

ĐẤU TRANH PHÒNG CHỐNG HÀNH VI GIAN LẬN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ, BUÔN BÁN HÀNG GIẢ, HÀNG NHÁI TRÊN MÔI TRƯỜNG SỐ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

LÊ THỊ HỒNG XUÂN
Viện Nhà nước và Pháp luật,
Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam

Nhận bài ngày 23/7/2026. Sửa chữa xong 22/8/2026. Duyệt đăng 25/8/2026.

Abstract

The rapid global expansion of e-commerce has been accompanied by a corresponding increase in online fraud, posing significant challenges to businesses, consumers, and regulatory authorities. E-commerce fraud can result not only in substantial financial losses but also in the erosion of consumer trust, which is essential to the sustainable development of online markets. In Vietnam, efforts to prevent and combat e-commerce fraud and the sale of counterfeit and imitation goods in the digital environment continue to face numerous difficulties and challenges. This article examines major forms of e-commerce fraud and their methods of operation, thereby providing a basis for improving the effectiveness of measures to prevent and combat such fraudulent practices in Vietnam today.

Keywords: Counterfeit goods, digital economy, e-commerce, e-commerce fraud, imitation goods.

1. Đặt vấn đề

Theo một nghiên cứu gần đây của Juniper Research, các chuyên gia hàng đầu trong lĩnh vực thị trường thanh toán, dự đoán rằng thiệt hại mà các nhà bán lẻ phải gánh chịu do gian lận thanh toán trực tuyến sẽ vượt quá 362 tỷ đô la trên toàn thế giới từ năm 2023 đến năm 2028. Riêng trong năm 2028, thiệt hại dự kiến sẽ lên tới con số đáng báo động là 91 tỷ đô la (Radial (n.d.)). Những thống kê về gian lận thương mại điện tử này cho thấy một mối đe dọa đáng kể và ngày càng gia tăng mà các nhà bán lẻ trực tuyến cần phải giải quyết. Trước sự bùng nổ của nền kinh tế số, dù thị trường được kiểm soát chặt chẽ hơn, song các đối tượng vi phạm đã nhanh chóng lợi dụng cơ chế mở cửa và sự phát triển của công nghệ để thực hiện hành vi phi pháp. Thay vì các phương thức truyền thống, tội phạm kinh tế hiện nay đang chuyển sang môi trường số, biến các nền tảng trực tuyến thành mắt xích chính trong chuỗi cung ứng hàng lậu. Điều này đang đặt ra sức ép khá lớn cho công tác quản lý kinh tế nhà nước, các hoạt động bảo vệ người tiêu dùng và đảm bảo môi trường kinh doanh lành mạnh của các doanh nghiệp chân chính.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Gian lận thương mại điện tử là gì?

Theo Từ điển Tiếng Việt, gian lận có thể được hiểu là thiếu trung thực, dối trá, mách khoé nhằm lừa gạt người khác, gian lận thương mại chính là các hành vi lừa dối, không trung thực trong hoạt động thương mại. Hiểu theo nghĩa rộng gian lận là các hành vi xuyên tạc sự thật, hoặc thực hiện các hành vi không hợp pháp với mục đích lừa gạt, dối trá nhằm thu được một lợi ích nào đó. Hành vi gian lận thương mại có ba đặc trưng cơ bản đó là: chiếm đoạt, lừa đảo và ăn cắp (Thanh Hương, 2002).

(*) Bài viết là sản phẩm của nhiệm vụ khoa học cấp cơ sở: “Chính sách pháp luật hình sự đối với các tội phạm trong lĩnh vực sản xuất, kinh doanh, thương mại” do Viện nhà nước và pháp luật chủ trì.

Email: hongxuanle9@gmail.com.

Hiện nay, ở Việt Nam chưa có quy định chính thức về gian lận thương mại trong các văn bản pháp luật liên quan. Về cơ bản, các văn bản Luật chỉ mới quy định hành vi gian lận thương mại cụ thể là những hành vi nào và thường được nhà làm luật để chung trong các quy định về “hành vi buôn lậu và gian lận thương mại”.

