

LUẬT THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ 2025: NHỮNG ĐỔI MỚI TRONG KHUNG PHÁP LÝ ĐIỀU CHỈNH HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

TRẦN LÊ THU TRANG
Khoa Hàng hải, Trường Đại học Hàng hải Việt Nam

Nhận bài ngày 22/4/2026. Sửa chữa xong 20/5/2026. Duyệt đăng 25/5/2026.

Abstract

This article focuses on analyzing the prominent innovations of the Law on Electronic Commerce 2025, including the legal classification of e-commerce platform models; seller identification mechanisms; regulation of livestream sales activities and affiliate marketing; enhanced control over cross-border e-commerce activities; promotion of private sector development associated with innovation; and the orientation toward green and sustainable e-commerce development. On that basis, this article evaluates the significance of these new provisions in improving the legal framework for e-commerce, while also assessing their implications and impacts on e-commerce activities in Vietnam today.

Keywords: Affiliate marketing, electronic commerce, electronic commerce platform, livestream selling.

1. Đặt vấn đề

Thương mại điện tử (TMĐT) Việt Nam được đánh giá là một trong những thị trường năng động nhất khu vực. Theo các tổ chức nghiên cứu quốc tế, Việt Nam đứng thứ 3 Đông Nam Á về quy mô (năm 2024) và đứng thứ 5 thế giới về tốc độ tăng trưởng TMĐT (năm 2022). Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số (Bộ Công thương) nhấn mạnh, TMĐT đã trở thành trụ cột của hệ thống phân phối hiện đại. Với tốc độ tăng trưởng bình quân 25%/năm, quy mô bán lẻ TMĐT năm 2025 ước đạt 31 tỷ USD, chiếm 11% tổng mức bán lẻ hàng hóa, với khoảng 60% dân số tham gia mua sắm trực tuyến (Nguyễn Phương, 2026). Thị trường này đang tái định hình sâu sắc phương thức kinh doanh của doanh nghiệp và thói quen tiêu dùng của người dân. TMĐT ngày càng trở thành một động lực quan trọng của kinh tế số, tác động sâu rộng đến phương thức sản xuất, phân phối và tiêu dùng.

Tuy nhiên, cùng với sự phát triển mạnh mẽ của TMĐT, nhiều vấn đề pháp lý mới cũng phát sinh ngày càng phức tạp như kinh doanh hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng trên nền tảng số; gian lận thương mại; xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ; thất thu thuế; lộ dữ liệu cá nhân; quảng cáo sai sự thật; lợi dụng livestream và mạng xã hội để thực hiện hành vi kinh doanh trái pháp luật. Đặc biệt, sự xuất hiện của các mô hình kinh doanh mới như nền tảng số tích hợp, tiếp thị liên kết, bán hàng qua livestream hay TMĐT xuyên biên giới đã vượt ra ngoài phạm vi điều chỉnh của các quy định pháp luật hiện hành.

Trong thời gian dài, hoạt động TMĐT ở Việt Nam chủ yếu được điều chỉnh bởi Luật Thương mại năm 2005 cùng các văn bản dưới luật như Nghị định 52/2013/NĐ-CP (được sửa đổi, bổ sung bởi Nghị định 85/2021/NĐ-CP); Nghị định 117/2025/NĐ-CP; Nghị định 98/2020/NĐ-CP (được sửa đổi, bổ sung bởi Nghị định 17/2022/NĐ-CP) và nhiều văn bản pháp luật chuyên ngành khác. Trong khi thực tiễn phát sinh nhiều mô hình kinh doanh mới, phức tạp, hệ thống quy định này bộc lộ những hạn chế nhất định như thiếu tính thống nhất, chưa theo kịp tốc độ phát triển của công nghệ, tạo ra những vùng xám pháp lý, từ đó đặt ra yêu cầu cấp thiết phải ban hành một đạo luật chuyên ngành.

