúp tăng cường nguồn thu ngân sách nhà nước.

Nâng cao nhận thức và kiến thức cho người tiêu dùng. Nhà nước tổ chức các chương trình giáo dục, đào tạo về an toàn khi mua sắm trực tuyến, giúp người tiêu dùng hiểu rõ về quyền lợi và nghĩa vụ của mình.

Phát triển hạ tầng công nghệ. Nhà nước đầu tư vào cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin và truyền thông để hỗ trợ cho sự phát triển của BHTT.

Tăng cường hợp tác quốc tế. Nhà nước tham gia vào các hiệp định và tổ chức quốc tế để cập nhật các tiêu chuẩn và xu hướng mới trong quản lý BHTT.

2.2.2. Nội dung QLNN với BHTT theo tiếp cận hỗn hợp công cụ và chức năng

Kết hợp quản lý theo công cụ và chức năng QLNN đối với BHTT bao gồm các nội dung: (i) Xây dựng chiến lược, kế hoạch phát triển BHTT, (ii) Xây dựng chính sách và ban hành văn bản pháp luật về BHTT, (iii) Tổ chức thực hiện kế hoạch, chính sách phát triển BHTT, (iv) Kiểm tra, giám sát BHTT.

2.2.2.1. Xây dựng chiến lược, kế hoạch phát triển BHTT

a. Chiến lược BHTT

Để xây dựng chiến lược phát triển BHTT phải căn cứ vào: định hướng phát triển KT-XH, của ngành TMĐT quốc gia trong một thời kỳ tương đối dài cùng với các mục tiêu tổng quát, mục tiêu cụ thể và hệ thống các giải pháp nhằm huy động tối đa các nguồn lực và tổ chức thực hiện trong thực tiễn để thực hiện các mục tiêu phát triển BHTT mà Nhà nước đã đặt ra.

Nội dung chiến lược phát triển BHTT trong nền kinh tế bao gồm:

- Chiến lược BHTT quốc gia, chiến lược này do cơ quan QLNN về TMĐT hiện nay là Bộ Công Thương xây dựng và được Chính phủ phê duyệt. Chiến lược này thể hiện những quan điểm, các mục tiêu tổng quát và các giải pháp vĩ mô chủ yếu để phát triển TMĐT nói chung và BHTT nói riêng.

- Chiến lược phát triển BHTT của tỉnh (thành phố). Chiến lược này do Sở thương mại nghiên cứu xây dựng và do Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố thông qua.

- Chiến lược phát triển BHTT của từng DN, đây là chiến lược phát triển BHTT do các DN tự xây dựng phù hợp với đặc điểm, điều kiện phát triển BHTT của mỗi DN.

Chiến lược BHTT có vai trò hết sức quan trọng trong quá trình phát triển TMĐT nói chung và BHTT nói riêng. Chiến lược BHTT giúp thiết lập một khung pháp lý rõ ràng và minh bạch, từ đó giúp các DN BHTT hoạt động một cách hợp pháp và bền

vững. Giúp tối ưu hóa chuỗi cung ứng, giảm chi phí giao dịch, và mở rộng thị trường tiêu thụ nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động của DN đồng thời thúc đẩy sự phát triển của các ngành công nghiệp khác, từ logistics đến công nghệ thông tin.

b. Kế hoạch phát triển BHTT

Kế hoạch phát triển BHTT là các kế hoạch cụ thể nhằm chi tiết hóa các chiến lược phát triển BHTT. Công cụ kế hoạch của Nhà nước đóng vai trò rất quan trọng đối với các DN BHTT giúp DN định hướng phát triển kinh doanh, hỗ trợ khuyến khích các DN đổi mới và tạo sự công bằng cho phát triển kinh tế chung. Các kế hoạch phát triển BHTT có thể được phân theo nhiều theo nhiều tiêu chí khác nhau như thời gian, phạm vi, hoặc chức năng. Phổ biến hiện nay QLNN đối với BHTT gồm các loại kế hoạch chủ yếu sau: kế hoạch trung hạn, kế hoạch hàng năm.

Kế hoạch trung hạn: (bao gồm các kế hoạch 3 năm, 5 năm) là phương tiện chủ yếu để cụ thể hoặc các mục tiêu và các giải pháp đã được lựa chọn trong chiến lược phát triển BHTT. Kế hoạch trung hạn thường là các kế hoạch 5 năm trong đó chỉ rõ các mục tiêu và giải pháp cụ thể về doanh thu, tăng trưởng, thị phần... để triển khai chiến lược phát triển BHTT.

Kế hoạch hàng năm: nội dung của kế hoạch này sẽ chi tiết và cụ thể hơn, tập trung vào việc thực hiện các chiến lược đã được xác định trong kế hoạch trung hạn và dài hạn. Kế hoạch hàng năm được xây dựng căn cứ vào mục tiêu, định hướng chiến lược, vào phương pháp, nhiệm vụ của kế hoạch trung hạn.

2.2.2.2. Xây dựng chính sách và ban hành văn bản pháp luật đối với BHTT

a. Chính sách BHTT

Chính sách BHTT là một phần của chính sách TMĐT và chính sách kinh tế - xã hội quốc gia, đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội và TMĐT. Về tổng thể, chính sách BHTT là tập hợp các quy định, công cụ và biện pháp mà Nhà nước áp dụng nhằm điều chỉnh hoạt động BHTT trong từng giai đoạn, hướng đến các mục tiêu của chiến lược phát triển TMĐT và BHTT. Chính sách BHTT bao gồm các chính sách quan trọng như:

Chính sách thương nhân

Đây là chính sách thiết yếu trong QLNN về thương mại nói chung và BHTT nói riêng. Chính sách này quy định điều kiện và thủ tục để DN đăng ký thành lập website TMĐT; quyền và nghĩa vụ khi DN tham gia BHTT trên các sàn TMĐT; những lĩnh vực, ngành hàng DN không được kinh doanh qua BHTT; và các hành vi bị cấm trong hoạt động BHTT của DN.

Chính sách bảo vệ người tiêu dùng trong BHTT

Chính sách này nhằm bảo vệ các quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng khi tham gia giao dịch trực tuyến. Bảo vệ người tiêu dùng đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển bán hàng trực tuyến, vì một chính sách bảo vệ hiệu quả sẽ tạo niềm tin cho người tiêu dùng và khuyến khích họ thực hiện nhiều giao dịch hơn, qua đó thúc đẩy thị trường bán hàng trực

tuyến. Nội dung của chính sách bảo vệ người tiêu dùng trong giao dịch trực tuyến bao gồm: bảo vệ dữ liệu cá nhân của người tiêu dùng khi họ thực hiện giao dịch trực tuyến; đảm bảo quyền lợi người tiêu dùng trong trường hợp phát sinh tranh chấp khi thực hiện giao dịch trực tuyến; xây dựng cơ chế giải quyết các mâu thuẫn phát sinh trong quá trình giao dịch trực tuyến, nhằm đảm bảo người tiêu dùng được bảo vệ một cách toàn diện.

Chính sách thuế trong BHTT

Chính sách thuế trong BHTT quy định các khoản nộp bắt buộc mà cá nhân và tổ chức thực hiện hoạt động này phải thực hiện đối với Nhà nước. Mục tiêu chính của chính sách thuế nói chung và thuế trong hoạt động bán hàng trực tuyến nói riêng, là đảm bảo sự ổn định và gia tăng nguồn thu cho ngân sách nhà nước. Để đạt được mục tiêu này, hệ thống pháp luật thuế thường được xây dựng dựa trên một số nội dung chính như sau:

Xác định phạm vi áp dụng: Việc mở rộng hay thu hẹp phạm vi áp dụng của từng luật thuế cụ thể ảnh hưởng lớn đến khả năng tăng thu ngân sách. Phạm vi áp dụng của mỗi luật thuế thường dựa vào hai tiêu chí cơ bản: chủ thể nộp thuế và đối tượng chịu thuế.

Quản lý thuế: Cơ quan quản lý thuế quy định việc sử dụng sổ sách và hóa đơn chứng từ theo mẫu do cơ quan thuế phát hành. Đồng thời, chính sách cũng xác định trách nhiệm phối hợp giữa các cơ quan, tổ chức liên quan với cơ quan thuế để đảm bảo việc quản lý thuế hiệu quả.

Chính sách phát triển nguồn nhân lực cho BHTT

BHTT liên quan đến việc ứng dụng công nghệ thông tin trong các giao dịch thương mại. Do đó, để triển khai hoạt động BHTT một cách hiệu quả, cần có nguồn nhân lực hiểu biết sâu sắc về những kiến thức cơ bản trong lĩnh vực này. Điều này yêu cầu phải có chính sách tuyên truyền và đào tạo nhằm nâng cao nhận thức cho cộng đồng về việc thực hiện các giao dịch BHTT. Mục tiêu của chính sách này là tạo ra một nguồn nhân lực chất lượng cao trong lĩnh vực BHTT.

Nội dung của chính sách nguồn nhân lực cho BHTT bao gồm: Hỗ trợ đào tạo giúp các đơn vị trong việc đào tạo nguồn nhân lực cho BHTT thông qua việc xây dựng chương trình đào tạo phù hợp; hỗ trợ tài liệu đào tạo nhằm cung cấp các tài liệu cần thiết cho quá trình đào tạo; hỗ trợ đào tạo và nâng cao trình độ cho đội ngũ giảng viên trong lĩnh vực BHTT; tăng cường hợp tác quốc tế trong đào tạo BHTT để học hỏi kinh nghiệm và nâng cao chất lượng đào tạo; cung cấp các chương trình đào tạo nhằm nâng cao trình độ và năng lực quản lý cho đội ngũ thực hiện công tác quản lý nhà nước về BHTT ở cả cấp trung ương và địa phương.

Chính sách phát triển hạ tầng cho BHTT

Để phát triển BHTT thì hai loại hạ tầng quan trọng là hạ tầng công nghệ và hạ tầng công nghệ thanh toán trong giao dịch BHTT.

Hạ tầng công nghệ: Chính sách phát triển hạ tầng CNTT và TT nhằm xây dựng một hệ thống công nghệ hiện đại, an toàn và đồng bộ để đáp ứng nhu cầu phát triển của BHTT. Các yếu tố cấu thành hạ tầng công nghệ bao gồm: Ngành công nghiệp thiết bị CNTT & TT: bao gồm máy tính và các thiết bị mạng, là phần cứng cần thiết cho việc đầu tư vào BHTT; Ngành công nghiệp phần mềm: cung cấp các ứng dụng và dịch vụ hỗ trợ BHTT; Ngành viễn thông: bao gồm các dịch vụ viễn thông cố định và di động, tạo điều kiện cho các giao dịch trực tuyến; Internet và dịch vụ gia tăng: cung cấp hạ tầng nền tảng cho các giao dịch trực tuyến.

Chính sách phát triển hạ tầng công nghệ phục vụ BHTT cần đáp ứng một số yêu cầu sau: Cung cấp thiết bị CNTT & TT: đảm bảo người dân và các tổ chức, DN có thể sử dụng máy tính và thiết bị xử lý thông tin; Tiếp cận dịch vụ viễn thông và Internet: đảm bảo mọi người dân và DN có thể tiếp cận dịch vụ viễn thông cơ bản và Internet với giá cả hợp lý; Kết nối băng rộng: mọi DN, cộng đồng và công dân đều được kết nối với cơ sở hạ tầng băng rộng; Thiết lập hệ thống mạng mạnh: cần có các mạng viễn thông cố định và không dây mạnh mẽ; Nâng cao chất lượng đường truyền: hệ thống băng rộng cần được cải thiện để tổ chức và DN có thể sử dụng các dịch vụ chất lượng cao cho BHTT với chi phí hợp lý.

Ngoài việc đầu tư vào thiết bị mới, việc nâng cấp hệ thống thiết bị hiện tại cũng rất quan trọng, vì các ứng dụng BHTT ngày càng trở nên phức tạp và yêu cầu dung lượng dữ liệu lớn hơn, từ đó đòi hỏi thiết bị và công nghệ tiên tiến hơn.

Hạ tầng công nghệ thanh toán: Thanh toán trực tuyến là một trong những vấn đề cốt yếu của BHTT. Thiếu hạ tầng thanh toán điện tử BHTT sẽ khó có điều kiện để phát triển theo đúng nghĩa của nó. Một hệ thống thanh toán điện tử phải đáp ứng các yêu cầu cơ bản sau:

- Khả năng có thể chấp nhận được: cơ sở hạ tầng thanh toán phải được công nhận rộng rãi, môi trường pháp lý đầy đủ, bảo đảm quyền lợi cho cả khách hàng và DN, công nghệ áp dụng đồng bộ ở các ngân hàng cũng như tại các tổ chức thanh toán.

- An toàn và bảo mật cho các giao dịch tài chính qua mạng: các giao dịch tài chính luôn là mục tiêu cho các tội phạm, các đối tượng sử dụng thẻ tín dụng trái phép, các hacker... do các dịch vụ trên Internet hiện nay được cung cấp toàn cầu với mọi tiện ích phục vụ cho mọi khách hàng, mọi thành phần trong xã hội. Chính vì vậy, hệ thống thanh toán điện tử vừa phải đảm bảo tính khả dụng đồng thời cũng phải chống lại được sự tấn công để tìm kiếm thông tin mật, thông tin cá nhân hoặc điều chỉnh thông tin, thông điệp được truyền gửi.

- Giấu tên (nặc danh): nếu như được khách hàng yêu cầu thì đặc điểm nhận dạng của họ phải được giữ kín dù khách hàng đã cung cấp đầy đủ các thông tin để người bán được thanh toán. Phải đảm bảo không làm lộ các thông tin cá nhân của khách hàng.

- Khả năng có thể hoán đổi: tiền số có thể chuyển thành các kiểu loại quỹ khác. Có thể dễ dàng chuyển từ tiền điện tử sang tiền mặt hay chuyển tiền từ quỹ tiền điện tử về tài khoản

của cá nhân, séc điện tử, séc giấy. Tiền số bằng ngoại tệ này có thể dễ dàng chuyển sang ngoại tệ khác với tỷ giá tốt nhất.

- Hiệu quả: chi phí cho mỗi giao dịch nên chỉ là một con số rất nhỏ (gần bằng 0), đặc biệt với những giao dịch giá trị thấp.

- Tính linh hoạt: nên cung cấp nhiều phương thức thanh toán, tiện lợi cho mọi đối tượng.

- Tính tin cậy: hệ thống thanh toán phải luôn thích ứng, tránh những sai sót không đáng có, tránh cho nó không phải là mục tiêu của sự phá hoại.

- Tiện lợi, dễ sử dụng: nên tạo sự thuận lợi cho việc thanh toán trên mạng như trong thanh toán truyền thống.

b. Xây dựng và ban hành văn bản pháp luật về BHTT

Việc xây dựng và ban hành văn bản pháp luật về BHTT có ý nghĩa rất quan trọng đối với QLNN không chỉ là một nhiệm vụ QLNN cần thiết mà còn là một yếu tố quyết định đến sự phát triển bền vững của nền kinh tế số và TMĐT. Xây dựng và ban hành văn bản pháp luật về BHTT là một quá trình phức tạp, đòi hỏi sự phối hợp giữa nhiều bên liên quan để đảm bảo văn bản pháp luật đó phù hợp với thực tiễn, đáp ứng yêu cầu QLNN, và bảo vệ quyền lợi của tất cả các bên tham gia BHTT.

Về xây dựng văn bản pháp luật BHTT

- Xây dựng khung pháp lý và định nghĩa rõ ràng. Văn bản pháp luật cần quy định rõ các khái niệm và đối tượng tham gia vào BHTT, như DN, cá nhân, nền tảng TMĐT, và các hình thức bán hàng trên MXH và ứng dụng di động. Điều này đảm bảo rằng các hoạt động TMĐT được thực hiện trong khuôn khổ pháp lý chặt chẽ và minh bạch.

- Xây dựng quy định về quyền và nghĩa vụ. Nhà nước thiết lập quy định về quyền và nghĩa vụ của cả người bán và người mua, từ việc niêm yết sản phẩm, cung cấp thông tin chính xác, đến bảo đảm các quyền lợi người tiêu dùng. Ngoài ra, cần có quy định về quản lý rủi ro và giải quyết tranh chấp trong quá trình giao dịch trực tuyến.

- Xây dựng chính sách thuế. Các văn bản pháp luật phải xây dựng cơ chế thu thuế từ các giao dịch BHTT. Điều này bao gồm quy định về thuế giá trị gia tăng (VAT), thuế thu nhập DN và thuế thu nhập cá nhân đối với các cá nhân, hộ kinh doanh và DN tham gia kinh doanh trực tuyến. Quy định rõ về trách nhiệm kê khai và nộp thuế.

- Xây dựng bảo mật thông tin và bảo vệ dữ liệu cá nhân. Nhà nước cần có các quy định về việc bảo vệ quyền riêng tư và dữ liệu cá nhân của người tiêu dùng khi thực hiện các giao dịch trực tuyến. Các biện pháp bảo mật và quy định về an toàn thông tin phải được xây dựng rõ ràng nhằm bảo vệ người tiêu dùng khỏi các nguy cơ rủi ro trong môi trường số.

- Xây dựng cơ chế giám sát và xử lý vi phạm. Văn bản pháp luật cần quy định về việc giám sát và thanh tra hoạt động của các DN BHTT. Đồng thời, có cơ chế xử phạt đối với các hành vi vi phạm như lừa đảo, bán hàng giả, hàng nhái, hoặc không tuân thủ quy định về thuế.

Việc ban hành văn bản pháp luật về BHTT là một quy trình phức tạp và đòi hỏi sự tuân thủ nghiêm ngặt các quy định về lập pháp:

(1) Thừa nhận các thông điệp dữ liệu: là việc công nhận giá trị pháp lý của các thông điệp dữ liệu (chẳng hạn như email, tin nhắn, hợp đồng điện tử, v.v.) trong các giao dịch trực tuyến, tương tự như cách mà các tài liệu giấy truyền thống được công nhận. Đây là một phần quan trọng trong khung pháp lý của TMĐT, đảm bảo rằng các giao dịch diễn ra trên môi trường số có giá trị pháp lý như các giao dịch diễn ra trong môi trường truyền thống. Cụ thể:

+ Thông điệp dữ liệu được công nhận là có giá trị pháp lý như tài liệu giấy, miễn là nó đáp ứng được các điều kiện về tính toàn vẹn và khả năng truy cập khi cần thiết. Nếu thông điệp dữ liệu được ký bằng chữ ký điện tử, chữ ký đó phải được thừa nhận là hợp pháp và có giá trị pháp lý tương đương với chữ ký tay.

+ Thông điệp dữ liệu phải được đảm bảo không bị sửa đổi sau khi tạo ra, hoặc nếu có sự thay đổi, thì những thay đổi đó phải được ghi lại một cách minh bạch. Thông điệp dữ liệu phải có khả năng truy cập và sử dụng lại khi cần thiết, nghĩa là nó phải được lưu trữ ở dạng có thể đọc và xử lý bởi máy tính.

+ Các điều khoản và điều kiện được thể hiện trong hợp đồng điện tử dưới dạng thông điệp dữ liệu được công nhận là có giá trị pháp lý, tương đương với hợp đồng giấy. Việc chấp nhận một hợp đồng qua các phương tiện điện tử (như email, nền tảng TMĐT) được xem là có giá trị như chấp nhận trực tiếp.

+ Mỗi quốc gia có các quy định pháp luật riêng về việc thừa nhận thông điệp dữ liệu. Ví dụ, Luật Giao dịch điện tử của Việt Nam đã quy định rõ ràng về giá trị pháp lý của thông điệp dữ liệu. Nhiều hiệp định quốc tế, như UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce, cũng công nhận giá trị pháp lý của thông điệp dữ liệu và khuyến khích các quốc gia thành viên thông qua các quy định tương tự.

+ Việc thừa nhận thông điệp dữ liệu đi kèm với yêu cầu về bảo mật và bảo vệ dữ liệu, để đảm bảo rằng thông điệp không bị đánh cắp, giả mạo hoặc truy cập trái phép. Các quy định bảo vệ quyền riêng tư của các cá nhân khi xử lý thông điệp dữ liệu cũng là một yếu tố quan trọng trong khung pháp lý.

Việc thừa nhận thông điệp dữ liệu là bước quan trọng giúp BHTT phát triển mạnh mẽ, tạo ra sự tin cậy và an toàn trong các giao dịch trực tuyến. Việc công nhận giá trị pháp lý của thông điệp dữ liệu góp phần vào sự minh bạch trong các giao dịch kinh tế, giúp giảm thiểu rủi ro tranh chấp pháp lý. Các quy định về thừa nhận thông điệp dữ liệu thường được xây dựng dựa trên các chuẩn mực quốc tế, giúp các DN và cá nhân dễ dàng hơn trong việc giao thương với các đối tác nước ngoài.

(2) Quy định kỹ thuật về chữ ký điện tử nhằm bảo đảm tính xác thực, toàn vẹn, bảo mật của thông tin được trao đổi trong BHTT. Bao gồm các nội dung:

+ Chữ ký điện tử phải được chứng thực bởi một tổ chức cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số (CA - Certificate Authority) được công nhận, CA cấp sẽ xác minh danh tính của người ký và đảm bảo rằng chữ ký là hợp lệ. Chữ ký điện tử phải sử dụng các thuật toán mã hóa mạnh mẽ (ví dụ: RSA, ECDSA) để đảm bảo rằng chữ ký chỉ có thể được tạo ra bởi người sở hữu khóa cá nhân tương ứng, phải liên kết duy nhất với người ký và có thể được sử dụng để chứng minh rằng chính người đó đã thực hiện hành động ký.

+ Khi một tài liệu hoặc thông điệp được ký điện tử, một hàm băm (hash function) sẽ được áp dụng để tạo ra một mã băm duy nhất đại diện cho dữ liệu. Nếu dữ liệu bị thay đổi sau khi ký, mã băm sẽ thay đổi, giúp phát hiện sự thay đổi. Điều này giúp đảm bảo rằng sau khi tài liệu được ký, bất kỳ sự thay đổi nào đối với nội dung tài liệu đều sẽ làm mất hiệu lực của chữ ký, từ đó đảm bảo tính toàn vẹn của tài liệu. Quy định kỹ thuật yêu cầu rằng chữ ký điện tử phải liên kết chặt chẽ với dữ liệu gốc, nghĩa là chữ ký chỉ có hiệu lực đối với dữ liệu mà nó được áp dụng, và không thể chuyển đổi sang dữ liệu khác.

+ Chữ ký điện tử phải hỗ trợ việc mã hóa dữ liệu trước khi truyền đi để bảo đảm rằng chỉ có người nhận được ủy quyền mới có thể giải mã và đọc được thông tin. Khóa cá nhân được sử dụng để tạo chữ ký điện tử phải được bảo vệ nghiêm ngặt, thường là thông qua việc lưu trữ trong các thiết bị phần cứng bảo mật (HSM - Hardware Security Module) hoặc sử dụng các phương pháp bảo vệ như mã PIN, mật khẩu, hoặc sinh trắc học. Hệ thống sử dụng chữ ký điện tử phải có các biện pháp ngăn chặn truy cập trái phép, bao gồm tường lửa, hệ thống phát hiện xâm nhập (IDS), và các biện pháp kiểm soát truy cập.

+ Chữ ký điện tử thường tuân theo các tiêu chuẩn kỹ thuật quốc tế như PKCS#7, X.509 cho chứng thực số, và ISO/IEC 15408 cho các yêu cầu bảo mật. Quy định về việc sử dụng các thuật toán mã hóa mạnh như SHA-256 cho hàm băm và RSA hoặc ECC cho chữ ký điện tử, để đảm bảo rằng chữ ký không thể bị phá vỡ bởi các phương pháp tấn công hiện nay. Chữ ký điện tử phải tuân thủ các giao thức bảo mật như TLS/SSL trong quá trình truyền tải dữ liệu để đảm bảo rằng thông tin không bị đánh cắp hoặc can thiệp trong quá trình truyền tải.

+ Quy định về cách thức quản lý khóa công khai và khóa cá nhân, bao gồm việc cấp phát, lưu trữ, thu hồi, và hủy bỏ khóa. Các tổ chức cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số phải tuân thủ các quy định về bảo mật, quy trình cấp phát và thu hồi chứng thư số, và đảm bảo rằng quá trình chứng thực được thực hiện một cách minh bạch và an toàn. Quy định về việc kiểm tra và giám sát việc sử dụng chữ ký điện tử trong các giao dịch BHTT để phát hiện và xử lý kịp thời các vi phạm hoặc lỗ hổng bảo mật.

Quy định kỹ thuật về chữ ký điện tử nhằm đảm bảo tính xác thực, toàn vẹn, và bảo mật của thông tin trong các giao dịch TMĐT là rất cần thiết. Chúng giúp củng cố

lòng tin của người tiêu dùng và DN khi thực hiện các giao dịch trực tuyến, đồng thời đảm bảo rằng các giao dịch này tuân thủ các yêu cầu pháp lý và bảo mật chặt chẽ.

(3) Bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ trong BHTT các DN BHTT cần phải:

+ Đăng ký nhãn hiệu của mình tại các cơ quan quản lý sở hữu trí tuệ để được bảo hộ theo pháp luật và thực hiện các biện pháp giám sát và thực thi quyền đối với nhãn hiệu của mình trên các nền tảng TMĐT. Bao gồm việc yêu cầu các nền tảng gỡ bỏ các sản phẩm giả mạo hoặc vi phạm quyền sở hữu trí tuệ và sử dụng các công cụ giám sát nhãn hiệu trực tuyến để phát hiện kịp thời các vi phạm, ví dụ như quảng cáo trái phép hoặc bán hàng giả mạo.

+ Nội dung số như hình ảnh, văn bản, video, và phần mềm được sử dụng trong BHTT đều có thể được bảo hộ bản quyền. DN cần đăng ký bản quyền cho các nội dung này và sử dụng các biện pháp bảo vệ kỹ thuật, như mã hóa hoặc watermarking, để ngăn chặn sao chép trái phép. Các nền tảng TMĐT cần có các chính sách và công cụ để hỗ trợ việc thực thi quyền bản quyền, bao gồm việc xóa bỏ nội dung vi phạm bản quyền và ngăn chặn việc tải lên lại các nội dung đó. Khi sử dụng nội dung của bên thứ ba, DN cần đảm bảo có giấy phép hoặc thỏa thuận hợp pháp để tránh vi phạm bản quyền.

+ Các sản phẩm hoặc quy trình kỹ thuật mới được sử dụng trong BHTT có thể được đăng ký bảo hộ sáng chế hoặc giải pháp hữu ích. Điều này ngăn chặn việc sao chép hoặc sử dụng trái phép bởi các đối thủ cạnh tranh, bảo mật mã nguồn, kiểm soát truy cập, và hợp đồng bảo mật thông tin với các bên liên quan.

+ Các DN có thể hợp tác với các nền tảng TMĐT để xây dựng các quy trình bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, bao gồm việc báo cáo và gỡ bỏ nội dung vi phạm. Khi phát hiện vi phạm quyền sở hữu trí tuệ, DN có thể khởi kiện tại tòa án hoặc yêu cầu cơ quan chức năng can thiệp để bảo vệ quyền lợi của mình.

+ Các DN cần đảm bảo rằng mọi hoạt động BHTT đều tuân thủ các quy định về sở hữu trí tuệ của quốc gia nơi họ hoạt động. DN cần hiểu và tuân thủ các hiệp định quốc tế về sở hữu trí tuệ, chẳng hạn như Hiệp định về các khía cạnh liên quan đến thương mại của quyền sở hữu trí tuệ trong WTO.

(4) Bảo vệ người tiêu dùng trong BHTT:

+ Các DN BHTT cần phải minh bạch thông tin sản phẩm giúp người tiêu dùng đưa ra quyết định mua sắm đúng đắn. Xây dựng các chính sách hoàn tiền trả hàng nếu sản phẩm không đáp ứng yêu cầu, bị lỗi hoặc không đúng như quảng cáo.

+ DN BHTT phải có biện pháp bảo mật mạnh mẽ để bảo vệ thông tin cá nhân và tài chính của người tiêu dùng. Và cần có các biện pháp xác thực giao dịch để đảm bảo rằng chỉ những người được ủy quyền mới có thể thực hiện các giao dịch, giúp ngăn chặn gian lận và lừa đảo.

+ Các DN và nền tảng TMĐT cần triển khai các hệ thống giám sát và phát hiện các hành vi gian lận, như việc bán hàng giả, hàng kém chất lượng, hoặc việc gian lận thanh toán. Đồng thời có quy trình nhanh chóng và minh bạch để xử lý các khiếu nại về lừa đảo, bao gồm việc gỡ bỏ sản phẩm vi phạm và báo cáo cho cơ quan chức năng khi cần thiết.

(5) Phòng chống tội phạm và các vi phạm trong BHTT:

Phòng chống tội phạm và các vi phạm trong BHTT là một yếu tố quan trọng để đảm bảo sự an toàn, minh bạch và tin cậy của môi trường mua sắm trực tuyến. Các vi phạm và tội phạm liên quan đến BHTT có thể bao gồm gian lận, lừa đảo, vi phạm quyền sở hữu trí tuệ, và các hành vi xâm phạm thông tin cá nhân. Do đó Nhà nước cần ban hành và thực thi các quy định pháp luật cụ thể về BHTT, bao gồm quy định về quyền lợi người tiêu dùng, bảo mật thông tin, và xử lý các hành vi gian lận. Các luật này cần được cập nhật thường xuyên để phản ánh các thay đổi và xu hướng mới trong BHTT. Các nền tảng TMĐT cần triển khai các hệ thống giám sát và phát hiện gian lận để phát hiện và ngăn chặn các hành vi gian lận trong thời gian thực. Sử dụng công nghệ trí tuệ nhân tạo và máy học để phân tích dữ liệu giao dịch và nhận diện các mẫu hành vi gian lận, từ đó cảnh báo và ngăn chặn sớm các hoạt động đáng ngờ.

Các cơ quan chức năng cần xử lý nghiêm minh các hành vi vi phạm trong BHTT, bao gồm các biện pháp hành chính, hình sự, và phạt tiền. Việc này giúp răn đe các hành vi vi phạm và bảo vệ quyền lợi của các bên liên quan. Đồng thời xây dựng quy trình giải quyết khiếu nại và tranh chấp một cách minh bạch và công bằng để người tiêu dùng và DN bị hại có thể đòi lại quyền lợi của mình.

2.2.2.3. Tổ chức thực hiện kế hoạch và chính sách phát triển BHTT

Tổ chức thực hiện kế hoạch và chính sách phát triển BHTT là quá trình quan trọng nhằm đảm bảo các mục tiêu chiến lược của Nhà nước và DN BHTT được thực hiện hiệu quả. Bao gồm các nội dung:

Xác định mục tiêu phát triển:

Mục tiêu ngắn hạn: Xác định các mục tiêu cụ thể trong một khoảng thời gian ngắn (1-2 năm) như tăng số lượng DN tham gia BHTT, cải thiện chất lượng dịch vụ, hoặc nâng cao ý thức người tiêu dùng.

Mục tiêu dài hạn: Đặt ra các mục tiêu phát triển bền vững trong lĩnh vực BHTT, như nâng cao giá trị thị trường, tăng trưởng doanh thu, và mở rộng thị trường quốc tế.

Lập kế hoạch chi tiết:

Xác định các hoạt động cụ thể cần thực hiện, thời gian, ngân sách và nguồn lực cần thiết để đạt được mục tiêu đề ra. Giao nhiệm vụ cụ thể cho các cơ quan, đơn vị, và cá nhân liên quan đến việc thực hiện kế hoạch.

Quy định và chính sách pháp lý:

Đảm bảo có các quy định pháp lý rõ ràng về hoạt động BHTT, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, và quản lý thuế. Thường xuyên rà soát và điều chỉnh các chính sách hiện có để đáp ứng yêu cầu phát triển nhanh chóng của thị trường.

Phát triển hạ tầng công nghệ:

Đảm bảo cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin, truyền thông và thanh toán trực tuyến được nâng cấp, bảo trì và phát triển. Hỗ trợ DN trong việc phát triển nền tảng công nghệ để cải thiện trải nghiệm mua sắm cho người tiêu dùng.

Đào tạo và nâng cao năng lực:

Cung cấp các chương trình đào tạo về kỹ năng quản lý, marketing trực tuyến, và công nghệ cho các DN. Tổ chức các chiến dịch giáo dục cộng đồng nhằm nâng cao nhận thức về lợi ích và rủi ro khi tham gia mua sắm trực tuyến.

Tuyên truyền và quảng bá:

Tổ chức các chiến dịch truyền thông nhằm nâng cao nhận thức về chính sách và kế hoạch phát triển BHTT trong cộng đồng. Tạo ra các chương trình khuyến mãi, hỗ trợ cho DN mới gia nhập thị trường BHTT.

2.2.2.4. Kiểm tra, giám sát BHTT

Kiểm tra và giám sát BHTT là quá trình nhằm đảm bảo rằng các hoạt động kinh doanh trong môi trường trực tuyến phát triển đúng định hướng mục tiêu của Nhà nước đề ra, tuân thủ đúng quy định pháp luật, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, và duy trì sự công bằng trong thị trường. Bao gồm các nội dung chủ yếu:

- Kiểm tra tuân thủ pháp luật: Xác định việc các DN và cá nhân tham gia BHTT có tuân thủ các quy định pháp luật về thuế, an toàn thông tin, và quyền lợi người tiêu dùng hay không. Đảm bảo rằng các nền tảng TMĐT và người bán đều thực hiện đúng quy định về việc kê khai và nộp thuế VAT, thuế thu nhập DN, và thuế thu nhập cá nhân.

- Giám sát chất lượng hàng hóa và dịch vụ: Kiểm tra việc cung cấp hàng hóa, dịch vụ có tuân thủ các tiêu chuẩn chất lượng đã cam kết không, đảm bảo rằng người tiêu dùng nhận được đúng sản phẩm/dịch vụ đã được quảng cáo. Kiểm soát các hành vi lừa đảo, bán hàng giả, hàng nhái trên các sàn giao dịch TMĐT.

- Giám sát quy trình giao dịch và thanh toán: Đảm bảo tính minh bạch trong giao dịch, bao gồm quy trình chọn sản phẩm, thanh toán, và giao hàng. Đánh giá mức độ bảo mật trong các giao dịch trực tuyến, ngăn ngừa hành vi gian lận, lạm dụng thông tin thanh toán.

- Giám sát bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng: Kiểm tra việc thực hiện các quy định bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, bao gồm chính sách đổi trả hàng, hoàn tiền, và giải quyết khiếu nại. Giám sát các nền tảng TMĐT và người bán trong việc cung cấp thông tin chính xác, minh bạch về sản phẩm, dịch vụ và điều khoản bán hàng.

- Giám sát hoạt động quảng cáo và tiếp thị: Kiểm tra việc quảng cáo trên các nền tảng trực tuyến có tuân thủ các quy định về quảng cáo sản phẩm, dịch vụ hay không, bao gồm việc không gây hiểu nhầm hoặc sai lệch thông tin sản phẩm.

- Giám sát quy trình vận chuyển và giao nhận: Đảm bảo việc giao hàng được thực hiện đúng thời gian và điều kiện đã cam kết. Kiểm tra sự hợp tác giữa các đơn vị bán hàng, nền tảng TMĐT và các công ty vận chuyển, đảm bảo tính minh bạch và chất lượng dịch vụ.

- Kiểm tra bảo mật thông tin người dùng: Đảm bảo rằng các nền tảng và DN tuân thủ nghiêm ngặt các quy định về bảo mật thông tin cá nhân của khách hàng, ngăn ngừa tình trạng rò rỉ hoặc lạm dụng dữ liệu.

Để bảo đảm việc kiểm tra, giám sát có hiệu quả, chủ thể kiểm tra, giám sát cần phải xác định nội dung kiểm tra, giám sát, đề ra các tiêu chuẩn kiểm tra, giám sát, lựa chọn các phương pháp kiểm tra, giám sát, đo lường các kết quả thực hiện, so sánh các kết quả đó với các mục tiêu trong kế hoạch phát triển BHTT đã đặt ra từ đó xác định các nguyên nhân sai lệch và đưa ra các giải pháp khắc phục. Như là: kiểm tra, giám sát sự phát triển của BHTT theo các định hướng và mục tiêu trong chiến lược phát triển BHTT quốc gia; Kiểm tra, giám sát việc thực hiện các chủ trương, chính sách pháp luật của Nhà nước về BHTT; Kiểm tra, giám sát việc thực hiện chức năng của các cơ quan QLNN đối với BHTT; Kiểm tra, giám sát tính hợp lý của các công cụ, chính sách pháp luật về BHTT để đảm bảo tính chất thúc đẩy của các công cụ này. Hoạt động kiểm tra, giám sát có thể lựa chọn các phương pháp kiểm tra, giám sát như: kiểm tra thường xuyên, kiểm tra định kỳ và kiểm tra đột xuất. Do đặc thù của hoạt động BHTT nên có thể thực hiện hình thức kiểm tra trực tuyến các hoạt động BHTT của đối tượng cần kiểm tra.

2.2.3. Tiêu chí đánh giá QLNN đối với BHTT

Việc đánh giá QLNN đối với BHTT có thể có nhiều phương pháp khác nhau, một trong những phương pháp đánh giá phổ biến hiện nay đó là sử dụng các tiêu chí để đánh giá. Theo Zeleny, Milan (1982) thì tiêu chí là thước đo, là các quy tắc và chuẩn mực do các nhà phân tích, nhà quản lý đặt ra trong từng điều kiện và hoàn cảnh cụ thể nhằm đạt được mục tiêu nhất định. Từ đó có thể hiểu, tiêu chí đánh giá QLNN đối với BHTT là *thước đo, dấu hiệu, chuẩn mực và cơ sở để nhận biết, đánh giá mức độ hoàn thiện các công cụ của Nhà nước là tốt hay chưa tốt, đạt hay chưa đạt*. Việc xác định tiêu chí đánh giá có ý nghĩa hết sức quan trọng cả về lý luận và thực tiễn, trên cơ sở đó có thể hoàn thiện QLNN đối với BHTT.

Trên thực tế, mục tiêu và các thước đo của QLNN rất đa dạng. Theo tác giả Zeleny, Milan (1982) đưa ra các tiêu chí: tính hiệu quả, tính khả thi, tính minh bạch, tính đúng đắn, tính linh hoạt, tính cân bằng, tính đổi mới, tính tương thích. Các tiêu chí tính công bằng, tính bền vững, tác động của các công cụ QLNN đến những người hưởng lợi từ BHTT, mức độ giải quyết của Nhà nước (Nguyễn Đăng Thành, 2012). Hay tính đầy đủ, tính đáp ứng, tính thích hợp (Nguyễn Hữu Hải và Lê Văn Hòa, 2016); tính

kinh tế, tính khả thi (Đỗ Kim Tiên, 2016) ... Dựa vào quan điểm và mục tiêu QLNN đối với BHTT có thể đưa ra các tiêu chí sau để đánh giá:

2.2.3.1. Tiêu chí hiệu lực

Tính hiệu lực của QLNN “đề cập đến việc liệu một phương án của Nhà nước đưa ra có dẫn đến đạt được một kết quả giá trị của hành động nghĩa là có đạt mục tiêu hay không” (Nguyễn Hữu Hải và Lê Văn Hòa, 2016), hay nó “phản ánh tác dụng đích thực của một công cụ Nhà nước đưa ra được đo lường bằng mức độ mà hiệu quả của hoạt động đạt được mức mục tiêu” (Đỗ Kim Tiên, 2016).

Theo nghĩa rộng, hiệu lực của QLNN đối với BHTT là mức độ tối ưu hóa kết quả trong môi liên hệ với đầu ra được tạo nên và xác định hiệu lực của QLNN về BHTT là trả lời hai câu hỏi: thứ nhất, các mục tiêu của QLNN về BHTT có thể hiện được tính đúng đắn của mình không? thứ hai, mức độ thực hiện mục tiêu có cao không?

Theo nghĩa hẹp, hiệu lực của QLNN đối với BHTT được đánh giá bằng cách so sánh kết quả thực tế với mục tiêu đề ra.

Biểu hiện của hiệu lực là hiệu năng của các quy định hành chính, là cách hành xử trước các sự vụ, tuân thủ luật pháp và chấp hành mệnh lệnh cấp trên, sự phối hợp nhịp nhàng giữa các bộ phận trong hệ thống. Vì vậy, tính hiệu lực là khả năng có thể vận hành của Nhà nước được đánh giá thông qua tính toán chi phí – lợi ích, khả năng ngân sách, nguồn lực và các điều kiện khác. Trong đó các yếu tố nguồn lực mới chỉ là điều kiện cần để Nhà nước triển khai các hoạt động QLNN. Tính hiệu lực của QLNN đòi hỏi phải có sự tuân thủ, chấp hành đầy đủ các quy định thuộc về Nhà nước. Do vậy điều kiện cần và đủ để đo lường tính hiệu lực của QLNN đối với BHTT là những điều kiện kỹ thuật, nguồn lực, quy trình và đặc biệt là sự đảm bảo chấp hành các quy định của Nhà nước đối với các đối tượng áp dụng để đạt mục tiêu QLNN đề ra.

Tính hiệu lực của QLNN đối với BHTT vì thế được đánh giá thông qua các tiêu chí cụ thể như sau: (i) khả năng nhận biết các văn bản QLNN của các DN BHTT. Khả năng này được thể hiện thông qua mức độ công nhận và tính đúng đắn trong việc hoạch định từng loại văn bản đối với BHTT; (ii) Mức độ thực thi các văn bản QLNN; (iii) Nhận thức của các DN BHTT về mức độ cần thiết phải có các văn bản QLNN đối với BHTT; (iv) Kết quả hiệu lực của QLNN đối với BHTT đem lại như: khả năng giải quyết các mâu thuẫn, sự chông chéo trong các văn bản quản lý, mức độ đạt được mục tiêu QLNN...

2.2.3.2. Tiêu chí hiệu quả

Tính hiệu quả “đề cập đến số lượng nỗ lực yêu cầu để tạo ra một mức hiệu lực hay kết quả xác định” và “đồng nghĩa với tính hợp lý kinh tế, là mối quan hệ giữa kết quả và nỗ lực hay đầu vào với nỗ lực thường được đo lường dưới hình thức các chi phí bằng tiền” (Nguyễn Hữu Hải và Lê Văn Hòa, 2016).

Hiệu quả của QLNN đối với BHTT thể hiện ở các lợi ích mà QLNN mang lại khi được ban hành và thực thi cao hay thấp. Mỗi văn bản QLNN đưa ra đều có tính hai mặt. Trong khi tiềm năng của nền kinh tế thì có hạn mà nhu cầu của xã hội thì lại nhiều. Do vậy trong quá trình xây dựng và thực hiện các nội dung QLNN thì cần phải vận dụng quy luật bù trừ để tính toán không chỉ có lợi thế so sánh mà cả chi phí cơ hội. Chú trọng phân tích các mối quan hệ ngược, tính toán đầy đủ những hậu quả xã hội do thực thi các văn bản QLNN, nhờ đó có thể đáp ứng cả mục tiêu hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội, nâng cao hiệu quả chung hay tổng lợi ích từ các văn bản QLNN mang lại.

Như vậy hiệu quả hiệu quả QLNN về BHTT được đánh giá thông qua các hoạt động QLNN BHTT để hoàn thành các mục tiêu với chi phí thấp nhất. Ngoài ra hiệu quả QLNN về BHTT còn được đo lường thông qua các lợi ích về mặt KT-XH mà BHTT mang lại cho DN và xã hội như hiệu quả trong ứng dụng BHTT ở các DN, các lợi ích mà BHTT đem đến cho người tiêu dùng và cho xã hội.

Từ đó, hiệu quả của QLNN đối với BHTT được xác định bởi các chỉ tiêu đánh giá cụ thể như sau: (i) Mức độ nhận biết của các DN BHTT đến các văn bản QLNN đối với BHTT; (ii) Chi phí xã hội bỏ ra để tiếp cận và thực hiện các văn bản QLNN đối với BHTT; (iii) Lợi ích xã hội và các DN BHTT được thụ hưởng.

2.2.3.3. Tiêu chí phù hợp

Tính phù hợp của QLNN đối với BHTT thể hiện ở khía cạnh Nhà nước ban hành các văn bản có phù hợp với môi trường trong nước và các thông lệ, cam kết quốc tế. Các văn đó phải xuất phát từ những bất cập ở thực tế trong quá trình điều hành thị trường để từ đó giải quyết các vấn đề BHTT trên thị trường. Nghĩa là cả mục tiêu và biện pháp của Nhà nước phải phù hợp với tình hình thị trường, đáp ứng được yêu cầu giải quyết những vấn đề tồn tại của thị trường, vừa không phát sinh những vấn đề mâu thuẫn với mục tiêu của QLNN đối với BHTT.

Tính phù hợp của QLNN về BHTT được đo lường thông qua sự phù hợp của các yếu tố của QLNN về BHTT như: hệ thống văn bản quy phạm pháp luật về BHTT, bộ máy QLNN về BHTT, số lượng và chất lượng nguồn nhân lực quản lý về BHTT, mục tiêu QLNN về BHTT... có phù hợp với các yêu cầu phát triển BHTT không? Xem xét mục tiêu của QLNN về BHTT có phù hợp với các mục tiêu phát triển KT-XH của đất nước hay không.

Tiêu chí phù hợp được thể hiện ở các chỉ tiêu: (i) Mức độ phù hợp của mục tiêu QLNN đối với BHTT; (ii) sự phù hợp mục tiêu QLNN đối với BHTT với mục tiêu chung của quốc gia; (iii) Sự phù hợp với chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn với trách nhiệm của cơ quan QLNN đối với hoạch định chiến lược, thực thi, đánh giá và điều chỉnh trong QLNN; (iv) Sự phù hợp với cam kết quốc tế mà Việt Nam đã ký kết.

2.2.3.4. Tiêu chí đồng bộ, hệ thống và thống nhất

Tiêu chí đồng bộ, hệ thống và thống nhất trong QLNN đối với BHTT là các yếu tố quan trọng để đảm bảo rằng các quy định, chính sách và quy trình liên quan đến TMĐT được thực hiện một cách hiệu quả và không gây ra sự mâu thuẫn hoặc chồng chéo.

Tính đồng bộ trong QLNN có nghĩa là các quy định và chính sách phải được áp dụng một cách thống nhất trên toàn quốc và không gây ra sự khác biệt hoặc mâu thuẫn giữa các khu vực hoặc lĩnh vực. Tiêu chí phù hợp được thể hiện ở các chỉ tiêu: (i) Các quy định pháp lý liên quan đến BHTT có tích hợp và đồng bộ với các quy định pháp luật khác; (ii) Quy trình và thủ tục liên quan đến quản lý BHTT cần được chuẩn hóa trên toàn quốc để tránh sự khác biệt giữa các cơ quan quản lý và khu vực.

Tính hệ thống trong QLNN có nghĩa là các quy định, chính sách và quy trình cần được tổ chức và vận hành một cách có hệ thống để đảm bảo sự liên kết và phối hợp hiệu quả. Thể hiện ở các chỉ tiêu: (i) Các quy định, chính sách quản lý được xây dựng hệ thống quản lý tích hợp để phối hợp các hoạt động liên quan đến BHTT bao gồm quản lý quy định, giám sát, và hỗ trợ DN; (ii) Hệ thống quản lý rủi ro và đảm bảo an toàn trong BHTT.

Tính thống nhất trong QLNN có nghĩa là các quy định và chính sách phải nhất quán và không gây ra sự mâu thuẫn giữa các cơ quan quản lý và các lĩnh vực liên quan. Các chỉ tiêu thể hiện: (i) Mức độ đảm các chính sách và quy định liên quan đến BHTT được thống nhất ở cấp quốc gia để tạo ra một môi trường pháp lý ổn định và nhất quán; (ii) Sự phối hợp giữa các cơ quan QLNN trong việc thực thi các quy định và chính sách.

2.2.3.5. Tiêu chí minh bạch và công bằng

Tính minh bạch và công bằng là hai yếu tố quan trọng trong QLNN đối với BHTT. Đây là những yếu tố giúp tạo môi trường kinh doanh ổn định và đáng tin cậy cho cả DN và người tiêu dùng. Tính minh bạch trong QLNN có nghĩa là các quy định, chính sách, và quy trình liên quan đến BHTT phải rõ ràng, dễ hiểu và có thể tiếp cận được cho tất cả các bên liên quan. Chỉ tiêu đánh giá cụ thể như sau: (i) Mức độ công khai, rõ ràng về các quy định pháp lý, chính sách và quy trình liên quan đến BHTT. (ii) Đảm bảo thông tin về các quy định và chính sách được cập nhật thường xuyên và kịp thời để phản ánh sự thay đổi trong công nghệ và thị trường.

Tính công bằng trong QLNN liên quan đến việc đảm bảo rằng tất cả các bên tham gia BHTT được đối xử một cách công bằng, không có sự phân biệt hay thiên vị nào. Chỉ tiêu đánh giá cụ thể như sau: (i) Đảm bảo rằng các quy định và chính sách không gây ra bất lợi cho các DN nhỏ và vừa, và ngăn chặn các hành vi độc quyền hoặc gian lận thương mại. (ii) Quy định và chính sách cần được áp dụng nhất quán cho tất cả các DN và người tiêu dùng mà không có sự thiên lệch hoặc phân biệt (iii) Đảm bảo rằng các hành vi vi phạm quy định được xử lý một cách công bằng và hợp lý, không bị ảnh hưởng bởi các yếu tố bên ngoài hoặc sự thiên vị.

2.2.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến QLNN đối với BHTT

2.2.4.1. Nhóm các yếu tố bên trong

(i) Hệ thống thể chế hành chính

Hệ thống thể chế hành chính có ảnh hưởng sâu rộng đến hoạt động BHTT. Từ việc cung cấp khung pháp lý và chính sách hỗ trợ đến việc giám sát và xử lý vi phạm, hệ thống này đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo hoạt động BHTT diễn ra một cách hợp pháp và hiệu quả. Các quy trình hành chính, quy định pháp lý và các chính sách hỗ trợ đều có tác động trực tiếp đến sự phát triển và thành công của các DN BHTT. Hệ thống thể chế hành chính là căn cứ và tiền đề pháp lý cho các hoạt động quản lý, điều hành của bộ máy hành chính nhà nước đối với BHTT, chủ yếu tập trung ở 2 nhóm:

Một là, hệ thống các quy định về tổ chức và hoạt động của các cơ quan hành chính nhà nước, chủ yếu là xác định địa vị pháp lý, chức năng, thẩm quyền, trách nhiệm của các chủ thể quản lý hành chính nhà nước đối với BHTT. Phần lớn những quy định này được thể hiện trong các luật như: Luật tổ chức Chính phủ, Luật tổ chức chính quyền địa phương..., các nghị định của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ của các bộ, cơ quan ngang bộ, về cơ quan chuyên môn của Ủy ban nhân dân cấp tỉnh, cấp huyện... và hệ thống các quy chế làm việc của các cơ quan, văn bản có liên quan đến nội dung phân công, phân cấp QLNN.

Hai là, hệ thống văn bản do các cơ quan hành chính nhà nước ban hành theo thẩm quyền (dưới dạng văn bản quy phạm pháp luật hành chính, văn bản cá biệt) để thực hiện chức năng quản lý hành chính nhà nước đối với BHTT. Hầu hết các thủ tục hành chính liên quan đến mối quan hệ giữa cơ quan nhà nước với người dân và DN đều nằm ở nhóm quy định này. Do vậy, số lượng các văn bản này thường rất lớn so với nhóm thứ nhất và thường xuyên có sự thay đổi để đáp ứng mục tiêu và yêu cầu quản lý phù hợp với sự biến động và tác động của các quan hệ khách quan.

Hệ thống QLNN đối với BHTT bao gồm các cơ quan quản lý hành chính nhà nước từ trung ương đến địa phương, hiệu quả hoạt động của các cơ quan này không hoàn toàn phụ thuộc vào hình thức, quy mô tổ chức mà chủ yếu và trước hết vào tính hoàn thiện xét trên các phương diện sau:

- Vị trí, chức năng từng cơ quan phù hợp với tính chất tổ chức bộ máy cũng như nội dung, phạm vi yêu cầu QLNN đối với BHTT trong từng giai đoạn cụ thể;
- Nội dung các nhiệm vụ được xác định bảo đảm tính bao quát, toàn diện của BHTT và đối với tất cả các khâu của quá trình quản lý (như quy hoạch, kế hoạch, tổ chức triển khai, thanh tra, kiểm tra, xử lý vi phạm).
- Cơ cấu tổ chức phù hợp với quy mô và trình độ quản lý đối với BHTT, được phân công, phân cấp hợp lý, định rõ trách nhiệm của từng chủ thể đi liền với hệ thống các giải pháp hỗ trợ BHTT có hiệu quả.

- Hệ thống các quy định, quy chế đầy đủ, bao quát quy trình vận hành và sự phối hợp, kết hợp giữa các cơ quan trong bộ máy hành chính nhà nước từ trung ương đến địa phương.

Đây là những yếu tố cần và đủ bảo đảm sự vận hành thống nhất, thông suốt và tính hiệu lực, hiệu quả của bộ máy hành chính nhà nước quản lý đối với BHTT.

(ii) Tổ chức bộ máy các cơ quan hành chính nhà nước

Tổ chức bộ máy các cơ quan QLNN đóng vai trò quan trọng trong việc quản lý và điều chỉnh hoạt động BHTT. Từ việc cung cấp khung pháp lý, quản lý và giám sát, đến hỗ trợ và đào tạo DN, các cơ quan này giúp đảm bảo rằng hoạt động BHTT được thực hiện một cách hợp pháp, hiệu quả, và minh bạch. Sự tác động của các cơ quan QLNN cũng ảnh hưởng đến sự phát triển và thành công của các DN BHTT. Các cơ quan QLNN đối với BHTT như Bộ Công Thương, Bộ Tài chính, và Bộ Thông tin và Truyền thông, có vai trò quan trọng trong việc xây dựng và thực thi các quy định pháp lý liên quan đến BHTT. Các quy định này bao gồm các vấn đề về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, quản lý thuế, bảo mật thông tin, và quyền sở hữu trí tuệ. Các cơ quan QLNN có thể thiết lập các chính sách khuyến khích để thúc đẩy sự phát triển BHTT, như các chương trình hỗ trợ DN nhỏ và vừa, hoặc các ưu đãi thuế.

(iii) Đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức

Đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức đóng vai trò thiết yếu trong việc quản lý và phát triển hoạt động BHTT. Họ không chỉ đảm bảo việc thực thi các quy định pháp lý mà còn cung cấp hỗ trợ, đào tạo, và thực hiện các cải cách cần thiết để nâng cao hiệu quả hoạt động BHTT. Họ giúp tạo ra một môi trường kinh doanh trực tuyến minh bạch, hợp pháp và thuận lợi cho sự phát triển bền vững. Do đó chất lượng nguồn nhân lực luôn là yếu tố quyết định hiệu lực, hiệu quả QLNN đối với BHTT. Việc xem xét, đánh giá nguồn nhân lực trước hết dựa trên các tiêu chí sau:

Một là, có sự phân biệt rõ từng nhóm đối tượng phù hợp với yêu cầu và nội dung quản lý đối với BHTT (ví dụ, tiêu chuẩn đối với công chức phân theo các nhóm: công chức lãnh đạo, công chức thừa hành ở cả 4 cấp hành chính, công chức chuyên môn nghiệp vụ ở cấp chính quyền cơ sở...).

Hai là, trình độ, năng lực chuyên môn của đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức (chất lượng và chuyên môn đào tạo). Theo quy định chung, việc tuyển dụng, đào tạo, bồi dưỡng phải căn cứ vào tiêu chuẩn chức danh và vị trí việc làm do vậy chuyên môn đào tạo được xem là tiêu chuẩn chính chứ không phải yêu cầu về bằng cấp cao.

Ba là, nắm vững kỹ năng hành chính. Xuất phát từ tính đặc thù của hoạt động QLNN đối với BHTT, các kỹ năng cần thiết trong hoạt động công vụ được cụ thể hóa thành quy trình, quy phạm đòi hỏi phải được thực hiện một cách thống nhất. Ngoài việc tinh thông nghiệp vụ, nắm vững trình tự, thủ tục giải quyết công việc, tính chuyên nghiệp của công chức, viên chức còn thể hiện thông qua nhiều khía cạnh khác, kể cả sử dụng các công cụ hỗ

trợ (như ngoại ngữ, ứng dụng công nghệ thông tin...) cũng như khả năng thích nghi, giao tiếp, hợp tác thông qua phối hợp nhóm hoặc giải quyết mâu thuẫn...

Bôn là, ý thức chấp hành kỷ luật, kỷ cương và đề cao văn hóa công vụ, nhất là văn hóa giao tiếp, ứng xử là thước đo tính chuyên nghiệp của cán bộ, công chức, viên chức.

(iv) Tài chính và cơ sở vật chất, kỹ thuật

Những bảo đảm về mặt tài chính và điều kiện cơ sở vật chất, kỹ thuật cho hoạt động QLNN đối với BHTT phụ thuộc một phần vào nhu cầu quản lý, nhưng chủ yếu là mức độ BHTT trong từng giai đoạn. Việc đầu tư về tài chính, trang bị cơ sở vật chất, kỹ thuật bảo đảm cho sự vận hành của bộ máy và hoạt động của chế độ công vụ, công chức vừa là điều kiện, vừa là một trong những tiêu chí chủ yếu đánh giá hiệu quả của nền hành chính (xét về hiệu quả chi tiêu công).

Các yếu tố nêu trên được xem là những “yếu tố bên trong” gắn liền với cơ cấu tổ chức và quá trình vận hành của hệ thống tổ chức bộ máy hành chính nhà nước từ trung ương đến cơ sở. Mặc dù đây là những yếu tố mang tính “hành chính” nhưng có tác động gián tiếp tới hoạt động BHTT trong việc vận hành xin cấp phép cho hoạt động này được diễn ra và thông suốt.

2.2.4.2. Nhóm các yếu tố bên ngoài

(i) Tổ chức và hoạt động của hệ thống chính trị

Tổ chức và hoạt động của hệ thống chính trị có ảnh hưởng quan trọng đến hoạt động BHTT. Chính sách phát triển, quy định pháp lý, hỗ trợ hạ tầng, giám sát và đánh giá chính sách đều đóng vai trò then chốt trong việc tạo ra một môi trường kinh doanh trực tuyến hiệu quả và bền vững. Sự ảnh hưởng này giúp đảm bảo rằng BHTT diễn ra một cách hợp pháp, công bằng, và thuận lợi cho sự phát triển kinh tế. Xuất phát từ đặc điểm hệ thống chính trị của Việt Nam là “Đảng Cộng sản Việt Nam là Đảng cầm quyền, lãnh đạo Nhà nước và xã hội”, vai trò tác động của đảng cầm quyền đối với tổ chức và phương thức hoạt động của bộ máy hành chính cơ bản có sự khác biệt với nhiều nước, mà chủ yếu và trước hết là ở tính độc lập tương đối của chúng. Ví dụ, trong hoạt động lập quy, Chính phủ không chỉ cụ thể hóa quy định trong các đạo luật mà còn phải thể chế hóa các chủ trương, chính sách của Đảng. Đối với công tác tổ chức, quản lý, phát triển nguồn nhân lực cho QLNN đối với BHTT, kể từ khâu quy hoạch, tuyển dụng, sử dụng, đề bạt, kỷ luật cho đến chế độ, chính sách đối với cán bộ, công chức, viên chức đều gắn với công tác đảng. Vì vậy, quá trình cải cách hành chính luôn có mối quan hệ hữu cơ với đổi mới phương thức, nâng cao vai trò lãnh đạo của Đảng.

(ii) Quan điểm và định hướng phát triển BHTT của quốc gia

Quan điểm và định hướng phát triển của quốc gia về BHTT có ảnh hưởng đến hoạt động BHTT thông qua các chính sách và quy định được thiết lập không chỉ hỗ trợ sự phát triển của BHTT mà còn tạo điều kiện thuận lợi cho các DN BHTT và bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng. Sự tác động này giúp tạo ra một môi trường kinh doanh trực tuyến hiệu quả, công bằng và bền vững. Do vậy, các quốc gia đã và đang diễn ra quá trình điều

chỉnh lại chiến lược phát triển gắn với khoa học công nghệ trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Bên cạnh đó, sức ép của thị trường, người tiêu dùng và DN trong nước trong việc ứng dụng công nghệ cao vào trong kinh doanh và bán hàng là những yếu tố ảnh hưởng đến quá trình thực thi các chính sách phát triển BHTT của quốc gia.

(iii) Sự tham gia và ủng hộ của người dân đối với QLNN đối với BHTT

Sự tham gia và ủng hộ của người dân đối với QLNN đối với BHTT không chỉ góp phần đảm bảo việc phát huy dân chủ của Nhà nước ta, đảm bảo quyền của nhân dân trong hoạt động QLNN, khẳng định bản chất của Nhà nước ta là nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa của nhân dân, do nhân dân, vì nhân dân, mà còn là nhân tố quan trọng tác động đến hiệu quả QLNN đối với BHTT. Người dân tham gia vào hoạt động quản lý của Nhà nước đối với BHTT (như việc các đại biểu dân cử, các cơ quan nhà nước phải tiếp nhận và giải quyết những đề xuất, kiến nghị, khiếu nại của người dân, tiếp thu các ý kiến đóng góp vào các văn bản quy phạm pháp luật được ban hành, các chương trình, kế hoạch phát triển đối với BHTT...).

Nhân dân tham gia QLNN đối với BHTT đảm bảo tính khách quan trong công tác QLNN nói chung và QLNN đối với BHTT nói riêng, giúp nhân dân hiện thực hóa địa vị pháp lý cũng như thể hiện nguyện vọng chính đáng, phát huy vai trò làm chủ của mình trong công tác QLNN đối với BHTT. Người dân không chỉ có quyền giám sát đối với hoạt động của cơ quan QLNN đối với BHTT; thực hiện quyền khiếu nại, tố cáo mà còn có quyền tự mình tham gia vào hoạt động QLNN đối với BHTT, trực tiếp thể hiện quyền lợi của mình. Điều này thể hiện vai trò đặc biệt của người dân trong QLNN đối với BHTT, đồng thời xác định những nhiệm vụ mà nhà nước phải thực hiện trong việc đảm bảo những điều kiện để mọi người dân được cùng tham gia vào QLNN đối với BHTT. Người dân có thể trực tiếp tham gia hoạt động QLNN đối với BHTT thông qua việc trực tiếp làm việc tại các cơ quan nhà nước hoặc thông qua việc thực hiện quyền và nghĩa vụ công dân của mình. Người dân cũng có thể gián tiếp thực hiện việc QLNN thông qua việc tham gia vào hoạt động mua bán trực tuyến trên thị trường.

2.2.4.3. Những yếu tố tác động khác

(i) Các yếu tố văn hóa, lịch sử, tập quán, truyền thống...

QLNN đối với BHTT luôn mang tính kế thừa và chịu sự tác động của các yếu tố xã hội như văn hóa, lịch sử, truyền thống, tập quán, thói quen... Sự tác động của các yếu tố này luôn bao hàm cả hai khả năng tích cực và tiêu cực. Vấn đề đặt ra là phải biết kế thừa, vận dụng, phát huy các yếu tố tích cực văn hóa mua bán truyền thống, nhất là các giá trị văn hóa, truyền thống đã được kết tinh qua nhiều thời kỳ và hạn chế những yếu tố tiêu cực, lạc hậu làm cản trở quá trình hiện đại hóa quá trình mua bán, nâng cao giá trị con người, thỏa mãn nhu cầu của xã hội ngày càng văn minh.

(ii) Sự phát triển mạnh mẽ của khoa học, công nghệ và quá trình hội nhập quốc tế

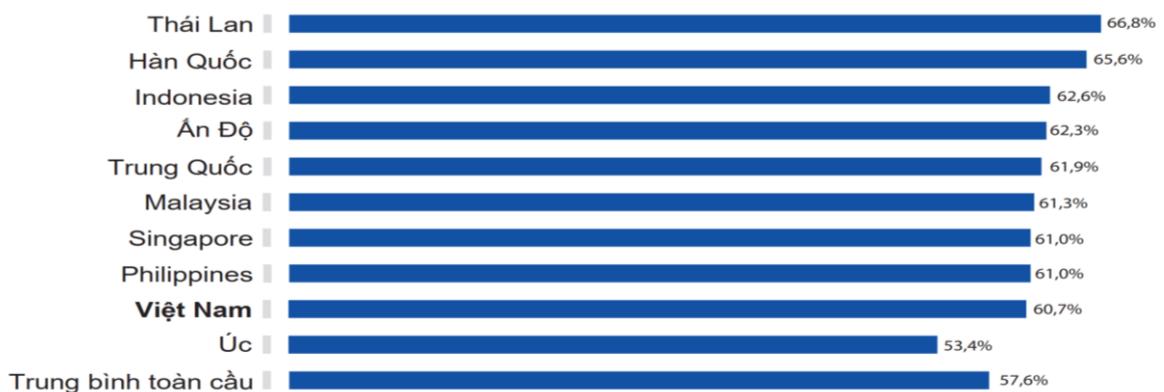
Sự phát triển của khoa học, công nghệ và quá trình hội nhập quốc tế đang tạo ra nhiều loại hình kinh doanh mới, hiện đại buộc phải có những thay đổi trong tư duy và phương pháp tổ chức QLNN trên quy mô toàn xã hội. Việc áp dụng các tiến bộ khoa học, công nghệ trong QLNN đối với BHTT giúp thu hẹp khoảng cách không gian, rút ngắn thời gian, giảm chi phí thực tế và nhờ vậy trực tiếp góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động quản lý, điều hành. Quá trình hội nhập quốc tế càng được đẩy nhanh, các cam kết quốc tế về kinh doanh trực tuyến trong khu vực và toàn cầu thì áp lực về quá trình hiện đại hóa bộ máy QLNN đối với BHTT, cũng như đòi hỏi về việc nâng cao năng lực, trình độ của đội ngũ cán bộ, công chức ngày càng gia tăng.

(iii) Các yếu tố liên quan đến các DN BHTT có yếu tố nước ngoài

Hoạt động của các DN nước ngoài có ảnh hưởng không nhỏ tới quá trình hoạch định chiến lược và thực thi các chính sách QLNN đối với BHTT. Các yếu tố liên quan đó là: (i) *Chiến lược đầu tư*: thực hiện chiến lược kinh doanh toàn cầu, không ngừng mở rộng đầu tư trong khu vực và thế giới với quy mô ngày càng lớn hơn. Việc nhận biết được chiến lược kinh doanh và đầu tư của các DN này sẽ giúp cho Nhà nước có những hướng dẫn giúp thị trường trong nước hoạt động kinh doanh có hiệu quả hơn; (ii) *tiềm lực về tài chính, công nghệ, kỹ năng kinh doanh của các DN nước ngoài*: xem xét các yếu tố này sẽ giúp cho cơ quan QLNN có những chính sách thu hút và lựa chọn các DN tiềm năng đáp ứng tốt nhất mục tiêu phát triển của quốc gia và lĩnh vực BHTT.

2.3. KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VÀ BÀI HỌC THAM KHẢO VỀ QLNN ĐỐI VỚI BHTT Ở VIỆT NAM

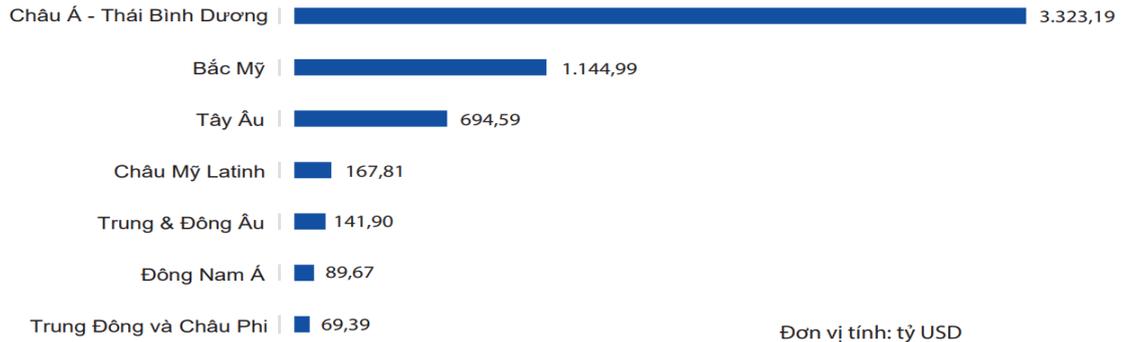
TMĐT đã phát triển từ rất lâu tại một số quốc gia trên thế giới, tỷ lệ mua hàng trực tuyến trên thế giới trở thành một nhu cầu thói quen của xã hội các quốc gia, theo báo cáo của TMĐT của Cục TMĐT và kinh tế số năm 2023 số lượng người dùng Internet hơn 5 tỷ người trong đó 57,6% người dùng Internet có mua hàng hóa hoặc dịch vụ trực tuyến và Việt Nam có khoảng 60,7% người dùng Internet mua sắm trực tuyến hàng tuần. (xem hình 2.1)



Hình 2.1. Tỷ lệ người dùng Internet mua sắm trực tuyến hàng tuần tại một số quốc gia

Nguồn: Cục TMĐT và kinh tế số (2023)

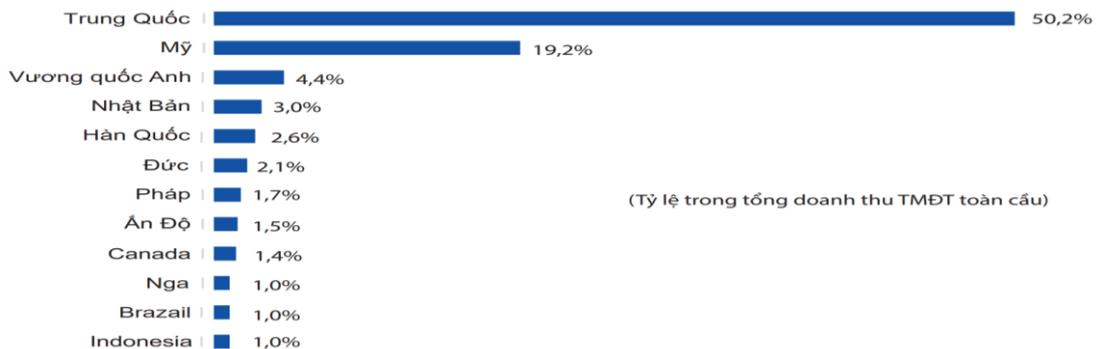
Theo “Global Ecommerce Forecast” - eMarketer, khu vực châu Á - Thái Bình Dương đứng đầu về doanh thu TMĐT đạt hơn 3.000 tỷ USD với Trung Quốc dẫn đầu chiếm khoảng 55%; đứng thứ 2 là Bắc Mỹ đạt hơn 1.100 tỷ USD với sự tăng trưởng mạnh mẽ của mua hàng trực tuyến ở các quốc gia như Mỹ và Canada. Khu vực ASEAN chỉ đạt doanh thu khoảng gần 90 tỷ USD nhưng có mức tăng trưởng cao nhất thế giới (20,6%), điều đó cho thấy khu vực này sẽ có nhiều đột phá trong thời gian tới trong đó có Việt Nam đứng top 5 trong khu vực này (*xem hình 2.2*).



Hình 2.2. Doanh thu BHTT toàn cầu, chia theo khu vực

Nguồn: Báo cáo “Global Ecommerce Forecast” - eMarketer (2023)

Là một quốc gia đi sau, việc nghiên cứu các kinh nghiệm trong QLNN đối với BHTT của các quốc gia có hoạt động BHTT phát triển sẽ giúp cho Việt Nam thành công trong công tác QLNN giúp BHTT ngày càng phát triển. Để nghiên cứu kinh nghiệm trong QLNN đối với BHTT của các quốc gia trên thế giới, luận án tập trung nghiên cứu kinh nghiệm của một số quốc gia có nền TMĐT phát triển với hai đại diện là: Hoa Kỳ, Canada và một số quốc gia thuộc Châu Á có nền TMĐT đang phát triển với các đại diện là: Singapore, Hàn Quốc, Trung Quốc (*xem hình 2.3*). Các kinh nghiệm được nghiên cứu chủ yếu bao gồm: kinh nghiệm trong xây dựng chiến lược phát triển BHTT trên nền tảng TMĐT, kinh nghiệm xây dựng, ban hành pháp luật và các chính sách về TMĐT nói chung và BHTT nói riêng, kinh nghiệm trong tổ chức triển khai BHTT trên nền tảng TMĐT.

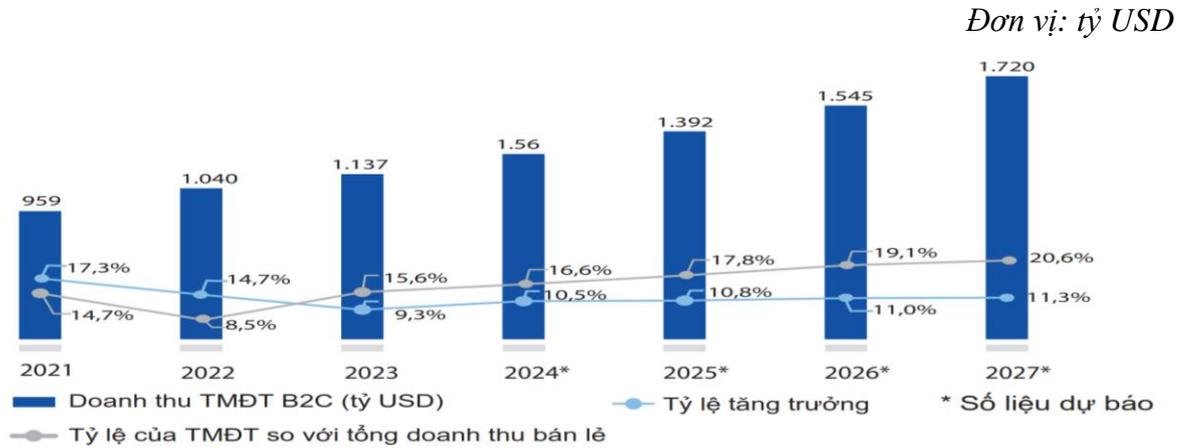


Hình 2.3. Top 12 quốc gia chiếm thị phần TMĐT lớn nhất toàn cầu

Nguồn: Báo cáo “Global Ecommerce Forecast” - eMarketer (2023)

2.3.1. Mỹ

Mỹ là quốc gia tiên phong về phát triển TMĐT và các ứng dụng của TMĐT trong kinh doanh phát triển kinh tế cho DN và Chính phủ (xem hình 2.4).



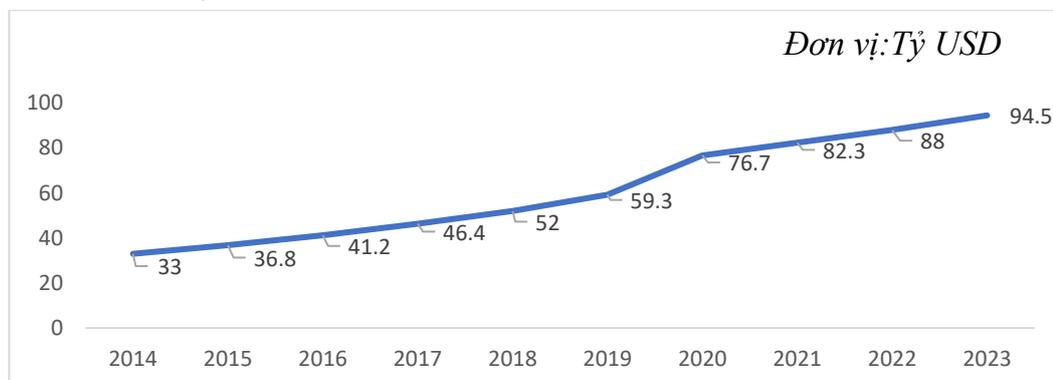
Hình 2.4. Doanh thu TMĐT của Mỹ

Nguồn: Cục TMĐT và kinh tế số (2023)

Mỹ có nhiều kinh nghiệm trong QLNN đối với BHTT, với các chính sách và quy định nhằm bảo vệ người tiêu dùng, đảm bảo an toàn và bảo mật, cũng như khuyến khích sự phát triển của TMĐT. Chính phủ Mỹ đã có một nhóm công tác về TMĐT, nhóm này bao gồm đại diện của Chính phủ và các cơ quan liên bang chủ chốt có liên quan đến TMĐT, bao gồm Bộ thương mại, Bộ tài chính, Bộ ngoại giao, Bộ tư pháp, Bộ nông nghiệp, Bộ Y tế và nhân đạo, Cơ quan quản lý về thương mại của Mỹ, Ủy ban viên thông liên bang và Ủy ban thương mại liên bang. Dưới sự lãnh đạo của cựu phó tổng thống Mỹ, nhóm làm việc đã cố gắng thực hiện mục tiêu của chính phủ nhằm thúc đẩy sự phát triển của TMĐT và cho phép những lợi ích về kinh tế và xã hội đến được với tất cả mọi người. Chính phủ Mỹ cung cấp các chương trình hỗ trợ và tư vấn cho các DN trong việc phát triển và triển khai các hoạt động BHTT, bao gồm cả các sáng kiến về đổi mới công nghệ, trong đó khu vực tư nhân phải đi đầu trong ứng dụng BHTT. Ở Mỹ có các cơ quan chuyên trách như FTC (Ủy ban Thương mại Liên bang) để giám sát và bảo vệ người tiêu dùng, hướng dẫn và quy định liên quan đến quảng cáo, bảo mật thông tin và xử lý khiếu nại trong TMĐT. Đạo luật bảo vệ quyền riêng tư trên mạng (COPPA) quy định nghiêm cấm thu thập thông tin cá nhân từ trẻ em dưới 13 tuổi trên các nền tảng trực tuyến. Chính phủ cũng có đạo luật an ninh mạng và bảo mật thông tin (CISA) để quy định bảo vệ hệ thống mạng và thông tin trong TMĐT, đảm bảo an toàn và bảo mật cho các giao dịch trực tuyến. Chính phủ Mỹ cho phép các tiểu bang có quyền đánh thuế các giao dịch trực tuyến đồng thời giám sát để tạo sự công bằng giữa các nhà bán lẻ trực tuyến và truyền thống đồng thời bảo vệ các DN nhỏ.

2.3.2. Hàn quốc

Hàn Quốc là một trong những nước có TMĐT rất phát triển vì thế BHTT là hoạt động mua bán rất phổ biến ở quốc gia này. Doanh thu BHTT đã tăng từ 33 tỷ USD vào năm 2014 lên 94,5 tỷ USD vào năm 2023. (xem hình 2.5).



Hình 2.5. Doanh thu TMĐT của Hàn Quốc

Nguồn: KOSIS (Korean Statistical Information Service)

Sự gia tăng nhanh của BHTT do ảnh hưởng lớn của Covid-19 khi nhiều người tiêu dùng chuyển sang mua sắm trực tuyến. Đáp ứng được cầu tiêu dùng lớn của thị trường là do từ năm 2001 Hàn Quốc đã đưa vào thực hiện một chương trình rộng lớn để phát triển TMĐT với 44 vấn đề và kết thúc vào năm 2005. Tư tưởng chung của chương trình này là Nhà nước đóng vai trò chủ đạo trong phát triển TMĐT quốc tế, chính phủ khuyến khích phát triển TMĐT để giúp các DN Hàn Quốc chuyển đổi cơ cấu và tăng cường năng lực cạnh tranh.

