

Khoảng cách kỹ thuật số và phát triển bền vững thương mại điện tử: Nghiên cứu so sánh giữa Trung Quốc và Việt Nam

Trịnh Thanh Nhân

Nghiên cứu sinh trường Đại học dân tộc Quảng Tây

CEO Ky Gia trading and import export company limited

Tóm tắt: Trong bối cảnh chuyển đổi số toàn cầu, thương mại điện tử (TMĐT) ngày càng đóng vai trò quan trọng trong tăng trưởng kinh tế và nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia. Mặc dù khoảng cách kỹ thuật số đã được nghiên cứu rộng rãi dưới góc độ tiếp cận công nghệ và kết nối Internet, vẫn còn thiếu các nghiên cứu phân tích mối quan hệ giữa khoảng cách kỹ thuật số và phát triển TMĐT bền vững từ góc độ quản trị, đặc biệt tại các nền kinh tế đang phát triển. Nghiên cứu này sử dụng phương pháp nghiên cứu so sánh kết hợp với phân tích tài liệu và phân tích chính sách để đánh giá sự phát triển của hạ tầng số, thị trường TMĐT và khung thể chế tại Trung Quốc và Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy, mặc dù TMĐT Việt Nam duy trì tốc độ tăng trưởng cao, quá trình phát triển vẫn còn tồn tại sự khác biệt về hạ tầng số, năng lực số của doanh nghiệp, hệ thống logistics, nguồn nhân lực và năng lực thể chế. Những kết quả này cho thấy khoảng cách kỹ thuật số không chỉ phản ánh mức độ tiếp cận công nghệ mà còn thể hiện sự khác biệt về năng lực ứng dụng và hiệu quả quản trị. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất một số giải pháp về quản trị gồm bốn trụ cột: phát triển hạ tầng số, nâng cao năng lực số của doanh nghiệp, hoàn thiện thể chế và quy định về thương mại số, cùng với phát triển nguồn nhân lực số. Nghiên cứu đóng góp vào lý thuyết khoảng cách kỹ thuật số thông qua việc tích hợp ba chiều phân tích gồm hạ tầng, năng lực và quản trị trong một khung phân tích thống nhất, đồng thời cung cấp hàm ý chính sách nhằm thúc đẩy phát triển thương mại điện tử bền vững tại Việt Nam và các nền kinh tế đang phát triển.

Từ khóa: khoảng cách kỹ thuật số; thương mại điện tử; phát triển bền vững; quản trị số; Trung Quốc; Việt Nam.

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh chuyển đổi số toàn cầu, nền kinh tế số đang trở thành động lực quan trọng thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, đổi mới sáng tạo và nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia. Theo UNCTAD, TMĐT và kinh tế số ngày càng giữ vai trò trung tâm trong thương mại quốc tế và chuỗi giá trị toàn cầu. Tuy nhiên, quá trình số hóa diễn ra với tốc độ không đồng đều giữa các quốc gia và các nhóm chủ thể kinh tế, làm gia tăng những khác biệt về khả năng tiếp cận công nghệ, năng lực số và chất lượng thể chế. Trong bối cảnh đó, việc chuyển đổi TMĐT từ tăng trưởng theo quy mô sang phát triển theo hướng bao trùm và bền vững trở thành một trong những vấn đề trọng tâm của quản trị số.

Trung Quốc hiện là một trong những nền kinh tế số lớn nhất thế giới và được xem là quốc gia đi đầu trong phát triển TMĐT. Năm 2025, giá trị gia tăng của nền kinh tế số Trung Quốc ước đạt khoảng 49 nghìn tỷ Nhân dân tệ, tương đương khoảng 35% GDP quốc gia. Quy mô bán lẻ trực tuyến tiếp tục duy trì vị trí hàng đầu thế giới, đạt 15,5 nghìn tỷ Nhân dân tệ vào năm 2024, tăng 7,2% so với năm trước. Đồng thời, các mô hình kinh doanh mới, đặc biệt là livestream commerce, phát triển nhanh với gần 600 triệu người dùng. Quá trình phát triển này cho thấy TMĐT Trung Quốc đang chuyển dần từ mở rộng quy mô sang nâng cao chất lượng, đồng thời tích lũy nhiều kinh nghiệm trong phát triển hạ tầng số, quản trị nền tảng và TMĐT nông thôn.

Là quốc gia có chung đường biên giới với Trung Quốc và là một trong những nền kinh tế phát triển nhanh của ASEAN, Việt Nam cũng ghi nhận sự tăng trưởng mạnh mẽ của thương mại điện tử trong những năm gần đây. Đến năm 2025, tổng giá trị giao dịch thương mại điện tử (GMV) đạt khoảng 32 tỷ USD, chiếm gần 12% tổng doanh thu bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng, với tốc

