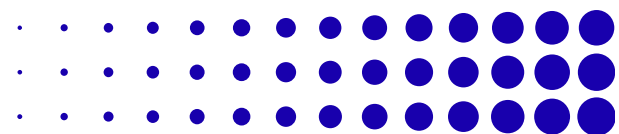




PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VỚI MỤC TIÊU TĂNG TRƯỞNG XUẤT KHẨU



MỤC LỤC

1. Tổng quan về TMĐT Việt Nam
2. Thương mại điện tử xuyên biên giới
3. Hoạt động thúc đẩy TMĐT xuyên biên giới





TỔNG QUAN VỀ TMĐT VIỆT NAM





FEB
2025

GLOBAL DIGITAL HEADLINES

OVERVIEW OF THE ADOPTION AND USE OF CONNECTED DEVICES AND SERVICES

NOTE: SIGNIFICANT REVISIONS TO SOURCE DATA MEAN THAT FIGURES SHOWN HERE ARE **NOT COMPARABLE** WITH PREVIOUS REPORTS. SEE THE IMPORTANT NOTES AT THE START OF THIS REPORT FOR DETAILS.



TOTAL
POPULATION



we
are
social

8.20
BILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+0.9%
+70 MILLION

URBANISATION

58.1%

CELLULAR MOBILE
CONNECTIONS



Meltwater

8.78
BILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+2.2%
+190 MILLION

TOTAL vs. POPULATION

107%

INDIVIDUALS USING
THE INTERNET



Meltwater

5.56
BILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+2.5%
+136 MILLION

TOTAL vs. POPULATION

67.9%

SOCIAL MEDIA
USER IDENTITIES



5.24
BILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+4.1%
+206 MILLION

TOTAL vs. POPULATION

63.9%

FEB
2025

VIETNAM

OVERVIEW OF THE ADOPTION AND USE OF CONNECTED DEVICES AND SERVICES

NOTE: SIGNIFICANT REVISIONS TO SOURCE DATA MEAN THAT FIGURES SHOWN HERE ARE **NOT COMPARABLE** WITH PREVIOUS REPORTS. SEE THE IMPORTANT NOTES AT THE START OF THIS REPORT FOR DETAILS.



VIETNAM

TOTAL
POPULATION



we
are
social

101
MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+0.6%
+625 THOUSAND

URBANISATION

40.5%

CELLULAR MOBILE
CONNECTIONS



Meltwater

127
MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+1.8%
+2.2 MILLION

TOTAL vs. POPULATION

126%

INDIVIDUALS USING
THE INTERNET



79.8
MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+0.3%
+223 THOUSAND

TOTAL vs. POPULATION

78.8%

SOCIAL MEDIA
USER IDENTITIES



76.2
MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+4.8%
+3.5 MILLION

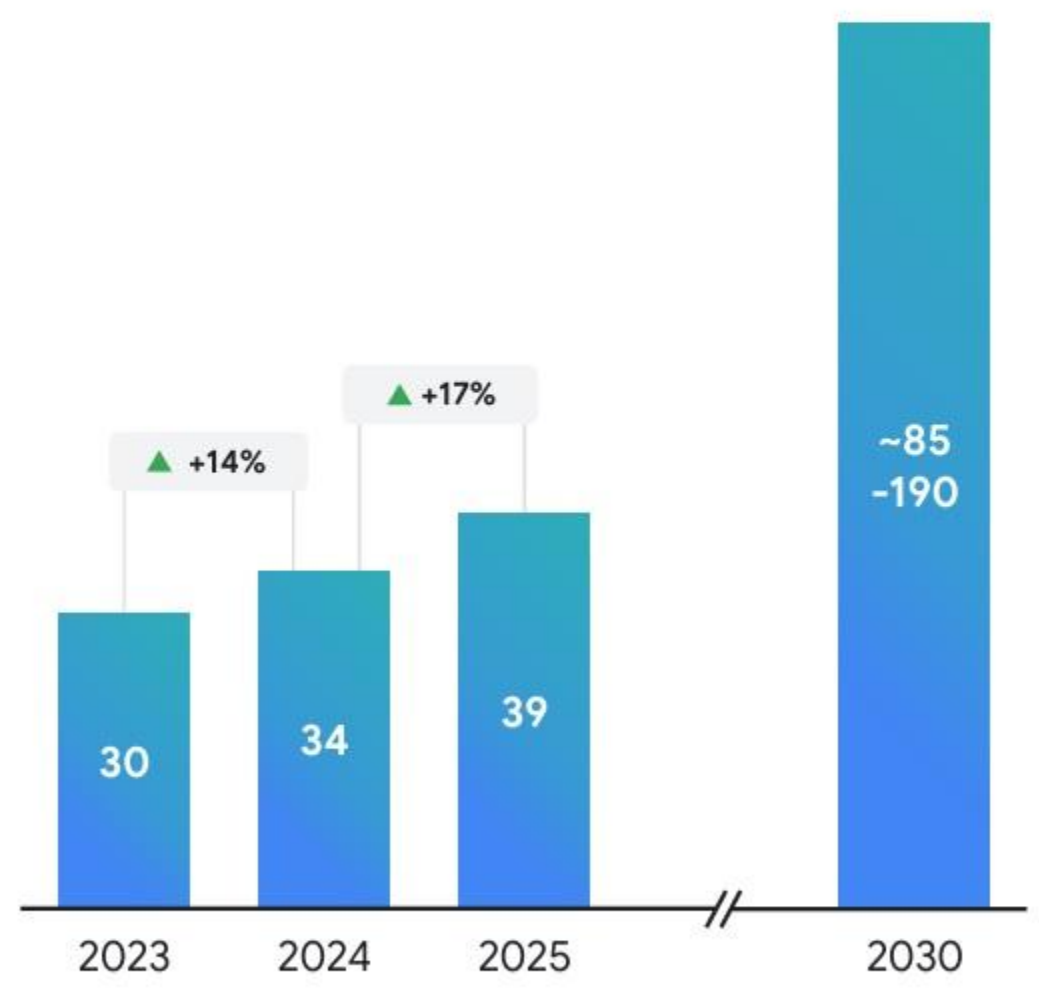
TOTAL vs. POPULATION

75.2%

Nền kinh tế số của Việt Nam đạt 39 tỷ USD vào năm 2025, với mức tăng trưởng hai con số mạnh mẽ trên mọi lĩnh vực