Về xây dựng chính sách, ban hành văn bản pháp luật về TMĐT: chính phủ Hàn Quốc đã chuẩn bị một loạt các đạo luật TMĐT và liên tục nâng cao khung khổ pháp lý TMĐT bằng cách chỉnh sửa luật hiện hành, ban hành luật mới điều này tạo tiền đề cho BHTT phát triển. Cụ thể:

- *Các luật khung về TMĐT*: Ban hành năm 1999, sửa đổi năm 2002, 2005, 2009, và 2014; Luật bảo vệ người tiêu dùng trong TMĐT: ban hành năm 2002 và sửa đổi năm 2005, 2010 và 2014; Luật chữ ký điện tử: ban hành năm 1998, sửa đổi năm 2001, 2005 và 2011; Luật phát triển ngành đào tạo điện tử: ban hành năm 2004 và sửa đổi năm 2012, Luật phát triển ứng dụng mạng công nghệ thông tin, truyền thông và bảo vệ thông tin: ban hành năm 1999, sửa đổi năm 2002, 2004, 2005, 2008 và 2013. Đây là những cơ sở cho hoạt động BHTT minh bạch, quyền lợi các bên được bảo vệ hợp pháp.

Chính phủ Hàn Quốc có nhiều chính sách khuyến khích và tạo điều kiện cho BHTT phát triển như năm 2000 chính phủ Hàn Quốc đưa ra “Kế hoạch phát triển nhân lực TMĐT ” và tiếp đó là một loạt chương trình hỗ trợ mở rộng kết cấu hạ tầng phát triển nhân lực TMĐT, hỗ trợ xây dựng học liệu TMĐT trong các trường đại học. Chính phủ Hàn Quốc còn củng cố các dịch vụ công sử dụng công nghệ thông tin như xây dựng hệ thống G4B - cổng dịch vụ một cửa của chính phủ dành cho DN, hệ thống giao tiếp G4F -

công dịch vụ một cửa với người nước ngoài, thành lập hệ thống thương mại phi giấy tờ... Ngoài ra còn một số chính sách hỗ trợ phát triển TMĐT như:

- *Chính sách bảo vệ khách hàng*: các vấn đề tranh chấp, thông tin sai lệch quảng cáo phóng đại trên Internet, tranh chấp tên miền, kết nối mạng danh lợi, cạnh tranh không công bằng... được giải quyết bằng cách lập ra Ủy ban điều đình TMĐT.

- *Sở hữu tri thức*: Năm 2001 Thủ tướng Hàn Quốc đã ra sắc lệnh thi hành các đạo luật về TMĐT: chỉ rõ phạm vi sao chép trên mạng, sách và các giao diện trên màn hình, bản quyền trong các chương trình máy tính. Do có quá nhiều các trang về tên miền, chính phủ Hàn Quốc đã thành lập Văn phòng Giải quyết các tranh chấp tên miền vào tháng 8-2001.

- *Bảo mật và chứng nhận*: Trong luật cơ bản về TMĐT, chính phủ Hàn Quốc cũng đã đưa ra các quy định cụ thể trong việc trao đổi tài liệu điện tử trong TMĐT. Chữ ký điện tử được chấp nhận chính thức kể từ tháng 02-1999, được công nhận như một phương tiện bảo đảm tính xác thực tài liệu điện tử.

- *Chính sách hỗ trợ DN*: Năm 2001 Chính phủ Hàn quốc đã triển khai hỗ trợ các DN vừa và nhỏ về vốn và nhân sự trong dài hạn (trong 3 năm, chương trình này đã tư vấn và hỗ trợ tin học hóa sản xuất, kinh doanh cho hơn 30.000 SMB. Năm 2003), Hàn Quốc còn thành lập Trung tâm hỗ trợ xuất khẩu về TMĐT. Năm 2002 Chính phủ xây dựng chỉ số TMĐT Hàn Quốc (gọi tắt là KEBIX) nhằm giúp DN đánh giá khả năng sẵn sàng thực hiện TMĐT của mỗi ngành nghề thông qua năm yếu tố: môi trường, con người, nguồn lực và kết cấu hạ tầng, quy trình và giá trị.

2.3.3. Trung quốc

Trung Quốc là thị trường TMĐT lớn nhất thế giới về doanh thu vượt xa bất kỳ quốc gia nào khác. Báo cáo của Viện nghiên cứu toàn cầu McKinsey (MGI, 2017) khẳng định Trung Quốc thị trường TMĐT lớn nhất và sáng tạo nhất trên thế giới (*xem hình 2.6*).

- Đơn vị: tỷ USD



Hình 2.6. Doanh thu TMĐT của Trung quốc

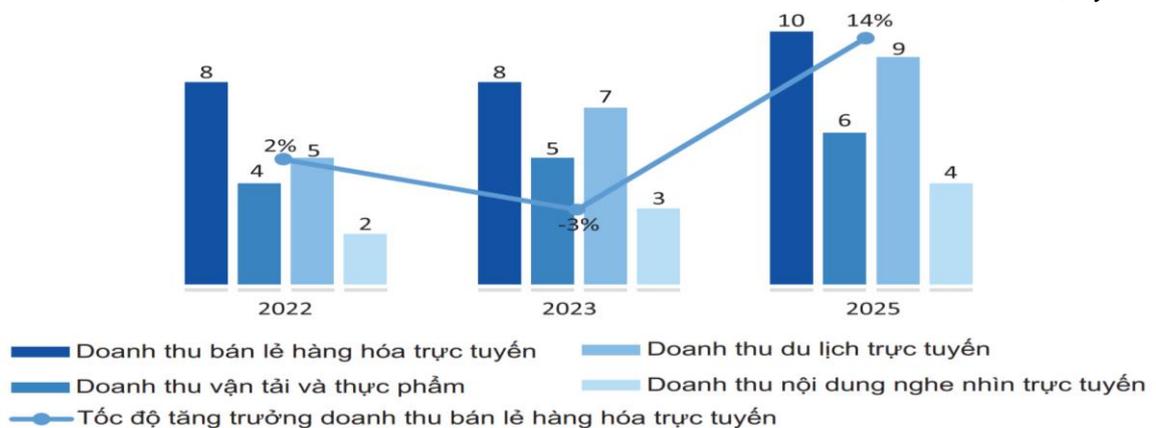
- Nguồn: Cục TMĐT và kinh tế số (2023)

Trung Quốc đã có sự tăng trưởng mạnh mẽ trong BHTT, với tỷ lệ tăng trưởng hàng năm cao và khối lượng giao dịch ngày càng lớn. Thành công này do Trung Quốc đã xây dựng chiến lược nhằm nâng cao năng lực sản xuất và công nghệ, bao gồm phát triển công nghệ số và tự động hóa, đầu tư mạnh mẽ vào việc xây dựng cơ sở hạ tầng mạng, bao gồm mạng 5G và cáp quang. Việc triển khai mạng 5G trên toàn quốc giúp nâng cao tốc độ và chất lượng kết nối, hỗ trợ các ứng dụng công nghệ cao như IoT (Internet of Things) và AI (Artificial Intelligence), mở rộng đáng kể mạng lưới trung tâm dữ liệu để hỗ trợ xử lý và lưu trữ khối lượng dữ liệu ngày càng lớn. Trung Quốc liên tục áp dụng công nghệ mới (trí tuệ nhân tạo, Blockchain, Internet of Things) và đổi mới mạnh mẽ trong tư duy và thực hiện. Các nền tảng như Alibaba, JD.com và Pinduoduo đóng vai trò quan trọng trong phát triển TMĐT ở Trung Quốc. Những nền tảng này không chỉ phục vụ nhu cầu mua sắm trực tuyến mà còn tích hợp nhiều dịch vụ kỹ thuật số khác. Tháng 8 năm 2004, Trung Quốc đã thông qua Luật chữ ký điện tử để điều chỉnh chữ ký điện tử thiết lập hiệu lực pháp lý của chữ ký điện tử nhằm bảo vệ các quyền và lợi ích hợp pháp của tất cả các bên liên quan.

2.3.4. Singapore

Theo báo cáo của Google, Temasek, và Bain & Company, quy mô thị trường TMĐT của Singapore đã đạt khoảng 6,1 tỷ USD vào năm 2020 và dự kiến sẽ tăng lên khoảng 9,8 tỷ USD vào năm 2025. Tỷ lệ người dân Singapore tham gia mua sắm trực tuyến rất cao, với 75% người sử dụng internet tham gia vào các giao dịch TMĐT. (xem hình 2.7).

Đơn vị: tỷ USD



Hình 2.7. Doanh thu TMĐT của Singapore

Nguồn: Cục TMĐT và kinh tế số (2023)

Singapore được đánh giá cao về cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin và mạng lưới thanh toán trực tuyến. Sự phổ biến của các phương thức thanh toán không dùng tiền mặt như PayNow, NETS, và thẻ tín dụng đã thúc đẩy sự phát triển của TMĐT. Mức độ thâm nhập internet ở Singapore đạt 88,4% vào năm 2021, là một trong những tỷ lệ cao nhất trong khu vực. Chính phủ Singapore đã đưa ra nhiều chính sách hỗ trợ TMĐT như Digital

Economy Framework for Action và Infocomm Media 2025, nhằm thúc đẩy việc chuyển đổi số và phát triển kinh tế số, trong đó TMĐT là một trụ cột quan trọng.

Về xây dựng chiến lược phát triển TMĐT, Chính phủ Singapore đã đề ra chiến lược phát triển TMĐT với các mục tiêu như sau: phát triển kết cấu hạ tầng TMĐT theo tiêu chuẩn quốc tế, phát triển Singapore trở thành trung tâm TMĐT, khuyến khích và hỗ trợ các DN sử dụng TMĐT, tăng cường các hoạt động TMĐT ở nơi công cộng và trong thương mại, đưa ra các chính sách và luật thích hợp với giao dịch ngoài quốc gia (Poh-Kam Wong, 2001).

Kết quả Singapore đạt được tiêu biểu có thể kể đến sự phát triển của hệ thống cáp quang và mạng 4G, nhờ đó tăng đáng kể tốc độ truyền tải thông tin từ 5,4 megabit mỗi ngày (Mbps) năm 2012 lên 20 Mbps năm 2016, ngang với Nhật Bản và Thái Lan đồng thời nằm trong nhóm đầu các quốc gia có tốc độ kết nối 4G nhanh nhất thế giới. Chính phủ cam kết hàng năm đầu tư khoảng 1% GDP cho nghiên cứu và phát triển xây dựng công nghệ hỗ trợ xã hội, di động và giao thông thông minh, môi trường dữ liệu an toàn. Cùng với đó Singapore trở thành thị trường thanh toán điện tử phát triển mạnh nhất trong các nước ASEAN, với tỷ lệ dân số sử dụng Internet khoảng 80% năm 2015, chỉ số thanh toán điện tử của nước này ở khoảng 56-57%. Chủ trương biến Singapore thành phố xã hội không tiền mặt được nhất chỉ là cần đơn giản hóa và hợp nhất các hệ thống thanh toán khác nhau. Để đẩy nhanh lộ trình, cơ quan quản lý tiền tệ Singapore đã triển khai sáng kiến 2.000 hệ thống POS (các máy chấp nhận thanh toán thẻ để khách hàng quét thẻ) thanh toán đồng nhất tại hơn 650 cửa hàng bán lẻ trên toàn đất nước Singapore tiến tới sử dụng một mã OP chung (một dạng mã có thể được quét bằng điện thoại thông minh) để thực hiện ví điện tử trên toàn quốc (23% trong tổng dân số của nước này dùng ví điện tử, chiếm hơn 41% trong tổng số người mua sắm trực tuyến) tiến tới thanh toán không dùng tiền mặt.

Singapore phát triển ngành công nghiệp thông tin - truyền thông (ICT) làm động lực nền tảng cho phát triển kinh tế số. ICT bao gồm 12 phân ngành sản xuất hoặc thúc đẩy sự phát triển hàng hóa và dịch vụ số (bao gồm phần cứng, viễn thông, dịch vụ công nghệ thông tin, phần mềm, trò chơi, dịch vụ trực tuyến, bưu điện và chuyển phát nhanh, xuất bản, phát hành truyền hình, phim ảnh và video, âm nhạc), qua đó đóng một vai trò quan trọng trong việc tạo điều kiện áp dụng giữa các hộ gia đình và các DN tại Singapore.

2.3.5. Bài học tham khảo rút ra

Thứ nhất, xây dựng chiến lược phát triển BHTT

Những kinh nghiệm về QLNN đối với BHTT của các quốc gia ở trên được xem là bài học quý giá cho các nước khác, trong đó có Việt Nam. Tuy nhiên, do mỗi quốc gia có điều kiện tự nhiên cũng như hoàn cảnh KT-XH khác nhau nên việc áp dụng các kinh nghiệm cũng cần phải sáng tạo, linh hoạt để thích hợp với hoàn cảnh, điều kiện cụ thể trong nước ở từng giai đoạn phát triển. Trong đó các quốc gia đều tập trung mạnh mẽ vào chiến lược phát triển công nghệ để bảo vệ người tiêu dùng và nâng cấp thanh toán trực tuyến an toàn và thuận tiện.

Thứ hai, xây dựng chính sách và ban hành pháp luật đối với BHTT

Để tạo dựng nền tảng cho BHTT phát triển lâu dài, các quốc gia thường chú trọng trước hết đến việc xây dựng hệ thống pháp luật đồng bộ, thống nhất, minh bạch và phù hợp với thông lệ quốc tế và điều kiện phát triển KT-XH của quốc gia. Do đó, học hỏi kinh nghiệm của các quốc gia, Việt Nam có thể nghiên cứu rà soát, hoàn thiện hệ thống các văn bản pháp luật, đặc biệt là các quy định liên quan đến an ninh mạng, bảo mật thông tin, hợp đồng điện tử, tranh chấp trong giao dịch trực tuyến để loại bỏ sự mâu thuẫn, chồng chéo và những quy định không cần thiết.

Thứ ba, xây dựng và phát triển cơ sở hạ tầng cho sự phát triển của BHTT

Việc phát triển cơ sở hạ tầng cho BHTT là yếu tố quyết định giúp tối ưu hóa và mở rộng hoạt động TMĐT. Nghiên cứu các quốc gia đi đầu trong phát triển cơ sở hạ tầng BHTT như Trung Quốc, Mỹ, và Hàn Quốc, bài học cho Việt Nam trước hết cần đầu tư vào mạng 5G và cáp quang để nâng cao tốc độ và chất lượng kết nối Internet, hỗ trợ các ứng dụng công nghệ mới như IoT và trí tuệ nhân tạo. Đầu tư vào việc xây dựng và mở rộng mạng lưới trung tâm dữ liệu để lưu trữ và xử lý dữ liệu hiệu quả cho cả DN kinh doanh trực tuyến trong và ngoài nước. Hỗ trợ cho các DN vừa và nhỏ trong việc phát triển cơ sở hạ tầng công nghệ. Cung cấp các ưu đãi về thuế, hỗ trợ tài chính, và chương trình đào tạo cho các DN mới khởi nghiệp trong lĩnh vực TMĐT. Tạo ra môi trường thuận lợi cho các công ty công nghệ đổi mới và phát triển các giải pháp TMĐT mới và triển khai các giải pháp mới trong BHTT.

Thứ tư, xây dựng nguồn nhân lực cho BHTT

Việc xây dựng nguồn nhân lực cho BHTT là yếu tố quan trọng giúp tối ưu hóa hoạt động và thúc đẩy tăng trưởng trong lĩnh vực này. Bài học kinh nghiệm từ các quốc gia Mỹ, Hàn Quốc và Trung Quốc cho Việt Nam là cần đào tạo bài bản từ các trường đại học về công nghệ thông tin, marketing kỹ thuật số, phân tích dữ liệu và quản lý TMĐT. Các chương trình này nên bao gồm cả lý thuyết và thực hành để người học có thể áp dụng kiến thức vào thực tế và liên tục đổi mới sáng tạo. Hỗ trợ các sáng kiến khởi nghiệp và đổi mới công nghệ bằng cách cung cấp quỹ đầu tư, không gian làm việc chung và các chương trình hỗ trợ khác.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 2

Với mục tiêu xây dựng khung lý luận cơ bản về QLNN đối với BHTT, chương 2 của luận án đã thực hiện các nội dung chủ yếu như sau:

- Làm rõ các vấn đề về BHTT: khái niệm, đặc điểm và các hình thức của BHTT và lý luận cơ bản của QLNN về kinh tế và thương mại.

- Xây dựng nội dung, tiêu chí đánh giá và các nhân tố ảnh hưởng đến QLNN đối với BHTT. Trong đó, QLNN đối với BHTT tập trung 4 nội dung: (i) xây dựng chiến lược, kế hoạch BHTT; (ii) xây dựng chính sách và ban hành văn bản pháp luật về BHTT; (iii) tổ chức triển khai thực hiện kế hoạch BHTT; (iv) kiểm tra giám sát BHTT. Hệ thống tiêu chí đánh giá QLNN đối với BHTT được xây dựng trong luận án bao gồm 5 tiêu chí: (i) hiệu lực, (ii) hiệu quả, (iii) Tính phù hợp, (iv) Tiêu chí đồng bộ, hệ thống và thống nhất, (v) Tiêu chí minh bạch và công bằng. Và các nhân tố ảnh hưởng đến QLNN đối với BHTT theo tiếp cận bên trong và bên ngoài.

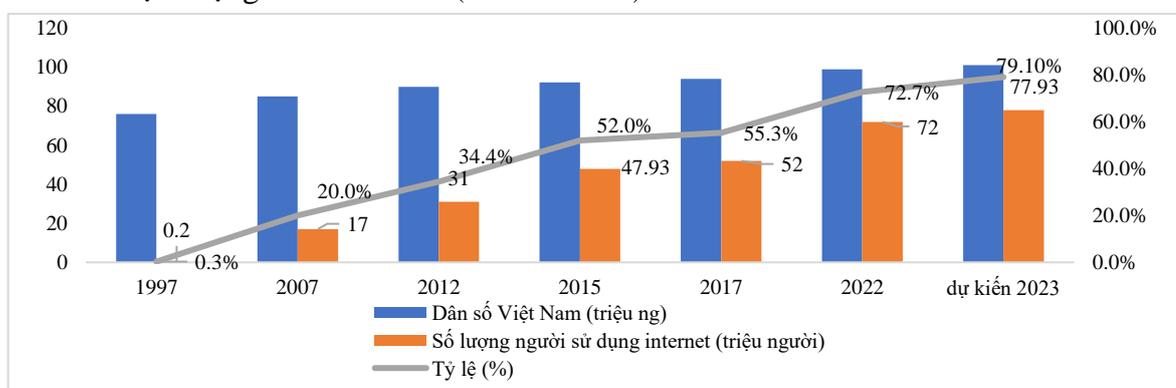
- Luận án đã đưa kinh nghiệm quốc tế về QLNN đối với BHTT ở các quốc gia Mỹ, Hàn quốc, Trung quốc, Singapore và rút ra bài học tham khảo cho QLNN đối với BHTT ở Việt Nam.

Chương 3. THỰC TRẠNG QLNN ĐỐI VỚI BHTT Ở VIỆT NAM

3.1. KHÁI QUÁT QUÁ TRÌNH PHÁT TRIỂN BHTT Ở VIỆT NAM

3.1.1. Sự phát triển của Internet và hạ tầng công nghệ thông tin

Internet xuất hiện lần đầu ở Việt Nam vào tháng 11 năm 1997. Đây là cột mốc quan trọng, tạo nền tảng cho các hoạt động công nghệ và TMĐT, đánh dấu sự khởi đầu của kết nối thông tin trên nền tảng số. Đến năm 2003 đánh dấu một cột mốc quan trọng trong sự phát triển của Internet tại Việt Nam khi số lượng người dùng Internet ở Việt Nam đạt khoảng 4 triệu người, chiếm 4,9% dân số. Và trong năm này Việt Nam chính thức triển khai công nghệ kết nối băng rộng (ADSL), giúp tăng tốc độ truy cập Internet đáng kể so với kết nối dial-up trước đó. Việc áp dụng ADSL đã mở ra khả năng truy cập Internet nhanh hơn cho người dùng cá nhân và DN, thúc đẩy quá trình sử dụng Internet trong các hoạt động kinh doanh, giáo dục và giải trí. Với sự phát triển của hạ tầng viễn thông, nhiều tỉnh thành trên cả nước đã bắt đầu có khả năng tiếp cận dịch vụ từ Internet. Dù còn rất sơ khai, một số DN và tổ chức ở Việt Nam đã bắt đầu nhìn nhận Internet như một công cụ tiềm năng cho TMĐT và các website thương mại và dịch vụ trực tuyến đầu tiên ra đời. Năm 2010, Việt Nam chính thức khai trương mạng 3G truy cập Internet di động nhanh hơn, làm gia tăng người dùng Internet lên 26,8 triệu người (khoảng 30% dân số). Năm 2012 số lượng người dùng tăng lên 31 triệu (35% dân số), chủ yếu nhờ sự phát triển của các thiết bị di động và kết nối 3G (xem hình 3.1)



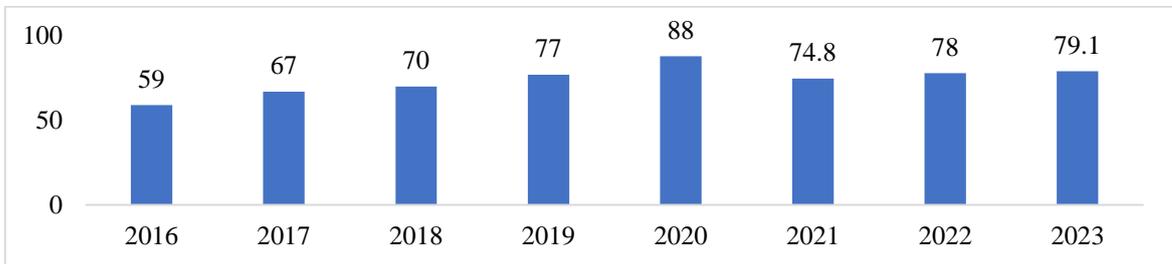
Hình 3.1. Tỷ lệ người dùng Internet ở Việt Nam (1997-2023)

Nguồn: Bộ thông tin truyền thông và Tổng cục thống kê

Giai đoạn 2016 – 2020 ở Việt Nam bùng nổ Internet khi mạng 4G được triển khai trên diện rộng vào năm 2016, giúp nâng cao tốc độ và khả năng truy cập. Internet bắt đầu trở thành nền tảng quan trọng cho các ngành kinh tế số và cho phép mở rộng quy mô các nền tảng BHTT. Đến năm 2020 Việt Nam triển khai thử nghiệm mạng 5G tại Hà Nội và TP.HCM đưa lượng người dùng Internet đạt 68,17 triệu (khoảng 70,3% dân số). Và đến năm 2023 đạt 77 triệu người dùng Internet chiếm 78% dân số và công nghệ 5G đã được triển khai tại các thành phố lớn và có nhiều cải thiện về tốc độ và khả năng truy cập cho

phép sử dụng các ứng dụng đòi hỏi băng thông cao như video 4K, VR/AR, và IoT. Dự kiến số người dùng Internet sẽ vượt ngưỡng 80 triệu (2024), tương đương 80% dân số và hạ tầng mạng được cải thiện đồng bộ với sự phổ cập của 5G tại nhiều tỉnh thành, mở rộng khả năng kết nối đến cả vùng nông thôn.

Khi người dân có khả năng truy cập Internet dễ dàng hơn, đặc biệt qua các thiết bị di động thì hành vi mua sắm của người tiêu dùng có sự thay đổi. Họ có xu hướng chuyển từ mua sắm truyền thống sang mua sắm trực tuyến nhờ sự thuận tiện, tiết kiệm thời gian và khả năng so sánh giá cả, sản phẩm ngay trên nền tảng số. Theo báo cáo của Cục TMĐT và kinh tế số tỷ lệ người Việt Nam mua sắm trực tuyến đã tăng từ 59% dân số vào năm 2016 lên khoảng 79,1% vào năm 2023. Điều này phản ánh rõ sự tác động trực tiếp của tăng trưởng người dùng Internet đối với xu hướng mua sắm trực tuyến. (xem hình 3.2)



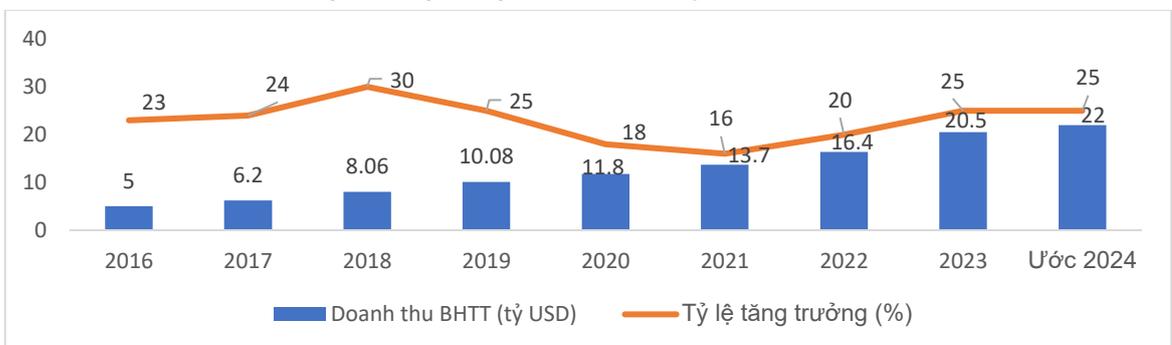
Hình 3.2. Tỷ lệ người dùng Internet tham gia mua sắm trực tuyến

Nguồn: Cục TMĐT và kinh tế số

3.1.2. Hoạt động BHTT ở Việt Nam

3.1.2.1. Doanh thu và quy mô BHTT

Doanh thu từ BHTT tại Việt Nam năm 2016 đạt 5 tỷ USD do các nền tảng TMĐT lớn như Lazada, Tiki, Shopee và Sendo đã bắt đầu thu hút lượng lớn người tiêu dùng. Năm 2018 BHTT đạt 8,06 tỷ USD, với sự tham gia mạnh mẽ của các DN vừa và nhỏ vào hệ thống BHTT. Do dịch COVID-19 các hoạt động mua bán trực tiếp bị hạn chế nên doanh thu BHTT tăng lên từ 10,08 tỷ USD (2019) lên đến 13,7 tỷ USD (2021) đạt tốc độ tăng trưởng bình quân khoảng 19%. Dự báo quy mô thị trường có thể đạt 25 tỷ USD vào năm 2024 với tốc độ tăng trưởng hàng năm dao động từ 20-25%. (xem hình 3.3)



Hình 3.3 Doanh thu BHTT

Nguồn: Cục TMĐT và kinh tế số

Doanh thu BHTT mặc dù đạt giá trị cao nhưng chỉ chiếm tỷ lệ nhỏ trong tổng mức bán lẻ như năm 2016 chiếm khoảng 2.8% tổng mức bán lẻ, năm 2020 tăng lên 7.5%, phản ánh sự chuyển dịch từ mua sắm truyền thống sang mua sắm trực tuyến vẫn còn chậm. Và dự báo năm 2024 sẽ chiếm khoảng 10-12% tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng của Việt Nam. Mức tăng trưởng của doanh thu BHTT chủ yếu do qua các sàn TMĐT (B2C, C2C), MXH, và trang web bán hàng trực tiếp của DN (xem bảng 3.1). Cụ thể:

- *Sàn TMĐT (B2C, C2C)*: Các sàn TMĐT như Lazada, Tiki, Shopee, Sendo chiếm khoảng 70-75% tổng doanh thu BHTT (2016). Các nền tảng này đã nhanh chóng thu hút người dùng nhờ hệ thống logistics và các chương trình khuyến mãi. Đến năm 2020 doanh thu từ các sàn này vẫn chiếm tỷ trọng lớn, khoảng 80% tổng doanh thu BHTT do sự bùng nổ mua sắm trên Shopee và Lazada trong giai đoạn dịch COVID-19, cùng với sự cải tiến dịch vụ vận chuyển và giao hàng. Đến năm 2023 các sàn TMĐT chiếm khoảng 85% tổng doanh thu BHTT, với sự dẫn đầu của Shopee, Lazada, Tiki, và thêm tên tuổi mới như TikTok Shop.

- *MXH*: Doanh thu từ bán hàng qua MXH (Facebook, Zalo) chiếm khoảng 15-20% tổng doanh thu BHTT (2016), nhờ sự phát triển mạnh mẽ của các cửa hàng nhỏ và cá nhân bán hàng qua Facebook, Zalo. Hình thức bán hàng qua MXH tăng trưởng mạnh hơn vào năm 2020, chiếm khoảng 15-18% tổng doanh thu, trong đó TikTok bắt đầu nổi lên như một nền tảng mới với cách thức bán hàng qua video trực tiếp (livestream). Năm 2023, MXH chiếm khoảng 12-15% tổng doanh thu trực tuyến, với TikTok Shop đóng góp nhiều nhất cho doanh thu MXH.

- *Website*: Các DN năm 2016 tự xây dựng website BHTT chiếm khoảng 5-10% tổng doanh thu tập trung chủ yếu là các thương hiệu lớn hoặc các chuỗi bán lẻ có thương hiệu. Tỷ lệ này tăng nhẹ lên năm 2020 khoảng 10-12%, khi các DN nhận thấy tầm quan trọng của kênh BHTT, đặc biệt là trong thời kỳ đại dịch. Năm 2023 các trang website bán hàng của DN đóng góp khoảng 8-10% tổng doanh thu do xuất hiện nhiều nền tảng bán hàng hấp dẫn hơn.

Bảng 3.1. Các hình thức BHTT

Đơn vị: %

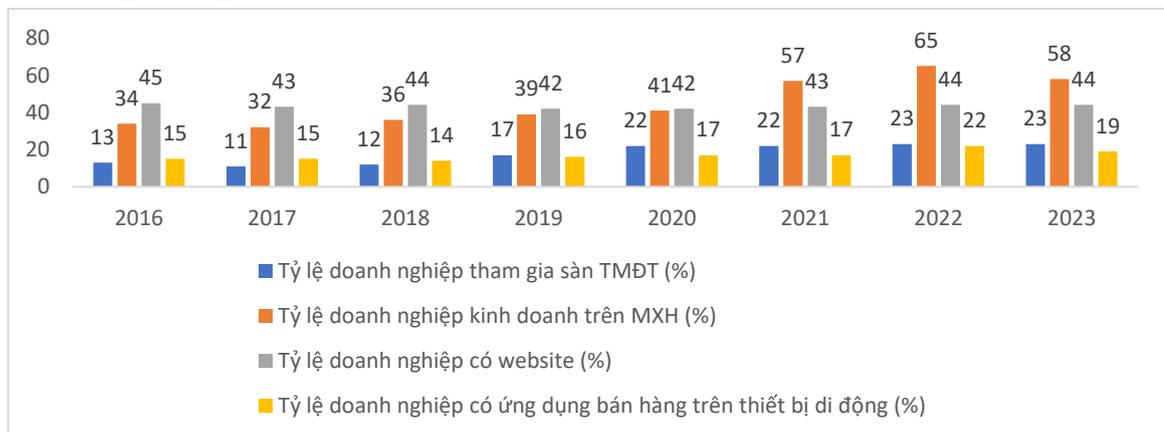
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Website bán hàng hóa	76	57	68	74	52	74	78	34
Sàn giao dịch TMĐT	27	41						61
Website khuyến mại trực tuyến	28	24						
Diễn đàn MXH	68	60	51	36	57	33	42	55
Ứng dụng di động mua hàng trên các thiết bị di động	16	28	41	52	57	31	47	21
Các hình thức khác	1	2	1	2	2	1	2	4

Nguồn: Khảo sát của Cục TMĐT và kinh tế số - Bộ Công thương

3.1.2.2. Quy mô DN tham gia BHTT

Theo thống kê của VECOM và Sách trắng TMĐT Việt Nam qua các năm số lượng các DN BHTT ở Việt Nam từ năm 2016 đến năm 2024 đã có sự tăng trưởng đáng kể do xu hướng số hóa và sự phát triển mạnh mẽ của hạ tầng công nghệ. Năm 2016 có khoảng 8,000 - 10,000 DN tham gia BHTT chiếm 11% tổng số DN trên thị trường, trong đó, phần lớn là các DN vừa và nhỏ và phần còn lại là các DN lớn đang thử nghiệm BHTT. Đến năm 2018 các nền tảng TMĐT lớn phát triển hơn số lượng DN BHTT tăng lên 15,000 - 20,000. Giai đoạn đại dịch COVID-19 thúc đẩy nhiều DN truyền thống chuyển đổi sang kinh doanh trực tuyến nên số lượng DN tham gia BHTT đạt khoảng 28,000 - 30,000.

Năm 2022 các DN nhận ra tầm quan trọng của BHTT trong việc đẩy mạnh hoạt động kinh doanh tăng năng lực cạnh tranh cho DN nên số DN BHTT đạt khoảng 45,000 - 50,000 chiếm 30% tổng số DN. Năm 2023 có khoảng 55,000 - 60,000 DN tham gia BHTT chiếm khoảng 45% tổng số DN trên thị trường có sự đa dạng của nhiều ngành nghề từ bán lẻ, thời trang, đến dịch vụ ăn uống và giáo dục trực tuyến. Dự báo năm 2024 số DN tham gia BHTT có thể đạt 65,000 - 70,000, do sự phát triển của hạ tầng công nghệ như mạng 5G, thanh toán không tiền mặt và các giải pháp công nghệ hỗ trợ nhiều cho DN BHTT. Với số lượng các DN tham gia vào BHTT như vậy thì tỷ lệ các DN BHTT qua các hình thức BHTT ở Việt Nam từ năm 2016 đến năm 2024 cũng có sự khác biệt đáng kể trong đó bán hàng trên MXH có sự tăng trưởng vượt trội hơn (xem hình 3.4).



Hình 3.4. Tỷ lệ DN tham gia BHTT

Nguồn: VECOM

Với nhiều hình thức BHTT phát triển hiện nay ở Việt Nam cho phép các DN BHTT có nhiều lựa chọn hơn khi tìm các phương án kinh doanh hiệu quả cho DN mình. và phù hợp với điều kiện của DN về hạ tầng công nghệ, thanh toán, nguồn nhân lực BHTT. Theo khảo sát của Cục TMĐT và kinh tế số những năm đầu mới ứng dụng TMĐT thì hoạt động BHTT trên các website được đánh giá là mang lại hiệu quả cao.

Tuy nhiên những năm gần đây bán hàng trên sàn TMĐT và bán hàng trên MXH được DN đánh giá là hiệu quả hơn hẳn các hình thức BHTT khác (xem bảng 3.2).

Bảng 3.2. Đánh giá hiệu quả của các DN BHTT

Đơn vị: (%)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Trên MXH	48	35	33	40	37	39	36	34
Trên website của DN	51	37	38	19	23	23	22	24
Trên các ứng dụng di động	46	40	42	20	23	22	21	23
Trên các sàn giao dịch TMĐT	47	39	27	26	19	25	24	24

Nguồn: Khảo sát của Cục TMĐT và kinh tế số - Bộ Công thương

Theo Bộ công thương, để giám sát các hoạt động BHTT của DN, về phía Nhà nước cũng đã đầu tư phát triển hạ tầng công nghệ vào trong hoạt động hành chính của Nhà nước, hạ tầng công nghệ thanh toán và các dịch vụ công trực tuyến khác. Đến nay Việt Nam được đánh giá là một trong số 9 quốc gia có thu nhập dưới trung bình nhưng có Chỉ số tổng hợp và Chỉ số dịch vụ trực tuyến cao trên mức trung bình của thế giới (xem bảng 3.3).

Bảng 3.3. Tỷ lệ DN sử dụng các dịch vụ công trực tuyến

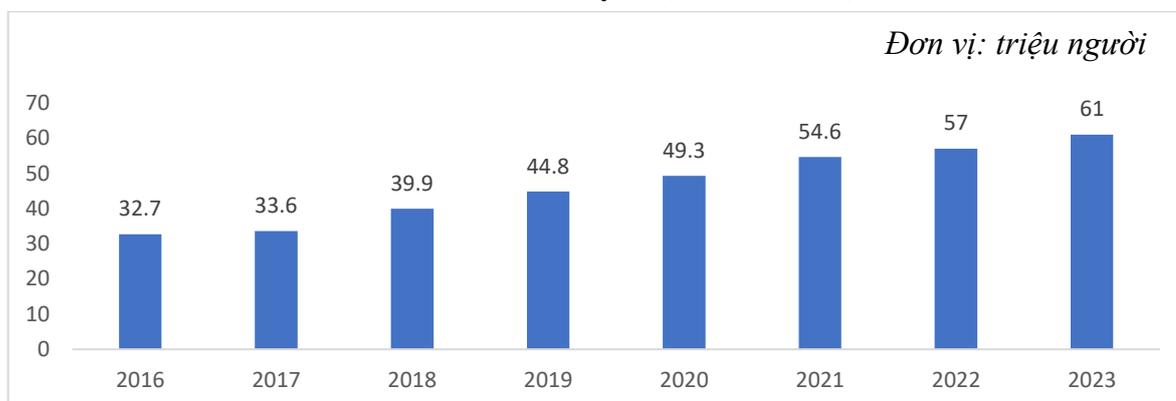
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Khai báo thuế điện tử	88	88	88	85	83	86	85	84
Đăng ký kinh doanh	41	42	51	57	57	61	68	68
Khai báo hải quan	25	21	17	19	14	17	16	16
Thủ tục cấp giấy chứng nhận xuất xứ điện tử	20	15	10	12	9	10	12	13
Thủ tục tàu biển, nhập cảnh, xuất cảnh, quá cảnh	14	12	10	12	9	11	13	13
Dịch vụ công khác	5	4	6	5	3	4	3	3

Nguồn: Khảo sát của Cục TMĐT và kinh tế số - Bộ Công thương

3.1.2.3. Quy mô mua hàng trực tuyến

Theo thống kê của Cục TMĐT và kinh tế số số lượng người tiêu dùng mua hàng trực tuyến ở Việt Nam từ năm 2016 đến năm 2024 đã tăng đáng kể, nhờ vào sự phát triển của hạ tầng công nghệ, TMĐT, và sự thay đổi trong hành vi mua sắm của người tiêu dùng. Năm 2016 số lượng người tiêu dùng mua hàng trực tuyến ở Việt Nam ước tính khoảng 30,3 triệu người, chiếm khoảng 31% dân số. Năm 2018, sự phổ biến của các nền tảng TMĐT như Lazada, Shopee, và Tiki đã thu hút lượng người dùng lớn vào mua sắm chiếm 42% dân số. Tỷ lệ người tham gia mua hàng trực tuyến tăng mạnh vào đợt COVID-19 khoảng 51% dân số (2020). Đến năm 2023 đã có 64 triệu người mua hàng trực tuyến, tương đương 66% dân số. Sự phát triển của các sàn TMĐT, phương thức thanh toán điện tử và giao hàng nhanh đã thúc đẩy mạnh mẽ lượng người tiêu dùng. Và dự báo năm 2024 số lượng người tiêu dùng mua sắm trực tuyến có thể đạt 70-

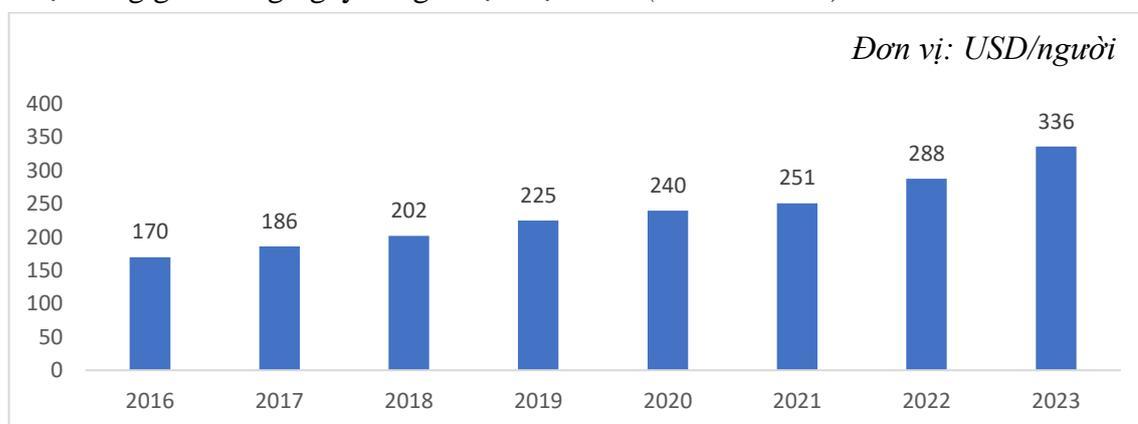
72 triệu người, chiếm khoảng 72% dân số, nhờ vào sự phát triển của công nghệ 5G, thanh toán số, và các dịch vụ tiện ích trực tuyến. (xem hình 3.5)



Hình 3.5. Ước tính số người tham gia mua sắm trực tuyến

Nguồn: VECOM

Cũng theo thống kê của Cục từ năm 2016 đến nay ước tính bình quân mỗi người tham gia mua hàng trực tuyến chỉ từ 170USD đến hơn 300USD/người, dự kiến năm 2024 với mức chi tiêu trung bình của mỗi người tiêu dùng khoảng 350-360 USD/năm cho mua hàng trực tuyến do sự mở rộng của các sàn TMĐT, phương thức thanh toán số, và hệ thống giao hàng ngày càng thuận tiện hơn. (xem hình 3.6)



Hình 3.6. Ước tính giá trị mua hàng trực tuyến

Nguồn: VECOM

Theo khảo sát của Cục từ năm 2016 đến nay, việc thu hút người tiêu dùng tham gia vào mua hàng trực tuyến ngoài cơ sở hạ tầng bán hàng phát triển còn có nhiều yếu tố quyết định tới hành vi mua hàng trực tuyến của người tiêu dùng. Trong đó yếu tố giá cả được người tiêu dùng quan tâm hơn cả, khi mua hàng trực tuyến người tiêu dùng có thể dễ dàng so sánh để lựa chọn giá hàng hóa phù hợp với mình nhất. Kế tiếp là các yếu tố về chất lượng, thương hiệu, uy tín người bán cũng được đánh giá hấp dẫn với người tiêu dùng hơn so với mua hàng truyền thống. Tuy nhiên, người tiêu dùng vẫn còn lo ngại về tính an toàn trong giao dịch và bảo mật thông tin người tiêu dùng, nên những vấn đề này DN giải quyết tốt sẽ thu hút nhiều người hơn nữa tham gia vào các giao dịch trực tuyến. (xem bảng 3.4)

Bảng 3.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến mua hàng trực tuyến của người tiêu dùng

Đơn vị: (%)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Giá cả	81	78	77	82	13	39	54	32
thương hiệu sp/chất lượng hàng hóa, dv	70	81	79	86	25	34	46	48
Uy tín của người bán/website bán hàng	75	69	63	70	26	70	74	40
Cách thức đặt hàng		35	32	30	60			
Phương thức thanh toán	67	50	41	36	26			
Vận chuyển, giao nhận		56	47	49	28	40		23
Thiết kế của website	20	26	18	20	87	21	34	24
Dịch vụ chăm sóc khách hàng		50	35	47	31	20	30	32
Chính sách đổi trả hàng		55	39	47	29			
Chính sách bảo mật thông tin khách hàng			26	36	86		25	22
Nhiều chương trình khuyến mại						41	56	
Hàng hóa đa dạng luôn sẵn có						34	48	57
Theo dõi đơn hàng dễ dàng						26	42	
Có livestream giới thiệu sản phẩm						8	14	25
Giao hàng nhanh và linh hoạt theo lịch đặt của khách hàng							57	22

Nguồn: Khảo sát của Cục TMĐT và kinh tế số - Bộ Công thương

Nhìn chung, sự phát triển mạnh mẽ của BHTT ở Việt Nam trong thời gian gần đây phần lớn do được người tiêu dùng ủng hộ và hài lòng (xem bảng 3.5). Đây cũng là những tín hiệu tốt chứng tỏ dân trí và xã hội ở Việt Nam hoàn toàn có thể đáp ứng được các xu thế phát triển của thế giới, thúc đẩy các DN mạnh dạn đầu tư hơn vào các hình thức bán hàng có sử dụng công nghệ cao góp phần vào quá trình chuyển đổi số của đất nước.

Bảng 3.5. Mức độ hài lòng khi mua sắm trực tuyến

Đơn vị: (%)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Rất hài lòng	6	7	10	7	16	26	21	14
Hài lòng	38	46	54	48	55	40	44	53
Bình thường	53	44	35	42	27	28	33	32
Không hài lòng	3	3	1	2	2	7	2	1

Nguồn: Khảo sát của Cục TMĐT và kinh tế số - Bộ Công thương

3.1.2.4. Cơ cấu hàng hóa mua bán trực tuyến

Các mặt hàng được BHTT trên các nền tảng hiện nay khá đa dạng từ sản phẩm tiêu dùng hàng ngày (thực phẩm, đồ uống, thời trang, mỹ phẩm) đến các mặt hàng giá trị cao hơn như điện tử, thiết bị gia dụng, xe cộ, và đồ nội thất, đáp ứng được nhu cầu thị hiếu người tiêu dùng từ bình dân cho đến cao cấp. Trong đó các mặt hàng thời trang và mỹ phẩm chiếm khoảng 30% tổng giao dịch; điện tử và công nghệ chiếm khoảng 24% và có sức tiêu thụ mạnh trên các sàn

TMĐT lớn như Shopee, Lazada, Tiki. Hàng tiêu dùng nhanh trong những năm gần đây như thực phẩm, nước uống, sản phẩm vệ sinh cá nhân, và hàng tiêu dùng hàng ngày đã có sự phát triển mạnh trên các giao dịch trực tuyến, đặc biệt trong bối cảnh đại dịch COVID-19 khi mua sắm trực tiếp bị hạn chế. Hơn nữa trên các sàn TMĐT các mặt hàng thường xuyên có ưu đãi, giảm giá nên sức mua của người tiêu dùng cũng mạnh hơn.(xem bảng 3.6)

Bảng 3.6. Các mặt hàng chủ yếu giao dịch qua BHTT

Đơn vị: % trên tổng số người mua sắm trực tuyến

Năm	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Thực phẩm	26	27	34	8	52	44	32
Quần áo, giày dép và mỹ phẩm	56	59	61	18	43	69	63
Thiết bị đồ dùng gia đình	48	47	46	6	33	64	53
Đồ công nghệ và điện tử	55	47	43	20	23	51	39
Sách, VPP, hoa, quà tặng	38	31	46	28	26	50	31
Vé máy bay, tàu hỏa, ô tô	45	30	33	28	26	27	17
Xem phim trực tuyến	0	0	0	0	0	20	16
Vé xem phim, ca nhạc	27	30	35	13	21	22	14
Đặt chỗ khách sạn/tour du lịch	25	31	31	29	21	25	14
Nhạc/Video/DVD/Game	11	8	15	45	8	14	10
Dịch vụ tư vấn, đào tạo trực tuyến	12	13	17	38	10	17	10
Dịch vụ spa và làm đẹp	7	6	9	45	7	10	9
Ưu đãi dịch vụ trên các nền tảng	0	0	0	0	0	12	7
Hàng hóa/dịch vụ khác	23	15	23	59	8	20	7

Nguồn: Khảo sát của Cục TMĐT và kinh tế số - Bộ Công thương

3.1.2.5. Các hình thức thanh toán trực tuyến

Các hình thức thanh toán trong mua hàng trực tuyến ở Việt Nam đã có sự phát triển nhanh chóng và đa dạng trong những năm qua từ hình thức COD sang các hình thức không dùng tiền mặt như ví điện tử, QR code và thẻ ngân hàng. Ví điện tử và thanh toán qua QR code đang ngày càng phổ biến nhờ vào sự tiện lợi và tính an toàn năm 2024 dự báo tỷ lệ thanh toán không dùng tiền mặt có thể đạt 50% trong giao dịch trực tuyến.(xem bảng 3.7)

Bảng 3.7. Các hình thức thanh toán mua hàng trực tuyến

Đơn vị: (%)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Tiền mặt khi nhận hàng	91	89	82	88	86	78	73	76
Ví điện tử	11	5	7	17	18	23	37	21
Chuyển khoản qua NH/thẻ ATM nội địa	48	41	48	42	39	39	27	60/20
Thẻ tín dụng/thẻ ghi nợ	20	23	19	31	17	20	24	14
Thẻ cào, thẻ game, thẻ điện thoại...	6	7	4	6	2	6		
Phương tiện khác	1							
Mobile money								6
Trả góp								3

Nguồn: Khảo sát của Cục TMĐT và kinh tế số - Bộ Công thương

Thanh toán COD phù hợp với tâm lý người tiêu dùng còn e ngại các giao dịch trực tuyến hoặc chưa quen với thanh toán kỹ thuật số. Đảm bảo an toàn cho người mua vì họ chỉ trả tiền khi nhận hàng nhưng chi phí xử lý cao hơn cho DN và đơn vị vận chuyển thậm chí sẽ có rủi ro đối với DN và đơn vị giao hàng khi khách hàng từ chối nhận hàng. COD vẫn là phương thức thanh toán phổ biến ở Việt Nam, đặc biệt ở các khu vực ngoài thành phố lớn nên hình thức này vẫn chiếm hơn 70% vào năm 2023.

Thanh toán qua thẻ ngân hàng tiện lợi cho người dùng thẻ, có thể thanh toán trực tiếp qua các cổng thanh toán trực tuyến, tạo niềm tin cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ của các ngân hàng uy tín. Tuy nhiên tỷ lệ sở hữu thẻ tín dụng ở Việt Nam còn thấp, chỉ khoảng 10% dân số có thẻ tín dụng (Statista, 2022) do vẫn còn e ngại về an toàn thông tin khi giao dịch trực tuyến. Phương thức thanh toán qua thẻ ngân hàng đang dần được phổ biến, đặc biệt là thẻ ATM và thẻ ghi nợ. Năm 2023, khoảng 25-30% người tiêu dùng sử dụng hình thức này trong mua sắm trực tuyến.

Ví điện tử phổ biến ở Việt Nam hiện nay có MoMo, ZaloPay, ViettelPay, ShopeePay, VNPAY. Các ví này tích hợp trên nhiều nền tảng mua sắm trực tuyến và ứng dụng di động nó tiện lợi cho các giao dịch nhỏ lẻ. Các ví này thường có các khuyến mãi, ưu đãi hấp dẫn nhưng người tiêu dùng vẫn ngại sử dụng vì cần liên kết với tài khoản ngân hàng nhưng vẫn có khoảng 55-60% người tiêu dùng đã sử dụng ví điện tử cho các giao dịch trực tuyến đạt tăng trưởng 21% năm 2023 do khuyến mãi và tiện ích vượt trội so với tiền mặt.

Chuyển khoản qua ngân hàng có tính bảo mật cao, kết nối trực tiếp với tài khoản ngân hàng. Hình thức này phổ biến với các giao dịch có giá trị lớn, mua hàng qua các nền tảng bán hàng cá nhân hoặc các shop nhỏ lẻ. Tuy nhiên quá trình thanh toán thủ công, không tiện lợi như ví điện tử hoặc thanh toán bằng thẻ. Không phù hợp với các giao dịch nhỏ lẻ do tính phức tạp trong thao tác chuyển khoản. Hình thức này thường được sử dụng bởi các khách hàng có kinh nghiệm, chiếm khoảng 10-15% các giao dịch trực tuyến. Thanh toán qua QR code sẽ nhanh chóng hơn do không cần nhập thông tin thẻ hay tài khoản ngân hàng giúp thanh toán được nhanh hơn. Tuy nhiên người dùng cần có ứng dụng ví điện tử hoặc ứng dụng ngân hàng hỗ trợ QR code.

Thanh toán qua dịch vụ trả góp trực tuyến giúp khách hàng có thể mua các sản phẩm như đồ điện tử, xe máy, ô tô... giá trị lớn mà không cần trả trước toàn bộ chi phí. Nhiều dịch vụ trả góp không lãi suất được cung cấp, tạo thêm cơ hội mua sắm cho người tiêu dùng. Tuy nhiên nó không phù hợp cho các sản phẩm có giá trị thấp và không phổ biến như các phương thức khác và thủ tục phê duyệt trả góp đôi khi phức tạp và có thể yêu cầu xác thực thêm.

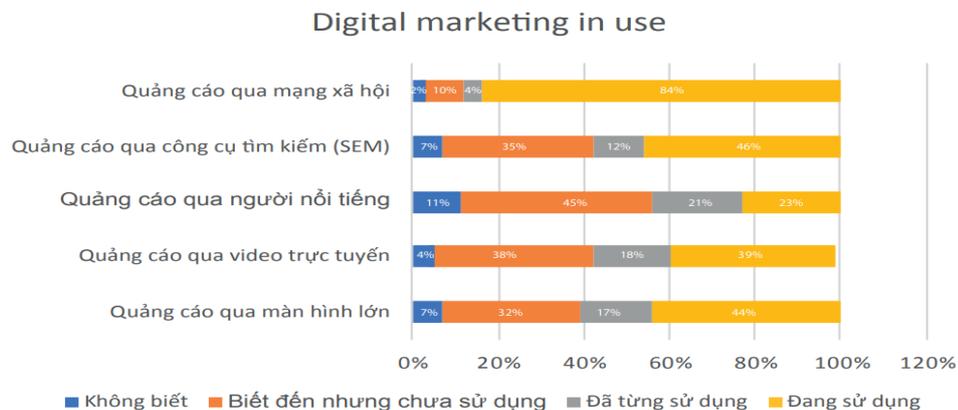
3.1.3. Thực trạng BHTT trên các nền tảng trực tuyến

3.1.2.1. Bán hàng qua MXH

Trong 10 năm gần đây, bán hàng qua MXH ở Việt Nam đã phát triển mạnh mẽ, với sự gia tăng không ngừng về số lượng người dùng và giá trị giao dịch. Các DN cũng bắt đầu sử dụng MXH để bán hàng và tỷ lệ tăng dần qua các năm. (xem Hình 3.4)

Ở Việt Nam trước đây có sử dụng các MXH chủ yếu dưới dạng các diễn đàn như Otofun, Tinh tế, Web trẻ thơ, Làm cha mẹ, ... để bán hàng, gần đây là Hahalolo, Gapo, Lotus, v.v. Tuy nhiên, điểm chung là các diễn đàn MXH trong nước còn khá nhỏ và ít người dùng hơn rất nhiều so với các MXH xuyên biên giới (trừ Zalo). Không thể phủ nhận MXH có số lượng người dùng đông đảo, khả năng tương tác và chia sẻ thông tin cao, do vậy nó có vai trò quan trọng trong BHTT:

Thứ nhất, MXH đóng vai trò như một kênh tiếp thị trực tuyến phổ biến và hiệu quả. Theo khảo sát của Q&Me Vietnam Market Research, trong số các phương thức tiếp thị số, tiếp thị trên MXH là phổ biến nhất, với 84% người được khảo sát hiện đang sử dụng phương thức này, vượt xa so với các phương thức khác. MXH được coi là kênh tiếp thị phù hợp với tất cả DN, bất kể quy mô. Cũng theo khảo sát trên, 94% DN vừa và lớn cho biết có sử dụng tiếp thị trên MXH, và 79% DN nhỏ cho biết họ sử dụng hình thức này thường xuyên. Đây được coi là điểm khác biệt giữa tiếp thị trên MXH với các hình thức tiếp thị số khác, khi phần lớn các hình thức còn lại chủ yếu dành cho các DN vừa và lớn. Vì vậy, chi tiêu dành cho tiếp thị trên MXH được dự đoán sẽ tăng trưởng cao từ mức 36 triệu đô năm 2017 lên 76 triệu đô năm 2024. (xem hình 3.7)



Hình 3.7 Mức độ sử dụng các phương thức tiếp thị số

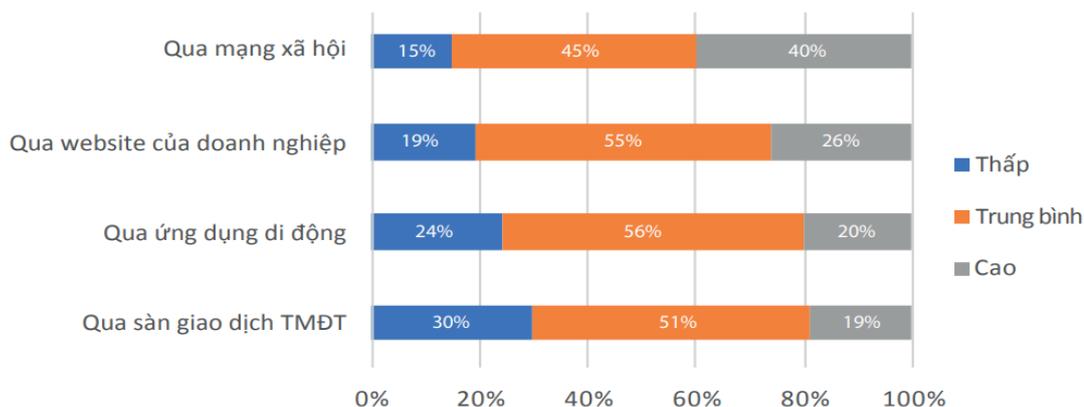
Nguồn: *The digital marketing landscape in Vietnam, Q&Me Vietnam Market Research*

Thứ hai, MXH đang trở thành một kênh hỗ trợ mạnh mẽ cho hoạt động BHTT. Theo khảo sát của Hiệp hội TMĐT Việt Nam (VECOM) năm 2022, khoảng 49% DN tham gia khảo sát cho biết họ kinh doanh trên các diễn đàn và MXH. Đối với người tiêu dùng, báo cáo của Cục TMĐT và Kinh tế số cho thấy khoảng 57% số người được hỏi đã từng mua sắm qua diễn đàn hoặc MXH.

Hoạt động BHTT trên MXH rất đa dạng. Về hình thức, có thể thấy nó diễn ra trên nhiều kênh như: các mục rao vặt trên diễn đàn, trang cá nhân, hội nhóm, hoặc chuyên nghiệp hơn là các trang bán hàng (fanpage) dành riêng cho kinh doanh. Người bán hàng trên MXH cũng rất phong phú, có thể là DN, cá nhân kinh doanh nhỏ lẻ, hoặc thậm chí người không có mục đích kinh doanh mà chỉ trao đổi các mặt hàng đã qua sử dụng hoặc không cần dùng nữa. Hàng hóa trên MXH rất đa dạng về chủng loại, từ những mặt hàng đòi hỏi tiêu chuẩn chất lượng cao như thuốc, mỹ phẩm, thực phẩm chức năng, đến các sản phẩm bị hạn chế như rượu bia. Ngoài ra, nhiều loại dịch vụ truyền thống cũng được cung cấp trên MXH, như dịch vụ làm đẹp, lưu trú, giao đồ ăn, tư vấn du học, đào tạo, môi giới việc làm, và nhiều dịch vụ khác.

Thứ ba, MXH có vai trò hỗ trợ quan trọng cho các nền tảng TMĐT. Theo báo cáo của YouNet Media và Iprice Group năm 2021, các sàn TMĐT phụ thuộc vào hiệu quả truyền thông trên MXH, bởi lượng truy cập và sức cạnh tranh của các sàn bị ảnh hưởng bởi mức độ tiếp cận trên các kênh này. MXH tác động tới mọi giai đoạn trong quá trình mua hàng của khách hàng và là kênh quảng bá sản phẩm hiệu quả, giúp kết nối khách hàng với nhau.

Với các DN, khảo sát của VECOM cho thấy vào năm 2022 khoảng 39% DN tham gia kinh doanh trên MXH, cao hơn so với tỷ lệ trên các sàn TMĐT (17%) và gần tương đương với trên website (42%). Đáng chú ý, tỷ lệ này đã tăng đều đặn qua các năm, cao hơn nhiều so với mức 28% năm 2015. DN cũng đánh giá hiệu quả kinh doanh qua MXH cao (40% cho rằng có hiệu quả tốt), vượt xa so với các hình thức kinh doanh trực tuyến khác (xem hình 3.8).



Hình 3.8. Đánh giá hiệu quả của việc bán hàng qua các công cụ trực tuyến

Nguồn: Khảo sát của Cục TMĐT và kinh tế số - Bộ Công thương

Trong những năm gần đây, các nền tảng MXH đã bổ sung nhiều tiện ích để giúp người mua và người bán kết nối dễ dàng hơn. Ví dụ, năm 2016, Facebook đã giới thiệu tính năng Marketplace, cho phép người bán đăng sản phẩm của họ trong một khu vực chung. Sản phẩm sẽ hiển thị các thông tin như tên, giá, thông tin liên hệ của người bán và mô tả hàng hóa. Người mua có thể tìm kiếm sản phẩm qua các bộ lọc như địa điểm, giá và loại hàng (như đồ điện tử, gia dụng, quần áo), sau đó liên hệ với người bán qua

điện thoại hoặc tin nhắn để biết thêm chi tiết. Tuy nhiên, Marketplace chưa hỗ trợ đặt hàng trực tuyến, giao hàng, hoặc thanh toán.

Tương tự, Zalo cũng có tính năng Zalo Shop, cho phép người bán lập gian hàng để trưng bày nhiều sản phẩm. Các sản phẩm sẽ hiển thị thông tin tên, giá, mô tả và chính sách giao hàng của người bán. Người mua có thể trò chuyện trực tiếp với người bán qua tính năng “chat” của Zalo, nhưng Zalo Shop cũng không hỗ trợ đặt hàng trực tuyến.

Nhìn chung, MXH cung cấp các tính năng đăng tải sản phẩm chi tiết và các công cụ tìm kiếm, trao đổi thông tin giữa người mua và người bán. Tuy nhiên, các nền tảng này vẫn chưa hỗ trợ các dịch vụ như đặt hàng, thanh toán trực tuyến, hoặc giao vận.

3.1.2.2. Bán hàng qua sàn TMĐT

Trong 10 năm qua, các TMĐT tại Việt Nam đã phát triển mạnh mẽ và trở thành một phần quan trọng của nền kinh tế số, mang lại lợi ích cho cả DN và người tiêu dùng. Theo báo cáo của Cục TMĐT và Kinh tế số thuộc Bộ Công Thương, số DN tham gia kinh doanh trên các sàn TMĐT đã tăng lên đáng kể, với 23% DN được khảo sát năm 2023 cho biết họ kinh doanh qua các sàn này (tăng 1% so với 2021 và 6% so với 2019) (xem hình 3.4).

Theo báo cáo của Brand Vietnam năm 2023, có 5 sàn TMĐT phổ biến trên mạng xã hội tại Việt Nam (xem hình 3.9). Shopee vẫn dẫn đầu với tổng điểm 71,07, trong khi TikTok Shop vươn lên mạnh mẽ, xếp thứ hai với 70,92 điểm nhờ nội dung phát trực tiếp sáng tạo, thu hút nhiều người dùng. Lazada hiện đứng thứ ba với 28,20 điểm, nhường chỗ cho TikTok Shop. Các vị trí thứ tư và thứ năm thuộc về Tiki và Sendo, hai sàn TMĐT “thuần Việt” đang trên đà phát triển.



Hình 3.9. Top 5 sàn giao dịch TMĐT phổ biến ở Việt Nam (2023)

Nguồn: Brand Việt Nam

Shopee được thành lập bởi Lý Tiểu Đông vào năm 2009 nhưng đến năm 2015 mới chính thức ra mắt tại Singapore. Trụ sở của Shopee đặt tại Singapore và thuộc sở hữu của tập đoàn Sea Ltd. Shopee không chỉ là một sàn giao dịch dành cho cá nhân mà còn mở rộng để các thương hiệu lớn có thể tham gia, thu hút cả người tiêu dùng có yêu cầu

cao bên cạnh nhóm khách hàng yêu thích giá rẻ. Chiến lược tiếp thị của Shopee tập trung vào các chương trình giảm giá lớn, khuyến mãi hàng tháng và các sự kiện đặc biệt, tạo ra xu hướng "săn hàng giá rẻ" trong giới trẻ. Shopee còn phát triển chương trình tiếp thị liên kết Shopee Affiliate, thu hút đông đảo người nổi tiếng (KOLs) tham gia, cùng với các hoạt động như trò chơi lắc xu và tích điểm để khuyến khích người dùng truy cập thường xuyên. Nhờ các chiến lược này, Shopee đã dẫn đầu về lượt truy cập trong số các sàn TMĐT tại Việt Nam. Theo báo cáo của iPrice Group, vào quý II năm 2022, Shopee nắm giữ 55,1% thị phần tại Việt Nam với hơn 56 triệu lượt truy cập hàng tháng và có hơn 200.000 nhà bán hàng hoạt động, tạo ra khoảng 1 triệu việc làm. Shopee cũng liên tục phát triển các sản phẩm mới tại Việt Nam như Shopee Mart (bán các mặt hàng tạp hóa và tiêu dùng hàng ngày), Shopee Live (công cụ truyền thông để quảng bá sản phẩm) và Shopee Đảm Bảo (chương trình bảo vệ quyền lợi người mua và người bán).

TikTok Shop đã nhanh chóng trở thành hiện tượng trong lĩnh vực BHTT tại Việt Nam kể từ khi ra mắt vào cuối năm 2021. Với cách kết hợp độc đáo giữa video ngắn và trải nghiệm mua sắm, TikTok Shop cho phép người dùng mua sắm trực tiếp từ video, mang lại trải nghiệm mua sắm tiện lợi và thu hút. Các mặt hàng phổ biến nhất gồm thời trang, mỹ phẩm và đồ điện tử. Tính đến giữa năm 2023, TikTok đã có hơn 50 triệu người dùng tại Việt Nam, chủ yếu từ 16 đến 34 tuổi. TikTok Shop tận dụng lượng người dùng này để tăng doanh số, với hàng triệu lượt xem và tương tác hàng ngày trên các video bán hàng. Dù chưa có số liệu cụ thể về doanh thu, TikTok Shop đã ghi nhận một số chiến dịch bán hàng đạt doanh số hàng triệu USD chỉ trong vài giờ. Đến cuối năm 2023, có hàng chục nghìn nhà bán hàng, từ các thương hiệu lớn đến các cá nhân kinh doanh nhỏ lẻ, đã tham gia trên TikTok Shop.

Lazada thuộc tập đoàn Alibaba và có trụ sở tại Singapore, ra mắt tại Việt Nam vào tháng 3 năm 2012. Sàn cung cấp đa dạng các sản phẩm từ nội thất, điện tử đến hàng tiêu dùng và hỗ trợ vận chuyển, thanh toán tiện lợi. Kênh Facebook của Lazada có hơn 31 triệu lượt theo dõi, thường xuyên phát trực tiếp bán hàng và tổ chức các chương trình khuyến mãi hấp dẫn. Theo iPrice Group, vào quý II năm 2022, Lazada xếp thứ hai trong các sàn TMĐT lớn nhất Việt Nam với 28,2% thị phần, sau Shopee. Tính đến năm 2023, Lazada có hơn 100.000 nhà bán hàng tại Việt Nam, tạo ra 170.000 việc làm. Để thu hút người dùng, Lazada triển khai nhiều chương trình khuyến mãi như flash sale và ưu đãi vào các dịp lễ. Năm 2021, Lazada ra mắt LazMall, tập trung vào các sản phẩm chính hãng từ Apple, Samsung, Xiaomi, và Unilever, đảm bảo chất lượng cho khách hàng.

Tiki được thành lập vào tháng 3/2010, là một trong những website TMĐT hàng đầu tại Việt Nam, nổi bật về mức độ hài lòng của khách hàng. Năm 2017, Tiki chuyển

mình thành một sàn Marketplace, mở rộng quy mô và cung cấp hơn 10 triệu sản phẩm từ 16 ngành hàng lớn. Theo báo cáo của Criteo năm 2022, Tiki đứng thứ hai tại Việt Nam và top 6 Đông Nam Á về tốc độ tăng trưởng TMĐT. Từ năm 2015 đến 2022, doanh số Tiki tăng gấp 10 lần, đạt 2,2 tỷ USD. Theo Tracxn, công ty phân tích dữ liệu thị trường công nghệ toàn cầu, Tiki hiện có khoảng 30 triệu lượt truy cập mỗi tháng, cung cấp đa dạng sản phẩm từ sách, đồ điện tử đến thời trang và mỹ phẩm, thường xuyên tổ chức khuyến mãi vào các dịp lễ lớn như Tết và Black Friday. Về dịch vụ, Tiki hỗ trợ vận chuyển nhanh trong 2-4 giờ và chính sách đổi trả trong 30 ngày. Tiki cũng hợp tác với các công ty lớn như Sendo, CIMB, và Nexttech để mở rộng quy mô và nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng.

Sendo, bắt đầu là dự án TMĐT của FPT vào năm 2012, và đến năm 2014 trở thành Công ty Cổ phần Công nghệ Sendo, một công ty độc lập thuộc FPT. Từ năm 2015, Sendo mở rộng quy mô, đầu tư vào công nghệ và phát triển mạng lưới người bán - người mua. Đến năm 2018, Sendo nhận đầu tư từ các quỹ lớn như Bessemer Venture Partners và Jungle Ventures, giúp tăng tốc phát triển. Theo iPrice Group, quý II/2022, Sendo đứng thứ ba tại Việt Nam với 25,9% thị phần, sau Shopee và Lazada, Còn theo Criteo năm 2022 Sendo đứng thứ tư về lượng truy cập. Đến năm 2023, Sendo có hơn 50.000 nhà bán hàng do từ năm 2020, Sendo cải tiến giao diện, nâng cao tính năng tìm kiếm và các chương trình khuyến mãi để thu hút người dùng.

3.1.2.3. Bán hàng qua website điện tử

BHTT qua website điện tử là một hình thức TMĐT phổ biến, nơi các DN hoặc cá nhân bán hàng hóa và dịch vụ thông qua các trang web. Bản chất của website là tập hợp các trang web (webpages) dưới dạng các trang web có sẵn (các trang tĩnh) hoặc các trang web được tạo ra từ các tài nguyên và cơ sở dữ liệu (các trang động) được kết nối thông qua mạng Internet và các mạng mở (Nguyễn Văn Hồng & Nguyễn Văn Thoan, 2013, 198). Chính vì website được coi như là một cửa hàng trực tuyến nên khi khách hàng thao tác trên website về bản chất là đang kết nối và sử dụng dịch vụ của DN nên đòi hỏi các DN cần đáp ứng tốt các yêu cầu của khách hàng để đưa các cuộc giao dịch trực tuyến thực sự có chất lượng.

Kết quả khảo sát từ Báo cáo Chỉ số TMĐT Việt Nam năm 2023 của VECOM cho thấy tỷ lệ DN có website không thay đổi nhiều trong vài năm gần đây, với năm 2022 đạt 44%, gần tương đương các năm trước và giống năm 2018 (xem hình 3.4). Trong quý I năm 2023, gần 50.000 website TMĐT cho thấy tỷ lệ website sử dụng tên miền “.vn” chiếm 56%, “.com” chiếm 38%, và các tên miền khác là 6%. Việc dùng tên miền “.vn” đại diện quốc gia được coi là xu hướng phát triển bền vững, dù tốc độ tăng trưởng của tên miền “.vn” từ năm 2019 đến 2022 khá chậm, lần lượt là 6,4%, 2,8%, 5,8%, và 3,1%. Số lượng tên miền “.vn” của các năm này lần lượt là 0,50 triệu; 0,52 triệu; 0,55 triệu và 0,56 triệu.

Xét theo địa phương, Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh tiếp tục dẫn đầu về tên miền “.vn” với số lượng năm 2021 là 0,39 triệu và 2022 là 0,40 triệu, chiếm lần lượt 73,8% và 72,1% tổng số tên miền trong cả nước. Các địa phương khác có tốc độ tăng trưởng tên miền “.vn” cao hơn do xuất phát điểm thấp, ví dụ như Bạc Liêu (37%), Hà Giang (37%), Bến Tre (48%), và Thừa Thiên Huế (74%). Đặc biệt, tỉnh Lào Cai có mức tăng trưởng cao, từ 716 tên miền năm 2021 lên 1503 tên miền năm 2022, tăng 110%. Tuy nhiên, một số tỉnh như Ninh Thuận và Bắc Kạn lại có tăng trưởng âm, lần lượt là -78% và -12%.

Trong số các DN có website, 78% cho biết họ đã tích hợp các tính năng tương tác trực tuyến (như Zalo, Facebook) với khách hàng trên trang web của mình. Khi phân chia theo quy mô, tỷ lệ này ở các DN lớn là 83%, cao hơn một chút so với 77% ở các DN vừa và nhỏ. Các chuyên gia nhấn mạnh rằng cần phải thực hiện chính sách mạnh mẽ hơn để thu hẹp khoảng cách số và TMĐT (TMĐT), với mục tiêu đến năm 2025, quy mô TMĐT của 61 địa phương phải tương đương với Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh, chiếm 50% tổng quy mô cả nước.

Ngoài ra, việc hỗ trợ các địa phương nhận thức rõ hơn về tầm quan trọng của website và tên miền là một giải pháp thiết thực để thu hẹp khoảng cách này. Điều này cũng sẽ góp phần phát triển tên miền “.vn” cũng như thúc đẩy sự phát triển của TMĐT nói chung.

3.1.2.4. Bán hàng qua các ứng dụng TMĐT

Bán hàng qua các ứng dụng TMĐT đã trở thành xu hướng chính trong kinh doanh tại Việt Nam, nhất là khi nền kinh tế số ngày càng phát triển. Những ứng dụng TMĐT như Shopee, Lazada, Tiki, Sendo, và gần đây là TikTok Shop đã cung cấp các nền tảng thuận lợi cho cả người mua và người bán, góp phần thúc đẩy sự tăng trưởng của thị trường TMĐT. Tuy nhiên, hiện chỉ khoảng 16% DN sử dụng ứng dụng trên thiết bị di động để BHTT, trong khi phần lớn vẫn dựa vào email để hỗ trợ hoạt động kinh doanh (xem hình 3.4). Điều này cho thấy rằng nhiều DN vẫn chưa tận dụng hết những công nghệ tiên tiến, mặc dù những ứng dụng này giúp việc trao đổi và tương tác trở nên nhanh chóng hơn với chi phí thấp hoặc thậm chí miễn phí.

Khảo sát từ Cục TMĐT và Kinh tế số cho biết 73% trong số 46.000 người tiêu dùng rất hài lòng với trải nghiệm mua sắm đa kênh từ các cửa hàng trực tuyến. Mặc dù mô hình này đã xuất hiện từ lâu, nhưng đến nay, nhiều chủ cửa hàng mới bắt đầu áp dụng. Hiện tại, các mô hình bán hàng đa kênh cho phép kết nối với các đơn vị vận chuyển, giúp DN quản lý toàn bộ quy trình xử lý đơn hàng một cách hiệu quả, từ đó có thể giảm một nửa số nhân sự cần thiết.

Các DN bán lẻ đang xây dựng các chiến lược cụ thể, chẳng hạn như Liên hiệp Hợp tác xã Thương mại TP. Hồ Chí Minh (Saigon Co.op) đang nghiên cứu và phát triển mô hình cửa hàng tiện lợi kết hợp với TMĐT (TMĐT), đồng thời đẩy mạnh bán hàng đa kênh. Trang TMĐT Coopmart.vn và các kênh bán hàng qua điện thoại đã được ra mắt và trở thành lựa chọn ưa thích của người tiêu dùng trong thị trường bán lẻ. Nhiều DN tại TP. Hồ Chí Minh

cũng tích cực tham gia vào xu hướng kết hợp giữa kinh doanh trực tuyến và truyền thống. Ví dụ, Công ty Cổ phần Việt Nam Kỹ nghệ Súc sản (Vissan) đã mở gian hàng trên nền tảng TMĐT Sendo. Đây là bước đi mới trong chiến lược đa dạng hóa kênh bán hàng của Vissan, mang lại nhiều tiện ích và ưu đãi hấp dẫn cho khách hàng.

Tuy nhiên, các DN vừa và nhỏ tại Việt Nam vẫn gặp nhiều thách thức trong việc quản lý, đặc biệt là thiếu hụt nguồn nhân lực có kỹ năng phù hợp cho hoạt động BHTT. Họ cần cải thiện các kỹ năng như tạo và cập nhật thông tin sản phẩm, quảng bá sản phẩm, xử lý đơn hàng trực tuyến, cũng như kỹ năng sử dụng các công cụ trên các sàn TMĐT để giới thiệu và bán sản phẩm hiệu quả hơn.

3.2. THỰC TRẠNG NỘI DUNG QLNN ĐỐI VỚI BHTT Ở VIỆT NAM

3.2.1. Thực trạng xây dựng chiến lược, kế hoạch phát triển BHTT

3.2.1.1. Thực trạng xây dựng chiến lược BHTT

Việt Nam đang chứng kiến sự phát triển mạnh mẽ của TMĐT và BHTT. Trong bối cảnh này, các DN và nhà bán lẻ đã tích cực xây dựng và triển khai các chiến lược BHTT để tận dụng tiềm năng của thị trường. Cụ thể:

-Về phát triển hạ tầng công nghệ thông tin và viễn thông: (i) Nhà nước mở rộng và nâng cấp mạng lưới internet nhằm đảm bảo mọi khu vực, bao gồm cả vùng sâu vùng xa, có truy cập Internet băng thông rộng và chất lượng cao; (ii) Nhà nước đầu tư vào cơ sở hạ tầng dữ liệu như xây dựng các trung tâm dữ liệu hiện đại, hệ thống lưu trữ và xử lý dữ liệu lớn (big data) để hỗ trợ các hoạt động TMĐT.

Hiện nay Luật Viễn thông sửa đổi có hiệu lực từ 1/7/2024 và thay thế Luật Viễn thông năm 2009. Điều 4 Luật Viễn thông sửa đổi đã nêu rõ các chính sách của Nhà nước đối với lĩnh vực viễn thông: tạo điều kiện cho tổ chức, cá nhân thuộc các thành phần kinh tế tham gia đầu tư, kinh doanh viễn thông; bảo đảm môi trường cạnh tranh lành mạnh trong hoạt động viễn thông; phát triển viễn thông ở các khu vực vùng sâu, vùng xa, vùng nông thôn; thúc đẩy ứng dụng Internet trong các lĩnh vực: hành chính, giáo dục, đào tạo, y tế, nghiên cứu khoa học và lĩnh vực khác; nghiên cứu, phát triển các công nghệ, tiêu chuẩn, ứng dụng về Internet thế hệ mới, công nghệ vệ tinh tầm thấp, công nghệ mạng viễn thông thế hệ tiếp theo; đầu tư vào mạng viễn thông dùng riêng; khuyến khích phát triển nguồn nhân lực viễn thông đáp ứng yêu cầu quản lý, khai thác, kinh doanh hiệu quả cơ sở hạ tầng viễn thông. Tăng cường hợp tác quốc tế về viễn thông trên cơ sở tôn trọng độc lập, chủ quyền và toàn vẹn lãnh thổ, bình đẳng, các bên cùng có lợi, phù hợp với pháp luật Việt Nam và điều ước quốc tế mà Việt Nam là thành viên.