Hành vi gian lận thương mại ở Việt Nam đã có từ khá lâu, nó xuất hiện và phát triển song hành cùng nền kinh tế thị trường. Đặc biệt trong bối cảnh phát triển nền kinh tế hàng hóa nhiều thành phần, chúng ta chấp nhận cơ chế thị trường tất yếu phải chấp nhận cạnh tranh. Cạnh tranh là động lực để nền kinh tế phát triển. Theo đó, nền kinh tế ngày càng phát triển, môi trường kinh doanh được mở rộng, kéo theo đó là việc đa dạng các mẫu mã sản phẩm, hàng hoá được đưa ra trao đổi, buôn bán trên thị trường thì tất yếu sẽ tạo ra các hành vi gian lận thương mại cũng ngày càng phức tạp và tinh vi hơn. Việc hội nhập kinh tế quốc tế và toàn cầu hóa về kinh tế cũng là quá trình tất yếu khách quan dẫn đến gian lận thương mại xuyên biên giới. Hiện nay, vấn đề này đã và đang đặt ra thách thức to lớn cho các quốc gia trên toàn thế giới. Gian lận thương mại hiện nay không còn chỉ là những vụ việc nhỏ lẻ mà đã trở thành một “ngành công nghiệp ngầm” với sự chuyên nghiệp, quy mô và mức độ tinh vi ngày càng tăng. Mục tiêu của gian lận thương mại điện tử là bất kỳ hoạt động gian lận nào xảy ra trong giao dịch trực tuyến, trong đó tội phạm mạng lừa đảo người bán lẻ hoặc khách hàng trực tuyến để thu lợi tài chính. Không giống như gian lận truyền thống, thường liên quan đến hàng hóa vật lý và tương tác trực tiếp, gian lận thương mại điện tử hoàn toàn diễn ra trên không gian mạng, thường liên quan đến thông tin thẻ tín dụng được đánh cắp, danh tính giả mạo hoặc hệ thống thanh toán được thao túng. Loại tội phạm này có thể xảy ra dưới nhiều hình thức khác nhau, khiến nó trở thành một công thức phức tạp và đa diện đối với các doanh nghiệp.

Có thể hiểu, gian lận thương mại điện tử (e-commerce fraud) là bất kỳ hoạt động lừa đảo, dối trá nào diễn ra trong các giao dịch trực tuyến nhằm mục đích chiếm đoạt tài sản, thông tin hoặc thu lợi bất chính. Hành vi này có thể do tội phạm mạng thực hiện đối với nhà bán lẻ, hoặc do người bán không uy tín lừa dối người tiêu dùng trên không gian số. Gian lận thương mại điện tử là một hình thức phạm tội xảy ra trong các giao dịch trực tuyến của khách hàng. Các đối tượng xấu thực hiện các hành vi lừa đảo doanh nghiệp và khách hàng để giành quyền truy cập trái phép vào thông tin cá nhân và tài chính, thực hiện giao dịch ảo trên môi trường số hoặc sử dụng môi trường bán lẻ trực tuyến nhằm trục lợi. Hành vi phạm tội này có thể gây ra thiệt hại lớn về tài chính cho cả doanh nghiệp và khách hàng, cũng như gây tổn hại đến uy tín của doanh nghiệp và ngành nghề liên quan.

2.2. Nhận diện hành vi gian lận thương mại điện tử nổi bật ở nước ta hiện nay

Tội phạm gian lận thương mại điện tử diễn ra dưới nhiều thủ đoạn tinh vi và phức tạp, cụ thể dưới một số dạng phổ biến như:

- Hành vi gian lận nhằm vào người tiêu dùng thông qua các giao dịch mua bán trên môi trường số. Trên các sàn thương mại điện tử lớn như Shopee, Lazada, TikTok Shop hay Amazon, kẻ gian liên tục thay đổi phương thức để khai thác lòng tin, sự thiếu thông tin và tâm lý ham rẻ của người mua. Các hành vi gian lận nhắm vào người mua vô cùng đa dạng, từ việc can thiệp vào hàng hóa vật lý cho đến lừa đảo công nghệ cao. Ví dụ: thủ đoạn lừa đảo giao hàng COD “khống” (unsolicited COD/phantom package). Đây là một trong những chiêu trò phổ biến nhất hiện nay tại các nước đang phát triển, nơi hình thức thanh toán khi nhận hàng (COD) vẫn chiếm ưu thế. Kẻ gian bằng cách nào đó có được thông tin cá nhân của người dùng (tên, số điện thoại, địa chỉ) từ các nguồn rò rỉ dữ liệu hoặc các đơn hàng cũ. Chúng tự gửi một gói hàng giá trị rất thấp (như ốp lưng điện thoại rẻ tiền, khẩu trang, hoặc thậm chí là hộp rỗng) đến địa chỉ của nạn nhân với số tiền thu hộ COD dao động từ vài chục đến vài trăm nghìn đồng. Tội phạm thường chọn thời điểm người mua không có nhà, người nhận thay (bố mẹ, người giúp việc, bảo vệ) không nắm rõ thông tin đơn hàng nên dễ dàng trả tiền hộ.