Tổng thể nền kinh tế số

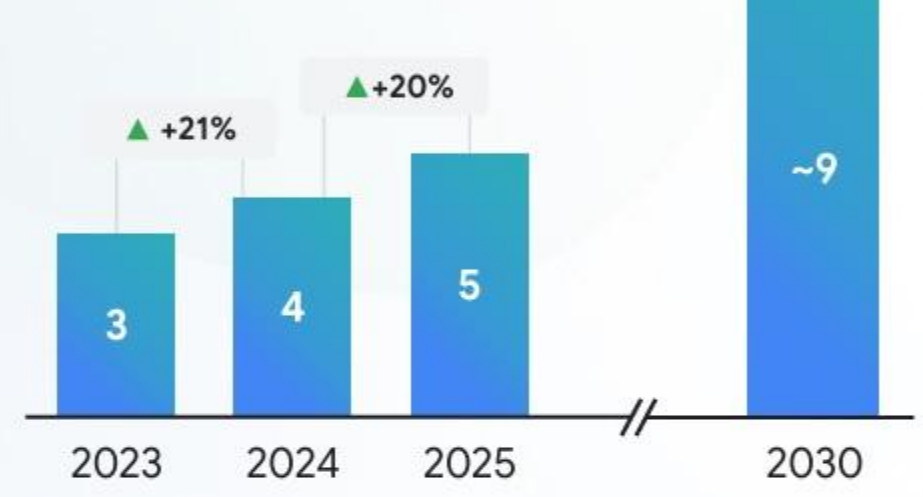
GMV (Tỷ USD)



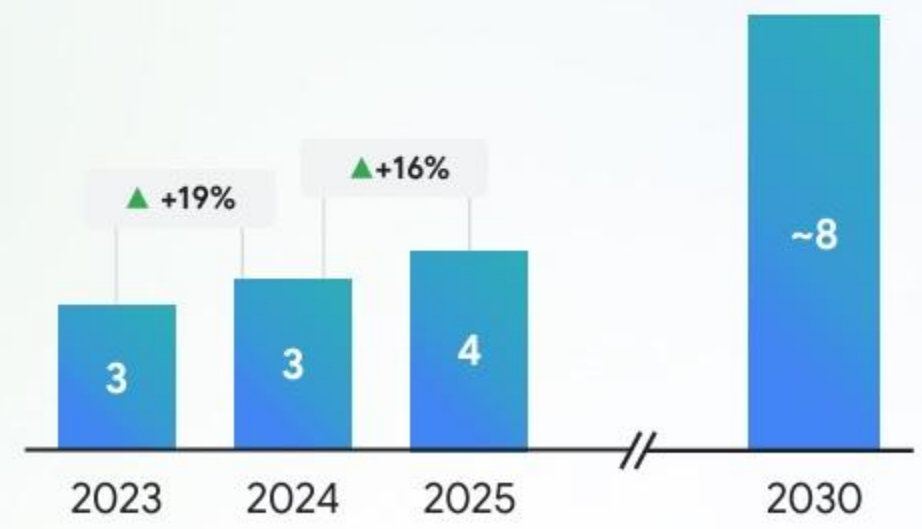
Thương mại điện tử



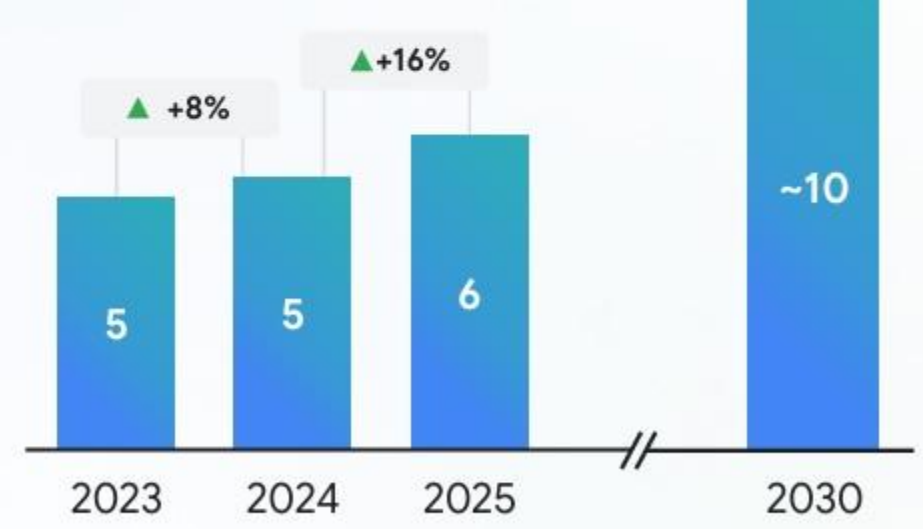
Vận tải và giao đồ ăn



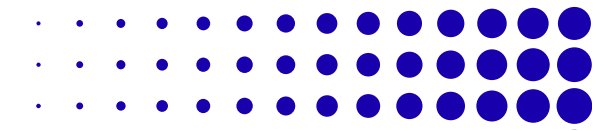
Du lịch trực tuyến



Nội dung nghe nhìn trực tuyến

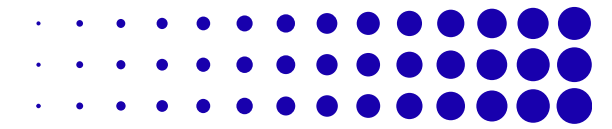


Lưu ý: GMV của ngành du lịch trực tuyến năm 2023 đã được sửa đổi so với giá trị báo cáo lúc trước.
Nguồn: Bài phân tích của Bain



KHỞI ĐẦU GIAI ĐOẠN MỚI: VỊ THẾ VỮNG CHẮC

- Sự phát triển của thương mại điện tử luôn luôn gắn chặt với phát triển kinh tế, đặc biệt là lĩnh vực phân phối, công nghệ thông tin và truyền thông, logistics và **xuất nhập khẩu**.
- (VECOM) ước tính quy mô thương mại điện tử nước ta năm 2024 đạt **32 tỷ USD** và đạt tốc độ tăng trưởng **27%**. Trong đó, bán lẻ hàng hóa trực tuyến đạt **22,5 tỷ USD**, tăng **30% so với năm trước**.
- Thương mại điện tử **chiếm khoảng 12%** tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng, **cao hơn mức 10%** của năm 2023. Trong đó, tỷ lệ bán lẻ hàng hóa trực tuyến so với tổng mức bán lẻ hàng hóa **khoảng 11%**, cao hơn tỷ lệ tương **ứng 8,8%** của năm 2023.