Xuất phát từ yêu cầu đó, Luật Thương mại điện tử năm 2025 được ban hành nhằm xây dựng một cơ chế pháp lý thống nhất, đồng bộ và hiện đại cho hoạt động TMĐT tại Việt Nam, đáp ứng yêu cầu quản

Email: trangnh.ksp@vnu.edu.vn

lý nhà nước, bảo vệ người tiêu dùng và thúc đẩy phát triển bền vững thị trường TMĐT trong bối cảnh hội nhập quốc tế và chuyển đổi số toàn diện.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Định nghĩa về thương mại điện tử

Thương mại điện tử (e-commerce) được hiểu là phương thức tiến hành các giao dịch thương mại thông qua các phương tiện điện tử và hệ thống kết nối mạng. Sự hình thành của TMĐT từ gắn liền với quá trình phát triển của công nghệ thông tin và truyền thông trong nền kinh tế hiện đại. Trên thế giới, những biểu hiện sơ khai của TMĐT đã xuất hiện từ cuối những năm 1960 thông qua các hình thức giao dịch điện tử đơn giản như thanh toán bằng thẻ tín dụng hay sử dụng máy rút tiền tự động (ATM) trong hoạt động ngân hàng. Tuy nhiên, TMĐT chỉ thực sự phát triển mạnh mẽ với sự ra đời của internet vào thập niên 90. Tại Việt Nam, internet bắt đầu được đưa vào sử dụng từ năm 1997. Đến khoảng năm 2003, khái niệm TMĐT dần được biết đến tại Việt Nam như một phương thức kinh doanh mới. Trải qua quá trình phát triển, hình thức thương mại này đã trở thành một bộ phận quan trọng của nền kinh tế Việt Nam.

Theo các nhà nghiên cứu, thương mại điện tử đề cập đến “bất kỳ hình thức giao dịch kinh doanh nào mà trong đó các bên tương tác bằng công nghệ điện tử, thông qua các website hay những phần mềm ứng dụng thay vì trao đổi vật chất hoặc trực tiếp tiếp xúc cơ thể” (Anjali Gupta, 2014).

Tại Việt Nam, với quan niệm tương tự như thông lệ quốc tế khái niệm TMĐT được ghi nhận tại Khoản 1 Điều 3 Nghị định số 52/2013/NĐ-CP: “Hoạt động thương mại điện tử 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”.

Kế thừa và phát triển quan điểm này, khoản 1 Điều 3 Luật Thương mại điện tử năm 2025 quy định: “Hoạt động thương mại điện tử là hoạt động thương mại được tiến hành một phần hoặc toàn bộ trên môi trường điện tử.” So với quy định trước đây, định nghĩa mới có phạm vi khái quát rộng hơn, phản ánh đầy đủ hơn bản chất của hoạt động thương mại trong môi trường số và phù hợp với xu hướng phát triển của công nghệ hiện đại.

2.2. Những đổi mới trong khung pháp lý theo Luật Thương mại điện tử năm 2025

2.2.1 Định vị pháp lý rõ ràng các mô hình nền tảng thương mại điện tử

Một trong những điểm mới quan trọng của Luật Thương mại điện tử năm 2025 là lần đầu tiên xác lập cơ chế phân loại và định vị pháp lý đối với các mô hình nền tảng TMĐT. Đây được xem là bước tiến quan trọng nhằm khắc phục khoảng trống pháp lý tồn tại trong thời gian dài khi nhiều mô hình kinh doanh số mới phát sinh nhưng chưa được điều chỉnh rõ ràng. Theo quy định của Luật, nền tảng TMĐT được định nghĩa là nền tảng số được thiết lập để thực hiện hoạt động TMĐT. Theo đó, khoản 3,4,5,6 Điều 3 Luật Thương mại điện tử 2025 đã chia các nền tảng TMĐT thành 04 loại theo mô hình hoạt động gồm: nền tảng TMĐT kinh doanh trực tiếp, nền tảng TMĐT trung gian, mạng xã hội có hoạt động TMĐT và nền tảng TMĐT tích hợp.

Việc phân loại này có ý nghĩa đặc biệt quan trọng bởi mỗi loại nền tảng có vai trò, mức độ can thiệp và khả năng kiểm soát giao dịch khác nhau, từ đó tạo cơ sở pháp lý để xác định rõ trách nhiệm tương ứng của từng chủ thể, chấm dứt tình trạng một số mô hình TMĐT “đứng ngoài” quản lý. Trước đây, nhiều nền tảng số thường viện dẫn lý do chỉ “cung cấp không gian trung gian” để hạn chế trách nhiệm đối với hoạt động kinh doanh diễn ra trên nền tảng của mình. Điều này dẫn đến tình trạng khó xác định trách nhiệm pháp lý khi phát sinh hành vi vi phạm như bán hàng giả, quảng cáo sai sự thật hay xâm phạm quyền lợi người tiêu dùng.