Trong bối cảnh công nghệ số đang phát triển nhanh chóng trên toàn cầu, Luật Viễn thông sửa đổi được thiết lập nhằm phát triển hạ tầng viễn thông và hạ tầng số, đồng thời cải thiện chất lượng cuộc sống và hỗ trợ sự phát triển của kinh tế số và xã hội số. Bộ Thông tin

và Truyền thông cũng đã công bố quy hoạch cho hạ tầng thông tin và truyền thông giai đoạn 2021 - 2030, với tầm nhìn đến năm 2050. Cụ thể:

Về quy hoạch đến năm 2025 sẽ đạt:

Mạng băng rộng cố định: Đảm bảo 100% hộ gia đình có thể tiếp cận dịch vụ cáp quang khi có nhu cầu, với 90% người dùng có thể truy cập Internet cố định; Truy cập Internet cho tổ chức: 90% các tổ chức kinh tế - xã hội tại khu vực thành phố như DN, trường học, và bệnh viện có khả năng truy cập Internet; Thiết bị thông minh: 100% người trưởng thành sở hữu điện thoại thông minh; Truy cập Internet tốc độ cao: 100% các khu công nghệ cao và trung tâm nghiên cứu có tốc độ truy cập Internet tối thiểu 1Gb/s; Kết nối mạng truyền số liệu: 100% cơ quan Đảng và Nhà nước từ trung ương đến địa phương được kết nối vào mạng truyền số liệu chuyên dụng; Hạ tầng tích hợp cảm biến: Tất cả các cơ sở hạ tầng thiết yếu như giao thông, điện, và nước có khả năng tích hợp cảm biến và ứng dụng IoT; Sử dụng điện toán đám mây: 100% cơ quan Chính phủ sử dụng hệ sinh thái điện toán đám mây; 70% DN Việt Nam sử dụng dịch vụ điện toán đám mây từ DN trong nước; Phát triển cáp viễn thông quốc tế: Việt Nam sẽ đầu tư thêm 2-4 tuyến cáp viễn thông quốc tế và thiết lập các trung tâm dữ liệu quốc gia, trong đó có tối thiểu 3 cụm trung tâm dữ liệu cấp quốc gia.

Về quy hoạch đến năm 2030 sẽ đạt:

Tốc độ truy cập băng rộng cố định: Đảm bảo 100% người dùng có thể truy cập Internet với tốc độ trên 1Gb/s; Mạng di động 5G: Phủ sóng mạng băng rộng di động 5G đến 99% dân số; Cáp quang biển: Phát triển thêm 4-6 tuyến cáp quang biển quốc tế; Sử dụng dịch vụ điện toán đám mây: 100% cơ quan nhà nước và hơn 50% dân số sử dụng dịch vụ điện toán đám mây từ DN trong nước; Cụm trung tâm dữ liệu quy mô lớn: Phát triển các cụm trung tâm dữ liệu quy mô lớn theo tiêu chuẩn xanh, tạo thành một mạng lưới các trung tâm dữ liệu để thúc đẩy công nghiệp dữ liệu lớn, với tối thiểu 3 cụm trung tâm dữ liệu quốc gia.

Về hạ tầng công nghệ thông tin đến năm 2030: Các nền tảng số quốc gia sẽ được hoàn thiện để đáp ứng yêu cầu của Chính phủ số, kinh tế số, và xã hội số, từ đó thúc đẩy chuyển đổi số nhanh hơn và hiệu quả hơn.

Về an toàn thông tin mạng:

Đến năm 2025: 100% hệ thống thông tin của cơ quan nhà nước được bảo đảm an toàn; 100% cơ quan nhà nước thực hiện bảo đảm an toàn thông tin mạng theo mô hình 4 lớp; 100% thiết bị của cơ quan nhà nước được bảo vệ an toàn thông tin.

Đến năm 2030: Việt Nam trở thành một trong những trung tâm hàng đầu về an toàn thông tin mạng tại châu Á, phát triển thị trường an toàn thông tin mạng, với đầy đủ sản phẩm và dịch vụ trong nước có khả năng cạnh tranh quốc tế.

- Về cải thiện hệ thống thanh toán trực tuyến: (i) khuyến khích sử dụng thanh toán điện tử, thúc đẩy các phương thức thanh toán không dùng tiền mặt, bao gồm ví điện tử, thẻ tín dụng, và các ứng dụng thanh toán di động; (ii) đảm bảo an toàn thanh toán bằng cách tăng cường bảo mật cho các giao dịch trực tuyến và bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng.

Vào ngày 30/12/2016, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 2545/QĐ-TTg phê duyệt Đề án phát triển thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam cho giai đoạn 2016-2020. Tiếp theo, vào ngày 23/2/2018, Quyết định số 241/QĐ-TTg được ban hành để đẩy mạnh thanh toán qua ngân hàng cho các dịch vụ công như thuế, điện, nước, học phí và viện phí. Vào ngày 28/10/2021, Thủ tướng cũng phê duyệt Đề án phát triển thanh toán không dùng tiền mặt cho giai đoạn 2021-2025. Để thực hiện các kế hoạch này, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam đã triển khai nhiều đề án và chính sách nhằm thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt và chuyển đổi số trong ngành ngân hàng. Một số kế hoạch quan trọng bao gồm phát triển thanh toán không dùng tiền mặt giai đoạn 2021-2025, chuyển đổi số ngành ngân hàng đến năm 2025 và triển khai Đề án 06.

Các ngân hàng thương mại ở Việt Nam cũng đã mạnh dạn đầu tư vào công nghệ mới và xây dựng hệ sinh thái ngân hàng mở. Đến cuối năm 2022, ngành ngân hàng đã đầu tư hơn 15.000 tỷ đồng cho hoạt động chuyển đổi số. Kết quả là Việt Nam trở thành một trong những quốc gia hàng đầu về ngân hàng số, với tỷ lệ thanh toán số tăng trưởng 40% trong 3-4 năm qua. Các ngân hàng đã áp dụng mô hình kết nối mới, trong đó ngân hàng là trung tâm (Orchestrator) để hợp tác với khách hàng và các đối tác. Ví dụ, VietinBank đã hợp tác với Opportunity Network để cung cấp nền tảng số cho DN, Vietcombank hợp tác với M-Service trong thanh toán chuyển tiền, và VPBank hợp tác với Moca cung cấp dịch vụ thanh toán.

Ngoài ra, các ứng dụng Mobile banking và ví điện tử của nhiều tổ chức tín dụng đã giúp khách hàng tiếp cận các dịch vụ ngân hàng như chuyển tiền, thanh toán hóa đơn, và vay tiền. Khách hàng cũng có thể sử dụng những dịch vụ ngoài ngân hàng như giao hàng, đặt xe, và đặt vé ngay trên điện thoại thông minh, bất cứ lúc nào và ở đâu.

Theo nghiên cứu của Visa về “Thái độ thanh toán của người tiêu dùng 2022”, việc sử dụng tiền mặt tại Việt Nam đã giảm đáng kể so với năm 2020. Cụ thể, 89% người tiêu dùng hiện đang sử dụng ví điện tử và 85% ưa chuộng thẻ tín dụng và thẻ ghi nợ, chủ yếu để thanh toán trực tuyến và không cần tiếp xúc. Dữ liệu từ mạng lưới VisaNet cho thấy số giao dịch không tiếp xúc qua thẻ Visa tại Việt Nam trong năm 2022 đã tăng gấp đôi so với năm 2021.

Theo Ngân hàng Nhà nước, trong 5 tháng đầu năm 2023, giao dịch thanh toán không dùng tiền mặt tăng 52,35% về số lượng. Cụ thể: (i) Giao dịch qua internet tăng 75,54% về số lượng và 1,77% về giá trị; (ii) Giao dịch qua điện thoại di động tăng 64,26% về số lượng và 7,65% về giá trị; (iii) Giao dịch qua QR code tăng 151,14% về số lượng và 30,41% về giá trị; (iv) Giao dịch qua POS (máy chấp nhận thẻ) tăng 30,35% về số lượng và 27,27% về giá trị. Tuy nhiên, giao dịch qua ATM giảm 4,62% về số lượng và 6,43% về giá trị, cho thấy xu hướng chuyển sang thanh toán điện tử và không dùng tiền mặt.

Hiện tại, số lượng tài khoản cá nhân mở tại các ngân hàng thương mại trên cả nước đã đạt khoảng 68,7 triệu tài khoản. Khoảng 70 tổ chức tín dụng cung cấp dịch vụ thanh toán qua internet và khoảng 36 ngân hàng thương mại cung cấp dịch vụ thanh toán qua điện thoại di động. Đến cuối năm 2022, có 22 tổ chức đã phát hành thẻ ngân hàng qua eKYC (định danh khách hàng điện tử), với khoảng 10,8 triệu thẻ đang hoạt động và hơn 89,1 triệu giao dịch đã thực hiện, tổng giá trị đạt hơn 106,1 nghìn tỷ đồng. Khoảng 40 ngân hàng cũng đã mở tài khoản thanh toán bằng eKYC, với hơn 11,9 triệu tài khoản đang hoạt động.

Mặc dù chiến lược phát triển thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam đã đạt được nhiều thành công, giúp DN mở rộng thị trường và tăng trưởng doanh thu, vẫn cần khắc phục một số hạn chế. Các DN cần đồng bộ hóa chiến lược, đầu tư vào hạ tầng công nghệ và quản lý chất lượng sản phẩm để tạo nền tảng vững chắc cho sự phát triển bền vững của thị trường BHTT Việt Nam trong tương lai.

3.2.1.2. *Thực trạng kế hoạch phát triển BHTT*

Kế hoạch phát triển BHTT quốc gia:

Để phát triển TMĐT Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 222/2005/QĐ-TTg, phê duyệt Kế hoạch phát triển TMĐT cho giai đoạn 2006-2010. Đây là kế hoạch đầu tiên do Chính phủ xây dựng nhằm định hướng cho sự phát triển của TMĐT ở Việt Nam trong giai đoạn đầu hình thành thị trường. Dựa trên kết quả đạt được từ kế hoạch này, Thủ tướng Chính phủ đã tiếp tục phê duyệt các kế hoạch tổng thể cho các giai đoạn 2011-2015, 2016-2020 và 2021-2025. Những kế hoạch này đều xác định TMĐT là một lĩnh vực quan trọng trong nền kinh tế số và ngày càng đóng góp nhiều vào sự phát triển kinh tế của Việt Nam.

Để tiếp tục thực hiện các kế hoạch phát triển TMĐT quốc gia, Chính phủ đã ban hành kế hoạch cho giai đoạn 2021-2025 với mục tiêu cụ thể nhằm thúc đẩy sự phát triển TMĐT tại các địa phương. DN sẽ là lực lượng nòng cốt triển khai ứng dụng TMĐT, trong khi Nhà nước có vai trò quản lý, thiết lập hạ tầng và tạo môi trường thuận lợi cho TMĐT phát triển.

Trong việc xây dựng kế hoạch phát triển TMĐT, cần xem xét nhiều yếu tố, bao gồm hạ tầng công nghệ, các quy định pháp lý, cũng như nâng cao nhận thức và năng lực của cả DN và người tiêu dùng:

- Phát triển hạ tầng logistics: (i) Phát triển dịch vụ giao hàng: Khuyến khích sự tham gia của các DN vào lĩnh vực logistics, đặc biệt là các dịch vụ giao hàng nhanh và giao hàng cuối cùng. (ii) Xây dựng kho vận hiện đại: Đầu tư vào hệ thống kho vận hiện đại và thông minh để tối ưu hóa quy trình lưu trữ và phân phối hàng hóa.

Hiện nay các DN đã tích cực tham gia vào lĩnh vực logistics, đặc biệt là các dịch vụ giao hàng nhanh và giao hàng cuối cùng. Tuy nhiên, sự cạnh tranh vẫn chưa hoàn toàn công bằng và một số khu vực vẫn chưa có dịch vụ giao hàng hiệu quả. Đầu tư vào

kho bãi thông minh đã diễn ra, nhưng việc áp dụng công nghệ tiên tiến còn hạn chế, ảnh hưởng đến hiệu quả phân phối hàng hóa.

- Hoàn thiện khung pháp lý và quản lý:

Xây dựng và hoàn thiện các quy định pháp luật: (i) Ban hành các quy định cụ thể: Hoàn thiện khung pháp lý cho TMĐT, bao gồm các quy định về bảo vệ người tiêu dùng, quản lý thuế, bảo mật thông tin và quản lý các nền tảng TMĐT; (ii) Cập nhật luật pháp kịp thời: Đảm bảo các quy định pháp luật được cập nhật kịp thời để phản ánh các thay đổi trong công nghệ và hành vi người tiêu dùng. Hiện nay nhiều quy định về bảo vệ người tiêu dùng và quản lý thuế đã được ban hành, nhưng vẫn còn thiếu sót trong việc điều chỉnh các vấn đề mới phát sinh từ công nghệ và hành vi tiêu dùng.

Tăng cường công tác quản lý và giám sát: (i) Đào tạo và nâng cao năng lực quản lý: Đào tạo và nâng cao năng lực cho các cơ quan QLNN về công nghệ thông tin và BHTT; (ii) Ứng dụng công nghệ trong giám sát: Sử dụng các công nghệ hiện đại như AI, Big Data để theo dõi và giám sát hoạt động BHTT hiệu quả hơn. Các cơ quan QLNN đã có nỗ lực trong việc nâng cao năng lực quản lý, tuy nhiên, việc ứng dụng công nghệ như AI và Big Data trong giám sát vẫn chưa được triển khai rộng rãi.

- Khuyến khích và hỗ trợ DN:

Hỗ trợ DN nhỏ và vừa : (i) Chính sách hỗ trợ tài chính: Cung cấp các gói hỗ trợ tài chính, vay vốn ưu đãi để giúp các DN nhỏ và vừa đầu tư vào công nghệ và phát triển kinh doanh trực tuyến; (ii) Chương trình đào tạo và tư vấn: Tổ chức các chương trình đào tạo, tư vấn về kỹ năng kinh doanh trực tuyến, marketing số và quản lý DN. Các chính sách tài chính và chương trình đào tạo cho DN nhỏ và vừa đã được triển khai, nhưng việc tiếp cận vốn vay ưu đãi vẫn còn gặp khó khăn.

Khuyến khích đổi mới và sáng tạo: (i) Thúc đẩy nghiên cứu và phát triển: Hỗ trợ các dự án nghiên cứu và phát triển trong BHTT và công nghệ số; (ii) Khuyến khích khởi nghiệp: Tạo môi trường thuận lợi cho các startup trong lĩnh vực TMĐT, với các chính sách hỗ trợ đặc biệt về tài chính, thuế và pháp lý. Một số dự án nghiên cứu và khởi nghiệp trong lĩnh vực TMĐT đã được hỗ trợ, nhưng cần nhiều hơn nữa để phát huy tiềm năng.

- Nâng cao nhận thức và kỹ năng cho người tiêu dùng và DN:

Tuyên truyền và giáo dục: (i) Chiến dịch tuyên truyền: Thực hiện các chiến dịch tuyên truyền để nâng cao nhận thức của người tiêu dùng về lợi ích và rủi ro của TMĐT, hướng dẫn cách mua sắm an toàn và bảo mật thông tin; (ii) Giáo dục kỹ năng số: Tổ chức các khóa học, hội thảo về kỹ năng số, bảo mật thông tin cho người tiêu dùng và DN. Một số chiến dịch nâng cao nhận thức về TMĐT đã được thực hiện, nhưng mức độ hiểu biết và kỹ năng số của người tiêu dùng và DN còn hạn chế.

Khuyến khích tiêu dùng thông minh: (i) Công khai thông tin: Tạo điều kiện để người tiêu dùng tiếp cận thông tin minh bạch về các sản phẩm và dịch vụ, giúp họ đưa ra quyết

định mua sắm thông minh và chính xác; (ii) Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng: Tăng cường các biện pháp bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, đảm bảo các DN tuân thủ các quy định về chất lượng sản phẩm, dịch vụ và hoàn tiền khi có khiếu nại chính đáng. Dù đã có nỗ lực công khai thông tin về sản phẩm và dịch vụ, nhưng người tiêu dùng vẫn chưa hoàn toàn có đủ thông tin để đưa ra quyết định mua sắm thông minh.

- Thúc đẩy hợp tác quốc tế:

Hội nhập và hợp tác quốc tế: (i) Tham gia các hiệp định TMĐT: Tích cực tham gia và thực thi các cam kết trong các hiệp định thương mại tự do (FTA) liên quan đến TMĐT; (ii) Hợp tác với các tổ chức quốc tế: Tăng cường hợp tác với các tổ chức quốc tế để học hỏi kinh nghiệm và áp dụng các mô hình quản lý và phát triển TMĐT tiên tiến. Việt Nam đã tích cực tham gia vào các hiệp định TMĐT quốc tế, nhưng cần tăng cường hơn nữa việc thực hiện và áp dụng các cam kết.

Thu hút đầu tư nước ngoài: (i) Chính sách thu hút đầu tư: Xây dựng các chính sách ưu đãi và môi trường kinh doanh thuận lợi để thu hút đầu tư nước ngoài vào lĩnh vực TMĐT; (ii) Hợp tác công nghệ: Hợp tác với các công ty công nghệ quốc tế để chuyển giao công nghệ, nâng cao trình độ công nghệ trong nước. Các chính sách thu hút đầu tư vào TMĐT đã được ban hành, nhưng việc thu hút và hợp tác công nghệ từ các công ty quốc tế vẫn còn nhiều thách thức.

Tóm lại kế hoạch phát triển BHTT ở Việt Nam cần sự phối hợp đồng bộ giữa các bên liên quan, từ chính phủ, DN đến người tiêu dùng. Việc cải thiện hạ tầng, hoàn thiện khung pháp lý, hỗ trợ DN, nâng cao nhận thức và kỹ năng, và thúc đẩy hợp tác quốc tế, Việt Nam có thể tiếp tục phát triển mạnh mẽ trong lĩnh vực BHTT, mang lại lợi ích kinh tế và xã hội to lớn.

Kế hoạch phát triển BHTT ở địa phương

Dựa trên kế hoạch phát triển TMĐT quốc gia, các địa phương đã chủ động xây dựng các kế hoạch riêng cho TMĐT của mình, với những mục tiêu và nhiệm vụ cụ thể hơn. Theo Quyết định 645/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ban hành vào ngày 15/5/2020, hiện tại đã có 58 trong tổng số 63 tỉnh và thành phố trực thuộc Trung ương lập kế hoạch phát triển TMĐT giai đoạn 2021-2025. Những kế hoạch này nhằm thúc đẩy sự phát triển chung của TMĐT và BHTT trên các ứng dụng tại từng địa phương. Cụ thể:

- Về đánh giá hiện trạng và tiềm năng phát triển BHTT: (i) Khảo sát DN và người tiêu dùng: Thực hiện khảo sát để hiểu rõ hiện trạng sử dụng internet và BHTT, nhu cầu và khó khăn của DN và người tiêu dùng tại địa phương; (ii) Đánh giá tiềm năng phát triển: Đánh giá tiềm năng phát triển TMĐT dựa trên các yếu tố như hạ tầng công nghệ, năng lực logistics, nguồn lực lao động và mức độ sẵn sàng của thị trường. Nhiều khảo sát đã được thực hiện để tìm hiểu tình hình sử dụng internet và BHTT, cùng với nhu cầu và khó khăn mà DN và người tiêu dùng đang gặp phải. Các đánh giá cho thấy tiềm năng phát triển

TMĐT tại Việt Nam phụ thuộc vào nhiều yếu tố như hạ tầng công nghệ, khả năng logistics, nguồn nhân lực, và sự sẵn sàng của thị trường.

- Về phát triển hạ tầng công nghệ và logistics:

Cải thiện hạ tầng mạng: (i) Đầu tư và nâng cấp hạ tầng Internet, đảm bảo kết nối mạng ổn định và tốc độ cao, đặc biệt ở các vùng nông thôn; (ii) Triển khai mạng 5G: Tích cực triển khai mạng 5G để hỗ trợ các dịch vụ BHTT hiện đại. Việt Nam đã đầu tư nâng cấp hạ tầng internet, đặc biệt là ở vùng nông thôn, và tích cực triển khai mạng 5G để hỗ trợ cho các dịch vụ BHTT hiện đại.

Phát triển dịch vụ logistics: (i) Thu hút đầu tư vào các dịch vụ logistics, xây dựng hệ thống kho vận hiện đại và dịch vụ giao hàng nhanh; (ii) Hợp tác công-tư: Thúc đẩy hợp tác công-tư để xây dựng và phát triển hạ tầng logistics tại địa phương. Hiện nay Chính phủ đang thu hút đầu tư vào logistics, xây dựng kho vận hiện đại và dịch vụ giao hàng nhanh, đồng thời thúc đẩy hợp tác giữa công và tư trong lĩnh vực này.

- Về hoàn thiện khung pháp lý và cơ chế quản lý:

Xây dựng quy định cụ thể: (i) Xây dựng và ban hành các quy định cụ thể về BHTT tại địa phương, đảm bảo phù hợp với khung pháp lý quốc gia; (ii) Đảm bảo tính minh bạch: Đảm bảo các quy định pháp lý minh bạch và dễ hiểu để DN và người tiêu dùng dễ dàng tuân thủ. Nhiều địa phương đã ban hành các quy định cụ thể về BHTT, đảm bảo phù hợp với khung pháp lý quốc gia và dễ hiểu cho DN và người tiêu dùng.

Tăng cường quản lý và giám sát: (i) Tổ chức đào tạo và nâng cao năng lực cho các cán bộ quản lý về TMĐT tại địa phương; (ii) Ứng dụng công nghệ trong quản lý: Sử dụng các công nghệ hiện đại như Big Data, AI để theo dõi và giám sát hoạt động BHTT hiệu quả hơn. Nhà nước đã tiến hành đào tạo cán bộ quản lý và ứng dụng công nghệ hiện đại như Big Data và AI để giám sát hoạt động BHTT hiệu quả hơn.

- Về hỗ trợ và khuyến khích DN:

Hỗ trợ tài chính và đào tạo: (i) Cung cấp các gói hỗ trợ tài chính, vay vốn ưu đãi cho các DN nhỏ và vừa để đầu tư vào BHTT; (ii) Chương trình đào tạo: Tổ chức các chương trình đào tạo, hội thảo về kỹ năng kinh doanh trực tuyến, marketing số, và quản lý DN. Nhà nước đã cung cấp các gói vay ưu đãi cho DN nhỏ và vừa, tổ chức các chương trình đào tạo về kỹ năng kinh doanh trực tuyến và marketing số.

Khuyến khích đổi mới và khởi nghiệp: (i) Tạo môi trường thuận lợi cho các startup trong BHTT với các chính sách ưu đãi về thuế, tài chính và pháp lý; (ii) Thúc đẩy sáng tạo: Khuyến khích DN địa phương áp dụng các công nghệ mới và sáng tạo trong hoạt động kinh doanh trực tuyến. Nhà nước tạo điều kiện thuận lợi cho các startup trong BHTT với các chính sách ưu đãi và khuyến khích áp dụng công nghệ mới.

- Về nâng cao nhận thức và kỹ năng cho người tiêu dùng và DN

Chiến dịch tuyên truyền và giáo dục: (i) Thực hiện các chiến dịch tuyên truyền để nâng cao nhận thức về lợi ích và rủi ro của mua sắm trực tuyến, cách bảo vệ thông tin cá nhân; (ii) Giáo dục kỹ năng số: Tổ chức các khóa học, hội thảo về kỹ năng số và bảo mật thông tin cho người tiêu dùng và DN. Các chiến dịch này đã được thực hiện để nâng cao nhận thức về lợi ích và rủi ro của mua sắm trực tuyến, cũng như bảo vệ thông tin cá nhân.

Khuyến khích tiêu dùng thông minh: (i) Khuyến khích các DN cung cấp thông tin minh bạch về sản phẩm, dịch vụ để người tiêu dùng có thể đưa ra quyết định mua sắm thông minh; (ii) Tăng cường các biện pháp bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, đảm bảo các DN tuân thủ các quy định về chất lượng sản phẩm và dịch vụ. Nhà nước luôn khuyến khích DN cung cấp thông tin minh bạch về sản phẩm, và tăng cường các biện pháp bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

- Về thúc đẩy hợp tác và liên kết:

Hợp tác giữa các địa phương: (i) Các địa phương có thể hợp tác, chia sẻ kinh nghiệm và mô hình phát triển BHTT thành công; (ii) Xây dựng các liên kết hạ tầng logistics giữa các địa phương để tối ưu hóa việc vận chuyển và giao hàng. Các địa phương đã bắt đầu hợp tác và chia sẻ kinh nghiệm trong phát triển BHTT, cũng như xây dựng liên kết hạ tầng logistics để tối ưu hóa vận chuyển.

Hợp tác quốc tế: (i) Tạo môi trường thuận lợi để thu hút đầu tư nước ngoài vào BHTT; (ii) Hợp tác với các tổ chức và DN quốc tế để học hỏi kinh nghiệm và công nghệ hiện đại. Chính phủ tạo điều kiện thu hút đầu tư nước ngoài và hợp tác với các tổ chức, DN quốc tế để học hỏi kinh nghiệm và công nghệ tiên tiến.

Hiện nay, các địa phương tại Việt Nam đang triển khai kế hoạch phát triển BHTT để nâng cao khả năng cạnh tranh cho DN địa phương. Tuy nhiên, sự phát triển này không đồng đều giữa các khu vực do mức độ đầu tư và sự quan tâm khác nhau:

Hà Nội: Thành phố này đã thực hiện nhiều chương trình và sáng kiến để thúc đẩy BHTT, như tổ chức các khóa đào tạo cho DN nhỏ và vừa, hỗ trợ chuyển đổi số, và tổ chức hội chợ TMĐT.

TP. Hồ Chí Minh: Địa phương này xây dựng một đề án phát triển TMĐT, bao gồm việc thành lập các trung tâm hỗ trợ DN BHTT, tổ chức sự kiện và triển lãm, cũng như phát triển nền tảng trực tuyến cho các DN.

Đà Nẵng: Thành phố này tập trung vào việc phát triển hạ tầng cho BHTT và hỗ trợ DN trong chuyển đổi số. Các chương trình đào tạo và hội thảo được tổ chức để nâng cao nhận thức và kỹ năng về BHTT cho DN.

Cần Thơ: Địa phương này xây dựng kế hoạch để thúc đẩy và hỗ trợ DN áp dụng công nghệ số, đồng thời triển khai các chương trình đào tạo và hỗ trợ kỹ thuật cho DN nhỏ và vừa tham gia vào TMĐT.

Hải Phòng: Thành phố này hỗ trợ DN trong việc xây dựng trang web BHTT và triển khai các chiến dịch marketing số để tăng cường sự hiện diện trực tuyến của họ.

3.2.2. Thực trạng xây dựng chính sách và ban hành văn bản pháp luật QLNN đối với BHTT

3.2.2.1. Chính sách về BHTT

Chính sách về BHTT là hệ thống các quy định, biện pháp của Nhà nước nhằm điều chỉnh hoạt động BHTT trong mỗi giai đoạn phát triển để đạt được các mục tiêu đã đề ra trong các chiến lược, kế hoạch phát triển BHTT. Các chính sách BHTT thường tập trung vào các khía cạnh sau:

(1). Chính sách thương nhân

Nghị định số 52/2013/NĐ-CP của Chính phủ quy định về TMĐT và Nghị định số 85/2021/NĐ-CP sửa đổi một số điều của Nghị định 52/2013 đã đặt ra các quy định rõ ràng về quyền và nghĩa vụ của DN (DN) trong hoạt động BHTT (BHTT), bảo mật thông tin cá nhân và bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng. Các quy định này tạo ra một khung pháp lý rõ ràng, giúp DN và người tiêu dùng hiểu rõ quyền lợi và nghĩa vụ của mình. Chính sách bảo vệ người tiêu dùng đảm bảo rằng thông tin về hàng hóa và dịch vụ được cung cấp đầy đủ, và có cơ chế hiệu quả để giải quyết khiếu nại và tranh chấp.

Ngoài ra, các quy định về bảo mật thông tin cá nhân và an toàn giao dịch trực tuyến cũng giúp tăng cường sự tin tưởng vào TMĐT. Theo Nghị định số 85/2021, từ ngày 01/01/2022, ngoài việc thực hiện BHTT trên các sàn giao dịch TMĐT qua website chính thống, DN còn có thể hoạt động thương mại trên các mạng xã hội như Facebook, Zalo và Instagram.

Các DN hoạt động trong lĩnh vực BHTT rất chú trọng đến chính sách này, với mức đánh giá trung bình (GTTB) đều trên 3,2. Điều này cho thấy họ đặc biệt quan tâm đến tính minh bạch và việc phân tách rõ ràng các vấn đề liên quan đến BHTT. Điều này giúp ngăn chặn việc DN “lẩn trốn” nghĩa vụ của mình trên thị trường.

Hiện nay, Nhà nước đang áp dụng một số chính sách chính để điều chỉnh hoạt động của các DN BHTT. Các chính sách này bao gồm:

Luật Thương Mại (Sửa đổi năm 2017): Quy định về hoạt động TMĐT, bao gồm các yêu cầu về đăng ký kinh doanh, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, và quy định liên quan đến giao dịch trực tuyến.

Nghị định 52/2013/NĐ-CP: Đặt ra quy định về TMĐT và cung cấp khung pháp lý cho các hoạt động BHTT cùng với các hình thức giao dịch trực tuyến khác.

Thông tư 47/2014/TT-BCT: Quy định chi tiết về quản lý và điều hành hoạt động TMĐT, bao gồm việc cung cấp thông tin về sản phẩm, dịch vụ, và bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng.

Chỉ thị 26/CT-TTg: Đề ra các nhiệm vụ và giải pháp để phát triển TMĐT giai đoạn 2016-2020, tập trung vào việc thúc đẩy hoạt động của các DN TMĐT.

Các văn bản pháp lý này yêu cầu các DN BHTT phải thực hiện thủ tục đăng ký kinh doanh và đăng ký hoạt động TMĐT theo quy định của pháp luật. Đồng thời, DN cũng cần tuân thủ các quy định về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, trong đó có việc cung cấp thông tin đầy đủ về sản phẩm và chính sách đổi trả.

Theo kết quả khảo sát 60 cán bộ QLNN đối với BHTT ở Việt Nam chính sách DN cho thấy các quy định chính sách đối với các DN BHTT chưa có sự khác biệt với các DN khác (GTTB khoảng 2,7), dẫn tới việc xem xét trách nhiệm của các DN BHTT vẫn chưa cụ thể. Chưa thấy có những ưu đãi khác biệt để thúc đẩy hoạt động BHTT ở Việt Nam (xem bảng 3.8 và Phụ lục 3, Bảng 2)

Bảng 3.8. Kết quả khảo sát nhận định về thực trạng chính sách DN đối với BHTT

Tiêu chí	GTTB
Chính sách DN đối với BHTT ngày càng đầy đủ và hoàn thiện, dần đáp ứng yêu cầu của các DN BHTT	2,67
Các điều kiện, thủ tục khi đăng ký thành lập Website TMĐT rõ ràng về trách nhiệm và thủ tục nhanh gọn.	3,13
Trách nhiệm của các DN tham gia BHTT được quy định rõ ràng, chặt chẽ	2,33
Các hành vi bị cấm trong hoạt động BHTT được xây dựng đầy đủ, gắn trực tiếp với các DN BHTT	2,52
Một số quy định được ban hành đối với BHTT còn chồng chéo, mâu thuẫn, triệt tiêu hiệu lực của nhau.	3,01
Tính ổn định, tính minh bạch, rõ ràng, dễ tìm của một số quy định pháp luật còn hạn chế.	2,49
Quyền tiếp cận thông tin, trách nhiệm giải trình và việc áp dụng luật còn khó khăn, chưa mang lại lợi ích tốt nhất cho các DN BHTT	3,12
Những cải cách thủ tục hành chính còn chậm, chưa đồng bộ và nhất quán (giữa các bộ, ngành, giữa bộ ngành và địa phương).	3,08
Các chính sách ưu đãi đối với DN BHTT không ổn định với sự thay đổi liên tục của môi trường hội nhập	3,22

Nguồn: kết quả khảo sát của NCS, 2022

(2). Chính sách bảo vệ người tiêu dùng trong BHTT

Để bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng khi thực hiện giao dịch trực tuyến, Nhà nước đang áp dụng một số chính sách quan trọng, bao gồm:

Luật Bảo Vệ Người Tiêu Dùng (Sửa đổi năm 2017): Luật này quy định rõ quyền lợi của người tiêu dùng, bao gồm quyền được thông tin, quyền được bảo vệ an toàn cho sức khỏe, và quyền được khiếu nại.

Nghị định 52/2013/NĐ-CP: Nghị định này quy định về TMĐT và có các điều khoản liên quan đến bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong các giao dịch trực tuyến.

Thông tư 47/2014/TT-BCT: Thông tư này quy định chi tiết về TMĐT, trong đó nêu rõ yêu cầu cung cấp thông tin sản phẩm, điều kiện giao dịch, và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Thông tư 06/2022/TT-BCT: Quy định này liên quan đến quản lý và điều hành hoạt động TMĐT, đặc biệt nhấn mạnh bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong môi trường trực tuyến.

Đối với các DN BHTT khi thực hiện các giao dịch trực tuyến với người tiêu dùng họ cũng quan tâm các chính sách bảo vệ khách hàng của họ (*xem bảng 4, phụ lục 4*) trong đó vấn đề bảo mật thông tin khách hàng vẫn luôn được người tiêu dùng quan tâm (GTTB đạt 3,28). Các vấn đề liên quan đến cam kết giữa người mua và người bán, cũng như thanh toán, cũng là những trở ngại mà DN BHTT gặp phải, với mức độ quan tâm đạt 3,19 và 3,23. Điều này cho thấy rằng yếu tố khách hàng là rất nhạy cảm nếu không được chăm sóc và bảo vệ đúng mức, DN có thể mất đi một lượng lớn khách hàng. Trong khi đó, người tiêu dùng thường ít quan tâm đến các văn bản hướng dẫn của Nhà nước, với mức độ quan tâm chỉ đạt 2,85.

Quyền lợi của người tiêu dùng khi mua sắm trực tuyến có thể bị ảnh hưởng bởi hai nhóm yếu tố: *Yếu tố từ môi trường thương mại truyền thống*: Bao gồm thông tin về sản phẩm, chất lượng hàng hóa, dịch vụ, và nhiều yếu tố khác. *Yếu tố từ môi trường điện tử*: Như bảo vệ thông tin cá nhân, ngăn chặn thư rác (quảng cáo không mong muốn), và đảm bảo an toàn trong giao dịch trực tuyến.

Để bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng trong các giao dịch mua bán trực tuyến, các quy định pháp luật yêu cầu DN phải: (i) Cung cấp đầy đủ và chính xác thông tin về sản phẩm và dịch vụ, bao gồm mô tả, giá cả, và chính sách đổi trả; (ii) Có chính sách rõ ràng về việc đổi trả hàng hóa và hoàn tiền, đồng thời tuân thủ các quy định của pháp luật; (iii) Thiết lập cơ chế giải quyết khiếu nại hiệu quả, giúp xử lý các vấn đề và tranh chấp giữa người tiêu dùng và DN.

Về bảo vệ thông tin cá nhân, đây vẫn là một khái niệm mới ở Việt Nam. Hiện tại, Việt Nam chưa có một văn bản pháp luật riêng về bảo vệ thông tin cá nhân. Tuy nhiên, các văn bản pháp luật liên quan đến mua bán trực tuyến đã bắt đầu quy định rõ ràng hơn về vấn đề này. Đặc biệt, đã có các quy định về xử phạt các vi phạm liên quan, từ phạt hành chính đến hình sự cho những trường hợp vi phạm nghiêm trọng.

Trong quá trình ký hợp đồng qua website điện tử, do đặc điểm của Internet, quy trình giao dịch có nhiều khác biệt so với giao dịch truyền thống: (i) Trong giao dịch truyền thống, bên đề nghị giao kết là bên đưa ra các điều khoản của hợp đồng. Ngược lại, trên website điện tử, khách hàng là người đề nghị ký hợp đồng, nhưng DN mới là bên quyết định các điều khoản; (ii) Người tiêu dùng thường gặp khó khăn trong việc tiếp cận thông tin do thông tin sản phẩm và điều kiện giao dịch thường được phân tán khắp nơi trên website. Ngoài ra, thông tin có thể không đầy đủ hoặc được trình bày theo cách gây nhầm lẫn.

Để giải quyết các vấn đề liên quan đến việc bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng khi giao dịch trên các website TMĐT, Bộ Công Thương đã ban hành Thông tư 09/2008/TT-BCT vào ngày 21/7/2008. Thông tư này hướng dẫn cách cung cấp thông tin và quy trình ký kết hợp đồng trên các trang web điện tử. Bên cạnh đó, Thủ tướng Chính phủ đã ký Quyết định số 319/QĐ-TTg vào ngày 29/3/2023, phê duyệt một đề án về chống hàng giả và bảo vệ người tiêu dùng trong giao dịch trực tuyến, kéo dài đến năm 2025.

Đề án này nhằm: (i) Nâng cao nhận thức của các tổ chức, cá nhân, DN về việc tuân thủ các chính sách của Nhà nước trong việc chống hàng giả và bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng; (ii) Cải thiện hiệu quả trong việc bảo vệ người tiêu dùng khi mua sắm trực tuyến, tạo niềm tin cho họ trong các giao dịch này; (iii) Đảm bảo quyền lợi hợp pháp của DN và người tiêu dùng được bảo vệ, đồng thời tạo ra một môi trường mua bán trực tuyến minh bạch và lành mạnh; (iv) Thúc đẩy sự phát triển bền vững của TMĐT tại Việt Nam.

Một số điểm quan trọng trong đề án này đó là: (i) Cam kết từ các sàn giao dịch TMĐT lớn không kinh doanh hàng giả; (ii) Xây dựng cơ sở dữ liệu tập trung để hỗ trợ công tác chống hàng giả và bảo vệ người tiêu dùng; (iii) Tăng cường phối hợp giữa các cơ quan trong việc thanh tra, kiểm tra và xử lý vi phạm.

Với khảo sát thực tế đối với 60 cán bộ QLNN đối với BHTT ở Việt Nam về việc bảo vệ người tiêu dùng trong các giao dịch BHTT của Nhà nước chưa cao (GTTB khoảng 2,4). Việc bảo vệ quyền riêng tư, những thông tin cá nhân của người tiêu dùng không được đảm bảo. Tuy nhiên người tiêu dùng có thể dễ dàng tiếp cận thông tin về sản phẩm và người BHTT. (xem Bảng 3.9 và Phụ lục 3, Bảng 3)

Bảng 3.9. Kết quả khảo sát nhận định về thực trạng chính sách bảo vệ người tiêu dùng trong BHTT

Tiêu chí	GTTB
Chính sách quy định về quyền lợi và nghĩa vụ đối với người tiêu dùng khi tham gia mua hàng trực tuyến rõ ràng, minh bạch	2,12
Quyền tiếp cận thông tin về sản phẩm và DN BHTT dễ dàng.	3,02
Các quy định về xử phạt các hành vi chưa đúng đối với người tiêu dùng chưa cụ thể và không có tính răn đe	2,43
Các quy định về bảo mật và bảo vệ quyền riêng tư của người tiêu dùng không cao	2,02

Nguồn: kết quả khảo sát của NCS, 2022

(3). Chính sách thuế trong kinh doanh trực tuyến

Để quản lý thuế một cách hiệu quả trong các giao dịch trực tuyến, Việt Nam hiện áp dụng một số chính sách thuế chính như sau:

(i) Luật Thuế Giá Trị Gia Tăng (GTGT): Các DN BHTT phải thực hiện nghĩa vụ kê khai và nộp thuế GTGT cho các giao dịch bán hàng của họ; (ii) Luật Thuế Thu Nhập DN (TNDN): DN cũng cần kê khai và nộp thuế thu nhập dựa trên lợi nhuận từ hoạt động BHTT; (iii) Nghị định 126/2020/NĐ-CP: Quy định chi tiết về việc thi hành Luật Quản lý thuế, bao gồm các quy định cụ thể đối với hoạt động TMĐT; (iv) Thông tư 40/2021/TT-BTC: Hướng dẫn quản lý thuế đối với hoạt động TMĐT và dịch vụ kinh doanh qua Internet; (v) Chỉ thị 23/CT-TTg: Đề ra các giải pháp nhằm tăng cường hiệu quả quản lý thuế đối với TMĐT.

Để nâng cao hiệu quả QLNN về nguồn thu từ thuế, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 85/2021/NĐ-CP về TMĐT và Thông tư số 40/2021/TT-BTC quy định rõ trách nhiệm của những người quản lý trên các sàn giao dịch điện tử. Qua đó, các cơ quan QLNN sẽ nhận được thông tin kịp thời về các giao dịch, giúp đảm bảo việc thu thuế chính xác và đầy đủ theo quy định.

Nhờ vào việc áp dụng các chính sách thuế kịp thời, hiệu quả thu thuế từ hoạt động BHTT đã được cải thiện. Từ năm 2018 đến nay, tổng doanh thu thuế từ các hoạt động bán hàng xuyên biên giới đạt khoảng 5.588 tỷ đồng. Trong 9 tháng đầu năm 2022, thuế từ các tổ chức và cá nhân Việt Nam có thu nhập từ giao dịch trực tuyến và cung cấp dịch vụ số đạt 531 tỷ đồng. Mặc dù số thuế từ giao dịch trực tuyến còn thấp so với tiềm năng, nhưng nó đã góp phần đáng kể vào ngân sách nhà nước. Với các quy định về thuế ngày càng hoàn thiện, hoạt động BHTT hứa hẹn sẽ mang lại nguồn thu lớn hơn trong tương lai.

Đối với vấn đề thuế đối với các chủ thể kinh doanh nói chung và BHTT nói riêng đều rất quan tâm, trong đó đặc biệt là những “quyền” và “nghĩa vụ” của người nộp thuế (*xem bảng 4, Phụ lục 4*). Sự chồng chéo, không rõ ràng và đặc biệt không quan tâm đến đặc thù của người BHTT thì sẽ dẫn tới sự trốn thuế (GTTB là 2,78) và gian dối trong nghĩa vụ nộp thuế (GTTB đạt 2,87). Điều này là do các văn bản còn nhiều chồng chéo, DN BHTT khó tiếp cận (GTTB đạt 3,65).

Tại Việt Nam, chính sách thuế hiện hành không phân biệt hoạt động kinh doanh theo phương thức truyền thống và hoạt động kinh doanh theo phương thức TMĐT. Việc thu thuế đối với hoạt động BHTT đang được thực hiện theo đúng quy định nguồn thu thuế BHTT chủ yếu từ 3 loại giao dịch gồm: Bán hàng qua MXH hoặc các sàn điện tử (Shopee, Lazada, Tiki...); Thu nhập từ hoạt động viết các ứng dụng trò chơi, quảng cáo qua: Facebook, Google, YouTube...; Các tổ chức, gia đình có hoạt động cho thuê nhà thông qua các trang mạng điện tử (Agoda, Booking...)

• *Xác định thông tin đối tượng phải nộp thuế trong giao dịch trực tuyến*

Trong những năm gần đây, Quốc hội, Chính phủ và Bộ Tài chính Việt Nam đã ban hành một số quy định để xác định nguồn thu ngân sách từ thu nhập của các tổ chức nước ngoài, hộ kinh doanh và cá nhân hoạt động trên nền tảng số. Các quy định này bao

gồm: Nghị định số 91/2022/NĐ-CP: Nghị định này sửa đổi, bổ sung Nghị định số 126/2020/NĐ-CP, hướng dẫn về Luật Quản lý thuế.

Theo quy định mới, các tổ chức được thành lập và hoạt động theo pháp luật Việt Nam, cụ thể là các sàn giao dịch TMĐT, có trách nhiệm cung cấp đầy đủ, chính xác và đúng hạn thông tin về DN, tổ chức và cá nhân thực hiện giao dịch mua bán hàng hóa, dịch vụ trên sàn cho cơ quan thuế. Điều này có nghĩa là sàn giao dịch TMĐT chỉ cần cung cấp thông tin và xuất hóa đơn cho cơ quan chức năng, mà không phải chịu trách nhiệm nộp thuế thay cho người bán hàng.

• *Quản lý kê khai, nộp thuế BHTT ở Việt Nam*

Hiện nay, ngày càng nhiều cá nhân đang kiếm thu nhập từ các nền tảng như YouTube, Google, Facebook và các chợ ứng dụng như Playstore và Appstore. Theo Thông tư số 92/2015/TT-BTC, những cá nhân có doanh thu từ hoạt động kinh doanh trên 100 triệu đồng mỗi năm sẽ phải nộp thuế Giá trị gia tăng và thuế thu nhập cá nhân. Điều này có nghĩa là những người nhận thu nhập từ các tổ chức như Facebook, Google và YouTube sẽ được coi là cá nhân kinh doanh và có trách nhiệm nộp thuế.

Theo thông tin từ Tổng cục Thuế, tính đến hết năm 2022, Việt Nam có 139 đơn vị sở hữu sàn giao dịch TMĐT, trong đó có 41 sàn bán hàng và 98 sàn cung cấp dịch vụ. Trung bình, có khoảng 3,5 triệu lượt khách hàng truy cập các sàn này mỗi ngày. Tổng số thu từ hoạt động quảng cáo trực tuyến qua các tổ chức tại Việt Nam đã đạt hơn 5.500 tỷ đồng từ năm 2018 đến cuối năm 2022, tức trung bình khoảng 1.200 tỷ đồng mỗi năm. Trong đó, Facebook đóng góp 2.076 tỷ đồng, Google 2.040 tỷ đồng và Microsoft 699 tỷ đồng. Đối với các tổ chức nước ngoài không thành lập pháp nhân tại Việt Nam, như Google và YouTube, thu thuế từ hoạt động quảng cáo trực tuyến năm 2020 đạt 1.143 tỷ đồng, tăng 133 tỷ đồng so với năm 2019 và tăng 1.096,14 tỷ đồng so với năm 2016. Số thu đã tăng lên 24 lần trong bốn năm từ 2016 đến 2020.

Cơ quan thuế quản lý thuế đối với thu nhập phát sinh từ các đối tác hoặc đại lý quảng cáo, cũng như từ DN mua dịch vụ trực tiếp từ các công ty này. Tính đến cuối năm 2022, cơ quan thuế đã thu được khoảng 1.100 tỷ đồng từ việc xử lý vi phạm và chống thất thu thuế. Nhiều cá nhân cũng thực hiện giao dịch mua bán tiền “ảo” và cho thuê ứng dụng quảng cáo, với doanh thu lên tới hàng chục tỷ hoặc thậm chí hàng trăm tỷ đồng, nhưng không kê khai và nộp thuế đầy đủ.

• *Xác định đối tượng nộp thuế*

Việc xác định đối tượng nộp thuế trong hoạt động BHTT rất quan trọng cho việc quản lý thuế và đảm bảo công bằng trong môi trường này. Ở Việt Nam, có một số điểm mới trong việc xác định ai phải nộp thuế, đặc biệt khi TMĐT đang phát triển mạnh.

Mở rộng đối tượng nộp thuế: Theo Nghị định 126/2020/NĐ-CP và Thông tư 40/2021/TT-BTC, tất cả các DN BHTT, dù là công ty trong nước hay DN nước ngoài

hoạt động tại Việt Nam, đều phải thực hiện nghĩa vụ thuế. Điều này bao gồm các DN kinh doanh trên các nền tảng TMĐT, các sàn giao dịch trực tuyến và các cá nhân kinh doanh online.

Các sàn TMĐT và MXH cũng phải hợp tác với cơ quan thuế để đảm bảo việc thu thuế từ người bán trên nền tảng của họ. Quy định mới cũng yêu cầu các DN nước ngoài không có trụ sở tại Việt Nam nhưng có hoạt động BHTT cho người tiêu dùng Việt Nam phải thực hiện nghĩa vụ thuế. Đây là một bước quan trọng để quản lý thuế đối với các DN toàn cầu hoạt động qua Internet. Theo các quy định hiện tại, cả cá nhân và DN có thu nhập từ BHTT đều phải nộp thuế. Đặc biệt, những cá nhân có thu nhập cao từ hoạt động này cũng cần kê khai và nộp thuế đúng quy định. Các sàn giao dịch TMĐT cũng phải cung cấp thông tin về người bán và các giao dịch để hỗ trợ cơ quan thuế trong việc quản lý và thu thuế.

Để quản lý thuế hiệu quả, Việt Nam đang áp dụng công nghệ thông tin thông qua hệ thống quản lý thuế điện tử, giúp theo dõi và thu thập thông tin về hoạt động BHTT, từ đó xác định và quản lý đối tượng nộp thuế một cách chính xác hơn.

• *Quản lý thuế*

Hiện nay, Việt Nam áp dụng phương thức quản lý thuế tự khai, tự nộp, có nghĩa là người nộp thuế tự mình kê khai các hoạt động kinh doanh và điều chỉnh khi có thay đổi. Do đó, cơ quan thuế chỉ có thể biết về các hoạt động của người nộp thuế thông qua công tác thanh tra và kiểm tra. Trong môi trường Internet, việc này trở nên khó khăn hơn, đặc biệt là khi các cá nhân hoặc DN không đăng ký hoạt động kinh doanh với cơ quan thuế.

Công tác thanh tra và kiểm tra hoạt động BHTT cũng có những yêu cầu khác so với phương thức truyền thống. Nhân viên thanh tra cần có kiến thức về công nghệ thông tin và ngoại ngữ, cũng như thành thạo các ứng dụng hỗ trợ để theo dõi giao dịch và thu thập dữ liệu làm bằng chứng chống lại các hành vi vi phạm thuế. Tuy nhiên, hiện tại, cơ quan thuế gặp nhiều khó khăn, như việc người nộp thuế có thể xóa dữ liệu hoặc từ chối cung cấp thông tin từ máy chủ. Thêm vào đó, trình độ tin học của cán bộ thanh tra còn hạn chế, khiến việc truy xuất thông tin doanh thu chưa kê khai hoặc kê khai không đầy đủ trở nên khó khăn.

Đối với những DN thuê máy chủ để hoạt động trang web bán hàng, cơ quan thuế cũng gặp khó khăn trong việc thu thập thông tin từ các đơn vị cho thuê máy chủ do bảo mật thông tin khách hàng. Hơn nữa, với nhiều phương thức thanh toán trực tuyến linh hoạt như ví điện tử và thẻ tín dụng, các cá nhân và tổ chức có thể dễ dàng thực hiện giao dịch qua Internet. Tuy nhiên, việc thu thập thông tin về lịch sử giao dịch và sao kê tài khoản từ ngân hàng hoặc các dịch vụ thanh toán cũng rất khó khăn do thiếu cơ chế phối hợp.

Theo thông tin từ Tổng cục Thuế, tính đến ngày 6/2/2023, đã có 258 TMĐT cung cấp thông tin cho cơ quan thuế, trong đó có các sàn lớn như Shopee, Lazada và Sendo.

Dữ liệu từ quý IV/2022 cho thấy có 14.875 tổ chức và 53.208 cá nhân trong nước đã đăng ký bán hàng trên các sàn giao dịch này. Tổng cộng, có hơn 68.000 tổ chức và cá nhân tham gia hoạt động TMĐT, với tổng giá trị giao dịch khoảng 4.500 tỷ đồng. Tuy nhiên, vấn đề lớn là làm thế nào để những tổ chức và cá nhân có thu nhập từ giao dịch TMĐT thực hiện đúng nghĩa vụ nộp thuế của mình.

Khó khăn lớn nhất hiện nay là quản lý đầy đủ các đối tượng nộp thuế và nguồn thu thuế. Nhiều DN và cá nhân chưa tự giác kê khai và nộp thuế. Một số nhà cung cấp dịch vụ trên nền tảng số lợi dụng tình huống để trốn thuế. Ngoài ra, nhiều DN TMĐT không đăng ký kinh doanh hoặc không kê khai đầy đủ doanh thu để giảm số thuế phải nộp. Thêm vào đó, việc kiểm soát giao dịch kinh doanh để quản lý các đối tượng nộp thuế trong lĩnh vực TMĐT cũng gặp nhiều khó khăn. Do các hoạt động TMĐT không cần cửa hàng truyền thống, mọi giao dịch hoàn toàn diễn ra trực tuyến, máy chủ có thể đặt ở nước ngoài, và một cá nhân hoặc tổ chức có thể có nhiều gian hàng trên nhiều sàn TMĐT cũng như trên các mạng

Về thực trạng khảo sát quản lý thuế của Nhà nước đối với các DN BHTT ở Việt Nam tương đối thấp GTTB xấp xỉ 2,4. Từ việc quản lý thông tin về DN, cho đến việc giám sát theo dõi hoạt động của các DN trên thị trường yếu kém và lạc hậu. Do đó thất thoát thuế ở trong BHTT là lớn (*xem Bảng 3.10, Phụ lục 3, Bảng 4*)

Bảng 3.10. Kết quả khảo sát nhận định về thực trạng chính sách thuế trong BHTT

Tiêu chí	GTTB
Quản lý thông tin về DN BHTT yếu kém và không chính xác	2,42
Xác định đối tượng nộp thuế chậm, đặc biệt với các DN có yếu tố nước ngoài	2,05
Công tác thanh tra, kiểm tra các DN BHTT chưa sử dụng công nghệ nên khó quản lý được DN BHTT	2,64
Các quy định xử phạt về hành vi gian lận, trốn thuế chưa đủ răn đe	2,02

Nguồn: Kết quả khảo sát của NCS, 2022

(4). Chính sách hạ tầng công nghệ cho BHTT

Hạ tầng công nghệ thông tin và truyền thông

Đề án ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông trong Hệ thống thống kê nhà nước giai đoạn 2017 - 2025, với tầm nhìn đến năm 2030, được ban hành theo Quyết định số 501/QĐ-TTg ngày 10/5/2018 của Thủ tướng Chính phủ (gọi tắt là Đề án 501). Mục tiêu của đề án là áp dụng công nghệ thông tin và truyền thông, cùng với các phương pháp khoa học dữ liệu, để cải thiện chất lượng thông tin thống kê. Đồng thời, đề án cũng hướng đến việc đổi mới cách điều tra thống kê, tích hợp dữ liệu hành chính, thu thập và xử lý dữ liệu lớn, cũng như phổ biến thông tin thống kê và chia sẻ dữ liệu để người dùng dễ tiếp cận và sử dụng thông tin hơn.

Đến hết năm 2022, nhiều nhiệm vụ trong Đề án đã được thực hiện và đạt kết quả tích cực. Nổi bật là việc áp dụng công nghệ thông minh trong các giai đoạn của tổng

điều tra và điều tra thống kê hàng năm. Hệ thống thống kê đã bắt đầu quản lý dữ liệu tập trung, sử dụng hiệu quả dữ liệu hành chính ở một số lĩnh vực để biên soạn các chỉ tiêu thống kê. Hệ thống công nghệ thông tin tại Tổng cục Thống kê đã được nâng cấp, đáp ứng các yêu cầu cho hoạt động thống kê.

Hệ thống mạng viễn thông và thông tin quốc gia đã được đầu tư và áp dụng công nghệ tiên tiến, với mạng lưới phủ sóng rộng khắp từ trung ương đến địa phương, bao gồm cả các vùng nông thôn và hải đảo xa xôi. Việt Nam cũng đã phát triển hệ thống kết nối quốc tế với nhiều phương thức truyền dẫn và tốc độ kết nối khác nhau, nhờ vào các hệ thống cáp quang và vệ tinh. Sự kiện phóng thành công vệ tinh Vinasat-1 vào tháng 4/2008 đánh dấu Việt Nam là quốc gia thứ 93 trên thế giới và thứ 6 trong khu vực sở hữu vệ tinh riêng, giúp cải thiện hạ tầng thông tin liên lạc và nâng cao chất lượng dịch vụ viễn thông và công nghệ thông tin của Việt Nam.

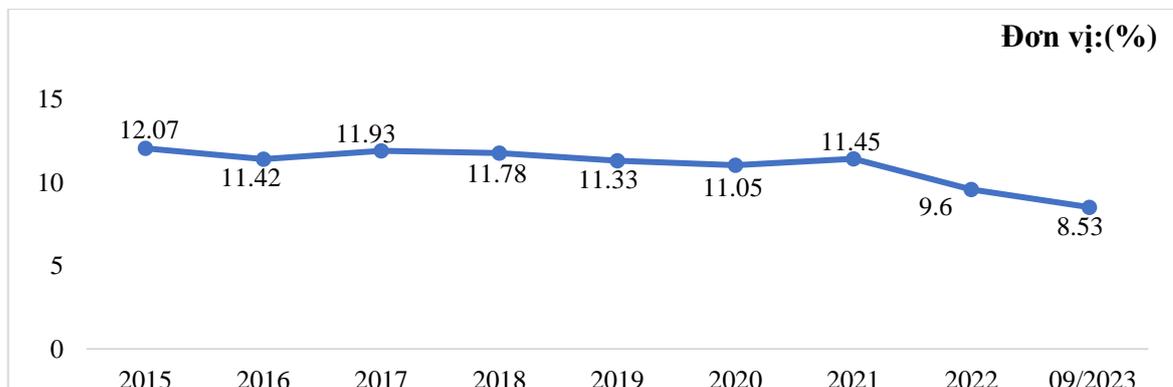
Sự phát triển của hạ tầng công nghệ thông tin và truyền thông đã tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển của TMĐT tại Việt Nam. Các DN BHTT rất quan tâm đến chính sách này (*xem bảng 4, phụ lục 4*). Mặc dù Nhà nước đã có những nỗ lực đầu tư phát triển hạ tầng công nghệ và thanh toán, nhưng vẫn còn một số vấn đề trong giao dịch và thanh toán giữa các ngân hàng, dẫn đến chi phí cao và ảnh hưởng đến tốc độ chốt đơn của DN.

Hạ tầng công nghệ thanh toán

Để thúc đẩy sự phát triển của BHTT, Nhà nước đã đưa ra nhiều đề án nhằm phát triển và khuyến khích các phương thức thanh toán không dùng tiền mặt. Mới đây, Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt Đề án phát triển thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam giai đoạn 2021 – 2025 (Quyết định số 1813/QĐ-TTg). Mục tiêu của đề án này là tạo ra sự thay đổi tích cực trong việc sử dụng thanh toán không tiền mặt, nhằm đạt mức tăng trưởng cao. Đề án hướng đến việc xây dựng thói quen sử dụng thanh toán không tiền mặt cho người dân, bắt đầu từ khu vực đô thị và dần mở rộng ra các vùng nông thôn, hải đảo xa xôi. Ngoài ra, mục tiêu cũng là giảm chi phí liên quan đến tiền mặt cho nền kinh tế, DN và cá nhân, cụ thể: (i) Tăng trưởng số lượng và giá trị giao dịch thanh toán không dùng tiền mặt đạt trung bình từ 20% đến 25% mỗi năm; (ii) Tăng trưởng giao dịch qua điện thoại di động từ 50% đến 80% về số lượng và từ 80% đến 100% về giá trị mỗi năm; (iii) Tăng trưởng giao dịch qua Internet từ 35% đến 40% về số lượng mỗi năm; (iv) Tỷ lệ cá nhân, tổ chức sử dụng thanh toán không dùng tiền mặt đạt 40%. Những chính sách này đã giúp công nghệ thanh toán ở Việt Nam từng bước được cải thiện, tạo cơ sở cho sự phát triển của BHTT.

Việc thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt cũng là một trong những nhiệm vụ quan trọng trong phát triển kinh tế xã hội mà Chính phủ đang đặc biệt chú trọng. Trước đó, Đề án thanh toán không dùng tiền mặt giai đoạn 2006-2010 (ban hành theo Quyết

định số 291/2006/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ vào tháng 12/2006) đã đặt ra mục tiêu giảm lượng tiền mặt trong lưu thông và đa dạng hóa các phương thức thanh toán không dùng tiền mặt (*xem hình 3.10*). Trong các giải pháp của đề án, phát triển thị trường thẻ thanh toán được coi là một yếu tố then chốt cho việc triển khai các dịch vụ thanh toán hiện đại dựa trên CNTT và TMĐT.



Hình 3.10. Tỷ lệ tiền mặt lưu thông trong tổng phương tiện thanh toán

Nguồn: Ngân hàng Nhà nước Việt Nam

Trong những năm gần đây, giao dịch tiền mặt đã giảm đáng kể, trong khi thanh toán điện tử lại tăng trưởng mạnh mẽ. Theo dữ liệu từ Ngân hàng Nhà nước, trong 8 tháng đầu năm 2023, giao dịch qua Internet tăng 76% về số lượng và 1,79% về giá trị so với cùng kỳ năm trước. Giao dịch qua mã QR tăng 152% về số lượng và 301% về giá trị. Giao dịch qua điện thoại di động cũng ghi nhận sự tăng trưởng 65% về số lượng và 77% về giá trị. Tổng doanh thu từ thị trường thanh toán điện tử đạt 20,5 tỷ USD. Ngược lại, số lượng giao dịch rút tiền mặt qua ATM giảm 4% và giá trị giảm 6%, điều này đã góp phần thúc đẩy nhanh việc thanh toán không dùng tiền mặt trong nền kinh tế.

Sự phát triển nhanh chóng của các dịch vụ và phương tiện thanh toán điện tử đã giúp việc thanh toán hàng hóa, dịch vụ trở nên dễ dàng hơn thông qua Internet, điện thoại di động, máy ATM và thiết bị POS. Điều này đã thúc đẩy sự phát triển của thương mại điện tử tại Việt Nam. Hơn nữa, sự tham gia của các tổ chức cung cấp giải pháp thanh toán và trung gian hỗ trợ thanh toán ngày càng nhiều, cùng với sự liên kết giữa họ và ngân hàng, công ty viễn thông, cũng góp phần hoàn thiện cơ sở hạ tầng thanh toán điện tử trong nền kinh tế.

Tuy đã phát triển khá nhanh nhưng vẫn còn một số hạn chế trong thanh toán điện tử:

Hệ thống cơ sở hạ tầng phục vụ cho thanh toán điện tử ở Việt Nam đang phát triển chưa đồng đều, chủ yếu tập trung ở các thành phố lớn và khu vực đô thị. Chất lượng của công nghệ thông tin và viễn thông chưa thật sự ổn định, ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ thanh toán.

Mặc dù số lượng thẻ ngân hàng tăng lên, nhưng việc chuyển khoản chủ yếu chỉ diễn ra giữa các tài khoản cùng ngân hàng. Các dịch vụ thanh toán hiện đại chỉ mới được triển khai ở một số ngân hàng và vẫn chưa đáp ứng đầy đủ nhu cầu đa dạng của khách hàng

trong giao dịch trực tuyến. Nhiều người vẫn sử dụng tiền mặt cho các giao dịch hàng ngày, và tâm lý lo ngại, sợ rủi ro đã cản trở họ tiếp cận các hình thức thanh toán mới.

Công tác thông tin và tuyên truyền về thanh toán điện tử cũng chưa được thực hiện đồng bộ và kịp thời. Nhiều phương tiện truyền thông chỉ tập trung vào những điểm yếu hoặc lỗi trong hệ thống thanh toán, dẫn đến việc người tiêu dùng có cái nhìn thiếu khách quan và mất niềm tin vào các phương tiện thanh toán mới.

Hệ thống pháp lý liên quan đến thanh toán điện tử cũng chưa đồng bộ, và sự phối hợp giữa các biện pháp hành chính và các biện pháp khuyến khích kinh tế chưa đủ mạnh để thực hiện các chính sách hiệu quả. Chưa có đủ các chế tài để xử lý các hành vi giả mạo và tội phạm trong lĩnh vực ngân hàng, trong khi ý thức phòng tránh các rủi ro giả mạo của người dân và các đơn vị chấp nhận thẻ còn thấp. Hơn nữa, sự hợp tác giữa các ngân hàng trong quản lý rủi ro vẫn còn hạn chế.

Đối với việc phát triển cơ sở hạ tầng công nghệ cho BHTT ở Việt Nam được đánh giá tương đối cao (GTTB hơn 3,0). Chính phủ thường xuyên nâng cấp hạ tầng để đảm bảo cho các hoạt động BHTT không bị tác động đặc biệt các giao dịch có yếu tố nước ngoài. Việc thanh toán ở Việt Nam được đánh giá là thuận tiện, nhanh chóng với chi phí hợp lý (xem bảng 3.11, Phụ lục 3, Bảng 5).

Bảng 3.11. Kết quả khảo sát nhận định về thực trạng chính sách phát triển hạ tầng công nghệ cho BHTT

Tiêu chí	GTTB
Hạ tầng công nghệ thông tin đáp ứng yêu cầu của các DN BHTT trong và ngoài nước	3,41
Thường xuyên nâng cấp, sửa chữa kịp thời nhằm đảm bảo thông suốt các giao dịch mua bán trực tuyến	3,26
Đảm bảo hạ tầng công nghệ để kết nối trong và ngoài nước	3,33
Công nghệ thanh toán sử dụng đơn giản, thanh toán nhanh, đảm bảo mức chi phí phù hợp với điều kiện trong nước	3,12

Nguồn: Kết quả khảo sát của NCS, 2022

3.2.2.2. Xây dựng và ban hành văn bản pháp luật QLNN đối với BHTT

Việc xây dựng và ban hành pháp luật về BHTT tại Việt Nam là một quá trình quan trọng để đảm bảo sự phát triển bền vững, minh bạch và an toàn của thị trường TMĐT.

Về xây dựng văn bản pháp luật đối với BHTT:

Luật TMĐT: đã xây dựng hoặc cập nhật Luật TMĐT để bao quát các khía cạnh của BHTT như hợp đồng điện tử, thanh toán điện tử, giao dịch điện tử, và bảo vệ thông tin cá nhân. Đồng thời ban hành các quy định chi tiết để hướng dẫn thực hiện các điều khoản của Luật TMĐT. Các điều khoản chi tiết đã được bổ sung để hướng dẫn cụ thể cho DN trong việc thực hiện các quy định về giao dịch trực tuyến, đảm bảo tính minh bạch và an toàn.

Quy định về bảo vệ người tiêu dùng: đã bổ sung các điều khoản cụ thể về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong TMĐT, bao gồm quy định về chính sách hoàn trả, bảo hành, và xử lý khiếu nại. Ban hành quy định về bảo vệ dữ liệu cá nhân của người tiêu dùng, yêu cầu các DN phải tuân thủ các tiêu chuẩn bảo mật và không được tiết lộ thông tin trái phép. Việt Nam đã tăng cường bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong môi trường TMĐT, nhất là về chính sách hoàn trả, bảo hành, và xử lý khiếu nại. Các điều khoản cũng yêu cầu DN bảo mật dữ liệu cá nhân của người tiêu dùng, tuân thủ các tiêu chuẩn về bảo mật và ngăn chặn tiết lộ thông tin trái phép. Bộ quy định bảo vệ dữ liệu cá nhân (được ban hành gần đây hơn) cũng góp phần nâng cao tính an toàn trong giao dịch TMĐT.

Về ban hành các nghị định và thông tư hướng dẫn BHTT:

Nghị định về quản lý hoạt động TMĐT: Ban hành nghị định chi tiết hóa các quy định của Luật TMĐT, bao gồm quy định về đăng ký website/ứng dụng, quảng cáo trực tuyến, và thanh toán điện tử. Quy định cụ thể về các hành vi vi phạm và cơ chế xử phạt đối với các DN không tuân thủ nhằm tăng cường tính răn đe và duy trì thị trường TMĐT lành mạnh.

Thông tư hướng dẫn thi hành: Ban hành các thông tư hướng dẫn chi tiết cách thức thực hiện các quy định trong nghị định và luật, đảm bảo các DN có thể dễ dàng tuân thủ. Hướng dẫn quy trình, thủ tục đăng ký, cấp phép, và báo cáo hoạt động kinh doanh trực tuyến. Các thông tư hướng dẫn thi hành đã giúp làm rõ quy trình đăng ký, cấp phép, và báo cáo hoạt động kinh doanh trực tuyến cho DN, giảm thiểu khó khăn trong việc tuân thủ quy định và tạo thuận lợi cho sự phát triển của các nền tảng TMĐT.

Nhìn chung, hệ thống pháp luật về BHTT tại Việt Nam đã dần hoàn thiện nhưng vẫn đang trong quá trình điều chỉnh và bổ sung để bắt kịp với tốc độ phát triển nhanh chóng của TMĐT. Việc cập nhật và cải tiến luật vẫn đang diễn ra, đặc biệt trong bối cảnh thị trường ngày càng xuất hiện các hình thức và xu hướng kinh doanh mới.

3.2.3. Thực trạng tổ chức triển khai chiến lược chính sách, kế hoạch phát triển BHTT

3.2.3.1. Triển khai các chương trình, dự án BHTT

Để thực hiện kế hoạch phát triển thương mại điện tử (TMĐT) giai đoạn 2021-2025, Cục TMĐT và Kinh tế số thuộc Bộ Công Thương, đã hợp tác với các Bộ và Ngành liên quan nhằm xây dựng các chương trình và dự án cụ thể theo các mục tiêu đã đề ra. Trong giai đoạn này, Cục đã triển khai 6 nhóm chương trình lớn:

Chương trình phổ biến, tuyên truyền và đào tạo về TMĐT: Nâng cao hiểu biết và kỹ năng về TMĐT cho cộng đồng.

Chương trình xây dựng và hoàn thiện hệ thống pháp luật TMĐT: Đẩy mạnh cung cấp dịch vụ công trực tuyến và các ứng dụng TMĐT trong mua sắm của Chính phủ.

Chương trình phát triển công nghệ hỗ trợ TMĐT: Phát triển hạ tầng công nghệ để hỗ trợ hoạt động TMĐT.

Chương trình thực thi pháp luật về TMĐT: Đảm bảo tuân thủ các quy định pháp luật trong lĩnh vực này.

Chương trình hợp tác quốc tế về TMĐT: Tăng cường liên kết và hợp tác với các tổ chức quốc tế trong lĩnh vực TMĐT.

Mỗi chương trình được cụ thể hóa thành nhiều dự án với nhiệm vụ và mục tiêu rõ ràng cho từng đơn vị. Sau 5 năm, phần lớn các mục tiêu đã hoàn thành.

Từ năm 2012, Cục TMĐT và Kinh tế số cùng với VECOM đã xây dựng Chỉ số TMĐT (EBI) để đánh giá mức độ ứng dụng TMĐT trên toàn quốc, bao gồm từng tỉnh và thành phố trực thuộc Trung ương. EBI được dựa trên bốn tiêu chí chính: (i) Nguồn nhân lực và hạ tầng công nghệ thông tin; (ii) Giao dịch TMĐT giữa DN và người tiêu dùng (B2C); (iii) Giao dịch TMĐT giữa DN với DN (B2B); (iv) Dịch vụ công trực tuyến từ cơ quan nhà nước đến DN (G2B).

3.2.3.2. Phối hợp tổ chức hoạt động BHTT

Để tạo môi trường thuận lợi cho phát triển hiệu quả BHTT ở Việt Nam, cần có sự phối hợp giữa nhiều Bộ, Ngành và tổ chức trong và ngoài nước. Bộ Công Thương, cơ quan quản lý chính của BHTT, đã hợp tác với nhiều cơ quan khác để triển khai các dự án TMĐT. Chẳng hạn, Bộ Công Thương đã làm việc với Bộ Tư pháp để hoàn thiện khung pháp lý, hợp tác với Bộ Giáo dục và Đào tạo cùng Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội để tuyên truyền, đào tạo kiến thức về BHTT, và phối hợp với Bộ Khoa học và Công nghệ cùng Ngân hàng Nhà nước để phát triển công nghệ hỗ trợ BHTT. Những nỗ lực này đã góp phần tạo dựng một môi trường phát triển tương đối hoàn thiện cho BHTT.

Ngoài ra, các cơ quan QLNN cũng chú trọng hợp tác quốc tế trong BHTT. Theo Quyết định 222 của Thủ tướng Chính phủ, hợp tác quốc tế là một giải pháp chính để thực hiện thành công kế hoạch phát triển TMĐT giai đoạn 2006-2010, ưu tiên hợp tác với các tổ chức kinh tế - thương mại quốc tế và khu vực như WTO, APEC, ASEAN, và các tổ chức thương mại của Liên Hợp Quốc. Từ năm 2006 đến 2010, các hoạt động hợp tác quốc tế đã được đẩy mạnh nhằm nâng cao năng lực quản lý, hoàn thiện hệ thống pháp luật, thúc đẩy thương mại không giấy tờ, và tăng niềm tin của người tiêu dùng vào giao dịch trực tuyến.

Tương tự, Quyết định số 1073/QĐ-TTg năm 2011 đã xác định hợp tác quốc tế là một yếu tố quan trọng trong kế hoạch phát triển TMĐT giai đoạn 2011-2015. Kế hoạch khuyến khích Việt Nam tích cực tham gia vào các hoạt động hợp tác TMĐT với các tổ chức quốc tế, các đối tác thương mại, và các tổ chức nghề nghiệp xã hội, nhằm phát triển môi trường BHTT quốc tế, tăng cường giao dịch xuyên biên giới và chuyển giao công nghệ. Hoạt động hợp tác quốc tế, cả song phương lẫn đa phương, giúp nâng cao

năng lực quản lý, hoàn thiện pháp luật về BHTT, bảo vệ dữ liệu cá nhân, và tạo điều kiện cho thương mại quốc tế phát triển.

3.2.3.3. Phát triển hệ thống dịch vụ hỗ trợ BHTT

Để BHTT phát triển hiệu quả, cần có các dịch vụ hỗ trợ như chứng thực số, thanh toán điện tử và dịch vụ công trực tuyến từ các cơ quan QLNN.

Về dịch vụ chứng thực số, theo Trung tâm Chứng thực số Quốc gia, đến hết năm 2012 có 9 tổ chức cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số, bao gồm FPT IS, VNPT (VDC), Nacencom, Bkav, Viettel, CK, Newtel-ca, Safe CA và Vina. Các dịch vụ này đã giúp DN dễ dàng áp dụng chữ ký số trong BHTT.

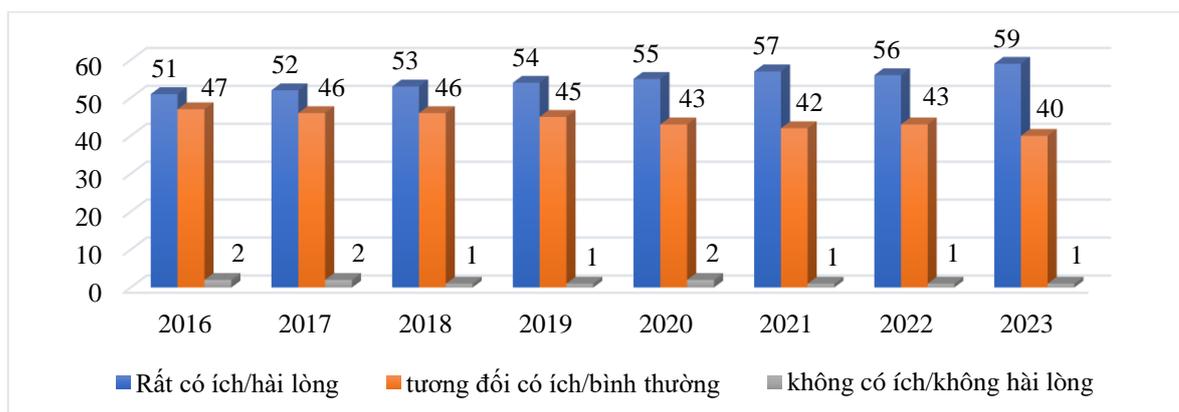
Đối với thanh toán điện tử, các ngân hàng hiện đang cung cấp nhiều dịch vụ như Internet Banking, Mobile Banking và ví điện tử. Để thống nhất thị trường thanh toán, Ngân hàng Nhà nước đang thực hiện việc sáp nhập ba liên minh thẻ. Công ty Smartlink đã sáp nhập vào Công ty Chuyên mạch tài chính quốc gia Việt Nam (Banknetvn), và Công ty VNBC dự kiến sẽ hoàn tất sáp nhập vào Banknetvn vào nửa đầu năm 2023, tạo nên một hệ thống chuyên mạch duy nhất do Ngân hàng Nhà nước quản lý 25%.

Đến năm 2023, đã hơn 10 năm kể từ khi Chính phủ triển khai “Chương trình quốc gia về ứng dụng công nghệ thông tin trong cơ quan nhà nước” giai đoạn 2011-2015 (phê duyệt theo Quyết định 1605/QĐ-TTg ngày 27/8/2010). Các cơ quan nhà nước không chỉ tiếp tục xây dựng các chính sách và quy định để thúc đẩy ứng dụng công nghệ thông tin, mà còn tăng cường cung cấp các dịch vụ công trực tuyến ở mức độ 3 và 4.

Ngoài ra, Nghị quyết 30/NQ-CP ban hành ngày 08/11/2011 về cải cách hành chính giai đoạn 2011-2020 đã đặt mục tiêu hiện đại hóa hệ thống hành chính. Đến năm 2022, hầu hết các giao dịch của cơ quan nhà nước được thực hiện điện tử và các dịch vụ công chủ yếu sẽ có sẵn trực tuyến ở mức độ 3 và 4, đáp ứng nhu cầu của người dân và DN, với khả năng truy cập thuận tiện mọi lúc, mọi nơi trên nhiều thiết bị.

Khảo sát năm 2022 của Cục TMĐT và kinh tế số cho thấy có 36% DN thường xuyên tra cứu thông tin trên website của các cơ quan nhà nước (cao hơn một chút so với năm trước), 60% DN thỉnh thoảng tra cứu thông tin và vẫn có 4% DN chưa bao giờ tra cứu các thông tin này. Nhìn chung qua các năm tỷ lệ này không có nhiều thay đổi. DN lớn vẫn là nhóm có tỷ lệ thường xuyên tra cứu thông tin trên website của các cơ quan nhà nước cao hơn hẳn so với nhóm các DN vừa và nhỏ (58% DN lớn thường xuyên tra cứu thông tin trong khi tỷ lệ này ở DN vừa và nhỏ là 33%). 86% DN tham gia khảo sát cho biết đã sử dụng dịch vụ công trực tuyến liên quan tới các thủ tục đăng ký, cấp phép, khai báo... được cung cấp trên website của các cơ quan nhà nước, tỷ lệ này có tăng lên so với năm 2021.

Trong số các DN đã sử dụng dịch vụ công trực tuyến thì có 59% DN đánh giá rất có ích, 40% đánh giá ở mức tương đối có ích và chỉ 1% đánh giá không có ích. Đây cũng là một tỷ lệ rất tốt thể hiện chất lượng các dịch vụ công đang được cung cấp hiện nay. Các tỷ lệ này trong nhiều năm nay hầu như chưa có sự thay đổi lớn. (xem hình 3.11)



Hình 3.11. DN đánh giá về lợi ích của dịch vụ công trực tuyến

Nguồn: Khảo sát của Cục TMDT và kinh tế số - Bộ Công thương

3.2.4. Thực trạng kiểm tra, giám sát BHTT

3.2.4.1. Công cụ kiểm tra, thanh tra

Hoạt động thanh tra thông tin điện tử, đặc biệt là thanh tra BHTT tại Việt Nam, là một lĩnh vực mới. Để triển khai hoạt động này, các cơ quan QLNN đã xây dựng các căn cứ pháp lý cần thiết. Vào ngày 05/03/1997, Chính phủ ban hành Nghị định số 21/1997/NĐ-CP, quy định tạm thời về quản lý và sử dụng mạng Internet tại Việt Nam, với quan điểm quản lý thận trọng, triển khai dần từng bước. Sau đó, Chỉ thị số 58/CT/TW ngày 17/10/2000 của Bộ Chính trị đã nhấn mạnh việc thúc đẩy ứng dụng và phát triển CNTT trong công cuộc công nghiệp hóa, hiện đại hóa giai đoạn 2001-2005. Chỉ thị này không chỉ tạo điều kiện phát triển Internet mà còn thể hiện sự thay đổi trong tư duy và năng lực QLNN nhằm bắt kịp tốc độ phát triển công nghệ.

Theo tinh thần của Chỉ thị số 58/CT/TW của Bộ Chính trị, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 55/2001/NĐ-CP ngày 23/8/2001 về quản lý, cung cấp và sử dụng dịch vụ Internet. Nghị định này nhấn mạnh việc khuyến khích sự tham gia của các thành phần DN, tận dụng nguồn lực xã hội để phát triển dịch vụ Internet.