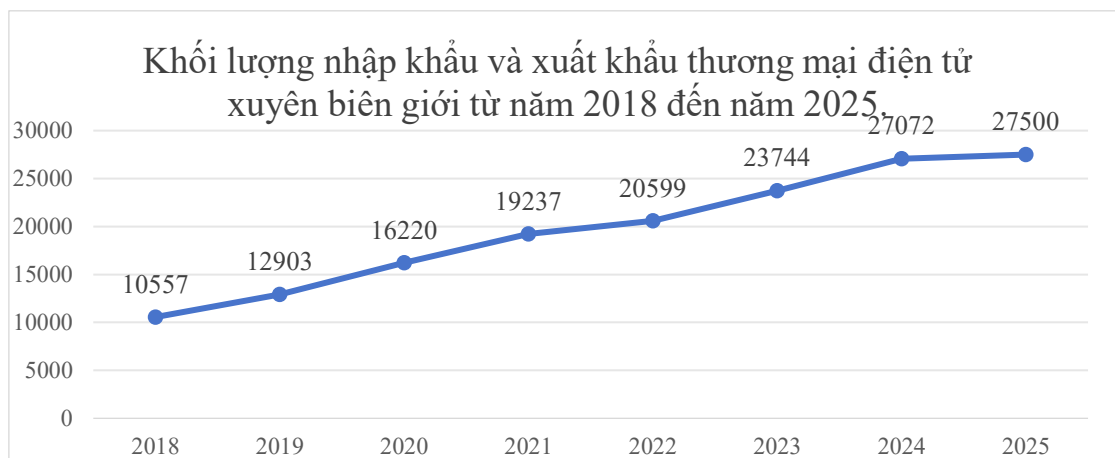
độ tăng trưởng trên 20%, thuộc nhóm cao nhất khu vực Đông Nam Á. Tuy nhiên, cùng với sự mở rộng của thị trường, mức độ phát triển TMĐT giữa các khu vực và các nhóm doanh nghiệp vẫn còn khác biệt. Báo cáo Chỉ số TMĐT Việt Nam năm 2024 của Hiệp hội thương mại điện tử (VECOM) cho thấy khoảng cách kỹ thuật số là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến tính bền vững của TMĐT, bên cạnh những hạn chế về nguồn nhân lực số và yêu cầu phát triển theo hướng bền vững. Những khác biệt này được thể hiện ở chất lượng hạ tầng số, mức độ chuyển đổi số của doanh nghiệp nhỏ và vừa, năng lực logistics và mức độ hoàn thiện của khung pháp lý.

Mặc dù khoảng cách kỹ thuật số đã được nghiên cứu rộng rãi trong các lĩnh vực phát triển kinh tế và công nghệ thông tin, phần lớn các nghiên cứu hiện nay tập trung vào khả năng tiếp cận Internet hoặc phổ cập công nghệ, trong khi còn thiếu các phân tích xem xét khoảng cách kỹ thuật số như một yếu tố quản trị ảnh hưởng đến sự phát triển bền vững của thương mại điện tử, đặc biệt trong bối cảnh các nền kinh tế đang phát triển. Đồng thời, các nghiên cứu so sánh giữa Trung Quốc và Việt Nam về chủ đề này vẫn còn tương đối hạn chế.

2. Mức độ số hóa và thực trạng phát triển thương mại điện tử giữa Trung Quốc và Việt Nam

2.1. Thực trạng phát triển thương mại điện tử tại Trung Quốc

Sau hơn hai mươi năm phát triển, thương mại điện tử của Trung Quốc đã hình thành thị trường bán lẻ trực tuyến lớn nhất thế giới. Đến năm 2025, giá trị gia tăng của nền kinh tế kỹ thuật số của Trung Quốc sẽ đạt khoảng 49 nghìn tỷ nhân dân tệ, chiếm khoảng 35% GDP quốc gia. Cơ sở hạ tầng thị trường thương mại điện tử của Trung Quốc dẫn đầu thế giới, đã xây dựng mạng băng thông rộng di động và cáp quang lớn nhất thế giới, đặt nền móng cho các thị trường thương mại điện tử cấp thấp hơn.



Nguồn: Li Xiaomu; Zhao Jiazhang, 2024

Hình 1. Kim ngạch xuất nhập khẩu TMĐT xuyên biên giới của Trung Quốc giai đoạn 2018-2025

Về hệ sinh thái nền tảng, các nền tảng đa dạng như Alibaba, JD.com, Pinduoduo và Thương mại điện tử Douyin đã hình thành các mô hình cạnh tranh khác biệt, trong khi các định dạng mới như thương mại điện tử phát trực tiếp và thương mại điện tử xã hội tiếp tục đổi mới. Quản trị nền tảng ngày càng trở nên tiêu chuẩn hóa, với các luật và quy định như Luật Thương mại điện tử và Luật Bảo mật Dữ liệu thiết lập một khuôn khổ thể chế tương đối hoàn chỉnh. Năm 2024, tổng khối lượng xuất nhập khẩu thương mại điện tử xuyên biên giới của Trung Quốc là 271 nghìn tỷ nhân dân tệ, tăng 14% so với cùng kỳ năm trước, trở thành điểm nhấn mới trong tăng trưởng ngoại thương. Tổng quy mô thương mại dịch vụ kỹ thuật số của Trung Quốc đạt 3.6327,2 tỷ USD, tăng 6,0% so với cùng kỳ năm ngoái 27%, với giá trị xuất khẩu 1.895,5 tỷ nhân dân tệ 4,3 tỷ USD, tăng 7,0% so với cùng kỳ năm ngoái. 54%