Đáng chú ý, Luật đã chính thức quy định mạng xã hội có hoạt động TMĐT là một loại hình nền tảng TMĐT, xác định đây là một loại hình nền tảng riêng, độc lập, được thiết kế hệ thống có nghĩa vụ phù hợp với tính chất hoạt động, không áp dụng máy móc các quy định như đối với nền tảng TMĐT trung gian, nhưng vẫn bảo đảm không tạo ra khoảng trống trách nhiệm, đặc biệt trong quản lý nội dung kinh

doanh, phối hợp xử lý vi phạm và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Đây là quy định có ý nghĩa thực tiễn lớn bởi hoạt động kinh doanh qua mạng xã hội hiện nay đang phát triển rất mạnh nhưng trước đây chưa có cơ chế quản lý phù hợp. Việc xác định rõ địa vị pháp lý của mô hình này giúp hạn chế tình trạng “né tránh trách nhiệm” của các nền tảng mạng xã hội trong hoạt động kinh doanh trực tuyến.

Bên cạnh việc phân loại nền tảng, Luật còn quy định nhiều nghĩa vụ pháp lý mới đối với chủ quản nền tảng TMĐT như minh bạch thông tin hàng hóa, nhãn mác, chất lượng; phối hợp với cơ quan quản lý nhà nước khi phát hiện vi phạm; chủ động kiểm soát rủi ro và gỡ bỏ kịp thời các nội dung sai phạm. Đặc biệt, lần đầu tiên pháp luật yêu cầu lưu trữ dữ liệu giao dịch tối thiểu 3 năm, kể cả trong trường hợp gian hàng đã ngừng hoạt động. Đây được xem là điều kiện bắt buộc để phục vụ công tác thanh tra, đối soát và giải quyết tranh chấp. Quy định này cho thấy xu hướng chuyển từ mô hình “quản lý hậu kiểm” sang cơ chế “đồng quản lý trách nhiệm” giữa Nhà nước và các nền tảng số.

2.2.2. Hoàn thiện cơ chế định danh người bán trên sàn thương mại điện tử

Một trong những nguyên nhân khiến thị trường TMĐT tồn tại nhiều hành vi vi phạm trong thời gian qua là tình trạng người bán ẩn danh hoặc sử dụng thông tin không chính xác để thực hiện hoạt động kinh doanh trực tuyến. Điều này gây khó khăn cho hoạt động quản lý nhà nước, truy vết vi phạm và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Để khắc phục tình trạng trên, Luật Thương mại điện tử 2025 đã đặt ra yêu cầu định danh/xác thực người bán (cả trong nước và nước ngoài), siết kỷ luật thị trường và tăng khả năng truy vết trách nhiệm khi phát sinh vi phạm.

Theo quy định tại Khoản 1 Điều 17 Luật Thương mại điện tử 2025, trước khi được cho phép bán hàng trên nền tảng TMĐT trung gian, người bán phải được chủ quản nền tảng thực hiện xác thực điện tử danh tính theo quy định của Luật Thương mại điện tử và pháp luật về định danh và xác thực điện tử. Việc thực hiện xác thực điện tử theo yêu cầu của chủ quản nền tảng TMĐT phải được sự đồng ý của chủ thể danh tính điện tử thông qua việc xác nhận trên cơ sở khai thác hệ thống định danh và xác thực điện tử quốc gia (VNelD), tin nhắn SMS qua số điện thoại chính chủ hoặc các hình thức xác nhận khác theo quy định. Trường hợp người bán là tổ chức, cá nhân nước ngoài, việc xác thực danh tính được thực hiện thông qua các giấy tờ hợp pháp.