TMĐT VÀ KTS TẠI VIỆT NAM

Thuận lợi

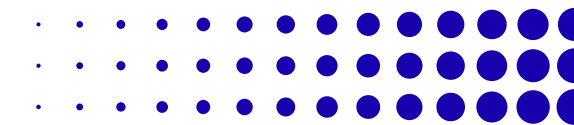
- Tỷ lệ người dùng Internet cao
- Hạ tầng viễn thông hậu thuẫn tốt cho TMĐT phát triển
- Môi trường pháp lý cũng tương đối ổn định
- Doanh nghiệp tích cực chuyển đổi số
- Có nhiều chính sách đẩy mạnh chuyển đổi số, ứng dụng TMĐT & KTS của các cơ quan nhà nước

Khó khăn

- Cản trở về niềm tin người tiêu dùng vẫn còn lớn, thu nhập...
- Cản trở về chất lượng các dịch vụ hỗ trợ TMĐT chưa theo kịp tốc độ phát triển của TMĐT: dịch vụ chuyển phát, thanh toán
- **Thiếu hụt nguồn nhân lực chất lượng cao về TMĐT**



NHỮNG VẤN ĐỀ LỚN

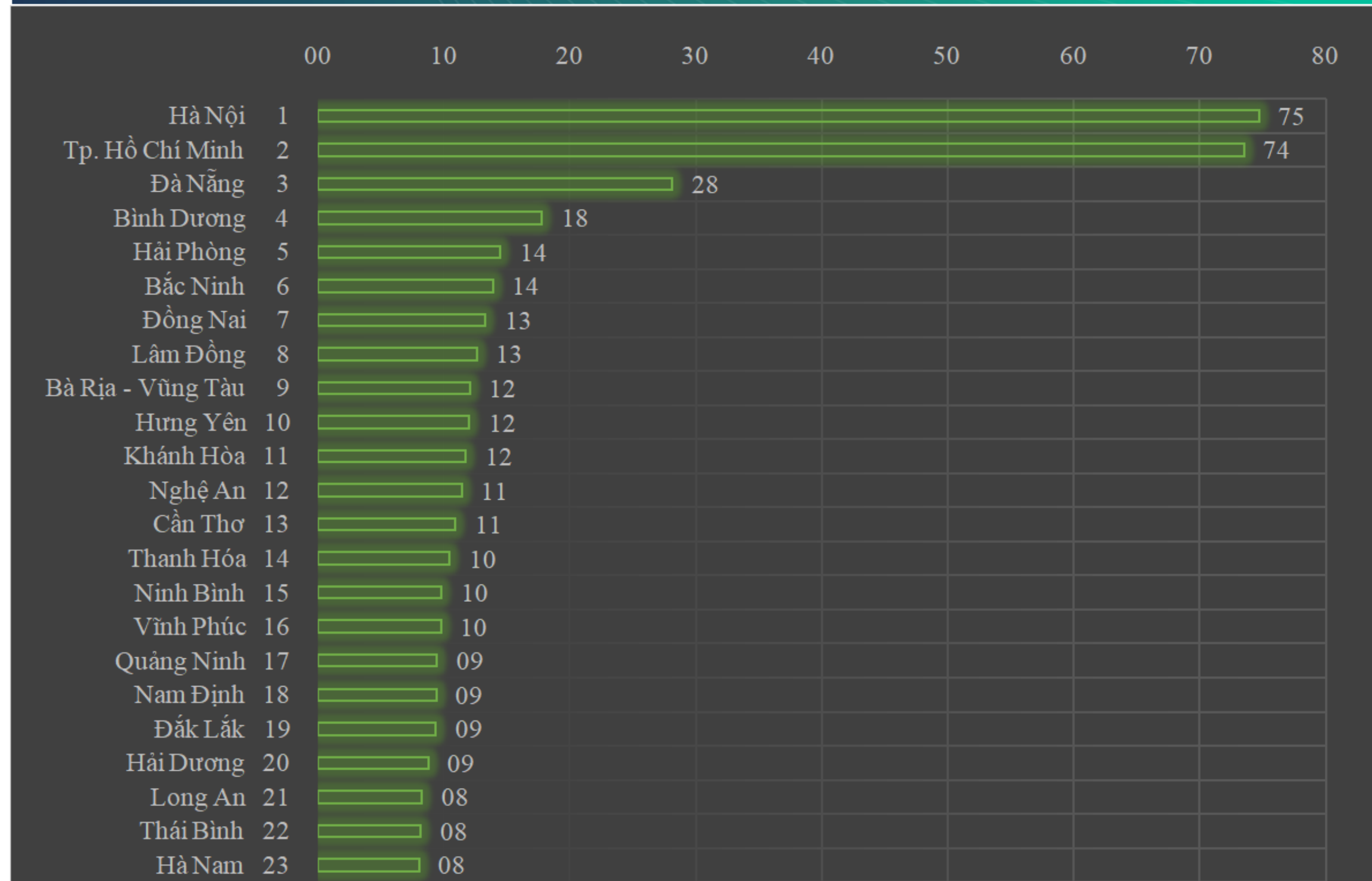


- KHOẢNG CÁCH SỐ
- NHU CẦU NGUỒN NHÂN LỰC
- TMĐT BỀN VỮNG – TMĐT XANH
- THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ XUYÊN BIÊN GIỚI
- PHÁP LUẬT MỚI VỀ THUẾ VÀ QUẢN LÝ THUẾ ĐỐI VỚI CÁC NỀN TẢNG TMĐT
- KẾ HOẠCH TỔNG THỂ PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ QUỐC GIA GIAI ĐOẠN 2026 – 2030