Kinh nghiệm phát triển TMĐT Trung Quốc cho thấy, việc xây dựng các khu thí điểm TMĐT xuyên biên giới toàn diện là chính sách quan trọng. Việc xây dựng các khu thí điểm toàn diện TMĐT xuyên biên giới đã hạn chế sự mở rộng hơn nữa khoảng cách tích hợp vật lý kỹ thuật số trong khu vực, chủ yếu hoạt động thông qua ba con đường: thu hẹp khoảng cách kỹ thuật số, thúc đẩy nâng cấp cơ cấu công nghiệp và tăng cường hoạt động kinh doanh (VECOM, 2025). Đến năm 2025, Trung Quốc đã có 178 khu thí điểm TMĐT xuyên biên giới, bao phủ hơn 90% các vùng hành chính cấp tỉnh trên toàn quốc. Sự đổi mới thể chế này cung cấp kinh nghiệm có thể nhân rộng để thu hẹp khoảng cách kỹ thuật số trong khu vực và thúc đẩy phát triển toàn diện trong thương mại điện tử. Ngoài ra, chiến lược "Nguồn cung chất lượng mới" hỗ trợ ươm tạo thương hiệu trong các cụm công nghiệp, phá vỡ tình thế tiến thoái lưỡng nan về giá thấp của các thương gia vừa và nhỏ thông qua chuỗi cung ứng linh hoạt, cho phép họ sản xuất theo lô nhỏ và nhiều lô, nhanh chóng đáp ứng nhu cầu cá nhân hóa, thoát khỏi "chiến lược giá thấp theo số lượng", đồng thời thúc đẩy xây dựng thương hiệu và sự khác biệt.

2.2 Thực trạng phát triển thương mại điện tử tại Việt Nam

Thương mại điện tử tại Việt Nam đang trong giai đoạn mở rộng nhanh chóng. Đến năm 2025, tổng giá trị giao dịch TMĐT (GMV) của Việt Nam đạt khoảng 32 tỷ USD, chiếm gần 12% tổng doanh thu bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng của cả nước. Tốc độ tăng trưởng của ngành vượt 20%, thuộc nhóm cao nhất khu vực Đông Nam Á (VECOM, 2025). Sự tăng trưởng này được hỗ trợ bởi nhiều yếu tố, bao gồm tăng trưởng kinh tế vĩ mô ổn định, với GDP năm 2024 tăng khoảng 7% và GDP bình quân đầu người đạt khoảng 4.700 USD; tỷ lệ sử dụng Internet tiếp tục gia tăng; cùng với cơ cấu dân số trẻ tạo điều kiện thuận lợi cho tiêu dùng số.

Xét về lịch sử phát triển, quy mô TMĐT của Việt Nam đã tăng từ khoảng 4 tỷ USD năm 2015 lên 32 tỷ USD vào năm 2025, tương đương mức tăng gấp 8 lần trong vòng một thập kỷ. Theo Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM), năm 2025 được xem là giai đoạn chuẩn bị cho giai đoạn phát triển mới của TMĐT Việt Nam, bắt đầu từ năm 2026 và hướng tới phát triển nhanh hơn theo định hướng bền vững (VECOM, 2025).

Tuy nhiên, bên cạnh tốc độ tăng trưởng cao, thị trường TMĐT Việt Nam vẫn tồn tại những khác biệt về mức độ phát triển giữa các khu vực. Theo Báo cáo Chỉ số TMĐT Việt Nam (EBI) năm 2025 của VECOM, Thành phố Hồ Chí Minh đạt 74 điểm, Hà Nội đạt 73 điểm, trong khi Đà Nẵng đứng thứ ba với 28,1 điểm; điểm trung bình toàn quốc chỉ đạt 9,3 điểm. Ở khía cạnh B2C, Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh đều đạt trên 62,9 điểm, trong khi mức cao nhất trong số 61 tỉnh, thành còn lại chỉ đạt khoảng 45 điểm (VECOM, 2025). Điều này cho thấy hoạt động TMĐT vẫn tập trung chủ yếu tại các trung tâm kinh tế lớn.

Bên cạnh đó, mức độ chuyển đổi số của doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs) vẫn còn hạn chế. Khoảng 70% SMEs tại Việt Nam vẫn dựa vào quy trình quản lý và tài liệu giấy truyền thống, chưa tích hợp hiệu quả với các nền tảng chuỗi cung ứng số. Hệ thống logistics cũng chưa phát triển đồng đều giữa các khu vực, khi các dịch vụ giao hàng và hạ tầng hỗ trợ TMĐT chủ yếu tập trung tại các đô thị lớn, trong khi chi phí và thời gian giao hàng tại miền núi, vùng sâu, vùng xa vẫn còn là thách thức.

Trong những năm gần đây, Chính phủ Việt Nam đã ban hành nhiều chính sách nhằm thúc đẩy phát triển thương mại điện tử. Bộ Công Thương ban hành Thông tư số 11/2019/TT-BCT và Thông tư số 40/2020/TT-BCT sửa đổi, hướng dẫn triển khai các hoạt động phát triển ngoại thương và xúc tiến thương mại trong Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia. Nghị định số 80/2021/NĐ-CP quy định mức hỗ trợ tối đa 50% chi phí duy trì tài khoản trên các sàn TMĐT trong nước và quốc tế, với mức hỗ trợ không quá 50 triệu đồng/năm và tối đa hai năm kể từ khi doanh nghiệp đăng ký thành công tài khoản. Đồng thời, Quyết định số 1445/QĐ-TTg về triển khai Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa đến năm 2030 yêu cầu Bộ Công Thương xây dựng và phát triển các mô hình ứng

dụng TMĐT xuyên biên giới, hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam đưa hàng hóa và dịch vụ lên các sàn TMĐT toàn cầu (VECOM, 2025).