Nghị định 55/2001/NĐ-CP là một nghị định khung, trong đó phân công rõ trách nhiệm cho nhiều cơ quan. Bộ Thông tin và Truyền thông (trước đây là Tổng cục Bưu điện) có nhiệm vụ điều phối và phối hợp với các bộ, ngành, chính quyền địa phương, và là đầu mối trong các hoạt động quốc tế liên quan đến Internet. Ngoài ra, các cơ quan khác như Bộ Khoa học và Công nghệ, Bộ Văn hóa - Thông tin, Bộ Công an, Bộ Tài chính, và Ban Cơ yếu Chính phủ cũng có vai trò cụ thể trong việc quản lý lĩnh vực này.

Dựa trên Nghị định số 55/2001/NĐ-CP, các bộ, ngành đã ban hành nhiều văn bản pháp luật để quản lý theo chức năng và nhiệm vụ riêng. Cụ thể, Tổng cục Bưu điện (nay là Bộ Thông tin và Truyền thông) đã ra Thông tư số 04/2001/TCBĐ vào ngày 22/11/2001 để hướng dẫn thực hiện Nghị định 55. Sau đó, Thông tư số 05/2004/TT-BBCVT ngày 16/12/2004 cũng được ban hành nhằm hướng dẫn về xử phạt hành chính và khiếu nại, tố cáo.

Tuy nhiên, một số văn bản từ các bộ khác lại chậm ban hành. Ví dụ, tháng 10/2002, Bộ Văn hóa - Thông tin mới ban hành quy chế quản lý và cấp phép thiết lập trang tin điện tử. Đến tháng 1/2004, Bộ Công an cũng ra quyết định đảm bảo an ninh cho hoạt động Internet. Dù có nhiều nỗ lực, hệ thống pháp lý vẫn còn thiếu đồng bộ, như các mâu thuẫn giữa Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính 2002, Nghị định 31/2001/NĐ-CP, và Nghị định 55/2001/NĐ-CP.

Internet phát triển nhanh và phức tạp, khiến Chính phủ phải họp hàng tháng để nghe báo cáo từ các bộ, ngành. Thực tế này đã dẫn đến sự ra đời của Thông tư liên bộ 02/2005 vào ngày 14/7/2005, phối hợp giữa Bộ Thông tin và Truyền thông, Bộ Văn hóa - Thông tin, Bộ Công an, và Bộ Kế hoạch - Đầu tư để quản lý các đại lý Internet. Thông tư này nhằm điều chỉnh hoạt động kinh doanh của đại lý Internet và quy định cụ thể cho các DN cung cấp dịch vụ truy cập, ứng dụng, và người dùng Internet tại các đại lý. Các quy định trong thông tư khá chặt chẽ nhưng lại thiếu tính thực tế, khiến việc áp dụng khó khăn: (i) Thứ nhất, khái niệm “đại lý Internet” trong thông tư không phù hợp với thực tiễn. Các điểm truy cập Internet công cộng thường là các hộ kinh doanh cá thể hoặc DN tự bỏ vốn mua dịch vụ từ nhà cung cấp, tự kinh doanh và tự chịu lỗ lãi, chứ không phải đại lý hưởng hoa hồng; (ii) Thứ hai, yêu cầu trẻ em dưới 14 tuổi phải có người bảo lãnh và giám sát khi sử dụng dịch vụ tại các đại lý Internet cũng khó khả thi; (iii) Thứ ba, quy định bắt buộc đăng ký thông tin cá nhân của khách hàng gây khó khăn cho cả người dùng lẫn chủ đại lý.

Ngày 28/8/2008, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 97/2008/NĐ-CP, thay thế Nghị định số 55/2001/NĐ-CP, với các quy định thông thoáng hơn về quản lý dịch vụ Internet và thông tin điện tử. Theo nghị định mới, chỉ các trang thông tin điện tử tổng hợp mới cần xin phép hoạt động, tạo điều kiện thuận lợi hơn cho các tổ chức và DN.

Để hỗ trợ thanh tra trong lĩnh vực BHTT, Bộ Công Thương cũng đã ban hành Thông tư 09/2008/TT-BCT ngày 21/7/2008, hướng dẫn cung cấp thông tin và giao kết hợp đồng trên các trang TMĐT.

3.2.4.2. Hoạt động kiểm tra, thanh tra BHTT

Hoạt động BHTT diễn ra trong môi trường điện tử, khiến việc giám sát việc thực hiện các quy định pháp luật trong lĩnh vực này trở thành một thách thức lớn đối với các cơ quan QLNN. Hiện tại, việc giám sát, kiểm tra, và thanh tra chủ yếu chỉ tập trung vào việc kiểm tra nội dung thông tin trên các trang web và xem xét mức độ tuân thủ của một số trang thương mại điện tử theo Thông tư số 09/2008/TT-BCT.

Một trong những vấn đề lớn nhất trong việc kiểm soát BHTT là tình trạng trốn thuế. Vào tháng 5/2023, Ban Chỉ đạo 389 thuộc Bộ Tài chính đã có văn bản giao cho Tổng cục Hải quan, Tổng cục Thuế, và Thanh tra Bộ Tài chính triển khai các biện pháp nhằm vừa tạo thuận lợi cho hoạt động thương mại, vừa kiểm soát chặt chẽ và xử lý nghiêm các hành vi buôn lậu, gian lận thương mại và trốn thuế. Văn bản này được ban hành nhằm thực hiện chỉ

đạo của Chính phủ và Ban Chỉ đạo 389 quốc gia trong công tác chống buôn lậu và gian lận thương mại trên các tuyến biên giới, vùng biển, cũng như trong nội địa.

Trong văn bản này, Ban Chỉ đạo yêu cầu Tổng cục Thuế tăng cường công tác kiểm tra và quản lý người nộp thuế, đặc biệt là trong việc sử dụng hóa đơn giá trị gia tăng. Họ cũng nhấn mạnh việc cần tập trung thanh tra và kiểm tra các lĩnh vực có rủi ro cao như thương mại điện tử và kinh doanh trên các nền tảng số, cũng như các vấn đề liên quan đến hoàn thuế, chuyển giá, và việc hợp thức hóa hàng hóa nhập lậu.

Trong 4 tháng đầu năm, ngành thuế đã thực hiện 9.753 cuộc thanh tra và kiểm tra, đạt 12,2% kế hoạch năm 2023 và cao hơn 111,5% so với cùng kỳ năm 2022. Ngoài ra, họ đã kiểm tra 102.933 hồ sơ khai thuế, đạt 69,8% so với cùng kỳ năm trước. Mặc dù chỉ hoàn thành hơn 12% kế hoạch, nhưng số tiền đề xuất xử lý qua các cuộc thanh tra và kiểm tra đã tăng mạnh, đạt 15.124 tỷ đồng, tương đương 225,4% so với năm 2022. Tổng số tiền thuế nộp vào ngân sách là 2.397 tỷ đồng. Trong bối cảnh thu ngân sách giảm sút trong những tháng đầu năm, ngành thuế đang triển khai nhiều biện pháp để chống thất thu ở các lĩnh vực dễ bỏ sót.

Ban Chỉ đạo 389 thuộc Bộ Tài chính cũng đề nghị ngành thuế tăng cường phối hợp với các bộ, ngành và cơ quan chức năng, đặc biệt là với cơ quan hải quan và quản lý thị trường, để xác minh nguồn gốc hàng hóa và thu thập thông tin về các phương thức gian lận liên quan đến hàng hóa xuất nhập khẩu. Họ yêu cầu Tổng cục Hải quan áp dụng các biện pháp kiểm soát hải quan một cách đồng bộ nhằm kiểm tra chặt chẽ hàng hóa xuất nhập khẩu, hành lý và phương tiện di chuyển qua các tuyến đường, địa điểm và đối tượng trọng điểm.

Đặc biệt, ngành hải quan cần tập trung vào các mặt hàng quan trọng như hàng cấm, ma túy, hàng hóa chịu thuế, cũng như các loại hình xuất nhập khẩu như gia công, sản xuất xuất khẩu, và hàng hóa gửi kho ngoại quan. Điều này nhằm phát hiện, ngăn chặn và xử lý kịp thời các hành vi buôn lậu và gian lận thương mại, đặc biệt là liên quan đến ma túy, vũ khí và các mặt hàng có thể ảnh hưởng đến an ninh quốc gia và an toàn cộng đồng.

Như vậy có thể thấy hoạt động giám sát, kiểm tra, thanh tra hoạt động BHTT còn rất mờ nhạt, tần suất các hoạt động thanh tra, kiểm tra chuyên ngành thấp, hiệu quả chưa cao, chưa có cơ chế giám sát trực tuyến các hoạt động trên môi trường điện tử. Bên cạnh đó, nhiều quy định về mức xử phạt đối với các hành vi vi phạm trong lĩnh vực BHTT còn thấp, chưa đủ mạnh để răn đe, tạo ra sự tuân thủ tốt trong xã hội. Đây sẽ là những vấn đề cần được tập trung khắc phục trong giai đoạn tới để tăng cường hiệu lực của hệ thống pháp luật, tạo môi trường thật sự lành mạnh và an toàn cho BHTT phát triển.

3.3. THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG QLNN ĐỐI VỚI BHTT Ở VIỆT NAM THÔNG QUA CÁC TIÊU CHÍ

3.3.1. Tính hiệu lực của QLNN đối với BHTT

QLNN đối với BHTT đã được thực hiện thông qua các kế hoạch và chính sách phát triển. Tuy nhiên, mức độ ảnh hưởng của QLNN lên BHTT không đồng đều.

Thực tế cho thấy QLNN có hiệu lực khá cao, điều này được phản ánh qua việc ngày càng nhiều người tiêu dùng tham gia vào các giao dịch BHTT. Các DN đã nhận ra lợi ích

của BHTT cho hoạt động kinh doanh và cho xã hội, với tỷ lệ DN tham gia vào hoạt động này ngày càng tăng. Điều này cho thấy BHTT đang dần thay thế các phương thức bán hàng truyền thống. Tuy nhiên, các DN BHTT rất ít nhận được sự hỗ trợ từ các cơ quan QLNN trong việc áp dụng TMĐT. Các cơ quan này cần chú trọng hơn vào việc đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao trong lĩnh vực TMĐT để đáp ứng nhu cầu BHTT.

Hiện nay, pháp luật bảo vệ người tiêu dùng trong giao dịch trực tuyến còn yếu, dẫn đến tình trạng hàng giả, hàng nhái, làm giảm lòng tin của người tiêu dùng. Mặc dù có nhiều phương thức thanh toán thuận lợi cho người tiêu dùng, nhưng vấn đề bảo mật và an toàn trong các giao dịch vẫn chưa được đảm bảo, dẫn đến nhiều trường hợp lừa đảo.

Các văn bản pháp luật hiện hành đối với BHTT đã tương đối đầy đủ và phù hợp với các tiêu chuẩn quốc tế. Tuy nhiên, việc triển khai và kiểm soát thị trường BHTT ở Việt Nam vẫn chưa theo kịp với sự phát triển của công nghệ và sự phức tạp trong các giao dịch trực tuyến, gây ra cạnh tranh không lành mạnh trong thị trường TMĐT. Mặc dù vậy, các mục tiêu trong chiến lược và kế hoạch phát triển TMĐT nói chung, và BHTT nói riêng, đã đạt được kết quả cao trong các giai đoạn thực hiện.

Theo kết quả khảo sát 60 cán bộ quản lý BHTT của NCS, tính hiệu lực của QLNN đối với BHTT Việt Nam ở mức thấp với GTTB là 2,05, trong đó các nội dung thể hiện tính hiệu lực cụ thể còn thấp như: Nội dung QLNN đối với BHTT đã đầy đủ, cụ thể (GTTB là 2,13); Cán bộ thực thi hoạt động QLNN được tập huấn đầy đủ, được quán triệt sâu sắc kịp thời, nghiêm túc thực hiện các văn bản hướng dẫn thi hành của Nhà nước (GTTB là 2,46); Các DN BHTT trong và ngoài nước dễ dàng tiếp cận được các thông tin chính sách của Nhà nước dành cho họ (GTTB là 1,83) (xem bảng 3.12).

Bảng 3.12. Kết quả khảo sát về tính hiệu lực của QLNN đối với BHTT

	GTNN	GTLN	GTTB	Độ lệch chuẩn
Nội dung QLNN đối với BHTT đã đầy đủ, cụ thể	2	4	2,13	0,827
Cán bộ thực thi hoạt động QLNN được tập huấn đầy đủ, được quán triệt sâu sắc kịp thời, nghiêm túc thực hiện các văn bản hướng dẫn thi hành của Nhà nước	1	5	2,46	1,075
Các DN BHTT trong và ngoài nước dễ dàng tiếp cận được các thông tin chính sách của Nhà nước dành cho họ	1	3	1,83	0,826
Đánh giá chung về tính hiệu lực của QLNN đối với BHTT	1	5	2,05	1,014

Nguồn: Khảo sát của nghiên cứu sinh, 2022

3.3.2. Tính hiệu quả của QLNN đối với BHTT

Hiệu quả QLNN đối với BHTT được đánh giá thông qua hai chỉ tiêu cơ bản đó là mức độ phổ biến của BHTT trong nền kinh tế và các lợi ích mà BHTT đem lại cho DN.

Thứ nhất, về mức độ phổ biến của BHTT trong nền kinh tế: Qua các số liệu trong Báo cáo TMĐT hàng năm của VECOM cho thấy thông qua việc triển khai thực hiện rất nhiều các chương trình dự án trong kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT qua các giai đoạn,

môi trường cho sự phát triển BHTT ở Việt Nam đã được hình thành, BHTT đã được pháp luật chính thức thừa nhận; BHTT đã được ứng dụng rộng rãi trong các DN; BHTT đã được xã hội chấp nhận sử dụng và thực hiện mang lại nhiều hiệu quả cho DN.

Thứ hai, về các lợi ích mà BHTT đem lại cho các DN, cho thấy hiệu quả của việc ứng dụng TMĐT rất rõ nét, doanh thu của các DN từ BHTT tăng qua các năm các đơn hàng họ đã đặt trực tuyến chiếm hơn 50% tổng giá trị mua hàng cả năm.

Như vậy qua hai chỉ tiêu đánh tính hiệu quả của QLNN đối với BHTT là: mức độ phổ biến của BHTT trong nền kinh tế và các lợi ích mà BHTT đem lại cho DN cho thấy hiệu quả QLNN đối với BHTT trong thời gian qua là khá cao. BHTT đã được áp dụng phổ biến trong các DN, bước đầu được người tiêu dùng và xã hội chấp nhận. Các DN ứng dụng BHTT trong hoạt động sản xuất kinh doanh đều mang lại hiệu quả cao.

Tính hiệu quả của QLNN đối với BHTT ở Việt Nam theo khảo sát của NCS đối với 60 cán bộ quản lý BHTT là không cao với GTTB là 2,82; trong đó chỉ có nội dung “Các chính sách phát triển BHTT của Nhà nước đã tác động tích cực đến môi trường và giúp Việt Nam thực hiện các mục tiêu xã hội khác như phát triển nguồn nhân lực, tạo công ăn việc làm, ...” được đánh giá ở mức khá hơn (GTTB là 3,48); còn lại các nội dung khác đều được đánh giá ở mức thấp với GTTB từ 1,92 đến 2,93 (xem bảng 3.13).

Bảng 3.13. Kết quả khảo sát về tính hiệu quả của QLNN đối với BHTT

	GT NN	GT LN	GT TB	Độ lệch chuẩn
Các chính sách QLNN đối với BHTT phù hợp với nhu cầu của các DN BHTT và bối cảnh kinh tế	2	5	2,93	1,206
Các chính sách QLNN đối với BHTT đã giúp Việt Nam thu hút vốn, công nghệ, học tập kinh nghiệm quản lý của các nước tiên tiến	3	5	1,92	1,004
Các chính sách QLNN đối với BHTT thúc đẩy tăng trưởng và phát triển và hội nhập kinh tế quốc tế	3	4	2,11	0,854
Các chính sách phát triển BHTT của Nhà nước đã tác động tích cực đến môi trường và giúp Việt Nam thực hiện các mục tiêu xã hội khác như phát triển nguồn nhân lực, tạo công ăn việc làm, ...	3	5	3,42	1,006
Đánh giá chung về tính hiệu quả của QLNN đối với BHTT	2	5	2,82	1,198

Nguồn: Khảo sát của nghiên cứu sinh, 2022

3.3.3. Tính phù hợp của QLNN đối với BHTT

QLNN đối với BHTT ở Việt Nam được xây dựng dựa trên thực trạng BHTT hiện tại, đồng thời phù hợp với các chiến lược và kế hoạch phát triển chung của đất nước, cũng như các thông lệ quốc tế. Tuy nhiên, do sự phát triển nhanh chóng của công nghệ trong giao dịch mua bán, nhiều vấn đề đã tồn tại từ lâu nhưng vẫn chưa được cập nhật,

dẫn đến những bất cập và lạc hậu so với các quốc gia có trình độ phát triển tương đương hoặc các đối thủ cạnh tranh.

Hiện tại, các chính sách phát triển BHTT chủ yếu phù hợp với môi trường kinh doanh trong nước. Tuy nhiên, khi các xu hướng mới trong TMĐT trên thế giới không ngừng thay đổi, cần thiết phải hoàn thiện chính sách phát triển BHTT trong nước để phù hợp hơn với các thông lệ quốc tế, nhằm tạo điều kiện thúc đẩy tăng trưởng kinh tế.

Theo khảo sát từ 60 cán bộ quản lý BHTT, QLNN đối với BHTT của Việt Nam cơ bản được đánh giá là hợp lý, với điểm trung bình là 3,16. Cụ thể, chiến lược và kế hoạch với mục tiêu QLNN đối với BHTT được cho là hợp lý và phù hợp với chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và trách nhiệm của các cơ quan QLNN trong việc hoạch định, thực thi, đánh giá và điều chỉnh chính sách QLNN. Bên cạnh đó, cũng có sự phù hợp trong việc hội nhập quốc tế của Việt Nam, cho thấy các nỗ lực trong việc cải thiện và thích ứng với bối cảnh toàn cầu. (xem bảng 3.14).

Bảng 3.14. Kết quả khảo sát về tính phù hợp của QLNN đối với BHTT

	GT NN	GT LN	GT TB	Độ lệch chuẩn
Sự phù hợp của chiến lược, kế hoạch với mục tiêu QLNN đối với BHTT	3	5	3,78	1,121
Sự phù hợp của chức năng nhiệm vụ, quyền hạn và trách nhiệm của cơ quan QLNN đối với hoạch định, thực thi, đánh giá và điều chỉnh chính sách QLNN đối với BHTT	1	5	3,87	1,209
Sự phù hợp trong hội nhập quốc tế của Việt Nam	2	5	3,90	1,256
Đánh giá chung về tính phù hợp của QLNN đối với BHTT	1	5	3,16	1,109

Nguồn: Khảo sát của nghiên cứu sinh, 2022

3.3.4. Tính đồng bộ, hệ thống và thống nhất của QLNN đối với BHTT

Trong QLNN đối với BHTT, tính đồng bộ, hệ thống và thống nhất đóng vai trò rất quan trọng. Yếu tố này giúp đảm bảo rằng các quy định, chính sách và quy trình liên quan đến TMĐT được thực hiện một cách hiệu quả, đồng thời tránh gây ra sự mâu thuẫn hoặc chông chéo trong việc áp dụng các quy định.

Tuy nhiên, khi tiến hành khảo sát với 60 cán bộ QLNN về BHTT, nhiều người vẫn còn phân vân và không hoàn toàn tự tin vào khả năng của các quy định và chính sách của Nhà nước trong việc đảm bảo tiêu chí đồng bộ này. Kết quả khảo sát cho thấy mức độ hài lòng về vấn đề này chỉ đạt 2,73 trên thang điểm 5, cho thấy sự không chắc chắn trong quan điểm của các cán bộ (xem bảng 3.15). Đi sâu vào các chỉ tiêu cụ thể, có thể thấy rằng QLNN đối với BHTT vẫn còn thiếu tính đồng bộ và thống nhất. Chẳng hạn, quy trình và thủ tục chuẩn hóa từ trung ương xuống địa phương chỉ đạt mức 2,67, cho thấy chưa có sự thống nhất trong cách thức thực hiện ở các cấp quản lý. Về sự phối hợp giữa các cơ quan trong việc quy định, giám sát và hỗ trợ DN, mức đánh giá chỉ đạt 2,34, cho thấy sự thiếu hụt trong mối liên kết giữa các bên liên quan.

Hơn nữa, hệ thống đảm bảo an toàn về thông tin, tài chính và quản lý rủi ro trong BHTT cũng chỉ đạt mức 2,08, cho thấy còn nhiều điểm yếu cần khắc phục. Sự ổn định và nhất quán trong các quy định toàn quốc chỉ đạt 2,76, trong khi mức độ phối hợp trong thực thi các quy định của Nhà nước về BHTT cũng chỉ đạt 2,71. Điều này chỉ ra rằng các quy định và chính sách cần phải được cải thiện hơn nữa để tạo ra một khung pháp lý đồng bộ và hiệu quả hơn cho BHTT tại Việt Nam.

Tóm lại, việc xây dựng một hệ thống QLNN đối với BHTT đồng bộ và thống nhất là một thách thức lớn, đòi hỏi sự nỗ lực từ nhiều phía, bao gồm cả việc rà soát và điều chỉnh các quy định hiện hành để nâng cao hiệu quả quản lý và bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng.

Bảng 3.15. Kết quả khảo sát về tính đồng bộ, hệ thống và thống nhất của QLNN đối với BHTT

	GT NN	GT LN	GT TB	Độ lệch chuẩn
Các quy định pháp lý liên quan đến BHTT có tích hợp và đồng bộ với các quy định pháp luật khác	1	5	2,41	0,142
Quy trình và thủ tục liên quan đến quản lý BHTT cần được chuẩn hóa trên toàn quốc để tránh sự khác biệt giữa các cơ quan quản lý và khu vực	2	5	2,67	1,11
Các quy định, chính sách quản lý được xây dựng hệ thống quản lý tích hợp để phối hợp các hoạt động liên quan đến BHTT bao gồm quản lý quy định, giám sát, và hỗ trợ DN	1	5	2,34	0,039
Hệ thống quản lý rủi ro và đảm bảo an toàn trong BHTT.	2	5	2,08	1,015
Mức độ đảm bảo các chính sách và quy định liên quan đến BHTT được thống nhất ở cấp quốc gia để tạo ra một môi trường pháp lý ổn định và nhất quán	1	5	2,76	1,213
Sự phối hợp giữa các cơ quan QLNN trong việc thực thi các quy định và chính sách.	1	5	2,71	0,781
Đánh giá chung về tính đồng bộ, hệ thống và thống nhất của QLNN đối với BHTT	1	5	2,73	1,161

Nguồn: Khảo sát của nghiên cứu sinh, 2022

3.3.5. Tính minh bạch và công bằng của QLNN đối với BHTT

Trong quá trình thực hiện chức năng QLNN đối với BHTT các cơ quan nhà nước cần đảm bảo tính minh bạch và công bằng trong mọi hoạt động quản lý. Điều này không chỉ giúp tạo ra một môi trường kinh doanh ổn định và đáng tin cậy cho cả DN và người tiêu dùng mà còn tăng cường niềm tin vào các chính sách và quy định của Nhà nước. Để đạt được điều này, Chính phủ cần công khai và thông tin rõ ràng về các quy định pháp lý, chính sách, và quy trình liên quan đến BHTT.

Theo khảo sát của Nghiên cứu sinh (NCS) đối với 60 cán bộ quản lý BHTT, mức độ đánh giá về sự minh bạch và công khai trong quản lý BHTT được cho là tốt, với điểm số đạt

3.14. Kết quả này phản ánh nỗ lực của Nhà nước trong việc cải thiện hoạt động quản lý, nhằm nâng cao hiệu quả của các chính sách bảo vệ quyền lợi cho người tiêu dùng cũng như hỗ trợ DN trong lĩnh vực BHTT (xem bảng 3.16). Tuy nhiên, khi đi vào các chỉ tiêu cụ thể liên quan đến tính minh bạch và công bằng trong QLNN đối với BHTT, kết quả khảo sát cho thấy nhiều vấn đề vẫn còn tồn tại. Cụ thể, mức độ cập nhật thông tin về các quy định và chính sách liên quan đến BHTT chưa đạt yêu cầu, với điểm số chỉ từ 2,17 đến 2,68. Điều này cho thấy sự thiếu hụt trong việc truyền đạt thông tin đầy đủ và kịp thời đến DN, đặc biệt là các DN vừa và nhỏ, những đối tượng thường gặp khó khăn trong việc tiếp cận thông tin. Thêm vào đó, sự đảm bảo quyền lợi cho các DN vừa và nhỏ trong các hoạt động BHTT cũng không được thể hiện một cách đồng nhất và công bằng. Sự thiếu nhất quán và không công bằng trong việc xử phạt các vi phạm cũng được ghi nhận, thể hiện qua mức đánh giá thấp về tính hợp lý và công bằng trong các biện pháp xử lý vi phạm.

Tóm lại, mặc dù Chính phủ đã có những nỗ lực đáng kể trong việc xây dựng một khung pháp lý minh bạch và công bằng cho BHTT, nhưng vẫn cần phải cải thiện hơn nữa về việc cung cấp thông tin, hỗ trợ DN, và đảm bảo tính công bằng trong các hoạt động quản lý để tạo ra một môi trường kinh doanh thực sự ổn định và đáng tin cậy.

Bảng 3.16. Kết quả khảo sát về tính minh bạch, công bằng của QLNN đối với BHTT

	GT NN	GT LN	GT TB	Độ lệch chuẩn
Mức độ công khai, rõ ràng về các quy định pháp lý, chính sách và quy trình liên quan đến BHTT	1	5	3,41	1,119
Mức độ đảm bảo thông tin về các quy định và chính sách được cập nhật thường xuyên và kịp thời để phản ánh sự thay đổi trong công nghệ và thị trường.	2	5	2,17	1,223
Mức đảm bảo các quy định và chính sách không gây ra bất lợi cho các DN nhỏ và vừa, và ngăn chặn các hành vi độc quyền hoặc gian lận thương mại	1	5	2,34	1,019
Sự nhất quán trong quy định và chính sách cho tất cả các DN và người tiêu dùng mà không có sự thiên lệch hoặc phân biệt	2	5	2,41	1,021
Các hành vi vi phạm quy định được xử lý một cách công bằng và hợp lý, không bị ảnh hưởng bởi các yếu tố bên ngoài hoặc sự thiên vị	1	5	2,68	1,121
Đánh giá chung về tính minh bạch và công bằng của QLNN đối với BHTT	1	5	2,43	1,161

Nguồn: Khảo sát của nghiên cứu sinh, 2022

3.4. THỰC TRẠNG CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QLNN ĐỐI VỚI BHTT Ở VIỆT NAM

3.4.1. Nhóm các yếu tố bên trong

3.4.1.1. Hệ thống thể chế hành chính

Hệ thống thể chế hành chính đóng vai trò then chốt trong việc xây dựng, triển khai và giám sát hoạt động BHTT tại Việt Nam. Các quy định pháp lý, chính sách, và khung

pháp lý của nhà nước liên quan đến TMĐT ảnh hưởng trực tiếp đến sự phát triển của BHTT, đặc biệt trong các lĩnh vực như bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, quản lý thuế, và việc xử lý các hành vi gian lận thương mại trực tuyến. Hệ thống thể chế càng rõ ràng, minh bạch và nhất quán, thì càng thúc đẩy sự phát triển bền vững của BHTT, tạo điều kiện thuận lợi cho các DN và người tiêu dùng tham gia vào thị trường trực tuyến một cách an toàn và hiệu quả.

Một hệ thống pháp lý minh bạch sẽ giúp giảm thiểu tình trạng lách luật và gian lận trong TMĐT, bảo vệ tốt hơn quyền lợi của người tiêu dùng và DN. Như Nghị định 52/2013/NĐ-CP về TMĐT cung cấp các điều khoản về đăng ký và quản lý sàn TMĐT, tăng tính minh bạch trong hoạt động trực tuyến. Các quy định về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng giúp tạo niềm tin vào các nền tảng TMĐT, qua đó khuyến khích người tiêu dùng tham gia thị trường trực tuyến. Việc thiết lập các quy định về thuế trong TMĐT giúp tăng cường thu ngân sách và thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế số, hiện nay Nghị định 85/2021/NĐ-CP bổ sung các quy định về quản lý thuế và trách nhiệm của sàn TMĐT trong việc cung cấp thông tin cho cơ quan thuế. Theo số liệu của VECOM, doanh thu BHTT tại Việt Nam đã tăng từ khoảng 5 tỷ USD vào năm 2015 lên 20,5 tỷ USD vào năm 2023. Điều này chứng minh rằng các quy định pháp lý như Nghị định 52 và 85 đã tạo điều kiện cho thị trường phát triển, nhưng chưa giải quyết triệt để các vấn đề về quản lý.

Mặc dù đã có các nghị định về TMĐT, song các quy định vẫn chưa đáp ứng được đầy đủ tốc độ phát triển của BHTT. Cụ thể, các chính sách về bảo vệ dữ liệu người tiêu dùng, quản lý giao dịch xuyên biên giới, và trách nhiệm pháp lý của các sàn TMĐT chưa rõ ràng, dẫn đến nhiều khó khăn trong quá trình quản lý. Hiện nay các sàn giao dịch lớn như Shopee, Lazada đã phải đối mặt với những thách thức trong việc tuân thủ quy định về thuế và bảo mật dữ liệu. Các biện pháp giám sát và xử lý vi phạm BHTT hiện tại chưa đủ mạnh, khiến cho tình trạng hàng giả, hàng nhái, và các hành vi gian lận trên các sàn TMĐT vẫn diễn ra phổ biến. Các sàn giao dịch như Shopee, Tiki đã liên tục gặp vấn đề về hàng hóa không rõ nguồn gốc, nhưng các biện pháp xử lý vi phạm vẫn còn lỏng lẻo. Theo báo cáo của Bộ Công Thương vào năm 2021, hơn 30% giao dịch trên các nền tảng TMĐT lớn tại Việt Nam gặp vấn đề về hàng giả, hàng nhái, cho thấy lỗ hổng trong hệ thống giám sát và xử lý vi phạm.

3.4.1.2. Tổ chức bộ máy các cơ quan hành chính nhà nước

Tổ chức bộ máy các cơ quan hành chính nhà nước đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng, triển khai, và giám sát hoạt động QLNN đối với BHTT. Các cơ quan như Bộ Công Thương, Bộ Tài chính, Tổng cục Thuế, và các cơ quan quản lý ngành khác đều có vai trò trong quản lý thị trường TMĐT, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, quản lý thuế, và ngăn chặn hành vi gian lận thương mại. Một bộ máy hành chính linh hoạt, có sự phân công nhiệm

vụ rõ ràng và cơ chế phối hợp hiệu quả giữa các cơ quan sẽ giúp nâng cao hiệu lực QLNN đối với BHTT, đồng thời giảm thiểu sự chồng chéo trong chức năng và nhiệm vụ, từ đó thúc đẩy sự phát triển của TMĐT. Tuy nhiên, nếu tổ chức bộ máy chưa rõ ràng hoặc thiếu sự phối hợp, quản lý sẽ trở nên phức tạp và giảm hiệu quả.

Nếu bộ máy hành chính được tổ chức hợp lý, các cơ quan sẽ phối hợp chặt chẽ và nhất quán trong quản lý BHTT. Điều này giúp nâng cao hiệu quả thực thi chính sách, giảm thiểu chi phí quản lý, và tăng cường niềm tin từ phía DN và người tiêu dùng. Hiện nay Bộ Công Thương có nhiệm vụ giám sát các sàn TMĐT, trong khi Tổng cục Thuế sẽ chịu trách nhiệm quản lý thuế đối với các giao dịch TMĐT, giúp đảm bảo rằng các hoạt động kinh doanh trực tuyến diễn ra minh bạch và hợp pháp. Theo báo cáo của Bộ Công Thương, trong những năm gần đây, nhiều vụ việc về hàng giả, hàng kém chất lượng trên các sàn TMĐT như Shopee, Tiki đã được phát hiện và xử lý, cho thấy năng lực giám sát của các cơ quan chức năng đang dần được cải thiện.

Một trong những vấn đề lớn trong quản lý BHTT là sự phân công nhiệm vụ giữa các cơ quan nhà nước chưa đủ rõ ràng, dẫn đến sự chồng chéo và khó khăn trong việc phối hợp quản lý. Chẳng hạn, các sàn TMĐT phải đối mặt với nhiều cơ quan quản lý khác nhau, từ Bộ Công Thương, Bộ Tài chính đến các cơ quan quản lý thuế địa phương. Điều này khiến cho việc tuân thủ quy định trở nên phức tạp và gây khó khăn cho cả DN và các cơ quan quản lý. Hiện tại, chưa có cơ chế phối hợp hiệu quả giữa các cơ quan nhà nước trong việc quản lý BHTT. Điều này làm giảm khả năng phản ứng kịp thời và đồng bộ trong việc xử lý các vấn đề phát sinh. Các giao dịch xuyên biên giới trên các sàn TMĐT vẫn chưa có sự phối hợp chặt chẽ giữa Bộ Công Thương và Tổng cục Hải quan, dẫn đến khó khăn trong quản lý thuế và kiểm soát chất lượng hàng hóa. Các sàn TMĐT ở Việt Nam hiện nay vẫn gặp vấn đề về chất lượng sản phẩm hoặc hàng giả, cho thấy việc quản lý chưa được phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan. Theo khảo sát của VECOM (2022) cho thấy rằng, 40% DN BHTT cảm thấy khó khăn khi phải tuân thủ các quy định từ nhiều cơ quan quản lý khác nhau, bao gồm Bộ Công Thương, Tổng cục Thuế, và cơ quan quản lý địa phương. Điều này cho thấy sự phân công nhiệm vụ chưa rõ ràng đã tạo ra gánh nặng tuân thủ cho DN, ảnh hưởng đến sự phát triển của BHTT.

3.4.1.3. Đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức

Chất lượng, năng lực và sự chuyên môn hóa của đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức trong các cơ quan QLNN có vai trò vô cùng quan trọng đối với hiệu quả quản lý BHTT. Đội ngũ này cần phải hiểu biết sâu về công nghệ thông tin, TMĐT, và xu hướng phát triển của BHTT để thực thi chính sách một cách hiệu quả và đảm bảo phù hợp với tình hình phát triển nhanh chóng của TMĐT.

Khi đội ngũ cán bộ được đào tạo đầy đủ về công nghệ số và TMĐT, họ sẽ có khả năng triển khai và giám sát các chính sách quản lý phù hợp, thúc đẩy sự phát triển bền vững của BHTT. Chẳng hạn, sự hiểu biết về blockchain, big data, hay trí tuệ nhân tạo

(AI) có thể giúp họ phát hiện sớm các vấn đề về gian lận thương mại và đề ra các biện pháp xử lý hiệu quả. Đội ngũ QLNN có trình độ cao sẽ giúp nâng cao hiệu quả trong việc thực thi các quy định về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, quản lý thuế, và giám sát các nền tảng TMĐT. Điều này góp phần đảm bảo thị trường TMĐT hoạt động minh bạch, công bằng, và bền vững.

Hiện nay, một trong những thách thức lớn nhất đối với quản lý BHTT là đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức chưa có đủ kỹ năng và kiến thức về TMĐT và công nghệ số. Điều này dẫn đến những hạn chế trong khả năng kiểm soát, giám sát và quản lý thị trường TMĐT đang phát triển nhanh chóng. Theo Báo cáo từ Bộ Nội vụ năm 2022, hơn 40% cán bộ chưa từng tham gia các khóa đào tạo về công nghệ số và TMĐT, cho thấy mức độ hiểu biết về lĩnh vực này còn hạn chế. Điều này dẫn đến tình trạng các quy định pháp lý và quản lý chưa theo kịp với sự phát triển nhanh của TMĐT. Với tốc độ phát triển nhanh chóng của công nghệ số, đội ngũ cán bộ quản lý cần phải liên tục cập nhật kiến thức về các xu hướng mới, nhưng thực tế cho thấy quá trình này còn chậm. Các công nghệ mới như blockchain, AI hay fintech còn là khái niệm mới đối với nhiều cán bộ, dẫn đến khó khăn trong việc thực hiện các nhiệm vụ quản lý, kiểm soát các nền tảng TMĐT. Khảo sát của VECOM (2021) cho thấy rằng, 30% DN TMĐT phản ánh rằng họ gặp khó khăn trong việc tuân thủ các quy định QLNN, do các cán bộ quản lý thiếu hiểu biết và năng lực về lĩnh vực này. Điều này phản ánh sự thiếu hụt trong quá trình đào tạo và trang bị kỹ năng cho đội ngũ cán bộ quản lý.

3.4.1.4. Tài chính và cơ sở vật chất, kỹ thuật

Tài chính và cơ sở vật chất, kỹ thuật đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao năng lực QLNN đối với BHTT. Các cơ quan quản lý cần đầu tư vào hệ thống hạ tầng công nghệ, cơ sở dữ liệu, và các công cụ kỹ thuật để giám sát và quản lý hiệu quả hoạt động TMĐT. Đầu tư này bao gồm các hệ thống CNTT, cơ sở dữ liệu quản lý người BHTT, thuế BHTT, và các công cụ giám sát giao dịch.

Đầu tư vào các hệ thống CNTT hiện đại, cơ sở dữ liệu quản lý thuế và TMĐT sẽ giúp các cơ quan nhà nước có thể giám sát hiệu quả hoạt động của các nền tảng TMĐT, theo dõi giao dịch, và phát hiện kịp thời những vi phạm pháp luật. Hiện nay, hệ thống quản lý thuế điện tử sẽ giúp kiểm soát và thu thuế từ các giao dịch trực tuyến một cách minh bạch và hiệu quả hơn. Khi các cơ quan nhà nước được trang bị các công cụ kỹ thuật hiện đại, họ có thể thực hiện việc quản lý và giám sát một cách chính xác hơn. Điều này đặc biệt quan trọng trong việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và ngăn ngừa các hành vi gian lận trên các sàn TMĐT.

Báo cáo của Chính phủ (2022) cho thấy nhiều cơ quan quản lý còn chưa có đủ nguồn lực để triển khai các hệ thống quản lý hiện đại mặc dù chi phí dành cho phát triển hạ tầng kỹ thuật phục vụ quản lý BHTT đã tăng lên đáng kể trong các năm gần đây, nhưng vẫn chưa đạt được yêu cầu thực tiễn, dẫn đến việc khó khăn trong việc quản lý các hoạt động BHTT. Việc

phát triển cơ sở hạ tầng kỹ thuật và CNTT cần được thực hiện đồng bộ ở tất cả các cấp độ quản lý từ trung ương đến địa phương. Tuy nhiên, hiện nay, ở nhiều địa phương vẫn thiếu các trang thiết bị và hệ thống quản lý BHTT, dẫn đến khó khăn trong việc giám sát và thực thi chính sách. Trong Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, Chính phủ đã xác định BHTT là lĩnh vực quan trọng, yêu cầu đầu tư lớn vào các hệ thống quản lý, đặt mục tiêu đến năm 2025, hạ tầng kỹ thuật và hệ thống CNTT sẽ được đồng bộ và triển khai rộng rãi để phục vụ các mục tiêu quản lý, giám sát các hoạt động BHTT. Tuy nhiên, tính đến năm 2023, hơn 50% cơ quan quản lý địa phương vẫn chưa có hệ thống quản lý dữ liệu hoàn chỉnh để theo dõi các giao dịch BHTT, dẫn đến khó khăn trong việc thu thuế và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

3.4.2. Nhóm các yếu tố bên ngoài

3.4.2.1. Tổ chức và hoạt động của hệ thống chính trị

Hệ thống chính trị ở Việt Nam, bao gồm Đảng Cộng sản Việt Nam, Chính phủ và các cơ quan hành chính nhà nước, có vai trò chủ chốt trong việc hoạch định và thực thi các chính sách phát triển kinh tế, bao gồm TMĐT và BHTT. Tổ chức và hoạt động hiệu quả của hệ thống chính trị sẽ giúp định hướng đúng đắn, điều hành, và quản lý hiệu quả các hoạt động BHTT, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế-xã hội.

Hệ thống chính trị đóng vai trò then chốt trong việc định hướng chiến lược và hoạch định các chính sách liên quan đến BHTT. Các quyết định từ Trung ương Đảng, Chính phủ, và Quốc hội sẽ tạo cơ sở pháp lý và định hướng cho sự phát triển của TMĐT. Chính phủ đã ban hành Nghị định 52/2013/NĐ-CP về TMĐT, tạo nền tảng pháp lý cho sự phát triển BHTT tại Việt Nam. Các cơ quan thuộc hệ thống chính trị, đặc biệt là các cơ quan hành chính như Bộ Công Thương, Bộ Tài chính, và Tổng cục Thuế, có vai trò trực tiếp trong việc thực thi và giám sát chính sách quản lý BHTT. Sự phối hợp hiệu quả giữa các cơ quan này là yếu tố quyết định đến khả năng quản lý và phát triển của BHTT. Hệ thống chính trị đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng một môi trường pháp lý thuận lợi cho các DN BHTT phát triển. Sự ổn định và hiệu quả của hệ thống chính trị cũng giúp thu hút các nguồn vốn đầu tư vào lĩnh vực này. Mặc dù hệ thống chính trị đóng vai trò quan trọng, nhưng trong nhiều trường hợp, việc phân công nhiệm vụ và sự phối hợp giữa các cơ quan quản lý còn thiếu chặt chẽ, dẫn đến tình trạng chồng chéo hoặc thiếu hiệu quả trong quản lý. Báo cáo của Bộ Công Thương (2021) số lượng DN BHTT đã tăng trưởng mạnh, tuy nhiên hệ thống chính trị và các cơ quan quản lý chưa đáp ứng được đầy đủ yêu cầu quản lý sự phát triển này. Cụ thể, số lượng vụ vi phạm liên quan đến TMĐT tăng lên hàng năm, điều này cho thấy việc giám sát hoạt động của các nền tảng TMĐT vẫn còn hạn chế đã chỉ ra rằng việc quản lý TMĐT hiện tại vẫn còn tồn tại nhiều khoảng trống pháp lý, và sự phân công chưa rõ ràng giữa các cơ quan quản lý khiến việc giám sát các hoạt động BHTT gặp khó khăn.

Một số chính sách và quy định pháp lý liên quan đến BHTT chưa được đồng bộ giữa các cấp, dẫn đến sự khó khăn trong việc triển khai và thực thi chính sách. Điều này thể hiện qua các quy định về thuế đối với BHTT, nơi mà Nghị định 85/2021/NĐ-CP về quản lý TMĐT đã bổ sung nhưng vẫn chưa thể giải quyết triệt để các vấn đề về thu thuế và giám sát giao dịch trực tuyến. Báo cáo của Tổng cục Thuế năm 2022 chỉ ra rằng, dù hệ thống chính trị đã có những cải thiện trong quản lý BHTT, nhưng sự phối hợp giữa các cơ quan như Bộ Công Thương và Bộ Tài chính vẫn chưa được tối ưu hóa. Cụ thể, việc thu thuế từ các giao dịch TMĐT qua các nền tảng quốc tế vẫn gặp nhiều khó khăn do sự không đồng nhất trong quy trình giám sát và thu thuế.

3.4.2.2. Quan điểm và định hướng phát triển BHTT của quốc gia

Trong những năm gần đây, quan điểm và định hướng phát triển BHTT của Việt Nam đã trở thành một trong những yếu tố quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế số. Chính phủ Việt Nam xác định BHTT là một lĩnh vực chủ chốt trong nền kinh tế số và đóng vai trò chiến lược trong việc chuyển đổi số quốc gia. Các chính sách liên quan đến BHTT không chỉ tác động đến cách các DN vận hành mà còn ảnh hưởng trực tiếp đến QLNN đối với lĩnh vực này. Quan điểm phát triển BHTT của Chính phủ thể hiện qua việc ban hành các Nghị định, Chỉ thị và Quyết định có liên quan đến TMĐT. Nghị định 52/2013/NĐ-CP và Nghị định 85/2021/NĐ-CP, tạo nền tảng pháp lý cho việc quản lý hoạt động BHTT. Các quy định này không chỉ giúp nhà nước kiểm soát các hoạt động TMĐT mà còn hỗ trợ sự phát triển bền vững của thị trường BHTT thông qua việc tạo ra môi trường pháp lý rõ ràng và minh bạch. Quan điểm của Chính phủ trong việc thúc đẩy Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, tầm nhìn 2030 đã định hướng các hoạt động TMĐT và BHTT vào trọng tâm của quá trình này. Điều này yêu cầu các cơ quan nhà nước tăng cường quản lý, giám sát và hỗ trợ sự phát triển của BHTT thông qua việc đầu tư vào hạ tầng số, cơ sở dữ liệu, và cải thiện các quy trình quản lý. Chính phủ đặt mục tiêu phát triển BHTT không chỉ phục vụ cho các DN mà còn bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng. Điều này yêu cầu các cơ quan QLNN phải thường xuyên cập nhật và hoàn thiện các quy định pháp lý liên quan đến bảo mật dữ liệu, quản lý thuế, và chống hàng giả, hàng nhái. Đồng thời, các chính sách hỗ trợ DN nhỏ và vừa trong lĩnh vực TMĐT cũng tạo điều kiện thuận lợi cho BHTT phát triển mạnh mẽ.

Mặc dù quan điểm và định hướng phát triển BHTT của quốc gia đã được thể hiện rõ qua các chính sách, việc thực thi các chính sách này vẫn gặp khó khăn do sự thiếu đồng bộ giữa các cấp QLNN. Các báo cáo từ Bộ Công Thương đã chỉ ra rằng nhiều quy định về quản lý BHTT chưa được áp dụng đồng bộ trên toàn quốc, dẫn đến sự không nhất quán trong việc quản lý giữa các địa phương. Một trong những vấn đề lớn đối với quản lý BHTT là việc giám sát và thu thuế từ các giao dịch trực tuyến. Dù Nghị định 85/2021/NĐ-CP đã đưa ra những hướng dẫn cụ thể về việc quản lý thuế, nhưng các cơ quan quản lý vẫn gặp khó khăn trong việc kiểm soát hoạt động của các DN trên các nền

tảng TMĐT quốc tế như Amazon, Shopee, Lazada. Theo báo cáo của Tổng cục Thuế năm 2023, việc thu thuế từ các hoạt động BHTT trên các nền tảng quốc tế vẫn gặp nhiều khó khăn. Chỉ khoảng 30% số giao dịch trên các nền tảng TMĐT quốc tế được báo cáo và chịu thuế, gây ra sự thất thoát nguồn thu cho ngân sách nhà nước

3.4.2.3. Sự tham gia và ủng hộ của người dân đối với QLNN đối với BHTT

Sự tham gia và ủng hộ của người dân là yếu tố quan trọng giúp nâng cao hiệu quả QLNN đối với BHTT. Khi người dân nhận thức và ủng hộ các chính sách và quy định của nhà nước về BHTT, việc thực thi pháp luật, giám sát, và quản lý sẽ trở nên dễ dàng hơn. Theo báo cáo của Bộ Công Thương năm 2022, Việt Nam có khoảng 57% dân số tham gia mua sắm trực tuyến. Điều này cho thấy người dân ngày càng tin tưởng và ủng hộ TMĐT, mở rộng quy mô thị trường BHTT. Sự tham gia của người dân vào TMĐT cũng tạo áp lực lên nhà nước trong việc hoàn thiện khung pháp lý và nâng cao hiệu quả quản lý

Ngoài ra, sự tham gia tích cực của người dân thông qua phản hồi, góp ý, hoặc báo cáo vi phạm cũng giúp nhà nước cải thiện và hoàn thiện khung quản lý. Theo báo cáo của Cục Cảnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng, số lượng khiếu nại liên quan đến TMĐT tăng lên hàng năm. Năm 2021, có hơn 3.500 vụ khiếu nại về TMĐT, tập trung vào các vấn đề như giao hàng chậm, sản phẩm không đúng mô tả, và vi phạm về giá cả. Điều này cho thấy người dân ngày càng quan tâm đến quyền lợi của mình và tích cực phản hồi về các vấn đề trong quá trình mua sắm trực tuyến. Khi người dân nhận thức và tin tưởng vào các quy định của nhà nước về BHTT, họ có xu hướng tuân thủ các quy định này tốt hơn. Điều này giúp nâng cao hiệu quả của các biện pháp quản lý như thu thuế BHTT, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, và phòng chống gian lận trực tuyến. Người tiêu dùng là một trong những đối tượng quan trọng có thể cung cấp phản hồi về tình hình thực thi pháp luật trong TMĐT, từ việc báo cáo hành vi gian lận cho đến việc phản hồi về chất lượng dịch vụ của các nền tảng BHTT. Những phản hồi này có thể giúp cơ quan QLNN nhận biết các vấn đề phát sinh, từ đó điều chỉnh chính sách hoặc đưa ra các biện pháp giám sát chặt chẽ hơn. Người dân đóng vai trò quan trọng trong việc giám sát và báo cáo các vi phạm trong lĩnh vực TMĐT, như các hành vi buôn bán hàng giả, lừa đảo trực tuyến, hay vi phạm về thuế. Khi người dân có sự ủng hộ và chủ động báo cáo các vi phạm, cơ quan QLNN có thể dễ dàng tiếp cận và xử lý các vấn đề kịp thời, giúp tạo ra môi trường TMĐT minh bạch và an toàn hơn.

Một phần lớn người tiêu dùng chưa có đủ kiến thức và nhận thức về quyền lợi cũng như nghĩa vụ của mình khi tham gia các hoạt động BHTT. Họ thường không rõ về các quy định pháp lý bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, hoặc không biết cách báo cáo khi gặp phải vi phạm. Điều này dẫn đến việc thực thi chính sách bảo vệ người tiêu dùng chưa đạt hiệu quả như mong đợi. Một số người dân và DN còn thiếu thông tin về các quy định và chính sách QLNN liên quan đến BHTT. Điều này dẫn đến việc thiếu sự ủng

hộ và tham gia tích cực vào quá trình giám sát, tuân thủ các quy định về thuế, bảo vệ quyền lợi, và an ninh mạng. Các cuộc thăm dò và khảo sát do Bộ Công Thương tổ chức về các quy định TMĐT cho thấy người dân và DN ngày càng tham gia nhiều hơn vào quá trình đóng góp ý kiến cho chính sách quản lý TMĐT. Điều này góp phần tạo ra những quy định phù hợp với thực tiễn và nhu cầu của thị trường.

Theo khảo sát các DN BHTT năm 2022 các yếu tố này đều có ảnh hưởng đến BHTT của các DN trong đó theo nhận định của DN thì các yếu tố Hệ thống thể chế hành chính, sự tham gia ủng hộ của người dân và yếu tố công nghệ có sự tác động lớn nhất đến QLNN đối với BHTT (xem Bảng 3.17, phụ lục 4).

Bảng 3.17. Kết quả khảo sát các yếu tố tác động đến QLNN đối với BHTT

	GT NN	GT LN	GT TB	Độ lệch chuẩn
Hệ thống thể chế hành chính của bộ máy QLNN đối với BHTT	1	5	3,61	1,108
Tổ chức bộ máy các cơ quan QLNN đối với BHTT	2	5	2,71	1,213
Đội ngũ cán bộ của bộ máy QLNN đối với BHTT	1	5	2,43	1,119
Tài chính và cơ sở vật chất, kỹ thuật của bộ máy QLNN đối với BHTT	2	5	2,41	1,121
Quan điểm và định hướng phát triển BHTT của quốc gia	1	5	2,83	1,201
Sự tham gia và ủng hộ của người dân đối với QLNN đối với BHTT	1	5	3,43	1,151
Các yếu tố văn hóa, lịch sử, tập quán, truyền thống mua bán	1	5	2,33	0,831
Sự phát triển mạnh mẽ của khoa học, công nghệ và quá trình hội nhập quốc tế	1	5	3,65	1,045
Các yếu tố liên quan đến các DN BHTT có yếu tố nước ngoài	1	5	2,53	0,721

Nguồn: Khảo sát của nghiên cứu sinh, 2022

3.5. ĐÁNH GIÁ CHUNG QLNN ĐỐI VỚI BHTT Ở VIỆT NAM

3.5.1. Các kết quả đã đạt được

Thứ nhất, về xây dựng chiến lược, kế hoạch phát triển BHTT

Từ các kết quả phân tích thực trạng QLNN đối với BHTT và kết quả các tiêu chí đánh giá QLNN đối với BHTT cho thấy trong thời gian qua cơ quan QLNN đối với BHTT đã có nhiều cố gắng trong việc xây dựng kế hoạch phát triển BHTT, trong đó kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT qua các giai đoạn được coi là bản kế hoạch mang tính định hướng đầu tiên của các cơ quan QLNN đối sự phát triển BHTT ở Việt Nam. Những định hướng và chủ trương đúng đắn của các cơ quan QLNN đã giúp DN triển khai và ứng dụng có hiệu quả BHTT trong hoạt động SXKD; BHTT ngày càng trở thành ứng dụng quan trọng trong hoạt động của các DN; BHTT đã đóng góp rất lớn vào việc quảng bá hình ảnh, xúc tiến đầu tư, mở rộng hợp tác quốc tế của các DN. Nhờ có sự hỗ trợ của các cơ quan QLNN, ngày càng có nhiều DN áp dụng các mô hình BHTT trên các nền tảng khác nhau, hình thành nên các mô hình BHTT mới rất có hiệu quả.

Bên cạnh đó sự nhận thức về các lợi ích của BHTT trong DN và người dân đã được nâng cao nhờ việc tích cực tuyên truyền, phổ biến về các lợi ích của BHTT. BHTT đã làm thay đổi đáng kể thói quen, tập quán của người tiêu dùng; thay đổi phương thức kinh doanh truyền thống.

Thứ hai, về xây dựng chính sách và ban hành pháp luật về BHTT

Trong thời gian qua, các cơ quan QLNN đã có rất nhiều cố gắng trong việc xây dựng các chính sách phát triển BHTT, rất nhiều chính sách như chính sách phát triển hạ tầng công nghệ cho BHTT, chính sách phát triển nguồn nhân lực cho BHTT đã đạt được những thành công nhất định.

Chính sách phát triển hạ tầng công nghệ cho BHTT, sau một thời gian xây dựng và triển khai, cho đến nay hạ tầng công nghệ cho BHTT đã được chú trọng đầu tư tạo công nghệ mới được ứng dụng; tốc độ đường truyền Internet ngày càng tăng, ngày càng có nhiều DN cung cấp các dịch vụ viễn thông, Internet đã được cung cấp đến hầu hết các tỉnh thành trên phạm vi cả nước. Các công nghệ thanh toán ngày càng hiện đại, an toàn và bảo mật, thuận tiện cho người sử dụng. Chính các điều kiện này đã mở ra cơ hội rất lớn cho việc triển khai BHTT.

Về chính sách phát triển nguồn nhân lực cho BHTT, cho đến nay nguồn nhân lực cho BHTT đã được quan tâm đào tạo, bước đầu đáp ứng được phần nào nhu cầu về nguồn nhân lực BHTT cho các DN và xã hội. Sau rất nhiều nỗ lực của các cơ quan quản lý và các trường đại học, chuyên ngành TMĐT đã có tên trong hệ thống đào tạo quốc gia. Rất nhiều trường đã mở chuyên ngành đào tạo TMĐT hoặc đưa môn học TMĐT vào các chương trình đào tạo của các chuyên ngành khác có liên quan. Việc đào tạo chính quy về TMĐT đã tạo ra nguồn nhân lực có chất lượng, phần nào đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của các DN TMĐT và xã hội.

Hệ thống pháp luật về BHTT cũng từng bước được hiệu chỉnh để phù hợp với hệ thống pháp quốc tế về TMĐT, phù hợp những cam kết của Việt Nam với cộng đồng quốc tế trong quá trình phát triển kinh tế. Hệ thống pháp luật về BHTT đã tạo ra nền tảng pháp lý cơ bản để các cơ quan QLNN thực hiện các hoạt động của mình; là cơ sở để các DN ứng dụng và triển khai BHTT vào hoạt động SXKD; tạo niềm tin cho người tiêu dùng khi tham gia các giao dịch trực tuyến.

Thứ ba, về tổ chức thực hiện kế hoạch phát triển BHTT

Để triển khai thực hiện Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT qua các giai đoạn các cơ quan QLNN đối với BHTT đã triển khai rất nhiều các chương trình, dự án để hỗ trợ việc ứng dụng BHTT trong DN và từng bước hoàn thiện môi trường cho sự phát triển có hiệu quả của BHTT.

Trong tổ chức thực hiện kế hoạch phát triển BHTT, nhờ có sự chỉ đạo kịp thời của các cơ quan QLNN đối với BHTT, đặc biệt là sự chỉ đạo trực tiếp của Cục TMĐT và

kinh tế số, rất nhiều DN đã nhận được sự tư vấn, hỗ trợ kịp thời về mặt công nghệ, về lựa chọn mô hình BHTT phù hợp.

Thứ tư, hoạt động thanh tra, kiểm tra BHTT

Bước đầu đã đạt được những kết quả nhất định. Nhờ có hoạt động này, các DN đã có ý thức hơn trong việc chấp hành pháp luật về BHTT, người tiêu dùng đã phân nào tin tưởng vào việc thực hiện các giao dịch trực tuyến.

3.5.2. Những hạn chế trong QLNN đối với BHTT ở Việt Nam

Bên cạnh các kết quả đã đạt được, QLNN đối với BHTT hiện nay còn tồn tại một số hạn chế nhất định, các hạn chế này là:

Thứ nhất, về xây dựng hệ thống chiến lược, kế hoạch phát triển BHTT

Qua từng giai đoạn phát triển của kế hoạch phát triển TMĐT quốc gia đã có nhiều sự đánh giá, rút kinh nghiệm và hoàn thiện hơn. Tuy nhiên nhiều mục tiêu đặt ra đối với các DN lớn là không cần thiết vì thực tế đã đạt rồi. Bên cạnh đó, có những mục tiêu lại nhằm lẫn sang chính phủ điện tử, ví dụ như các thủ tục điện tử như thuế, hải quan, xin giấy phép... là thuộc phạm vi chính phủ điện tử.

Kế hoạch đề ra mục tiêu cung cấp các dịch vụ công trực tuyến như hải quan, thuế, đăng ký kinh doanh, cấp phép đầu tư... theo từng giai đoạn cho đến năm 2025. Những mục tiêu cung cấp dịch vụ công trực tuyến này trùng với kế hoạch của các Bộ, ngành hữu quan.

Thứ hai, về xây dựng chính sách và ban hành pháp luật BHTT

Trong thời gian vừa qua, mặc dù các cơ quan QLNN đã có nhiều cố gắng trong việc xây dựng chính sách và ban hành pháp luật BHTT tuy nhiên, những quy định tại các văn bản luật này còn rất chung chung và chỉ mang tính nguyên tắc. Chưa có văn bản điều chỉnh những khía cạnh thực tiễn của BHTT phù hợp với các hoạt động ứng dụng khá đa dạng trong xã hội. Còn thiếu nhiều quy định như: thiếu các quy định cụ thể về xử lý tranh chấp khi thực hiện các giao dịch BHTT; thiếu các quy định cụ thể về bảo vệ người tiêu dùng trong các giao dịch BHTT; chưa thừa nhận giá trị pháp lý của chứng cứ điện tử; chưa có quy định chữ ký số trong DN tương đương với con dấu hay chữ ký của người đại diện; thiếu các chính sách hỗ trợ và thúc đẩy các DN ứng dụng BHTT; chính sách DN chưa theo kịp những thay đổi của BHTT trong thực tiễn; chính sách thuế trong BHTT chưa có những quy định cụ thể về đối tượng nộp thuế và đối tượng chịu thuế trong các giao dịch BHTT, quản lý thuế trong BHTT còn nhiều bất cập; đào tạo nguồn nhân lực cho BHTT chưa được quan tâm đúng mức v.v... chính những hạn chế này đã tạo ra rào cản rất lớn trong quá trình triển khai BHTT.

Thứ ba, về tổ chức thực hiện kế hoạch phát triển BHTT

Trong thời gian vừa qua, các cơ quan QLNN, các tổ chức xã hội nghề nghiệp và các cơ quan thông tin đại chúng đã có nhiều nỗ lực trong công tác tuyên truyền, phổ biến về BHTT

và đạt được nhiều kết quả tích cực. Nhận thức của DN và nhân dân về BHTT đã được nâng cao rõ rệt, thể hiện qua việc ứng dụng BHTT tại các DN ngày càng tăng, hoạt động mua bán trực tuyến đã dần trở nên phổ biến tại các thành phố lớn, v.v...

Tuy nhiên, các hoạt động tuyên truyền, phổ biến về BHTT trong thời gian vừa qua chủ yếu tập trung vào cổ vũ, động viên cho việc ứng dụng BHTT, chưa chú trọng đến vấn đề giáo dục pháp luật. Hoạt động giáo dục pháp luật về BHTT được tổ chức chưa nhiều. Văn bản quy phạm pháp luật sau khi ban hành thường chỉ được cơ quan chủ trì soạn thảo tổ chức giới thiệu khoảng một đến hai lần cho một số ít đối tượng nên tính phổ cập của các văn bản này vẫn còn thấp. Hiện nay chưa có cơ chế phối hợp hiệu quả trong hoạt động giáo dục pháp luật giữa các cơ quan liên quan như cơ quan QLNN và cơ quan thông tin đại chúng, các tổ chức đào tạo, v.v...

Sự phối hợp giữa các Bộ, ngành giữa Trung ương và các địa phương chưa chặt chẽ. Các nguyên nhân này đã khiến cho BHTT chưa được áp dụng phổ biến ở rất nhiều địa phương do không có những định hướng, những mục tiêu cụ thể để các DN có thể triển khai BHTT.

Thứ tư, hoạt động kiểm tra, thanh tra trong BHTT

Nguồn lực thanh tra mỏng, tần suất các hoạt động thanh tra, kiểm tra chuyên ngành thấp, hiệu quả chưa cao, chưa có cơ chế giám sát trực tuyến các hoạt động trên môi trường điện tử; chưa có thanh tra chuyên ngành BHTT; nhiều quy định về mức xử phạt đối với các hành vi vi phạm trong lĩnh vực BHTT chưa đủ mạnh để răn đe, tạo ra sự tuân thủ tốt trong xã hội.

3.5.3. Nguyên nhân của hạn chế trong QLNN đối với BHTT

Về pháp lý: khung pháp lý về BHTT hiện tại cần được cải thiện để đáp ứng yêu cầu của thị trường đang phát triển nhanh chóng. Điều này bao gồm việc xây dựng các quy định chặt chẽ và rõ ràng về quản lý giao dịch xuyên biên giới, bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng trong môi trường trực tuyến, cũng như tăng cường các quy định về bảo mật dữ liệu và quyền riêng tư. Chỉ khi khung pháp lý được hoàn thiện, thị trường BHTT mới có thể phát triển bền vững và tạo ra niềm tin cho cả DN và người tiêu dùng:

Thiếu hoàn thiện trong các quy định pháp lý: Nhiều quy định liên quan đến BHTT hiện tại vẫn còn mang tính lỏng lẻo, không rõ ràng và thiếu cụ thể. Điều này dẫn đến việc khó khăn trong việc áp dụng và thực thi các quy định này. Cụ thể, các cơ quan quản lý nhà nước gặp khó khăn trong việc hướng dẫn và giám sát các hoạt động của DN trong lĩnh vực BHTT, từ đó ảnh hưởng đến tính minh bạch và công bằng trong thị trường.

Quản lý giao dịch xuyên biên giới: Trong bối cảnh toàn cầu hóa và sự phát triển của thương mại điện tử, các giao dịch BHTT thường diễn ra không chỉ trong nước mà còn xuyên biên giới. Tuy nhiên, quy định pháp lý hiện tại chưa đủ mạnh để quản lý hiệu quả các giao dịch này. Việc thiếu một khung pháp lý rõ ràng về quản lý giao dịch xuyên biên

giới có thể dẫn đến việc các DN và người tiêu dùng gặp khó khăn trong việc bảo vệ quyền lợi của mình. Hơn nữa, nó cũng tạo ra cơ hội cho các hành vi gian lận và không tuân thủ quy định pháp luật.

Quyền bảo vệ người tiêu dùng trực tuyến: Quyền bảo vệ người tiêu dùng trong môi trường trực tuyến chưa được xác định rõ ràng trong các quy định pháp lý hiện hành. Các quy định cần phải cụ thể hóa hơn về quyền lợi của người tiêu dùng trong các giao dịch BHTT, đảm bảo rằng họ được thông tin đầy đủ và có quyền khiếu nại khi gặp vấn đề. Việc thiếu các quy định chặt chẽ có thể dẫn đến tình trạng người tiêu dùng bị thiệt hại mà không có sự bảo vệ hợp pháp.

Bảo mật dữ liệu và quyền riêng tư: Các quy định liên quan đến bảo mật dữ liệu và quyền riêng tư trong BHTT chưa được hoàn thiện và đầy đủ. Với sự gia tăng của các giao dịch trực tuyến, vấn đề bảo vệ thông tin cá nhân và dữ liệu nhạy cảm của người tiêu dùng trở nên quan trọng hơn bao giờ hết. Tuy nhiên, hiện tại, các quy định chưa đủ chặt chẽ để đảm bảo rằng dữ liệu cá nhân được bảo vệ an toàn trước những rủi ro như rò rỉ thông tin hay lạm dụng dữ liệu.

Về các công cụ quản lý: để phát triển BHTT một cách bền vững trong thời đại số, cần phải xây dựng một chiến lược toàn diện và dài hạn. Điều này bao gồm việc xác định rõ các mục tiêu cụ thể, tăng cường sự đồng bộ giữa các cơ quan quản lý, cập nhật chính sách kịp thời và áp dụng các công cụ quản lý hiện đại. Chỉ khi đó, thị trường BHTT mới có thể phát triển mạnh mẽ, đáp ứng được nhu cầu của DN và người tiêu dùng trong bối cảnh kinh tế số hiện nay. Trong bối cảnh kinh tế số đang phát triển mạnh mẽ, sự thiếu vắng một chiến lược phát triển BHTT toàn diện và dài hạn đã trở thành một vấn đề cấp thiết:

- Hiện tại, chưa có một chiến lược phát triển BHTT rõ ràng và tổng thể, điều này khiến cho việc định hướng phát triển trở nên khó khăn. Các cơ quan quản lý nhà nước và DN cần có một chiến lược cụ thể để tích hợp BHTT vào các kế hoạch phát triển kinh tế số, từ đó tạo ra một hệ sinh thái BHTT mạnh mẽ và hiệu quả hơn.

- Kế hoạch phát triển BHTT hiện tại thiếu sự chi tiết và cụ thể. Việc này dẫn đến việc không xác định được các mục tiêu cụ thể trong quá trình thực hiện, từ đó ảnh hưởng đến khả năng theo dõi và đánh giá kết quả. Một kế hoạch rõ ràng sẽ giúp các bên liên quan dễ dàng hiểu được vai trò và trách nhiệm của mình trong việc phát triển BHTT.

- Các cơ quan quản lý chưa phối hợp đồng bộ trong việc thực hiện các chính sách phát triển BHTT. Điều này không chỉ dẫn đến sự chồng chéo trong quy định mà còn làm giảm hiệu quả của việc triển khai các chương trình phát triển. Sự phối hợp kém giữa các cơ quan cần phải được cải thiện để đảm bảo rằng tất cả các bên liên quan đều hoạt động hướng tới cùng một mục tiêu chung.

- Chính sách hiện tại về BHTT chưa đủ tính cập nhật và không kịp thời phản ánh sự phát triển nhanh chóng của thị trường cũng như sự thay đổi của công nghệ. Khi mà thị

trường BHTT đang ngày càng thay đổi và phát triển, việc điều chỉnh chính sách một cách kịp thời và hiệu quả là rất cần thiết để bảo đảm tính cạnh tranh và sự phát triển bền vững.

- Việc thiếu các công cụ và quy trình quản lý hiện đại đã gây khó khăn cho việc thực thi và giám sát các kế hoạch phát triển BHTT. Các công nghệ quản lý tiên tiến, như phân tích dữ liệu lớn và tự động hóa quy trình, cần được áp dụng để nâng cao hiệu quả trong công tác quản lý và giám sát. Sự thiếu hụt này không chỉ làm giảm hiệu quả hoạt động của các cơ quan quản lý mà còn gây ra khó khăn cho DN trong việc tuân thủ các quy định hiện hành.

Thứ ba, về cơ chế: Trong bối cảnh TMĐT ngày càng phát triển mạnh mẽ, việc xây dựng một khung pháp lý và cơ chế quản lý rõ ràng là vô cùng cần thiết. Tuy nhiên chưa có cơ chế rõ ràng trong việc bảo vệ người tiêu dùng, quản lý cạnh tranh, và quản lý thuế trong TMĐT. Cơ chế phản hồi, khiếu nại và giải quyết tranh chấp trong TMĐT còn chậm và thiếu hiệu quả. Sự phối hợp chưa hiệu quả giữa các cơ quan QLNN, dẫn đến chồng chéo trong phân công trách nhiệm và chậm trễ trong việc thực hiện kế hoạch. Nhiều cán bộ QLNN còn thiếu kiến thức và kỹ năng về công nghệ số và TMĐT, dẫn đến khó khăn trong việc thực hiện các nhiệm vụ quản lý. Cơ chế đào tạo và bồi dưỡng chuyên môn cho cán bộ QLNN về TMĐT còn hạn chế.

Hiện tại, chưa có cơ chế rõ ràng để bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng trong các giao dịch TMĐT. Điều này dẫn đến tình trạng người tiêu dùng dễ bị lừa đảo, mua phải hàng giả, hàng nhái hoặc không đạt chất lượng. Việc thiếu các quy định cụ thể về trách nhiệm của nhà cung cấp trong việc bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng tạo ra một khoảng trống lớn trong quản lý. Cơ chế quản lý cạnh tranh trong TMĐT hiện chưa đủ mạnh để kiểm soát các hành vi cạnh tranh không lành mạnh. Sự thiếu hụt trong các quy định pháp lý và công cụ thực thi đã dẫn đến việc một số DN lợi dụng sự thiếu kiểm soát để thực hiện các chiến lược kinh doanh không công bằng, ảnh hưởng tiêu cực đến thị trường và người tiêu dùng. Cơ chế quản lý thuế trong TMĐT cũng còn nhiều bất cập. Các quy định về thuế đối với các giao dịch trực tuyến chưa được thiết lập một cách rõ ràng và đồng bộ, dẫn đến khó khăn cho cả DN và cơ quan thuế trong việc thực hiện nghĩa vụ thuế. Điều này có thể tạo ra sự bất bình đẳng giữa các DN truyền thống và DN hoạt động trong môi trường trực tuyến. Cơ chế phản hồi, khiếu nại và giải quyết tranh chấp trong TMĐT hiện nay còn chậm và thiếu hiệu quả. Người tiêu dùng gặp khó khăn trong việc khiếu nại và tìm kiếm giải pháp cho các vấn đề phát sinh trong quá trình giao dịch. Thiếu các kênh thông tin minh bạch và quy trình rõ ràng để xử lý khiếu nại đã khiến nhiều người tiêu dùng mất niềm tin vào TMĐT. Cơ chế đào tạo và bồi dưỡng chuyên môn cho cán bộ quản lý nhà nước về TMĐT vẫn còn hạn chế. Các chương trình đào tạo hiện tại chưa đủ sâu sắc và thực tế để trang bị cho cán bộ những kiến thức và kỹ năng cần thiết trong bối cảnh TMĐT ngày càng phát triển. Việc này dẫn đến sự chậm

trễ trong việc cập nhật các thông tin và xu hướng mới, làm giảm khả năng thích ứng của các cơ quan quản lý.

Thứ tư, về thanh kiểm tra: Công tác thanh kiểm tra chưa được số hóa và thiếu hệ thống dữ liệu đồng bộ để giám sát hoạt động của các DN trực tuyến. Quy trình thanh kiểm tra còn phụ thuộc nhiều vào nhân lực, chưa áp dụng đầy đủ các công cụ kỹ thuật số và công nghệ mới.

Hiện nay, công tác thanh kiểm tra vẫn chủ yếu thực hiện theo phương thức truyền thống, chưa được số hóa. Điều này dẫn đến việc thu thập, xử lý và lưu trữ thông tin một cách thủ công, dễ xảy ra sai sót và không hiệu quả. Việc không áp dụng công nghệ số trong thanh kiểm tra làm giảm khả năng theo dõi và giám sát hoạt động của các DN, dẫn đến khó khăn trong việc phát hiện các vi phạm, gian lận hoặc hành vi kinh doanh không minh bạch. Một trong những vấn đề lớn hiện nay là thiếu một hệ thống dữ liệu đồng bộ để giám sát hoạt động của các DN trực tuyến. Các cơ quan quản lý nhà nước chưa có một nền tảng dữ liệu tập trung, khiến cho việc chia sẻ thông tin giữa các cơ quan gặp khó khăn. Điều này không chỉ gây khó khăn trong việc thu thập thông tin, mà còn làm giảm khả năng phân tích và đánh giá tình hình hoạt động của các DN trong lĩnh vực TMĐT. Quy trình thanh kiểm tra hiện tại chủ yếu phụ thuộc vào nhân lực, dẫn đến khả năng kiểm tra không đồng đều và thiếu tính nhất quán. Các cán bộ thanh tra thường phải thực hiện các bước kiểm tra một cách thủ công, từ việc lập kế hoạch, thực hiện thanh tra cho đến báo cáo kết quả. Điều này không chỉ tốn thời gian mà còn làm giảm độ chính xác và hiệu quả của công tác thanh kiểm tra. Việc áp dụng các công cụ kỹ thuật số và công nghệ mới trong thanh kiểm tra còn hạn chế. Mặc dù có nhiều công cụ và phần mềm hiện đại có thể hỗ trợ công tác này, nhưng chúng chưa được triển khai một cách đồng bộ và rộng rãi. Sự thiếu hụt trong việc sử dụng công nghệ tiên tiến đã dẫn đến việc không tận dụng được các lợi ích mà công nghệ mang lại, như việc tăng cường khả năng phát hiện vi phạm, phân tích dữ liệu nhanh chóng và chính xác hơn.

Thứ năm, về các nguyên nhân khác: Chuyển đổi số trong các cơ quan nhà nước vẫn còn chậm, nhiều cơ quan chưa có hệ thống công nghệ thông tin đủ mạnh để hỗ trợ quản lý BHTT. Chưa có sự liên kết chặt chẽ giữa hệ thống quản lý TMĐT và mô hình Chính phủ số, gây khó khăn trong việc theo dõi và điều phối. Tư duy quản lý truyền thống không theo kịp với tốc độ phát triển của TMĐT và sự đổi mới công nghệ. Quản lý theo phương pháp hành chính truyền thống chưa phù hợp với yêu cầu quản lý BHTT hiện đại. Nhiều dịch vụ công liên quan đến quản lý BHTT vẫn còn thủ công, gây phiền hà cho DN và người dân. Quản lý các bên thứ ba (như các công ty giao vận, nhà cung cấp dịch vụ thanh toán) chưa được chặt chẽ, đặc biệt là về thuế và chất lượng dịch vụ. Thiếu sự liên kết giữa các chính sách quản lý các bên thứ ba với hoạt động BHTT.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 3

Chương 3 của luận án tập trung vào các nội dung chủ yếu sau:

- Khái quát về thực trạng BHTT từ năm 2016 đến năm 2023. Theo đó, luận án phân tích quá trình phát triển BHTT ở Việt Nam qua các nội dung sự phát triển của cơ sở hạ tầng BHTT, hoạt động BHTT và thực trạng BHTT trên các nền tảng trực tuyến.
- Phân tích thực trạng nội dung QLNN đối với BHTT, thực trạng chất lượng QLNN đối với BHTT và thực trạng các yếu tố tác động QLNN đối với BHTT ở Việt Nam
- Trên cơ sở các phân tích thực trạng trên, luận án đánh giá về thành công, hạn chế và nguyên nhân của QLNN đối với BHTT ở Việt Nam.

Chương 4. QUAN ĐIỂM, ĐỊNH HƯỚNG VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN QLNN ĐỐI VỚI BHTT Ở VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2030

4.1. XU HƯỚNG VÀ MỘT SỐ DỰ BÁO PHÁT TRIỂN BHTT Ở VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2030

4.1.1. Xu hướng phát triển trên thế giới

Xu hướng bán hàng trực tuyến (BHTT) trên thế giới đang phát triển mạnh mẽ và sẽ có nhiều thay đổi đáng chú ý:

Ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) và máy học: AI sẽ giúp DN hiểu rõ hơn về nhu cầu của khách hàng và tạo ra trải nghiệm mua sắm được cá nhân hóa hơn. AI sẽ phân tích dữ liệu để đề xuất sản phẩm, tối ưu hóa quảng cáo và dự đoán xu hướng mua sắm. Đồng thời, AI còn tự động hóa quản lý kho bãi, logistics, và chăm sóc khách hàng, giúp DN hoạt động hiệu quả và giảm chi phí.

Thương mại điện tử qua di động (M-commerce): Với sự phổ biến của điện thoại thông minh, việc mua sắm qua ứng dụng di động ngày càng tăng vì sự tiện lợi và nhanh chóng. Các phương thức thanh toán như ví điện tử, mã QR sẽ trở nên phổ biến, giúp việc mua sắm qua điện thoại trở thành một tiêu chuẩn mới. Dự báo, doanh số bán hàng từ thương mại di động có thể đạt 76% tổng doanh thu thương mại điện tử toàn cầu vào năm 2025, với tốc độ tăng trưởng hàng năm khoảng 12%. Tại Mỹ, doanh thu từ M-commerce dự kiến đạt hơn 710 tỷ USD vào năm 2025, tăng gấp đôi so với năm 2020.

Thương mại xã hội (Social Commerce): Mua sắm trực tiếp qua các mạng xã hội như Facebook, Instagram, TikTok sẽ trở thành xu hướng lớn, cho phép người tiêu dùng mua sản phẩm ngay từ các bài đăng, video, hoặc livestream. Điều này tạo ra trải nghiệm mua sắm liền mạch và dễ dàng hơn cho người dùng. Theo Statista, doanh thu toàn cầu từ thương mại xã hội dự kiến sẽ đạt 2,9 nghìn tỷ USD vào năm 2026 với tỷ lệ tăng trưởng trung bình 31% mỗi năm. Thị trường Trung Quốc, một trong những thị trường dẫn đầu về social commerce, dự kiến chiếm 50% doanh thu thương mại xã hội toàn cầu vào năm 2024. Nền tảng như WeChat và Douyin đã hỗ trợ doanh thu BHTT từ MXH đáng kể.

Chú trọng tính bền vững và trách nhiệm xã hội: Người tiêu dùng hiện nay quan tâm đến các sản phẩm thân thiện với môi trường và DN có trách nhiệm xã hội. Do đó, DN sẽ cần minh bạch về quy trình sản xuất, giảm tác động môi trường và có thể áp dụng các mô hình kinh doanh bền vững như bán sản phẩm đã qua sử dụng, tái chế, hoặc cho thuê sản phẩm để góp phần vào nền kinh tế tuần hoàn. Báo cáo của Nielsen chỉ ra rằng 73% người tiêu dùng toàn cầu sẵn sàng chi tiêu nhiều hơn cho các sản phẩm thân thiện với môi trường, và 50% cho rằng tính bền vững là yếu tố quyết định trong lựa chọn sản phẩm. Xu

hướng bán sản phẩm tái chế và đã qua sử dụng có thể đạt doanh thu toàn cầu khoảng 77 tỷ USD vào năm 2025, khi các thương hiệu lớn chuyển sang kinh doanh bền vững hơn.