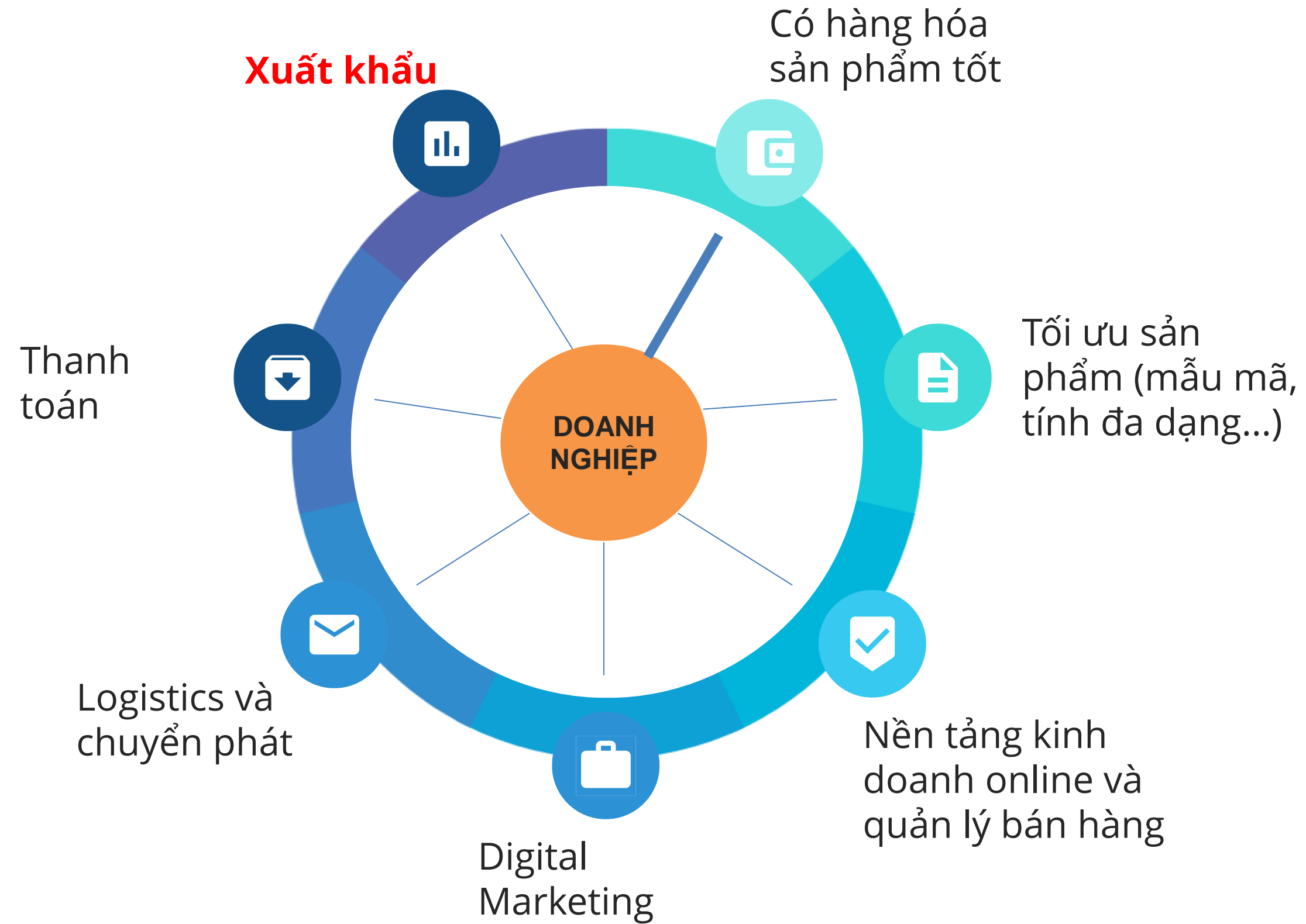
KHOẢNG CÁCH SỐ

Còn khoảng cách lớn về xếp hạng Chỉ số TMĐT Việt Nam giữa Hà Nội, Tp. HCM và các tỉnh thành khác

Hình 34: Xếp hạng Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam năm 2025



NHU CẦU NGUỒN NHÂN LỰC



TMĐT BỀN VỮNG - TMĐT XANH





THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ XUYÊN BIÊN GIỚI (EBI 2025)

- **Quy mô thương mại điện tử xuyên biên giới:** Sự phát triển nhanh chóng của công nghệ thông tin và truyền thông cũng như dịch vụ logistics đã hỗ trợ mạnh mẽ hoạt động thương mại điện tử xuyên biên giới, đặc biệt là mô hình bán lẻ trực tuyến xuyên biên giới (B2C).
- **Chính sách và pháp luật thúc đẩy xuất khẩu trực tuyến:** Nghị định của Chính phủ hoặc Quyết định của Thủ tướng Chính phủ trong năm 2025 hoặc năm 2026 về xuất khẩu trực tuyến sẽ tạo hành lang chính sách và pháp luật thuận lợi, tạo đà cho lĩnh vực này tăng trưởng nhanh trong giai đoạn mới.

