TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Thương mại số – Động lực mới đưa hàng Việt bứt phá toàn cầu

07:44 14/10/2025

Sự bùng nổ của công nghệ số đang làm thay đổi toàn diện cách thức giao thương trên toàn thế giới. Với Việt Nam – nền kinh tế có kim ngạch xuất nhập khẩu vượt 530 tỷ USD chỉ trong 9 tháng năm 2025 – xúc tiến thương mại số không chỉ là sự lựa chọn, mà đã trở thành "đường cao tốc" để duy trì đà tăng trưởng.

Các báo cáo toàn cầu cho thấy, thương mại điện tử xuyên biên giới đang tăng trưởng trung bình 20% mỗi năm, đóng góp hàng nghìn tỷ USD cho nền kinh tế thế giới. Sau đại dịch COVID-19, việc mua bán, ký kết và xúc tiến giao thương chuyển dịch mạnh lên nền tảng số. Doanh nghiệp nào chậm chuyển đổi sẽ bị bỏ lại phía sau.

Tuy nhiên, thực tế tại Việt Nam cho thấy, chỉ khoảng 1/3 doanh nghiệp đủ năng lực tham gia hiệu quả vào các sàn thương mại điện tử quốc tế. Điểm yếu lớn nhất nằm ở việc thiếu chuẩn hóa dữ liệu sản phẩm, hạ tầng thanh toán số còn manh mún và hệ thống logistics chưa tích hợp đồng bộ. Khoảng cách giữa tiềm năng và năng lực thực thi đang trở thành rào cản khiến hàng Việt khó tiến xa hơn trên bản đồ toàn cầu.



Xúc tiến thương mại phải được nhìn nhận như một chiến lược quốc gia

Theo ông Lại Việt Anh – Phó Cục trưởng Cục TMĐT và Kinh tế số (Bộ Công Thương), xúc tiến thương mại số cần được nhìn nhận như một chiến lược quốc gia. Bộ Công Thương đang hoàn thiện Luật TMĐT sửa đổi theo chuẩn quốc tế, bổ sung quy định về hợp đồng số, giải quyết tranh chấp trực tuyến và bảo vệ người tiêu dùng. Đây là "lá chắn pháp lý" giúp doanh nghiệp tự tin bước ra sân chơi toàn cầu.

Đặc biệt, tại các thị trường khó tính như EU, yêu cầu về bảo vệ dữ liệu và truy xuất nguồn gốc vô cùng khắt khe. Không ít doanh nghiệp Việt phải rút lui chỉ vì thiếu chứng nhận tiêu chuẩn quốc tế. Tuy nhiên, thay vì coi đây là rào cản, cần xem đó là động lực để doanh nghiệp nâng cấp công nghệ, hoàn thiện quy trình sản xuất minh bạch, xây dựng thương hiệu dựa trên uy tín.

Theo các chuyên gia, ba trụ cột để làm chủ thương mại số gồm: Dữ liệu – thanh toán – logistics. Nếu doanh nghiệp phối hợp cùng các nền tảng công nghệ để chuẩn hóa thông tin sản phẩm, tích hợp hệ thống vận hành và ứng dụng thanh toán quốc tế, thì việc đưa hàng Việt đến tay người tiêu dùng toàn cầu không còn là điều xa vời.

Để xúc tiến thương mại số phát huy hiệu quả, cần sự chung tay của Nhà nước – đơn vị xúc tiến – doanh nghiệp sản xuất. Chính phủ hoàn thiện pháp lý; cơ quan xúc tiến thương mại đẩy mạnh các "Tuần hàng Việt trực tuyến" hay "Gian hàng

quốc gia số”; còn doanh nghiệp phải coi thương mại điện tử là chiến lược phát triển dài hạn chứ không đơn thuần là kênh bán hàng tạm thời.

Xúc tiến thương mại số chính là “tấm hộ chiếu công nghệ” giúp hàng Việt bước vào chuỗi giá trị toàn cầu với tâm thế chủ động và vị thế cao hơn.

Nam Sơn *(t/h)*