Có thể thấy, quy định này mang nhiều ý nghĩa quan trọng. Thứ nhất, việc định danh người bán trên nền tảng giúp xác định rõ chủ thể chịu trách nhiệm trong giao dịch điện tử từ đó hạn chế tình trạng hàng giả, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ hay lợi dụng nền tảng để thực hiện các hành vi vi phạm pháp luật khác. Thứ hai, việc định danh tạo điều kiện thuận lợi cho cơ quan nhà nước trong hoạt động quản lý thuế, phòng chống gian lận thương mại và xử lý vi phạm thông qua khả năng truy vết người bán. Thứ ba, quy định này góp phần nâng cao mức độ tin cậy đối với giao dịch trực tuyến và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Đặc biệt, Luật đã định hướng khai thác dữ liệu từ hệ thống định danh điện tử quốc gia và nền tảng dữ liệu dân cư nhằm hạn chế phát sinh thủ tục hành chính không cần thiết, nhưng vẫn bảo đảm công cụ quản lý hữu hiệu cho cơ quan nhà nước. Điều này thể hiện xu hướng tích hợp giữa quản lý TMĐT với hạ tầng quản trị số quốc gia.

Tuy nhiên, việc triển khai cơ chế định danh điện tử trên thực tế cũng đặt ra một số vấn đề pháp lý cần tiếp tục hoàn thiện như bảo vệ dữ liệu cá nhân, bảo đảm an toàn thông tin mạng, giới hạn phạm vi khai thác dữ liệu và trách nhiệm bảo mật của nền tảng TMĐT. Trong bối cảnh dữ liệu cá nhân ngày càng trở thành tài sản quan trọng trong thời đại công nghệ số, yêu cầu cân bằng giữa quản lý nhà nước và bảo vệ quyền riêng tư của người dùng là vấn đề cần được đặc biệt chú trọng.

2.2.3. Bổ sung quy định về livestream bán hàng và tiếp thị liên kết

Sự bùng nổ của hoạt động livestream bán hàng và tiếp thị liên kết trong thời gian gần đây đã tạo ra nguồn doanh thu rất lớn cho nền kinh tế số, đồng thời đặt ra nhiều rủi ro pháp lý liên quan đến quảng

cáo sai sự thật, hàng giả, hàng kém chất lượng và hành vi cạnh tranh không lành mạnh.

Trước thực tiễn đó, Luật Thương mại điện tử năm 2025 lần đầu tiên đưa hoạt động livestream bán hàng và tiếp thị liên kết vào phạm vi điều chỉnh. Đây là các nội dung hoàn toàn mới nhằm lấp đầy khoảng trống pháp lý.

Đối với hoạt động bán hàng qua mạng xã hội và livestream, các Điều 22, 23, 24 Luật Thương mại điện tử quy định cụ thể trách nhiệm của 3 nhóm chủ thể chịu sự điều chỉnh trực tiếp, gồm chủ sở hữu nền tảng, người bán và người trực tiếp livestream, cụ thể:

Chủ quản nền tảng có trách nhiệm xác thực danh tính người livestream bán hàng. Trường hợp người livestream bán hàng là người nước ngoài thì xác thực danh tính thông qua các giấy tờ hợp pháp. Đồng thời, thiết lập cơ chế tiếp nhận và giải quyết phản ánh, khiếu nại trong suốt quá trình livestream và lưu trữ dữ liệu hình ảnh, âm thanh theo quy định (Uyên Nhi, 2026).

Về trách nhiệm của người bán trong hoạt động livestream bán hàng, pháp luật đặt ra yêu cầu bắt buộc ngay từ giai đoạn chuẩn bị. Trước khi thực hiện livestream bán hàng, người bán có nghĩa vụ cung cấp đầy đủ cho người livestream các giấy tờ chứng minh đáp ứng điều kiện kinh doanh và giấy tờ chứng minh đáp ứng yêu cầu về chất lượng sản phẩm, hàng hóa theo quy định của pháp luật.

Đối với hàng hóa, dịch vụ thuộc trường hợp pháp luật yêu cầu phải có văn bản xác nhận nội dung quảng cáo trước khi thực hiện quảng cáo, người bán phải cung cấp văn bản xác nhận này cho chủ quản nền tảng và người livestream bán hàng trước khi tiến hành livestream. Đồng thời, nội dung bán hàng trong livestream phải phù hợp với nội dung quảng cáo đã được xác nhận. Quy định này nhằm ngăn chặn tình trạng quảng bá sai lệch, “thổi phồng” công dụng hoặc cung cấp thông tin không đúng với nội dung đã được cơ quan có thẩm quyền phê duyệt.