PHÁP LUẬT MỚI VỀ THUẾ VÀ QUẢN LÝ THUẾ ĐỐI VỚI CÁC NỀN TẢNG TMĐT

- **Trách nhiệm của các nền tảng TMĐT:** Nghị định quy định quản lý thuế đối với hoạt động kinh doanh trên nền tảng thương mại điện tử, nền tảng số của hộ kinh doanh, cá nhân kinh doanh
- **Trách nhiệm của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận chuyển cho các tổ chức, cá nhân kinh doanh trực tuyến:** Từ năm 2025, doanh nghiệp vận chuyển phối hợp với cơ quan thuế trong công tác quản lý thuế hoạt động kinh doanh TMĐT và gửi đến cơ quan thuế, đảm bảo dữ liệu của một quý được gửi đến cơ quan thuế chậm nhất vào ngày thứ 30 của quý tiếp theo
- **Lập hóa đơn chung:** Các bên liên quan cần phối hợp chặt chẽ để phát hiện và kịp thời điều chỉnh những quy định chưa phù hợp theo hướng quản lý phải tạo điều kiện cho doanh nghiệp phát triển, nuôi dưỡng nguồn thu. Đây là yếu tố then chốt cho sự phát triển nhanh và bền vững của thương mại điện tử trong giai đoạn mới.

KẾ HOẠCH TỔNG THỂ PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ QUỐC GIA GIAI ĐOẠN 2026 – 2030

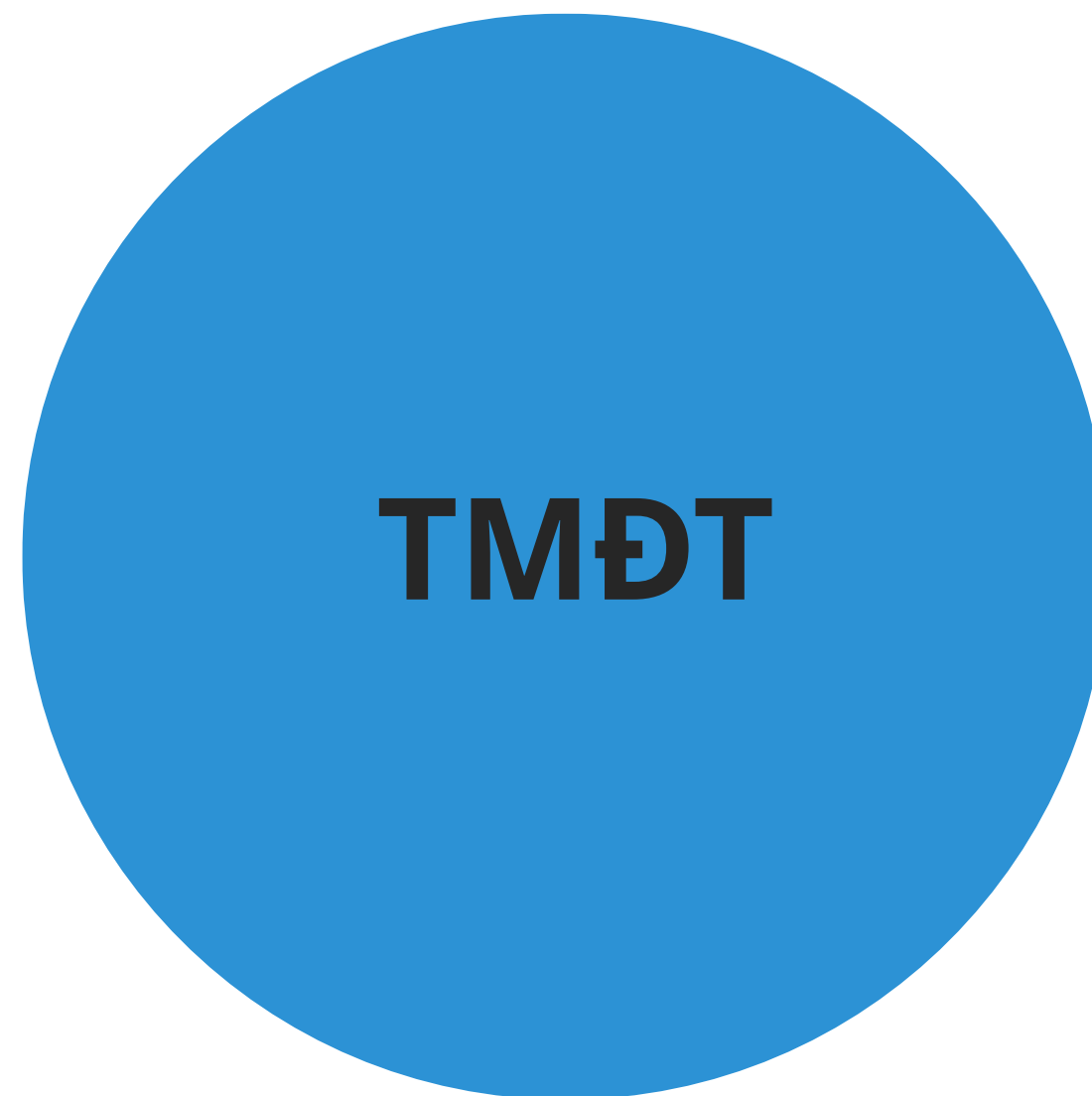
- **Kế hoạch phát triển Thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2026 – 2030:** Mục tiêu cụ thể phát triển thương mại điện tử theo hướng xanh, tuần hoàn, bền vững giai đoạn 2026 - 2030

1. Mở rộng thị trường

- Tỷ lệ dân số mua sắm trực tuyến: **70%** (55% đã hoàn thành)
- Tỷ lệ doanh nghiệp đáp ứng bộ tiêu chí TMĐT bền vững: **60%**
- Tỷ lệ website vi phạm giảm **5-10%**

4. Phát triển nguồn nhân lực

- 60% cơ sở đào tạo **chuyên ngành liên quan** TMĐT (trước 50%)
- 1.000.000 lượt đào tạo kỹ năng TMĐT (trước 300.000)



2. Phát triển theo liên kết vùng

Giá trị giao dịch TMĐT của các địa phương 50%

3. Phát triển TMĐT xanh, bền vững (chỉ tiêu mới)

- Tỷ lệ sản phẩm trong TMĐT sử dụng bao bì nhựa giảm còn 45%;
- Tỷ lệ doanh nghiệp tiêu chuẩn đóng gói xanh trên 50%



THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ XUYÊN BIÊN GIỚI

Năm 2025 – Năm bản lề

Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2026 – 2030 đưa ra **Tầm nhìn:**

Đến năm 2030, xuất khẩu trực tuyến trở thành kênh chính để nâng giá trị thương hiệu Việt, góp phần tăng tỷ lệ thương mại điện tử B2C xuyên biên giới, gia tăng giá trị cho nông sản - thủy sản - công nghiệp và sản phẩm chế biến, đồng thời nâng cao năng lực cạnh tranh số cho SMEs.