Mặc dù khung chính sách hỗ trợ TMĐT của Việt Nam đã có nhiều tiến triển, việc nâng cao hiệu quả thực thi, tăng cường liên kết giữa các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp, hạ tầng số và logistics, cũng như tiếp tục hoàn thiện khung pháp lý vẫn là những vấn đề cần được chú trọng trong giai đoạn phát triển tiếp theo.

3. Những tồn tại trong phát triển thương mại điện tử bền vững ở Việt Nam

Kết quả so sánh giữa Việt Nam và Trung Quốc cho thấy những khác biệt trong phát triển TMĐT có thể được lý giải thông qua ba chiều của khoảng cách kỹ thuật số. Theo UNCTAD, khoảng cách kỹ thuật số không còn chỉ được đo lường bằng khả năng tiếp cận Internet mà còn phản ánh năng lực hệ thống trong việc phát triển đồng bộ hạ tầng kỹ thuật số, thể chế quản trị, hệ thống tài chính, năng lực thống kê, nguồn nhân lực và thương mại điện tử xuyên biên giới. Dựa trên khung phân tích này, Việt Nam vẫn còn khoảng cách so với Trung Quốc ở một số yếu tố nền tảng, cho thấy dư địa để tiếp tục hoàn thiện hệ sinh thái thương mại điện tử và nâng cao năng lực phát triển bền vững.

3.1. Mất cân bằng khu vực về hạ tầng kỹ thuật số

Mặc dù tỷ lệ sử dụng Internet tại Việt Nam tiếp tục gia tăng, sự phát triển của hạ tầng số vẫn chưa đồng đều giữa các khu vực. Chất lượng và phạm vi phủ sóng của hạ tầng băng thông rộng và mạng di động tại miền núi, vùng sâu, vùng xa và khu vực biên giới còn hạn chế, ảnh hưởng đến khả năng mở rộng TMĐT. Để thu hẹp khoảng cách số, Chính phủ Việt Nam đã triển khai nhiều chính sách chuyển đổi số, trong đó Nghị quyết số 01/NQ-CP (2026) định hướng phát triển ứng dụng TMĐT tại các khu vực này trong giai đoạn 2027-2030.

Ở cấp độ khu vực, hạ tầng số phục vụ TMĐT xuyên biên giới trong ASEAN vẫn đang được hoàn thiện. So với các nền kinh tế số phát triển hơn như Singapore, mức độ tham gia của Việt Nam vào mạng lưới thương mại số còn có dư địa để nâng cao, đặc biệt về hạ tầng kết nối, dịch vụ số và thể chế hỗ trợ.

Các nghiên cứu cho thấy các nền kinh tế đang phát triển thường ưu tiên đầu tư hạ tầng số, trong khi các nền kinh tế phát triển chú trọng hoàn thiện khung pháp lý về dữ liệu, cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng (Shi Dan, Nie Xinwei, Qi Fei, 2023). Do đó, Việt Nam cần đồng thời nâng cấp hạ tầng số và hoàn thiện thể chế quản lý để thu hẹp khoảng cách kỹ thuật số và thúc đẩy phát triển TMĐT bền vững.

3.2. Hạn chế về nguồn lực

TMĐT tại Việt Nam đã duy trì tốc độ tăng trưởng nhanh trong những năm gần đây, tuy nhiên mức độ tham gia vào quá trình chuyển đổi số giữa các nhóm doanh nghiệp vẫn còn khác biệt. Hoạt động TMĐT chủ yếu tập trung ở các nền tảng lớn và các trung tâm kinh tế, trong khi nhiều doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs) vẫn vận hành theo mô hình kinh doanh truyền thống và chưa tích hợp hiệu quả các nền tảng số. Theo VECOM, khoảng 70% SMEs vẫn phụ thuộc vào phương thức kinh doanh truyền thống. Báo cáo cũng chỉ ra bốn nhóm rào cản chính đối với TMĐT xuyên biên giới, bao gồm: (i) hạn chế về năng lực tổ chức, nguồn nhân lực và khả năng thiết lập quan hệ đối tác quốc tế; (ii) những yêu cầu pháp lý và thủ tục tuân thủ tại thị trường xuất khẩu; (iii) chi phí đầu tư cho hạ tầng, logistics và hoạt động tiếp cận thị trường; và (iv) hạn chế về kiến thức, kinh nghiệm và kỹ năng xuất khẩu thông qua các nền tảng số. Bên cạnh đó, nguồn nhân lực có kỹ năng về phân tích dữ liệu, vận hành nền tảng số và tiếp thị số vẫn chưa đáp ứng đầy đủ nhu cầu phát triển của ngành, ảnh hưởng đến khả năng nâng cao giá trị gia tăng trong thương mại điện tử. Ở góc độ quản trị, UNCTAD nhấn mạnh rằng năng lực thống kê số là một thành tố quan trọng của nền kinh tế số. Báo cáo gần đây của tổ chức này cho thấy dữ liệu về mức độ ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông trong doanh nghiệp mới chỉ được thu thập tại 69 nền kinh tế, mặc dù các nền kinh tế này chiếm khoảng 60% GDP và 74% kim ngạch xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ toàn cầu. Khoảng

trống về dữ liệu tại nhiều quốc gia đang phát triển phản ánh sự khác biệt về năng lực thống kê và đo lường kinh tế số. Trong bối cảnh đó, việc tăng cường hệ thống dữ liệu và thống kê không chỉ hỗ trợ xây dựng chính sách dựa trên bằng chứng mà còn nâng cao khả năng tham gia vào quá trình hoạch định các quy tắc quản trị số và thương mại điện tử ở cấp độ quốc tế.