- Hành vi gian lận hướng đến mục tiêu là người bán hàng và các doanh nghiệp trên sàn thương mại điện tử. Thực tiễn hiện nay cho thấy, người bán hàng và các doanh nghiệp mới chính là những đối

tượng chịu tổn thất nặng nề và khó khôi phục dòng tiền nhất khi bị các hoạt động gian lận tấn công, khi bị xâm phạm các doanh nghiệp cũng như người bán rất khó thu hồi dòng tiền bị lừa đảo. Có thể kể đến một số thủ đoạn tiêu biểu như: gian lận từ hành vi hoàn hàng, trả hàng; gian lận từ hành vi giả mạo nhà bán, doanh nghiệp bán hàng để trục lợi từ người mua; hoặc có nhiều trường hợp do chính các doanh nghiệp tự mua đánh giá tích cực ảo để lừa dối người tiêu dùng về chất lượng sản phẩm. Mặc dù hành vi gian lận trong trường hợp này là do doanh nghiệp làm nhưng nó cũng gây ảnh hưởng trực tiếp đến quyết định mua hàng của khách hàng thực, làm giảm sút niềm tin của khách hàng đối với các doanh nghiệp, giảm doanh thu gây khó khăn trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, từ đó tạo nên môi trường cạnh tranh không lành mạnh cho các doanh nghiệp chân chính.

- Hành vi gian lận thương mại từ bên thứ ba như các bên cung cấp dịch vụ logistic hoặc từ các nền tảng quảng cáo. Sự phát triển của công nghệ đã sinh ra những phương thức gian lận nhằm trực tiếp vào hệ thống vận hành trực tuyến của doanh nghiệp. Nổi bật là hành vi gian lận thông qua các hoạt động bua chính và vận chuyển và logistics (Radial, (n.d.)). Đối với hành vi này việc truy xuất nguồn gốc của hàng hoá gặp rất nhiều khó khăn. Bên cạnh đó, với khả năng che giấu thông tin cao trong môi trường điện tử, đã khiến cho hoạt động vận chuyển và lưu trữ thành “vùng tối” của gian lận thương mại điện tử. Một thủ đoạn phổ biến nữa mà tội phạm khai thác trên với các nền tảng quảng cáo. Với hành vi này, tội phạm thường sử dụng bot hoặc “trại click” (click farm) để tạo ra các lượt nhấp chuột hoặc diễn biến mẫu ảo, buộc doanh nghiệp phải trả tiền quảng cáo mà không mang lại doanh thu thực tế. Hoặc sử dụng phần mềm tự động (bot) với tốc độ tính bằng mili-giây để vét toàn bộ mã giảm giá, voucher, vé sự kiện, hoặc các sản phẩm giới hạn sau đó, chúng bán lại trên thị trường chợ đen với giá cắt cổ. Trong các trường hợp này khách hàng thật sự không thể tiếp cận chương trình khuyến mãi, và gây thiệt hại tài chính trực tiếp và cực kỳ lớn chỉ qua một vài giao dịch cho doanh nghiệp, và rất khó để thu hồi tiền do dòng tiền thường được chuyển ra nước ngoài hoặc đổi sang tiền điện tử.