Khởi động

2025

Cắt cánh



QUY MÔ XUẤT NHẬP KHẨU TRỰC TUYẾN

Đo lường TMĐT XBG

Năm 2024 VECOM phối hợp với Dự án Thương mại số của USAID ước tính kim ngạch XNK online

Phối hợp với Cục XNK công bố kim ngạch XNK online 2024 trong **Báo cáo Xuất nhập khẩu 2024 của Bộ Công Thương**

Quy mô XKO: 1,7 tỷ USD

Quy mô NKO: 2,4 tỷ USD

Chính sách và pháp luật liên quan tới XK online

- Dự thảo Nghị định quản lý hải quan đối với hàng hoá XNK qua TMĐT
- Kế hoạch phát triển TMĐT quốc gia giai đoạn 2026 – 2030
- Luật TMĐT



- ii. Phân tích data, phương pháp, độ tin cậy Báo cáo của công ty Access Partnership
- iii. Quy mô XKO trên các nền tảng số trung gian thương mại điện tử
- iv. Phòng vấn các công ty cung cấp dịch vụ tư vấn XKO
- v. Phòng vấn các công ty Logistics, chuyển phát nhanh
- vi. Phòng vấn các công ty thanh toán cho bán lẻ online
- vii. Khảo sát tình hình xuất khẩu online của các doanh nghiệp/thương nhân
- viii. Trao đổi với các đơn vị của Cục Hải quan
- ix. Tổng hợp kim ngạch từ các công cụ trên để xác định XKO năm 2024.

2. Quy mô thương mại điện tử xuyên biên giới của Việt Nam

Từ phương pháp đo XNKO trên, nhóm chuyên gia VDT xác định quy mô thương mại điện tử xuyên biên giới hình thức B2C của Việt Nam năm 2024 như sau:

- Quy mô nhập khẩu trực tuyến hàng hoá của người tiêu dùng Việt Nam: 2,4 tỷ USD
- Quy mô xuất khẩu trực tuyến hàng hoá tới người tiêu dùng nước ngoài: 1,7 tỷ USD
- Quy mô tổng kim ngạch xuất nhập khẩu trực tuyến hàng hoá hình thức B2C: 4,1 tỷ USD



Xuất khẩu trực tuyến B2B

Tìm kiếm khách hàng nước ngoài qua nhiều kênh online như email, website, nền tảng B2B...

Người mua B2B trên nền tảng đang tăng trưởng nhanh cả về **số lượng** và **chất lượng**

Alibaba.com

Alibaba.com ghi nhận ngày càng nhiều người mua chủ động tìm kiếm các giải pháp cung ứng đa dạng, góp phần nâng cao chất lượng chung của tệp người mua.



“Ông Young Liu, Giám đốc Quốc gia Alibaba.com Việt Nam cho biết, tại Alibaba.com, chúng tôi ghi nhận đà tăng trưởng ấn tượng từ thị trường Việt Nam, chỉ riêng trong năm 2024, số lượng nhà bán hàng mới từ Việt Nam trên nền tảng đã tăng 22%”

Nguồn Alibaba

Xuất khẩu B2C trên nền tảng Amazon

“Thực tế năm 2023, số lượng các đối tác bán hàng Việt Nam sử dụng hoàn thiện đơn hàng bởi Amazon tăng hơn 300% so với năm 2019.”

2024: Ecomstone - Amazon



Xuất khẩu trực tuyến Việt Nam ghi nhận những cột mốc tăng trưởng ấn tượng

Năm 2025: Số lượng sản phẩm Việt Nam được bán trên Amazon **tăng 35%** trong năm qua.

Số lượng doanh nghiệp Việt Nam đăng ký thương hiệu **tăng gần 30%**.

Nguồn: Hội nghị Amazon Global Selling 2025

amazon | HỘI NGHỊ THƯỜNG NIÊN 2025
AMAZON GLOBAL SELLING VIỆT NAM

**ĐỘT PHÁ CÔNG NGHỆ
BỨT PHÁ XUẤT KHẨU TOÀN CẦU**

CÂU CHUYỆN THÀNH CÔNG của Việt Nam trên Amazon

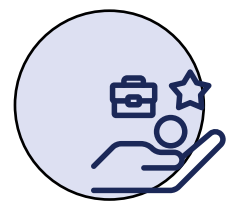
- Số lượng sản phẩm**
Số lượng sản phẩm do các đối tác bán hàng Việt Nam bán trên Amazon tăng gần **35%** trong năm qua.
- Đăng ký thương hiệu**
Số lượng doanh nghiệp Việt Nam đăng ký thương hiệu qua Amazon Brand Registry tăng gần **30%** trong năm 2025.
- TOP 5 ngành hàng**
 - Nhà cửa
 - Nhà bếp
 - Làm đẹp
 - May mặc
 - Sức khỏe & Chăm sóc cá nhân

Nguồn: Số liệu Amazon, tính trong khoảng thời gian 12 tháng từ 01/08/2024 đến 31/07/2025, so sánh với cùng kỳ năm trước.