Về trách nhiệm của người livestream bán hàng, Luật Thương mại điện tử năm 2025 quy định tương đối cụ thể các nghĩa vụ pháp lý nhằm bảo đảm tính trung thực và hợp pháp của nội dung phát sóng. Trước hết, người livestream cũng phải cung cấp thông tin cho chủ quản nền tảng TMĐT để phục vụ việc xác thực danh tính, đây là cơ sở quan trọng để truy cứu trách nhiệm khi có vi phạm xảy ra. Trong quá trình livestream, người livestream không được cung cấp thông tin gian dối hoặc gây nhầm lẫn về công dụng, xuất xứ, chất lượng, giá cả... hàng hóa; không được sử dụng ngôn ngữ, hình ảnh, trang phục, hành vi trái đạo đức xã hội, thuần phong mỹ tục. Đối với hàng hóa, dịch vụ thuộc diện phải xác nhận nội dung quảng cáo, người livestream phải thực hiện đúng nội dung quảng cáo đã được cơ quan nhà nước có thẩm quyền xác nhận.

Đồng thời người livestream có quyền từ chối hợp tác nếu người bán không cung cấp đầy đủ thông tin các giấy tờ pháp lý theo quy định của pháp luật. Quy định này tạo cơ chế “kiểm tra chéo”, không để toàn bộ trách nhiệm dồn về một phía hoặc lợi dụng hoạt động livestream để thực hiện hành vi vi phạm pháp luật trong môi trường TMĐT.

Ngoài ra, khi phát hiện hành vi vi phạm pháp luật hoặc theo yêu cầu của cơ quan nhà nước có thẩm quyền, cả người bán và người livestream đều phải có trách nhiệm dừng hợp tác, dừng phát trực tuyến và gỡ bỏ ngay các thông tin hiển thị có nội dung vi phạm. Đây là nghĩa vụ mang tính chủ động, thể hiện trách nhiệm pháp lý trực tiếp của người bán đối với hoạt động kinh doanh do mình tổ chức hoặc phối hợp thực hiện.

Bên cạnh đó, Điều 25 Luật Thương mại điện tử quy định trách nhiệm của tổ chức, cá nhân cung cấp dịch vụ tiếp thị liên kết trong TMĐT. Theo đó, người tham gia tiếp thị liên kết phải thực hiện xác thực danh tính điện tử và chịu trách nhiệm đối với nội dung quảng bá sản phẩm, dịch vụ. Đồng thời, pháp luật nghiêm cấm việc tiếp thị liên kết đối với các nền tảng vi phạm pháp luật hoặc có nội dung trái đạo đức xã hội.

Người tiếp thị liên kết trong TMĐT cũng có trách nhiệm gỡ bỏ liên kết cho hàng hóa, dịch vụ vi phạm pháp luật hoặc theo yêu cầu của cơ quan nhà nước có thẩm quyền; cung cấp thông tin về hoạt động tiếp thị liên kết trong TMĐT theo yêu cầu của cơ quan quản lý nhà nước về TMĐT.

Có thể thấy, các quy định mới về livestream và tiếp thị liên kết phản ánh xu hướng mở rộng phạm vi

điều chỉnh của pháp luật TMĐT từ giao dịch truyền thống sang các hình thức thương mại dựa trên nền tảng mạng xã hội và kinh tế sáng tạo. Điều này góp phần hoàn thiện cơ chế bảo vệ người tiêu dùng, đồng thời xây dựng môi trường kinh doanh số minh bạch và lành mạnh hơn.

2.2.4. Tăng cường quản lý hoạt động thương mại điện tử có yếu tố nước ngoài

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và phát triển mạnh mẽ của TMĐT xuyên biên giới, nhiều nền tảng TMĐT nước ngoài đã tham gia sâu rộng vào thị trường Việt Nam. Tuy nhiên, hoạt động quản lý các nền tảng này trong thời gian qua còn gặp nhiều khó khăn do thiếu cơ chế xác định trách nhiệm pháp lý và thực thi nghĩa vụ tại Việt Nam.