3.3. Hạn chế về phương diện quản lý

Luật Thương mại điện tử (số 122/2025/QH15), được Quốc hội thông qua ngày 10/12/2025 và có hiệu lực từ ngày 01/7/2026, đánh dấu một bước phát triển quan trọng trong quá trình hoàn thiện khung pháp lý cho nền kinh tế số tại Việt Nam. Trước thời điểm này, hoạt động TMTĐ chủ yếu được điều chỉnh bởi Nghị định số 52/2013/NĐ-CP và Nghị định số 85/2021/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung. Mặc dù các văn bản này đã tạo nền tảng pháp lý cho giai đoạn đầu phát triển của TMTĐ, sự xuất hiện của các mô hình kinh doanh mới như TMTĐ qua phát trực tiếp (livestream commerce), tiếp thị liên kết (affiliate marketing) và các nền tảng số đa chức năng đã đặt ra những yêu cầu quản lý vượt ra ngoài phạm vi điều chỉnh của khung pháp lý hiện hành. Bên cạnh đó, sự giao thoa giữa các quy định về TMTĐ với pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, sở hữu trí tuệ và quản lý thuế cũng làm gia tăng yêu cầu về tính thống nhất và đồng bộ của hệ thống pháp luật. Đồng thời, sự mở rộng của các nền tảng xuyên biên giới đặt ra yêu cầu tăng cường các cơ chế giám sát và bảo đảm tuân thủ đối với các chủ thể hoạt động trên môi trường số.

Luật Thương mại điện tử năm 2025 gồm 7 chương và 41 điều, thiết lập một khung pháp lý thống nhất thay cho mô hình điều chỉnh phân tán trước đây, đồng thời tiếp cận theo hướng phân loại chủ thể và phân định nghĩa vụ quản lý tương ứng với từng nhóm tham gia thị trường. Một điểm mới đáng chú ý là việc tích hợp Hệ thống định danh điện tử quốc gia (VNeID) vào quy trình xác thực chủ thể kinh doanh, yêu cầu người bán trực tuyến, đơn vị cung cấp dịch vụ lưu trữ và các chủ thể tham gia tiếp thị liên kết thực hiện xác thực danh tính trước khi tiến hành giao dịch. Quy định này góp phần tăng cường tính minh bạch, khả năng truy xuất và trách nhiệm giải trình trong hoạt động thương mại điện tử. Tuy nhiên, cũng như nhiều quốc gia đang trong quá trình chuyển đổi số, hiệu quả thực thi của khung pháp lý mới sẽ phụ thuộc vào việc ban hành các văn bản hướng dẫn, sự phối hợp giữa các cơ quan quản lý và khả năng thích ứng của hệ thống pháp luật trước tốc độ đổi mới công nghệ. Do đó, việc tiếp tục hoàn thiện các quy định dưới luật và tăng cường năng lực thực thi được xem là điều kiện quan trọng để bảo đảm hiệu quả quản trị TMTĐ trong bối cảnh kinh tế số phát triển nhanh chóng.

3.4. Thiếu nhất quán trong chính sách quản lý dữ liệu giữa các quốc gia

Việt Nam yêu cầu các nhà cung cấp dịch vụ đám mây giữ bản sao dữ liệu người dùng tại địa phương, trong khi Singapore cho phép truyền dữ liệu xuyên biên giới. Các quy tắc pháp lý khác biệt đã khiến các công ty Trung Quốc liên tục xây dựng các trung tâm dữ liệu ở nhiều quốc gia ASEAN, làm tăng chi phí đầu tư từ 30% đến 50%. Hiện tượng "quy tắc rời rạc" này là biểu hiện trực tiếp của sự phân chia kỹ thuật số trong quản trị - thể chế hóa chậm trễ của các nước đang phát triển không chỉ hạn chế sự phát triển thương mại điện tử của chính họ mà còn làm tăng chi phí hợp tác xuyên biên giới. Báo cáo của UNCTAD thừa nhận rằng nhu cầu của các nước đang phát triển về quản trị kỹ thuật số, chiến lược thương mại điện tử, các biện pháp thống kê, khung pháp lý và xây dựng năng lực tiếp tục tăng, nhưng năng lực hỗ trợ của công chúng có thể không được cải thiện song song. Mâu thuẫn cung cầu này là thách thức chung mà Việt Nam và nhiều nước đang phát triển phải đối mặt.

4. Một số giải pháp nhằm thu hẹp khoảng cách số và phát triển bền vững thương mại điện tử của Việt Nam

Thách thức về khoảng cách kỹ thuật số mà Việt Nam phải đối mặt về cơ bản nằm ở mâu thuẫn cấu trúc giữa "tăng trưởng và cân bằng" và "tốc độ và chất lượng" trong quá trình bắt kịp nhanh chóng. Thông điệp cốt lõi được báo cáo của UNCTAD truyền tải là: số hóa không phải là ai thắng

nhANH NHẤT, mà là ai có khả năng chuyển đổi số hóa thành kết quả phát triển toàn diện. Kinh nghiệm của Trung Quốc trong việc thu hẹp khoảng cách kỹ thuật số giữa thành thị và nông thôn và thúc đẩy phát triển thương mại điện tử bao trùm có thể là tài liệu tham khảo cho Việt Nam, nhưng Việt Nam cần khám phá một con đường phát triển phù hợp với điều kiện quốc gia của mình.