Rào cản lớn nhất đối với các doanh nghiệp MSME Việt Nam là thiếu nhân lực chất lượng cao và hiểu biết hạn chế về các quy định nhập khẩu qua thương mại điện tử tại thị trường nước ngoài

Rào cản hàng đầu đối với việc ứng dụng thương mại điện tử để xuất khẩu

Tỷ lệ doanh nghiệp MSME được khảo sát đồng ý, %



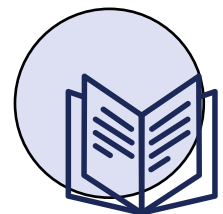
Rào cản năng lực

Thiếu nhân lực chất lượng cao trong lĩnh vực thương mại điện tử xuyên biên giới (**95%**)



Rào cản pháp lý

Thiếu hiểu biết về các quy định nhập khẩu qua thương mại điện tử tại thị trường nước ngoài (**95%**)



Rào cản chi phí

Chi phí logistics xuyên biên giới cao (**94%**)



Rào cản kiến thức

Thiếu hiểu biết về thị trường nước ngoài (**93%**)

Hiểu được những rào cản hàng đầu do các doanh nghiệp MSME được khảo sát xác định

Các doanh nghiệp MSME đang tìm kiếm **các lập trình viên, chuyên gia marketing kỹ thuật số, chuyên gia logistics và nhân viên đa ngôn ngữ** để giải quyết vấn đề thiếu hụt nhân lực chất lượng cao của các doanh nghiệp

Các doanh nghiệp MSME đặc biệt quan tâm đến việc hiểu về các quy định của **Hoa Kỳ, Nhật Bản, và Trung Quốc**.

Các nhân tố chính tác động đến chi phí gắn với **logistics chặng đầu** cũng như **thủ tục hải quan, thuế, và tuân thủ quy định**.

Các doanh nghiệp MSME tìm kiếm thông tin chuyên sâu về **hành vi người tiêu dùng nước ngoài** và rất muốn **tiếp cận nghiên cứu thị trường** để định hướng tốt hơn theo các thị trường quốc tế.

Các doanh nghiệp MSME kêu gọi Chính phủ hỗ trợ nhiều hơn để đào tạo nhân lực chất lượng cao về thương mại điện tử xuyên biên giới và cung cấp hỗ trợ pháp lý nhiều hơn

Các giải pháp để tháo gỡ rào cản hàng đầu gắn với từng loại rào cản
Tỷ lệ doanh nghiệp MSME tại Việt Nam được khảo sát, %



Rào cản năng lực

92%

doanh nghiệp MSME đồng ý rằng **chương trình giảng dạy thương mại điện tử chính quy và tổ chức các buổi giáo dục trực tiếp** sẽ giúp các doanh nghiệp này xây dựng năng lực phù hợp để xuất khẩu thông qua thương mại điện tử.

Ví dụ

Amazon Global Selling tại Singapore đã hợp tác với NYP-SIRS để giúp 800 thương nhân và doanh nghiệp MSME mở rộng kinh doanh trực tuyến và ra toàn cầu, **đào tạo về nghiên cứu sản phẩm và marketing đối với người tiêu dùng nước ngoài**. Việt Nam có thể tăng cường khả năng cạnh tranh thương mại điện tử xuyên biên giới bằng cách tăng cường hợp tác với các cơ sở giáo dục để phát triển các khóa học cấp quốc gia và đào tạo chuyên sâu cho các chuyên gia cấp trung.



Rào cản pháp lý

94%

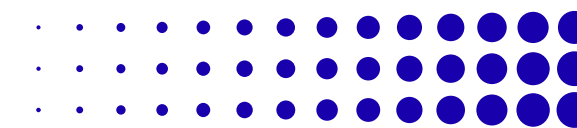
doanh nghiệp MSME đồng ý rằng việc phát triển **một hệ sinh thái gồm các bên thứ ba cung cấp dịch vụ pháp lý** sẽ giúp giảm bớt các rào cản pháp lý đối với thương mại điện tử xuyên biên giới.

Ví dụ

Kế hoạch hành động của chính quyền tỉnh Giang Tô nhằm thúc đẩy phát triển thương mại điện tử xuyên biên giới chất lượng cao (2023-2025) có mục đích nâng cao **phát triển hơn 600 công ty thương mại điện tử hàng đầu và thành lập hơn 100 thương hiệu thương mại điện tử tập trung vào xuất khẩu**. Các sáng kiến chính bao gồm **thí điểm các khu thương mại tự do**, thành lập **“khu vực đặc biệt trực tuyến” để hợp tác với các kênh thương mại điện tử**, đồng thời **thiết lập các khu vực hải quan dành cho hàng hóa trả lại** để đơn giản hóa thủ tục thông quan và miễn thuế đối với các sản phẩm tái nhập.



HOẠT ĐỘNG THÚC ĐẨY TMĐT XUYÊN BIÊN GIỚI



MỘT SỐ HOẠT ĐỘNG HỖ TRỢ XUẤT KHẨU TRỰC TUYẾN GIAI ĐOẠN 2016 - 2025

Năm 2017

1. Hội thảo Xuất nhập khẩu trực tuyến 2017 (Vietnam eTrade Conference – VETC)
2. Thành lập Liên minh Xuất khẩu trực tuyến VESA(2017)



Năm 2020

Diễn đàn Chuyển đổi số trong lĩnh vực xuất nhập khẩu hàng hoá – VOIEF 2020



MỘT SỐ HOẠT ĐỘNG HỖ TRỢ XUẤT KHẨU TRỰC TUYẾN GIAI ĐOẠN 2016 - 2025

Phương hướng hoạt động giai đoạn 2021 - 2025 của VECOM đã xác định **3 định hướng lớn**

ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC
CHẤT LƯỢNG CAO TẠI CÁC
TRƯỜNG ĐẠI HỌC



PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU
TRỰC TUYẾN

amazon global selling VECOM

DIỄN ĐÀN
THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ
XUYÊN BIÊN GIỚI 2024

Thời gian: 8h00 - 12h00
Thứ Năm, 27/06/2024

Địa điểm: Hotel Du Parc, 84 Trần Nhân Tông,
Q. Hai Bà Trưng, Hà Nội



THAM GIA NGAY!



