

# LUẬT THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ BẢO ĐẢM CẠNH TRANH CÔNG BẰNG TRONG THỊ TRƯỜNG SỐ

✍ ThS. Lê Minh Toàn

● **TÓM TẮT:** Trong bối cảnh chuyển dịch mạnh mẽ sang nền kinh tế số, thương mại điện tử trở thành động lực chính thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, đổi mới mô hình kinh doanh và nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia. Tuy nhiên, sự bùng nổ của thị trường số cũng phát sinh những thách thức lớn về cạnh tranh công bằng, sự độc quyền dữ liệu, thao túng thị trường và bất bình đẳng tiếp cận cơ hội giữa các doanh nghiệp. Hoàn thiện khung pháp lý, đặc biệt là Luật Thương mại điện tử, là yêu cầu cấp thiết nhằm cân bằng thúc đẩy đổi mới và kiểm soát rủi ro cạnh tranh.

Luật Thương mại điện tử được ban hành không chỉ là sự cập nhật công cụ pháp lý mới mà còn đáp ứng yêu cầu tái cấu trúc tư duy quản lý cạnh tranh trong môi trường số; đáp ứng yêu cầu xây dựng một khung pháp luật toàn diện, linh hoạt và theo kịp sự phát triển công nghệ; là yếu tố then chốt để Việt Nam phát huy tiềm năng thị trường thương mại điện tử, thu hút đầu tư và bảo đảm cạnh tranh công bằng, minh bạch.

Vấn đề là cần thực hiện tốt công tác tuyên truyền phổ biến Luật để mọi người hiểu rõ; đồng thời có những giải pháp thực thi phù hợp để Luật đi vào thực tiễn một cách hiệu quả. Bài viết này nhằm góp phần đáp ứng yêu cầu đó.

● **Từ khóa:** Luật Thương mại điện tử 2025; Những điểm mới của Luật thương mại điện tử; Giải pháp thực hiện Luật thương mại điện tử.

● **ABSTRACT:** In the context of a strong transition toward the digital economy, e-commerce has become a key driver of economic growth, business model innovation, and enhancement of national competitiveness. However, the rapid expansion of the digital market has also generated major challenges related to fair competition, data monopolization, market manipulation, and unequal access to opportunities among enterprises. Improving the legal framework, particularly the Law on E-commerce, is an urgent requirement to balance innovation promotion with the control of competitive risks.

The promulgation of the Law on E-commerce is not merely an update of legal instruments but also responds to the need for restructuring competition management thinking in the digital environment; it meets the requirement to build a comprehensive, flexible legal framework that keeps pace with technological development; and it serves as a key factor enabling Vietnam to unlock the potential of the e-commerce market, attract investment, and ensure fair and transparent competition.

*The issue lies in effectively disseminating and popularizing the Law so that it is well understood by all stakeholders, while simultaneously adopting appropriate enforcement solutions to ensure its effective implementation in practice. This article aims to contribute to meeting that requirement.*

● **Keywords:** Law on E-commerce 2025; New features of the Law on E-commerce; Solutions for implementing the Law on E-commerce.

Ngày nhận bài: 12/3/2026 Ngày bình duyệt: 31/3/2026 Ngày duyệt đăng: 07/4/2026

## TỔNG QUAN VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Những năm gần đây, thương mại điện tử tăng trưởng 20 - 25%/năm, chiếm khoảng 10% tổng mức bán lẻ hàng hóa, trở thành động lực quan trọng của kinh tế số. Tuy nhiên, hoạt động này lâu nay chủ yếu dựa trên các nghị định, bộc lộ nhiều khoảng trống trước sự bùng nổ mạng xã hội bán hàng, livestream, nền tảng xuyên biên giới, gây sức ép lớn lên môi trường cạnh tranh. Cạnh tranh công bằng sẽ được bảo đảm khi luật pháp thực hiện điều chỉnh hiệu quả quyền lực dữ liệu và thuật toán; cân bằng lợi ích giữa nền tảng lớn và doanh nghiệp nhỏ; bảo vệ quyền người tiêu dùng trong môi trường số.