Để khắc phục tình trạng đó, Luật Thương mại điện tử năm 2025 đã dành riêng Chương IV để quy định về TMĐT có yếu tố nước ngoài. Theo đó, nền tảng TMĐT nước ngoài hoạt động tại Việt Nam phải thực hiện đăng ký với cơ quan quản lý nhà nước và đáp ứng các điều kiện hiện diện hợp pháp tại Việt Nam. Tùy theo mô hình hoạt động, nền tảng có thể phải thành lập pháp nhân tại Việt Nam hoặc chỉ định pháp nhân đại diện theo ủy quyền, trừ trường hợp pháp luật hoặc điều ước quốc tế mà Việt Nam là thành viên có cam kết quy định khác. Đối với các trường hợp không thể thành lập pháp nhân theo cam kết quốc tế, luật cũng quy định nghĩa vụ ký quỹ tại ngân hàng ở Việt Nam, đồng thời thực hiện đầy đủ nghĩa vụ tài chính và trách nhiệm bồi thường theo quy định.

Đây là quy định có ý nghĩa đặc biệt quan trọng bởi nó giúp thiết lập cơ chế “gắn trách nhiệm pháp lý” đối với các nền tảng xuyên biên giới, qua đó cơ quan quản lý nhà nước sẽ có cơ sở pháp lý rõ ràng hơn để thực hiện thanh tra, xử lý vi phạm và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Đồng thời, nền tảng TMĐT nước ngoài phải tiếp nhận và xử lý hàng hóa theo đúng các cam kết đã công bố. Đại diện của nền tảng tại Việt Nam có trách nhiệm đại diện cho người bán nước ngoài trong việc tiếp nhận và giải quyết khiếu nại, tranh chấp với người mua tại Việt Nam.

Tuy nhiên, việc thực thi các quy định này trên thực tế sẽ phụ thuộc nhiều vào khả năng hợp tác quốc tế, cơ chế chia sẻ dữ liệu xuyên biên giới và năng lực quản lý số của cơ quan nhà nước Việt Nam. Trong bối cảnh nền kinh tế số mang tính toàn cầu cao, việc xây dựng cơ chế phối hợp quốc tế về quản lý nền tảng số sẽ là yêu cầu tất yếu trong thời gian tới.

2.2.5. Thúc đẩy phát triển kinh tế tư nhân gắn với đổi mới sáng tạo

Luật Thương mại điện tử năm 2025 được xây dựng trên cơ sở phát triển kinh tế tư nhân trở thành một động lực quan trọng của nền kinh tế quốc dân, đồng thời đẩy quá trình chuyển đổi số và đổi mới sáng tạo trong hoạt động thương mại. Theo đó, Luật được thiết kế theo hướng kiến tạo phát triển, bảo đảm quyền tự do kinh doanh của các chủ thể trong khuôn khổ pháp luật, đồng thời xây dựng môi trường pháp lý minh bạch, ổn định và bình đẳng cho hoạt động TMĐT, từ đó khuyến khích doanh nghiệp tư nhân, hộ kinh doanh và cá nhân tăng cường đầu tư ứng dụng công nghệ, đổi mới mô hình quản trị và phương thức kinh doanh. Điều này không chỉ tạo điều kiện mở rộng thị trường, nâng cao năng lực cạnh tranh mà còn thúc đẩy sự tham gia sâu rộng của khu vực kinh tế tư nhân vào nền kinh tế số.

Đặc biệt, Luật còn quy định các chính sách hỗ trợ đối với nhóm chủ thể yếu thế hoặc có hạn chế về khả năng tiếp cận công nghệ như người khuyết tật, đồng bào dân tộc thiểu số, hộ kinh doanh nhỏ và các khu vực có điều kiện kinh tế – xã hội khó khăn. Điều này cho thấy TMĐT không chỉ được nhìn nhận như một hoạt động kinh doanh đơn thuần mà còn là công cụ thúc đẩy bao trùm số và phát triển kinh tế xã hội toàn diện.

Có thể thấy, việc gắn phát triển TMĐT với đổi mới sáng tạo và phát triển kinh tế tư nhân phù hợp với định hướng phát triển nền kinh tế số quốc gia trong giai đoạn hiện nay. Tuy nhiên, để các chính sách hỗ trợ thực sự phát huy hiệu quả, cần tiếp tục hoàn thiện cơ chế hỗ trợ chuyển đổi số cho doanh nghiệp nhỏ và vừa, đào tạo kỹ năng số và phát triển hạ tầng số đồng bộ trên phạm vi cả nước.