2.3. Tình hình tội phạm gian lận thương mại trên không gian mạng và những bất cập, hạn chế của hệ thống pháp lý ở nước ta hiện nay

2.3.1. Tình hình tội phạm gian lận thương mại trên không gian mạng hiện nay

Hiện nay, hành vi gian lận thương mại trên môi trường số hiện nay đang được coi là vấn nạn đối với nền kinh tế số. Hoạt động gian lận được các nhóm tội phạm thực hiện dưới nhiều phương thức, thủ đoạn tinh vi đã và đang xâm phạm trực tiếp đến trật tự quản lý hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa; xâm phạm quyền tác giả, quyền sở hữu công nghiệp, quyền và lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân... Theo báo cáo từ Cục A05, trong nhiều hoạt động truy quét, các lực lượng chức năng đã phát hiện nhiều kho hàng với diện tích rất lớn được đặt tại các tỉnh như Hà Nội, Hưng Yên, Bắc Giang, Lào Cai... trong đó có rất nhiều mẫu mã sản phẩm hàng hoá không rõ nguồn gốc, xuất xứ. Đặc biệt, rất nhiều mặt hàng có dấu hiệu giả mạo nhãn hiệu của nhiều thương hiệu lớn như: Nike, Adidas, Gucci, Nano J.Plus... Nhiều mặt hàng có giá trị cao, được các nhóm đối tượng trực tiếp tiến hành tổ chức sản xuất và đăng bán công khai thông qua mạng xã hội (Nhóm phóng viên Thời sự, 2019).

Theo thống kê của các lực lượng chức năng, trong giai đoạn 2020–2025, mỗi năm cả nước phát hiện và xử lý từ gần 120.000 đến hơn 190.000 vụ buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả. Trong đó, các hành vi gian lận thương mại chiếm tỷ trọng rất lớn, từ khoảng 79% đến gần 88% tổng số vụ việc (Thu Trang, 2026). Số liệu của Ban Chỉ đạo quốc gia phòng, chống gian lận thương mại và hàng giả cho thấy, trong 4 tháng đầu năm 2026, lực lượng chức năng trên cả nước đã bắt giữ, xử lý 43.970 vụ vi phạm liên quan đến buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả, tăng gần 32% so với cùng kỳ năm 2025 (Trang Anh, 2026). Trong 6 tháng đầu năm 2026, riêng lĩnh vực thương mại điện tử, lực lượng Quản lý thị trường đã kiểm tra và xử lý 424 vụ việc vi phạm, xử phạt khoảng 7,9 tỷ đồng. Điển hình, là các hành vi vi phạm phổ biến như: không thông báo trên website hoặc ứng dụng bán hàng theo quy định, không công khai, minh bạch đầy đủ thông tin về chủ thể kinh doanh, hoặc kinh doanh mặt hàng là hàng hoá không rõ nguồn gốc xuất xứ (Tuấn Ngọc, 2026).

2.3.2. Những khó khăn, hạn chế trong đấu tranh phòng chống tội phạm gian lận thương mại điện tử ở Việt Nam hiện nay

Đấu tranh phòng chống gian lận thương mại điện tử ở Việt Nam gặp nhiều thách thức do môi trường không gian mạng có tính ẩn danh cao, xuyên biên giới và thay đổi liên tục. Các thủ đoạn tinh vi, sự liên kết phân tán, cùng công tác quản lý chưa theo kịp tốc độ bùng nổ công nghệ là những rào cản lớn nhất hiện nay. Có thể kể đến một số khó khăn, hạn chế nổi bật như:

- *Hành lang pháp lý và chế tài chưa bắt kịp thực tiễn.* Luật Thương mại điện tử số 122/2025/QH15¹ đã được thông qua nhằm kiểm soát tốt hơn hoạt động quản lý của Nhà nước. Song, thực tiễn cho thấy các quy định hiện hành và việc tổ chức thực thi vẫn bộc lộ nhiều khoảng trống nghiêm trọng. Trong khi đó, tội phạm sử dụng công nghệ cao hiện nay ngày càng phát triển mạnh mẽ và liên tục biến đổi các phương thức, thủ đoạn phạm tội. Các quy định trước đây chủ yếu tập trung vào các sàn thương mại điện tử truyền thống (Shopee, Lazada, Tiki), bỏ quên nhóm cá nhân kinh doanh trên mạng xã hội (Facebook, TikTok, YouTube). Người bán chỉ cần dùng điện thoại để quay video, đăng hình ảnh thậm chí là livestream trực tiếp là có thể tiếp cận hàng trăm triệu khách hàng mà không cần phải đăng ký kinh doanh. Việc xác định biên giới giữa quảng cáo sai sự thật, hàng nhái, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ và hàng giả trên không gian mạng còn chông chéo giữa Luật Thương mại điện tử và pháp luật chuyên ngành. Điều này tạo kẽ hở cho các doanh nghiệp tự công bố chất lượng để bán các mặt hàng nguy hại như sữa giả hay thực phẩm chức năng kém chất lượng (Khắc Hạnh, 2026).