4.1. *Đẩy nhanh việc xây dựng hạ tầng số để thu hẹp khoảng cách tiếp cận*

Việt Nam nên học hỏi kinh nghiệm của Trung Quốc trong dự án "Nông thôn băng thông rộng", kết hợp xây dựng mạng băng thông rộng vào kế hoạch phát triển cơ sở hạ tầng cho các vùng sâu vùng xa, và giảm chi phí xây dựng thông qua quan hệ đối tác công tư. Quỹ dịch vụ phổ cập sẽ được thành lập để trợ cấp cho việc xây dựng mạng lưới ở các tỉnh miền núi, biên giới, hướng tới mục tiêu đạt được độ phủ băng rộng đầy đủ tại các làng hành chính vào năm 2030. Với tỷ lệ sử dụng internet di động cao của Việt Nam, cần ưu tiên phát triển các nền tảng và ứng dụng thương mại điện tử dựa trên thiết bị di động để giảm rào cản truy cập của người dùng. Trong lĩnh vực hạ tầng số xuyên biên giới, Việt Nam có thể tích cực tham gia hợp tác hạ tầng số Trung Quốc - ASEAN, sử dụng đường sắt Trung Quốc - Lào làm cầu nối để xây dựng hành lang kinh tế số hỗ trợ và mạng lưới logistics thông minh, thúc đẩy thông tin hóa logistics xuyên biên giới, nâng cao hiệu quả thông quan và kịp thời giao hàng. Hiện nay, Trung Quốc và Việt Nam đang thúc đẩy toàn diện việc xây dựng các cảng thông minh, điều này sẽ nâng cao hơn nữa năng lực cảng sau khi hoàn thành. Kinh nghiệm này đáng được thúc đẩy trong việc phát triển cơ sở hạ tầng kỹ thuật số rộng lớn hơn.

4.2. *Hỗ trợ chuyển đổi kỹ thuật số cho doanh nghiệp vừa và nhỏ để thu hẹp khoảng cách năng lực*

Việt Nam có thể rút ra kinh nghiệm từ hành động đặc biệt của Trung Quốc nhằm trao quyền cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ bằng kỹ thuật số và xây dựng các khu thí điểm toàn diện TMĐT xuyên biên giới để phát triển một "hộp công cụ kỹ thuật số" phù hợp với các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Cụ thể, các chức năng mô-đun như thanh toán xuyên biên giới, quản lý đơn hàng và tích hợp chuỗi cung ứng có thể được tích hợp để giảm chi phí trực tuyến cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Trung Quốc có thể phát triển các giải pháp kỹ thuật số phù hợp với tiếng Việt để giúp các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam tiếp cận chuỗi cung ứng toàn cầu thông qua điện thoại di động. Các trung tâm ươm tạo thương mại điện tử đã được thành lập ở nhiều tỉnh thành khác nhau để cung cấp cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ các dịch vụ một cửa như giới thiệu nền tảng, đào tạo vận hành và xúc tiến tiếp thị. Đối với khu vực nông thôn và các tỉnh vùng sâu vùng xa, đào tạo di chuyển kỹ năng số sẽ được thực hiện để nâng cao năng lực TMĐT cấp cơ sở. Thực tiễn của Trung Quốc trong TMĐT xuyên biên giới cho thấy việc xây dựng các khu thí điểm toàn diện có thể hạn chế hiệu quả sự mở rộng khoảng cách tích hợp vật lý kỹ thuật số trong khu vực bằng cách thu hẹp khoảng cách kỹ thuật số, thúc đẩy nâng cấp cơ cấu công nghiệp và tăng cường hoạt động kinh doanh. Việt Nam có thể theo đuổi cách tiếp cận này bằng cách thiết lập các khu thí điểm TMĐT toàn diện tại các thành phố trọng điểm, sử dụng các sáng kiến điểm - điểm để thúc đẩy phát triển TMĐT toàn diện.

4.3. *Cải thiện sự liên kết của các khuôn khổ thể chế với các quy tắc khu vực để thu hẹp khoảng cách quản trị*

Việt Nam cần đẩy nhanh việc xây dựng và đưa ra các điều khoản hỗ trợ cho Luật Thương mại điện tử, làm rõ các tiêu chuẩn thực hiện cho các vấn đề cốt lõi như trách nhiệm của nền tảng thương mại điện tử, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và bảo mật dữ liệu. Luật Thương mại điện tử 2025 thiết lập các quy tắc như yêu cầu xác minh VNeID, trách nhiệm liên đới và trách nhiệm pháp lý của nền tảng, lưu giữ dữ liệu trong ba năm, đưa ra kỳ vọng rõ ràng cho thị trường, nhưng nhiều chi tiết thực hiện vẫn cần được làm rõ càng sớm càng tốt. Ở cấp khu vực, Việt Nam có thể thúc đẩy thí điểm thiết lập hệ thống "Danh sách trắng khu vực nhạy cảm thấp" trong khuôn khổ RCEP, cho phép các doanh nghiệp thí điểm chuyển dữ liệu TMĐT và logistics xuyên biên giới, thúc đẩy