TMĐT xuyên biên giới: Các DN nhỏ và vừa có thể mở rộng ra thị trường quốc tế nhờ các nền tảng TMĐT lớn như Amazon, Alibaba, cùng với dịch vụ logistics quốc tế. Dù tiềm năng tăng trưởng cao, TMĐT xuyên biên giới cũng đối mặt với nhiều thách thức như vận chuyển, thuế và các quy định pháp lý giữa các quốc gia.

4.1.2. Xu hướng phát triển ở Việt Nam

TMĐT ở Việt Nam đang phát triển mạnh mẽ nhờ vào nhiều lợi thế như dân số trẻ và sự am hiểu công nghệ. Đến năm 2024, khoảng 57 triệu người Việt Nam tham gia mua sắm trực tuyến, trong đó có 43% là người tiêu dùng thuộc thế hệ Z. Những người này đang mở rộng khả năng mua sắm trực tuyến thông qua các nền tảng như Shopee, Lazada, Tiki và TikTok Shop. Shopee hiện đang dẫn đầu thị trường với tổng giá trị hàng hóa lên tới 55,1 tỷ USD. Trong khi đó, TikTok Shop nổi lên như nền tảng lớn thứ hai ở Đông Nam Á, chiếm 24% thị phần tại Việt Nam. Thành công này của các nền tảng chủ yếu nhờ vào việc sử dụng hiệu quả các KOL (người có ảnh hưởng) trong bán hàng trực tuyến và áp dụng trí tuệ nhân tạo (AI) để nâng cao trải nghiệm người dùng.

Trong năm 2024, TikTok Shop chiếm 23,2% thị phần TMĐT tại Việt Nam, cho thấy vai trò ngày càng quan trọng của mạng xã hội trong việc thúc đẩy doanh số bán hàng trực tuyến. Các nền tảng như Lazada và Tiki đang gặp phải sự cạnh tranh gay gắt từ TikTok, dẫn đến việc thị phần của họ đang bị thu hẹp. (xem bảng 4.1)

Bảng 4.1. Các nền tảng TMĐT hàng đầu tại Việt Nam năm 2024

Thứ hạng	Nền tảng TMĐT	Truy cập hàng tháng (Web)	Mô tả
1	ShopeeVN	145,7 triệu	Nền tảng TMĐT toàn diện lớn nhất tại Việt Nam và Đông Nam Á, một phần thuộc sở hữu của Tencent.
2	Lazada VN	19,9 triệu	Đơn vị chính hỗ trợ bán hàng C2C, B2C và xuyên biên giới với năng lực hậu cần mạnh mẽ.
3	Tiki	6,7 triệu	Nền tảng B2C địa phương thành công nhất của Việt Nam, ban đầu là một hiệu sách trực tuyến, hiện đã đa dạng hóa.
4	Chiaki	2,4 triệu	Chuyên bán thực phẩm chức năng, thực phẩm bổ sung sức khỏe và hàng chăm sóc cá nhân trực tuyến.
5	Sendo	766,7 nghìn	Nhà cung cấp hoạt động theo mô hình B2C và C2C, tập trung vào phạm vi địa lý rộng lớn.
–	Websoanh	1,4 triệu	Nền tảng so sánh giá giúp người dùng tìm được sản phẩm và dịch vụ có giá tốt nhất.

Thứ hạng	Nền tảng TMĐT	Truy cập hàng tháng (Web)	Mô tả
–	Cửa hàng TikTok	Không có	Nền tảng mới nổi với tốc độ tăng trưởng nhanh, đặc biệt mạnh ở các sản phẩm Làm đẹp và Chăm sóc Cá nhân.
–	Amazon	3,9 triệu	Phổ biến với các sản phẩm quốc tế, mặc dù không đảm bảo độ tin cậy khi giao hàng tại địa phương.
–	Alibaba.com	1,4 triệu	Công ty bán buôn B2B lớn, hỗ trợ thương mại và hậu cần quốc tế tại Việt Nam.
–	SHEINVN	333,4 nghìn	Phổ biến trong lĩnh vực bán lẻ trực tuyến, có kế hoạch mở rộng mô hình thị trường trên toàn cầu.

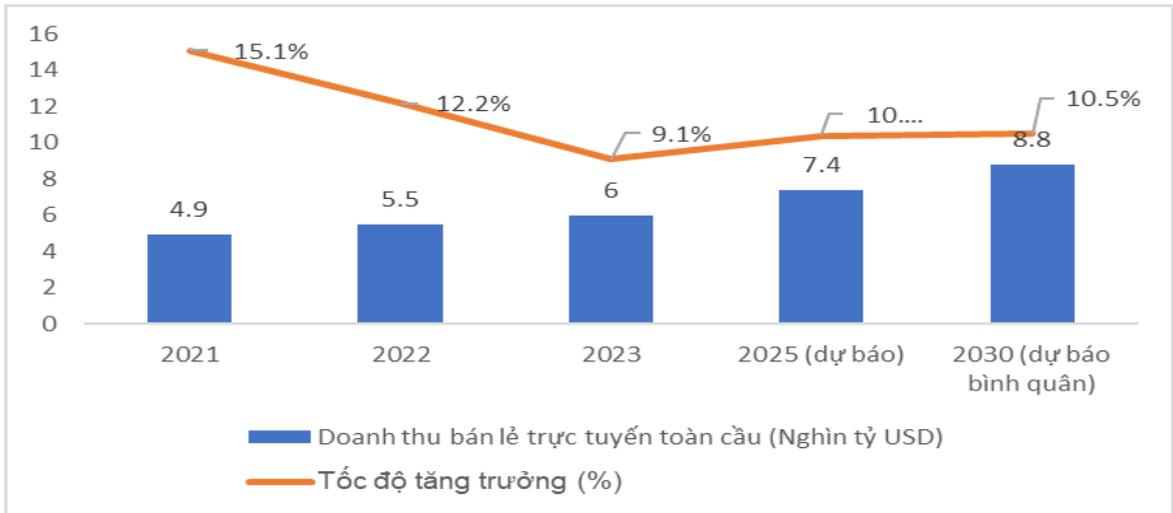
Nguồn: TMO Group (Cơ quan TMĐT kỹ thuật số ở châu Á), 2024

BHTT tại Việt Nam dự kiến sẽ tiếp tục phát triển mạnh mẽ và đa dạng, nhờ vào sự gia tăng sử dụng công nghệ, thay đổi hành vi người tiêu dùng và sự đổi mới trong mô hình kinh doanh. Công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI) và phân tích dữ liệu lớn sẽ cho phép các DN cá nhân hóa trải nghiệm mua sắm cho khách hàng. Điều này có thể bao gồm việc đề xuất sản phẩm dựa trên thói quen và sở thích của người tiêu dùng. Sử dụng AI để phân tích hành vi tiêu dùng và dự đoán nhu cầu sẽ giúp DN tối ưu hóa hàng tồn kho và chiến lược tiếp thị. Với sự phổ biến của điện thoại thông minh, người tiêu dùng sẽ ngày càng ưa chuộng việc mua sắm qua ứng dụng di động. Điều này sẽ thúc đẩy sự phát triển của các nền tảng TMĐT chuyên biệt cho di động. Các phương thức thanh toán di động như ví điện tử và mã QR sẽ trở thành tiêu chuẩn trong giao dịch BHTT. Người tiêu dùng sẽ thường xuyên mua sắm qua các nền tảng mạng xã hội như Facebook, Instagram và TikTok. Việc mua sản phẩm trực tiếp từ các bài đăng và livestream sẽ ngày càng phổ biến. Các thương hiệu sẽ đầu tư mạnh vào việc tương tác với khách hàng qua mạng xã hội, tạo ra một trải nghiệm mua sắm tương tác và hấp dẫn hơn. Xu hướng mua sắm các sản phẩm đã qua sử dụng hoặc dịch vụ cho thuê sẽ gia tăng, đóng góp vào sự phát triển bền vững. Các DN nhỏ và vừa sẽ sử dụng các nền tảng thương mại điện tử để tiếp cận thị trường quốc tế, tạo ra cơ hội tăng trưởng mới.

4.1.3. Một số dự báo phát triển BHTT đến 2030 ở Việt Nam

4.1.3.1. Dự báo doanh thu BHTT

Theo dự báo của eMarketer (2023), doanh thu toàn cầu từ TMĐT sẽ tiếp tục tăng trưởng mạnh mẽ, tăng từ 4.9 triệu USD vào năm 2021 và ước đạt khoảng 7.4 triệu USD vào năm 2025. TMĐT dự kiến sẽ chiếm khoảng 22% tổng doanh thu bán lẻ toàn cầu vào năm 2025, so với khoảng 18% trong năm 2023. (xem hình 4.1)

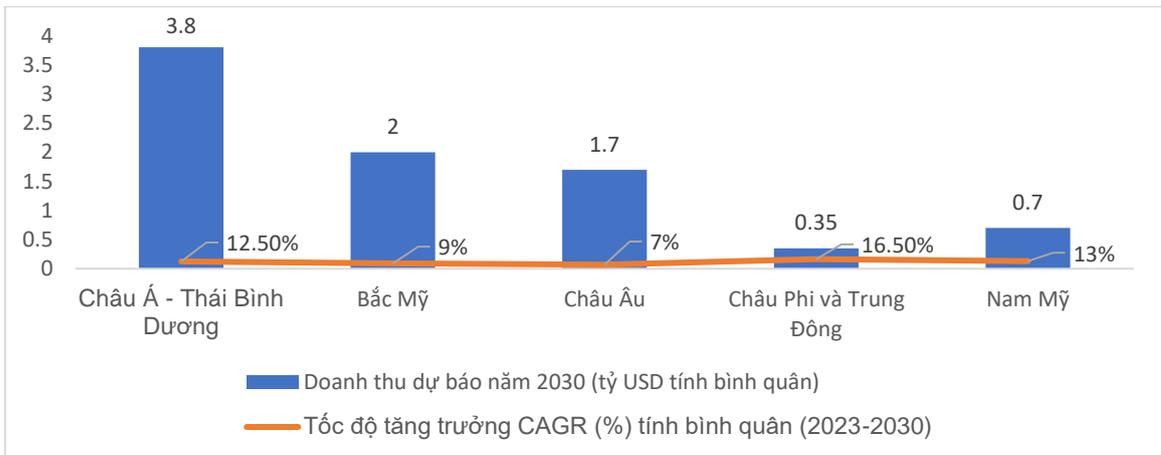


Hình 4.1. Dự báo tăng trưởng BHTT toàn cầu đến năm 2030

Nguồn: eMarketer (2023)

Dự báo tăng trưởng BHTT toàn cầu đến năm 2030 cho thấy sự phát triển mạnh mẽ của TMĐT, đặc biệt là khi ngày càng có nhiều người dùng chuyển sang mua sắm trực tuyến. Các yếu tố như sự phát triển của công nghệ, cải thiện hạ tầng kỹ thuật số, và thói quen tiêu dùng mới sẽ tiếp tục thúc đẩy tăng trưởng trong lĩnh vực này. Từ năm 2023 đến 2030, tốc độ tăng trưởng trung bình hàng năm của BHTT toàn cầu được dự báo dao động từ 9-12%. Doanh thu dự kiến sẽ đạt khoảng 8,5 - 9 nghìn tỷ USD vào năm 2030, so với khoảng 4,9 nghìn tỷ USD vào năm 2021.

Dự báo tăng trưởng BHTT của các khu vực trên thế giới đến năm 2030 phản ánh sự phát triển không đồng đều giữa các khu vực, tùy thuộc vào mức độ thâm nhập của internet, hạ tầng TMĐT, và thói quen tiêu dùng. Các khu vực như châu Á - Thái Bình Dương và Bắc Mỹ thường có tốc độ tăng trưởng cao, trong khi các khu vực như châu Phi và Nam Mỹ đang nổi lên như những thị trường mới. (xem hình 4.2)



Hình 4.2. Dự báo tăng trưởng theo khu vực trên thế giới đến năm 2030

Nguồn: eMarketer (2023)

Châu Á - Thái Bình Dương được dự báo là khu vực có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất, với mức tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) khoảng 11-14% từ 2023 đến 2030 phần lớn do thị trường Trung Quốc và Ấn Độ có sự tăng trưởng mạnh mẽ của các nền tảng TMĐT và thanh toán kỹ thuật số. Tiếp đến là Bắc Mỹ tốc độ tăng trưởng khoảng 8-10% mỗi năm. Đây là tốc độ tăng trưởng ổn định, chủ yếu nhờ vào sự phát triển của các nền tảng lớn như Amazon, Walmart, và sự thâm nhập sâu rộng của công nghệ trong thói quen tiêu dùng. Thị trường Châu Âu đạt tốc độ tăng trưởng khoảng 6-8% mỗi năm, thị trường này đã bão hòa với sự phát triển mạnh ở các nước Tây Âu. Tuy nhiên, Đông Âu có thể có mức tăng trưởng cao hơn do sự tăng cường số hóa và cải thiện cơ sở hạ tầng. Thị trường mới nổi Châu Phi và Trung Đông với mức tăng trưởng khoảng 15-18% mỗi năm do cơ sự tăng cường đầu tư vào hạ tầng viễn thông và sự gia tăng của tầng lớp trung lưu. Nam Mỹ đạt tốc độ tăng trưởng khoảng 12-14% mỗi năm. Đạt được mức tăng trưởng này nhờ vào sự phát triển của TMĐT ở các nước như Brazil, Argentina, và Chile.

Dự báo tăng trưởng BHTT ở Việt Nam đến năm 2025 và 2030 cho thấy sự phát triển mạnh mẽ nhờ vào sự bùng nổ của TMĐT, sự phổ biến của công nghệ di động và sự chuyển dịch sang mua sắm trực tuyến. Theo báo cáo "e-Conomy SEA" hàng năm từ Google, Temasek và Bain, quy mô thị trường TMĐT tại Việt Nam dự kiến sẽ đạt 49 tỷ USD vào năm 2025, với tốc độ tăng trưởng hàng năm (CAGR) khoảng 27% từ năm 2021. Statista dự đoán rằng doanh thu BHTT Việt Nam có thể đạt 25-30 tỷ USD vào năm 2025, với người tiêu dùng chủ yếu từ các thành phố lớn như Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh và các khu vực đô thị lớn khác. Năm 2030 nhiều dự báo cho rằng Việt Nam sẽ tiếp tục duy trì tốc độ tăng trưởng mạnh trong BHTT, với quy mô thị trường có thể đạt tới 60-70 tỷ USD vào năm 2030 nếu tiếp tục duy trì được tốc độ tăng trưởng ổn định khoảng 20-25% hàng năm. Báo cáo từ Bộ Công Thương Việt Nam cũng cho rằng TMĐT sẽ chiếm ít nhất 20% tổng doanh thu bán lẻ của cả nước vào năm 2030, khi tỷ lệ thâm nhập của TMĐT tiếp tục tăng và đạt khoảng 60% dân số.

4.1.3.2. Dự báo phát triển các hình thức BHTT

Theo Statista và ResearchAndMarkets dự báo các hình thức BHTT tại Việt Nam sẽ tiếp tục phát triển với những hình thức sau:

- TMĐT trên nền tảng đa kênh (Omnichannel): các DN sẽ ngày càng tích hợp BHTT với các kênh offline, mang đến trải nghiệm liền mạch giữa mua sắm trực tuyến và cửa hàng thực tế. Khách hàng sẽ có thể mua sắm linh hoạt giữa các nền tảng như website, ứng dụng di động, và các mạng xã hội, từ đó nâng cao trải nghiệm người tiêu dùng và tối ưu hóa dịch vụ khách hàng. Nền tảng Omnichannel có thể trở thành tiêu chuẩn cho các DN lớn, giúp người tiêu dùng nhận và trả hàng dễ dàng hơn.

- Bán hàng qua MXH: mua sắm trực tiếp qua MXH dự báo vẫn sẽ phát triển mạnh, với các nền tảng như Facebook, Instagram, TikTok và Zalo. Các xu hướng "livestream bán hàng" và "người bán hàng có tầm ảnh hưởng" sẽ tiếp tục bùng nổ, với nhiều thương hiệu hợp tác với người nổi tiếng và người có ảnh hưởng để quảng bá sản phẩm. MXH có thể chiếm khoảng 25-30% doanh số BHTT vào năm 2030 nhờ tính năng tương tác trực tiếp và khả năng cá nhân hóa.

- Bán hàng qua các sàn thương mại điện tử (Marketplace): các sàn TMĐT lớn như Shopee, Lazada, Tiki, và Sendo sẽ tiếp tục phát triển, mở rộng quy mô và dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng. Sự cạnh tranh trên các sàn này có thể dẫn đến việc tối ưu hóa quy trình mua sắm, từ khâu tìm kiếm, thanh toán đến giao hàng và dịch vụ hậu mãi. Các sàn TMĐT sẽ đầu tư nhiều hơn vào logistics và công nghệ như trí tuệ nhân tạo để hỗ trợ các dịch vụ như giao hàng trong ngày và quản lý kho bãi thông minh.

- Bán hàng qua ứng dụng di động: Với tỷ lệ người dùng smartphone ngày càng tăng và tốc độ phát triển của mạng 5G, 6G BHTT qua ứng dụng di động sẽ trở thành hình thức chủ đạo tại Việt Nam. Các ứng dụng BHTT được tối ưu hóa về giao diện, tốc độ và các tính năng bảo mật sẽ giúp người tiêu dùng thực hiện các giao dịch nhanh chóng, an toàn. Các dịch vụ như thanh toán qua mã QR và ví điện tử cũng sẽ phổ biến hơn, mang lại tiện ích cho người dùng và giúp giao dịch trực tuyến trở nên dễ dàng.

- Mua sắm tích hợp công nghệ AR/VR (Thực tế tăng cường/Thực tế ảo): công nghệ AR và VR sẽ giúp người tiêu dùng có trải nghiệm trực tuyến chân thực hơn, đặc biệt trong các ngành như thời trang, nội thất và du lịch. Người tiêu dùng sẽ có thể "thử" các sản phẩm trực tuyến, như xem nội thất trong không gian thực tế hoặc thử trang phục, giúp họ có quyết định mua sắm chính xác hơn.

- Mô hình đăng ký định kỳ (Subscription Commerce): Mô hình bán hàng dựa trên đăng ký sẽ phổ biến trong các ngành như thực phẩm, mỹ phẩm và hàng tiêu dùng thiết yếu. Khách hàng có thể chọn nhận sản phẩm định kỳ (hàng tháng, hàng quý) và có nhiều gói dịch vụ để lựa chọn. Điều này không chỉ đảm bảo doanh thu ổn định cho DN mà còn giúp khách hàng tiết kiệm thời gian và công sức.

- TMĐT xuyên biên giới (Cross-border E-commerce): thị trường TMĐT xuyên biên giới sẽ tiếp tục mở rộng, với các sàn như Amazon, Alibaba và các công ty Đông Nam Á hỗ trợ các DN Việt Nam vươn ra thị trường quốc tế. Các quy trình thanh toán và giao nhận hàng quốc tế sẽ trở nên tiện lợi hơn, tạo điều kiện cho người tiêu dùng Việt Nam tiếp cận các sản phẩm quốc tế và các DN Việt mở rộng thị trường.

- Bán hàng thông qua nền tảng AI và tự động hóa (AI-powered Commerce): các DN sẽ tận dụng AI để cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng, dự báo nhu cầu mua sắm,

tối ưu hóa chuỗi cung ứng và quản lý kho hàng. Chatbot AI và trợ lý ảo thông minh sẽ hỗ trợ tư vấn khách hàng, giúp giảm chi phí dịch vụ và cải thiện hiệu suất

4.2. QUAN ĐIỂM, ĐỊNH HƯỚNG HOÀN THIỆN QLNN ĐỐI VỚI BHTT Ở VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2030

4.2.1. Quan điểm của Nhà nước đối với phát triển BHTT ở Việt Nam

Quan điểm của Nhà nước Việt Nam đối với phát triển BHTT đến năm 2030 tầm nhìn 2045 được thể hiện rõ trong các văn kiện của Đảng và các nghị quyết trung ương. Tại Đại hội XIII (2021), Đảng Cộng sản Việt Nam đã nhấn mạnh việc phát triển kinh tế số và TMĐT là một trong những trọng tâm để đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Văn kiện này đặt ra mục tiêu phát triển mạnh mẽ hạ tầng công nghệ thông tin, nâng cao trình độ QLNN và tạo điều kiện thuận lợi cho các DN và người dân tham gia vào kinh tế số. Căn cứ vào các quyết định của Thủ Tướng Chính phủ đã ra như Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 3/6/2020 phê duyệt "Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030", Quyết định số 645/QĐ-TTg ngày 15/5/2025 phê duyệt "kế hoạch phát triển TMĐT quốc gia giai đoạn 2021-2025" quan điểm của Nhà nước đối với phát triển BHTT ở Việt Nam đến năm 2030 đó là:

- Thúc đẩy chuyển đổi số: Nhà nước cam kết thúc đẩy chuyển đổi số trong các lĩnh vực kinh tế, bao gồm BHTT, nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh và tối ưu hóa quy trình kinh doanh. Tăng cường đầu tư vào hạ tầng công nghệ thông tin để hỗ trợ cho việc phát triển BHTT và các hoạt động thương mại điện tử khác.

- Nâng cao an toàn và bảo mật: Thiết lập khung pháp lý rõ ràng để bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng và đảm bảo an toàn thông tin trong BHTT. Tăng cường quy định về trách nhiệm của các bên tham gia để ngăn chặn gian lận và bảo vệ người tiêu dùng.

- Khuyến khích DN tham gia: Nhà nước sẽ khuyến khích và tạo điều kiện cho các DN, đặc biệt là DN nhỏ và vừa, tham gia vào BHTT thông qua các chính sách hỗ trợ và ưu đãi. Đầu tư vào đào tạo nguồn nhân lực có kỹ năng cao trong lĩnh vực BHTT để tăng cường năng lực cạnh tranh cho DN.

- Tăng cường hợp tác và liên kết: Thúc đẩy hợp tác giữa các cơ quan nhà nước, DN và tổ chức quốc tế để chia sẻ kinh nghiệm và công nghệ trong phát triển BHTT. Phát triển hệ sinh thái TMĐT hoàn chỉnh, kết nối các bên liên quan trong BHTT để nâng cao hiệu quả hoạt động.

- Đổi mới và sáng tạo: Nhà nước tạo môi trường thuận lợi cho các DN áp dụng các mô hình kinh doanh mới và phát triển sản phẩm, dịch vụ sáng tạo trong BHTT. Hỗ trợ DN phát triển các sản phẩm và dịch vụ đáp ứng nhu cầu đa dạng và thay đổi của người tiêu dùng.

Đến năm 2030, BHTT sẽ đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế số của Việt Nam, với các DN mạnh mẽ và người tiêu dùng được bảo vệ tốt hơn và đạt được tỷ lệ giao dịch BHTT trong tổng doanh thu bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng ngày càng tăng, đồng thời xây dựng Việt Nam thành một trong những quốc gia hàng đầu trong khu vực về phát triển BHTT.

4.2.2. Định hướng phát triển BHTT ở Việt Nam đến năm 2030

Căn cứ theo Quyết định số 749/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ: Phê duyệt "Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030", Quyết định số 411/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ: Phê duyệt Chiến lược quốc gia phát triển kinh tế số và xã hội số đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, Định hướng phát triển kinh tế - xã hội 10 năm 2021 - 2030 (Nghị quyết Đại hội XIII của Đảng). Định hướng phát triển BHTT ở Việt Nam đến năm 2030 bao gồm nội dung:

- Xây dựng hạ tầng kỹ thuật số mạnh mẽ và hiện đại: Phát triển mạng lưới 5G và Internet băng thông rộng; Nâng cấp nền tảng thanh toán trực tuyến và logistics.
- Thúc đẩy chuyển đổi số và đổi mới sáng tạo trong DN: Chuyển đổi số toàn diện; Khuyến khích đổi mới sáng tạo.
- Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cho nền kinh tế số: Đào tạo và nâng cao kỹ năng số; Phát triển lực lượng lao động toàn cầu.
- Hoàn thiện khung pháp lý và chính sách hỗ trợ: Xây dựng khung pháp lý linh hoạt; Hỗ trợ chính sách tài chính.
- Nâng cao nhận thức và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng: Tăng cường bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; Đẩy mạnh giáo dục người tiêu dùng.
- Ứng dụng các công nghệ tiên tiến trong BHTT: Phát triển trí tuệ nhân tạo (AI) và dữ liệu lớn (Big Data); Ứng dụng công nghệ blockchain.

Định hướng phát triển BHTT ở Việt Nam cụ thể với các nền tảng được xây dựng dựa trên việc tận dụng và phát triển đa dạng các kênh BHTT, nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng và thúc đẩy sự phát triển kinh tế số. Cụ thể:

Đối với sàn TMĐT : Nhà nước khuyến khích sự ra đời và phát triển của các sàn TMĐT nhằm tạo ra sân chơi cạnh tranh lành mạnh với các sàn quốc tế ở trong và ngoài nước. Nâng cao tốc độ và chất lượng giao hàng thông qua việc đầu tư vào hạ tầng logistics. Cải thiện giao diện và tối ưu hóa trải nghiệm mua sắm trực tuyến cho người tiêu dùng. Nhà nước sẽ áp dụng các tiêu chuẩn bảo mật cao để bảo vệ dữ liệu người dùng đồng thời xây dựng cơ chế giải quyết tranh chấp và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng hiệu quả. Cung cấp các chương trình hỗ trợ và đào tạo để giúp DN vừa và nhỏ tiếp cận và kinh doanh hiệu quả trên các sàn TMĐT và giảm thiểu các chi phí và thủ tục để DN dễ dàng tham gia vào thị trường trực tuyến.

Đối với MXH: Nhà nước khuyến khích DN và cá nhân sử dụng các nền tảng như Facebook, Instagram, Zalo để tiếp cận khách hàng và quảng bá sản phẩm/dịch vụ. Phát triển các tính năng hỗ trợ mua sắm trực tuyến trực tiếp trên các nền tảng MXH. Bên cạnh đó xây dựng cơ chế kiểm soát và quản lý nội dung bán hàng trên MXH để ngăn chặn hàng giả, hàng kém chất lượng. Thiết lập hệ thống đánh giá và phản hồi từ khách hàng để nâng cao độ tin cậy. Nhà nước sẽ tổ chức các chương trình đào tạo về marketing số, quản lý BHTT cho DN và cá nhân kinh doanh trên MXH và hỗ trợ phát triển nội dung sáng tạo và phù hợp với xu hướng thị trường.

Đối với Website và ứng dụng di động của DN: Nhà nước khuyến khích DN phát triển website và ứng dụng di động chuyên nghiệp để tạo kênh BHTT độc lập và tăng cường thương hiệu. Tạo tối ưu hóa trải nghiệm người dùng thông qua thiết kế giao diện thân thiện, tốc độ tải trang nhanh, và chức năng tìm kiếm hiệu quả. Đưa các ứng dụng AI và machine learning để cá nhân hóa trải nghiệm mua sắm và đề xuất sản phẩm phù hợp với nhu cầu khách hàng. Sử dụng công nghệ AR/VR để nâng cao trải nghiệm sản phẩm và dịch vụ trực tuyến. Đảm bảo tuân thủ các quy định về bảo vệ dữ liệu cá nhân và an ninh mạng.

4.3. GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN QLNN ĐỐI VỚI BHTT Ở VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2030

4.3.1. Giải pháp hoàn thiện chiến lược, kế hoạch phát triển BHTT

Theo chiến lược phát triển TMĐT quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, khi xây dựng chiến lược và kế hoạch phát triển BHTT của Nhà nước ở Việt Nam đến năm 2030, cần phải đảm bảo mục tiêu chiến lược:

- Xây dựng môi trường thuận lợi cho TMĐT phát triển, từ cơ sở hạ tầng đến quy định pháp lý nhằm đảm bảo phát triển TMĐT bền vững.
- Đảm bảo các DN có thể tham gia vào thị trường trực tuyến hiệu quả không chỉ phạm vi trong nước mà cả phạm vi toàn thế giới.
- Xây dựng cơ chế bảo vệ dữ liệu và bảo mật thông tin cho người tiêu dùng và DN.

Để triển khai các kế hoạch BHTT một cách toàn diện và bền vững, Chính phủ Việt Nam cần triển khai các kế hoạch cụ thể theo từng giai đoạn sẽ giúp từng bước đạt được mục tiêu và phát triển bền vững:

- *Đối với kế hoạch dài hạn:*

Thứ nhất, Nhà nước cần thúc đẩy mạnh mẽ quá trình chuyển đổi số trong mọi lĩnh vực của nền kinh tế, trong đó TMĐT đóng vai trò then chốt. Tích cực ứng dụng các công nghệ mới như AI, Blockchain, và Big Data vào BHTT để tối ưu hóa quy trình và nâng cao trải nghiệm người dùng.

Thứ hai, Nhà nước cần xây dựng các chính sách hỗ trợ DN trong việc mở rộng thị trường ra nước ngoài thông qua BHTT, đặc biệt là trong khu vực ASEAN và các thị trường chiến lược khác. Tích cực tham gia và thực hiện các hiệp định thương mại

tự do, đặc biệt là các hiệp định liên quan đến TMĐT, để tạo điều kiện thuận lợi cho giao dịch quốc tế.

Thứ ba, Nhà nước cần tạo ra các chương trình hỗ trợ nghiên cứu và phát triển, khuyến khích DN đầu tư vào R&D trong lĩnh vực TMĐT. Tạo môi trường thuận lợi cho các startup trong lĩnh vực TMĐT, đặc biệt là những mô hình kinh doanh mới, sáng tạo và có tiềm năng phát triển toàn cầu.

- *Đối với kế hoạch trung hạn:*

Thứ nhất, Nhà nước cần đầu tư mạnh vào hạ tầng viễn thông, đảm bảo internet băng thông rộng phủ sóng toàn quốc, đặc biệt là ở các vùng nông thôn. Tạo lập cơ sở dữ liệu đồng bộ về DN, người tiêu dùng và các giao dịch trực tuyến để hỗ trợ việc quản lý và ra quyết định.

Thứ hai, đầu tư vào các trung tâm logistics, cải thiện dịch vụ giao hàng, và đảm bảo tính hiệu quả trong chuỗi cung ứng cho TMĐT. Tạo điều kiện cho các DN logistics trong và ngoài nước tham gia cung cấp dịch vụ chất lượng cao, tăng cường khả năng cạnh tranh.

Thứ ba, Nhà nước cần phát triển các tiêu chuẩn bảo mật thông tin, hỗ trợ DN triển khai các giải pháp bảo mật tiên tiến để bảo vệ dữ liệu và ngăn chặn gian lận trực tuyến. Tạo điều kiện cho việc đào tạo, nâng cao năng lực cho các chuyên gia an ninh mạng để đáp ứng nhu cầu bảo mật trong BHTT.

- *Đối với kế hoạch ngắn hạn:*

Thứ nhất, trong giai đoạn này, Nhà nước cần nhanh chóng hoàn thiện khung pháp lý liên quan đến BHTT, bảo vệ người tiêu dùng, bảo vệ dữ liệu cá nhân và quyền sở hữu trí tuệ. Giảm thiểu các thủ tục pháp lý để tạo điều kiện thuận lợi cho DN khởi nghiệp và mở rộng kinh doanh trực tuyến.

Thứ hai, Nhà nước cần tổ chức các chiến dịch truyền thông quốc gia để nâng cao nhận thức của người dân về lợi ích của mua sắm trực tuyến và khuyến khích các DN tham gia vào thị trường này. Đẩy mạnh việc sử dụng các phương thức thanh toán không dùng tiền mặt, bao gồm ví điện tử, thẻ tín dụng, và các giải pháp thanh toán trực tuyến khác.

Thứ ba, Cung cấp các gói hỗ trợ tài chính và kỹ thuật cho các DN nhỏ và vừa để giúp họ chuyển đổi sang mô hình kinh doanh trực tuyến. Triển khai các khóa đào tạo ngắn hạn về kỹ năng số và BHTT cho DN và người lao động.

4.3.2. Giải pháp hoàn thiện chính sách BHTT

4.3.2.1. Hoàn thiện chính sách DN

Về khung pháp lý cho các DN hoạt động BHTT

- Quy định về trách nhiệm và quyền lợi của DN:

+ Xây dựng bộ quy tắc ứng xử: Nhà nước nên ban hành các quy định pháp lý cụ thể liên quan đến trách nhiệm và quyền lợi của DN trong hoạt động BHTT. Các quy

định này nên bao gồm nghĩa vụ cung cấp thông tin đầy đủ và chính xác về sản phẩm, quy trình giao dịch, chính sách hoàn trả, và bảo hành sản phẩm.

+ Thiết lập các quy định về giải quyết tranh chấp: Cần có các cơ chế giải quyết tranh chấp rõ ràng giữa DN và người tiêu dùng, bao gồm cả các phương thức hòa giải và trọng tài thương mại. Điều này sẽ đảm bảo rằng quyền lợi của cả hai bên được bảo vệ và tranh chấp được giải quyết một cách công bằng và nhanh chóng.

- Giảm thiểu thủ tục pháp lý phức tạp:

+ Đơn giản hóa quy trình đăng ký: Nhà nước cần tối ưu hóa quy trình đăng ký giấy phép kinh doanh cho các DN BHTT, giảm thiểu các thủ tục hành chính phức tạp và thời gian chờ đợi. Có thể áp dụng hình thức đăng ký trực tuyến để DN dễ dàng tiếp cận và thực hiện thủ tục.

+ Cung cấp hướng dẫn chi tiết: Nhà nước nên phát triển các tài liệu hướng dẫn rõ ràng về các bước cần thiết để đăng ký giấy phép kinh doanh, mã số thuế, và các thủ tục liên quan khác. Thông tin này nên được công khai trên các trang web chính thức của cơ quan chức năng và có thể được tư vấn miễn phí cho DN mới.

- Tăng cường bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ:

+ Xây dựng khung pháp lý mạnh mẽ về sở hữu trí tuệ: Cần có các quy định pháp lý cụ thể để bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ trong môi trường trực tuyến, bao gồm việc đăng ký và bảo vệ bản quyền, nhãn hiệu và sáng chế cho các sản phẩm bán trực tuyến.

+ Thành lập các cơ quan giám sát: Nhà nước cần thành lập hoặc củng cố các cơ quan giám sát hoạt động vi phạm sở hữu trí tuệ trên môi trường trực tuyến. Các cơ quan này nên phối hợp với các nền tảng TMĐT để phát hiện và xử lý các hành vi xâm phạm bản quyền, đồng thời bảo vệ thương hiệu của DN.

+ Tuyên truyền nâng cao nhận thức: Cần tổ chức các chương trình tuyên truyền và đào tạo về quyền sở hữu trí tuệ cho các DN, giúp họ nhận thức rõ hơn về quyền lợi và nghĩa vụ của mình trong việc bảo vệ tài sản trí tuệ.

Về các chính sách tài chính cho DN trong hoạt động kinh doanh BHTT

- Chính sách ưu đãi về thuế:

+ Miễn giảm thuế thu nhập DN: Nhà nước cần xem xét áp dụng mức thuế suất thuế thu nhập DN ưu đãi cho các DN khởi nghiệp trong lĩnh vực BHTT trong khoảng thời gian từ 3 đến 5 năm. Chính sách này sẽ giúp DN giảm bớt gánh nặng tài chính trong giai đoạn đầu và khuyến khích đầu tư.

+ Giảm thuế giá trị gia tăng (VAT): Cần cân nhắc giảm tỷ lệ thuế VAT cho các sản phẩm và dịch vụ bán qua kênh trực tuyến trong một thời gian nhất định. Điều này không chỉ giúp DN giảm chi phí mà còn kích thích tiêu dùng thông qua giá cả hợp lý hơn cho người tiêu dùng.

+ Đơn giản hóa thủ tục kê khai thuế: Nhà nước nên tạo điều kiện cho DN dễ dàng thực hiện nghĩa vụ thuế bằng cách đơn giản hóa quy trình kê khai và thanh toán thuế, bao gồm việc cho phép kê khai trực tuyến và tư vấn miễn phí về thuế cho DN.

- Hỗ trợ tiếp cận nguồn vốn vay:

+ Ngân hàng chính sách: Nhà nước cần thiết lập các chương trình cho vay ưu đãi thông qua ngân hàng chính sách với lãi suất thấp cho các DN nhỏ và vừa hoạt động trong lĩnh vực BHTT. Các chương trình này nên bao gồm việc không yêu cầu tài sản đảm bảo hoặc cho phép tài sản đảm bảo linh hoạt hơn.

+ Quỹ bảo lãnh tín dụng: Thành lập quỹ bảo lãnh tín dụng dành riêng cho các DN hoạt động trong lĩnh vực BHTT, giúp giảm rủi ro cho các ngân hàng thương mại và tạo điều kiện cho DN dễ dàng tiếp cận vốn vay.

+ Đào tạo và tư vấn tài chính: Cung cấp chương trình đào tạo và tư vấn về quản lý tài chính cho các DN, đặc biệt là DN nhỏ và vừa, giúp họ hiểu rõ hơn về cách tiếp cận và quản lý nguồn vốn, từ đó nâng cao khả năng vay vốn và đầu tư hiệu quả.

- Thiết lập quỹ hỗ trợ khởi nghiệp:

+ Quỹ hỗ trợ phát triển BHTT: Nhà nước có thể thành lập quỹ hỗ trợ dành riêng cho DN hoạt động trong lĩnh vực BHTT, với mục tiêu cung cấp vốn không hoàn lại hoặc các khoản vay ưu đãi cho các dự án khởi nghiệp trong lĩnh vực này.

+ Chương trình hỗ trợ đào tạo và phát triển sản phẩm: Kết hợp với quỹ hỗ trợ, cần tổ chức các chương trình đào tạo chuyên sâu về phát triển sản phẩm và thị trường cho các DN khởi nghiệp. Điều này sẽ giúp DN có kiến thức và kỹ năng cần thiết để phát triển sản phẩm phù hợp với nhu cầu thị trường.

+ Hợp tác với các tổ chức quốc tế: Nhà nước có thể tìm kiếm sự hợp tác từ các tổ chức quốc tế và quỹ đầu tư để tạo ra các chương trình hỗ trợ tài chính cho DN khởi nghiệp trong lĩnh vực BHTT, từ đó giúp DN mở rộng quy mô hoạt động và tăng cường khả năng cạnh tranh.

Về các chính sách phát triển hạ tầng kỹ thuật và công nghệ cho DN

- Đầu tư vào hạ tầng viễn thông:

+ Nâng cao tốc độ và độ ổn định của Internet: Nhà nước nên triển khai các dự án mở rộng hạ tầng viễn thông, đặc biệt tại các vùng nông thôn và miền núi, để đảm bảo kết nối Internet tốc độ cao và ổn định. Điều này không chỉ giúp DN có thể hoạt động trực tuyến hiệu quả mà còn mở rộng thị trường cho sản phẩm và dịch vụ.

+ Chương trình hỗ trợ chi phí kết nối Internet cho DN nhỏ: Xây dựng chương trình hỗ trợ tài chính cho các DN nhỏ và vừa trong việc lắp đặt hạ tầng viễn thông, giúp họ có thể dễ dàng tiếp cận các công nghệ mới và phát triển kinh doanh.

+ Khuyến khích đầu tư từ khu vực tư nhân: Tạo điều kiện thuận lợi cho các nhà đầu tư tư nhân tham gia vào việc phát triển hạ tầng viễn thông thông qua các chính sách ưu đãi về thuế và hỗ trợ pháp lý.

- Xây dựng nền tảng và công nghệ thông tin chung:

+ Phát triển nền tảng tích hợp cho các dịch vụ hỗ trợ DN: Nhà nước cần phát triển các nền tảng hoặc công nghệ thông tin điện tử tích hợp, hỗ trợ DN trong các hoạt động như thanh toán trực tuyến, quản lý kho, vận chuyển hàng hóa và tiếp thị số. Nền tảng này nên cung cấp các công cụ và dịch vụ cần thiết để DN có thể vận hành hiệu quả.

+ Tạo ra hệ thống kết nối giữa các DN và nhà cung cấp dịch vụ: Xây dựng các ứng dụng và hệ thống cho phép DN kết nối dễ dàng với các nhà cung cấp dịch vụ logistics, thanh toán và marketing, từ đó tạo ra hệ sinh thái hỗ trợ DN trong hoạt động BHTT.

+ Đào tạo và hướng dẫn sử dụng nền tảng: Cung cấp chương trình đào tạo cho DN về cách sử dụng các nền tảng này, nhằm nâng cao kỹ năng số và khả năng áp dụng công nghệ trong kinh doanh.

- Đầu tư vào công nghệ bảo mật:

+ Phát triển công nghệ bảo mật tiên tiến: Nhà nước cần đầu tư vào các công nghệ bảo mật, như mã hóa dữ liệu, xác thực đa yếu tố, và phòng chống mã độc, để bảo vệ thông tin người dùng và DN trong quá trình giao dịch trực tuyến.

+ Thúc đẩy các sáng kiến nghiên cứu và phát triển (R&D): Khuyến khích các tổ chức nghiên cứu và các công ty công nghệ trong nước phát triển các giải pháp bảo mật tiên tiến, từ đó giúp DN nâng cao năng lực bảo vệ thông tin.

+ Cung cấp thông tin và hướng dẫn về bảo mật cho DN: Tổ chức các buổi hội thảo và khóa đào tạo về bảo mật trực tuyến cho DN, cung cấp kiến thức và công cụ cần thiết để họ có thể tự bảo vệ thông tin của mình và khách hàng.

Về các chính sách khuyến khích và hợp tác với các DN BHTT

- Khuyến khích tham gia liên minh, hiệp hội TMĐT:

+ Xây dựng các chương trình hỗ trợ tham gia hiệp hội: Nhà nước nên tạo điều kiện cho các DN tham gia vào các hiệp hội TMĐT thông qua các chương trình hỗ trợ tài chính hoặc đào tạo. Điều này giúp DN kết nối với nhau, chia sẻ kinh nghiệm và nâng cao khả năng cạnh tranh.

+ Tổ chức hội nghị, hội thảo về TMĐT: Tổ chức định kỳ các sự kiện để DN có cơ hội gặp gỡ, trao đổi kinh nghiệm và kết nối với các đối tác tiềm năng. Các sự kiện này có thể bao gồm các buổi tọa đàm về xu hướng thị trường, đổi mới công nghệ và chiến lược kinh doanh.

+ Cung cấp thông tin và tài liệu hỗ trợ: Nhà nước có thể phát triển các tài liệu hướng dẫn và cung cấp thông tin liên quan đến các hiệp hội và liên minh TMĐT, từ đó giúp DN dễ dàng hơn trong việc tham gia và tận dụng các cơ hội hợp tác.

- Phát triển chương trình hợp tác liên kết giữa các DN:

+ Thiết lập các chương trình kết nối DN trong cùng ngành: Tạo ra các chương trình kết nối giữa các DN trong cùng lĩnh vực để chia sẻ kinh nghiệm, công nghệ và nguồn lực. Điều này có thể bao gồm việc hợp tác trong việc phát triển sản phẩm mới, chia sẻ kênh phân phối và tăng cường chiến lược tiếp thị.

+ Khuyến khích hợp tác giữa các ngành khác nhau: Khuyến khích DN trong các ngành khác nhau hợp tác để tận dụng thế mạnh của nhau. Ví dụ, DN công nghệ có thể hợp tác với DN bán lẻ để phát triển các giải pháp thanh toán trực tuyến hiệu quả hơn.

+ Xây dựng mô hình hợp tác công tư : Nhà nước có thể thiết lập các mô hình hợp tác công tư để hỗ trợ DN trong việc phát triển hạ tầng và công nghệ, từ đó tạo ra các sản phẩm và dịch vụ tốt hơn cho người tiêu dùng.

4.3.2.2. Hoàn thiện chính sách thuế trong TMĐT

Chính sách thuế đối với DN BHTT ở Việt Nam đến năm 2030 cần được điều chỉnh và phát triển để thúc đẩy sự phát triển của BHTT, đồng thời đảm bảo nguồn thu ngân sách nhà nước.

Về khung pháp lý thuế đối với BHTT

- Cập nhật và bổ sung quy định pháp luật:

+ Xác định Đối tượng Chịu Thuế: Cần làm rõ các đối tượng chịu thuế trong lĩnh vực BHTT, bao gồm: cá nhân kinh doanh, hộ kinh doanh, DN BHTT, nền tảng TMĐT.

+ Xác định mức độ và loại hình thuế: Phân loại rõ ràng các loại thuế áp dụng cho từng đối tượng: thuế giá trị gia tăng , thuế thu nhập DN, thuế thu nhập cá nhân.

- Cơ sở tính thuế:

+ Đánh thuế dựa trên doanh thu: Nên quy định rằng việc đánh thuế dựa trên doanh thu từ hoạt động BHTT là phương pháp chính, bao gồm: doanh thu từ các giao dịch qua nền tảng TMĐT; doanh thu từ các cửa hàng trực tuyến cá nhân; doanh thu từ các dịch vụ liên quan đến BHTT.

+ Trách nhiệm của các nền tảng TMĐT: Các nền tảng TMĐT cần có trách nhiệm thu nộp thuế đối với doanh thu từ các giao dịch trên nền tảng của họ. Việc này không chỉ giúp tăng nguồn thu cho ngân sách nhà nước mà còn đảm bảo công bằng giữa các DN truyền thống và DN kinh doanh trực tuyến.

- Thực hiện quy định về thu nộp thuế giá trị gia tăng:

+ Quy định bắt buộc về thu nộp VAT: Cần thiết lập quy định rõ ràng về việc thu nộp VAT đối với các giao dịch BHTT, bao gồm:

+ Các nền tảng trong nước: Bắt buộc các nền tảng TMĐT nội địa thực hiện việc thu và nộp VAT cho tất cả các giao dịch.

+ Các nền tảng quốc tế: Các nền tảng nước ngoài cung cấp dịch vụ tại Việt Nam cũng cần phải tuân thủ quy định này, nhằm đảm bảo sự công bằng trong cạnh tranh và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

- Tăng cường công tác quản lý và giám sát:

+ Thiết lập hệ thống giám sát thuế hiệu quả: Cần xây dựng cơ sở dữ liệu và hệ thống công nghệ thông tin mạnh mẽ để theo dõi các giao dịch BHTT, từ đó hỗ trợ cho việc quản lý và thu thuế hiệu quả.

+ Tổ chức các khóa đào tạo cho các cơ quan thuế: Đào tạo đội ngũ cán bộ thuế về các quy định mới, giúp họ nắm bắt kịp thời các thay đổi và cách thức áp dụng luật thuế trong lĩnh vực BHTT

Về quy trình kê khai nộp thuế cho các DN BHTT

- Triển khai hệ thống thuế điện tử hiện đại:

+ Phát triển nền tảng kê khai và nộp thuế trực tuyến: Nhà nước nên đầu tư vào việc phát triển một nền tảng thuế điện tử hiện đại, cho phép các DN BHTT kê khai và nộp thuế một cách nhanh chóng và thuận tiện. Nền tảng này cần phải có giao diện thân thiện với người dùng, dễ dàng truy cập và sử dụng cho tất cả các DN, bao gồm cả DN nhỏ và vừa.

+ Hệ thống kê khai đơn giản và linh hoạt: Thiết lập quy trình kê khai thuế trực tuyến đơn giản với các hướng dẫn cụ thể, giúp các DN dễ dàng thực hiện nghĩa vụ thuế mà không gặp phải rào cản phức tạp. Cung cấp các mẫu biểu kê khai sẵn có và hướng dẫn chi tiết về cách thức điền thông tin cần thiết, giúp DN tránh được sai sót trong quá trình kê khai.

- Yêu cầu Nền tảng TMĐT Thực hiện Thu Hộ Thuế

+ Thực hiện quy định về thu hộ thuế VAT và thu nhập DN: Nhà nước nên yêu cầu các nền tảng TMĐT lớn như Shopee, Lazada, Tiki, v.v., thực hiện việc thu hộ thuế VAT và thuế thu nhập DN từ các DN BHTT khi các giao dịch diễn ra trên nền tảng của họ. Quy trình này cần được quy định rõ ràng, đảm bảo rằng các nền tảng này có trách nhiệm thu và nộp thuế kịp thời cho cơ quan thuế.

+ Hỗ trợ DN trong việc thực hiện nghĩa vụ thuế: Các nền tảng TMĐT cũng cần cung cấp thông tin và hỗ trợ DN trong việc kê khai thuế, hướng dẫn họ về cách thức thực hiện các nghĩa vụ thuế liên quan đến doanh thu từ hoạt động BHTT.

- Tăng cường đào tạo và hỗ trợ Thông tin:

+ Tổ chức các khóa đào tạo về kê khai và nộp thuế: Cần có các chương trình đào tạo cho các DN về quy trình kê khai thuế điện tử, giúp họ hiểu rõ các quy định thuế và cách thức sử dụng hệ thống kê khai trực tuyến. Các cơ quan thuế nên tổ chức các hội thảo, buổi hướng dẫn để cung cấp thông tin và giải đáp thắc mắc cho DN.

+ Cung cấp tài liệu và hướng dẫn chi tiết: Nhà nước nên phát hành tài liệu hướng dẫn chi tiết về quy trình kê khai thuế và thông tin cần thiết cho các DN BHTT, bao gồm cả hướng dẫn về các loại thuế áp dụng, mức thuế, và cách thức kê khai.

- Giám sát và cải tiến quy trình kê khai nộp thuế:

+ Thực hiện giám sát và đánh giá quy trình: Nhà nước cần thiết lập các chỉ tiêu đánh giá để theo dõi hiệu quả của quy trình kê khai và nộp thuế điện tử, từ đó đưa ra các cải tiến cần thiết. Các phản hồi từ DN về quy trình kê khai thuế nên được ghi nhận và sử dụng để nâng cao chất lượng dịch vụ của cơ quan thuế.

+ Đảm bảo tính bảo mật và an toàn dữ liệu: Cần phải đầu tư vào các biện pháp bảo mật để bảo vệ dữ liệu của DN trong quá trình kê khai và nộp thuế, đảm bảo thông tin cá nhân và thông tin tài chính của họ không bị rò rỉ hay xâm phạm.

Về quản lý thuế linh hoạt đối với DN BHTT

- Áp dụng công nghệ Big Data và AI:

+ Phân tích và theo dõi doanh thu: Nhà nước cần đầu tư vào các hệ thống phân tích dữ liệu lớn và trí tuệ nhân tạo để theo dõi và phân tích các hoạt động kinh doanh trực tuyến. Việc sử dụng AI giúp tự động phát hiện các giao dịch bất thường và các đối tượng kinh doanh chưa kê khai hoặc kê khai thiếu thuế, từ đó tăng cường tính chính xác trong việc thu thuế.

+ Phối hợp với ngân hàng và đơn vị thanh toán: Cần có sự hợp tác chặt chẽ giữa cơ quan thuế với các ngân hàng và đơn vị thanh toán để giám sát các giao dịch tài chính liên quan đến hoạt động BHTT. Dữ liệu giao dịch tài chính sẽ giúp xác định chính xác doanh thu và hỗ trợ trong việc đánh giá mức độ tuân thủ thuế của các DN.

- Chính sách thuế dựa trên doanh thu và số lượng giao dịch:

Đối với các cá nhân kinh doanh nhỏ lẻ qua các nền tảng TMĐT, việc đánh thuế nên dựa trên mức doanh thu hoặc số lượng giao dịch thay vì yêu cầu kê khai thuế chi tiết như các DN lớn. Điều này giúp giảm bớt gánh nặng hành chính và tạo điều kiện thuận lợi cho cá nhân kinh doanh nhỏ, đồng thời vẫn đảm bảo thu đủ thuế cho ngân sách nhà nước.

- Chính sách ưu đãi về thuế:

+ Miễn giảm thuế cho DN mới khởi nghiệp và nhỏ: Nhà nước nên áp dụng các chính sách ưu đãi thuế, như miễn hoặc giảm thuế trong những năm đầu hoạt động, cho các DN nhỏ và mới khởi nghiệp trong lĩnh vực BHTT. Chính sách này sẽ khuyến khích các DN tuân thủ đầy đủ nghĩa vụ thuế và tạo ra động lực phát triển bền vững.

+ Khuyến khích DN Tuân thủ Thuế: Đối với những DN có lịch sử tuân thủ thuế tốt, Nhà nước có thể áp dụng các biện pháp giảm thuế hoặc cho phép hoãn nộp thuế trong những thời kỳ khó khăn như đại dịch. Việc này không chỉ khuyến khích sự tự

giác trong việc tuân thủ quy định thuế mà còn hỗ trợ các DN vượt qua các giai đoạn khó khăn.

- Đánh giá và cải tiến quy trình quản lý thuế:

+ Thực hiện đánh giá thường xuyên: Nhà nước cần thực hiện các đánh giá thường xuyên về hiệu quả của các chính sách quản lý thuế đối với DN BHTT, từ đó điều chỉnh các quy định cho phù hợp với thực tiễn. Sự phản hồi từ DN về quy trình quản lý thuế cần được ghi nhận và xem xét để cải thiện các chính sách hiện tại.

+ Tăng cường đào tạo và hỗ trợ DN: Nhà nước nên tổ chức các chương trình đào tạo và hỗ trợ thông tin cho DN về quy định thuế, giúp họ hiểu rõ hơn về nghĩa vụ và quyền lợi của mình trong hoạt động kinh doanh trực tuyến. Các chương trình này có thể bao gồm hội thảo, buổi hướng dẫn, hoặc tài liệu trực tuyến để giúp DN cập nhật thông tin mới nhất về quản lý thuế.

4.3.2.4. Chính sách phát triển nguồn nhân lực

Một trong những nội dung của Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT giai đoạn 2021-2025 là ưu tiên việc phát triển nguồn nhân lực về TMĐT, coi đây là một trong những giải pháp quan trọng nhất để đạt được các mục tiêu trong kế hoạch trên. Việc ứng dụng TMĐT có những yêu cầu đặc thù, nguồn nhân lực phục vụ cho BHTT cần đáp ứng yêu cầu cao về chuyên môn. Xuất phát từ các yêu cầu trên, để đảm bảo nguồn nhân lực cho BHTT cần thực hiện một số giải pháp sau:

Đẩy mạnh đào tạo BHTT theo nhu cầu của xã hội

- Xây dựng chương trình đào tạo linh hoạt và thực tiễn

+ Xây dựng các khóa học ngắn hạn, chuyên sâu: Nhà nước và các tổ chức giáo dục nên thiết kế các khóa học ngắn hạn hoặc chuyên sâu về kỹ năng BHTT, bao gồm cả kỹ năng quản lý cửa hàng online, marketing số, phân tích dữ liệu khách hàng, và quản lý kho vận. Các chương trình này cần được cập nhật liên tục để đáp ứng các thay đổi về công nghệ và xu hướng TMĐT mới.

+ Tập trung vào các kỹ năng ứng dụng công nghệ: Chương trình đào tạo nên tập trung vào các công nghệ hiện đại như trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data), blockchain, và các hệ thống thanh toán trực tuyến. Điều này giúp người lao động có thể áp dụng ngay vào thực tế trong các DN BHTT.

- Phối hợp giữa nhà nước, DN và cơ sở đào tạo

+ Liên kết với DN để đào tạo theo nhu cầu thực tế: Nhà nước cần thúc đẩy sự hợp tác giữa các cơ sở đào tạo và DN trong ngành TMĐT. Các DN có thể cung cấp thông tin về nhu cầu nhân lực và các kỹ năng cần thiết, từ đó định hướng cho chương trình đào tạo phù hợp với nhu cầu tuyển dụng. Các chương trình học cần được xây dựng dựa trên sự tham vấn từ DN để đảm bảo học viên sau khi tốt nghiệp có thể đáp ứng được các yêu cầu thực tế của thị trường lao động.

+ Đào tạo tại chỗ và thực tập tại DN: Đẩy mạnh hình thức đào tạo tại chỗ và các chương trình thực tập sinh tại các DN BHTT lớn. Việc này giúp học viên không chỉ có kiến thức lý thuyết mà còn có cơ hội trải nghiệm thực tế và làm quen với quy trình BHTT trong môi trường thực tiễn.

- Khuyến khích học tập trực tuyến và đào tạo từ xa

+ Phát triển nền tảng đào tạo trực tuyến: Nhà nước và các tổ chức đào tạo có thể xây dựng các nền tảng học tập trực tuyến với các khóa học đa dạng từ cơ bản đến nâng cao về BHTT, giúp người học dễ dàng tiếp cận từ mọi nơi, đặc biệt là ở các vùng nông thôn và miền núi, nơi hạ tầng giáo dục chưa phát triển. Các nền tảng này nên bao gồm các khóa học về quản lý TMĐT, kỹ năng kỹ thuật số, và các công cụ quản lý kinh doanh trực tuyến, giúp học viên có thể học tập linh hoạt theo nhu cầu cá nhân.

+ Cung cấp tài liệu hướng dẫn và công cụ học tập miễn phí: Nhà nước có thể hỗ trợ phát triển các tài liệu hướng dẫn, bài giảng, và các công cụ học tập trực tuyến miễn phí để khuyến khích người dân tham gia học tập. Điều này giúp mở rộng cơ hội tiếp cận giáo dục cho nhiều đối tượng, đặc biệt là những người muốn khởi nghiệp trong lĩnh vực BHTT.

- Nâng cao kỹ năng và tư duy kinh doanh cho người dân:

+ Tổ chức các hội thảo và sự kiện cộng đồng: Nhà nước và các tổ chức TMĐT có thể tổ chức các hội thảo, sự kiện cộng đồng về kỹ năng BHTT, giúp người dân nhận thức rõ hơn về cơ hội kinh doanh từ TMĐT. Các sự kiện này có thể kết nối giữa các DN và người học, tạo cơ hội chia sẻ kinh nghiệm và tư duy kinh doanh thực tế.

+ Hỗ trợ các cá nhân khởi nghiệp trực tuyến: Các chương trình đào tạo nên hướng tới hỗ trợ cá nhân có nhu cầu khởi nghiệp trực tuyến, cung cấp kiến thức từ các bước cơ bản như xây dựng cửa hàng online, sử dụng các công cụ thanh toán, đến các chiến lược marketing và quản lý vận hành. Điều này sẽ giúp người dân có thêm động lực và kỹ năng để tham gia vào thị trường TMĐT.

- Phát triển đào tạo chuyên môn hóa cho ngành TMĐT:

Nhà nước cần khuyến khích sự phát triển của các chương trình đào tạo chuyên môn hóa trong các lĩnh vực như quản lý dữ liệu khách hàng, an ninh mạng trong TMĐT, và tối ưu hóa vận hành chuỗi cung ứng. Những chương trình này nên được thiết kế phù hợp với các nhu cầu đặc thù của DN BHTT và xu hướng phát triển của ngành TMĐT

Tăng cường hợp tác quốc tế trong đào tạo BHTT

Hợp tác quốc tế đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao chất lượng đào tạo BHTT, giúp các DN và nhân sự trong nước tiếp cận với các mô hình, công nghệ tiên tiến từ các quốc gia có nền tảng TMĐT phát triển.

- Thiết lập các chương trình hợp tác đào tạo với các quốc gia phát triển TMĐT

+ Tăng cường ký kết các thỏa thuận hợp tác đào tạo: Nhà nước và các cơ sở giáo dục nên chủ động ký kết các thỏa thuận hợp tác với các quốc gia có nền TMĐT phát triển như Hoa Kỳ, Hàn Quốc, Nhật Bản, Singapore... nhằm trao đổi kinh nghiệm, giáo trình đào tạo, và chương trình giảng dạy. Những thỏa thuận này giúp học viên trong nước tiếp cận được những kiến thức và công nghệ mới nhất, cũng như được tham gia vào các chương trình học tiên tiến.

+ Hợp tác tổ chức các khóa học ngắn hạn và các chương trình liên kết: Các trường đại học, viện nghiên cứu và tổ chức giáo dục có thể hợp tác với các đối tác quốc tế để tổ chức các khóa học ngắn hạn, hội thảo, hoặc chương trình trao đổi học tập, giúp học viên tiếp cận với các mô hình TMĐT quốc tế. Điều này giúp nâng cao năng lực quản lý và kỹ năng chuyên môn trong lĩnh vực BHTT cho nguồn nhân lực tại Việt Nam.

- Tận dụng công nghệ đào tạo trực tuyến quốc tế:

+ Xây dựng nền tảng học tập trực tuyến quốc tế: Việt Nam cần hợp tác với các tổ chức quốc tế để xây dựng các nền tảng đào tạo trực tuyến, cung cấp các khóa học về BHTT từ các chuyên gia hàng đầu trên thế giới. Các khóa học này có thể bao gồm các lĩnh vực như marketing số, quản lý chuỗi cung ứng TMĐT, an ninh mạng, và phân tích dữ liệu khách hàng, giúp người học tại Việt Nam nắm bắt được xu hướng và kiến thức mới nhất.

+ Phát triển các khóa học song ngữ: Việc phát triển các khóa học song ngữ hoặc có phụ đề tiếng Việt sẽ giúp người học dễ dàng tiếp cận kiến thức từ các chuyên gia nước ngoài mà không gặp trở ngại về ngôn ngữ. Đây cũng là cách giúp tăng cường sự hiểu biết văn hóa, tạo điều kiện cho người học dễ dàng tham gia vào các môi trường kinh doanh quốc tế.

- Tổ chức các hội thảo và sự kiện quốc tế về TMĐT

+ Tổ chức hội thảo và diễn đàn quốc tế về BHTT: Việt Nam có thể chủ động tổ chức các hội thảo, diễn đàn quốc tế về TMĐT, mời các chuyên gia và DN từ các quốc gia phát triển tham gia chia sẻ kinh nghiệm, kiến thức và xu hướng mới nhất trong ngành BHTT. Điều này giúp các DN và học viên trong nước học hỏi từ những bài học thành công, đồng thời mở rộng mối quan hệ hợp tác với các đối tác quốc tế.

+ Tham gia vào các hội nghị TMĐT quốc tế: Nhà nước cần khuyến khích và hỗ trợ DN Việt Nam tham gia vào các hội nghị, triển lãm và sự kiện quốc tế về TMĐT, từ đó học hỏi và cập nhật những công nghệ, quy trình và cách tiếp cận tiên tiến trong lĩnh vực BHTT.

- Chương trình đào tạo trao đổi sinh viên và nhân lực quốc tế:

+ Tạo điều kiện cho sinh viên và nhân sự tham gia các chương trình trao đổi: Nhà nước và các tổ chức giáo dục nên thiết lập các chương trình trao đổi sinh viên, giảng viên, và chuyên gia trong lĩnh vực TMĐT với các nước phát triển, giúp họ tiếp cận với các mô hình đào tạo tiên tiến và môi trường kinh doanh quốc tế. Các chương trình trao đổi này không chỉ giúp nâng cao trình độ chuyên môn mà còn tạo cơ hội cho học viên phát triển các mối quan hệ quốc tế, mở rộng cơ hội nghề nghiệp.

+ Hỗ trợ học bổng quốc tế cho các lĩnh vực liên quan đến TMĐT: Việt Nam có thể hợp tác với các tổ chức quốc tế để cung cấp học bổng cho sinh viên và doanh nhân trẻ trong lĩnh vực TMĐT. Những học bổng này giúp họ có cơ hội học tập và nghiên cứu tại các quốc gia có nền TMĐT phát triển, sau đó mang kiến thức và kinh nghiệm về áp dụng vào thực tiễn tại Việt Nam.

- Phát triển trung tâm nghiên cứu và phát triển quốc tế về BHTT

+ Thiết lập trung tâm nghiên cứu quốc tế về TMĐT:

Nhà nước nên xem xét việc thành lập các trung tâm nghiên cứu hợp tác quốc tế chuyên về TMĐT, nơi các chuyên gia trong và ngoài nước có thể làm việc chung, nghiên cứu và phát triển các giải pháp mới cho thị trường BHTT Việt Nam.

Các trung tâm này có thể hợp tác với các trường đại học, tổ chức quốc tế để nghiên cứu về các xu hướng công nghệ mới và đề xuất các giải pháp chiến lược cho DN trong nước.

+ Tạo ra các cơ hội hợp tác trong nghiên cứu và phát triển công nghệ: Việc hợp tác nghiên cứu với các tổ chức quốc tế sẽ giúp Việt Nam tiếp cận được các tiến bộ công nghệ tiên tiến và áp dụng vào lĩnh vực BHTT, từ đó nâng cao hiệu quả kinh doanh và khả năng cạnh tranh của các DN trong nước.

- Tận dụng các tổ chức và hiệp hội TMĐT quốc tế:

+ Tham gia vào các tổ chức TMĐT quốc tế: Việt Nam cần tham gia tích cực vào các tổ chức TMĐT quốc tế như Hiệp hội TMĐT thế giới (WTO), Liên minh TMĐT ASEAN, và các diễn đàn thương mại quốc tế khác. Điều này giúp Việt Nam cập nhật các quy định, tiêu chuẩn quốc tế và học hỏi các kinh nghiệm quản lý từ các quốc gia phát triển.

+ Xây dựng mối quan hệ với các hiệp hội TMĐT nước ngoài: Việt Nam cần tăng cường quan hệ với các hiệp hội TMĐT tại các quốc gia phát triển để tạo điều kiện cho các DN và chuyên gia trong nước được học hỏi và trao đổi kinh nghiệm, từ đó thúc đẩy sự phát triển của TMĐT Việt Nam.

4.3.3. Giải pháp hoàn thiện tổ chức thực hiện kế hoạch phát triển BHTT

4.3.3.1. Nâng cao hiệu quả của công tác tuyên truyền, phổ biến các kiến thức về BHTT

Công tác tuyên truyền và phổ biến kiến thức về BHTT là một yếu tố quan trọng để thúc đẩy sự phát triển của TMĐT và giúp DN cũng như người tiêu dùng hiểu rõ

hơn về lợi ích và cách thức tham gia thị trường này. Để nâng cao hiệu quả tuyên truyền, cần có các giải pháp cụ thể như sau:

- Xây dựng và triển khai chiến lược tuyên truyền toàn diện:

- + Phát triển các chiến lược truyền thông phù hợp với từng nhóm đối tượng: Các DN, hộ kinh doanh, và người tiêu dùng đều có nhu cầu tiếp cận các thông tin về BHTT khác nhau. Vì vậy, Nhà nước cần xây dựng các chương trình truyền thông đa dạng và phù hợp với từng đối tượng cụ thể, đảm bảo rằng thông tin được truyền tải đúng cách và hiệu quả. Đối với DN: Tập trung vào việc cung cấp thông tin về chính sách pháp lý, cơ hội phát triển, các nền tảng TMĐT phù hợp và những lợi ích của việc chuyển đổi số trong kinh doanh. Đối với người tiêu dùng: Tuyên truyền về cách mua sắm an toàn, bảo vệ thông tin cá nhân, và quyền lợi khi tham gia giao dịch trực tuyến.

- + Sử dụng đa dạng các kênh truyền thông: Kết hợp các phương tiện truyền thông truyền thống như báo chí, đài phát thanh, truyền hình với các nền tảng trực tuyến như MXH, blog, podcast để tiếp cận đông đảo các đối tượng. Đặc biệt, MXH và các kênh video như YouTube, TikTok sẽ là công cụ hữu hiệu để truyền tải các nội dung giáo dục về BHTT một cách sinh động và dễ hiểu.

- Phát triển các chương trình đào tạo và hội thảo chuyên đề:

- + Tổ chức các hội thảo, hội nghị chuyên đề về BHTT: Các cơ quan QLNN và hiệp hội TMĐT cần thường xuyên tổ chức các hội thảo chuyên đề nhằm phổ biến những kiến thức mới về BHTT, cập nhật các quy định pháp luật, chính sách và các xu hướng thị trường cho DN. Hội thảo cũng là cơ hội để DN chia sẻ kinh nghiệm, giải đáp thắc mắc và học hỏi từ các chuyên gia, đồng thời kết nối với các đối tác tiềm năng.

- + Cung cấp các khóa học trực tuyến và ngoại tuyến về BHTT: Triển khai các khóa đào tạo về BHTT cho DN nhỏ, vừa và hộ kinh doanh cá thể để họ hiểu rõ hơn về các công cụ, kỹ thuật và phương pháp phát triển kinh doanh trực tuyến. Các khóa học này nên có nội dung dễ hiểu, kết hợp giữa lý thuyết và thực hành, đồng thời linh hoạt về thời gian học để phù hợp với nhu cầu của các đối tượng khác nhau.

- Tăng cường ứng dụng công nghệ trong tuyên truyền:

- + Sử dụng công nghệ truyền thông hiện đại: Nhà nước và các tổ chức TMĐT cần ứng dụng công nghệ truyền thông hiện đại như thực tế ảo (VR), thực tế tăng cường (AR), và trí tuệ nhân tạo (AI) để tạo ra những nội dung tương tác, sinh động, giúp DN và người tiêu dùng có trải nghiệm tốt hơn trong việc tiếp cận kiến thức về BHTT. Các ứng dụng di động hoặc nền tảng trực tuyến có thể cung cấp những bài giảng, bài kiểm tra trực tuyến, và công cụ tự học về TMĐT, giúp người học dễ dàng tiếp cận và nâng cao kỹ năng BHTT.

- Phát huy vai trò của các hiệp hội và tổ chức TMĐT:

+ Hợp tác với các hiệp hội, tổ chức xã hội và tổ chức phi chính phủ: Nhà nước cần phối hợp với các hiệp hội TMĐT, tổ chức phi chính phủ, và các tổ chức liên quan để triển khai các chương trình tuyên truyền về BHTT. Các hiệp hội này có thể cung cấp những kiến thức chuyên sâu và hỗ trợ DN trong quá trình tiếp cận các công nghệ và kỹ thuật mới. Tận dụng mạng lưới của các tổ chức này để mở rộng phạm vi tiếp cận, đặc biệt là đối với các DN nhỏ và vừa ở các vùng sâu, vùng xa, nơi khả năng tiếp cận thông tin và công nghệ còn hạn chế.

- Phát triển các chiến dịch truyền thông đa dạng và liên tục:

+ Thực hiện các chiến dịch truyền thông về BHTT trên quy mô toàn quốc: Nhà nước cần thực hiện các chiến dịch truyền thông quy mô lớn trên truyền hình, đài phát thanh, và các phương tiện truyền thông đại chúng khác để nâng cao nhận thức của toàn dân về BHTT. Nội dung truyền thông cần nhấn mạnh những lợi ích kinh tế, sự tiện lợi, và các biện pháp bảo đảm an toàn khi tham gia mua sắm và kinh doanh trực tuyến.

+ Tạo ra các biểu tượng truyền thông đặc trưng về TMĐT: Việc sử dụng các hình ảnh đại diện, biểu tượng hoặc nhân vật truyền thông gắn gũi với đời sống hàng ngày có thể tạo hiệu ứng tốt trong việc truyền tải thông điệp về BHTT. Những nhân vật này có thể xuất hiện trên các phương tiện truyền thông, tạo sự quen thuộc và dễ tiếp nhận với công chúng.

- Xây dựng các trang thông tin chính thức và hỗ trợ tư vấn:

+ Xây dựng cổng thông tin chính thức về BHTT: Nhà nước và các tổ chức TMĐT nên phát triển một cổng thông tin trực tuyến cung cấp đầy đủ thông tin về các chính sách, quy định, và quy trình liên quan đến BHTT. Trang web này có thể bao gồm các công cụ hỗ trợ tư vấn trực tiếp, giúp DN và người tiêu dùng nhanh chóng giải đáp các thắc mắc liên quan đến BHTT. Cổng thông tin này nên cung cấp các tài liệu, video hướng dẫn về quy trình tham gia kinh doanh trực tuyến, các quy định pháp lý và những lưu ý về an toàn giao dịch.

+ Thiết lập các kênh tư vấn trực tuyến và tổng đài hỗ trợ: Nhà nước có thể thành lập các trung tâm hỗ trợ tư vấn trực tuyến và tổng đài miễn phí để hỗ trợ DN và người tiêu dùng trong quá trình tham gia BHTT. Những kênh này cung cấp thông tin nhanh chóng, giúp người dân và DN hiểu rõ hơn về quyền và nghĩa vụ của họ trong các hoạt động liên quan đến TMĐT.

- Đánh giá và cập nhật thường xuyên công tác tuyên truyền:

+ Đo lường và đánh giá hiệu quả của các chiến dịch tuyên truyền: Sau mỗi chiến dịch truyền thông, cần thực hiện các cuộc khảo sát và đánh giá để đo lường mức độ nhận thức và hiểu biết của các đối tượng mục tiêu. Từ đó, nhà nước và các tổ chức liên quan có thể điều chỉnh chiến lược tuyên truyền sao cho phù hợp và hiệu quả hơn.

Điều này cũng giúp xác định những điểm cần cải thiện và tìm ra những phương pháp truyền tải thông tin hiệu quả hơn.

+ Cập nhật nội dung tuyên truyền theo xu hướng mới: Kiến thức về BHTT luôn thay đổi theo thời gian, vì vậy cần cập nhật thường xuyên các nội dung truyền thông để bắt kịp với sự phát triển của thị trường và công nghệ. Nhà nước và các cơ quan liên quan cần theo dõi sát sao các xu hướng mới để đưa ra những thông tin chính xác, phù hợp với thời điểm.

4.3.3.2. Xây dựng và triển khai chương trình phát triển BHTT

Để thúc đẩy sự phát triển của BHTT, cần xây dựng và triển khai một chương trình phát triển toàn diện, phù hợp với điều kiện kinh tế và xu hướng TMĐT trong nước và quốc tế:

- Xây dựng chiến lược phát triển BHTT Quốc gia:

+ Xây dựng chiến lược dài hạn về BHTT: Nhà nước cần thiết lập một chiến lược quốc gia về phát triển BHTT, với tầm nhìn đến năm 2030 và xa hơn, tập trung vào các mục tiêu cụ thể như mở rộng hạ tầng TMĐT, phát triển các dịch vụ hỗ trợ BHTT, và đẩy mạnh hợp tác quốc tế trong lĩnh vực này. Chiến lược nên bao gồm các chính sách hỗ trợ DN chuyển đổi số, nâng cấp công nghệ bán hàng và tối ưu hóa hoạt động TMĐT, đặc biệt là cho các DN nhỏ và vừa.

+ Xây dựng chương trình phát triển BHTT theo từng ngành hàng: Mỗi ngành hàng (ví dụ: thời trang, điện tử, thực phẩm, đồ gia dụng) có đặc thù riêng, vì vậy cần phát triển chương trình riêng biệt cho từng ngành hàng để hỗ trợ DN tối ưu hóa các hoạt động BHTT. Các chương trình này sẽ cung cấp hướng dẫn chi tiết về các công cụ bán hàng, logistics, marketing trực tuyến và các yêu cầu pháp lý cụ thể.

- Phát triển cơ sở hạ tầng và công nghệ hỗ trợ:

+ Nâng cấp hạ tầng công nghệ thông tin và viễn thông: Hạ tầng công nghệ là nền tảng quan trọng cho sự phát triển BHTT. Nhà nước cần đẩy mạnh đầu tư vào hạ tầng viễn thông và công nghệ thông tin, bao gồm mở rộng băng thông internet, tăng cường an ninh mạng, và phát triển các nền tảng thanh toán số để hỗ trợ giao dịch trực tuyến an toàn và hiệu quả. Đảm bảo rằng các khu vực nông thôn và vùng sâu, vùng xa cũng được tiếp cận với hạ tầng này, giúp thúc đẩy sự phát triển đồng đều của TMĐT trên cả nước.

+ Ứng dụng công nghệ tiên tiến trong BHTT: Khuyến khích DN áp dụng các công nghệ mới như AI, Big Data, blockchain, và Internet vạn vật để tối ưu hóa hoạt động BHTT, từ quản lý kho hàng, tối ưu hóa chuỗi cung ứng đến cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng.

- Hỗ trợ DN chuyển đổi số:

+ Cung cấp hỗ trợ kỹ thuật và tài chính cho DN: Nhà nước có thể thiết lập các quỹ hỗ trợ tài chính để giúp DN, đặc biệt là SMEs, thực hiện quá trình chuyển đổi số

trong hoạt động bán hàng. Điều này bao gồm hỗ trợ nâng cấp hệ thống quản lý bán hàng, xây dựng website và các kênh BHTT, cũng như cải thiện dịch vụ hậu mãi và chăm sóc khách hàng.

+ Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực cho BHTT: Nhà nước cần triển khai các chương trình đào tạo chuyên sâu về BHTT cho các DN, giúp họ nắm vững các kỹ năng cần thiết như quản lý bán hàng, marketing trực tuyến, phân tích dữ liệu và phát triển sản phẩm. Các chương trình đào tạo nên được thiết kế theo nhu cầu thực tiễn của từng ngành hàng và quy mô DN.

- Phát triển và nâng cấp nền tảng thanh toán trực tuyến:

+ Tăng cường phát triển các dịch vụ thanh toán điện tử: Hệ thống thanh toán điện tử là yếu tố cốt lõi để thúc đẩy BHTT phát triển. Nhà nước cần khuyến khích phát triển các dịch vụ thanh toán điện tử, chẳng hạn như ví điện tử, thanh toán qua mã QR, hoặc hệ thống thanh toán bằng thẻ tín dụng và thẻ ghi nợ. Đảm bảo tính an toàn và bảo mật trong các giao dịch thanh toán điện tử, đồng thời xây dựng các quy định pháp lý rõ ràng để quản lý các dịch vụ này.

+ Khuyến khích thanh toán không tiền mặt: Nhà nước cần tiếp tục đẩy mạnh các chiến dịch khuyến khích người dân và DN sử dụng thanh toán không tiền mặt trong các giao dịch trực tuyến. Điều này không chỉ tạo sự tiện lợi mà còn giúp tăng cường tính minh bạch và giảm thiểu các hành vi gian lận trong hoạt động TMĐT.

- Tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động Logistics và giao hàng:

+ Phát triển hệ thống logistics hỗ trợ BHTT: Nhà nước cần đẩy mạnh phát triển hệ thống logistics hiện đại và hiệu quả, bao gồm xây dựng các trung tâm phân phối hàng hóa, hệ thống vận chuyển nhanh và tối ưu hóa các tuyến đường giao hàng. Điều này sẽ giúp DN BHTT giao hàng nhanh chóng, chính xác và giảm thiểu chi phí vận chuyển.

+ Xây dựng các chính sách hỗ trợ DN logistics: Khuyến khích phát triển các công ty logistics chuyên nghiệp và các dịch vụ giao hàng linh hoạt, đặc biệt là trong giao hàng tận nơi, giao hàng nhanh và giao hàng trong các khung giờ cố định theo yêu cầu khách hàng.

- Tăng cường công tác tuyên truyền và hỗ trợ pháp lý:

+ Phổ biến kiến thức pháp lý về BHTT: Nhà nước cần tổ chức các chương trình tuyên truyền nhằm phổ biến kiến thức về các quy định pháp luật liên quan đến BHTT, giúp DN nắm rõ các nghĩa vụ pháp lý, tránh các vi phạm không mong muốn.

+ Xây dựng chính sách pháp lý rõ ràng và thuận lợi cho DN: Cần tiếp tục hoàn thiện và bổ sung các quy định pháp lý liên quan đến BHTT, đảm bảo tính công bằng và minh bạch trong hoạt động kinh doanh trực tuyến, đặc biệt là về thuế, quyền lợi người tiêu dùng, bảo vệ dữ liệu cá nhân, và quản lý giao dịch quốc tế.