Mặt khác, Bộ luật Hình sự hiện nay chỉ quy định các cấu thành tội phạm (như Tội buôn lậu, Tội sản xuất, buôn bán hàng giả,...) dựa trên giá trị tang vật khi được thu giữ trực tiếp. Trong khi đó, các đầu mối cung cấp hàng hóa trên các sàn thương mại điện tử thường xé lẻ hàng hóa tại hàng chục kho hàng siêu nhỏ hoặc chỉ bán qua trung gian nhận gửi hàng (dropshipping), khiến tổng giá trị tang vật bị bắt quả tang tại một thời điểm chưa đủ định lượng để khởi tố hình (Bảo Trân, 2025). Hiện nay, pháp luật cũng đang bỏ ngỏ về trách nhiệm pháp lý khi có yêu cầu về việc ngăn chặn, gỡ bỏ nội dung liên quan đến hành vi buôn lậu, buôn bán hàng cấm của các nền tảng kinh doanh công nghệ, các sàn thương mại điện tử và đặc biệt là các hoạt động trên mạng xã hội. Việc thiếu quy định cụ thể trong luật đã gây ra nhiều khó khăn cho công tác xử lý của các lực lượng chức năng khi truy quét tội phạm, làm giảm hiệu quả đấu tranh đối với nhóm tội phạm này.

Quy trình thu thập, niêm phong và công nhận chứng cứ điện tử (tin nhắn, lịch sử giao dịch, ảnh chụp màn hình) phục vụ điều tra hình sự còn rất phức tạp, dễ bị đối tượng xóa dấu vết trong vài giây. Mặc dù đã có quy định về chứng cứ điện tử nhưng việc thực hiện trong thực tế còn gặp rất nhiều khó khăn và bất cập, nhất là trong hoạt động truy vết, thu thập chứng cứ điện tử với các giao dịch xuyên biên giới, hay các hoạt động gian lận có sử dụng ví điện tử không định danh hoặc tiền mã hóa (Nguyễn Phi Hùng, 2026).

- *Tính ẩn danh và xuyên biên giới của không gian mạng:* Tính ẩn danh và tính xuyên biên giới là hai vũ khí công nghệ cốt lõi giúp tội phạm gian lận thương mại điện tử dễ dàng thiết lập "ma trận" lừa đảo, xóa dấu vết và né tránh sự can thiệp của pháp luật. Sự lỏng lẻo trong xác thực người dùng trên các nền tảng mạng xã hội và dịch vụ số tạo điều kiện cho tội phạm ẩn mình qua nhiều lớp. Nhiều đường dây bán hàng lậu, hàng giả quy mô lớn thiết lập trung tâm điều hành hoặc hệ thống máy chủ tại các vùng biên giới (như khu vực Tam giác vàng, Campuchia, Myanmar) nhưng đích nhắm là người tiêu dùng Việt Nam. Tại Việt Nam, chúng chỉ thuê các kho hàng dịch vụ nhỏ lẻ để thực hiện đóng gói ký gửi (dropshipping) thông qua các đơn vị chuyển phát nhanh (Nhất Định Được (2026)).

- *Hoạt động phối hợp giữa các cơ quan có thẩm quyền và năng lực chuyên môn chưa đáp ứng được yêu cầu của công cuộc đấu tranh phòng chống tội phạm gian lận thương mại điện tử trên môi trường mạng hiện nay.* Việc trao đổi thông tin giữa các lực lượng chức năng như Công an, Quản lý thị trường, Thuế, Hải quan và Bộ Công Thương vẫn còn mang tính hình thức, chưa tạo thành sức mạnh tổng hợp để xử lý các đường dây tội

1) Quốc hội (2025). Luật Thương mại điện tử số 122/2025/QH15. <https://vanban.chinhphu.vn/?pageid=27160&docid=216503&classid=1&typegroupid=3>.