thiết lập hệ thống nhận dạng lẫn nhau về danh tính số Trung Quốc-ASEAN và đơn giản hóa các quy trình kinh doanh xuyên biên giới. Thiết lập và cải thiện cơ chế chia sẻ rủi ro dữ liệu, khám phá việc tạo ra các hộp cát quy định dữ liệu xuyên biên giới, thử nghiệm các giải pháp luồng dữ liệu trong môi trường biệt lập và cân bằng bảo mật dữ liệu với việc sử dụng dữ liệu. Thúc đẩy công nhận lẫn nhau về chứng nhận bảo mật sản phẩm kỹ thuật số, đạt được "xác thực một lần, truy cập phổ quát". Báo cáo của UNCTAD nhấn mạnh rằng quản trị kinh tế số đòi hỏi sự tham gia chung của các chính phủ, các tổ chức quốc tế, các tổ chức khu vực, khu vực tư nhân, các tổ chức nghiên cứu và các tổ chức xã hội, và Việt Nam cần tích cực xây dựng hệ sinh thái quản trị TMĐT đa bên.

4.4. Tăng cường cùng nuôi dưỡng tài năng kỹ thuật số và củng cố nền tảng năng lực

Việt Nam có thể dựa trên mô hình Học viện Thủ công Hiện đại Trung Quốc-ASEAN, đào tạo phù hợp cho các chuyên gia mới nổi như hoạt động TMĐT, phân tích dữ liệu và đào tạo AI theo nhu cầu phát triển của ngành TMĐT. Thúc đẩy việc thiết lập "Cơ sở dữ liệu chuyên gia kỹ thuật số Trung Quốc-ASEAN", tạo điều kiện cho dòng chảy tự do của tài năng kỹ thuật số trong khu vực thông qua "thị thực kỹ thuật" và lấp đầy khoảng trống về tài năng kỹ thuật số cao cấp ở Việt Nam. Tổ chức các nhà quản lý TMĐT của chính quyền địa phương Trung Quốc và Việt Nam đến Trung Quốc để học tập và đào tạo, học hỏi kinh nghiệm thực tế trong hoạt động khu thương mại điện tử, giám sát nền tảng và phát triển thương mại điện tử nông thôn, đồng thời nâng cao năng lực thực hiện chính sách. Báo cáo của UNCTAD đặc biệt chú ý đến tình hình của các nữ doanh nhân kỹ thuật số, nhận thấy rằng hầu hết phụ thuộc vào tiết kiệm cá nhân để bắt đầu kinh doanh, không có đủ khả năng tiếp cận với các kênh tài chính chính thức và cơ sở hạ tầng kỹ thuật số không cân bằng, định kiến giới trong tài chính, chi phí hoạt động cao và trách nhiệm chăm sóc làm bóp nghẹt cơ hội phát triển của họ. Trong việc thiết kế các chính sách hỗ trợ nhân tài và TMĐT, Việt Nam cần xem xét đầy đủ các nhu cầu đặc biệt của các nhóm như phụ nữ và dân cư nông thôn, chuyển đổi hòa nhập kỹ thuật số từ một khẩu hiệu thành một phần hữu cơ của thiết kế chính sách. Các thành phố biên giới Trung Quốc - Việt Nam đã tích cực khám phá việc đào tạo nhân tài thương mại điện tử xuyên biên giới - Khu công nghiệp hậu cần TMĐT xuyên biên giới Trung Quốc-ASEAN (Hà Khẩu) đã xây dựng cơ sở ươm tạo "Internet + TMĐT phát trực tiếp" và đổi mới mô hình đào tạo nhân tài "tiếng Việt + kỹ năng TMĐT xuyên biên giới". Những kinh nghiệm thực tế này đáng để nhân rộng và phát huy trên quy mô lớn hơn.

Abstract: In the context of global digital transformation, e-commerce has become a key driver of economic growth and an important indicator of national digital competitiveness. Although previous studies have primarily examined the digital divide from the perspectives of Internet access and digital connectivity, limited attention has been paid to its implications for sustainable e-commerce development from a digital governance perspective, particularly in developing economies. This study employs a comparative research design, combined with document analysis and policy analysis, to examine the development of digital infrastructure, e-commerce markets, and institutional frameworks in China and Vietnam. The findings indicate that, despite the rapid growth of Vietnam's e-commerce sector, disparities remain in digital infrastructure, digital capabilities of small and medium-sized enterprises (SMEs), logistics systems, human capital, and institutional capacity. These results suggest that the digital divide extends beyond unequal access to digital technologies and also reflects differences in digital capabilities and governance effectiveness. Based on these findings, the study proposes a four-pillar governance framework comprising digital infrastructure development, digital capability enhancement for enterprises, institutional and regulatory improvement for digital commerce, and digital talent development. From a theoretical perspective, the study extends the digital divide literature by integrating three interrelated dimensions—digital infrastructure, digital capability, and digital governance—into a unified analytical framework for explaining sustainable e-commerce development. From a practical perspective, the findings provide policy implications for narrowing the digital divide,

strengthening China–Vietnam cooperation in the digital economy, and supporting sustainable e-commerce development in developing countries undergoing digital transformation.