- Đẩy mạnh hợp tác quốc tế và mở rộng thị trường:

+ Tăng cường hợp tác quốc tế về TMĐT: Nhà nước nên đẩy mạnh hợp tác với các nước trong khu vực và trên thế giới trong việc phát triển và quản lý BHTT, thông qua việc ký kết các thỏa thuận TMĐT song phương và đa phương, tham gia các tổ chức TMĐT quốc tế.

+ Mở rộng thị trường BHTT ra quốc tế: Hỗ trợ DN Việt Nam mở rộng hoạt động BHTT ra thị trường quốc tế, đặc biệt là trong các khu vực ASEAN, châu Á, châu Âu, và Bắc Mỹ. Nhà nước có thể cung cấp các chương trình tư vấn về quy định pháp lý và cách tiếp cận thị trường quốc tế cho DN, đồng thời hỗ trợ DN tham gia các triển lãm, hội chợ thương mại quốc tế trực tuyến.

- Xây dựng hệ sinh thái BHTT hoàn chỉnh:

+ Hỗ trợ phát triển các hệ sinh thái TMĐT: Nhà nước cần khuyến khích sự phát triển của các hệ sinh thái TMĐT, bao gồm các nền tảng BHTT, các dịch vụ hỗ trợ từ logistics, thanh toán, đến marketing số và phân tích dữ liệu. Điều này sẽ giúp tạo ra một môi trường kinh doanh TMĐT đồng bộ và bền vững, giúp DN tối ưu hóa các hoạt động kinh doanh trực tuyến của mình.

+ Kết nối các DN trong hệ sinh thái: Xây dựng các chương trình kết nối các DN trong cùng hệ sinh thái, giúp DN chia sẻ kinh nghiệm, tăng cường hợp tác và tận dụng các nguồn lực chung để phát triển BHTT. Các nền tảng TMĐT lớn cũng có thể đóng vai trò là trung tâm kết nối và hỗ trợ các DN nhỏ phát triển.

4.3.4. Giải pháp hoàn thiện hoạt động thanh kiểm tra và giám sát BHTT

4.3.4.1. Thanh tra, kiểm tra việc chấp hành pháp luật về BHTT

Để đảm bảo việc chấp hành pháp luật về BHTT ở Việt Nam đến năm 2030, cần triển khai các giải pháp thanh tra và kiểm tra hiệu quả:

- Đầu tiên Nhà nước cần cải thiện khung pháp lý và quy định thanh tra như: cập nhật và hoàn thiện các quy định pháp luật liên quan đến thanh tra và kiểm tra TMĐT, đảm bảo các quy định này phù hợp với thực tiễn và nhu cầu phát triển của thị trường trực tuyến. Ban hành hướng dẫn chi tiết về quy trình, tiêu chuẩn, và phương pháp thanh tra và kiểm tra để các cơ quan chức năng và DN có thể dễ dàng thực hiện và tuân thủ.

- Tăng cường năng lực và đào tạo cho các cơ quan thanh tra như: tổ chức các chương trình đào tạo chuyên sâu cho cán bộ thanh tra và kiểm tra về các quy định pháp luật liên quan đến TMĐT, các công cụ và kỹ thuật thanh tra mới. Cung cấp các công cụ, phần mềm và công nghệ hỗ trợ thanh tra và kiểm tra, như phần mềm phân tích dữ liệu, hệ thống theo dõi giao dịch trực tuyến, và các công cụ kiểm tra an ninh mạng.

- Thiết lập cơ chế phối hợp giữa các cơ quan quản lý như: tăng cường phối hợp giữa các cơ quan QLNN như Bộ Công Thương, Bộ Thông tin và Truyền thông, và các

cơ quan liên quan khác để đồng bộ hóa các hoạt động thanh tra và kiểm tra. Xây dựng cơ chế chia sẻ thông tin và dữ liệu giữa các cơ quan quản lý, các nền tảng TMĐT, và DN để phát hiện và xử lý vi phạm nhanh chóng.

- Tăng cường thanh tra và kiểm tra định kỳ và đột xuất: xây dựng kế hoạch thanh tra định kỳ cho các DN và nền tảng TMĐT, bao gồm cả các kiểm tra chất lượng sản phẩm, dịch vụ, và tuân thủ quy định pháp luật. Tổ chức các cuộc kiểm tra đột xuất nhằm phát hiện và xử lý kịp thời các hành vi vi phạm không được báo cáo hoặc cố tình lách luật.

- Tăng cường giám sát và kiểm tra trực tuyến: sử dụng công nghệ để giám sát các giao dịch trực tuyến, phát hiện các hành vi gian lận, lừa đảo, và các vi phạm quy định pháp luật liên quan đến TMĐT. Tạo điều kiện cho người tiêu dùng và DN báo cáo các vi phạm và cung cấp phản hồi về các vấn đề liên quan đến TMĐT thông qua các kênh trực tuyến và hệ thống tiếp nhận phản ánh.

- Xử lý nghiêm các hành vi vi phạm: áp dụng các biện pháp xử lý nghiêm các hành vi vi phạm quy định pháp luật về BHTT, bao gồm xử phạt hành chính, truy cứu trách nhiệm hình sự, và công khai thông tin về các vi phạm. Đảm bảo quy trình xử lý vi phạm được thực hiện công khai, minh bạch và công bằng, từ việc điều tra, xử lý vi phạm đến việc khôi phục quyền lợi cho người tiêu dùng và DN.

- Đánh giá và cải tiến công tác thanh tra, kiểm tra: Đánh giá định kỳ hiệu quả của công tác thanh tra, kiểm tra và phát hiện những điểm yếu, từ đó đề xuất cải tiến và điều chỉnh các quy trình và phương pháp thanh tra. Tạo cơ chế phản hồi từ DN và người tiêu dùng về công tác thanh tra và kiểm tra để nâng cao hiệu quả và đáp ứng tốt hơn nhu cầu thực tiễn.

4.3.4.2. Thành lập thanh tra chuyên ngành BHTT

Thực tiễn triển khai BHTT giai đoạn vừa qua cho thấy cho đến nay vẫn chưa có một đơn vị chuyên ngành thực hiện công tác thanh tra trong hoạt động BHTT. Hiện nay, Cục TMĐT và Công nghệ thông tin thuộc Bộ Công thương phải kết hợp với thanh tra của Bộ Thông tin và Truyền thông để thực hiện thanh tra trong lĩnh vực này. Việc thành lập thanh tra chuyên ngành BHTT ở Việt Nam là một bước quan trọng để đảm bảo việc chấp hành pháp luật trong lĩnh vực này. Cụ thể:

- Đánh giá nhu cầu và mục tiêu thành lập thanh tra chuyên ngành BHTT, xác định các vấn đề chính cần kiểm tra, như tuân thủ quy định pháp luật, chất lượng dịch vụ, và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

- Soạn thảo đề xuất thành lập thanh tra chuyên ngành, bao gồm các mục tiêu, chức năng, nhiệm vụ, và cơ cấu tổ chức của cơ quan này. Đề xuất cần được trình lên các cơ quan QLNN có thẩm quyền như Bộ Công Thương, Bộ Thông tin và Truyền thông.

- Phát triển và ban hành các văn bản quy phạm pháp luật để thành lập và quy định chức năng, nhiệm vụ của thanh tra chuyên ngành. Các văn bản này cần được xây dựng dựa trên các quy định hiện hành và thực tiễn thị trường. Xác định rõ quyền hạn, trách nhiệm, và cơ chế hoạt động của thanh tra chuyên ngành, bao gồm việc thanh tra, kiểm tra, xử lý vi phạm, và phối hợp với các cơ quan chức năng khác.

- Ở cấp địa phương, cần khẩn trương xây dựng bộ phận chuyên trách về BHTT trực thuộc Sở công thương các Tỉnh, bộ phận này có trách nhiệm trực tiếp kiểm tra, giám sát các hoạt động BHTT ở địa phương.

4.4. CÁC GIẢI PHÁP CƠ BẢN NHẪM HOÀN THIỆN QLNN ĐỐI VỚI BHTT TRONG THỜI GIAN TỚI

4.4.1. Hoàn thiện khung khổ pháp luật TMĐT nói chung và BHTT nói riêng

Để hoàn thiện pháp luật về BHTT tại Việt Nam đến năm 2030, Chính phủ cần tập trung vào việc cải cách và xây dựng khung pháp lý hiện đại, đồng bộ, phù hợp với sự phát triển nhanh chóng của công nghệ và thị trường TMĐT. Xây dựng và ban hành một bộ luật riêng về TMĐT nhằm điều chỉnh toàn diện các hoạt động BHTT, từ giao dịch, hợp đồng điện tử, thanh toán điện tử đến bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và quản lý thuế. Và cần phải cập nhật các luật liên quan như Luật Giao dịch điện tử, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Luật Quản lý thuế, Luật Cạnh tranh, để phù hợp với thực tiễn phát triển của TMĐT và công nghệ số.

4.4.1.1. Ban hành các văn bản quy phạm pháp luật quy định giá trị pháp lý của chứng cứ điện tử

Để ban hành các văn bản quy phạm pháp luật quy định giá trị pháp lý của chứng cứ điện tử tại Việt Nam, cần thực hiện một loạt giải pháp nhằm đảm bảo rằng các quy định này đầy đủ, nhất quán, và có thể áp dụng hiệu quả trong thực tế:

Chính phủ và các cơ quan lập pháp cần nghiên cứu các quy định pháp luật quốc tế về chứng cứ điện tử, đặc biệt từ các quốc gia có hệ thống pháp luật tiên tiến như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản. Việc tham khảo kinh nghiệm quốc tế giúp Việt Nam xây dựng các quy định pháp luật phù hợp với thông lệ quốc tế, đồng thời tránh được những thiếu sót có thể phát sinh.

Tham gia vào các tổ chức quốc tế như Liên minh Viễn thông Quốc tế (ITU) và các công ước về chứng cứ điện tử sẽ giúp Việt Nam tiếp cận được các tiêu chuẩn quốc tế và hợp tác trong việc xây dựng khung pháp lý phù hợp.

Sửa đổi và cập nhật Luật Giao dịch điện tử để bổ sung các quy định chi tiết về giá trị pháp lý của chứng cứ điện tử, bao gồm cả các quy định về bảo mật, tính toàn vẹn và xác thực của dữ liệu điện tử. Cập nhật các quy định trong Bộ luật Tố tụng Dân sự và Bộ luật Tố tụng Hình sự để làm rõ hơn về điều kiện và cách thức công nhận

chứng cứ điện tử trong các vụ án, bao gồm việc xác minh tính hợp pháp và quy trình chấp nhận.

Xây dựng và ban hành các nghị định hướng dẫn chi tiết về việc thu thập, bảo quản, và sử dụng chứng cứ điện tử, bao gồm quy trình kỹ thuật và thủ tục pháp lý. Các nghị định này cần quy định rõ ràng về trách nhiệm của các cơ quan chức năng và các bên liên quan trong việc xử lý chứng cứ điện tử.

Nhà nước cần bổ sung, sửa đổi thủ tục khám xét, thu giữ vật chứng, chứng cứ điện tử như sau:

Quy định quyền và thủ tục khám xét, thu giữ máy tính và các thiết bị kỹ thuật số có lưu chứng cứ điện tử; Quy định quyền yêu cầu cung cấp dữ liệu máy tính, quyền và thủ tục thu giữ và lưu giữ chứng cứ điện tử đối với các nhà cung cấp dịch vụ Internet, chủ sở hữu máy tính.

Quy định cụ thể quyền yêu cầu cung cấp thông tin trên máy tính dưới dạng có thể mang đi, hữu hình và đọc được. Điều này rất quan trọng vì với sự phát triển nhanh chóng của CNTT và viễn thông, đòi hỏi các nhà cung cấp dịch vụ thường xuyên phải đầu tư rất lớn về công nghệ. Cơ quan điều tra không thể tự đầu tư thiết bị để tìm, thu thập, chặn bắt thông tin và đặc biệt là chuyển thông tin ở dạng kỹ thuật số, như giao thức IP sang dạng thông tin có thể đọc, nghe, nhìn được; Quy định quyền truy cập và lấy dữ liệu phục vụ công tác điều tra.

Quy định bảo quản dữ liệu điện tử đã được truyền tải qua mạng máy tính, đặc biệt là dữ liệu có nguy cơ bị mất hoặc sửa đổi, để bắt buộc người quản lý máy tính giữ bí mật, bảo quản và lưu giữ sự toàn vẹn của dữ liệu máy tính trong một khoảng thời gian cần thiết, tối đa là 90 ngày, để cơ quan có thẩm quyền tìm kiếm và thu giữ những thông tin có liên quan đến vụ việc.

Quy định về quyền yêu cầu cung cấp thông tin thuê bao, thông tin truy cập, thông tin các cuộc gọi và những thông tin khác có liên quan đến vụ việc đối với nhà cung cấp dịch vụ viễn thông, Internet.

Ban hành các thông tư liên tịch giữa Tòa án Nhân dân Tối cao, Viện Kiểm sát Nhân dân Tối cao, Bộ Công an, và các cơ quan liên quan để hướng dẫn chi tiết về việc áp dụng và thẩm định chứng cứ điện tử trong quá trình tố tụng.

Để đảm bảo tính thực thi pháp luật đối với giá trị pháp lý của chứng cứ điện tử BHTT cần phải:

Đào tạo và nâng cao năng lực cho các cán bộ tư pháp, bao gồm thẩm phán, kiểm sát viên, và luật sư về việc sử dụng, đánh giá và xử lý chứng cứ điện tử. Điều này đảm bảo rằng các chứng cứ điện tử được xử lý một cách chính xác và hợp pháp.

Cung cấp các công cụ và phần mềm hiện đại cho các cơ quan thực thi pháp luật để họ có thể thu thập, bảo quản và phân tích chứng cứ điện tử một cách hiệu quả.

Ngoài ra cần khuyến khích sự tham gia của các chuyên gia công nghệ và an ninh mạng tham gia vào quá trình xây dựng các quy định pháp luật liên quan đến chứng cứ điện tử, giúp đảm bảo rằng các quy định này phù hợp với thực tiễn và công nghệ hiện đại. Thành lập hội đồng tư vấn gồm các chuyên gia pháp lý và công nghệ để đánh giá và đề xuất các giải pháp kỹ thuật cho việc xác minh và quản lý chứng cứ điện tử. Và hơn hết cần phải tăng cường tuyên truyền và nâng cao nhận thức của cộng đồng về tầm quan trọng của chứng cứ điện tử trong các hoạt động pháp lý, bao gồm việc sử dụng chứng cứ điện tử một cách hợp pháp và an toàn. Cũng như phổ biến các quy định pháp luật mới liên quan đến chứng cứ điện tử đến các DN, tổ chức, và cá nhân, đảm bảo rằng họ hiểu rõ và tuân thủ các quy định này.

Nhằm hoàn thiện thu thập chứng cứ giá trị pháp lý đối với hoạt động BHTT cần thực hiện thử nghiệm áp dụng các quy định về chứng cứ điện tử trong một số vụ án thực tế để rút kinh nghiệm và điều chỉnh các quy định pháp luật sao cho phù hợp với thực tiễn. Đồng thời thường xuyên đánh giá hiệu quả của các quy định pháp luật về chứng cứ điện tử, tiếp thu các ý kiến phản hồi từ các cơ quan thực thi pháp luật, luật sư, và các bên liên quan để tiếp tục hoàn thiện khung pháp lý.

4.4.1.2. Ban hành các văn bản quy phạm pháp luật liên quan tới việc thừa nhận giá trị pháp lý của chứng từ điện tử

Việc ban hành các văn bản quy phạm pháp luật liên quan tới việc thừa nhận giá trị pháp lý của chứng từ điện tử ở Việt Nam là một quá trình cần sự chuẩn bị kỹ lưỡng và thực hiện thông qua nhiều giải pháp cụ thể.

Trước tiên Nhà nước cần phải sửa đổi, bổ sung Luật Giao dịch điện tử (2005) để đảm bảo rằng chứng từ điện tử có giá trị pháp lý tương đương với chứng từ giấy trong tất cả các lĩnh vực, không chỉ trong các giao dịch điện tử. Xây dựng một bộ luật riêng quy định rõ ràng về việc sử dụng, quản lý và thừa nhận chứng từ điện tử trong các hoạt động thương mại, hành chính và tài chính.

Sau khi sửa đổi các luật hiện hành, cần ban hành các nghị định và thông tư hướng dẫn chi tiết về cách thức tạo lập, lưu trữ, bảo quản và sử dụng chứng từ điện tử trong các quy trình pháp lý và hành chính. Ví dụ, Nghị định về hóa đơn điện tử, Nghị định về chứng từ tài chính điện tử, và các thông tư hướng dẫn chi tiết liên quan. Xây dựng các tiêu chuẩn kỹ thuật bắt buộc về định dạng, bảo mật, và chữ ký số cho chứng từ điện tử để đảm bảo tính toàn vẹn và xác thực.

Tiếp theo Nhà nước cần công nhận giá trị pháp lý của chứng từ điện tử trong các quy trình tố tụng. Như vậy cần phải bổ sung quy định chi tiết về việc công nhận và sử dụng chứng từ điện tử làm bằng chứng trong các quy trình tố tụng. Điều này bao gồm quy định về việc xác minh tính hợp pháp, độ tin cậy và trách nhiệm của các bên trong việc cung cấp chứng từ điện tử. Quy định rõ về cách thức lưu trữ, truy xuất và trình

bày chứng từ điện tử trước tòa án, bao gồm cả các yêu cầu về bảo mật và tính toàn vẹn của dữ liệu.

Ngoài ra Nhà nước cần xây dựng các chính sách khuyến khích DN và cơ quan nhà nước sử dụng chữ ký số trong việc tạo lập và xác thực chứng từ điện tử. Điều này có thể bao gồm việc hỗ trợ tài chính hoặc ưu đãi thuế cho các DN áp dụng chữ ký số. Cần có các quy định về trách nhiệm pháp lý của các tổ chức chứng thực chữ ký số nhằm đảm bảo rằng các tổ chức cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số hoạt động theo đúng quy định pháp luật và chịu trách nhiệm pháp lý về tính xác thực của các chứng từ điện tử được ký số.

Để nâng cao kỹ năng xử lý và đánh giá chứng từ điện tử trong quy trình pháp lý Nhà nước cần phải:

- Cung cấp các khóa đào tạo về chứng từ điện tử, quản lý dữ liệu điện tử và sử dụng chữ ký số cho các cán bộ tư pháp, kiểm toán viên, và nhân viên hành chính nhà nước.
- Đầu tư vào các hệ thống công nghệ thông tin hiện đại để quản lý và xử lý chứng từ điện tử, bao gồm các hệ thống lưu trữ đám mây, hệ thống bảo mật dữ liệu, và các công cụ phần mềm hỗ trợ xác thực chữ ký số.
- Tham gia các diễn đàn, hội nghị quốc tế về chứng từ điện tử và công nghệ số để học hỏi kinh nghiệm và áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế vào hệ thống pháp luật của Việt Nam.
- Tổ chức các buổi hội thảo, đối thoại với DN để hiểu rõ nhu cầu và khó khăn của họ trong việc chuyển đổi từ chứng từ giấy sang chứng từ điện tử, từ đó điều chỉnh các quy định pháp luật cho phù hợp.
- Tổ chức các chiến dịch tuyên truyền rộng rãi để nâng cao nhận thức của DN, tổ chức, và cá nhân về giá trị pháp lý của chứng từ điện tử, lợi ích của việc sử dụng chứng từ điện tử, và các quy định pháp luật liên quan.
- Cung cấp các tài liệu, sách hướng dẫn và tổ chức các khóa đào tạo trực tuyến để phổ biến kiến thức pháp luật về chứng từ điện tử cho các đối tượng liên quan
- Triển khai các dự án thí điểm sử dụng chứng từ điện tử trong một số lĩnh vực hoặc khu vực hành chính nhất định. Qua đó, đánh giá hiệu quả và thu thập kinh nghiệm thực tiễn để hoàn thiện các quy định pháp luật.
- Thường xuyên đánh giá tác động của các văn bản pháp luật về chứng từ điện tử sau khi ban hành, thu thập phản hồi từ các bên liên quan và điều chỉnh chính sách khi cần thiết để đảm bảo tính khả thi và hiệu quả.

4.4.1.3. Hoàn thiện pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng trong BHTT

Từ kết quả phân tích thực trạng QLNN đối với BHTT vấn đề gây ra tâm lý e ngại rất lớn cho người tiêu dùng khi tham gia giao dịch trực tuyến đó là vấn đề bảo vệ thông tin cá nhân trong các giao dịch điện tử và vấn đề giải quyết các tranh chấp có

liên quan đến các hợp đồng giao kết trên website TMĐT. Như vậy, về mặt pháp lý trong thời gian tới cơ quan QLNN cần tiếp tục bổ sung, hoàn thiện các quy định về bảo vệ người tiêu dùng trong giao dịch trực tuyến theo các nội dung chủ yếu sau:

- Sửa đổi Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng liên quan đến giao dịch trong BHTT, bao gồm trách nhiệm của nhà cung cấp dịch vụ trực tuyến, quyền và nghĩa vụ của người tiêu dùng khi mua sắm trực tuyến. Luật cần bao phủ tất cả các loại hình giao dịch điện tử, từ mua sắm trực tuyến trên các nền tảng TMĐT đến giao dịch qua MXH, ứng dụng di động, và các phương thức kỹ thuật số khác. Quy định rõ trách nhiệm của các bên liên quan giao dịch điện tử, bao gồm nền tảng TMĐT, nhà cung cấp dịch vụ trung gian, và các bên thứ ba khác.

- Quy định về quyền và nghĩa vụ của người tiêu dùng nhằm đảm bảo quyền lợi trong các tình huống cụ thể như hoàn trả hàng hóa, bồi thường thiệt hại khi nhận được sản phẩm kém chất lượng, hoặc sản phẩm không đúng với quảng cáo. Quy định rõ ràng về thời gian và cách thức người tiêu dùng phải thông báo khiếu nại hoặc phản ánh về chất lượng sản phẩm, dịch vụ trong các giao dịch trực tuyến. Xây dựng thông tư chi tiết về quy trình giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và nhà cung cấp trực tuyến, bao gồm thời gian giải quyết, quyền lợi của các bên, và quy trình khiếu nại.

- Bổ sung điều khoản về bảo mật thông tin cá nhân của người tiêu dùng, đặc biệt là trong quá trình thanh toán và xử lý đơn hàng. Luật cần có điều khoản yêu cầu các DN bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng trong suốt quá trình giao dịch điện tử. Điều này bao gồm việc mã hóa dữ liệu, hạn chế truy cập trái phép, và cam kết không chia sẻ thông tin với bên thứ ba nếu không có sự đồng ý của người tiêu dùng. Đề xuất tăng mức xử phạt đối với các hành vi vi phạm bảo mật thông tin cá nhân trong giao dịch điện tử, đồng thời yêu cầu DN phải có biện pháp khắc phục và bồi thường thiệt hại.

- Bổ sung các quy định pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng trong các giao dịch mua bán trực tuyến xuyên biên giới, bao gồm trách nhiệm của các DN nước ngoài khi bán hàng cho người tiêu dùng Việt Nam. Một trong những vấn đề nan giải đối với BHTT là việc giải quyết các tranh chấp phát sinh giữa khách hàng và người bán hàng trong quá trình giao dịch xuyên biên giới. Do tính chất “không giới hạn không gian, biên giới” của TMĐT nên những phát sinh có thể nảy sinh ở tầm liên quốc gia. Khi xảy ra tranh chấp, thông thường thì BHTT lệ thuộc vào luật lệ quốc gia của người bán, và khi tranh chấp xuyên biên giới tổn phí khởi kiện lớn, kể cả nhờ đến cơ chế giải quyết tranh chấp khác mà người bán không tuân thủ thì dù có cưỡng chế thi hành, quyết định tranh chấp cũng vô ích. Để giải quyết vấn đề này chúng ta cần phải tuân thủ theo các thông lệ quốc tế trong giải quyết các tranh chấp thương mại xuyên biên

giới bằng cách tham gia tích cực vào các tổ chức, các hiệp định thương mại quốc tế, thực hiện các cam kết trong hội nhập.

Để giải quyết các tranh chấp giữa khách hàng với DN BHTT, cần quy định:

DN BHTT phải công bố trên website về quy trình cụ thể để giải quyết khiếu nại của khách hàng liên quan đến hợp đồng được giao kết trên website. Quy trình này cần phải tuân thủ các quy định của pháp luật hiện hành về giải quyết tranh chấp thương mại.

Công bố phương thức bồi thường cho khách hàng trong trường hợp xảy ra các sai sót trong quá trình giao nhận.

DN BHTT cần lưu giữ các thông tin về hợp đồng giao kết của khách hàng để làm cơ sở cho việc thu thập chứng cứ trong trường hợp xảy ra tranh chấp.

4.4.2. Phát triển chuyển đổi số và thực hành mô hình Chính phủ số

Để thúc đẩy phát triển BHTT tại Việt Nam, việc triển khai chuyển đổi số và mô hình Chính phủ số là yếu tố quan trọng. Các giải pháp này không chỉ tăng cường hiệu quả QLNN mà còn thúc đẩy sự phát triển bền vững và toàn diện của thị trường.

Chuyển đổi số trong BHTT đòi hỏi việc ứng dụng công nghệ để cải tiến các quy trình kinh doanh, từ khâu quản lý hàng hóa, logistics, thanh toán, cho đến tương tác với khách hàng. Cụ thể:

- *Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ trong quản lý DN*: Các DN cần chuyển đổi từ quản lý thủ công sang số hóa quy trình vận hành. Điều này bao gồm việc áp dụng các hệ thống quản lý DN (ERP), quản lý quan hệ khách hàng (CRM), và các giải pháp logistics thông minh để tối ưu hóa chuỗi cung ứng và giảm thiểu chi phí.

- *Phát triển thanh toán trực tuyến và không tiếp xúc*: Để tăng cường giao dịch trực tuyến, việc mở rộng hạ tầng thanh toán số là rất cần thiết. Các giải pháp như ví điện tử, mã QR, thẻ ngân hàng kỹ thuật số cần được thúc đẩy. Đồng thời, cần đảm bảo tính bảo mật và an toàn trong các giao dịch số.

- *Sử dụng dữ liệu và trí tuệ nhân tạo (AI) trong phân tích thị trường và tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng*: Việc ứng dụng AI và phân tích dữ liệu lớn (Big Data) giúp các DN nắm bắt hành vi tiêu dùng, từ đó điều chỉnh chiến lược bán hàng và chăm sóc khách hàng hiệu quả hơn.

Chính phủ số giúp tạo ra một môi trường pháp lý thuận lợi cho TMĐT nói chung và BHTT nói riêng, đồng thời nâng cao hiệu quả QLNN. Như là:

- *Tích hợp hệ thống dịch vụ công trực tuyến với TMĐT*: Chính phủ cần triển khai các giải pháp số hóa toàn diện dịch vụ công, tích hợp với nền tảng TMĐT và các hệ thống thanh toán trực tuyến. Điều này giúp các DN dễ dàng tiếp cận các dịch vụ hành chính, giảm thiểu thủ tục giấy tờ, từ đó tiết kiệm thời gian và chi phí.

- *Xây dựng hạ tầng số mạnh mẽ*: Việc phát triển hạ tầng số như mạng lưới internet tốc độ cao, dịch vụ viễn thông 5G, và các trung tâm dữ liệu là nền tảng giúp

thúc đẩy sự phát triển TMĐT. Điều này cũng hỗ trợ các DN và chính phủ vận hành một cách hiệu quả hơn trong môi trường số.

- *Bảo vệ người tiêu dùng và DN trong môi trường số*: Chính phủ cần ban hành các quy định pháp lý liên quan đến bảo vệ thông tin cá nhân, quản lý giao dịch điện tử, và giải quyết tranh chấp trong TMĐT. Cơ chế bảo vệ này giúp xây dựng lòng tin của người tiêu dùng và DN trong quá trình giao dịch trực tuyến.

- *Thúc đẩy các chương trình hỗ trợ chuyển đổi số cho DN nhỏ và vừa*: DN vừa và nhỏ chiếm phần lớn nền kinh tế Việt Nam, nhưng thường gặp khó khăn trong việc chuyển đổi số. Chính phủ cần có các chính sách hỗ trợ như tài trợ công nghệ, tư vấn và đào tạo kỹ năng số cho các DN nhỏ và vừa để họ có thể nhanh chóng tiếp cận và tham gia vào môi trường kinh doanh số.

Để thực hiện chuyển đổi số thành công, cả chính phủ và DN cần đầu tư vào đào tạo nhân lực số. Các chương trình đào tạo về kỹ năng số, kỹ năng quản lý và ứng dụng công nghệ cần được triển khai rộng rãi để nâng cao năng lực cạnh tranh của nguồn nhân lực. Ngoài ra Chính phủ và DN cần phối hợp để nâng cao nhận thức của xã hội về vai trò và lợi ích của chuyển đổi số, từ đó khuyến khích người dân và các tổ chức tham gia vào quá trình này.

4.4.3. Đổi mới tư duy sang mô hình quản trị nhà nước

Để phát triển BHTT ở Việt Nam, việc đổi mới tư duy sang mô hình quản trị nhà nước cần tập trung vào việc tạo điều kiện thuận lợi, linh hoạt cho môi trường kinh doanh số. Điều này đòi hỏi thay đổi trong nhiều khía cạnh của quản trị công, với các giải pháp mang tính chiến lược và dài hạn. Cụ thể:

- *Phải đổi mới mô hình quản lý theo hướng Chính phủ số*:

- Chính phủ số cần trở thành nền tảng chính để quản lý và giám sát hoạt động BHTT. Điều này bao gồm việc số hóa toàn bộ các quy trình quản lý, dịch vụ công, và xây dựng các hệ thống pháp lý thân thiện với môi trường BHTT.

- Chính phủ cần thiết lập các quy trình hành chính công trực tuyến, hỗ trợ DN và cá nhân trong việc tiếp cận các dịch vụ công một cách dễ dàng và hiệu quả. Đẩy mạnh việc tích hợp dịch vụ công với các nền tảng BHTT

- Sử dụng công nghệ như Big data, AI để dự báo xu hướng thị trường, đánh giá hiệu quả của chính sách và phát hiện sớm các hành vi vi phạm trong BHTT.

- *Phải có tư duy linh hoạt trong ban hành chính sách và pháp lý*:

- TMĐT và các ứng dụng của nó như BHTT phát triển nhanh chóng và công nghệ luôn thay đổi. Chính phủ cần thiết lập một cơ chế pháp lý linh hoạt, cho phép điều chỉnh kịp thời để theo kịp sự phát triển của thị trường và các xu hướng công nghệ mới như blockchain, AI, và dữ liệu phi tập trung.

- Các quy định pháp lý cần bao phủ nhiều khía cạnh của BHTT, bao gồm bảo vệ người tiêu dùng, bảo vệ dữ liệu cá nhân, an toàn giao dịch, cũng như quản lý về thuế trong môi trường số.

- *Đổi mới tư duy quản lý dựa trên việc thúc đẩy hợp tác công – tư:*

- Chính phủ cần hợp tác với các DN lớn trong lĩnh vực viễn thông, công nghệ để phát triển cơ sở hạ tầng mạng, đặc biệt là hệ thống thanh toán trực tuyến và các nền tảng số. Việc đầu tư vào mạng 5G, trung tâm dữ liệu và hệ thống an ninh mạng là cần thiết để tạo ra một nền tảng TMĐT mạnh mẽ.

- Việc phát triển chính sách liên quan đến BHTT nên dựa trên sự tham vấn từ các DN và chuyên gia trong ngành, giúp đảm bảo tính thực tiễn và khả thi của các quy định mới.

- *Tập trung vào đào tạo và phát triển nguồn nhân lực số:*

Chính phủ cần hỗ trợ phát triển nguồn nhân lực có trình độ cao trong lĩnh vực BHTT thông qua các chương trình đào tạo liên tục và nâng cao kỹ năng số. Điều này không chỉ áp dụng cho khu vực DN mà còn cho các cán bộ QLNN.

- *Chuyển đổi quản lý theo hướng bảo vệ lợi ích người tiêu dùng:*

- Sự phát triển của BHTT đòi hỏi các quy định pháp lý rõ ràng về quyền lợi của người tiêu dùng, đảm bảo an toàn thông tin cá nhân và giao dịch. Các cơ chế khiếu nại, giải quyết tranh chấp cũng cần được tối ưu hóa trong môi trường số.

- Chính phủ cần áp dụng các công cụ quản lý hiện đại để kiểm soát nguồn gốc hàng hóa, chất lượng sản phẩm và các hoạt động thương mại không lành mạnh trên giao dịch trực tuyến.

- *Cần cải cách quản lý thuế và tài chính cho BHTT:*

- Chính phủ cần áp dụng các hệ thống thu thuế số hóa để quản lý thu nhập từ các giao dịch BHTT, đặc biệt đối với các DN không có sự hiện diện vật lý tại Việt Nam. Điều này giúp đảm bảo sự công bằng trong hệ thống thuế và tăng cường nguồn thu cho ngân sách nhà nước.

- Phát triển các chương trình hỗ trợ tài chính đặc biệt cho các DN vừa và nhỏ tham gia vào BHTT, như việc cung cấp vốn vay ưu đãi, tài trợ các sáng kiến đổi mới và chuyển đổi số.

4.4.4. Nâng cao chất lượng đội ngũ công nhân viên chức QLNN

Giải pháp nâng cao chất lượng đội ngũ công chức, viên chức QLNN trong phát triển BHTT nhằm đảm bảo khả năng quản lý hiệu quả, chất lượng đội ngũ công chức, viên chức QLNN sẽ được nâng cao, góp phần tạo ra môi trường thuận lợi cho sự phát triển của BHTT tại Việt Nam, thích ứng với sự phát triển của TMĐT và công nghệ số. Cụ thể:

- Đào tạo chuyên sâu về BHTT:

Tổ chức các khóa đào tạo và hội thảo chuyên đề về BHTT, kỹ năng quản lý BHTT, và xu hướng công nghệ mới. Điều này giúp đội ngũ công chức nắm vững kiến thức về các nền tảng, công cụ và kỹ thuật trong BHTT. Khuyến khích việc tham gia các chương trình đào tạo quốc tế để học hỏi kinh nghiệm từ các nước có phát triển mạnh về BHTT.

- Cập nhật kiến thức pháp luật và chính sách:

Tăng cường việc cập nhật thường xuyên các quy định pháp luật liên quan đến BHTT, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, và xử lý các vi phạm trong BHTT. Xây dựng các tài liệu hướng dẫn và quy trình rõ ràng cho công chức trong việc áp dụng luật và chính sách trong quản lý BHTT.

- Tăng cường phối hợp giữa các cơ quan:

Thiết lập cơ chế phối hợp chặt chẽ giữa các bộ, ngành và địa phương trong việc triển khai chính sách và giám sát hoạt động BHTT. Xây dựng các nhóm công tác liên ngành để chia sẻ thông tin, kinh nghiệm và hỗ trợ nhau trong việc thực hiện nhiệm vụ quản lý.

- Ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý:

Đưa công nghệ thông tin vào quá trình quản lý và giám sát các hoạt động BHTT, như phát triển các hệ thống quản lý trực tuyến, phần mềm theo dõi và đánh giá hiệu quả hoạt động. Sử dụng công cụ phân tích dữ liệu để theo dõi xu hướng thị trường, hành vi tiêu dùng và từ đó có những điều chỉnh phù hợp trong chính sách quản lý.

- Xây dựng tiêu chí đánh giá hiệu quả công việc:

Đưa ra các tiêu chí rõ ràng để đánh giá hiệu quả công việc của công chức, viên chức trong lĩnh vực quản lý BHTT, từ đó có cơ sở để khen thưởng và xử lý. Tổ chức các buổi đánh giá định kỳ nhằm xác định những điểm mạnh, điểm yếu trong công việc quản lý và đề ra biện pháp khắc phục.

- Khuyến khích đổi mới sáng tạo:

Tạo điều kiện cho công chức tham gia vào các hoạt động nghiên cứu, đề xuất các giải pháp cải cách, đổi mới trong quản lý BHTT. Thúc đẩy môi trường làm việc sáng tạo, nơi công chức có thể đưa ra ý tưởng mới, cải tiến quy trình quản lý để thích ứng với sự phát triển nhanh chóng của BHTT.

- Hợp tác quốc tế và học hỏi kinh nghiệm:

Khuyến khích công chức tham gia vào các diễn đàn quốc tế và các chương trình hợp tác để học hỏi từ các nước có kinh nghiệm trong lĩnh vực quản lý BHTT. Tăng cường hợp tác với các tổ chức quốc tế để triển khai các dự án nâng cao năng lực cho đội ngũ công chức trong lĩnh vực này.

- *Tổ chức các hoạt động ngoại khóa và giao lưu:*

Tổ chức các hoạt động ngoại khóa, hội thảo giao lưu giữa các công chức để chia sẻ kinh nghiệm, học hỏi lẫn nhau về quản lý BHTT. Khuyến khích việc tham gia các hoạt động cộng đồng để nâng cao kỹ năng giao tiếp và kết nối với DN, người tiêu dùng.

4.4.5. Nâng cao chất lượng và sự hài lòng dịch vụ công QLNN với BHTT

Để nâng cao chất lượng và sự hài lòng dịch vụ công QLNN với BHTT, nhằm thúc đẩy sự phát triển của lĩnh vực này ở Việt Nam, các giải pháp có thể được triển khai như sau:

- *Cải cách thủ tục hành chính:* Đơn giản hóa quy trình cấp phép cho các hoạt động BHTT, giảm thiểu thời gian xử lý hồ sơ và chi phí cho DN. Tạo điều kiện thuận lợi cho các DN khởi nghiệp và DN nhỏ, bằng cách cung cấp hướng dẫn rõ ràng về các quy định và yêu cầu liên quan đến BHTT.

- *Xây dựng dịch vụ công trực tuyến:* Phát triển và tối ưu hóa các dịch vụ công trực tuyến, cho phép DN và người tiêu dùng thực hiện thủ tục hành chính, đăng ký, và cấp giấy phép dễ dàng qua Internet. Cung cấp thông tin rõ ràng và dễ hiểu trên các nền tảng trực tuyến, giúp DN dễ dàng tìm kiếm và nắm bắt các quy định pháp luật.

- *Tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin:* Xây dựng hệ thống quản lý điện tử để theo dõi và xử lý hồ sơ, đảm bảo tính minh bạch và tiết kiệm thời gian cho DN. Sử dụng trí tuệ nhân tạo và dữ liệu lớn để phân tích phản hồi từ DN và người tiêu dùng, từ đó cải thiện chất lượng dịch vụ.

- *Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực:* Tổ chức các chương trình đào tạo cho cán bộ công chức, viên chức về kỹ năng phục vụ khách hàng, quản lý BHTT, và công nghệ thông tin. Khuyến khích cán bộ tham gia các khóa học nâng cao để cập nhật kiến thức và kỹ năng mới, cải thiện chất lượng phục vụ.

- *Thiết lập kênh phản hồi hiệu quả:* Tạo ra các kênh tiếp nhận phản hồi từ người dân và DN, như hotline, email, hoặc các nền tảng trực tuyến, để đảm bảo ý kiến đóng góp được tiếp nhận và xử lý kịp thời. Xây dựng quy trình giải quyết khiếu nại rõ ràng và hiệu quả, tạo niềm tin cho người dân và DN trong việc sử dụng dịch vụ công.

- *Tăng cường giám sát và đánh giá dịch vụ:* Thiết lập các chỉ số đánh giá chất lượng dịch vụ công trong lĩnh vực BHTT, từ đó tiến hành đánh giá định kỳ và điều chỉnh kịp thời. Thực hiện khảo sát mức độ hài lòng của DN và người tiêu dùng để nắm bắt chính xác tình hình và nhu cầu của thị trường.

- *Phát triển các chương trình hỗ trợ DN:* Cung cấp các tài liệu hướng dẫn, hội thảo, và chương trình tập huấn cho DN về quy trình BHTT và các chính sách liên quan. Tạo cơ hội cho DN giao lưu, chia sẻ kinh nghiệm và hợp tác trong lĩnh vực BHTT.

- *Tuyên truyền và nâng cao nhận thức:* Tổ chức các chiến dịch truyền thông nhằm nâng cao nhận thức của người tiêu dùng về quyền lợi và trách nhiệm của họ

trong lĩnh vực BHTT. Đưa thông tin về các chính sách hỗ trợ và dịch vụ công liên quan đến BHTT đến gần hơn với người tiêu dùng và DN.

- *Thúc đẩy sự tham gia của cộng đồng và DN*: Khuyến khích các hiệp hội DN, tổ chức xã hội tham gia vào các hoạt động hỗ trợ và phát triển BHTT, tạo ra một mạng lưới liên kết mạnh mẽ giữa các bên liên quan. Tạo ra các diễn đàn, hội thảo để chia sẻ kinh nghiệm và thảo luận về các vấn đề liên quan đến BHTT.

4.4.6. Phát triển đồng bộ các chính sách QLNN với bên thứ 3 trong chuỗi cung ứng BHTT

Giải pháp này là một chiến lược quan trọng nhằm đảm bảo sự phối hợp nhịp nhàng giữa các bên liên quan, từ mạng cung ứng, logistic, đến hệ thống bảo mật và đào tạo nhân lực. Cụ thể:

- *Quản lý mạng và cung ứng dịch vụ mạng*:

- Xây dựng các quy định pháp lý chặt chẽ về việc cung cấp dịch vụ mạng viễn thông và Internet, đảm bảo chất lượng kết nối ổn định, băng thông phù hợp cho các hoạt động BHTT.

- Quy định rõ trách nhiệm của các nhà cung cấp dịch vụ mạng trong việc duy trì kết nối, hỗ trợ kỹ thuật và xử lý sự cố trong quá trình BHTT.

- Khuyến khích các DN cung cấp dịch vụ mạng phát triển cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của các DN BHTT, bao gồm các dịch vụ đám mây, lưu trữ dữ liệu và bảo mật.

- *Quản lý hệ thống logistic tham gia BHTT*:

- Phát triển chính sách hỗ trợ các DN logistic tham gia vào chuỗi cung ứng TMĐT, bao gồm chính sách thuế, cấp phép và quy định về vận tải hàng hóa.

- Tạo cơ chế liên kết giữa các DN BHTT và DN logistic nhằm tối ưu hóa quá trình giao nhận hàng hóa, giảm thiểu thời gian giao hàng và nâng cao trải nghiệm người tiêu dùng.

- Quản lý chất lượng dịch vụ của các nhà cung cấp logistic bằng cách áp dụng các tiêu chuẩn về thời gian giao hàng, điều kiện bảo quản, và quy trình xử lý khiếu nại trong trường hợp hàng hóa bị hư hỏng hoặc mất mát.

- *Quản lý hệ thống chứng thực và xác nhận điện tử*:

- Ban hành các quy định về chứng thực và xác nhận điện tử trong giao dịch BHTT, đảm bảo tính pháp lý và an toàn cho các hợp đồng điện tử.

- Phát triển hạ tầng kỹ thuật hỗ trợ các dịch vụ chứng thực số như chữ ký số, xác thực người dùng và các giao dịch tài chính, đảm bảo tính minh bạch và an toàn trong giao dịch.

- Xây dựng các tiêu chuẩn về quy trình chứng thực điện tử được các cơ quan quản lý và DN tuân thủ để giảm thiểu rủi ro gian lận và bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng.

- Quản lý hệ thống đào tạo nhân lực BHTT:

- Phát triển các chương trình đào tạo chuyên nghiệp cho đội ngũ nhân viên BHTT trong các lĩnh vực như tiếp thị số, quản trị website, chăm sóc khách hàng, và logistics.

- Khuyến khích hợp tác giữa các cơ sở giáo dục và DN để xây dựng các chương trình đào tạo nhân lực chất lượng cao, phù hợp với thực tế phát triển của BHTT.

- Hỗ trợ tài chính và chính sách ưu đãi cho các DN tham gia đào tạo và phát triển nguồn nhân lực BHTT, giúp nâng cao kỹ năng và kiến thức chuyên môn cho nhân viên.

- Quản lý hệ thống bảo mật, an toàn thông tin và quyền riêng tư:

- Xây dựng và ban hành các quy định nghiêm ngặt về bảo mật thông tin trong BHTT, bao gồm việc bảo vệ dữ liệu cá nhân của người tiêu dùng, quyền riêng tư, và thông tin giao dịch.

- Yêu cầu các DN BHTT và các nhà cung cấp dịch vụ tuân thủ các tiêu chuẩn bảo mật quốc tế, như mã hóa dữ liệu, tường lửa, và quy trình bảo vệ hệ thống khỏi các cuộc tấn công mạng.

- Phát triển các công cụ và giải pháp công nghệ để hỗ trợ việc kiểm soát và bảo vệ thông tin trong các giao dịch BHTT, bao gồm hệ thống phát hiện và ngăn chặn gian lận, bảo vệ khỏi các phần mềm độc hại, và xác thực giao dịch an toàn.

- Đảm bảo quyền lợi của người tiêu dùng bằng cách yêu cầu các DN công khai chính sách bảo mật thông tin, tạo điều kiện để người tiêu dùng quản lý dữ liệu cá nhân của họ một cách dễ dàng.

Việc phát triển đồng bộ các chính sách QLNN đối với bên thứ 3 trong chuỗi cung ứng BHTT đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan quản lý, DN và các nhà cung cấp dịch vụ. Điều này giúp tạo ra một môi trường BHTT minh bạch, an toàn, đồng thời thúc đẩy sự phát triển mạnh mẽ của BHTT tại Việt Nam.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 4

Chương 4 luận án tập trung phân tích vào quan điểm, định hướng và các giải pháp hoàn thiện QLNN đối với BHTT ở Việt Nam đến năm 2030. Các nội dung chủ yếu của chương này như sau:

- Phân tích khái quát về xu thế phát triển BHTT ở trong và ngoài nước bao gồm các xu hướng mua hàng đa kênh trên nền tảng công nghệ số.

- Làm rõ quan điểm, định hướng hoàn thiện QLNN đối với BHTT ở Việt Nam đến năm 2030.

- Trên cơ sở đó, chương 4 luận án đề xuất các nhóm giải pháp hoàn thiện QLNN đối với BHTT gồm các giải pháp: chiến lược, kế hoạch phát triển BHTT, chính sách BHTT, tổ chức thực hiện kế hoạch phát triển BHTT, thanh kiểm tra và giám sát. Và nhóm giải pháp cơ bản nhằm hoàn thành QLNN đối với BHTT bao gồm giải pháp: hoàn thiện khung khổ pháp lý, đổi mới tư duy sang mô hình quản trị, nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ QLNN, nâng cao chất lượng và sự hài lòng dịch vụ công QLNN đối với BHTT, phát triển đồng bộ các chính sách QLNN đối với BHTT

KẾT LUẬN

BHTT là hình thức bán hàng phù hợp với nhu cầu và xu thế của xã hội, nó góp phần quan trọng cho các DN trong giải pháp kinh doanh trong bối cảnh hiện nay đồng thời góp phần quan trọng bổ sung cho phát triển kinh tế, giúp các quốc gia tiếp cận công nghệ mới, mở rộng thị trường kinh doanh, hội nhập kinh tế... Trên thực tế, sau hơn 25 năm phát triển Internet và TMĐT, Việt Nam đã thành công phát triển những ứng dụng của TMĐT và đưa BHTT đạt được nhiều thành tựu đáng kể. Đó là kết quả của sự nỗ lực trong quá trình hoàn thiện hệ thống pháp lý và chính sách phát triển BHTT ở Việt Nam. Nhằm góp phần hoàn thiện cơ sở lý thuyết cũng như đánh giá thực trạng QLNN đối với BHTT ở Việt Nam, luận án đã giải quyết được những mục tiêu, câu hỏi nghiên cứu đã đặt ra bao gồm:

Thứ nhất, luận án đã hệ thống hóa, làm rõ và phát triển một bước lý luận cơ bản về BHTT (khái niệm, đặc điểm và các hình thức của BHTT) và QLNN đối với BHTT (khái niệm, đặc điểm, nguyên tắc, nội dung, tiêu chí đánh giá và các yếu tố ảnh hưởng đến QLNN đối với BHTT). Luận án chỉ ra trên 4 nội dung: (i) xây dựng chiến lược, kế hoạch BHTT; (ii) xây dựng chính sách và ban hành văn bản pháp luật về BHTT; (iii) tổ chức triển khai thực hiện kế hoạch BHTT; (iv) kiểm tra giám sát BHTT và 5 tiêu chí để đánh giá QLNN đối với BHTT: (i) hiệu lực của QLNN, (ii) hiệu quả của QLNN; (iii) Tính phù hợp của QLNN và (iv) Tiêu chí đồng bộ, hệ thống và thống nhất; (v) Tiêu chí minh bạch và công bằng.

Thứ hai, luận án đã phân tích thực trạng QLNN đối với BHTT ở Việt Nam trong giai đoạn 2016-2023. Từ đó, đánh giá thực trạng của QLNN đối với BHTT ở Việt Nam thông qua hệ thống các tiêu chí và rút ra những thành công, hạn chế và nguyên nhân của chúng.

Thứ ba, trên cơ sở những đánh giá về thành công và hạn chế của QLNN đối với BHTT ở Việt Nam, dựa vào những bài học kinh nghiệm được rút ra khi nghiên cứu QLNN đối với một số quốc gia Canada, Mỹ, Trung Quốc, Singapore, Nhật Bản, Thái Lan, luận án đã đề xuất 05 nhóm: (i) Giải pháp hoàn thiện chính sách phát triển BHTT; (ii) Giải pháp hoàn thiện pháp luật về BHTT; (iii) Giải pháp hoàn thiện tổ chức thực hiện kế hoạch phát triển BHTT; (iv) Giải pháp hoàn thiện hoạt động thanh tra, kiểm tra BHTT; (v) Giải pháp hoàn thiện hoạt động thanh kiểm tra và giám sát BHTT.

Luận án được thực hiện với hy vọng đóng góp phần nào cho công tác QLNN về BHTT. Mặc dù đã hết sức cố gắng nhưng do thời gian và khả năng có hạn, luận án không tránh khỏi những thiếu sót. Rất mong nhận được sự góp ý của các thầy cô, các nhà khoa học để luận án được hoàn thiện và phát triển hướng nghiên cứu trong những đề tài tiếp theo.

Tác giả xin chân thành cảm ơn!

DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC ĐÃ CÔNG BỐ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN CỦA NGHIÊN CỨU SINH

1. Nguyễn Minh Phương (2021), Giải pháp đẩy mạnh BHTT ở Việt Nam, *Tạp chí kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương*, số 588, tháng 5/2021, ISSN 0868-3808.
2. Nguyễn Minh Phương, Dương Vũ Hằng Nga (2022), Factor affecting tax compliance behavior of online businesses in Vietnam in the context of COVID-19 pandemic, Kỷ yếu hội thảo quốc tế “*Phục hồi và phát triển kinh tế Việt Nam trong bối cảnh đại dịch Covid-19*”, ISBN: 978-604-341-272-7 , số QĐXB: 1578/QĐ-NXB TN cấp ngày 13/09/2021, NXB Thanh niên.
3. Nguyễn Minh Phương (2022), “Tác động của COVID-19 đến kinh doanh trực tuyến ở Việt Nam”, Kỷ yếu hội thảo quốc gia “*Thương mại Việt Nam trong bối cảnh đại dịch Covid-19: Thách thức và những xu hướng phát triển mới*”, QĐXB 244/QĐ-NXBHĐ, cấp ngày 15/6/2022, NXB Hồng Đức.
4. Nguyễn Minh Phương, Vũ Xuân Trường (2022), “*Digital transformation impact on the online tourism model of vietnam tourism industry after COVID-19 pandemic*”, Kỷ yếu hội thảo quốc tế “*đổi mới và phát triển du lịch sau đại dịch COVID-19*”, Đại học Nha Trang -BUV 2022.
5. Nguyễn Minh Phương, Vũ Xuân Trường (2022), “The role of digital transformation in promoting the circular economy”, Kỷ yếu chuỗi hội thảo quốc tế liên ngành 2022 “*Kinh tế tuần hoàn và những cơ hội hợp tác trong không gian pháp ngữ*”, ISBN - 2734 và ISSN – 9969, QĐXB, Viện quốc tế pháp ngữ - Đại học quốc gia Hà Nội, tháng 12/2022.
6. Vũ Xuân Trường, Nguyễn Minh Phương (2023), “Some factors impact to customer loyalty in the process of online shopping in Vietnam”, Kỷ yếu hội thảo quốc tế “*thương mại và phân phối*” Lần thứ 4 năm 2023 ISBN: 978-604-84-7106-4, QĐXB số 149/QĐ-NXBĐaN, cấp ngày 9/3/2023, Trường ĐHTM.
7. Nguyễn Minh Phương (2023), Ứng dụng TMĐT- nâng cao hiệu quả các mô hình BHTT , *Tạp chí tài chính* kỳ 2, tháng 4/2023 (799), ISSN: 2615-8973.
8. Vũ Xuân Trường, Nguyễn Minh Phương (2024) “The role of online consumer’s loyalty in enhancing the brand value of Shopee e-commerce platform in Vietnam”, Kỷ yếu hội thảo quốc tế “*Digital Economy: Emerging issues and trending solutions in innovative era*”, Đại học Thái Nguyên tháng 3/2024. ISBN: 978-604-350-353-1.
9. Nguyễn Minh Phương (2024), Nghiên cứu về BHTT và hàm ý quản lý cho các DN , *Tạp chí tài chính* kỳ 1, tháng 5/2024 (824), ISSN: 2615-8973.
10. Nguyễn Minh Phương, Vũ Xuân Trường (2024), nâng cao lòng trung thành của khách hàng khi mua hàng trên sàn TMĐT, *Tạp chí tài chính* kỳ 2, tháng 5/2024 (825), ISSN: 2615-8973.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Phạm Nữ Mai Anh (2019), *Quản lý thuế đối với hoạt động TMĐT ở Việt Nam*, Luận án tiến sỹ, Học viện tài chính
2. Bộ Công thương (2022), *Báo cáo TMĐT Việt Nam các năm 2021 - 2025*, Hà Nội.
3. Bộ Công thương (2013), *Quyết định số 669 /QĐ-BCT Quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Cục TMĐT và Công nghệ thông tin*.
4. Bộ Công thương (2014), *Thông tư quy định về quản lý website TMĐT Số: 47/2014/TT-BCT ngày 05 tháng 12 năm 2014*.
5. Bộ Thông tin và Truyền thông (2021), *thống kê và phân tích thị trường TMĐT Việt Nam*.
6. Trần Văn Biên (2012), *Hợp đồng điện tử theo pháp luật Việt Nam*, NXB tư pháp.
7. Nguyễn Thành Độ và Hà Ngọc Thắng (2014), *Pháp luật về TMĐT ở Việt Nam: Thực trạng và giải pháp*, NXB lao động.
8. Phạm Thị Hồng Điệp (2024), *QLNN về kinh tế*, NXB Đại học quốc gia, Hà Nội
9. Phan Huy Đường, Phan Anh (2017), *QLNN về kinh tế*, Nxb Đại học Quốc gia Hà Nội.
10. Phan Huy Đường (2017), *Các công cụ quản lý kinh tế*, Nxb Đại học quốc gia Hà Nội.
11. Hiệp hội TMĐT Việt Nam (VECOM) (2021), *Báo cáo “Việt Nam: TMĐT tăng tốc sau Covid-19”*.
12. Hiệp hội TMĐT Việt Nam (VECOM), *Báo cáo chỉ số TMĐT Việt Nam các năm từ 2016-202*.
13. Đoàn Thị Thu Hà & Nguyễn Thị Ngọc Huyền (2007), *TMĐT: Cơ hội và thách thức tại Việt Nam*, NXB Thống kê.
14. Nguyễn Hữu Hải (2012), *Giáo trình hành chính nhà nước*, NXB Giáo dục.
15. Nguyễn Hữu Hải và Lê Văn Hòa (2016), *Quản trị TMĐT: Lý thuyết và thực tiễn*, Nhà xuất bản Kinh tế Quốc dân.
16. Lâm Đình Tuấn Hải (2022), *QLNN về nguồn lực của Tỉnh Hòa Bình*, LATS Viện Khoa học xã hội
17. Trần Văn Hòe (2008), *Pháp luật về TMĐT*, NXB chính trị quốc gia.
18. Nguyễn Văn Hồng & Nguyễn Văn Thoan (2013), *Kinh doanh TMĐT: Lý thuyết và thực tiễn*, NXB Lao động, tr198.
19. Vũ Lan Hương (2022), *QLNN về phát triển du lịch*, LATS Trường đại học Thương mại

20. Nguyễn Xuân Hưng (2015), *Quản lý nhà nước về xuất khẩu lao động của Việt Nam*, LATS Trường KTQD.
21. Nguyễn Văn Khánh (2016) , *BHTT - Hướng dẫn thực hành*, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân.
22. Phạm Bách Khoa (2021), *Quản lý nhà nước đối với thuế bảo vệ môi trường ở Việt Nam*, LATS Trường KTQD.
23. Phạm Nữ Mai Linh (2019), *quản lý thuế đối với hoạt động TMĐT ở Việt Nam*, Luận án tiến sỹ.
24. Luật giao dịch điện tử (2023), Luật số 20/2023/QH15 ngày 22 tháng 6 năm 2023.
25. Luật an ninh mạng (2018), Luật số 24/2018/QH14 ngày 12 tháng 6 năm 2018.
26. Nguyễn Thị Tuyết Mai (2019), *Kinh doanh thương mại*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân, 2019.
27. Metrix (2024), *Báo cáo toàn cảnh thị trường sàn bán lẻ trực tuyến năm 2023*.
28. Nguyễn Thị Hồng Minh (2016), *Quản lý Nhà nước đối với dự án đầu tư theo hình thức đối tác công- tư trong xây dựng hạ tầng giao thông đường bộ Việt Nam*, LATS Trường KTQD.
29. Nguyễn Thị Mơ (2006), *Cẩm nang pháp luật về giao kết hợp đồng điện tử*, NXB Lao động.
30. Phạm Hoài Nam (2017), *Quản lý nhà nước đối với hoạt động truyền hình trả tiền ở Việt Nam*, LATS Trường KTQD.
31. Hà Trọng Nghĩa (2021), *Quản lý nhà nước về hoạt động thương mại ở Hà nội*, LATS Đại học kinh tế, Đại học quốc gia
32. Thân Danh Phúc, Hà Văn Sự (2015), *Giáo trình QLNN về thương mại*, NXB thống kê.
33. Vũ Thị Hồng Phượng (2021), *Quản lý nhà nước của thành phố Hà Nội đối với thị trường bán lẻ hàng hoá*, LATS Trường Đại học Thương Mại
34. Nguyễn Đức Tài (2015), *Giải pháp nâng cao hiệu lực QLNN đảm bảo an toàn trong TMĐT ở Việt Nam*, Luận án Tiến Sỹ, Trường Kinh tế quốc dân.
35. Nguyễn Đăng Thành (2012), *Đánh giá chính sách công ở Việt Nam: vấn đề và giải pháp*, NXB thống kê.
36. Đỗ Hoàng Toàn, Mai Văn Bưu (2018), *Giáo trình QLNN về kinh tế*, NXB thống kê..
37. Đỗ Thị Kim Tiên (2016), *tiêu chí đánh giá chính sách trong xây dựng pháp luật*, Nghiên cứu Lập pháp – Viện nghiên cứu Lập pháp, Số 21 (325), Tr 22.
38. Nguyễn Tiến Thao (2020), *Giáo trình QLNN về kinh tế*, Trường đại học lâm nghiệp.
39. Đào Anh Tuấn (2014), *QLNN về TMĐT*, Luận án tiến sỹ, Trường kinh tế quốc dân.

40. Nguyễn Minh Tuấn (2012), *Quản lý nhà nước về phát triển nông nghiệp công nghệ cao của chính quyền địa phương cấp tỉnh - Nghiên cứu tại thành phố Hà Nội*, LATS Trường KTQD.

Tiếng Anh

1. A. R. Smith (2019), *Digital Commerce: E-Commerce Regulation and Policy*, Springer.
2. Abbad, M., Abbad, R., & Saleh, M. (2011). *Limitations of e-commerce in developing countries: Jordan case*, Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues, 4(4), 280-291.
3. ADMA (2020), *Asia Pacific digital marketing yearbook 2020*.
4. Aizhen Li (2018), *Research on Tax Collection and Management System of E-Commerce*.
5. Ajzen, I. (1991), *The Theory of Planned Behavior*, Org. Behav. Hum. Decis. Process. 50, pp.179-21.
6. Bauer, R. A. (1986). "Consumer Behavior as Risk Taking." Trong *Dynamic Marketing for a Changing World*, biên tập bởi R. S. Hancock. American Marketing Association, Chicago, IL, trang 389-398.
7. Bollen, K. A. (1989). *Structural Equations with Latent Variables*, Wiley.
8. Brian Craig (2019), *Cyberlaw: The Law of the Internet and Information Technology*, Pearson.
9. Brad Stone (2013), *The Everything Store: Jeff Bezos and the Age of Amazon*, Hachette Book Group.
10. Chatterjee, P. (2001), *Online reviews: do consumers use them?*, Advances in Consumer Research, 28, 129-133.
11. Clark T.D (2001), *The Social Impact of E-Commerce*, Routledge.
12. Clemons, E. K. (2006). *How Information Changes Consumer Behavior and Market Dynamics*. Journal of Marketing, 62(3), 5-14.
13. Comer, J. M. (2008). *Selling: A Process of Discovering, Creating, and Satisfying Needs and Wants*, Addison-Wesley.
14. Davis Fred D. (1986), *A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New EndUser Information Systems: Theory and Results*, Doctoral Dissertation, MIT, Sloan School of Management
15. Dave Chaffey (2022), *Digital Business and E-Commerce Management*. Pearson.
- David J. Weinstein và L. S. Wang (2006), *The Economics of E-Commerce*, Springer.
16. Deiss, R., & Henneberry, R. (2017). *Digital Marketing For Dummies*, Wiley.

17. Efraim Turban, Jae K. Lee và David King (2000), *Introduction to E-commerce*, Prentice Hall.
18. eMarketer. (2023), *Global E-commerce update 2023*.
19. Faisal Alanezi (2015), *Perceptions of online fraud and the impact on the countermeasures for the control of online fraud in Saudi Arabian financial institutions*, Springer.
20. Faisal Alanezi (2021), *Electronic commerce and its regulation in the European union and China: a comparative analysis*, Springer.
21. Google, Temasek, Bain & Compannguo (2023), *e-economy SEA 2023 report*.
22. Hasslinger, A., Hodzic, S., & Obazo, C. (2007), *Consumer behaviour in online shopping*, Kristianstaad University Department of Business Studies.
23. Harvard Business Review (2015), *Trends and Innovations in E-Commerce: What to Expect in the Future*, Harvard Business Review press.
24. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. 7th Edition, Pearson.
25. Hennig-Thurau, T., Walsh, G., & Walsh, G. (2003), *Electronic word-of-mouth: motives for and consequences of reading customer articulations on the internet*, International Journal of Electronic Commerce, 8(2), 51-74.
26. Ho, T. H. L., & Chen, Y. (2014), *Vietnamese Consumers' Intention to Use Online Shopping: The Role of Trust*. International Journal of Business and Management, 9(5), 145-159.
27. Hussein Riyadh (2019), *Electronic Commerce: Legal Perspective*, Springer.
28. Ian Ballon (2021), *E-Commerce Law and Regulation*, Wolters Kluwer.
29. James Alm và các cộng sự (2012), *Rethinking the reaserch paradigms for analysing tax compliance behaviour*.
30. Jin, B., & Kim, J. (2014), *Success Factors in Online Retailing: Evidence from China*, International Journal of Retail & Distribution Management, 42(4), 229-242. DOI: 10.1108/IJRDM-10-2012-0097.
31. Jin, B., & Kim, J. (2014), *The role of perceived usefulness and trust on online consumer behavior in Northern Malaysia*, Journal of Retailing and Consumer Services, 21(4), 568-575. doi:10.1016/j.jretconser.2014.01.001.
32. John A. Rothchild (2016), *Research Handbook on Electronic Commerce Law*, Edward Elgar Publishing.
33. John W. Ernest & Richard Ashmun (1973), *Introduction to Marketing: A Managerial Approach*, Harcourt Brace Jovanovich .

34. Jones W.A (2018), *E-Commerce Taxation: Managing Online Sales and Services*, Routledge.
35. Joongho Ahn, Jinsoo Park, Dongwon Lee (2001), *Risk Focused e-Commerce adoption model - A cross Country Study*, Carlson School of Management, University of Minnesota.
36. Kolesar, M. B., & Galbraith, R. W. (2000), *A services-marketing perspective on e-retailing: implications for e-retailers and directions for further research*, *Internet Research*, 10(5), 424-438.
37. Khatibi, A., Haque, A., & Karim, K. (2006). *E-Commerce: A study on internet shopping in Malaysia*, *Journal of Applied Sciences*, 6, 696-705.
38. King C.T. (2002), *The Impact of E-Commerce on the Economy*, Springer.
39. Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2019). *E-Commerce: Business, Technology, Society*. Pearson.
40. Laroche, M., Yang, Z., McDougall, G. H., & Bergeron, J. (2005), *Internet versus bricks-and-mortar retailers: An investigation into intangibility and its consequences*. *Journal of Retailing*, 81(4), 251-267.
41. Lester, D. H., Forman, A. M., & Loyd, D. (2005), *Internet shopping and buying behavior of college students*. *Services Marketing Quarterly*, 27(2), 123-138.
42. Lepkowska-White, E. (2013). *The role of digital marketing in business strategies*. *Journal of Marketing Strategies*, 12(3), 45-59.
43. Lin Peiyuan (2019), *Legal Issues in E-Commerce: Insights from China*, Springer
- Lui, V. Y. F. (2012), *An integrated model of the factors influencing the purchasing decision of UK online consumers*, (Doctoral dissertation, University of Bolton).
44. Ma Mengli (2011), *Study on Factors Affecting Consumers' Attitude Towards Online Shopping and Online Shopping Intention in Bangkok, Thailand*, *Proceedings of the 7th International Conference on Innovation & Management*.
45. Maarten Siglé và các cộng sự (2018), *Corporate tax compliance: Is a change towards trust-based tax strategies justified*, Springer.
46. Marsha Collier (2015), *Social Media and E-Commerce: Social Commerce and the Future of Shopping*, McGraw-Hill Education.
47. Martin, R. L. (2020), *Challenges in Determining the Location of Digital Transactions and Establishing Tax Jurisdiction in an Online Environment*, *International Journal of Digital Taxation*, 14(3), 215-230. doi:10.1016/j.ijdt.2020.07.005.

48. Mendoza, J. P., & A. (2017), *Perceptions of tax evasion and its impact on tax compliance among businesses*, Journal of Taxation and Financial Management, 29(2), 134-145. doi:10.1016/j.jtfm.2017.03.002.
49. Michael R. Solomon (2023), *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*, Pearson
- Mishra, Sita (2014), *Adoption of M-commerce in India: Applying Theory of Planned Behaviour Model*, BJournal of Internet Banking and Commerce, April 2014, Vol. 19, No.1.
50. MGI (McKinsey Global Institute) (2017), *A Future that Works: Automation, Employment, and Productivity*, McKinsey Global Institute.
51. Nadiah Abd Hamid (2019), *Factors Influencing Tax Awareness among E-commerce Small and Medium Sized Enterprises (SMEs) in Malaysia*, Springer.
52. Nasrullah, Sinta Amalia (2020), *The Urgency of Regulating Taxation on Online Business in Instagram Platform*, Springer.
53. Padmalatha N A (2020), *E-Commerce Frauds and the role of fraud Detection Tools in managing the risks associated with the frauds*, Springer.
54. Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research & Evaluation Methods*. 3rd Edition. Sage Publications.
55. Peter Goodhart (2019), *E-Commerce Law and Practice*, Routledge.
56. Philip Kotler (2018), *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*, Wiley.
57. Poh-Kam Wong (2001), *Global and National Factors Affecting E-Commerce Diffusion in Singapore*, The Information Society.
58. Richard Kingston (2001), *The Social Implications of E-commerce: a review of policy and research Report Prepared for the Joseph Rowntree Foundation*, Joseph Rowntree Foundation.
59. Rong Li, JaeJon Kim, JaeSung Park (2007), *The effects of internet shoppers' trust on their purchasing intention in China*, Journal of Information Systems and Technology Management, Vol. 4, No. 3, 2007, pp. 269-286
60. Roberts L.A (2016), *E-Commerce Regulation and Enforcement: Trends and Challenges"*, Edward Elgar Publishing.
61. Ryan Deiss và Russ Henneberry (2017), *Digital Marketing For Dummies của* , Wiley.
62. Salehi, Mehrdad (2012), *Consumer Buying Behavior towards Online Shopping Stores in Malaysia*, International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences.
63. Tan Chia Han (2021), *The Role of Government in E-Commerce Development*, Springer.

64. The Economic Times (2006), *What is online shopping?*
<https://economictimes.indiatimes.com/tech/internet/what-is-online-shopping/articleshow/916214.cms?from=mdr>
65. Williams P.R (2019), *Taxation of E-Commerce: The Legal and Policy Implications*, Oxford University Press.
66. Yörük, D., Dünder, S., Moga, L. M., & Neculita, M. (2011), *Drivers and Attitudes towards Online Shopping: Comparison of Turkey with Romania*, Communications of the IBIMA, 2011, 1-12.
67. Zeleny, Milan.(1982) *"Decision Making: An Interdisciplinary Approach."* McGraw-Hill, 1982.

PHỤ LỤC

Phụ lục 1. Khảo sát của Cục TMDT và kinh tế số - Bộ Công thương

Bảng 1. Mô tả khảo sát người tiêu dùng mua hàng trực tuyến

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Số phiếu	1.159	1.000	1.692	1.002	1.078	4.584	5.398	20.069
Độ tuổi (%)								
Dưới 18	6	8	2	9	6	4	4	2
18-25	49	44	46	44	43	35	38	22
26-35	37	37	38	31	34	28	20	33
36-45	6	8	12	12	13	24	24	27
Trên 45	2	3	2	4	4	9	14	16
Nghề nghiệp (%)								
Lao động gián tiếp	50	25	48	35	51	49	39	33
Lao động trực tiếp	14	27	16	25	12	17	20	37
HS-SV	28	39	28	32	27	29	29	17
Nội trợ	8	5	2	3	2	1	4	6
Khác	0	4	6	5	8	4	8	7
Phương tiện điện tử thường được sử dụng khi đặt hàng trực tuyến (%)								
Máy tính để bàn/ Máy tính xách tay	72	68	61	36	38	48	46	18
Ipad, Máy tính bảng	18	13	81	90	87	91	13	5
Điện thoại thông minh	68	75					91	91

Nguồn: Tổng hợp báo cáo Cục TMDT và kinh tế số - Bộ Công thương

Bảng 2. Mô tả khảo sát DN BHTT

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Số phiếu	3.134	4.041	4.256	3.890	4.466	6.219	5.531	5.132
Loại hình DN (%)								
DN Nhà nước	5	4	5	5	6	6	6	6
DN ngoài Nhà nước	92	93	92	92	89	90	88	89
DN có vốn đầu tư nước ngoài	3	3	3	3	5	4	6	5
Quy mô DN (%)								
DN lớn	12	10	12	11	10	8	12	12
DN vừa và nhỏ	88	90	88	89	90	92	88	88
Lĩnh vực kinh doanh (%)								
Nông, lâm, thủy sản	22	24	24	26	23	35	22	13
Bán buôn, bán lẻ	18	18	16	16	15	26	18	23,8
Xây dựng	23	19	10	10	6	12	23	19,6
Công nghiệp, chế biến, chế tạo	9	8	5	6	3	4	9	10,9
CNTT, truyền thông	8	8	8	9	7	11	8	4,2
Vận tải, giao nhận	6	7	6	6	4	5	6	8
Dịch vụ, ăn uống	4	4	3	4	2		4	5,5
Năng lượng, khoáng sản	4	4	4	4	2	6	4	7,2

<i>Y tế, giáo dục, đào tạo</i>	5	4	5	4	4	7	5	3,9
<i>Tài chính, bất động sản</i>	1	1	1	1	1	2	1	6,7
<i>Nghệ thuật, vui chơi và giải trí</i>	22	21	21	9	20	46	22	2,1
<i>Lĩnh vực khác</i>					2	3		24,3
<i>Hoạt động chuyên môn, Khoa học công nghệ</i>					2	4		2,7
<i>Sản xuất và phân phối điện, nước, cung cấp nước;...</i>					1	1		3,6
<i>Hoạt động hành chính, dịch vụ hỗ trợ</i>	22	24	24	26	23	35	22	1,6
<i>Cung cấp nước; hoạt động quản lý và xử lý rác thải,...</i>	18	18	16	16	15	26	18	1

Nguồn: Nguồn: Tổng hợp báo cáo Cục TMĐT và kinh tế số - Bộ Công thương

Phụ lục 2. PHIẾU KHẢO SÁT

(Phiếu dành cho DN BHTT)

Phiếu khảo sát số:

Mã phiếu (dành cho cán bộ thu thập thông tin):

--	--	--	--

LƯU Ý:

- DN, tổ chức đánh dấu X vào ô trả lời tương ứng
: chọn MỘT câu trả lời; : có thể chọn NHIỀU câu trả lời.
- DN, tổ chức sở hữu nhiều website TMĐT, MXH đề nghị cung cấp số liệu riêng của từng website và MXH.
- Với những câu hỏi yêu cầu cung cấp số liệu năm 2022, đề nghị nêu số liệu thống kê tính đến 31/8/2022.
- Số liệu báo cáo chỉ sử dụng cho mục đích nghiên cứu, thống kê, định hướng phát triển BHTT. Chúng tôi cam kết không tiết lộ thông tin tại Báo cáo này cho bên thứ ba.
- Phiếu khảo sát vui lòng gửi về:

I. THÔNG TIN CHUNG VỀ DN, TỔ CHỨC

- Tên công ty:
- Địa chỉ: Tỉnh/Thành phố:
- Thông tin người điền báo cáo
Họ và tên: Chức vụ:
Điện thoại: Email:

II. THÔNG TIN CHUNG CỦA WEBSITE, ỨNG DỤNG TMĐT

- Địa chỉ tên miền chính của website:**
- Website chính thức hoạt động từ: Tháng..... Năm

1. Mô hình hoạt động của website

- Website TMĐT bán hàng (Hình thức: BHTT Giới thiệu sản phẩm, dịch vụ)
- Website cung cấp dịch vụ TMĐT (chủ website **không trực tiếp** bán hàng)
 - Sàn giao dịch TMĐT
 - Website khuyến mại trực tuyến
 - Website đấu giá trực tuyến
 - MXH

Lưu ý: Nếu quý vị vừa bán hàng, vừa cung cấp dịch vụ TMĐT đề nghị chọn cả 2 hình thức.

2. Phạm vi hoạt động của website, ứng dụng

- Trong địa phương Toàn quốc Quốc tế Cả trong nước và quốc tế

3. Nguồn vốn đầu tư cho website, ứng dụng

- Vốn DN Vốn nhà nước Vốn đầu tư nước ngoài (Tỷ lệ góp vốn/đầu tư:.....%)

4. Nguồn nhân lực

Nhân viên	Số lượng
Nhân viên kinh doanh	
Nhân viên IT	
Nhân viên phát triển ứng dụng cho điện thoại di động	
Nhân viên pháp lý	
Nhân viên giao hàng	
Nhân viên hỗ trợ qua điện thoại, hỗ trợ trực tuyến (email, skype, yahoo messenger...)	
Tổng số nhân viên tham gia hoạt động BHTT	
Tổng số nhân viên của đơn vị	

5. Nhóm sản phẩm, dịch vụ được giao dịch BHTT

- Điện tử, kỹ thuật số, thiết bị âm thanh, hình ảnh Thực phẩm, đồ uống
- Đồ thể thao, dã ngoại Vé máy bay, tàu, xe
- Hàng điện lạnh, thiết bị gia dụng Xây dựng, nhà cửa, nội thất, ngoại thất
- Máy tính, điện thoại, thiết bị văn phòng Dịch vụ bất động sản
- Mẹ và bé Dịch vụ lưu trú và du lịch
- Ô tô, xe máy Dịch vụ phần mềm, thiết kế website, lưu trữ
- Sách, văn phòng phẩm, quà tặng Dịch vụ việc làm, đào tạo
- Sức khỏe, sắc đẹp Sản phẩm, dịch vụ khác
- Thời trang, phụ kiện

III. TIỆN ÍCH, CÔNG CỤ HỖ TRỢ VÀ CHÍNH SÁCH BHTT

1. Website có yêu cầu đăng ký thành viên khi mua hàng không?

- Có Không

Nếu có, xin vui lòng cho biết số lượng thành viên đã đăng ký:

2. Website cung cấp tiện ích gì?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Giỏ hàng | <input type="checkbox"/> Đánh giá người bán, người mua |
| <input type="checkbox"/> Đánh giá sản phẩm | <input type="checkbox"/> Quản lý giao nhận, vận chuyển |
| <input type="checkbox"/> Quản lý đặt hàng | <input type="checkbox"/> Lọc/tìm kiếm sản phẩm |
| <input type="checkbox"/> So sánh sản phẩm | <input type="checkbox"/> Các tiện ích khác: |
| <input type="checkbox"/> Xác nhận đơn hàng qua email, SMS | |

3. Website có tích hợp MXH không?

- Có Không

Nếu có, xin vui lòng chỉ rõ là MXH nào?

- Facebook Twitter Google Plus Khác.....

4. Website có phiên bản tương thích với thiết bị di động không (responsive website, mobile website, wap site)?

- Có Không

5. Quý vị có ứng dụng (mobile app) cho phép tải từ các kho ứng dụng không (ví dụ: appstore, google play)?

- Có Không

Nếu có, xin vui lòng chỉ rõ quý vị hỗ trợ ứng dụng trên nền tảng/hệ điều hành nào?

- IOS Android Windows Khác.....

6. Ứng dụng của quý vị có đồng nhất nội dung với website không?

- Có Không

7. Website áp dụng phương thức thanh toán nào cho hàng hóa dịch vụ trên website?

- Thanh toán khi nhận hàng (COD)
 Thanh toán điện tử (Internet banking, chuyển khoản, ví điện tử, thẻ cào, tin nhắn...)
 Hình thức khác:

8. Website có tích hợp dịch vụ thanh toán điện tử không?

- Có Không

Nếu có, vui lòng chỉ rõ nhà cung cấp dịch vụ thanh toán điện tử (trung gian thanh toán) nào?

- | | | |
|---|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Bảo Kim | <input type="checkbox"/> Ngân Lượng | <input type="checkbox"/> Onepay |
| <input type="checkbox"/> Napas (Banknetvn, Smartlink) | <input type="checkbox"/> Paypal, 2Checkout | <input type="checkbox"/> Khác:..... |

9. Chính sách và dịch vụ hỗ trợ

a. Website có tính năng hỗ trợ trực tuyến không? Có Không

Nếu có, vui lòng chỉ rõ là công cụ nào?

Điện thoại/hotline Tư vấn trực tuyến E-mail Khác

b. Website áp dụng phương thức giao hàng nào?

Nhân viên công ty giao hàng Thuê dịch vụ giao hàng Kết hợp cả hai Không hỗ trợ

c. Website có Chính sách bảo hành, bảo trì sản phẩm, dịch vụ không? Có Không

d. Website có Chính sách đổi trả hàng và hoàn tiền không? Có Không

e. Website có Chính sách giải quyết tranh chấp, khiếu nại không? Có Không

g. Website có Chính sách bảo vệ thông tin cá nhân không? Có Không

h. Website có Cơ chế và quy trình rà soát và kiểm duyệt thông tin không? Có Không

10. DN có triển khai các biện pháp đảm bảo an toàn thông tin cho website không?

Có Không

Nếu có, xin chỉ rõ biện pháp nào?