phạm có tổ chức. Nhiều vụ việc buôn bán hàng giả quy mô lớn bị phát hiện muộn do các cơ quan chưa chia sẻ dữ liệu giao dịch, lưu chuyển tài chính hoặc thông tin vận chuyển kịp thời, khiến đối tượng có cơ hội tiêu thụ hàng hóa vi phạm trên nhiều nền tảng trước khi bị xử lý. Bên cạnh đó, sự chống chọi chức năng giữa các ngành cũng tạo ra “vùng trống” quản lý. Các hành vi gian lận trên không gian mạng thường liên quan đến nhiều lĩnh vực, từ an ninh mạng, vi phạm sở hữu trí tuệ đến trốn thuế, buôn lậu xuyên biên giới, đòi hỏi sự phối hợp đồng bộ từ lúc phát hiện đến khởi tố, xử lý. Nhưng trên thực tế, nhiều vụ việc bị kéo dài do thiếu cơ chế phân định trách nhiệm rõ ràng, dẫn đến tình trạng “đùn đẩy” giữa các cơ quan, tạo kẽ hở để các đường dây tội phạm hoạt động dai dẳng. Số lượng nhân sự vừa giỏi nghiệp vụ, vừa có khả năng phân tích dữ liệu mạng, giải mã thuật toán bóc tách dòng tiền, hoặc rà vết dữ liệu số còn rất mỏng. Việc thu thập và lưu trữ chứng cứ số (Digital Forensics) chưa có hệ thống chuẩn hóa, dẫn đến việc chứng cứ dễ bị đối tượng xóa sạch trước khi cơ quan chức năng tiếp cận (Nhóm phóng viên Thời sự, 2019).

- *Nhận thức và thói quen của người tiêu dùng*: Nhận thức và thói quen của người tiêu dùng hiện nay được xem là nguyên nhân chủ yếu mà nhóm tội phạm này khai thác và là mảnh đất màu mỡ để tội phạm gian lận thương mại điện tử khai thác. Sự thiếu cảnh giác, tâm lý chủ quan cùng các thói quen mua sắm sai lầm vô tình tiếp tay và nuôi sống các đường dây buôn bán hàng giả, lừa đảo trực tuyến. Người tiêu dùng dễ bị cuốn vào hiệu ứng đám đông trong các phiên livestream trên TikTok, Facebook. Người mua thường chọn giao dịch trực tiếp qua tin nhắn cá nhân (nhắn tin qua Zalo, Facebook Messenger) thay vì đặt qua giỏ hàng của các sàn TMĐT uy tín (nơi có chính sách bảo vệ người mua). Khi xảy ra lừa đảo, các kênh này không có cơ chế trung gian để phân xử hay hoàn tiền. Bên cạnh đó, việc người mua ít có thói quen lấy hóa đơn, chứng từ hoặc lưu lại bằng chứng giao dịch gây trở ngại lớn cho việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và điều tra xử lý.

2.4. Một số kiến nghị, giải pháp

Từ những đánh giá, phân tích về khó khăn, hạn chế trên đây, nhằm nâng cao hiệu quả công tác phòng ngừa, đấu tranh với hoạt động gian lận thương mại trên không gian mạng, tác giả đề xuất một số giải pháp như sau:

Một là, cần hoàn thiện pháp luật và đổi mới cơ chế quản lý đối với hoạt động kinh doanh thương mại trên môi trường điện tử. Đây là yêu cầu cấp bách hàng đầu trong bối cảnh chuyển đổi số toàn diện và hội nhập kinh tế quốc tế của nước ta hiện nay. Trước hết cần rà soát, bổ sung nhằm hoàn thiện các quy định pháp luật về quản lý hoạt động thương mại điện tử. Đồng thời, cũng cần có các chế tài quy định cụ thể trách nhiệm của các nền tảng công nghệ trong việc kiểm soát nội dung và xử lý tài khoản vi phạm.

Hai là, hoạt động giám sát và điều tra cần được đầu tư các ứng dụng công nghệ hiện đại, các giải pháp hỗ trợ, trong đó ứng dụng công nghệ số. Để đối phó với các thủ đoạn tinh vi, ẩn danh của tội phạm công nghệ cao, việc ứng dụng các giải pháp công nghệ hiện đại được xem là yếu tố quyết định giúp lực lượng chức năng chuyển từ thế “chạy theo xử lý” sang “chủ động quét và chặn đứng” gian lận thương mại điện tử. Có thể áp dụng một số giải pháp như: ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) và học máy (Machine Learning), triển khai công nghệ phân tích dữ liệu lớn (Big Data), phát triển các công cụ điều tra số (Digital Forensics), sử dụng công nghệ blockchain trong truy vết và lưu trữ giao dịch, tăng cường hệ thống cảnh báo sớm và giám sát tự động, xây dựng trung tâm điều phối và phân tích công nghệ cao