Keywords: Digital divide; E-commerce; Sustainable development; Digital governance; China; Vietnam.

Tài liệu tham khảo

1. Choi, N.G. & D.M. Dinitto (2013), *Khoảng cách kỹ thuật số giữa người lớn tuổi thu nhập thấp bị hạn chế di chuyển: Mô hình sử dụng Internet, kiến thức về sức khỏe điện tử và thái độ đối với việc sử dụng máy tính/internet*, Tạp chí Nghiên cứu Internet Y tế, 15(5): e93.
2. Do D A , Ha L D , Pham T M , et al. *Tác động của e-RLSQ đến ý định mua lại trên thị trường thương mại điện tử Việt Nam: Vai trò trung gian của sự hài lòng và niềm tin của khách hàng*, Tạp chí Quốc tế về Quản lý Thông tin và Thông tin chi tiết, 2025, 5 (2): 100346-100346.
3. Giang PTN, Tan DT, Nhung HTL, *Các yếu tố quyết định việc áp dụng thương mại điện tử và ảnh hưởng của nó đến hiệu quả tiếp thị trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam: Phương pháp PLS-SEM sử dụng khung TOE*, Tạp chí Đổi mới Mở: Công nghệ, Thị trường và Độ phức tạp, 2025, 11 (4): 100670-100670.
4. Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM). *Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam*, 27/12/2025.
5. Huang Qicai, Xie Yong, Jiang Ying. *Tiến bộ nghiên cứu về khoảng cách số*, Động lực kinh tế, 2025, (11): 193-208.
6. Lechman, E. & M. Popowska (2022), *Khai thác công nghệ kỹ thuật số để giảm nghèo. Bằng chứng cho các quốc gia thu nhập thấp và thu nhập trung bình thấp*, Chính sách Viễn thông, 46(6): 102313.
7. Li Xiaomu, Zhao Jiazhang (2025), *Báo cáo Phát triển Thương mại Kỹ thuật số Trung Quốc*, Nhà xuất bản Khoa học Xã hội, 2025.
8. Fang Kelei, Xie Si, Pan Jingcheng (2024), *Liệu việc xây dựng các khu thí điểm thương mại điện tử xuyên biên giới có thể thu hẹp khoảng cách giữa hội nhập kỹ thuật số và thực tế khu vực? Suy luận nhân quả dựa trên học máy kép*. Nghiên cứu Kinh tế Thế giới.
9. Matli,W. & M.Ngoepe (2022), *Mở rộng lý thuyết nghèo thông tin để hiểu rõ hơn về khả năng tiếp cận kỹ thuật số và sự bất bình đẳng giữa những người trẻ không học tập, làm việc hoặc đào tạo ở Nam Phi*, Giáo dục Đại học, Kỹ năng và Học tập dựa trên công việc, 12(3): 419-436
10. Nishijima M, Ivanauskas MT, Sarti MF (2016), *Sự tiến hóa và các yếu tố quyết định khoảng cách số ở Brazil*, Chính sách viễn thông.
11. Nguyen QC ,Nguyen TMA ,Tran P (2024), *Đánh giá các yếu tố quyết định quan trọng của ý định áp dụng thương mại điện tử xuyên biên giới trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam: Phương pháp thuật toán PLS-SEM*, Tạp chí Đổi mới Mở.
12. Peng Jizeng, Tao Xuhui, Xu Li (2019), *Đặc điểm phân cụm địa lý và cơ chế tiến hóa không gian-thời gian của nghèo số ở nước tôi*, Địa lý kinh tế, Số 2.
13. Farajpahlou, A.H. et al. (2022), *Các yếu tố dự báo tình trạng thiếu thông tin ở công dân Ahvazi; Điều tra một số trường hợp*, Tạp chí Thư viện và Khoa học Thông tin, 54(4): 678-691.
14. Pham TMT , Ton NNH , Lan HD (2025), *Công khai thông tin thương mại điện tử tại Việt Nam: Quan điểm về kỳ vọng và lý thuyết hợp đồng xã hội*, Khoa học, Công nghệ và Xã hội.
15. Shi Dan, Nie Xinwei, Qi Fei (2023), *Toàn cầu hóa nền kinh tế số: cạnh tranh công nghệ, trò chơi quy tắc và sự lựa chọn của Trung Quốc*, Thế giới Quản lý.
16. Tran NS , Bích TP , Doan MLT (2025), *Tác động của đánh giá trực tuyến đến lòng trung thành thương hiệu và truyền miệng điện tử trong lĩnh vực thương mại điện tử mỹ phẩm tại Việt Nam: Vai trò điều tiết của chất lượng dịch vụ điện tử*, Khoa học Xã hội & Nhân văn Mở.
17. Van VT , Thanh TTV , Hoang LK (2025), *Con đường tơ lụa kỹ thuật số của Trung Quốc thâm nhập Việt Nam thông qua các hoạt động M&A: Bằng chứng từ thương mại điện tử và*

logistics, SAGE Open.

18. Yan Hui (2017), *Phân tích các nguyên nhân cấu trúc của tình trạng nghèo kỹ thuật số của nông dân*, Tạp chí Khoa học Thư viện Trung Quốc, Số 2.

19. Zhou Xianghong (2016), *Từ khoảng cách số đến nghèo số: các khái niệm cơ bản và khung nghiên cứu*, Xuehai, Số 4.