IDEA VECOM VITV

DIỄN ĐÀN
THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ
XUYÊN BIÊN GIỚI
VOIEF 2025

ĐƯA XUẤT KHẨU TRỰC TUYẾN
THÀNH ĐIỂM SÁNG CỦA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

08:00 - 12:00, NGÀY 18 THÁNG 12 NĂM 2025



GIẢM TÁC ĐỘNG TIÊU CỰC CỦA
TMĐT TỚI MÔI TRƯỜNG

HIỆP HỘI THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM
Vietnam E-commerce Association (VECOM)

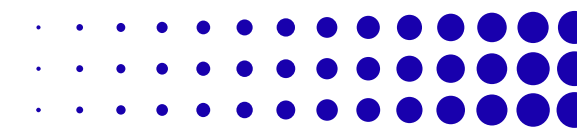
BÁO CÁO

PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ
VỚI BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG



BỘ TIÊU CHÍ
THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ XANH
- ECGI





MỘT SỐ HOẠT ĐỘNG HỖ TRỢ XUẤT KHẨU TRỰC TUYẾN GIAI ĐOẠN 2016 – 2025

Năm 2022

1. Kế hoạch công tác năm 2022: Thúc đẩy xuất khẩu trực tuyến là một trong các hoạt động chính của VECOM năm 2022
2. Hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ xuất khẩu trực tuyến
3. Chương trình – SMEs Go Online: Hỗ trợ DN vừa và nhỏ kinh doanh online & xuất khẩu trực tuyến

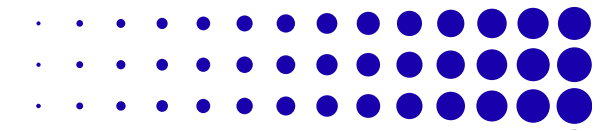
Năm 2023

1. Hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ xuất khẩu trên nền tảng trực tuyến

Năm 2024

1. Diễn đàn TMĐT XBG 2024 (VOIEF 2024)
2. Báo cáo Chỉ số TMĐT 2024: Hướng tới xuất khẩu trực tuyến





MỘT SỐ HOẠT ĐỘNG HỖ TRỢ XUẤT KHẨU TRỰC TUYẾN GIAI ĐOẠN 2016 - 2025

Năm 2025

1. Kế hoạch công tác năm 2025: Thúc đẩy xuất khẩu trực tuyến là một trong các hoạt động chính của VECOM năm 2025
2. Báo cáo Chỉ số TMĐT 2025
3. Hội thảo khoa học quốc gia TMĐT XBG
4. Diễn đàn TMĐT XBG 2025 (VOIEF) (Hà Nội, 18/12/2025)



ĐƠN VỊ TỔ CHỨC: VECOM, IDEA, VITV

ĐƠN VỊ ĐỒNG HÀNH: Shopee, Lazada, pingpong, Sedex, OSB

ĐỐI TÁC TRUYỀN THÔNG: SKY BROS, GOVA

DIỄN ĐÀN
THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ
XUYÊN BIÊN GIỚI
VOIEF 2025

ĐƯA XUẤT KHẨU TRỰC TUYẾN
THÀNH ĐIỂM SÁNG CỦA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

08:00 - 12:00
Thứ 5 | 18/12/2025

HANOI TOWER
49 Hai Bà Trưng, phường Cửa Nam, Hà Nội



DIỄN ĐÀN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ XUYÊN BIÊN GIỚI VOIEF 2025



ĐƯA XUẤT KHẨU TRỰC TUYẾN
THÀNH ĐIỂM SÁNG CỦA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

🕒 08:00 - 12:00, NGÀY 18 THÁNG 12 NĂM 2025
📍 HANOI TOWER, 49 HAI BÀ TRÚNG, PHƯỜNG CỬA NAM, HÀ NỘI



Xác định các **thuận lợi và khó khăn** đối với TMĐT XBG giai đoạn 2026 – 2030, đặc biệt đối với xuất khẩu trực tuyến;



Các chính sách và giải pháp cần thiết **thúc đẩy xuất khẩu trực tuyến**;



Các chính sách và giải pháp **quản lý hiệu quả nhập khẩu trực tuyến**, đảm bảo hài hòa lợi ích giữa người tiêu dùng, doanh nghiệp và nhà nước;



Vai trò, nhiệm vụ của các bên liên quan, bao gồm cơ quan quản lý nhà nước về thương mại ở Trung ương và địa phương, các tổ chức xã hội nghề nghiệp và doanh nghiệp.



CHIẾN LƯỢC HOẠT ĐỘNG CỦA VECOM GIAI ĐOẠN 2026 -2030

1. Coi phát triển **Xuất khẩu trực tuyến** là một trong những nhiệm vụ trọng tâm của Hiệp hội
2. Các hoạt động chính:
 - Phối hợp với các cơ quan, tổ chức triển khai KHTT và Luật TMĐT liên quan tới Xuất khẩu trực tuyến
 - Kết nối, hỗ trợ các doanh nghiệp vừa và nhỏ xuất khẩu trực tuyến

MỘT SỐ ĐỀ XUẤT THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU TRỰC TUYẾN

Về chính sách, pháp luật:

1. Chính phủ sớm ban hành Nghị định về quản lý hải quan đối với hàng hoá xuất nhập khẩu qua TMĐT
2. Triển khai “Kế hoạch phát triển cơ sở hạ tầng logistics phục vụ thương mại điện tử trong nước và xuất khẩu trực tuyến”, được ban hành trong 2229/QĐ-TTg về Xây dựng hạ tầng logistics hỗ trợ Xuất khẩu trực tuyến
3. Có sự phối hợp đồng bộ giữa Cục XNK, Cục TMĐT và KTS và Cục XTTM trong việc triển khai các chính sách, pháp luật về TMĐT, XNK và XTTM liên quan tới XK trực tuyến

MỘT SỐ ĐỀ XUẤT THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU TRỰC TUYẾN

Hành động từ VECOM:

1. Tư vấn, hỗ trợ các trường đại học – đặc biệt là gần 60 trường của VecomNet giảng dạy học phần TMĐT XBG
2. Tiếp tục tổ chức định kỳ Diễn đàn TMĐT XBG (VOIEF)
3. Phối hợp với VCCI và các tổ chức xã hội nghề nghiệp, các hiệp hội ngành hàng tư vấn, sửa đổi, hoàn thiện những chính sách chưa thuận lợi cho XK trực tuyến, bao gồm thanh toán,...



THANK YOU