Ba là, cần tăng cường đào tạo năng lực chuyên môn cho đội ngũ cán bộ, cập nhật thường xuyên các thủ đoạn gian lận mới để xử lý vi phạm kịp thời. Đây là nhiệm vụ cấp bách giúp đội ngũ cán bộ xử lý vi phạm kịp thời, nâng cao hiệu quả quản lý, bảo đảm kỷ luật và sự minh bạch trong thực thi công vụ. Cần mở các lớp bồi dưỡng ngắn hạn, các lớp tập huấn nhằm cập nhật tình hình thực tế cho các cán bộ tuyến đầu. Mời các chuyên gia ngành hoặc cán bộ điều tra giàu kinh nghiệm để chia sẻ, cập nhật các xu hướng gian lận công nghệ cao (Deepfake, AI, giả mạo sinh trắc học), tài liệu hướng dẫn nhận diện vi phạm giữa các cơ quan, đơn vị. Làm tốt công tác đánh giá năng lực thực tế, xử lý nghiêm cán bộ lơ là và khen thưởng đối với cán bộ có phát hiện giỏi, có năng lực chuyên môn tốt.

Bốn là, cần tăng cường phối hợp liên ngành giữa các ngành và các cơ quan trong đấu tranh chống gian lận thương mại điện tử. Theo đó, các cơ quan quản lý cần xây dựng một cơ chế hợp tác chặt chẽ, chia

sẽ dữ liệu theo thời gian thực và phản ứng nhanh. Bởi, thương mại điện tử có tính chất xuyên biên giới khá phổ biến, tính ẩn danh và tốc độ giao dịch cực nhanh, do đó một cơ quan đơn lẻ không thể xử lý triệt để mà cần sự phối hợp của nhiều ngành như Bộ công an, Bộ công thương, Bộ tài chính,... Để việc phối hợp đạt hiệu quả, cần xây dựng hệ thống chia sẻ dữ liệu dùng chung nhằm kết nối cơ sở dữ liệu dân cư với cơ sở dữ liệu mã số thuế, số điện thoại, tài khoản ngân hàng và tài khoản sàn thương mại điện tử. Trong trường hợp phát hiện một đối tượng gian lận bị chặn ở sàn này sẽ tự động cảnh báo trên toàn hệ thống.

Năm là, đẩy mạnh tuyên truyền, nâng cao nhận thức của người tiêu dùng là giải pháp hiệu quả trong công tác đấu tranh đối với hành vi gian lận thương mại điện tử. Khi người tiêu dùng có đủ bộ lọc kiến thức, họ sẽ trở thành lá chắn đầu tiên ngăn chặn các hành vi lừa đảo. Cần đẩy mạnh công tác thông tin, tuyên truyền vận động các doanh nghiệp, cơ sở kinh doanh ký cam kết không kinh doanh hàng giả; hàng cấm, hàng nhập lậu, hàng hoá không rõ nguồn gốc xuất xứ, hàng hóa xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ. Tiếp tục đẩy mạnh công tác tuyên truyền, phổ biến pháp luật nhằm nâng cao nhận thức, trách nhiệm của cán bộ, công chức và Nhân dân trong công tác đấu tranh chống các hành vi gian lận thương mại với nội dung, hình thức đa dạng, phù hợp, dễ tiếp cận. Tạo sự lan tỏa sâu rộng, giúp mỗi cán bộ, công chức và người dân nhận thức đầy đủ quyền lợi, nghĩa vụ của mình, từ đó tích cực tham gia đấu tranh, tố giác các hành vi vi phạm.