Ban hành chính sách, quy định của công ty

Triển khai giải pháp kỹ thuật, mua sắm trang thiết bị

Triển khai Quy trình đảm bảo an toàn thông tin

IV. TÌNH HÌNH BHTT TRÊN CÁC WEBSITE, ỨNG DỤNG TMĐT

A. ĐỐI VỚI WEBSITE, ỨNG DỤNG TMĐT BÁN HÀNG

1. Trong tổng số đơn hàng đã đặt qua website

Tỷ lệ đơn hàng do thành viên đặt là: %

Tỷ lệ đơn hàng do khách vắng lai (không phải thành viên, không có tài khoản) đặt là: %

2. Nhóm hàng hóa, dịch vụ được mua nhiều nhất trên website

Điện tử, kỹ thuật số, thiết bị âm thanh, hình ảnh Thực phẩm, đồ uống

Đồ thể thao, dã ngoại Vé máy bay, tàu, xe

Hàng điện lạnh, thiết bị gia dụng Xây dựng, nhà cửa, nội thất, ngoại thất

Máy tính, điện thoại, thiết bị văn phòng Dịch vụ bất động sản

Mẹ và bé Dịch vụ lưu trú và du lịch

Ô tô, xe máy Dịch vụ phần mềm, thiết kế website, lưu trữ

Sách, văn phòng phẩm, quà tặng Dịch vụ việc làm, đào tạo

Sức khỏe, sắc đẹp Sản phẩm, dịch vụ khác

Thời trang, phụ kiện

3. Giá trị hàng hóa, dịch vụ được mua nhiều nhất trên website

- Dưới 200.000 đồng 200.000 – 500.000 đồng 500.000 – 1.000.000 đồng
 1.000.000 – 5.000.000 đồng Trên 5.000.000 đồng

4. Tỷ lệ khách hàng mua hàng từ lần 2 trở lên

- <10% 10-30% 30-50% >50% Không xác định

5. Tỷ lệ đơn hàng ảo, không thành công trên tổng số giao dịch chiếm:% tổng số đơn hàng

6. Nguồn thu chính của website

- Trực tiếp/đại lý bán hàng hóa, dịch vụ Quảng cáo

Nguồn thu khác.....

7. Quý vị đã có đơn đặt hàng qua ứng dụng TMĐT (mobile app) hay chưa?

- Có Không

Nếu có, xin vui lòng cho biết tỷ lệ đơn hàng qua ứng dụng TMĐT trên tổng số đơn hàng:% đơn hàng

8. Đầu tư và hiệu quả của hoạt động BHTT

Năm (VNĐ)	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Tổng chi phí đầu tư hạ tầng kỹ thuật TMĐT (Nâng cấp/ đổi mới công nghệ, máy chủ, đường truyền, thiết kế website, ứng dụng.....)							
Tổng chi phí cho hoạt động TMĐT (Chi lương, hoa hồng, vận chuyển/giao nhận, thuê văn phòng,...)							
Tổng chi phí cho hoạt động quảng cáo trực tuyến (Quảng cáo trên Facebook/Google/Youtube, đặt banner/logo....)							
Tổng chi phí cho hoạt động quảng cáo ngoài môi trường trực tuyến (In ấn, tổ chức sự kiện, Hội thảo hội nghị,...)							
Tổng doanh thu của website, ứng dụng TMĐT bán hàng (doanh thu từ hoạt động trực tiếp bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ qua website, ứng dụng)							

B. ĐỐI VỚI WEBSITE, ỨNG DỤNG CUNG CẤP DỊCH VỤ TMĐT (SẢN GIAO DỊCH TMĐT, KHUYẾN MÃI TRỰC TUYẾN, ĐẤU GIÁ TRỰC TUYẾN)

1. Nhóm hàng hóa, dịch vụ được mua nhiều nhất trên website, ứng dụng

- Điện tử, kỹ thuật số, thiết bị âm thanh, hình ảnh Thực phẩm, đồ uống
 Đồ thể thao, dã ngoại Vé máy bay, tàu, xe

- Hàng điện lạnh, thiết bị gia dụng
- Máy tính, điện thoại, thiết bị văn phòng
- Mẹ và bé
- Ô tô, xe máy
- Sách, văn phòng phẩm, quà tặng
- Sức khỏe, sắc đẹp
- Thời trang, phụ kiện
- Xây dựng, nhà cửa, nội thất, ngoại thất
- Dịch vụ bất động sản
- Dịch vụ lưu trú và du lịch
- Dịch vụ phần mềm, thiết kế website, lưu trữ
- Dịch vụ việc làm, đào tạo
- Sản phẩm, dịch vụ khác

2. Giá trị hàng hóa, dịch vụ được mua nhiều nhất trên website, ứng dụng

- Dưới 200.000 đồng 200.000 – 500.000 đồng 500.000 – 1.000.000 đồng
 1.000.000 – 5.000.000 đồng Trên 5.000.000 đồng

3. Tỷ lệ khách hàng mua hàng từ lần 2 trở lên

- <10% 10-30% 30-50% >50% Không xác định

4. Nguồn thu chính của website

- Trực tiếp bán hàng hóa, dịch vụ Thu phí % dựa trên đơn hàng
 Phí/thẻ thành viên Quảng cáo Khác:

5. Chi phí và hiệu quả đầu tư của website, ứng dụng TMĐT

5.1 Chi phí đầu tư

Năm (VNĐ)	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Tổng chi phí đầu tư hạ tầng kỹ thuật TMĐT (Nâng cấp, đổi mới công nghệ, máy chủ, đường truyền, thiết kế website.....)							
Tổng chi phí cho hoạt động TMĐT (Lương, hoa hồng, thuê văn phòng,...)							
Tổng chi phí cho hoạt động quảng cáo trực tuyến (Quảng cáo trên Facebook/Google/Youtube, đặt banner/logo....)							
Tổng chi phí cho hoạt động quảng cáo ngoài môi trường trực tuyến (In ấn, tổ chức sự kiện, Hội thảo hội nghị,....)							

5.2 Doanh thu của website, ứng dụng TMĐT

Năm (VNĐ)	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
(1) Doanh thu từ việc bán hàng hóa, dịch vụ (bao gồm việc bán trực tiếp, bán hộ và thu hộ đối tác,...)							
(2) Doanh thu từ hoạt động trung gian cung cấp dịch vụ TMĐT (thu phí gian hàng/thành viên, quảng cáo, % đơn hàng,...)							
(3) Doanh thu khác (nếu có)							
Tổng doanh thu (1) + (2) + (3)							

5.3 Hoạt động của website, ứng dụng

a. Đối với Sàn giao dịch TMĐT (tính cả MXH hoạt động theo mô hình sàn giao dịch TMĐT)

Năm (VNĐ)	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Số lượng người mua							
Số lượng người bán							
Số tin rao, sản phẩm, dịch vụ được đăng bán							
Số đơn đặt hàng qua sàn (đối với các sàn giao dịch có tính năng đặt hàng trực tuyến)							
Số lượng người bán có đơn đặt hàng thành công trên website, ứng dụng							

b. Đối với website, ứng dụng Khuyến mại trực tuyến

Năm (VNĐ)	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Số người bán hàng trên website, ứng dụng Khuyến mại trực tuyến							
Số người mua hàng							
Số đơn hàng (voucher/mã phiếu giảm/ thẻ thành viên/thẻ giảm giá,...) đã bán qua website, ứng dụng Khuyến mại trực tuyến							

c. Đối với website, ứng dụng Đấu giá trực tuyến

Năm (VNĐ)	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Số người bán							
Số người mua							
Số lượt đấu giá							
Số lượt đấu giá thành công							

V. CÁC KHÓ KHĂN, TRỞ NGẠI KHI VẬN HÀNH BHTT

(đánh dấu “x” vào ô tương ứng với: 1- Hoàn toàn không khó khăn; 2- Ít khó khăn; 3- Bình thường; 4- khó khăn; 5- Rất khó khăn)

STT	Nội dung	Mức độ khó khăn				
		1	2	3	4	5
1	Nguồn nhân lực chưa đáp ứng yêu cầu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Chi phí vận chuyên, giao nhận còn cao	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Khách hàng thiếu tin tưởng vào chất lượng hàng hóa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Khách hàng lo ngại vấn đề an toàn khi thanh toán trực tuyến	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Khách hàng lo ngại thông tin cá nhân bị tiết lộ, mua bán	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Khó khăn trong tích hợp thanh toán điện tử	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	An ninh mạng chưa đảm bảo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	Cạnh tranh không lành mạnh	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	Văn bản của Nhà nước hướng dẫn BHTT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	Các thủ tục đăng ký kinh doanh BHTT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	Cơ sở hạ tầng công nghệ về kết nối mạng	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	Chính sách hỗ trợ thanh toán trực tuyến của Nhà nước	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	Các quy định về khai thuế, nộp thuế khi BHTT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	Chính sách hỗ trợ minh bạch thông tin người bán hàng	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	Thủ tục kiến nghị với cơ quan quản lý của Nhà nước					
16	Các vấn đề khác					

VI. CÁC VẤN ĐỀ VỀ BAN HÀNH VĂN BẢN VÀ CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN BHTT

1. Ông/bà vui lòng đánh giá mức độ tiếp cận của DN với các thông tin, tài liệu của Nhà nước về BHTT như thế nào? (đánh dấu “x” vào ô tương ứng với: 1- Rất khó; 2- Khó; 3- Bình thường; 4- Dễ; 5- Rất dễ)

ST T	Nội dung	Mức độ khó khăn				
		1	2	3	4	5
1	Ngân sách địa phương cho phát triển BHTT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Các kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội và BHTT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Các luật, nghị định, thông tư, chính sách, quyết định ... của TU	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Các dự án xây dựng cơ sở hạ tầng mới cho phát triển BHTT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Các bản đồ và các quy hoạch phát triển TMĐT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Công báo (đăng tải các văn bản pháp luật)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Vui lòng đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố dưới đây đến hoạt động BHTT của ông /bà? (đánh dấu “x” vào ô tương ứng với: 1- Hoàn toàn không ảnh hưởng; 2- Ít ảnh hưởng; 3- Bình thường; 4- Ảnh hưởng; 5- Rất ảnh hưởng)

STT	Nội dung	Mức độ ảnh hưởng				
		1	2	3	4	5
1	Hệ thống thể chế hành chính	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Tổ chức bộ máy các cơ quan hành chính nhà nước	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Vấn đề hỗ trợ tài chính và cơ sở vật chất, kỹ thuật của Nhà nước	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Tổ chức và hoạt động của hệ thống chính trị quốc gia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Quan điểm và định hướng phát triển BHTT của quốc gia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	Các yếu tố văn hóa, lịch sử, tập quán, truyền thống mua bán của xã hội	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	Sự phát triển mạnh mẽ của khoa học, công nghệ và quá trình hội nhập quốc tế	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	Các yếu tố liên quan đến các DN BHTT có yếu tố nước ngoài	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Ông /bà vui lòng cho biết quan điểm của mình về những nhận định sau về thực trạng chính sách phát triển BHTT ở Việt Nam? (đánh dấu “x” vào ô tương ứng với: 1- Hoàn toàn không đồng ý; 2- Không đồng ý; 3- Bình thường; 4- Đồng ý; 5- Rất đồng ý)

STT	Nội dung	Mức độ đồng ý				
		1	2	3	4	5
1	Chính sách DN	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Chính sách ngày càng đầy đủ và hoàn thiện, dần đáp ứng yêu cầu phát triển của BHTT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Một số văn bản quy phạm pháp luật liên quan đến quy định trách nhiệm của DN trong BHTT còn chưa rõ ràng.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Các quy định và thực hiện thủ tục đăng ký kinh doanh BHTT bất cập, khó khăn, chồng chéo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Chính sách với người tiêu dùng	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Quy định bảo mật thông tin khách hàng chưa sát với thực tế	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Các cam kết giữa người mua, BHTT chưa minh bạch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Thanh toán trực tuyến không được đảm bảo an toàn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Văn bản của Nhà nước hướng dẫn BHTT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Chính sách thuế	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Đăng ký kê khai thuế chưa sát với đối tượng BHTT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Văn bản hướng dẫn nộp thuế không rõ ràng, DN khó khăn tiếp cận	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Giám sát nộp thuế không minh bạch, công khai	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Chính sách hạ tầng công nghệ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Hạ tầng công nghệ hỗ trợ giao dịch còn chậm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Hạ tầng công nghệ thanh toán chưa có sự đồng bộ, chi phí cao	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Trân trọng cảm ơn ông/bà

Phụ lục 3. PHIẾU KHẢO SÁT
(Phiếu dành cho cán bộ QLNN đối với BHTT)

Phiếu khảo sát số:

Phiếu khảo sát này nằm trong khuôn khổ của một nghiên cứu khoa học về QLNN đối với BHTT của Việt Nam, do NCS của Trường Đại học Thương mại thực hiện. Kính mong Ông/bà trả lời một số câu hỏi trong bảng khảo sát dưới đây. Tôi xin đảm bảo các thông tin do Ông/bà cung cấp sẽ chỉ phục vụ mục đích nghiên cứu và cam kết không sử dụng vào mục đích khác.

Xin chân thành cảm ơn sự giúp đỡ của Ông/bà!

PHẦN 1: THÔNG TIN CHUNG

1. Xin vui lòng cho biết đơn vị ông/bà đang làm việc?.....
2. Xin vui lòng cho biết công việc chính/chức vụ hiện tại của ông/bà là gì?.....
3. Ông/bà vui lòng cho biết trình độ đào tạo cao nhất của ông/bà? (Đánh dấu X vào ô thích hợp)

- | | |
|--|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Trung học phổ thông | <input type="checkbox"/> Thạc sỹ |
| <input type="checkbox"/> Trung cấp | <input type="checkbox"/> Tiến sỹ |
| <input type="checkbox"/> Cao đẳng | <input type="checkbox"/> Khác |
| <input type="checkbox"/> Đại học | |

4. Ông/bà vui lòng cho biết chuyên ngành mà ông/bà được đào tạo trước khi công tác tại đơn vị?.....

PHẦN 2. THÔNG TIN VỀ QLNN ĐỐI VỚI BHTT CỦA VIỆT NAM

1. Xin ông/bà vui lòng cho biết đơn vị nơi ông/bà làm việc có QLNN đối với BHTT của Việt Nam không?

Có Không Ý kiến khác

2. Xin ông/bà cho biết tại địa phương nơi ông/bà làm việc có triển khai thực hiện các chính sách đối với BHTT của nhà nước không?

Có Không Không biết/Không ý kiến

3. Nếu không, xin vui lòng cho biết lý do vì sao địa phương không thực hiện các chính sách BHTT?

- Không có ngân sách để triển khai
- Không có nhân lực để triển khai
- Đã triển khai nhưng không hiệu quả nên dừng
- Thấy không cần thiết nên không triển khai
- Không nhận được chỉ đạo từ cấp trên
- Ý kiến khác

Nếu có, xin ông/bà vui lòng cho biết địa phương của ông/bà đã triển khai thực hiện các chính sách BHTT nào sau đây? (chọn 1 hoặc nhiều đáp án)

- Chính sách đối với DN BHTT
- Chính sách nguồn lực đối với BHTT
- Chính sách thuế đối với BHTT
- Chính sách phát triển hạ tầng công nghệ cho BHTT
- Các chính sách khác (vui lòng liệt kê cụ thể)

4. Ông/bà đánh giá việc triển khai thực thi chính sách đối với BHTT tại địa phương diễn ra như thế nào?

- Rất chậm Nhanh chóng
- Chậm Không biết/không ý kiến
- Bình thường

5. Xin ông/bà cho biết khó khăn lớn nhất gặp phải trong quá trình triển khai các chính sách BHTT tại địa phương là gì?

- Địa phương không có đủ nguồn lực tài chính
- Địa phương không có đủ nguồn nhân lực để triển khai
- Cơ quan quản lý địa phương không nắm bắt được đầy đủ các thông tin về BHTT
- Ý kiến khác.....

6. Xin ông/bà vui lòng đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố sau đến QLNN đối với BHTT? (đánh dấu “x” vào ô tương ứng với: 1- Hoàn toàn không ảnh hưởng; 2- Ít ảnh hưởng; 3- Bình thường; 4- Ảnh hưởng; 5- Rất ảnh hưởng)

STT	Nội dung	Mức độ ảnh hưởng				
		1	2	3	4	5
1	Hệ thống thể chế hành chính của bộ máy QLNN đối với BHTT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Tổ chức bộ máy các cơ quan QLNN đối với BHTT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Đội ngũ cán bộ của bộ máy QLNN đối với BHTT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Tài chính và cơ sở vật chất, kỹ thuật của bộ máy QLNN đối với BHTT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Quan điểm và định hướng phát triển BHTT của quốc gia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Sự tham gia và ủng hộ của người dân đối với QLNN đối với BHTT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	Các yếu tố văn hóa, lịch sử, tập quán, truyền thống mua bán	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	Sự phát triển mạnh mẽ của khoa học, công nghệ và quá trình hội nhập quốc tế	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	Các yếu tố liên quan đến các DN BHTT có yếu tố nước ngoài	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. Ông /bà vui lòng cho biết quan điểm của mình với những nhận định sau về thực trạng QLNN đối với BHTT ở Việt Nam? (đánh dấu “x” vào ô tương ứng với: 1- Hoàn toàn không đồng ý; 2- Không đồng ý; 3- Bình thường; 4- Đồng ý; 5- Rất đồng ý)

8.1. Đối với chính sách DN đối với BHTT

ST T	Nội dung	Mức độ ảnh hưởng				
		1	2	3	4	5
1	Chính sách DN đối với BHTT ngày càng đầy đủ và hoàn thiện, dần đáp ứng yêu cầu của các DN BHTT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Các điều kiện, thủ tục khi đăng ký thành lập Website TMĐT rõ ràng về trách nhiệm và thủ tục nhanh gọn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Trách nhiệm của các DN tham gia BHTT được quy định rõ ràng, chặt chẽ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Các hành vi bị cấm trong hoạt động BHTT được xây dựng đầy đủ, gắn trực tiếp với các DN BHTT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5	Một số quy định được ban hành đối với BHTT còn chồng chéo, mâu thuẫn, triệt tiêu hiệu lực của nhau	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Tính ổn định, tính minh bạch, rõ ràng, dễ tìm của một số quy định pháp luật còn hạn chế	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	Quyền tiếp cận thông tin, trách nhiệm giải trình và việc áp dụng luật còn khó khăn, chưa mang lại lợi ích tốt nhất cho các DN BHTT.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	Những cải cách thủ tục hành chính còn chậm, chưa đồng bộ và nhất quán (giữa các bộ, ngành, giữa bộ ngành và địa phương).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	Các chính sách ưu đãi đối với DN BHTT không ổn định với sự thay đổi liên tục của môi trường hội nhập	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8.2. Đối với chính sách bảo vệ người tiêu dùng trong BHTT

ST T	Nội dung	Mức độ ảnh hưởng				
		1	2	3	4	5
1	Chính sách quy định về quyền lợi và nghĩa vụ đối với người tiêu dùng khi tham gia mua hàng trực tuyến rõ ràng, minh bạch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Quyền tiếp cận thông tin về sản phẩm và DN BHTT dễ dàng.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Các quy định về xử phạt các hành vi chưa đúng đối với người tiêu dùng chưa cụ thể và không có tính răn đe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Các quy định về bảo mật và bảo vệ quyền riêng tư của người tiêu dùng không cao	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8.3. Đối với chính sách thuế đối với BHTT

STT	Nội dung	Mức độ ảnh hưởng				
		1	2	3	4	5
1	Quản lý thông tin về DN BHTT yếu kém và không chính xác	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Xác định đối tượng nộp thuế chậm, đặc biệt với các DN có yếu tố nước ngoài	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Công tác thanh tra, kiểm tra các DN BHTT chưa sử dụng công nghệ nên khó quản lý được DN BHTT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Các quy định xử phạt về hành vi gian lận, trốn thuế chưa đủ răn đe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8.4. Đối với chính sách phát triển hạ tầng công nghệ cho BHTT

ST T	Nội dung	Mức độ ảnh hưởng				
		1	2	3	4	5
1	Hạ tầng công nghệ thông tin đáp ứng yêu cầu của các DN BHTT trong và ngoài nước	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Thường xuyên nâng cấp, sửa chữa kịp thời nhằm đảm bảo thông suốt các giao dịch mua bán trực tuyến	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Đảm bảo hạ tầng công nghệ để kết nối trong và ngoài nước	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Công nghệ thanh toán sử dụng đơn giản, thanh toán nhanh, đảm bảo mức chi phí phù hợp với điều kiện trong nước	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. Ông/bà vui lòng cho biết quan điểm đánh giá QLNN đối với BHTT ở Việt Nam theo các tiêu chí sau? (đánh dấu “X” vào ô tương ứng với: 1- Rất thấp; 2- Thấp; 3- Trung bình; 4- Cao; 5- Rất cao)

Nội dung	Mức độ ảnh hưởng				
	1	2	3	4	5
Tính hiệu lực					
Nội dung QLNN đối với BHTT đã đầy đủ, cụ thể	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cán bộ thực thi hoạt động QLNN được tập huấn đầy đủ, được quán triệt sâu sắc kịp thời, nghiêm túc thực hiện các văn bản hướng dẫn thi hành của Nhà nước	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Các DN BHTT trong và ngoài nước dễ dàng tiếp cận được các thông tin chính sách của Nhà nước dành cho họ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Đánh giá chung về tính hiệu lực của QLNN đối với BHTT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tính hiệu quả					
Các chính sách QLNN đối với BHTT phù hợp với nhu cầu của các DN BHTT và bối cảnh kinh tế	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Các chính sách QLNN đối với BHTT đã giúp Việt Nam thu hút vốn, công nghệ, học tập kinh nghiệm quản lý của các nước tiên tiến	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Các chính sách QLNN đối với BHTT thúc đẩy tăng trưởng và phát triển và hội nhập kinh tế quốc tế	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Các chính sách phát triển BHTT của Nhà nước đã tác động tích cực đến môi trường và giúp Việt Nam thực hiện các mục tiêu xã hội khác như phát triển nguồn nhân lực, tạo công ăn việc làm, ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Đánh giá chung về tính hiệu quả của QLNN đối với BHTT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tính phù hợp					

Sự phù hợp của chiến lược, kế hoạch với mục tiêu QLNN đối với BHTT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sự phù hợp với chức năng nhiệm vụ, quyền hạn và trách nhiệm của cơ quan QLNN đối với hoạch định, thực thi, đánh giá và điều chỉnh chính sách QLNN đối với BHTT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sự phù hợp trong hội nhập quốc tế của Việt Nam	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Đánh giá chung về tính phù hợp của QLNN đối với BHTT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Tính đồng bộ, hệ thống và thống nhất</i>					
Các quy định pháp lý liên quan đến BHTT có tích hợp và đồng bộ với các quy định pháp luật khác	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quy trình và thủ tục liên quan đến quản lý BHTT cần được chuẩn hóa trên toàn quốc để tránh sự khác biệt giữa các cơ quan quản lý và khu vực	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Các quy định, chính sách quản lý được xây dựng hệ thống quản lý tích hợp để phối hợp các hoạt động liên quan đến BHTT bao gồm quản lý quy định, giám sát, và hỗ trợ DN	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hệ thống quản lý rủi ro và đảm bảo an toàn trong BHTT.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mức độ đảm các chính sách và quy định liên quan đến BHTT được thống nhất ở cấp quốc gia để tạo ra một môi trường pháp lý ổn định và nhất quán	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sự phối hợp giữa các cơ quan QLNN trong việc thực thi các quy định và chính sách.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Đánh giá chung về tính đồng bộ, hệ thống và thống nhất của QLNN đối với BHTT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Tính minh bạch, công bằng</i>					
Mức độ công khai, rõ ràng về các quy định pháp lý, chính sách và quy trình liên quan đến BHTT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mức độ đảm bảo thông tin về các quy định và chính sách được cập nhật thường xuyên và kịp thời để phản ánh sự thay đổi trong công nghệ và thị trường.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mức độ đảm bảo các quy định và chính sách không gây ra bất lợi cho các DN nhỏ và vừa, và ngăn chặn các hành vi độc quyền hoặc gian lận thương mại	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sự nhất quán trong quy định và chính sách cho tất cả các DN và người tiêu dùng mà không có sự thiên lệch hoặc phân biệt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Các hành vi vi phạm quy định được xử lý một cách công bằng và hợp lý, không bị ảnh hưởng bởi các yếu tố bên ngoài hoặc sự thiên vị	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Đánh giá chung về tính minh bạch và công bằng của QLNN đối với BHTT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Ông/bà có đóng góp ý kiến gì để nâng cao công tác QLNN đối với BHTT ở Việt Nam?

Phụ lục 4. KẾT QUẢ XỬ LÝ SỐ LIỆU KHẢO SÁT CÁN BỘ QLNN ĐỐI VỚI BHTT

Bảng 1. Kết quả khảo sát mức độ ảnh hưởng của các yếu tố sau đến QLNN đối với BHTT

Tiêu chí	N	GTNN	GTLN	GTTB	Độ lệch chuẩn
Hệ thống thể chế hành chính của bộ máy QLNN đối với BHTT	60	3	5	2,98	1,314
Tổ chức bộ máy các cơ quan QLNN đối với BHTT	60	2	5	2,84	1,172
Đội ngũ cán bộ của bộ máy QLNN đối với BHTT	60	2	5	2,13	1,112
Tài chính và cơ sở vật chất, kỹ thuật của bộ máy QLNN đối với BHTT	60	3	5	2,32	1,621
Quan điểm và định hướng phát triển BHTT của quốc gia	60	3	5	2,46	0,821
Sự tham gia và ủng hộ của người dân đối với QLNN đối với BHTT	60	2	5	2,72	1,121
Các yếu tố văn hóa, lịch sử, tập quán, truyền thống mua bán	60	2	5	3,12	1,042
Sự phát triển mạnh mẽ của khoa học, công nghệ và quá trình hội nhập quốc tế	60	3	5	3,82	1,112
Các yếu tố liên quan đến các DN BHTT có yếu tố nước ngoài	60	2	5	2,88	1,272
<i>Valid N (listwise)</i>	60				

Bảng 2. Kết quả khảo sát nhận định về thực trạng chính sách DN đối với BHTT

Tiêu chí	N	GTNN	GTLN	GTTB	Độ lệch chuẩn
Chính sách DN đối với BHTT ngày càng đầy đủ và hoàn thiện, dần đáp ứng yêu cầu của các DN BHTT	60	3	5	2,67	0,192
Các điều kiện, thủ tục khi đăng ký thành lập Website TMĐT rõ ràng về trách nhiệm và thủ tục nhanh gọn.	60	2	5	3,13	0,823
Trách nhiệm của các DN tham gia BHTT được quy định rõ ràng, chặt chẽ	60	2	5	2,33	1,112
Các hành vi bị cấm trong hoạt động BHTT được xây	60	3	5	2,52	1,211

Tiêu chí	N	GTNN	GTLN	GTTB	Độ lệch chuẩn
dụng đầy đủ, gắn trực tiếp với các DN BHTT					
Một số quy định được ban hành đối với BHTT còn chồng chéo, mâu thuẫn, triệt tiêu hiệu lực của nhau.	60	3	5	3,01	0,821
Tính ổn định, tính minh bạch, rõ ràng, dễ tìm của một số quy định pháp luật còn hạn chế.	60	2	5	2,49	1,121
Quyền tiếp cận thông tin, trách nhiệm giải trình và việc áp dụng luật còn khó khăn, chưa mang lại lợi ích tốt nhất cho các DN BHTT.	60	2	5	3,12	0,942
Những cải cách thủ tục hành chính còn chậm, chưa đồng bộ và nhất quán (giữa các bộ, ngành, giữa bộ ngành và địa phương).	60	3	5	3,08	0,896
Các chính sách ưu đãi đối với DN BHTT không ổn định với sự thay đổi liên tục của môi trường hội nhập	60	2	5	3,22	0,915
<i>Valid N (listwise)</i>	60				

Bảng 3. Kết quả khảo sát nhận định về thực trạng chính sách bảo vệ người tiêu dùng trong BHTT

Tiêu chí	N	GTNN	GTLN	GTTB	Độ lệch chuẩn
Chính sách quy định về quyền lợi và nghĩa vụ đối với người tiêu dùng khi tham gia mua hàng trực tuyến rõ ràng, minh bạch	60	3	5	2,12	1,126
Quyền tiếp cận thông tin về sản phẩm và DN BHTT dễ dàng.	60	2	5	3,02	0,912
Các quy định về xử phạt các hành vi chưa đúng đối với người tiêu dùng chưa cụ thể và không có tính răn đe	60	2	5	2,43	1,131
Các quy định về bảo mật và bảo vệ quyền riêng tư của người tiêu dùng không cao	60	3	5	2,02	1,231
<i>Valid N (listwise)</i>	60				

Bảng 4. Kết quả khảo sát nhận định về thực trạng chính sách thuế trong BHTT

Tiêu chí	N	GTNN	GTLN	GTTB	Độ lệch chuẩn
Quản lý thông tin về DN BHTT yếu kém và không chính xác	60	3	5	3,42	1,262
Xác định đối tượng nộp thuế chậm, đặc biệt với các DN có yếu tố nước ngoài	60	2	5	2,05	1,182
Công tác thanh tra, kiểm tra các DN BHTT chưa sử dụng công nghệ nên khó quản lý được DN BHTT	60	2	5	2,64	1,091
Các quy định xử phạt về hành vi gian lận, trốn thuế chưa đủ răn đe	60	3	5	2,02	1,151
<i>Valid N (listwise)</i>	60				

Bảng 5. Kết quả khảo sát nhận định về thực trạng chính sách phát triển hạ tầng công nghệ cho BHTT

Tiêu chí	N	GTNN	GTLN	GTTB	Độ lệch chuẩn
Hạ tầng công nghệ thông tin đáp ứng yêu cầu của các DN BHTT trong và ngoài nước	60	2	5	3,41	0,961
Thường xuyên nâng cấp, sửa chữa kịp thời nhằm đảm bảo thông suốt các giao dịch mua bán trực tuyến	60	3	5	3,26	0,882
Đảm bảo hạ tầng công nghệ để kết nối trong và ngoài nước	60	2	5	3,33	0,855
Công nghệ thanh toán sử dụng đơn giản, thanh toán nhanh, đảm bảo mức chi phí phù hợp với điều kiện trong nước	60	2	5	3,12	0,901
<i>Valid N (listwise)</i>	60				

**Phụ lục 5. KẾT QUẢ XỬ LÝ SỐ LIỆU KHẢO SÁT CÁN BỘ QUẢN LÝ
TRONG DN BHTT**

Bảng 1. Kết quả khảo sát khó khăn khi DN vận hành BHTT

Tiêu chí	N	GTNN	GTLN	GTTB	Độ lệch chuẩn
Nguồn nhân lực chưa đáp ứng yêu cầu	440	1	5	2.65	1.032
Chi phí vận chuyển, giao nhận còn cao	440	2	5	3.23	.793
Khách hàng thiếu tin tưởng vào chất lượng hàng hóa	440	1	5	3.20	.794
Khách hàng lo ngại vấn đề an toàn khi thanh toán trực tuyến	440	1	5	3.19	.779
Khách hàng lo ngại thông tin cá nhân bị tiết lộ, mua bán	440	1	5	3.22	.809
Khó khăn trong tích hợp thanh toán điện tử	440	2	5	3.17	.812
An ninh mạng chưa đảm bảo	440	1	5	2.39	.916
Cạnh tranh không lành mạnh	440	1	5	2.83	.951
Văn bản của Nhà nước hướng dẫn BHTT	440	1	5	2.85	1.014
Các thủ tục đăng ký kinh doanh BHTT	440	2	5	2.32	.915
Cơ sở hạ tầng công nghệ về kết nối mạng	440	1	5	2.62	.985
Chính sách hỗ trợ thanh toán trực tuyến của Nhà nước	440	1	5	2.63	.998
Các quy định về khai thuế, nộp thuế khi BHTT	440	1	5	2.60	.946
Chính sách hỗ trợ minh bạch thông tin người bán hàng	440	2	5	2.83	.957
Thủ tục kiến nghị với cơ quan quản lý của Nhà nước	440	1	5	2.63	.988
Các vấn đề khác	440	1	5	2.00	.816
Valid N (listwise)	440				

Bảng 2: Kết quả khảo sát về tiếp cận văn bản QLNN và các chính sách phát triển BHTT của các DN

Tiêu chí	N	GTNN	GTLN	GTTB	Độ lệch chuẩn
Ngân sách địa phương cho phát triển BHTT	440	1	5	2.19	.946
Các kế hoạch phát triển kinh tế-xã hội và BHTT	440	2	5	3.26	.885
Các luật, nghị định, thông tư, chính sách, quyết định... của Trung ương	440	2	5	3.16	.881
Các dự án xây dựng cơ sở hạ tầng mới cho phát triển BHTT	440	1	5	2.12	.979
Các bản đồ và các quy hoạch phát triển TMĐT	440	1	4	2.09	.948
Công báo (đăng tải các văn bản pháp luật)	440	2	5	3.98	1.112
Valid N (listwise)	440				

Bảng 3: Khảo sát mức độ ảnh hưởng của các yếu tố bên trong và bên ngoài của QLNN để BHTT của các DN

Tiêu chí	N	GTNN	GTLN	GTTB	Độ lệch chuẩn
Hệ thống thể chế hành chính	440	1	5	2.65	1.102
Tổ chức bộ máy các cơ quan hành chính nhà nước	440	2	5	2.68	.763
Đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức	440	1	5	3.20	.794
Vấn đề hỗ trợ tài chính và cơ sở vật chất, kỹ thuật của Nhà nước	440	1	5	3.19	.779
Tổ chức và hoạt động của hệ thống chính trị quốc gia	440	1	4	2.89	.829
Quan điểm và định hướng phát triển BHTT của quốc gia	440	2	5	2.64	.812
Các yếu tố văn hóa, lịch sử, tập quán, truyền thống mua bán của xã hội	440	1	5	2.39	.936
Sự phát triển mạnh mẽ của khoa học, công nghệ và quá trình hội nhập quốc tế	440	2	5	3.23	.971
Các yếu tố liên quan đến các DN BHTT có yếu tố nước ngoài	440	1	5	2.85	.914
Valid N (listwise)	440				

Bảng 4: Kết quả khảo sát nhận định của DN về các chính sách phát triển BHTT ở Việt Nam

Tiêu chí	N	GTNN	GTLN	GTTB	Độ lệch chuẩn
Chính sách DN					
Chính sách ngày càng đầy đủ và hoàn thiện, đáp ứng yêu cầu phát triển của BHTT	440	2	5	3.78	.963
Một số văn bản quy phạm pháp luật liên quan đến quy định trách nhiệm của DN trong BHTT còn chưa rõ ràng.	440	1	5	3.20	.894
Các quy định và thực hiện thủ tục đăng ký kinh doanh BHTT bất cập, khó khăn, chông chéo	440	1	5	3.59	.879
Chính sách với người tiêu dùng					
Quy định bảo mật thông tin khách hàng chưa sát với thực tế	440	1	5	3,28	.872
Các cam kết giữa người mua, BHTT chưa minh bạch	440	1	5	3.19	.966
Thanh toán trực tuyến không được đảm bảo an toàn	440	1	5	3.23	.971
Văn bản của Nhà nước hướng dẫn BHTT	440	1	5	2.85	.914
Chính sách thuế					
Đăng ký kê khai thuế chưa sát với đối tượng BHTT	440	1	5	2.78	1.012
Văn bản hướng dẫn nộp thuế chông chéo, DN khó khăn tiếp cận	440	1	5	3.65	.959
Giám sát nộp thuế không minh bạch, công khai	440	1	5	2.87	.921
Chính sách hạ tầng công nghệ					
Hạ tầng công nghệ hỗ trợ giao dịch còn chậm	440	1	5	3.05	.981
Hạ tầng công nghệ thanh toán chưa có sự đồng bộ, chi phí cao	440	1	5	3.36	.897
Valid N (listwise)	440				

**Phụ lục 6. Danh mục Thông tư và Quyết định hướng dẫn thi hành
Luật Giao dịch điện tử 2005**

TT	Ngày ban hành	Lĩnh vực/Tên văn bản	Hiệu lực
Thông tin và Truyền thông			
1.	05/12/2019	Thông tư số 16/2019/TT-BTTTT quy định Danh mục tiêu chuẩn bắt buộc áp dụng về chữ ký số và dịch vụ chứng thực chữ ký số theo mô hình ký số trên thiết bị di động và ký số từ xa	Còn hiệu lực
2.	05/07/2019	Thông tư số 04/2019/TT-BTTTT quy định về việc liên thông giữa Tổ chức cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số quốc gia và Tổ chức cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số chuyên dùng Chính phủ	Còn hiệu lực
3.	19/12/2017	Thông tư số 41/2017/TT-BTTTT quy định sử dụng chữ ký số cho văn bản điện tử trong cơ quan nhà nước	Còn hiệu lực
4.	23/03/2015	Thông tư số 06/2015/TT-BTTTT Quy định Danh mục tiêu chuẩn bắt buộc áp dụng về chữ ký số và dịch vụ chứng thực chữ ký số	Còn hiệu lực
5.	15/11/2010	Thông tư số 25/2010/TT-BTTTT quy định việc thu thập, sử dụng, chia sẻ, đảm bảo an toàn và bảo vệ thông tin cá nhân trên trang thông tin điện tử hoặc cổng thông tin điện tử của cơ quan nhà nước	Còn hiệu lực
6.	24/03/2008	Quyết định 43/2008/QĐ-TTg Phê duyệt Kế hoạch ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động của cơ quan nhà nước năm 2008	Còn hiệu lực
7.	31/12/2008	Quyết định 59/2008/QĐ-BTTTT Ban hành Danh mục tiêu chuẩn bắt buộc áp dụng về chữ ký số và dịch vụ chứng thực chữ ký số	Còn hiệu lực
8.	30/12/2008	Quyết định 58/2008/QĐ-BTTTT Ban hành Quy chế báo cáo thông tin về các hoạt động chứng thực chữ ký số của các tổ chức cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số	Còn hiệu lực
9.	31/3/2009	Quyết định 48/2009/QĐ-TTg Phê duyệt Kế hoạch ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động của cơ quan nhà nước giai đoạn 2009 - 2010	Còn hiệu lực

TT	Ngày ban hành	Lĩnh vực/Tên văn bản	Hiệu lực
10.	31/03/2011	Thông tư 08/2011/TT-BTTTT Sửa đổi thông tư 37/2009/TT-BTTTT quy định về hồ sơ và thủ tục liên quan đến cấp phép, đăng ký, công nhận các tổ chức cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số do Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông ban hành	Còn hiệu lực
11.	31/03/2011	Thông tư 37/2009/TT-BTTTT Quy định về hồ sơ và thủ tục liên quan đến cấp phép, đăng ký, công nhận các tổ chức cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số	Còn hiệu lực
Chữ ký số chuyên dùng			
12.	04/12/2019	Thông tư số 185/2019/TT-BQP hướng dẫn việc cung cấp, quản lý, sử dụng dịch vụ chứng thực chữ ký số chuyên dùng Chính phủ (thay thế Thông tư số 08/2016/TT-BQP ngày 01/02/2016)	Còn hiệu lực
TMĐT			
13.	20/08/2018	Thông tư 21/2018/TT-BCT sửa đổi một số điều của thông tư số 47/2014/TT-BCT quy định về quản lý website TMĐT và thông tư số 59/2015/TT-BCT quy định về quản lý hoạt động TMĐT qua ứng dụng trên thiết bị di động.	Còn hiệu lực
14.	10/08/2016	Thông tư 15/2016/TT-BCT hướng dẫn một số quy định về thanh tra chuyên ngành Công Thương	Còn hiệu lực
15.	06/06/2016	Thông tư 04/2016/TT-BCT Sửa đổi, bổ sung một số Thông tư của Bộ trưởng Bộ Công Thương về thủ tục hành chính trong lĩnh vực TMĐT, hóa chất, sản xuất kinh doanh rượu, nhượng quyền thương mại, hoạt động mua bán hàng hóa qua sở giao dịch hàng hóa, năng lượng, an toàn thực phẩm và điện lực	Còn hiệu lực
16.	31/12/2015	Thông tư 59/2015/TT-BCT quy định về quản lý hoạt động TMĐT qua ứng dụng trên thiết bị di động	Hết hiệu lực một phần
17.	05/12/2014	Thông tư 47/2014/TT-BCT quy định về quản lý website TMĐT	Hết hiệu lực một

TT	Ngày ban hành	Lĩnh vực/Tên văn bản	Hiệu lực
			<i>phần</i>
18.	30/12/2013	Thông tư 38/2013/TT-BCT quy định về giải pháp công nghệ và yêu cầu	<i>Còn hiệu lực</i>
19.	12/04/2013	Thông tư 12/2013/TT-BCT Quy định thủ tục thông báo, đăng ký và công bố thông tin liên quan đến website TMĐT	<i>Còn hiệu lực</i>
20.	11/05/2014	Quyết định số 689/QĐ-TTg phê duyệt Chương trình phát triển TMĐT quốc gia giai đoạn 2014 – 2020	<i>Còn hiệu lực</i>
21.	08/11/2021	Quyết định số 34/2021/QĐ-TTg Quy định về định danh và xác thực điện tử trên nền tảng Cơ sở dữ liệu quốc gia về dân cư, Cơ sở dữ liệu căn cước công dân và Cơ sở dữ liệu quốc gia về xuất nhập cảnh.	<i>Còn hiệu lực</i>
22.	02/03/2015	Quyết định 07/2015/QĐ-TTg Ban hành Quy chế quản lý và thực hiện Chương trình phát triển TMĐT quốc gia	<i>Còn hiệu lực</i>
Tài chính			
23.	30/09/2019	Thông tư số 68/2019/TT-BTC hướng dẫn thực hiện một số điều của Nghị định số 119/2018/NĐ-CP ngày 12 tháng 9 năm 2018 của Chính phủ quy định về hóa đơn điện tử khi bán hàng hóa, cung cấp dịch vụ;	<i>Còn hiệu lực</i>
24.	19/12/2017	Thông tư số 134/2017/TT-BTC hướng dẫn giao dịch điện tử trên thị trường chứng khoán	<i>Còn hiệu lực</i>
25.	15/12/2017	Thông tư 133/2017/TT-BTC quy định về giao dịch điện tử trong hoạt động nghiệp vụ kho bạc nhà nước	<i>Còn hiệu lực</i>
26.	28/07/2015	Thông tư số 110/2015/TT-BTC hướng dẫn về giao dịch điện tử trong lĩnh vực thuế	<i>Hết hiệu lực một phần</i>
27.	14/12/2016	Quyết định 2660/QĐ-BTC của Bộ trưởng Bộ Tài chính về việc gia hạn thời gian thực hiện Quyết định số Quyết định 1209/QĐ-BTC ngày 23/6/2015 về việc thí điểm sử dụng hóa đơn điện tử có mã xác thực của cơ quan thuế.	<i>Còn hiệu lực</i>
28.	23/6/2015	Quyết định 1209/QĐ-BTC của Bộ trưởng Bộ Tài chính về việc thí điểm sử dụng hóa đơn điện tử có mã xác thực	<i>Còn hiệu lực</i>

TT	Ngày ban hành	Lĩnh vực/Tên văn bản	Hiệu lực
		<i>của cơ quan thuế</i>	
29.	04/01/2008	<i>Quyết định 01/2008/QĐ-BTC Ban hành Quy chế công nhận tổ chức cung cấp dịch vụ giá trị gia tăng về giao dịch điện tử trong hoạt động hải quan</i>	<i>Còn hiệu lực</i>
30.	12/8/2011	<i>Quyết định 103/2009/QĐ-TTg Sửa đổi, bổ sung một số điều Quyết định số 149/2005/QĐ-TTg ngày 20 tháng 6 năm 2005 của Thủ tướng Chính phủ về việc thực hiện thí điểm thủ tục hải quan điện tử</i>	<i>Còn hiệu lực</i>
31.	15/09/2008	<i>Thông tư 78/2008/TT-BTC Hướng dẫn thi hành một số nội dung của Nghị định số 27/2007/NĐ-CP ngày 23 tháng 2 năm 2007 về giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính</i>	<i>Còn hiệu lực</i>
Ngân hàng			
32.	31/8/2011	<i>Thông tư 21/2018/TT-NHNN sửa đổi, bổ sung Thông tư 37/2016/TT-NHNN ngày 30/12/2016 quy định về việc quản lý, vận hành và sử dụng hệ thống thanh toán điện tử liên ngân hàng quốc gia</i>	<i>Còn hiệu lực</i>
33.	24/12/2018	<i>Thông tư 35/2018/TT-NHNN sửa đổi bổ sung Thông tư 35/2016/TT-NHNN ngày 29/12/2016 quy định về an toàn, bảo mật cho việc cung cấp dịch vụ ngân hàng trên internet</i>	<i>Còn hiệu lực</i>
34.	31/8/2018	<i>Thông tư 18/2018/TT-NHNN quy định về an toàn hệ thống thông tin trong hoạt động ngân hàng</i>	<i>Còn hiệu lực</i>
35.	30/12/2016	<i>Thông tư 37/2016/TT-NHNN quy định về việc quản lý, vận hành và sử dụng Hệ thống thanh toán điện tử liên ngân hàng quốc gia</i>	<i>Hết hiệu lực một phần</i>
36.	29/12/2016	<i>Thông tư 35/2016/TT-NHNN quy định về an toàn, bảo mật cho việc cung cấp dịch vụ ngân hàng trên internet</i>	<i>Hết hiệu lực một phần</i>
37.	18/12/2015	<i>Thông tư 28/2015/TT-NHNN quy định về quản lý, sử dụng chữ ký số, chứng thư số và dịch vụ chứng thực chữ ký số của Ngân hàng Nhà nước</i>	<i>Còn hiệu lực</i>

TT	Ngày ban hành	Lĩnh vực/Tên văn bản	Hiệu lực
38.	31/03/2017	Quyết định số 630/QĐ-NHNN ban hành kế hoạch áp dụng các giải pháp về an toàn bảo mật trong thanh toán điện tử trực tuyến và thanh toán thẻ ngân hàng	<i>Còn hiệu lực</i>
39.	31/12/2013	Thông tư 38/2013/TT-NHNN Quy định về dịch chứng từ kế toán ghi bằng tiếng nước ngoài khi sử dụng để ghi sổ kế toán, cách viết chữ số trên chứng từ kế toán và lưu trữ chứng từ điện tử tại Ngân hàng Nhà nước Việt Nam	<i>Còn hiệu lực</i>
<i>Văn bản, lưu trữ điện tử</i>			
40.	12/7/2018	<i>Quyết định số 28/2018/QĐ-TTg của Thủ Tướng Chính phủ về gửi nhận văn bản điện tử giữa các cơ quan trong hệ thống hành chính nhà nước</i>	<i>Còn hiệu lực</i>
41.	24/1/2019	<i>Thông tư 01/2019/TT-BNV quy định quy trình trao đổi, lưu trữ, xử lý tài liệu điện tử trong công tác văn thư, các chức năng cơ bản của Hệ thống quản lý tài liệu điện tử trong quá trình xử lý công việc của các cơ quan, tổ chức</i>	<i>Còn hiệu lực</i>
42.	24/01/2019	<i>Thông tư số 02/2019/TT-BNV quy định tiêu chuẩn dữ liệu thông tin đầu vào và yêu cầu bảo quản tài liệu lưu trữ điện tử.</i>	<i>Còn hiệu lực</i>

Phụ lục 7. Các quy định pháp luật hiện hành trong các giao dịch của cơ quan nhà nước, giao dịch dân sự và các giao dịch khác trên môi trường trực tuyến

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
Chương I. Quy định chung	
<p>Phạm vi điều chỉnh</p> <p>Luật này quy định về giao dịch điện tử trong hoạt động của các cơ quan nhà nước; trong lĩnh vực dân sự, kinh doanh, thương mại và các lĩnh vực khác do pháp luật quy định</p>	<p>Bộ luật Dân sự.</p> <p>Điều 1. Phạm vi điều chỉnh</p> <p>Bộ luật này quy định địa vị pháp lý, chuẩn mực pháp lý về cách ứng xử của cá nhân, pháp nhân; quyền, nghĩa vụ về nhân thân và tài sản của cá nhân, pháp nhân trong các quan hệ được hình thành trên cơ sở bình đẳng, tự do ý chí, độc lập về tài sản và tự chịu trách nhiệm (sau đây gọi chung là quan hệ dân sự).</p> <p>Điều 116. Giao dịch dân sự</p> <p>Giao dịch dân sự là hợp đồng hoặc hành vi pháp lý đơn phương làm phát sinh, thay đổi hoặc chấm dứt quyền, nghĩa vụ dân sự.</p> <p>Điều 117. Điều kiện có hiệu lực của giao dịch dân sự</p> <p>1. Giao dịch dân sự có hiệu lực khi có đủ các điều kiện sau đây:</p> <p>a) Chủ thể có năng lực pháp luật dân sự, năng lực hành vi dân sự phù hợp với giao dịch dân sự được xác lập;</p> <p>b) Chủ thể tham gia giao dịch dân sự hoàn toàn tự nguyện;</p> <p>c) Mục đích và nội dung của giao dịch dân sự không vi phạm điều cấm của luật, không trái đạo đức xã hội.</p> <p>2. Hình thức của giao dịch dân sự là điều kiện có hiệu lực của giao dịch dân sự trong trường hợp luật có quy định.</p> <p>Điều 119. Hình thức giao dịch dân sự</p> <p>1. Giao dịch dân sự được thể hiện bằng lời nói, bằng văn bản hoặc bằng hành vi cụ thể.</p> <p>Giao dịch dân sự thông qua phương tiện điện tử dưới hình thức thông điệp dữ liệu theo quy định của pháp luật về giao dịch điện tử được coi là giao dịch bằng văn bản.</p> <p>2. Trường hợp luật quy định giao dịch dân sự phải được thể hiện bằng văn bản có công chứng, chứng thực,</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p>đăng ký thì phải tuân theo quy định đó.</p> <p>Luật Thương mại</p> <p>Điều 1. Phạm vi điều chỉnh</p> <p>1. Hoạt động thương mại thực hiện trên lãnh thổ nước Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam.</p> <p>2. Hoạt động thương mại thực hiện ngoài lãnh thổ nước Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam trong trường hợp các bên thoả thuận chọn áp dụng Luật này hoặc luật nước ngoài, điều ước quốc tế mà Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam là thành viên có quy định áp dụng Luật này.</p> <p>3. Hoạt động không nhằm mục đích sinh lợi của một bên trong giao dịch với DN thực hiện trên lãnh thổ nước Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam trong trường hợp bên thực hiện hoạt động không nhằm mục đích sinh lợi đó chọn áp dụng Luật này.</p> <p>Giải thích từ ngữ</p> <p>1. Hoạt động thương mại là hoạt động nhằm mục đích sinh lợi, bao gồm mua bán hàng hoá, cung ứng dịch vụ, đầu tư, xúc tiến thương mại và các hoạt động nhằm mục đích sinh lợi khác.</p> <p>Nghị định 85/2021/ND-CP</p> <p>Điều 1. Phạm vi điều chỉnh</p> <p>1. Nghị định này quy định về việc phát triển, ứng dụng và quản lý hoạt động TMĐT. Hoạt động TMĐT thực hiện theo quy định của Nghị định này và pháp luật có liên quan, trừ quy định tại khoản 2 Điều này.</p> <p>2. Hoạt động TMĐT trong lĩnh vực dịch vụ tài chính, ngân hàng, tín dụng, bảo hiểm, xổ số; mua bán, trao đổi tiền, vàng, ngoại hối và các phương tiện thanh toán khác; dịch vụ đặt cược hoặc trò chơi có thưởng; dịch vụ phân phối, phát hành sản phẩm nội dung thông tin số, dịch vụ phát thanh, truyền hình đã được quy định tại pháp luật chuyên ngành không thuộc phạm vi điều chỉnh của Nghị định này.</p> <p>Giải thích từ ngữ</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p>1. Hoạt động TMĐT là việc tiến hành một phần hoặc toàn bộ quy trình của hoạt động thương mại bằng phương tiện điện tử có kết nối với mạng Internet, mạng viễn thông di động hoặc các mạng mở khác.</p> <p>Luật DN</p> <p>Điều 4. Giải thích từ ngữ</p> <p>21. Kinh doanh là việc thực hiện liên tục một, một số hoặc tất cả công đoạn của quá trình từ đầu tư, sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm hoặc cung ứng dịch vụ trên thị trường nhằm mục đích tìm kiếm lợi nhuận.</p> <p><i>Các lĩnh vực khác:</i></p> <p>- Bộ luật Lao động</p> <p>Điều 13. Hợp đồng lao động</p> <p>1. Hợp đồng lao động là sự thỏa thuận giữa người lao động và người sử dụng lao động về việc làm có trả công, tiền lương, điều kiện lao động, quyền và nghĩa vụ của mỗi bên trong quan hệ lao động.</p> <p>Trường hợp hai bên thỏa thuận bằng tên gọi khác nhưng có nội dung thể hiện về việc làm có trả công, tiền lương và sự quản lý, điều hành, giám sát của một bên thì được coi là hợp đồng lao động.</p> <p>2. Trước khi nhận người lao động vào làm việc thì người sử dụng lao động phải giao kết hợp đồng lao động với người lao động.</p> <p>- Luật Kinh doanh bảo hiểm</p> <p>Điều 1. Phạm vi điều chỉnh</p> <p>1. Luật này điều chỉnh tổ chức và hoạt động kinh doanh bảo hiểm, xác định quyền và nghĩa vụ của tổ chức, cá nhân tham gia bảo hiểm.</p> <p>Điều 3. Giải thích từ ngữ</p> <p>1. Kinh doanh bảo hiểm là hoạt động của DN bảo hiểm nhằm mục đích sinh lợi, theo đó DN bảo hiểm chấp nhận rủi ro của người được bảo hiểm, trên cơ sở bên mua bảo hiểm đóng phí bảo hiểm để DN bảo hiểm trả</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p>tiền bảo hiểm cho người thụ hưởng hoặc bồi thường cho người được bảo hiểm khi xảy ra sự kiện bảo hiểm.</p> <p>- Luật Hải quan Nghị định 59/2018/NĐ-CP ngày 20/4/2022 sửa đổi, bổ sung một số Điều của Nghị định số 08/2015/NĐ-CP ngày 21 tháng 01 năm 2015 của Chính phủ quy định chi tiết và biện pháp thi hành Luật Hải quan về thủ tục hải quan, kiểm tra, giám sát, kiểm soát hải quan.</p> <p>- Luật Sở hữu trí tuệ Điều 3. Đối tượng quyền sở hữu trí tuệ 1. Đối tượng quyền tác giả bao gồm tác phẩm văn học, nghệ thuật, khoa học; đối tượng quyền liên quan đến quyền tác giả bao gồm cuộc biểu diễn, bản ghi âm, ghi hình, chương trình phát sóng, tín hiệu vệ tinh mang chương trình được mã hóa. Điều 14. Các loại hình tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả 1. Tác phẩm văn học, nghệ thuật và khoa học được bảo hộ bao gồm: m) Chương trình máy tính, sưu tập dữ liệu.</p>
<p>Đối tượng áp dụng Luật này áp dụng đối với cơ quan, tổ chức, cá nhân tham gia hoặc có liên quan đến giao dịch điện tử tại Việt Nam.</p>	<p>Luật Thương mại Điều 2. Đối tượng áp dụng 1. DN hoạt động thương mại theo quy định tại Điều 1 của Luật này. 2. Tổ chức, cá nhân khác hoạt động có liên quan đến thương mại. 3. Căn cứ vào những nguyên tắc của Luật này, Chính phủ quy định cụ thể việc áp dụng Luật này đối với cá nhân hoạt động thương mại một cách độc lập, thường xuyên không phải đăng ký kinh doanh. Nghị định 85/2021/ND-CP 1. Nghị định này áp dụng đối với các DN, tổ chức, cá nhân tham gia hoạt động TMĐT trên lãnh thổ Việt Nam, bao gồm:</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	a) DN, tổ chức, cá nhân Việt Nam; b) Cá nhân nước ngoài cư trú tại Việt Nam; c)[3] DN, tổ chức nước ngoài có hoạt động TMĐT quy định tại Mục 5 Chương IV Nghị định này tại Việt Nam.
Áp dụng Luật Giao dịch điện tử	<p>Bộ luật Dân sự</p> <p>Điều 4. Áp dụng Bộ luật Dân sự</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bộ luật này là luật chung điều chỉnh các quan hệ dân sự. 2. Luật khác có liên quan điều chỉnh quan hệ dân sự trong các lĩnh vực cụ thể không được trái với các nguyên tắc cơ bản của pháp luật dân sự quy định tại Điều 3 của Bộ luật này. 3. Trường hợp luật khác có liên quan không quy định hoặc có quy định nhưng vi phạm khoản 2 Điều này thì quy định của Bộ luật này được áp dụng. 4. Trường hợp có sự khác nhau giữa quy định của Bộ luật này và điều ước quốc tế mà Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam là thành viên về cùng một vấn đề thì áp dụng quy định của điều ước quốc tế. <p>Điều 4. Áp dụng Luật Thương mại và pháp luật có liên quan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hoạt động thương mại phải tuân theo Luật Thương mại và pháp luật có liên quan. 2. Hoạt động thương mại đặc thù được quy định trong luật khác thì áp dụng quy định của luật đó. 3. Hoạt động thương mại không được quy định trong Luật Thương mại và trong các luật khác thì áp dụng quy định của Bộ luật Dân sự <p>----</p> <p>Điều 16. Áp dụng pháp luật về tiếp cận thông tin</p> <p>Luật này áp dụng chung cho việc tiếp cận thông tin của công dân. Trường hợp luật khác có quy định về việc tiếp cận thông tin mà không trái với quy định tại Điều 3 của Luật này thì được thực hiện theo quy định của luật đó.</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p>Điều 3. Áp dụng Luật DN và luật khác Trường hợp luật khác có quy định đặc thù về việc thành lập, tổ chức quản lý, tổ chức lại, giải thể và hoạt động có liên quan của DN thì áp dụng quy định của luật đó.</p>
<p>Giải thích từ ngữ</p>	<p>- Luật kế toán <i>Phương tiện điện tử</i> là phương tiện hoạt động dựa trên công nghệ điện, điện tử, kỹ thuật số, từ tính, truyền dẫn không dây, quang học, điện từ hoặc công nghệ tương tự.</p> <p>Điều 17. Chứng từ điện tử 1. Chứng từ điện tử được coi là chứng từ kế toán khi có các nội dung quy định tại Điều 16 của Luật này và được thể hiện dưới dạng dữ liệu điện tử, được mã hóa mà không bị thay đổi trong quá trình truyền qua mạng máy tính, mạng viễn thông hoặc trên vật mang tin như băng từ, đĩa từ, các loại thẻ thanh toán. 2. Chứng từ điện tử phải bảo đảm tính bảo mật và bảo toàn dữ liệu, thông tin trong quá trình sử dụng và lưu trữ; phải được quản lý, kiểm tra chống các hình thức lợi dụng khai thác, xâm nhập, sao chép, đánh cắp hoặc sử dụng chứng từ điện tử không đúng quy định. Chứng từ điện tử được quản lý như tài liệu kế toán ở dạng nguyên bản mà nó được tạo ra, gửi đi hoặc nhận nhưng phải có đủ thiết bị phù hợp để sử dụng. 3. Khi chứng từ bằng giấy được chuyển thành chứng từ điện tử để giao dịch, thanh toán hoặc ngược lại thì chứng từ điện tử có giá trị để thực hiện nghiệp vụ kinh tế, tài chính đó, chứng từ bằng giấy chỉ có giá trị lưu giữ để ghi sổ, theo dõi và kiểm tra, không có hiệu lực để giao dịch, thanh toán.</p> <p>- Nghị định 123/2020/NĐ-CP ngày 19/10/2020 quy định về hóa đơn, chứng từ.</p> <p>Điều 3. Giải thích từ ngữ Trong Nghị định này, các từ ngữ dưới đây được hiểu như sau: 1. Hóa đơn là chứng từ kế toán do tổ chức, cá nhân bán hàng hóa, cung cấp dịch vụ lập, ghi nhận thông tin bán hàng hóa, cung cấp dịch vụ. Hóa đơn được thể hiện theo hình thức hóa đơn điện tử hoặc hóa đơn do cơ</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p>quan thuế đặt in.</p> <p>2. Hóa đơn điện tử là hóa đơn có mã hoặc không có mã của cơ quan thuế được thể hiện ở dạng dữ liệu điện tử do tổ chức, cá nhân bán hàng hóa, cung cấp dịch vụ lập bằng phương tiện điện tử để ghi nhận thông tin bán hàng hóa, cung cấp dịch vụ theo quy định của pháp luật về kế toán, pháp luật về thuế, bao gồm cả trường hợp hóa đơn được khởi tạo từ máy tính tiền có kết nối chuyển dữ liệu điện tử với cơ quan thuế, trong đó:</p> <p>a) Hóa đơn điện tử có mã của cơ quan thuế là hóa đơn điện tử được cơ quan thuế cấp mã trước khi tổ chức, cá nhân bán hàng hóa, cung cấp dịch vụ gửi cho người mua.</p> <p>Mã của cơ quan thuế trên hóa đơn điện tử bao gồm số giao dịch là một dãy số duy nhất do hệ thống của cơ quan thuế tạo ra và một chuỗi ký tự được cơ quan thuế mã hóa dựa trên thông tin của người bán lập trên hóa đơn.</p> <p>b) Hóa đơn điện tử không có mã của cơ quan thuế là hóa đơn điện tử do tổ chức bán hàng hóa, cung cấp dịch vụ gửi cho người mua không có mã của cơ quan thuế.</p> <p>- Luật thương mại CÁC HOẠT ĐỘNG TRUNG GIAN THƯƠNG MẠI Điều 150. Môi giới thương mại Môi giới thương mại là hoạt động thương mại, theo đó một DN làm trung gian (gọi là bên môi giới) cho các bên mua bán hàng hoá, cung ứng dịch vụ (gọi là bên được môi giới) trong việc đàm phán, giao kết hợp đồng mua bán hàng hoá, dịch vụ và được hưởng thù lao theo hợp đồng môi giới.</p>
<p>Nguyên tắc chung tiến hành giao dịch điện tử</p> <p>1. Tự nguyện lựa chọn sử dụng phương tiện điện tử để thực hiện giao dịch. Tự thỏa thuận về việc lựa chọn loại công nghệ</p>	<p>Điều 3. Các nguyên tắc cơ bản của pháp luật dân sự</p> <p>1. Mọi cá nhân, pháp nhân đều bình đẳng, không được lấy bất kỳ lý do nào để phân biệt đối xử; được pháp luật bảo hộ như nhau về các quyền nhân thân và tài sản.</p> <p>2. Cá nhân, pháp nhân xác lập, thực hiện, chấm dứt quyền, nghĩa vụ dân sự của mình trên cơ sở tự do, tự nguyện cam kết, thỏa thuận. Mọi cam kết, thỏa thuận không vi phạm điều cấm của luật, không trái đạo đức</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
<p>để thực hiện giao dịch. Không một loại công nghệ nào được xem là duy nhất trong giao dịch.</p> <p>2. Bảo đảm tuân thủ quy định của pháp luật dân sự, an toàn thông tin mạng và an ninh mạng.</p> <p>3. Bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của cơ quan, tổ chức, cá nhân, lợi ích của Nhà nước, lợi ích công cộng.</p> <p>4. Tối ưu hóa, thay đổi quy trình để tiết kiệm thời gian, chi phí. Thực hiện giao dịch điện tử không làm tăng thời gian, tăng chi phí thực hiện.</p>	<p>xã hội có hiệu lực thực hiện đối với các bên và phải được chủ thể khác tôn trọng.</p> <p>3. Cá nhân, pháp nhân phải xác lập, thực hiện, chấm dứt quyền, nghĩa vụ dân sự của mình một cách thiện chí, trung thực.</p> <p>4. Việc xác lập, thực hiện, chấm dứt quyền, nghĩa vụ dân sự không được xâm phạm đến lợi ích quốc gia, dân tộc, lợi ích công cộng, quyền và lợi ích hợp pháp của người khác.</p> <p>5. Cá nhân, pháp nhân phải tự chịu trách nhiệm về việc không thực hiện hoặc thực hiện không đúng nghĩa vụ dân sự.</p>
<p>Chính sách phát triển giao dịch điện tử</p> <p>1. Phát triển giao dịch điện tử đồng bộ, toàn diện, toàn trình, thúc đẩy chuyển đổi số, phát triển Chính phủ số, kinh tế số và xã hội số.</p> <p>2. Ưu tiên đầu tư phát triển hạ tầng công nghệ, phát triển và ứng dụng các công nghệ mới, đào tạo nguồn nhân lực trong giao dịch điện tử.</p>	<p>Điều 6. Chính sách của Nhà nước về phát triển khoa học và công nghệ</p> <p>Nhà nước thực hiện các chính sách sau đây nhằm bảo đảm phát triển khoa học và công nghệ là quốc sách hàng đầu:</p> <p>1. Ưu tiên và tập trung mọi nguồn lực quốc gia cho phát triển khoa học và công nghệ; áp dụng đồng bộ cơ chế, biện pháp khuyến khích, ưu đãi nhằm phát huy vai trò then chốt và động lực của khoa học và công nghệ trong phát triển kinh tế - xã hội, bảo đảm quốc phòng, an ninh, bảo vệ môi trường và nâng cao chất lượng cuộc sống của nhân dân;</p> <p>2. Phát triển đồng bộ các lĩnh vực khoa học xã hội và nhân văn, khoa học tự nhiên, khoa học kỹ thuật và công nghệ; gắn nhiệm vụ phát triển khoa học và công nghệ với nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội, bảo đảm</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
<p>3. Áp dụng đồng bộ cơ chế, biện pháp khuyến khích ưu đãi về phí, lệ phí, thời gian xử lý theo quy định pháp luật. Thực hiện giao dịch điện tử nhanh hơn, chi phí thấp hơn, thủ tục giản tiện hơn, an toàn hơn các hình thức giao dịch khác.</p>	<p>quốc phòng, an ninh; tạo tiền đề hình thành và phát triển kinh tế tri thức;</p> <p>3. Đẩy mạnh việc nghiên cứu ứng dụng thành tựu khoa học và công nghệ tiên tiến và hiện đại, nghiên cứu làm chủ và tạo ra công nghệ mới nhằm đổi mới, nâng cao trình độ công nghệ và năng lực cạnh tranh của sản phẩm;</p> <p>4. Tập trung đầu tư xây dựng cơ sở vật chất - kỹ thuật, chú trọng lĩnh vực khoa học và công nghệ ưu tiên, trọng điểm quốc gia; áp dụng cơ chế, chính sách ưu đãi đặc biệt để phát triển, đào tạo, thu hút, sử dụng có hiệu quả nhân lực khoa học và công nghệ;</p> <p>5. Tạo điều kiện phát triển thị trường khoa học và công nghệ;</p> <p>6. Khuyến khích, tạo điều kiện thuận lợi để DN đầu tư cho hoạt động khoa học và công nghệ, đổi mới, nâng cao trình độ công nghệ;</p> <p>7. Khuyến khích, tạo điều kiện để hội khoa học và kỹ thuật, tổ chức chính trị - xã hội, tổ chức xã hội, tổ chức xã hội – nghề nghiệp tham gia tư vấn, phản biện, giám định xã hội và hoạt động khoa học và công nghệ;</p> <p>8. Chủ động, tích cực hội nhập quốc tế về khoa học và công nghệ; nâng cao vị thế quốc gia về khoa học và công nghệ trong khu vực và thế giới.</p> <p>Điều 5 Chính sách của Nhà nước về ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin</p> <p>1. Ưu tiên ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội và sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.</p> <p>2. Tạo điều kiện để tổ chức, cá nhân hoạt động ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội, đối ngoại, quốc phòng, an ninh; thúc đẩy công nghiệp công nghệ thông tin phát triển thành ngành kinh tế trọng điểm, đáp ứng nhu cầu thị trường nội địa và xuất khẩu.</p> <p>3. Khuyến khích đầu tư cho lĩnh vực công nghệ thông tin.</p> <p>4. Ưu tiên dành một khoản ngân sách nhà nước để ứng dụng công nghệ thông tin trong một số lĩnh vực thiết</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p>yếu, tạo lập nền công nghiệp công nghệ thông tin và phát triển nguồn nhân lực công nghệ thông tin.</p> <p>5. Tạo điều kiện thuận lợi để phát triển cơ sở hạ tầng thông tin quốc gia.</p> <p>6. Có chính sách ưu đãi để tổ chức, cá nhân có hoạt động ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin đối với nông nghiệp; nông thôn, vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo; người dân tộc thiểu số, người tàn tật, người có hoàn cảnh khó khăn.</p> <p>7. Bảo đảm quyền và lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin.</p> <p>8. Tăng cường giao lưu và hợp tác quốc tế; khuyến khích hợp tác với tổ chức, cá nhân Việt Nam ở nước ngoài trong lĩnh vực công nghệ thông tin.</p>
<p>Các hành vi bị nghiêm cấm trong giao dịch điện tử</p> <p>1. Cản trở hoạt động hợp pháp hoặc hỗ trợ hoạt động bất hợp pháp về giao dịch điện tử.</p> <p>2. Lợi dụng hoạt động giao dịch điện tử gây phương hại đến lợi ích quốc gia, quốc phòng, an ninh, quyền và lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân.</p> <p>3. Làm rối loạn, thay đổi, phá hoại hệ thống điều hành hoặc có hành vi khác nhằm phá hoại, xâm phạm hạ tầng công nghệ, hệ thống thông tin phục vụ giao dịch điện tử.</p>	<p>- Bộ Luật hình sự</p> <p>Các tội xâm phạm sở hữu được quy định tại Chương XVI Bộ luật Hình sự năm 2015 (BLHS), gồm 13 tội được quy định từ Điều 168 đến Điều 180 BLHS. Căn cứ vào tính chất, mục đích phạm tội, khoa học luật hình sự chia các tội xâm phạm sở hữu thành nhóm các tội có tính chiếm đoạt (8 tội từ Điều 168 đến Điều 175 BLHS); các tội có mục đích tư lợi không chiếm đoạt (Điều 176, Điều 177 BLHS) và nhóm các tội không có mục đích tư lợi (hoặc gây thiệt hại về tài sản) (Điều 178 đến Điều 180 BLHS).</p> <p>- Luật DN</p> <p>Điều 16. Các hành vi bị nghiêm cấm</p> <p>1. Cấp hoặc từ chối cấp Giấy chứng nhận đăng ký DN, yêu cầu người thành lập DN nộp thêm giấy tờ khác trái với quy định của Luật này; gây chậm trễ, phiền hà, cản trở, sách nhiễu người thành lập DN và hoạt động kinh doanh của DN.</p> <p>2. Ngăn cản chủ sở hữu, thành viên, cổ đông của DN thực hiện quyền, nghĩa vụ theo quy định của Luật này và Điều lệ công ty.</p> <p>3. Hoạt động kinh doanh dưới hình thức DN mà không đăng ký hoặc tiếp tục kinh doanh khi đã bị thu hồi</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
<p>4. Giao dịch điện tử nhằm mục đích chiếm đoạt, lừa đảo người khác để thu lợi bất chính hoặc làm tổn hại đến quyền và lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân.</p> <p>5. Cản trở hoặc ngăn chặn trái phép quá trình tạo lập, truyền, gửi, nhận, lưu trữ thông điệp dữ liệu.</p> <p>6. Thu thập, sử dụng, phát tán, kinh doanh, cung cấp thông điệp dữ liệu trái pháp luật.</p> <p>7. Thay đổi, xoá, huỷ, giả mạo, sao chép, tiết lộ, hiển thị, làm sai lệch, di chuyển trái phép một phần hoặc toàn bộ thông điệp dữ liệu.</p> <p>8. Tạo ra thông điệp dữ liệu nhằm thực hiện hành vi trái pháp luật.</p> <p>9. Không thực hiện các biện pháp bảo đảm an toàn thông tin mạng, an ninh mạng, an toàn dữ liệu theo quy định.</p> <p>10. Gian lận, mạo nhận, chiếm đoạt hoặc sử dụng trái phép chữ ký điện tử của người khác.</p>	<p>Giấy chứng nhận đăng ký DN hoặc DN đang bị tạm dừng hoạt động kinh doanh.</p> <p>4. Kê khai không trung thực, không chính xác nội dung hồ sơ đăng ký DN và nội dung hồ sơ đăng ký thay đổi nội dung đăng ký DN.</p> <p>5. Kê khai không vốn điều lệ, không góp đủ số vốn điều lệ như đã đăng ký; cố ý định giá tài sản góp vốn không đúng giá trị.</p> <p>6. Kinh doanh các ngành, nghề cấm đầu tư kinh doanh; kinh doanh ngành, nghề chưa được tiếp cận thị trường đối với nhà đầu tư nước ngoài; kinh doanh ngành, nghề đầu tư kinh doanh có điều kiện khi chưa đủ điều kiện kinh doanh theo quy định của pháp luật hoặc không bảo đảm duy trì đủ điều kiện đầu tư kinh doanh trong quá trình hoạt động.</p> <p>7. Lừa đảo, rửa tiền, tài trợ khủng bố.</p> <p>- Luật viễn thông</p> <p>Điều 12. Các hành vi bị cấm trong hoạt động viễn thông</p> <p>1. Lợi dụng hoạt động viễn thông nhằm chống lại Nhà nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam; gây phương hại đến an ninh quốc gia, trật tự, an toàn xã hội; phá hoại khối đại đoàn kết toàn dân; tuyên truyền chiến tranh xâm lược; gây hận thù, mâu thuẫn giữa các dân tộc, sắc tộc, tôn giáo; tuyên truyền, kích động bạo lực, dâm ô, đồi trụy, tội ác, tệ nạn xã hội, mê tín dị đoan; phá hoại thuần phong, mỹ tục của dân tộc.</p> <p>2. Tiết lộ bí mật nhà nước, bí mật quân sự, an ninh, kinh tế, đối ngoại và những thông tin bí mật khác do pháp luật quy định.</p> <p>3. Thu trộm, nghe trộm, xem trộm thông tin trên mạng viễn thông; trộm cắp, sử dụng trái phép tài nguyên viễn thông, mật khẩu, khóa mật mã và thông tin riêng của tổ chức, cá nhân khác.</p> <p>4. Đưa thông tin xuyên tạc, vu khống, xúc phạm uy tín của tổ chức, danh dự, nhân phẩm của cá nhân.</p> <p>5. Quảng cáo, tuyên truyền, mua bán hàng hóa, dịch vụ bị cấm theo quy định của pháp luật.</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p>6. Cản trở trái pháp luật, gây rối, phá hoại việc thiết lập cơ sở hạ tầng viễn thông, việc cung cấp và sử dụng hợp pháp các dịch vụ viễn thông.</p> <p>- Luật An toàn thông tin mạng</p> <p>Điều 7. Các hành vi bị nghiêm cấm</p> <p>1. Ngăn chặn việc truyền tải thông tin trên mạng, can thiệp, truy nhập, gây nguy hại, xóa, thay đổi, sao chép và làm sai lệch thông tin trên mạng trái pháp luật.</p> <p>2. Gây ảnh hưởng, cản trở trái pháp luật tới hoạt động bình thường của hệ thống thông tin hoặc tới khả năng truy nhập hệ thống thông tin của người sử dụng.</p> <p>3. Tấn công, vô hiệu hóa trái pháp luật làm mất tác dụng của biện pháp bảo vệ an toàn thông tin mạng của hệ thống thông tin; tấn công, chiếm quyền điều khiển, phá hoại hệ thống thông tin.</p> <p>4. Phát tán thư rác, phần mềm độc hại, thiết lập hệ thống thông tin giả mạo, lừa đảo.</p> <p>5. Thu thập, sử dụng, phát tán, kinh doanh trái pháp luật thông tin cá nhân của người khác; lợi dụng sơ hở, điểm yếu của hệ thống thông tin để thu thập, khai thác thông tin cá nhân.</p> <p>6. Xuyên nhập trái pháp luật bí mật mật mã và thông tin đã mã hóa hợp pháp của cơ quan, tổ chức, cá nhân; tiết lộ thông tin về sản phẩm mật mã dân sự, thông tin về khách hàng sử dụng hợp pháp sản phẩm mật mã dân sự; sử dụng, kinh doanh các sản phẩm mật mã dân sự không rõ nguồn gốc.</p> <p>- Luật An ninh mạng</p> <p>Điều 8. Các hành vi bị nghiêm cấm về an ninh mạng</p> <p>1. Sử dụng không gian mạng để thực hiện hành vi sau đây:</p> <p>a) Hành vi quy định tại khoản 1 Điều 18 của Luật này;</p> <p>b) Tổ chức, hoạt động, câu kết, xúi giục, mua chuộc, lừa gạt, lôi kéo, đào tạo, huấn luyện người chống Nhà nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam;</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p>c) Xuyên tạc lịch sử, phủ nhận thành tựu cách mạng, phá hoại khối đại đoàn kết toàn dân tộc, xúc phạm tôn giáo, phân biệt đối xử về giới, phân biệt chủng tộc;</p> <p>d) Thông tin sai sự thật gây hoang mang trong Nhân dân, gây thiệt hại cho hoạt động kinh tế - xã hội, gây khó khăn cho hoạt động của cơ quan nhà nước hoặc người thi hành công vụ, xâm phạm quyền và lợi ích hợp pháp của cơ quan, tổ chức, cá nhân khác;</p> <p>đ) Hoạt động mại dâm, tệ nạn xã hội, mua bán người; đăng tải thông tin dâm ô, đồi trụy, tội ác; phá hoại thuần phong, mỹ tục của dân tộc, đạo đức xã hội, sức khỏe của cộng đồng;</p> <p>e) Xúi giục, lôi kéo, kích động người khác phạm tội.</p> <p>2. Thực hiện tấn công mạng, khủng bố mạng, gián điệp mạng, tội phạm mạng; gây sự cố, tấn công, xâm nhập, chiếm quyền điều khiển, làm sai lệch, gián đoạn, ngưng trệ, tê liệt hoặc phá hoại hệ thống thông tin quan trọng về an ninh quốc gia.</p> <p>3. Sản xuất, đưa vào sử dụng công cụ, phương tiện, phần mềm hoặc có hành vi cản trở, gây rối loạn hoạt động của mạng viễn thông, mạng Internet, mạng máy tính, hệ thống thông tin, hệ thống xử lý và điều khiển thông tin, phương tiện điện tử; phát tán chương trình tin học gây hại cho hoạt động của mạng viễn thông, mạng Internet, mạng máy tính, hệ thống thông tin, hệ thống xử lý và điều khiển thông tin, phương tiện điện tử; xâm nhập trái phép vào mạng viễn thông, mạng máy tính, hệ thống thông tin, hệ thống xử lý và điều khiển thông tin, cơ sở dữ liệu, phương tiện điện tử của người khác.</p> <p>4. Chống lại hoặc cản trở hoạt động của lực lượng bảo vệ an ninh mạng; tấn công, vô hiệu hóa trái pháp luật làm mất tác dụng biện pháp bảo vệ an ninh mạng.</p> <p>5. Lợi dụng hoặc lạm dụng hoạt động bảo vệ an ninh mạng để xâm phạm chủ quyền, lợi ích, an ninh quốc gia, trật tự, an toàn xã hội, quyền và lợi ích hợp pháp của cơ quan, tổ chức, cá nhân hoặc để trục lợi.</p> <p>6. Hành vi khác vi phạm quy định của Luật này.</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
Chương II. Thông điệp dữ liệu	
Mục 1. Giá trị pháp lý của Thông điệp dữ liệu	
<p>Hình thức thể hiện của thông điệp dữ liệu</p> <p>1. Thông điệp dữ liệu được thể hiện dưới hình thức trao đổi dữ liệu điện tử, văn bản điện tử, tài liệu điện tử, chứng thư điện tử, chứng từ điện tử, hợp đồng điện tử, thư điện tử, điện tín, điện báo, fax và các hình thức tương tự khác.</p> <p>2. Thông điệp dữ liệu có thể được tạo lập, phát sinh trong quá trình giao dịch hoặc được số hoá từ bản giấy.</p>	<p>- Bộ Luật tố tụng dân sự</p> <p>Điều 119. Hình thức giao dịch dân sự</p> <p>1. Giao dịch dân sự được thể hiện bằng lời nói, bằng văn bản hoặc bằng hành vi cụ thể. Giao dịch dân sự thông qua phương tiện điện tử dưới hình thức thông điệp dữ liệu theo quy định của pháp luật về giao dịch điện tử được coi là giao dịch bằng văn bản.</p> <p>2. Trường hợp luật quy định giao dịch dân sự phải được thể hiện bằng văn bản có công chứng, chứng thực, đăng ký thì phải tuân theo quy định đó.</p> <p>Điều 95. Xác định chứng cứ</p> <p>1. Tài liệu đọc được nội dung được coi là chứng cứ nếu là bản chính hoặc bản sao có công chứng, chứng thực hợp pháp hoặc do cơ quan, tổ chức có thẩm quyền cung cấp, xác nhận.</p> <p>2. Tài liệu nghe được, nhìn được được coi là chứng cứ nếu được xuất trình kèm theo văn bản trình bày của người có tài liệu đó về xuất xứ của tài liệu nếu họ tự thu âm, thu hình hoặc văn bản có xác nhận của người đã cung cấp cho người xuất trình về xuất xứ của tài liệu đó hoặc văn bản về sự việc liên quan tới việc thu âm, thu hình đó.</p> <p>3. <i>Thông điệp dữ liệu điện tử được thể hiện dưới hình thức trao đổi dữ liệu điện tử, chứng từ điện tử, thư điện tử, điện tín, điện báo, fax và các hình thức tương tự khác theo quy định của pháp luật về giao dịch điện tử.</i></p> <p>4. Vật chứng là chứng cứ phải là hiện vật gốc liên quan đến vụ việc.</p> <p>5. Lời khai của đương sự, lời khai của người làm chứng được coi là chứng cứ nếu được ghi bằng văn bản, băng ghi âm, đĩa ghi âm, băng ghi hình, đĩa ghi hình, thiết bị khác chứa âm thanh, hình ảnh theo quy định tại</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p>khoản 2 Điều này hoặc khai bằng lời tại phiên tòa.</p> <p>6. Kết luận giám định được coi là chứng cứ nếu việc giám định đó được tiến hành theo đúng thủ tục do pháp luật quy định.</p> <p>7. Biên bản ghi kết quả thẩm định tại chỗ được coi là chứng cứ nếu việc thẩm định được tiến hành theo đúng thủ tục do pháp luật quy định.</p> <p>8. Kết quả định giá tài sản, kết quả thẩm định giá tài sản được coi là chứng cứ nếu việc định giá, thẩm định giá được tiến hành theo đúng thủ tục do pháp luật quy định.</p> <p>9. Văn bản ghi nhận sự kiện, hành vi pháp lý do người có chức năng lập tại chỗ được coi là chứng cứ nếu việc lập văn bản ghi nhận sự kiện, hành vi pháp lý được tiến hành theo đúng thủ tục do pháp luật quy định.</p> <p>10. Văn bản công chứng, chứng thực được coi là chứng cứ nếu việc công chứng, chứng thực được thực hiện theo đúng thủ tục do pháp luật quy định.</p> <p>11. Các nguồn khác mà pháp luật có quy định được xác định là chứng cứ theo điều kiện, thủ tục mà pháp luật quy định.</p> <p><i>Nghị định 30/2020/NĐ-CP ngày 5/3/2020 về công tác văn thư.</i></p> <p>Điều 3. Giải thích từ ngữ</p> <p>4. “Văn bản điện tử” là văn bản dưới dạng thông điệp dữ liệu được tạo lập hoặc được số hóa từ văn bản giấy và trình bày đúng thể thức, kỹ thuật, định dạng theo quy định.</p>
<p>Giá trị pháp lý của thông điệp dữ liệu</p> <p>1. Thông tin trong thông điệp dữ liệu không bị phủ nhận giá trị pháp lý chỉ vì thông tin đó được thể hiện dưới dạng thông điệp dữ liệu.</p>	<p>Luật kế toán</p> <p>Điều 19. Ký chứng từ kế toán</p> <p>4. Chứng từ điện tử phải có chữ ký điện tử. Chữ ký trên chứng từ điện tử có giá trị như chữ ký trên chứng từ bằng giấy.</p> <p>- Nghị định số 45/2020/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 22/05/2020)</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
<p>2. Giá trị pháp lý của thông điệp dữ liệu được xác định căn cứ vào:</p> <p>a) Độ tin cậy của cách thức khởi tạo, lưu trữ hoặc truyền gửi thông điệp dữ liệu; cách thức xác định người khởi tạo, gửi, nhận thông điệp dữ liệu. Trong trường hợp sử dụng tài khoản giao dịch điện tử thì được xác định theo mức độ tin cậy của tài khoản giao dịch điện tử theo quy định của Luật này;</p> <p>b) Độ tin cậy của cách thức bảo đảm và duy trì tính nguyên vẹn của thông điệp dữ liệu. Trong trường hợp sử dụng chữ ký điện tử thì được xác định theo mức độ tin cậy của chữ ký điện tử theo quy định của Luật này;</p> <p>c) Nội dung của thông điệp dữ liệu có thể truy cập và sử dụng được dưới dạng hoàn chỉnh khi cần thiết.</p>	<p>Điều 4. Nguyên tắc thực hiện thủ tục hành chính trên môi trường điện tử</p> <p>1. Việc thực hiện thủ tục hành chính trên môi trường điện tử có giá trị pháp lý như các hình thức khác theo quy định của pháp luật.</p> <p>- Luật thương mại</p> <p>Điều 15. Nguyên tắc thừa nhận giá trị pháp lý của thông điệp dữ liệu trong hoạt động thương mại</p> <p>Trong hoạt động thương mại, các thông điệp dữ liệu đáp ứng các điều kiện, tiêu chuẩn kỹ thuật theo quy định của pháp luật thì được thừa nhận có giá trị pháp lý tương đương văn bản.</p> <p>- Bộ Luật lao động</p> <p>Điều 14. Hình thức hợp đồng lao động</p> <p>1. Hợp đồng lao động phải được giao kết bằng văn bản và được làm thành 02 bản, người lao động giữ 01 bản, người sử dụng lao động giữ 01 bản, trừ trường hợp quy định tại khoản 2 Điều này.</p> <p>Hợp đồng lao động được giao kết thông qua phương tiện điện tử dưới hình thức thông điệp dữ liệu theo quy định của pháp luật về giao dịch điện tử có giá trị như hợp đồng lao động bằng văn bản.</p> <p>2. Hai bên có thể giao kết hợp đồng lao động bằng lời nói đối với hợp đồng có thời hạn dưới 01 tháng, trừ trường hợp quy định tại khoản 2 Điều 18, điểm a khoản 1 Điều 145 và khoản 1 Điều 162 của Bộ luật này.</p>
	<p>- Bộ Luật dân sự</p> <p>Điều 119. Hình thức giao dịch dân sự</p> <p>1. Giao dịch dân sự được thể hiện bằng lời nói, bằng văn bản hoặc bằng hành vi cụ thể.</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p>Giao dịch dân sự thông qua phương tiện điện tử dưới hình thức thông điệp dữ liệu theo quy định của pháp luật về giao dịch điện tử được coi là giao dịch bằng văn bản.</p> <p>2. Trường hợp luật quy định giao dịch dân sự phải được thể hiện bằng văn bản có công chứng, chứng thực, đăng ký thì phải tuân theo quy định đó.</p> <p>- Nghị định 30/2020/NĐ-CP</p> <p>Điều 3. Giải thích từ ngữ</p> <p>“Văn bản điện tử” là văn bản dưới dạng thông điệp dữ liệu được tạo lập hoặc được số hóa từ văn bản giấy và trình bày đúng thể thức, kỹ thuật, định dạng theo quy định.</p> <p>Điều 5. Giá trị pháp lý của văn bản điện tử</p> <p>1. Văn bản điện tử được ký số bởi người có thẩm quyền và ký số của cơ quan, tổ chức theo quy định của pháp luật có giá trị pháp lý như bản gốc văn bản giấy.</p> <p>2. Chữ ký số trên văn bản điện tử phải đáp ứng đầy đủ các quy định của pháp luật.</p> <p>- Nghị định 165/2018/NĐ-CP về <i>giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính</i>.</p> <p>Điều 5. Giá trị pháp lý của chứng từ điện tử</p> <p>1. Chứng từ điện tử phải đáp ứng đầy đủ các yêu cầu về QLNN, phù hợp với quy định của pháp luật chuyên ngành. Hình thức thể hiện, việc khởi tạo, gửi, nhận chứng từ điện tử và giá trị pháp lý của chứng từ điện tử được thực hiện theo Luật giao dịch điện tử.</p> <p>2. Chứng từ điện tử có giá trị là bản gốc khi được thực hiện một trong các biện pháp sau:</p> <p>a) Chứng từ điện tử được ký số bởi cơ quan, tổ chức hoặc cá nhân khởi tạo chứng từ điện tử và cơ quan, tổ chức hoặc cá nhân có trách nhiệm liên quan theo quy định của pháp luật chuyên ngành.</p> <p>b) Hệ thống thông tin có biện pháp bảo đảm toàn vẹn chứng từ điện tử trong quá trình truyền gửi, nhận, lưu trữ trên hệ thống; ghi nhận cơ quan, tổ chức hoặc cá nhân đã khởi tạo chứng từ điện tử và cơ quan, tổ chức</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p>hoặc cá nhân có trách nhiệm liên quan đã tham gia xử lý chứng từ điện tử và áp dụng một trong các biện pháp sau để xác thực cơ quan, tổ chức hoặc cá nhân khởi tạo chứng từ điện tử và cơ quan, tổ chức hoặc cá nhân có trách nhiệm liên quan tham gia xử lý chứng từ điện tử: xác thực bằng chứng thư số, xác thực bằng sinh trắc học, xác thực từ hai yếu tố trở lên trong đó có yếu tố là mã xác thực dùng một lần hoặc mã xác thực ngẫu nhiên.</p> <p>c) Biện pháp khác mà các bên tham gia giao dịch thống nhất lựa chọn, bảo đảm tính toàn vẹn của dữ liệu, tính xác thực, tính chống chối bỏ, phù hợp với quy định của Luật giao dịch điện tử.</p> <p>- Nghị định 166/2016/NĐ-CP quy định về giao dịch điện tử trong lĩnh vực bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế và bảo hiểm thất nghiệp.</p> <p>Điều 7. Giá trị pháp lý của chứng từ bảo hiểm xã hội điện tử</p> <p>Chứng từ bảo hiểm xã hội điện tử theo quy định tại Nghị định này có giá trị pháp lý như hồ sơ, chứng từ, thông báo và các văn bản bằng giấy theo quy định của pháp luật.</p>
<p>Thông điệp dữ liệu có giá trị như bản gốc</p>	<p><u>Nghị định số 30/2020/NĐ-CP</u> quy định về công tác văn thư có giải thích như sau:</p> <p>– Bản gốc văn bản là bản hoàn chỉnh về nội dung, thể thức văn bản, được người có thẩm quyền trực tiếp ký trên văn bản giấy hoặc ký số trên văn bản điện tử.</p> <p>- Nghị định số 85/2021/NĐ-CP ngày 25 tháng 9 năm 2021 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16 tháng 5 năm 2013 của Chính phủ về TMDT, có hiệu lực kể từ ngày 01 tháng 01 năm 2022.</p> <p>Điều 9. Giá trị pháp lý như bản gốc</p> <p>1. Chứng từ điện tử trong giao dịch thương mại có giá trị pháp lý như bản gốc nếu đáp ứng cả hai điều kiện sau:</p> <p>a) Có sự bảo đảm đủ tin cậy về tính toàn vẹn của thông tin chứa trong chứng từ điện tử từ thời điểm thông tin</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p>được khởi tạo lần đầu tiên dưới dạng chứng từ điện tử;</p> <p>b) Thông tin chứa trong chứng từ điện tử có thể truy cập, sử dụng được dưới dạng hoàn chỉnh khi cần thiết.</p> <p>2. Tiêu chí đánh giá tính toàn vẹn là thông tin còn đầy đủ và chưa bị thay đổi, ngoài những thay đổi về hình thức phát sinh trong quá trình trao đổi, lưu trữ hoặc hiển thị chứng từ điện tử.</p> <p>3. Tiêu chí về sự bảo đảm đủ tin cậy là khi một trong những biện pháp sau được áp dụng trên cơ sở thỏa thuận giữa các bên trao đổi và sử dụng chứng từ điện tử:</p> <p>a) Ký chứng từ điện tử bằng chữ ký số do tổ chức cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số hợp pháp cấp;</p> <p>b) Lưu trữ chứng từ điện tử tại hệ thống của một tổ chức cung cấp dịch vụ chứng thực hợp đồng điện tử[10] mà các bên thỏa thuận lựa chọn;</p> <p>c) Có sự bảo đảm từ phía DN, tổ chức cung cấp hạ tầng cho việc khởi tạo, gửi và lưu trữ chứng từ điện tử về tính toàn vẹn của thông tin chứa trong chứng từ điện tử trong quá trình gửi và lưu trữ trên hệ thống;</p> <p>d) Biện pháp khác mà các bên thống nhất lựa chọn.</p>
<p>Thông điệp có giá trị làm chứng cứ</p>	<p>- Bộ Luật tố tụng dân sự</p> <p>Điều 95. Xác định chứng cứ</p> <p>3. Thông điệp dữ liệu điện tử được thể hiện dưới hình thức trao đổi dữ liệu điện tử, chứng từ điện tử, thư điện tử, điện tín, điện báo, fax và các hình thức tương tự khác theo quy định của pháp luật về giao dịch điện tử.</p> <p>- Bộ Luật tố tụng hình sự</p> <p>Điều 99. Dữ liệu điện tử</p> <p>1. Dữ liệu điện tử là ký hiệu, chữ viết, chữ số, hình ảnh, âm thanh hoặc dạng tương tự được tạo ra, lưu trữ, truyền đi hoặc nhận được bởi phương tiện điện tử.</p> <p>2. Dữ liệu điện tử được thu thập từ phương tiện điện tử, mạng máy tính, mạng viễn thông, trên đường truyền và các nguồn điện tử khác.</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p>3. Giá trị chứng cứ của dữ liệu điện tử được xác định căn cứ vào cách thức khởi tạo, lưu trữ hoặc truyền gửi dữ liệu điện tử; cách thức bảo đảm và duy trì tính toàn vẹn của dữ liệu điện tử; cách thức xác định người khởi tạo và các yếu tố phù hợp khác.</p>
<p>Chuyển đổi hình thức giữa văn bản giấy và thông điệp dữ liệu</p>	<p>Nghị định 165/2018/NĐ-CP về giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính.</p> <p>Điều 6. Chuyển từ chứng từ giấy sang chứng từ điện tử</p> <p>1. Phương thức chuyển đổi từ chứng từ giấy sang chứng từ điện tử:</p> <p>a) Chứng từ giấy được chuyển thành điện tử bằng hình thức sao chụp và chuyển thành tệp tin trên hệ thống thông tin, hoặc</p> <p>b) Nội dung của chứng từ giấy được chuyển thành dữ liệu để lưu vào hệ thống thông tin.</p> <p>2. Chứng từ điện tử được chuyển đổi từ chứng từ giấy phải đáp ứng các điều kiện sau:</p> <p>a) Phản ánh đầy đủ nội dung của chứng từ giấy;</p> <p>b) Cá nhân hoặc cơ quan, tổ chức thực hiện (hoặc chịu trách nhiệm về) việc chuyển đổi chứng từ giấy thành chứng từ điện tử ký số trên chứng từ điện tử sau khi được chuyển đổi từ chứng từ giấy hoặc được xác thực bằng một trong các biện pháp xác thực quy định tại điểm b khoản 2 Điều 5 của Nghị định này.</p> <p>3. Chứng từ điện tử được chuyển đổi từ chứng từ giấy có giá trị như chứng từ giấy trừ trường hợp pháp luật chuyên ngành có quy định khác.</p> <p>- Nghị định số 85/2021/NĐ-CP ngày 25 tháng 9 năm 2021 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16 tháng 5 năm 2013 của Chính phủ về TMDT, có hiệu lực kể từ ngày 01 tháng 01 năm 2022.</p> <p>Chứng từ điện tử trong giao dịch thương mại (dưới đây gọi tắt là chứng từ điện tử) là hợp đồng, đề nghị, thông báo, xác nhận hoặc các tài liệu khác ở dạng thông điệp dữ liệu do các bên đưa ra liên quan tới việc giao kết hay thực hiện hợp đồng. Chứng từ điện tử trong Nghị định này không bao gồm hối phiếu, lệnh</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p>phiếu, vận đơn, hóa đơn gửi hàng, phiếu xuất nhập kho hay bất cứ chứng từ có thể chuyển nhượng nào cho phép bên nắm giữ chứng từ hoặc bên thụ hưởng được quyền nhận hàng hóa, dịch vụ hoặc được trả một khoản tiền.</p> <p>- Nghị định 123/2020/NĐ-CP quy định về hóa đơn, chứng từ.</p> <p>Điều 7. Chuyển đổi hóa đơn điện tử, chứng từ điện tử thành hóa đơn, chứng từ giấy</p> <p>1. Hóa đơn điện tử, chứng từ điện tử hợp pháp được chuyển đổi thành hóa đơn, chứng từ giấy khi có yêu cầu nghiệp vụ kinh tế, tài chính phát sinh hoặc theo yêu cầu của cơ quan quản lý thuế, cơ quan kiểm toán, thanh tra, kiểm tra, điều tra và theo quy định của pháp luật về thanh tra, kiểm tra và điều tra.</p> <p>2. Việc chuyển đổi hóa đơn điện tử, chứng từ điện tử thành hóa đơn, chứng từ giấy phải bảo đảm sự khớp đúng giữa nội dung của hóa đơn điện tử, chứng từ điện tử và hóa đơn, chứng từ giấy sau khi chuyển đổi.</p> <p>3. Hóa đơn điện tử, chứng từ điện tử được chuyển đổi thành hóa đơn, chứng từ giấy thì hóa đơn, chứng từ giấy chỉ có giá trị lưu giữ để ghi sổ, theo dõi theo quy định của pháp luật về kế toán, pháp luật về giao dịch điện tử, không có hiệu lực để giao dịch, thanh toán, trừ trường hợp hóa đơn được khởi tạo từ máy tính tiền có kết nối chuyển dữ liệu điện tử với cơ quan thuế theo quy định tại Nghị định này.</p>
<p>Lưu trữ thông điệp dữ liệu</p>	<p>Nghị định số 35/2007/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 04/04/2007</p> <p><i>Điều 19.</i> Hình thức bảo quản, lưu trữ chứng từ điện tử</p> <p>1. Chứng từ điện tử được bảo quản, lưu trữ bằng phương tiện điện tử.</p> <p>2. Cơ quan, tổ chức, cá nhân được quyền lựa chọn và áp dụng hình thức bảo quản, lưu trữ chứng từ điện tử phù hợp với đặc thù hoạt động và khả năng ứng dụng công nghệ của mình.</p> <p>3. Trường hợp cần thiết có thể chuyển đổi hình thức bảo quản, lưu trữ bằng phương tiện điện tử sang lưu trữ bằng giấy.</p> <p>- Nghị định 30/2020/NĐ-CP về công tác văn thư.</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p>Đối với hồ sơ điện tử</p> <p>Cá nhân được giao nhiệm vụ giải quyết công việc và lập hồ sơ thực hiện nộp lưu hồ sơ điện tử vào Lưu trữ cơ quan trên Hệ thống.</p> <p>Lưu trữ cơ quan có trách nhiệm kiểm tra, nhận hồ sơ theo Danh mục; liên kết chính xác dữ liệu đặc tả với hồ sơ; tiếp nhận và đưa hồ sơ về chế độ quản lý hồ sơ lưu trữ điện tử trên Hệ thống.</p>
<p>Mục 2 : Gửi, nhận thông điệp dữ liệu</p>	<p><i>Luật Giao dịch điện tử, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 01/03/2006</i></p> <p>Điều 17. Khởi điểm, địa điểm gửi thông điệp dữ liệu</p> <p>Trong trường hợp các bên tham gia giao dịch không có thoả thuận khác thì thời điểm, địa điểm gửi thông điệp dữ liệu được quy định như sau:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Thời điểm gửi một thông điệp dữ liệu là thời điểm thông điệp dữ liệu này nhập vào hệ thống thông tin nằm ngoài sự kiểm soát của người khởi tạo; 2. Địa điểm gửi thông điệp dữ liệu là trụ sở của người khởi tạo nếu người khởi tạo là cơ quan, tổ chức hoặc nơi cư trú của người khởi tạo nếu người khởi tạo là cá nhân. Trường hợp người khởi tạo có nhiều trụ sở thì địa điểm gửi thông điệp dữ liệu là trụ sở có mối liên hệ mật thiết nhất với giao dịch. <p>- ND.3.17. Gửi, nhận lại chứng từ điện tử</p> <p><i>(Điều 17 Nghị định số 35/2007/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 04/04/2007)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Chứng từ điện tử được gửi, nhận lại trong các trường hợp: <ol style="list-style-type: none"> a) Do sự cố kỹ thuật hoặc lần gửi, nhận trước chưa thành công; b) Gửi lại theo yêu cầu của bên nhận. 2. Việc gửi, nhận lại chứng từ điện tử phải bảo đảm an toàn, không trùng lặp. 3. Việc gửi, nhận lại chứng từ điện tử được quy định đối với từng loại nghiệp vụ ngân hàng. <p><i>(Nghị định số 35/2007/NĐ-CP ngày 08/03/2007, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 04/04/2007)</i></p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p>Điều 18 Ghi nhật ký gửi, nhận chứng từ điện tử</p> <p>Việc gửi, nhận chứng từ điện tử phải được ghi nhật ký bằng phương tiện điện tử các thông tin cơ bản sau đây:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Địa điểm, thời gian, nơi gửi, nơi nhận, độ dài của chứng từ điện tử. 2. Tình trạng xác nhận của chứng từ điện tử trong trường hợp có yêu cầu xác nhận. <p>- Nghị định số <u>85/2021/NĐ-CP</u> ngày 25 tháng 9 năm 2021 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số <u>52/2013/NĐ-CP</u> ngày 16 tháng 5 năm 2013 của Chính phủ về TMĐT, có hiệu lực kể từ ngày 01 tháng 01 năm 2022.</p> <p>Điều 10. Thời điểm, địa điểm gửi và nhận chứng từ điện tử</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Thời điểm gửi một chứng từ điện tử là thời điểm chứng từ điện tử đó rời khỏi hệ thống thông tin dưới sự kiểm soát của người khởi tạo hay đại diện của người khởi tạo. Trong trường hợp chứng từ điện tử không rời khỏi hệ thống thông tin dưới sự kiểm soát của người khởi tạo hay đại diện của người khởi tạo, thời điểm gửi là thời điểm nhận được chứng từ điện tử. 2. Trong trường hợp các bên không có thỏa thuận khác, thời điểm nhận một chứng từ điện tử là thời điểm chứng từ điện tử đó tới được địa chỉ điện tử do người nhận chỉ ra và có thể truy cập được. 3. Địa điểm kinh doanh của người khởi tạo được coi là địa điểm gửi chứng từ điện tử và địa điểm kinh doanh của người nhận được coi là địa điểm nhận chứng từ điện tử.
Người khởi tạo thông điệp dữ liệu	
Thời điểm, địa điểm gửi thông điệp dữ liệu	<p>- <i>Bộ Luật dân sự</i></p> <p>Điều 400. Thời điểm giao kết hợp đồng</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hợp đồng được giao kết vào thời điểm bên đề nghị nhận được chấp nhận giao kết. 2. Trường hợp các bên có thỏa thuận im lặng là sự trả lời chấp nhận giao kết hợp đồng trong một thời hạn thì thời điểm giao kết hợp đồng là thời điểm cuối cùng của thời hạn đó.

