



THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ XUYÊN BIÊN GIỚI CỦA VIỆT NAM: THỰC TRẠNG, VẤN ĐỀ VÀ GIẢI PHÁP THỨC ĐẨY

Vienam's cross-border e-commerce: the situation, problems, and solutions

LÊ ĐĂNG MINH
NGÔ THỊ PHƯƠNG LAN

*B*ài viết này phân tích thực trạng thương mại điện tử xuyên biên giới của Việt Nam, nhằm làm rõ thành tựu, hạn chế và đề xuất giải pháp thúc đẩy tăng trưởng bền vững. Kết quả nghiên cứu cho thấy, thương mại điện tử xuyên biên giới Việt Nam tăng trưởng mạnh thể hiện ở doanh thu và số doanh nghiệp tham gia; tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng vẫn chậm hơn thế giới, quy mô nhỏ, mô hình kinh doanh giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp (B2B) yếu kém, tồn tại vấn đề hàng giả, lừa đảo và thiếu lòng tin. Nguyên nhân chủ yếu từ nhận thức hạn chế, khung pháp lý chưa đồng bộ, phụ thuộc nền tảng ngoại, năng lực doanh nghiệp yếu. Bài viết đề xuất các giải pháp tập trung hoàn thiện pháp luật, nâng cấp hạ tầng logistics điện tử, đào tạo nhân lực, xúc tiến thương mại và tận dụng các hiệp định thương mại tự do để nâng cao cạnh tranh toàn cầu.

Từ khóa: xuất khẩu trực tuyến, khung pháp lý, hạ tầng logistics điện tử, nguồn nhân lực.

*T*his article analyzes the current situation of cross-border e-commerce in Vietnam, aiming to clarify achievements, limitations and propose solutions to promote sustainable growth. Research results indicate that Vietnam's cross-border e-commerce has experienced strong growth, as reflected in revenue and the number of participating enterprises. However, the growth rate remains slower than the global average, characterized by a small-scale, weak B2B model, problems with fraud, scamming, and a lack of trust. The main reasons are limited awareness, an incomplete legal framework, dependence on foreign platforms, and weak business capacity. The article proposes solutions that focus on improving the law, upgrading e-logistics infrastructure, training human resources, promoting trade, and leveraging free trade agreements to enhance global competitiveness

Keywords: online export, legal framework, e-logistics infrastructure, human resources.

Thương mại điện tử xuyên biên giới là mô hình kinh doanh, trong đó người bán và người mua ở các quốc gia khác nhau mua và bán hàng hóa thông qua các chợ thương mại điện tử. Thương mại điện tử nhập khẩu xuyên biên giới chỉ việc nhập khẩu hàng hóa nước ngoài vào quốc gia mình để tiêu thụ, còn thương mại điện tử xuất khẩu xuyên biên

giới chỉ việc bán hàng hóa ra thị trường nước ngoài thông qua sàn thương mại điện tử như Amazon... Trong mô hình xuất khẩu truyền thống, hàng hóa được đưa từ nhà sản xuất

Lê Đăng Minh, TS., Trường đại học Công nghệ Sài Gòn; Ngô Thị Phương Lan, ThS., Viện Nghiên cứu Châu Âu và Châu Mỹ.