3. Kết luận

Trước những phương thức thủ đoạn của các đối tượng buôn lậu, gian lận thương mại, hàng giả và các loại tội phạm ngày càng tinh vi cùng với việc gia tăng của tội phạm kinh tế. Mặc dù, công tác phòng chống các hành vi gian lận thương mại hiện nay ở nước ta đã đạt được kết quả đáng ghi nhận, tuy nhiên vẫn cần phải có những biện pháp quyết liệt hơn nữa nhất là trong bối cảnh gian lận thương mại ngày càng mang tính quốc tế. Chúng ta cần quan tâm hơn nữa đến công tác quản lý cán bộ, tăng cường công tác phối hợp cùng với đó tiếp tục đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính trên mọi lĩnh vực, ứng dụng chuyển đổi số nâng cao năng lực cạnh tranh... Tiếp tục xây dựng, hoàn thiện thể chế trong công tác đấu tranh chống buôn lậu, gian lận thương mại, hàng giả với những giải pháp đồng bộ, ứng xử hợp lý trong bình diện chung để từ đó triển khai hoạt động phòng, chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả theo hướng hiệu quả nhất./

Tài liệu tham khảo

- Bảo Trân (2025). Khó kiểm soát buôn lậu và gian lận trên thương mại điện tử. *Tạp chí Kinh tế - Tài chính*. <https://thuehaiquan.tapchikinhjetaichinh.vn/kho-kiem-soat-buon-lau-va-gian-lan-tren-thuong-mai-dien-tu-88977.html>.
- Khắc Hạnh (2026). Làm rõ khái niệm “hàng giả” trong cuộc chiến chống gian lận thương mại. *Báo Đại Đoàn Kết*. <https://daidoanket.vn/lam-ro-khai-niem-hang-gia-trong-cuoc-chien-chong-gian-lan-thuong-mai.html>.
- Nhất Định Được (2026). Siết chặt kiểm soát, triệt tiêu nguy cơ “điểm nóng” buôn lậu. *Công an Thành phố Hồ Chí Minh*. https://congan.com.vn/an-ninh-kinh-te/siet-chat-kiem-soat-triet-tieu-nguy-co-diem-nong-buon-lau_192258.html.
- Nhóm phóng viên Thời sự (2019). Nâng cao hiệu quả công tác chống buôn lậu, hàng giả, gian lận thương mại trong hội nhập. *Báo Công thương*. https://congthuong.vn/nang-cao-hieu-qua-cong-tac-chong-buon-lau-hang-gia-gian-lan-thuong-mai-trong-hoi-nhap-116539.html#google_vignette.
- Nguyễn Phi Hùng (2026), *Thu thập chứng cứ điện tử trong tố tụng hình sự - Một số bất cập và kiến nghị hoàn thiện*. *Tạp chí Dân chủ & Pháp luật*. <https://danchuphapluat.vn/thu-thap-chung-cu-dien-tu-trong-to-tung-hinh-su-mot-so-bat-cap-va-kiem-nghi-hoan-thien-8648-8648.html>.
- Radial. (n.d.). *Types of eCommerce fraud*. <https://www.radial.com/types-of-ecommerce-fraud>.
- Thu Trang (2026). Gian lận thương mại trên không gian mạng: Tăng cường giải pháp ngăn chặn. *Tạp chí Thương hiệu và Công luận*. <https://thuonghieucongluan.com.vn/gian-lan-thuong-mai-tren-khong-gian-mang-tang-cuong-giai-phap-ngan-chan-a299225.html>.
- Tiểu Bảo (2026). Cảnh giác thủ đoạn giả mạo doanh nghiệp bưu chính, chuyển phát để lừa đảo chiếm đoạt tài sản. *Cổng thông tin điện tử Công an tỉnh Vĩnh Long*. <https://congan.vinhlong.gov.vn/canh-bao-phuong-thuc-thu-thu-doan-cua-toi-pham/canh-giac-thu-doan-gia-mao-doanh-nghiep-buu-chinh-chuyen-phat-de-lua-dao-chiem-doat-tai-san-423.html>.
- Thanh Hương (2002) *Từ điển Tiếng Việt*, NXB Thanh niên.
- Trang Anh (2026). AI tiếp tay cho gian lận thương mại tinh vi hơn. *Tạp chí Kinh tế - Tài chính*. <https://thuehaiquan.tapchikinhjetaichinh.vn/ai-tiep-tay-cho-gian-lan-thuong-mai-tinh-vi-hon-156167.html>.
- Tuấn Ngọc (2026). Ban Chỉ đạo 389 Bộ Công Thương: Buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả vẫn phức tạp. *Tạp chí Thương hiệu và Công luận*. <https://thuonghieucongluan.com.vn/ban-chi-dao-389-bo-cong-thuong-buon-lau-gian-lan-thuong-mai-va-hang-gia-van-phuc-tap-a324866.html>.