2.2.6. Định hướng phát triển thương mại điện tử xanh và bền vững

Lần đầu tiên trong hệ thống pháp luật về TMĐT tại Việt Nam, vấn đề phát triển TMĐT xanh và bền vững

được ghi nhận như một định hướng chính sách quan trọng trong Luật Thương mại điện tử năm 2025.

Theo đó, Luật khuyến khích các tổ chức, cá nhân đầu tư phát triển hạ tầng TMĐT theo hướng tiết kiệm năng lượng, sử dụng bao bì thân thiện với môi trường, hạn chế rác thải nhựa và tối ưu hóa hoạt động logistics nhằm giảm phát thải khí nhà kính. Có thể thấy, việc đưa yếu tố “xanh” vào định hướng phát triển TMĐT có ý nghĩa quan trọng cả về kinh tế lẫn môi trường đặc biệt trong bối cảnh bối cảnh biến đổi khí hậu hiện nay.

Mặc dù các quy định hiện nay chủ yếu mang tính định hướng chính sách, song đây được xem là bước khởi đầu cần thiết để hình thành hệ sinh thái TMĐT bền vững trong tương lai. Quy định này thể hiện sự thay đổi trong tư duy lập pháp theo hướng quyết tâm kết hợp hài hoà giữa mục tiêu phát triển kinh tế số với yêu cầu bảo vệ môi trường, phù hợp với xu thế phát triển chung của thế giới.

3. Kết luận

Trong bối cảnh kinh tế số đang trở thành không gian phát triển chủ đạo của nhiều quốc gia, việc xây dựng một khuôn khổ pháp lý đồng bộ, minh bạch cho TMĐT không còn là lựa chọn, mà là yêu cầu tất yếu. Luật Thương mại điện tử năm 2025 là một bước tiến quan trọng, tạo lập nền tảng pháp lý thống nhất và toàn diện cho thị trường TMĐT phát triển nhanh chóng và có nhiều biến động tại Việt Nam. Việc hoàn thiện khung pháp lý về TMĐT không chỉ có ý nghĩa trong công tác quản lý của Nhà nước mà còn là “điểm tựa thể chế” để góp phần tăng cường bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cũng như chuẩn hóa thị trường, kiến tạo môi trường kinh doanh minh bạch, lành mạnh cho doanh nghiệp chân chính và hàng hóa hợp pháp, qua đó thúc đẩy sự phát triển bền vững của nền kinh tế số.

Tài liệu tham khảo

Chính phủ (2021). *Nghị định số 85/2021/NĐ-CP ngày 25/9/2021 sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013 về thương mại điện tử.*

Chính phủ (2024). *Nghị định số 69/2024/NĐ-CP ngày 25/6/2024 quy định về định danh và xác thực điện tử.*

Chính phủ (2025). *Nghị định số 52/2025/NĐ-CP ngày 16/5/2025 về thương mại điện tử.*

Đặng Phương (2026). Doanh nghiệp phát triển thương mại điện tử xanh, bền vững. *Thời báo Tài chính Việt Nam*, ngày 08/02/2026. <https://thoibaotaichinhvietnam.vn/phat-trien-thuong-mai-dien-tu-xanh-ben-vung-191862.html>.

Lê Hoàng (2024). E-commerce: Role of E-commerce in Today's Business. *International Journal of Computing Research*, ISSN (online): 2249-054X, Volume 4.

Nguyễn Thị Hồng Nhung (2026). Quy định mới tăng cường quản lý, bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử. *Tạp chí Dân chủ và Pháp luật*, ngày 13/01/2026. <https://danchuphapluat.vn/quy-dinh-moi-tang-cuong-quan-ly-bao-ve-nguoi-tieu-dung-trong-thuong-mai-dien-tu-8362.html>.

Quốc hội (2025). *Luật Thương mại điện tử*. Luật số 122/2025/QH15, ngày 10/12/2025.

Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh. (n.d.). *Giáo trình Pháp luật Thương mại điện tử* (tập 2). NXB Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.