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p>3. Thời điểm giao kết hợp đồng bằng lời nói là thời điểm các bên đã thỏa thuận về nội dung của hợp đồng.</p> <p>4. Thời điểm giao kết hợp đồng bằng văn bản là thời điểm bên sau cùng ký vào văn bản hay bằng hình thức chấp nhận khác được thể hiện trên văn bản.</p> <p>Trường hợp hợp đồng giao kết bằng lời nói và sau đó được xác lập bằng văn bản thì thời điểm giao kết hợp đồng được xác định theo khoản 3 Điều này.</p> <p>Điều 401. Hiệu lực của hợp đồng</p> <p>1. Hợp đồng được giao kết hợp pháp có hiệu lực từ thời điểm giao kết, trừ trường hợp có thỏa thuận khác hoặc luật liên quan có quy định khác.</p> <p>2. Từ thời điểm hợp đồng có hiệu lực, các bên phải thực hiện quyền và nghĩa vụ đối với nhau theo cam kết. Hợp đồng chỉ có thể bị sửa đổi hoặc hủy bỏ theo thỏa thuận của các bên hoặc theo quy định của pháp luật.</p> <p>Nghị định 52/2013/NĐ-CP</p> <p>4. Người khởi tạo là bên, hoặc người đại diện của bên đó, đã tạo ra hoặc gửi đi chứng từ điện tử trước khi lưu trữ nó. Người khởi tạo không bao gồm bên hoạt động với tư cách là người trung gian liên quan tới chứng từ điện tử.</p> <p>5. Người nhận là bên nhận được chứng từ điện tử theo chủ ý của người khởi tạo. Người nhận không bao gồm bên hoạt động với tư cách là người trung gian liên quan tới chứng từ điện tử.</p>
Nhận thông điệp dữ liệu	
Thời điểm, địa điểm nhận thông điệp dữ liệu	
Gửi, nhận tự động thông điệp dữ liệu	Nghị định số 85/2021/NĐ-CP ngày 25 tháng 9 năm 2021 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16 tháng 5 năm 2013 của Chính phủ về TMDT, có hiệu lực kể từ ngày 01 tháng 01 năm 2022.

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p>Điều 13. Sử dụng hệ thống thông tin tự động</p> <p>Hợp đồng được giao kết từ sự tương tác giữa một hệ thống thông tin tự động với một người hoặc giữa các hệ thống thông tin tự động với nhau không bị phủ nhận giá trị pháp lý chỉ vì không có sự kiểm tra hay can thiệp của con người vào từng hành động cụ thể do các hệ thống thông tin tự động thực hiện hay hợp đồng được giao kết.</p>
Mục 3. Chứng thư điện tử	
<p>Chứng thư điện tử có thể chuyển nhượng</p>	<p>- Về giấy tờ có giá</p> <p>1. Điều 163 của Bộ luật dân sự năm 2005 quy định: “Tài sản bao gồm vật, tiền, giấy tờ có giá và các quyền tài sản”. Theo quy định tại điểm 8 Điều 6 của Luật Ngân hàng Nhà nước Việt Nam năm 2010 thì giấy tờ có giá là “bằng chứng xác nhận nghĩa vụ trả nợ giữa tổ chức phát hành giấy tờ có giá với người sở hữu giấy tờ có giá trong một thời hạn nhất định, điều kiện trả lãi và các điều kiện khác”. Căn cứ vào các quy định của pháp luật hiện hành, thì giấy tờ có giá bao gồm:</p> <p>a) Hối phiếu đòi nợ, hối phiếu nhận nợ, séc, công cụ chuyển nhượng khác được quy định tại Điều 1 của Luật các công cụ chuyển nhượng năm 2005;</p> <p>b) Trái phiếu Chính phủ, trái phiếu công ty, kỳ phiếu, cổ phiếu được quy định tại điểm c khoản 1 Điều 4 của Pháp lệnh ngoại hối năm 2005;</p> <p>c) Tín phiếu, hối phiếu, trái phiếu, công trái và công cụ khác làm phát sinh nghĩa vụ trả nợ được quy định tại điểm 16 Điều 3 của Luật quản lý nợ công năm 2009;</p> <p>d) Các loại chứng khoán (cổ phiếu, trái phiếu, chứng chỉ quỹ; quyền mua cổ phần, chứng quyền, quyền chọn mua, quyền chọn bán, hợp đồng tương lai, nhóm chứng khoán hoặc chỉ số chứng khoán; Hợp đồng góp vốn đầu tư; các loại chứng khoán khác do Bộ Tài chính quy định) được quy định tại khoản 1 Điều 6 của Luật chứng khoán năm 2006 (đã được sửa đổi, bổ sung một số điều năm 2010);</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<i>đ) Trái phiếu DN được quy định tại Điều 2 của Nghị định số 52/2016/NĐ-CP ngày 19/5/2006 của Chính phủ về “Phát hành trái phiếu DN” ...”</i>
Chương III DỊCH VỤ TIN CẬY TRONG GIAO DỊCH ĐIỆN TỬ	
Mục 1 QUY ĐỊNH CHUNG VỀ DỊCH VỤ TIN CẬY	
<p>Điều 26 . Dịch vụ tin cậy</p> <p>1. Dịch vụ tin cậy bao gồm:</p> <p>a) Dịch vụ cấp dấu thời gian;</p> <p>b) Dịch vụ chứng thực thông điệp dữ liệu;</p> <p>c) Dịch vụ chữ ký điện tử.</p>	<p>Luật Công chứng</p> <p>1. <i>Công chứng</i> là việc công chứng viên của một tổ chức hành nghề công chứng chứng nhận tính xác thực, hợp pháp của hợp đồng, giao dịch dân sự khác bằng văn bản (sau đây gọi là hợp đồng, giao dịch), tính chính xác, hợp pháp, không trái đạo đức xã hội của bản dịch giấy tờ, văn bản từ tiếng Việt sang tiếng nước ngoài hoặc từ tiếng nước ngoài sang tiếng Việt (sau đây gọi là bản dịch) mà theo quy định của pháp luật phải công chứng hoặc cá nhân, tổ chức tự nguyện yêu cầu công chứng.</p> <p>Điều 5. Giá trị pháp lý của văn bản công chứng</p> <p>1. Văn bản công chứng có hiệu lực kể từ ngày được công chứng viên ký và đóng dấu của tổ chức hành nghề công chứng.</p> <p>2. Hợp đồng, giao dịch được công chứng có hiệu lực thi hành đối với các bên liên quan; trong trường hợp bên có nghĩa vụ không thực hiện nghĩa vụ của mình thì bên kia có quyền yêu cầu Tòa án giải quyết theo quy định của pháp luật, trừ trường hợp các bên tham gia hợp đồng, giao dịch có thỏa thuận khác.</p> <p>3. Hợp đồng, giao dịch được công chứng có giá trị chứng cứ; những tình tiết, sự kiện trong hợp đồng, giao dịch được công chứng không phải chứng minh, trừ trường hợp bị Tòa án tuyên bố là vô hiệu.</p> <p>4. Bản dịch được công chứng có giá trị sử dụng như giấy tờ, văn bản được dịch.</p> <p>Những loại hợp đồng, giao dịch bắt buộc công chứng, chứng thực:</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p>1. Hợp đồng liên quan đến quyền sử dụng đất <i>Điều 167 Luật đất đai 2013</i></p> <p>2. Hợp đồng liên quan đến nhà ở <i>Điều 122 Luật nhà ở 2014</i></p> <p>3. Một số hợp đồng giao dịch khác: - Giấy bán, cho, tặng xe của cá nhân <i>Điều 10 Thông tư 15/2014/TT-BCA</i> - Di chúc của người bị hạn chế về thể chất hoặc của người không biết chữ. <i>Điều 630 Bộ luật dân sự 2015</i> - Bản dịch tiếng Việt của di chúc được lập bằng tiếng nước ngoài. <i>Điều 647 Bộ luật dân sự 2015</i> - Văn bản thừa kế nhà ở, quyền sử dụng đất, quyền sử dụng đất và tài sản gắn liền với đất. <i>Điều 122 Luật nhà ở 2014, Điều 167 Luật đất đai 2013</i> - Hợp đồng tặng cho tài sản <i>Điều 455 Bộ luật dân sự 2015</i></p> <p>Đối với trường hợp tổ chức tặng cho nhà tình nghĩa, nhà tình thương; mua bán, cho thuê mua nhà ở thuộc sở hữu nhà nước; mua bán, cho thuê mua nhà ở xã hội, nhà ở phục vụ tái định cư; góp vốn bằng nhà ở mà có một bên là tổ chức; cho thuê, cho mượn, cho ở nhờ, ủy quyền quản lý nhà ở thì không bắt buộc phải công chứng, chứng thực hợp đồng, trừ trường hợp các bên có nhu cầu. (Theo Điều 122 Luật nhà ở 2014). <i>Nghị định 23/2015/NĐ-CP về cấp bản sao từ sổ gốc, chứng thực bản sao từ bản chính, chứng thực chữ ký và chứng thực hợp đồng, giao dịch</i></p> <p>- 4. “Chứng thực hợp đồng, giao dịch” là việc cơ quan có thẩm quyền theo quy định tại Nghị định này chứng</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p>thực về thời gian, địa điểm giao kết hợp đồng, giao dịch; năng lực hành vi dân sự, ý chí tự nguyện, chữ ký hoặc dấu điểm chỉ của các bên tham gia hợp đồng, giao dịch.</p> <p>Luật lưu trữ</p> <p>Điều 33. Sao tài liệu lưu trữ, chứng thực lưu trữ</p> <p>1. Việc sao tài liệu lưu trữ và chứng thực lưu trữ do Lưu trữ cơ quan hoặc Lưu trữ lịch sử thực hiện. Người có thẩm quyền cho phép sử dụng tài liệu lưu trữ cho phép sao tài liệu lưu trữ.</p> <p>2. Chứng thực lưu trữ là xác nhận của cơ quan, tổ chức hoặc Lưu trữ lịch sử về nội dung thông tin hoặc bản sao tài liệu lưu trữ do Lưu trữ cơ quan hoặc Lưu trữ lịch sử đang quản lý. Cơ quan, tổ chức, Lưu trữ lịch sử sao tài liệu lưu trữ, chứng thực lưu trữ phải chịu trách nhiệm pháp lý về bản sao tài liệu lưu trữ, bản chứng thực lưu trữ.</p> <p>3. Người được cấp bản sao tài liệu lưu trữ, bản chứng thực lưu trữ phải nộp lệ phí.</p> <p>4. Bản sao tài liệu lưu trữ, bản chứng thực lưu trữ có giá trị như tài liệu lưu trữ gốc trong các quan hệ, giao dịch.</p> <p>- Nghị định số 85/2021/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16 tháng 5 năm 2013 của Chính phủ về TMDT</p> <p>15. Dịch vụ chứng thực hợp đồng điện tử là dịch vụ của bên thứ ba về lưu trữ và bảo đảm tính toàn vẹn của chứng từ điện tử do các bên khởi tạo trong quá trình giao kết và thực hiện hợp đồng.</p>
<p>Mục 4</p> <p>CHỮ KÝ ĐIỆN TỬ</p>	
<p>Mức độ tin cậy của chữ ký điện tử</p>	<p>Luật Giao dịch điện tử 2005</p> <p>Điều 26. Nghĩa vụ của bên chấp nhận chữ ký điện tử</p> <p>1. Bên chấp nhận chữ ký điện tử là bên đã thực hiện những nội dung trong thông điệp dữ liệu nhận được trên</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p> cơ sở tin vào chữ ký điện tử, chứng thư điện tử của bên gửi.</p> <p> 2. Bên chấp nhận chữ ký điện tử có các nghĩa vụ sau đây:</p> <p> a) Tiến hành các biện pháp cần thiết để kiểm chứng mức độ tin cậy của một chữ ký điện tử trước khi chấp nhận chữ ký điện tử đó;</p> <p>Điều 27. Thừa nhận chữ ký điện tử và chứng thư điện tử nước ngoài</p> <p> 1. Nhà nước công nhận giá trị pháp lý của chữ ký điện tử và chứng thư điện tử nước ngoài nếu chữ ký điện tử hoặc chứng thư điện tử đó có độ tin cậy tương đương với độ tin cậy của chữ ký điện tử và chứng thư điện tử theo quy định của pháp luật. Việc xác định mức độ tin cậy của chữ ký điện tử và chứng thư điện tử nước ngoài phải căn cứ vào các tiêu chuẩn quốc tế đã được thừa nhận, điều ước quốc tế mà Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam là thành viên và các yếu tố có liên quan khác.</p>
Giá trị pháp lý của chữ ký điện tử	- Nghị định 130/2018/NĐ-CP
Chữ ký điện tử chuyên dùng trong cơ quan nhà nước	- Nghị định 130/2018/NĐ-CP
Sử dụng và công nhận chữ ký điện tử nước ngoài	- Nghị định 130/2018/NĐ-CP
Chương IV GIAO KẾT VÀ THỰC HIỆN HỢP ĐỒNG ĐIỆN TỬ	<p>Nghị định TMDT</p> <p>GIAO KẾT HỢP ĐỒNG ĐIỆN TỬ</p> <p>Mục 1. CHỨNG TỪ ĐIỆN TỬ TRONG GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI</p> <p>Điều 9. Giá trị pháp lý như bản gốc</p> <p>Điều 10. Thời điểm, địa điểm gửi và nhận chứng từ điện tử</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p>Điều 11. Địa điểm kinh doanh của các bên</p> <p>Điều 12. Thông báo về đề nghị giao kết hợp đồng không có bên nhận cụ thể</p> <p>Điều 13. Sử dụng hệ thống thông tin tự động</p> <p>Điều 14. Lỗi nhập thông tin trong chứng từ điện tử</p> <p>Mục 2. GIAO KẾT HỢP ĐỒNG SỬ DỤNG CHỨC NĂNG ĐẶT HÀNG TRỰC TUYẾN TRÊN WEBSITE TMĐT</p> <p>Điều 15. Thông báo mời đề nghị giao kết hợp đồng</p> <p>Điều 16. Cung cấp các điều khoản của hợp đồng khi sử dụng chức năng đặt hàng trực tuyến trên website TMĐT</p> <p>Điều 17. Đề nghị giao kết hợp đồng</p> <p>Điều 18. Rà soát và xác nhận nội dung hợp đồng</p> <p>Điều 19. Trả lời đề nghị giao kết hợp đồng</p> <p>Điều 20. Chấm dứt đề nghị giao kết hợp đồng</p> <p>Điều 21. Thời điểm giao kết hợp đồng khi sử dụng chức năng đặt hàng trực tuyến trên website TMĐT</p> <p>Điều 22. Thủ tục chấm dứt hợp đồng đối với hợp đồng dịch vụ TMĐT và các dịch vụ trực tuyến khác</p> <p>Điều 23. Giao kết hợp đồng trên website TMĐT mua hàng</p>
Giá trị pháp lý của hợp đồng điện tử	
Nguyên tắc giao kết và thực hiện hợp đồng điện tử	<p>- Luật thương mại</p> <p>- MỤC 2. NHỮNG NGUYÊN TẮC CƠ BẢN TRONG HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI</p> <p>Điều 10. Nguyên tắc bình đẳng trước pháp luật của DN trong hoạt động thương mại</p> <p>Điều 11. Nguyên tắc tự do, tự nguyện thoả thuận trong hoạt động thương mại</p> <p>Điều 12. Nguyên tắc áp dụng thói quen trong hoạt động thương mại được thiết lập giữa các bên</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p>Điều 13. Nguyên tắc áp dụng tập quán trong hoạt động thương mại</p> <p>Điều 14. Nguyên tắc bảo vệ lợi ích chính đáng của người tiêu dung</p> <p>Điều 15. Nguyên tắc thừa nhận giá trị pháp lý của thông điệp dữ liệu trong hoạt động thương mại</p>
Giao kết hợp đồng điện tử	<p>- Luật thương mại: giao kết hợp đồng</p> <p>- Điều 388 BLDS 2005, <i>“hợp đồng dân sự là sự thoả thuận giữa các bên về việc xác lập, thay đổi hoặc chấm dứt quyền, nghĩa vụ dân sự của các bên”</i>.</p> <p>- khoản 1 Điều 386 BLDS 2015 quy định <i>“đề nghị giao kết hợp đồng là việc thể hiện rõ ý định giao kết hợp đồng và chịu sự ràng buộc về đề nghị này của bên đề nghị đối với bên đã được xác định hoặc tới công chúng”</i></p>
Việc nhận, gửi, thời điểm, địa điểm nhận, gửi thông điệp dữ liệu trong giao kết và thực hiện hợp đồng điện tử	<p>khoản 2, khoản 4 Điều 400 BLDS 2015 đã được sửa đổi khác so với quy định BLDS 2005: <i>Trường hợp các bên có thoả thuận im lặng là sự trả lời chấp nhận giao kết hợp đồng trong một thời hạn thì thời điểm giao kết hợp đồng là thời điểm cuối cùng của thời hạn đó.</i></p> <p>Điều 406. Điều kiện giao dịch chung trong giao kết hợp đồng</p> <p>1. Điều kiện giao dịch chung là những điều khoản ổn định do một bên công bố để áp dụng chung cho bên được đề nghị giao kết hợp đồng; nếu bên được đề nghị chấp nhận giao kết hợp đồng thì coi như chấp nhận các điều khoản này.</p> <p>2. Điều kiện giao dịch chung chỉ có hiệu lực với bên xác lập giao dịch trong trường hợp điều kiện giao dịch này đã được công khai để bên xác lập giao dịch biết hoặc phải biết về điều kiện đó.</p> <p>Trình tự, thể thức công khai điều kiện giao dịch chung thực hiện theo quy định của pháp luật.</p> <p>3. Điều kiện giao dịch chung phải bảo đảm sự bình đẳng giữa các bên. Trường hợp điều kiện giao dịch chung có quy định về miễn trách nhiệm của bên đưa ra điều kiện giao dịch chung, tăng trách nhiệm hoặc loại bỏ quyền lợi chính đáng của bên kia thì quy định này không có hiệu lực, trừ trường hợp có thoả thuận khác.</p> <p>Nghị định 123/2020/NĐ-CP về hóa đơn</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p>Điều 9. Thời điểm lập hóa đơn</p> <p>4. Thời điểm lập hóa đơn đối với một số trường hợp cụ thể như sau:</p> <p>a) Đối với các trường hợp cung cấp dịch vụ với số lượng lớn, phát sinh thường xuyên, cần có thời gian đối soát số liệu giữa DN cung cấp dịch vụ và khách hàng, đối tác như trường hợp cung cấp dịch vụ hỗ trợ trực tiếp cho vận tải hàng không, cung ứng nhiên liệu hàng không cho các hãng hàng không, hoạt động cung cấp điện (trừ đối tượng quy định tại điểm h khoản này), nước, dịch vụ truyền hình, dịch vụ bưu chính chuyên phát (bao gồm cả dịch vụ đại lý, dịch vụ thu hộ, chi hộ), dịch vụ viễn thông (bao gồm cả dịch vụ viễn thông giá trị gia tăng), dịch vụ logistic, dịch vụ công nghệ thông tin (trừ trường hợp quy định tại điểm b khoản này) được bán theo kỳ nhất định, thời điểm lập hóa đơn là thời điểm hoàn thành việc đối soát dữ liệu giữa các bên nhưng chậm nhất không quá ngày 07 của tháng sau tháng phát sinh việc cung cấp dịch vụ hoặc không quá 07 ngày kể từ ngày kết thúc kỳ quy ước. Kỳ quy ước để làm căn cứ tính lượng hàng hóa, dịch vụ cung cấp căn cứ thỏa thuận giữa đơn vị bán hàng hóa, cung cấp dịch vụ với người mua.</p> <p>b) Đối với dịch vụ viễn thông (bao gồm cả dịch vụ viễn thông giá trị gia tăng), dịch vụ công nghệ thông tin (bao gồm dịch vụ trung gian thanh toán sử dụng trên nền tảng viễn thông, công nghệ thông tin) phải thực hiện đối soát dữ liệu kết nối giữa các cơ sở kinh doanh dịch vụ, thời điểm lập hóa đơn là thời điểm hoàn thành việc đối soát dữ liệu về cước dịch vụ theo hợp đồng kinh tế giữa các cơ sở kinh doanh dịch vụ nhưng chậm nhất không quá 2 tháng kể từ tháng phát sinh cước dịch vụ kết nối.</p> <p>Trường hợp cung cấp dịch vụ viễn thông (bao gồm cả dịch vụ viễn thông giá trị gia tăng) thông qua bán thẻ trả trước, thu cước phí hòa mạng khi khách hàng đăng ký sử dụng dịch vụ mà khách hàng không yêu cầu xuất hóa đơn GTGT hoặc không cung cấp tên, địa chỉ, mã số thuế thì cuối mỗi ngày hoặc định kỳ trong tháng, cơ sở kinh doanh dịch vụ lập chung một hóa đơn GTGT ghi nhận tổng doanh thu phát sinh theo từng dịch vụ người mua không lấy hóa đơn hoặc không cung cấp tên, địa chỉ, mã số thuế.</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p>9. Thời điểm ký số trên hóa đơn điện tử là thời điểm người bán, người mua sử dụng chữ ký số để ký trên hóa đơn điện tử được hiển thị theo định dạng ngày, tháng, năm của năm dương lịch. Trường hợp hóa đơn điện tử đã lập có thời điểm ký số trên hóa đơn khác thời điểm lập hóa đơn thì thời điểm khai thuế là thời điểm lập hóa đơn.</p>
<p>Giá trị pháp lý của thông báo trong giao kết và thực hiện hợp đồng điện tử</p>	<p>- Bộ luật dân sự Điều 401. Hiệu lực của hợp đồng 1. Hợp đồng được giao kết hợp pháp có hiệu lực từ thời điểm giao kết, trừ trường hợp có thỏa thuận khác hoặc luật liên quan có quy định khác.”</p> <p>- Luật thương mại Điều 47. Yêu cầu thông báo 1. Bên bán mất quyền viện dẫn quy định tại khoản 2 Điều 46 của Luật này nếu bên bán không thông báo ngay cho bên mua về khiếu nại của bên thứ ba đối với hàng hoá được giao sau khi bên bán đã biết hoặc phải biết về khiếu nại đó, trừ trường hợp bên mua đã biết hoặc phải biết về khiếu nại của bên thứ ba. 2. Bên mua mất quyền viện dẫn quy định tại Điều 45 và khoản 1 Điều 46 của Luật này nếu bên mua không thông báo ngay cho bên bán về khiếu nại của bên thứ ba đối với hàng hoá được giao sau khi bên mua đã biết hoặc phải biết về khiếu nại đó, trừ trường hợp bên bán biết hoặc phải biết về khiếu nại của bên thứ ba.</p> <p>Điều 97. Thông tin phải thông báo công khai 1. Đối với tất cả hình thức khuyến mại quy định tại Điều 92 của Luật này, DN thực hiện khuyến mại phải thông báo công khai các thông tin sau đây: a) Tên của hoạt động khuyến mại; b) Giá bán hàng hóa, giá cung ứng dịch vụ khuyến mại và các chi phí có liên quan để giao hàng hóa, dịch vụ được khuyến mại cho khách hàng;</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p>c) Tên, địa chỉ, số điện thoại của DN thực hiện khuyến mại;</p> <p>d) Thời gian khuyến mại, ngày bắt đầu, ngày kết thúc và địa bàn hoạt động khuyến mại;</p> <p>đ) Trường hợp lợi ích của việc tham gia khuyến mại gắn với các điều kiện cụ thể thì trong thông báo phải nêu rõ hoạt động khuyến mại đó có kèm theo điều kiện và nội dung cụ thể của các điều kiện.</p> <p>2. Ngoài các thông tin quy định tại khoản 1 Điều này, DN còn phải thông báo công khai các thông tin liên quan đến hoạt động khuyến mại sau đây:</p> <p>a) Giá bán hàng hóa, giá cung ứng dịch vụ được tặng cho khách hàng đối với hình thức khuyến mại quy định tại khoản 2 Điều 92 của Luật này;</p> <p>b) Trị giá tuyệt đối hoặc phần trăm thấp hơn giá bán hàng hóa, giá cung ứng dịch vụ bình thường trước thời gian khuyến mại đối với hình thức khuyến mại quy định tại khoản 3 Điều 92 của Luật này;</p> <p>c) Giá trị bằng tiền hoặc lợi ích cụ thể mà khách hàng được hưởng từ phiếu mua hàng, phiếu sử dụng dịch vụ; địa điểm bán hàng, cung ứng dịch vụ và các loại hàng hóa, dịch vụ mà khách hàng có thể nhận được từ phiếu mua hàng, phiếu sử dụng dịch vụ đối với hình thức khuyến mại quy định tại khoản 4 Điều 92 của Luật này;</p> <p>d) Loại giải thưởng và giá trị của từng loại giải thưởng; thể lệ tham gia các chương trình khuyến mại, cách thức lựa chọn người trúng thưởng đối với các hình thức khuyến mại quy định tại khoản 5, khoản 6 Điều 92 của Luật này;</p> <p>đ) Các chi phí mà khách hàng phải tự chịu đối với các hình thức khuyến mại quy định tại khoản 7, khoản 8 Điều 92 của Luật này.</p> <p>Điều 98. Cách thức thông báo</p> <p>1. Việc thông báo khuyến mại hàng hoá theo quy định tại Điều 97 của Luật này được thực hiện bằng một trong các cách thức sau đây:</p> <p>a) Tại địa điểm bán hàng hóa và nơi để hàng hoá bày bán;</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p>b) Trên hàng hoá hoặc bao bì hàng hóa;</p> <p>c) Dưới bất kỳ cách thức nào khác nhưng phải được đính kèm với hàng hóa khi hàng hóa được bán.</p> <p>2. Việc thông báo khuyến mại dịch vụ theo quy định tại Điều 97 của Luật này phải được thực hiện dưới một trong các cách thức sau đây:</p> <p>a) Tại địa điểm cung ứng dịch vụ;</p> <p>b) Cách thức khác nhưng phải được cung cấp kèm với dịch vụ khi dịch vụ đó được cung ứng.</p> <p>Điều 101. Đăng ký hoạt động khuyến mại, thông báo kết quả khuyến mại với cơ quan QLNN về thương mại</p> <p>1. Trước khi thực hiện hoạt động khuyến mại, DN phải đăng ký và sau khi kết thúc hoạt động khuyến mại, DN phải thông báo kết quả với cơ quan QLNN về thương mại.</p> <p>2. Chính phủ quy định cụ thể việc đăng ký hoạt động khuyến mại và thông báo kết quả hoạt động khuyến mại của các DN với cơ quan QLNN về thương mại.</p>
<p>Chương V GIAO DỊCH ĐIỆN TỬ CỦA CƠ QUAN NHÀ NƯỚC</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Luật công nghệ thông tin - Nghị định 64 /2007/ND-CP về ứng dụng công nghệ thông tin trong cơ quan nhà nước - Nghị định 47/2020/NĐ-CP về quản lý, kết nối và chia sẻ dữ liệu số của cơ quan nhà nước. - Nghị định 45/2020/NĐ-CP về thực hiện thủ tục hành chính trên môi trường điện tử. - Nghị định số 42/2022/NĐ-CP ngày 24/6/2022 quy định về việc cung cấp thông tin và dịch vụ công trực tuyến của cơ quan nhà nước trên môi trường mạng
<p>Chương VI HỆ THỐNG THÔNG TIN PHỤC VỤ GIAO DỊCH ĐIỆN TỬ</p>	<p>Luật An toàn thông tin mạng:</p> <p>3. <i>Hệ thống thông tin</i> là tập hợp phần cứng, phần mềm và cơ sở dữ liệu được thiết lập phục vụ mục đích tạo lập, cung cấp, truyền đưa, thu thập, xử lý, lưu trữ và trao đổi thông tin trên mạng.</p> <p>Mục 3. BẢO VỆ HỆ THỐNG THÔNG TIN</p> <p>Điều 21. Phân loại cấp độ an toàn hệ thống thông tin</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p>1. Phân loại cấp độ an toàn hệ thống thông tin là việc xác định cấp độ an toàn thông tin của hệ thống thông tin theo cấp độ tăng dần từ 1 đến 5 để áp dụng biện pháp quản lý và kỹ thuật nhằm bảo vệ hệ thống thông tin phù hợp theo cấp độ.</p> <p>2. Hệ thống thông tin được phân loại theo cấp độ an toàn như sau:</p> <p>a) Cấp độ 1 là cấp độ mà khi bị phá hoại sẽ làm tổn hại tới quyền và lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân nhưng không làm tổn hại tới lợi ích công cộng, trật tự, an toàn xã hội, quốc phòng, an ninh quốc gia;</p> <p>b) Cấp độ 2 là cấp độ mà khi bị phá hoại sẽ làm tổn hại nghiêm trọng tới quyền và lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân hoặc làm tổn hại tới lợi ích công cộng nhưng không làm tổn hại tới trật tự, an toàn xã hội, quốc phòng, an ninh quốc gia;</p> <p>c) Cấp độ 3 là cấp độ mà khi bị phá hoại sẽ làm tổn hại nghiêm trọng tới sản xuất, lợi ích công cộng và trật tự, an toàn xã hội hoặc làm tổn hại tới quốc phòng, an ninh quốc gia;</p> <p>d) Cấp độ 4 là cấp độ mà khi bị phá hoại sẽ làm tổn hại đặc biệt nghiêm trọng tới lợi ích công cộng và trật tự, an toàn xã hội hoặc làm tổn hại nghiêm trọng tới quốc phòng, an ninh quốc gia;</p> <p>đ) Cấp độ 5 là cấp độ mà khi bị phá hoại sẽ làm tổn hại đặc biệt nghiêm trọng tới quốc phòng, an ninh quốc gia.</p> <p>3. Chính phủ quy định chi tiết về tiêu chí, thẩm quyền, trình tự, thủ tục xác định cấp độ an toàn hệ thống thông tin và trách nhiệm bảo đảm an toàn hệ thống thông tin theo từng cấp độ.</p> <p>Điều 22. Nhiệm vụ bảo vệ hệ thống thông tin</p> <p>Điều 23. Biện pháp bảo vệ hệ thống thông tin</p> <p>Điều 24. Giám sát an toàn hệ thống thông tin</p> <p>Điều 25. Trách nhiệm của chủ quản hệ thống thông tin</p> <p>Điều 26. Hệ thống thông tin quan trọng quốc gia</p> <p>Điều 27. Trách nhiệm bảo đảm an toàn thông tin mạng cho hệ thống thông tin quan trọng quốc gia</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p>Mục 4. NGĂN CHẶN XUNG ĐỘT THÔNG TIN TRÊN MẠNG</p> <p>Điều 28. Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân trong việc ngăn chặn xung đột thông tin trên mạng</p> <p>Điều 29. Ngăn chặn hoạt động sử dụng mạng để khủng bố</p>
Hệ thống thông tin phục vụ giao dịch điện tử	
Điều 51. Tài khoản định danh điện tử	<p>-Dự thảo nghị định định danh và xác thực điện tử</p> <p>- Quyết định số 34/2021/QĐ-TTg ngày 8/11/2021 quy định về định danh và xác thực điện tử trên nền tảng cơ sở dữ liệu quốc gia về dân cư, cơ sở dữ liệu căn cước công dân và cơ sở dữ liệu quốc gia về xuất nhập cảnh</p> <p>- Luật DN</p> <p>Điều 29. Mã số DN</p> <p>1. Mã số DN là dãy số được tạo bởi Hệ thống thông tin quốc gia về đăng ký DN, được cấp cho DN khi thành lập và được ghi trên Giấy chứng nhận đăng ký DN. Mỗi DN có một mã số duy nhất và không được sử dụng lại để cấp cho DN khác.</p> <p>2. Mã số DN được dùng để thực hiện nghĩa vụ về thuế, thủ tục hành chính và quyền, nghĩa vụ khác.</p>
<p>Điều 52. Tài khoản giao dịch điện tử</p> <p>1. Tài khoản giao dịch điện tử do chủ quản hệ thống hệ thống thông tin phục vụ giao dịch điện tử cấp và được quản lý, sử dụng theo quy định của Luật này.</p> <p>2. Tài khoản giao dịch điện tử được sử dụng để thực hiện giao dịch điện tử, nhằm lưu trữ lịch sử giao dịch và đảm bảo chính</p>	<p>- Luật an ninh mạng</p> <p><i>Tài khoản số</i> là thông tin dùng để chứng thực, xác thực, phân quyền sử dụng các ứng dụng, dịch vụ trên không gian mạng.</p> <p>Điều 26. Bảo đảm an ninh thông tin trên không gian mạng</p> <p>2. DN trong nước và ngoài nước cung cấp dịch vụ trên mạng viễn thông, mạng Internet, các dịch vụ gia tăng trên không gian mạng tại Việt Nam có trách nhiệm sau đây:</p> <p><i>a) Xác thực thông tin khi người dùng đăng ký tài khoản số;</i> bảo mật thông tin, tài khoản của người dùng; cung cấp thông tin người dùng cho lực lượng chuyên trách bảo vệ an ninh mạng thuộc Bộ Công an khi có</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
<p>xác trình tự giao dịch của chủ tài khoản, có giá trị chứng minh lịch sử giao dịch của các bên tham gia.</p> <p>3. Đối với các giao dịch điện tử để thực hiện thủ tục hành chính trên môi trường mạng, tài khoản giao dịch điện tử được xác định và tuân thủ quy định của pháp luật về thực hiện thủ tục hành chính trên môi trường mạng. Chủ quản hệ thống thông tin và chủ tài khoản giao dịch điện tử phải thực hiện định danh và xác thực điện tử theo quy định của pháp luật về định danh và xác thực điện tử.</p> <p>4. Đối với các giao dịch điện tử khác, cơ quan, tổ chức, cá nhân có quyền lựa chọn sử dụng tài khoản giao dịch điện tử phù hợp với nhu cầu.</p> <p>5. Trường hợp pháp luật có quy định đối với việc sử dụng lịch sử giao dịch để làm chứng cứ thì yêu cầu này được đáp ứng nếu sử dụng tài khoản giao dịch điện tử mức độ tin cậy cấp độ 3 được quy định tại khoản 3 Điều 53 Luật này.</p>	<p>yêu cầu bằng văn bản để phục vụ điều tra, xử lý hành vi vi phạm pháp luật về an ninh mạng;</p> <p>Điều 36. Trách nhiệm của Bộ Công an</p> <p>Bộ Công an chịu trách nhiệm trước Chính phủ thực hiện QLNN về an ninh mạng và có nhiệm vụ, quyền hạn sau đây, trừ nội dung thuộc trách nhiệm của Bộ Quốc phòng và Ban Cơ yếu Chính phủ:</p> <p>4. Bảo đảm an ninh thông tin trên không gian mạng; xây dựng cơ chế xác thực thông tin đăng ký tài khoản số; cảnh báo, chia sẻ thông tin an ninh mạng, nguy cơ đe dọa an ninh mạng;</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
Mức độ tin cậy của tài khoản giao dịch điện tử	
Trách nhiệm của chủ quản hệ thống thông tin	<p>- Nghị định 85/2016/NĐ-CP ngày 01/7/2016 về bảo đảm an toàn hệ thống thông tin theo cấp độ.</p> <p>Chủ quản hệ thống thông tin là cơ quan, tổ chức, cá nhân có thẩm quyền quản lý trực tiếp đối với hệ thống thông tin. Đối với cơ quan, tổ chức nhà nước, chủ quản hệ thống thông tin là các bộ, cơ quan ngang bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương hoặc là cấp có thẩm quyền quyết định đầu tư dự án xây dựng, thiết lập, nâng cấp, mở rộng hệ thống thông tin đó.</p> <p>- Điều 20. Trách nhiệm của chủ quản hệ thống thông tin</p> <p>1. Người đứng đầu của cơ quan, tổ chức là chủ quản hệ thống thông tin có trách nhiệm:</p> <p>a) Trực tiếp chỉ đạo và phụ trách công tác bảo đảm an toàn thông tin trong hoạt động của cơ quan, tổ chức mình;</p> <p>b) Trong trường hợp chưa có đơn vị chuyên trách về an toàn thông tin độc lập:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Chỉ định đơn vị chuyên trách về công nghệ thông tin làm nhiệm vụ đơn vị chuyên trách về an toàn thông tin; - Thành lập hoặc chỉ định bộ phận chuyên trách về an toàn thông tin trực thuộc đơn vị chuyên trách về công nghệ thông tin. <p>2. Chủ quản hệ thống thông tin có trách nhiệm:</p> <p>a) Chỉ đạo đơn vị vận hành hệ thống thông tin lập hồ sơ đề xuất cấp độ; tổ chức thẩm định, phê duyệt hồ sơ đề xuất cấp độ theo quy định Nghị định này;</p> <p>b) Chỉ đạo, tổ chức thực hiện phương án bảo đảm an toàn hệ thống thông tin theo cấp độ đối với hệ thống thông tin thuộc phạm vi mình quản lý theo quy định tại Điều 25, 26 và 27 của Luật an toàn thông tin mạng, Nghị định này và quy định của pháp luật liên quan;</p> <p>c) Chỉ đạo, tổ chức thực hiện kiểm tra, đánh giá an toàn thông tin và quản lý rủi ro an toàn thông tin trong phạm vi cơ quan, tổ chức mình, cụ thể như sau:</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<ul style="list-style-type: none"> - Định kỳ 02 năm thực hiện kiểm tra, đánh giá an toàn thông tin và quản lý rủi ro an toàn thông tin tổng thể trong hoạt động của cơ quan, tổ chức mình; - Định kỳ hàng năm thực hiện kiểm tra, đánh giá an toàn thông tin và quản lý rủi ro an toàn thông tin đối với các hệ thống cấp độ 3 và cấp độ 4; - Định kỳ 06 tháng (hoặc đột xuất khi thấy cần thiết hoặc theo yêu cầu, cảnh báo của cơ quan chức năng) thực hiện kiểm tra, đánh giá an toàn thông tin và quản lý rủi ro an toàn thông tin đối với hệ thống cấp độ 5; - Việc kiểm tra, đánh giá an toàn thông tin và đánh giá rủi ro an toàn thông tin đối với hệ thống từ cấp độ 3 trở lên phải do tổ chức chuyên môn được cơ quan có thẩm quyền cấp phép; tổ chức sự nghiệp nhà nước có chức năng, nhiệm vụ phù hợp hoặc do tổ chức chuyên môn được cấp có thẩm quyền chỉ định thực hiện. <p>d) Chỉ đạo, tổ chức thực hiện đào tạo ngắn hạn, tuyên truyền, phổ biến, nâng cao nhận thức và diễn tập về an toàn thông tin, cụ thể như sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Đào tạo, bồi dưỡng theo các chương trình đào tạo ngắn hạn nâng cao kiến thức, kỹ năng về an toàn thông tin cho cán bộ, công chức, viên chức làm về an toàn thông tin trong cơ quan, tổ chức mình; - Tuyên truyền, phổ biến nâng cao nhận thức về an toàn thông tin cho cán bộ, công chức, viên chức trong cơ quan, tổ chức mình; - Diễn tập bảo đảm an toàn thông tin trong hoạt động của cơ quan, tổ chức mình; tham gia diễn tập quốc gia và diễn tập quốc tế do Bộ Thông tin và Truyền thông tổ chức. <p>đ) Chỉ đạo đơn vị vận hành hệ thống thông tin phối hợp với đơn vị chức năng liên quan của Bộ Thông tin và Truyền thông trong việc triển khai thiết bị, kết nối tới hệ thống kỹ thuật xử lý, giảm thiểu tấn công mạng, hỗ trợ giám sát an toàn thông tin cho hệ thống thông tin cung cấp dịch vụ công trực tuyến, phát triển chính phủ điện tử.</p>
Điều 55. Trách nhiệm giám sát của cơ	- Luật an toàn thông tin mạng

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
<p>quan nhà nước</p> <p>1. Cơ quan nhà nước thực hiện giám sát tuân thủ quy định của Luật này và quy định của pháp luật chuyên ngành đối với chủ quản hệ thống thông tin phục vụ giao dịch điện tử theo chức năng, nhiệm vụ QLNN.</p> <p>2. Cơ quan nhà nước thực hiện giám sát trực tuyến đối với các hệ thống thông tin phục vụ giao dịch điện tử hoạt động trực tuyến.</p> <p>3. Bộ Thông tin và Truyền thông thiết lập, vận hành hệ thống giám sát trực tuyến, ban hành hướng dẫn về tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật, mô hình tham chiếu kết nối cung cấp thông tin dữ liệu phục vụ giám sát trực tuyến.</p>	<p>Điều 24. Giám sát an toàn hệ thống thông tin</p> <p>1. Giám sát an toàn hệ thống thông tin là hoạt động lựa chọn đối tượng giám sát, thu thập, phân tích trạng thái thông tin của đối tượng giám sát nhằm xác định những nhân tố ảnh hưởng đến an toàn hệ thống thông tin; báo cáo, cảnh báo hành vi xâm phạm an toàn thông tin mạng hoặc hành vi có khả năng gây ra sự cố an toàn thông tin mạng đối với hệ thống thông tin; tiến hành phân tích yếu tố then chốt ảnh hưởng tới trạng thái an toàn thông tin mạng; đề xuất thay đổi biện pháp kỹ thuật.</p> <p>2. Đối tượng giám sát an toàn hệ thống thông tin gồm tường lửa, kiểm soát truy nhập, tuyến thông tin chủ yếu, máy chủ quan trọng, thiết bị quan trọng hoặc thiết bị đầu cuối quan trọng.</p> <p>3. DN viễn thông, DN cung cấp dịch vụ công nghệ thông tin, DN cung cấp dịch vụ an toàn thông tin mạng có trách nhiệm phối hợp với chủ quản hệ thống thông tin trong việc giám sát an toàn hệ thống thông tin theo yêu cầu của cơ quan nhà nước có thẩm quyền.</p> <p>- Luật an ninh mạng</p> <p>Điều 4. Nguyên tắc bảo vệ an ninh mạng</p> <p>6. Hệ thống thông tin quan trọng về an ninh quốc gia được thẩm định, chứng nhận đủ điều kiện về an ninh mạng trước khi đưa vào vận hành, sử dụng; thường xuyên kiểm tra, giám sát về an ninh mạng trong quá trình sử dụng và kịp thời ứng phó, khắc phục sự cố an ninh mạng.</p> <p>Điều 10. Hệ thống thông tin quan trọng về an ninh quốc gia</p> <p>h) Hệ thống điều khiển và giám sát tự động tại công trình quan trọng liên quan đến an ninh quốc gia, mục tiêu quan trọng về an ninh quốc gia.</p> <p>4. Chính phủ quy định việc phối hợp giữa Bộ Công an, Bộ Quốc phòng, Bộ Thông tin và Truyền thông, Ban Cơ yếu Chính phủ, các Bộ, ngành chức năng trong việc thẩm định, đánh giá, kiểm tra, giám sát, ứng phó, khắc phục sự cố đối với hệ thống thông tin quan trọng về an ninh quốc gia.</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p>Điều 14. Giám sát an ninh mạng đối với hệ thống thông tin quan trọng về an ninh quốc gia</p> <p>1. Giám sát an ninh mạng là hoạt động thu thập, phân tích tình hình nhằm xác định nguy cơ đe dọa an ninh mạng, sự cố an ninh mạng, điểm yếu, lỗ hổng bảo mật, mã độc, phần cứng độc hại để cảnh báo, khắc phục, xử lý.</p> <p>2. Chủ quản hệ thống thông tin quan trọng về an ninh quốc gia chủ trì, phối hợp với lực lượng chuyên trách bảo vệ an ninh mạng có thẩm quyền thường xuyên thực hiện giám sát an ninh mạng đối với hệ thống thông tin thuộc phạm vi quản lý; xây dựng cơ chế tự cảnh báo và tiếp nhận cảnh báo về nguy cơ đe dọa an ninh mạng, sự cố an ninh mạng, điểm yếu, lỗ hổng bảo mật, mã độc, phần cứng độc hại và đề ra phương án ứng phó, khắc phục khẩn cấp.</p> <p>3. Lực lượng chuyên trách bảo vệ an ninh mạng thực hiện giám sát an ninh mạng đối với hệ thống thông tin quan trọng về an ninh quốc gia thuộc phạm vi quản lý; cảnh báo và phối hợp với chủ quản hệ thống thông tin trong khắc phục, xử lý các nguy cơ đe dọa an ninh mạng, sự cố an ninh mạng, điểm yếu, lỗ hổng bảo mật, mã độc, phần cứng độc hại xảy ra đối với hệ thống thông tin quan trọng về an ninh quốc gia.</p>
<p>Biện pháp bảo vệ giao dịch điện tử</p>	<p>- Luật an ninh mạng</p> <p>Điều 5. Biện pháp bảo vệ an ninh mạng</p> <p>1. Biện pháp bảo vệ an ninh mạng bao gồm:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Thẩm định an ninh mạng; b) Đánh giá điều kiện an ninh mạng; c) Kiểm tra an ninh mạng; d) Giám sát an ninh mạng; đ) Ứng phó, khắc phục sự cố an ninh mạng; e) Đấu tranh bảo vệ an ninh mạng; g) Sử dụng mật mã để bảo vệ thông tin mạng;

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p>h) Ngăn chặn, yêu cầu tạm ngừng, ngừng cung cấp thông tin mạng; đình chỉ, tạm đình chỉ các hoạt động thiết lập, cung cấp và sử dụng mạng viễn thông, mạng Internet, sản xuất và sử dụng thiết bị phát, thu phát sóng vô tuyến theo quy định của pháp luật;</p> <p>i) Yêu cầu xóa bỏ, truy cập xóa bỏ thông tin trái pháp luật hoặc thông tin sai sự thật trên không gian mạng xâm phạm an ninh quốc gia, trật tự, an toàn xã hội, quyền và lợi ích hợp pháp của cơ quan, tổ chức, cá nhân;</p> <p>k) Thu thập dữ liệu điện tử liên quan đến hoạt động xâm phạm an ninh quốc gia, trật tự, an toàn xã hội, quyền và lợi ích hợp pháp của cơ quan, tổ chức, cá nhân trên không gian mạng;</p> <p>l) Phong tỏa, hạn chế hoạt động của hệ thống thông tin; đình chỉ, tạm đình chỉ hoặc yêu cầu ngừng hoạt động của hệ thống thông tin, thu hồi tên miền theo quy định của pháp luật;</p> <p>m) Khởi tố, điều tra, truy tố, xét xử theo quy định của Bộ luật Tố tụng hình sự;</p> <p>n) Biện pháp khác theo quy định của pháp luật về an ninh quốc gia, pháp luật về xử lý vi phạm hành chính.</p> <p>2. Chính phủ quy định trình tự, thủ tục áp dụng biện pháp bảo vệ an ninh mạng, trừ biện pháp quy định tại điểm m và điểm n khoản 1 Điều này.</p>
<p>CHƯƠNG VII AN TOÀN THÔNG TIN VÀ AN NINH MẠNG TRONG GIAO DỊCH ĐIỆN TỬ</p>	<p>- Luật an toàn thông tin mạng</p> <p>Mục 1. BẢO VỆ THÔNG TIN MẠNG</p> <p>Điều 9. Phân loại thông tin</p> <p>Điều 10. Quản lý gửi thông tin</p> <p>Điều 11. Phòng ngừa, phát hiện, ngăn chặn và xử lý phần mềm độc hại</p> <p>Điều 12. Bảo đảm an toàn tài nguyên viễn thông</p> <p>Điều 13. Ứng cứu sự cố an toàn thông tin mạng</p> <p>Điều 15. Trách nhiệm của cơ quan, tổ chức, cá nhân trong bảo đảm an toàn thông tin mạng</p> <p>Mục 2. BẢO VỆ THÔNG TIN CÁ NHÂN</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p>Điều 16. Nguyên tắc bảo vệ thông tin cá nhân trên mạng</p> <p>Điều 17. Thu thập và sử dụng thông tin cá nhân</p> <p>Điều 18. Cập nhật, sửa đổi và hủy bỏ thông tin cá nhân</p> <p>Điều 19. Bảo đảm an toàn thông tin cá nhân trên mạng</p> <p>Điều 20. Trách nhiệm của cơ quan QLNN trong bảo vệ thông tin cá nhân trên mạng</p> <p>- Luật an ninh mạng</p> <p>Điều 26. Bảo đảm an ninh thông tin trên không gian mạng</p> <p>1. Trang thông tin điện tử, cổng thông tin điện tử hoặc chuyên trang trên MXH của cơ quan, tổ chức, cá nhân không được cung cấp, đăng tải, truyền đưa thông tin có nội dung quy định tại các khoản 1, 2, 3, 4 và 5 Điều 16 của Luật này và thông tin khác có nội dung xâm phạm an ninh quốc gia.</p> <p>2. DN trong nước và ngoài nước cung cấp dịch vụ trên mạng viễn thông, mạng Internet, các dịch vụ gia tăng trên không gian mạng tại Việt Nam có trách nhiệm sau đây:</p> <p>a) Xác thực thông tin khi người dùng đăng ký tài khoản số; bảo mật thông tin, tài khoản của người dùng; cung cấp thông tin người dùng cho lực lượng chuyên trách bảo vệ an ninh mạng thuộc Bộ Công an khi có yêu cầu bằng văn bản để phục vụ điều tra, xử lý hành vi vi phạm pháp luật về an ninh mạng;</p> <p>b) Ngăn chặn việc chia sẻ thông tin, xóa bỏ thông tin có nội dung quy định tại các khoản 1, 2, 3, 4 và 5 Điều 16 của Luật này trên dịch vụ hoặc hệ thống thông tin do cơ quan, tổ chức trực tiếp quản lý chậm nhất là 24 giờ kể từ thời điểm có yêu cầu của lực lượng chuyên trách bảo vệ an ninh mạng thuộc Bộ Công an hoặc cơ quan có thẩm quyền của Bộ Thông tin và Truyền thông và lưu nhật ký hệ thống để phục vụ điều tra, xử lý hành vi vi phạm pháp luật về an ninh mạng trong thời gian theo quy định của Chính phủ;</p> <p>c) Không cung cấp hoặc ngừng cung cấp dịch vụ trên mạng viễn thông, mạng Internet, các dịch vụ gia tăng cho tổ chức, cá nhân đăng tải trên không gian mạng thông tin có nội dung quy định tại các khoản 1, 2, 3, 4 và</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	<p>5 Điều 16 của Luật này khi có yêu cầu của lực lượng chuyên trách bảo vệ an ninh mạng thuộc Bộ Công an hoặc cơ quan có thẩm quyền của Bộ Thông tin và Truyền thông.</p> <p>3. DN trong nước và ngoài nước cung cấp dịch vụ trên mạng viễn thông, mạng Internet, các dịch vụ gia tăng trên không gian mạng tại Việt Nam có hoạt động thu thập, khai thác, phân tích, xử lý dữ liệu về thông tin cá nhân, dữ liệu về mối quan hệ của người sử dụng dịch vụ, dữ liệu do người sử dụng dịch vụ tại Việt Nam tạo ra phải lưu trữ dữ liệu này tại Việt Nam trong thời gian theo quy định của Chính phủ.</p> <p>DN ngoài nước quy định tại khoản này phải đặt chi nhánh hoặc văn phòng đại diện tại Việt Nam.</p> <p>4. Chính phủ quy định chi tiết khoản 3 Điều này.</p> <p>Luật công nghệ thông tin</p> <p>Điều 15. Quản lý và sử dụng thông tin số</p> <p>Điều 16. Truyền đưa thông tin số</p> <p>Điều 17 Lưu trữ tạm thời thông tin số</p> <p>Điều 18. Cho thuê chỗ lưu trữ thông tin số</p> <p>Điều 19. Công cụ tìm kiếm thông tin số</p> <p>Điều 20. Theo dõi, giám sát nội dung thông tin số</p> <p>Điều 21. Thu thập, xử lý và sử dụng thông tin cá nhân trên môi trường mạng</p> <p>Điều 22 Lưu trữ, cung cấp thông tin cá nhân trên môi trường mạng</p> <p>Điều 23 Thiết lập trang thông tin điện tử</p>
<p>Giao dịch ngân hàng qua phương tiện điện tử</p>	<p>- Luật Ngân hàng Nhà nước Việt Nam số 46/2010/QH ngày 16/6/2010</p> <p>+ Khoản 3 Điều 2 quy định: “Ngân hàng Nhà nước thực hiện chức năng QLNN về tiền tệ, hoạt động ngân hàng và ngoại hối; thực hiện chức năng của NHTW về phát hành tiền, ngân hàng của các tổ chức tín dụng và cung ứng dịch vụ tiền tệ Chính phủ.”</p> <p>+ Khoản 2 Điều 28 quy định: "Ngân hàng Nhà nước thực hiện việc quản lý các phương tiện thanh toán</p>

Luật Giao dịch điện tử sửa đổi	Quy định pháp luật hiện hành có liên quan
	trong nền kinh tế".
	<p>- Luật các Tổ chức tín dụng số 47/2010/QH ngày 16/6/2010:</p> <p>+ Khoản 15 Điều 4 quy định: “Cung ứng dịch vụ thanh toán qua tài khoản là việc cung ứng phương tiện thanh toán; thực hiện dịch vụ thanh toán séc, lệnh chi, ủy nhiệm chi, nhờ thu, ủy nhiệm thu, thẻ ngân hàng, thư tín dụng và các dịch vụ thanh toán khác cho khách hàng thông qua tài khoản của khách hàng”.</p> <p>+ Điều 97 quy định về hoạt động ngân hàng điện tử: “Tổ chức tín dụng được thực hiện các hoạt động kinh doanh qua việc sử dụng các phương tiện điện tử theo hướng dẫn của NHNN về quản lý rủi ro và quy định của pháp luật về giao dịch điện tử”.</p> <p>+ Khoản 5 Điều 98 về hoạt động ngân hàng của ngân hàng thương mại quy định: “Cung ứng các phương tiện thanh toán”.</p>
	<p>- Luật Phòng, chống rửa tiền số 07/2012/QH13 ngày 18/6/2012: Điểm đ Khoản 3 Điều 4 quy định: “Phát hành công cụ chuyển nhượng, thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ, lệnh chuyển tiền, tiền điện tử”.</p>
	<p>- Nghị định số 101/2012/NĐ-CP ngày 22/11/2012 về thanh toán không dùng tiền mặt và Nghị định 80/2016/NĐ-CP ngày 01/7/2016 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định 101/2012/NĐ-CP</p> <p>+ Khoản 6, Điều 4 quy định: “Phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt sử dụng trong giao dịch thanh toán (sau đây gọi là phương tiện thanh toán), bao gồm: Séc, lệnh chi, ủy nhiệm thu, thẻ ngân hàng và các phương tiện thanh toán khác theo quy định của Ngân hàng Nhà nước”.</p> <p>+ Khoản 8, Điều 4 quy định: “Dịch vụ Ví điện tử là dịch vụ cung cấp cho khách hàng một tài khoản điện tử định danh do các tổ chức cung ứng dịch vụ tạo lập trên vật mang tin (như chip điện tử, sim điện thoại di động, máy tính...), cho phép lưu giữ một giá trị tiền tệ được đảm bảo bằng giá trị tiền gửi tương đương với số tiền được chuyển từ tài khoản thanh toán của khách hàng tại ngân hàng vào tài khoản đảm bảo thanh toán của tổ chức cung ứng dịch vụ Ví điện tử theo tỷ lệ 1:1”.</p>