Luật Thương mại điện tử mới được Quốc hội Việt Nam thông qua tại kỳ họp tháng 12/2025 và có hiệu lực từ ngày 01/7/2026 sẽ đáp ứng những yêu cầu thực tiễn đặt ra. Luật gồm 7 chương với 41 điều, tạo một khuôn khổ pháp lý toàn diện cho thương mại điện tử trong bối cảnh nền kinh tế số phát triển mạnh. Luật điều chỉnh toàn bộ hoạt động thương mại điện tử tại Việt Nam, bao gồm: Hoạt động của nền tảng thương mại điện tử, nhà cung cấp dịch vụ hỗ trợ (logistics, thanh toán), người bán và người mua; Thương mại xuyên biên giới, đặc biệt với các doanh nghiệp nước ngoài bán hàng trực tuyến vào Việt Nam.

Do thương mại điện tử là lĩnh vực liên ngành, liên quan chặt chẽ đến thuế, hải quan, tài chính, an ninh mạng, bảo vệ dữ liệu cá nhân. Vì vậy, Luật thương mại điện tử phải

thiết kế cơ chế phối hợp rõ ràng giữa các cơ quan, khắc phục tình trạng mỗi ngành “quản một khúc” dẫn đến chồng chéo, tạo kẽ hở cho hành vi trốn thuế, gian lận thương mại, cạnh tranh không lành mạnh trong giao dịch xuyên biên giới.

## CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN PHÁP LÝ CỦA LUẬT THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

### 1. Bản chất và đặc thù của thị trường số:

- Thị trường số không chỉ là giao dịch qua mạng mà là một hệ sinh thái kết nối người tiêu dùng, doanh nghiệp, nền tảng kỹ thuật số, dữ liệu và thuật toán.

- Đặc điểm: quy mô mạng lưới, hiệu ứng kinh tế theo mạng (network effect), chi phí biên thấp, thu thập và sử dụng dữ liệu là tài nguyên kinh doanh cốt lõi.

### 2. Cạnh tranh trong thị trường truyền thống và số:

- Trong thị trường truyền thống: cạnh tranh dựa trên giá cả, chất lượng sản phẩm/dịch vụ, marketing và phân phối.

- Trong thị trường số: cạnh tranh phụ thuộc vào quyền kiểm soát dữ liệu, thuật toán, nền tảng môi giới, quản trị hệ sinh thái và khả năng khóa khách hàng.

### 3. Pháp luật Việt Nam hiện hành về thương mại điện tử:

Luật Thương mại điện tử (sửa đổi), các nghị định hướng dẫn và chính sách cạnh tranh có quy định khung nhưng còn thiếu các điểm cụ thể điều chỉnh hành vi số hóa và

nền tảng số ở mức chi tiết, đặc biệt liên quan đến: Dữ liệu người dùng và quyền riêng tư; Quản lý thuật toán sắp xếp kết quả, hiển thị; Thông trị các nền tảng số quy mô lớn; Cạnh tranh ngang bằng giữa doanh nghiệp mới và doanh nghiệp nền tảng lớn.

**Những điểm mới của Luật Thương mại điện tử năm 2025 so với khung pháp lý cũ** (chủ yếu là Nghị định 52/2013 và Nghị định 85/2021)

Luật Thương mại điện tử 2025 đánh dấu một bước tiến quan trọng trong pháp luật thương mại điện tử của Việt Nam: Làm rõ quyền - nghĩa vụ của các bên; Nâng cao minh bạch, bảo vệ người tiêu dùng; Tạo điều kiện phát triển thương mại điện tử bền vững và hội nhập quốc tế. So với các Nghị định trước đây, Luật có những điểm mới giúp tạo điều kiện tốt hơn cho cá nhân, doanh nghiệp, cơ quan, đơn vị trong quá trình vận hành phát triển kinh tế. Cụ thể là:

- *Xây dựng một khung pháp lý toàn diện và hiện đại*: Luật mới là văn bản không chỉ là nghị định điều chỉnh hành chính như trước đây, mà là luật chính thức điều chỉnh toàn diện hoạt động thương mại điện tử (từ người bán, nền tảng, tới dịch vụ hỗ trợ). Đây là bước tiến lớn so với tình trạng trước đây chỉ dựa vào các nghị định nên thiếu tính nguyên tắc và dễ gây “vênh” với các luật chuyên ngành khác.

- *Phân loại rõ ràng các loại nền tảng thương mại điện tử*: Luật mới tạo ra bốn loại nền tảng thương mại điện tử với các nghĩa vụ khác nhau, phản ánh đa dạng mô hình kinh doanh hiện đại, gồm: Nền tảng bán hàng trực tiếp (doanh nghiệp); Nền tảng trung gian; Mạng xã hội có chức năng thương mại điện tử; Nền tảng tích hợp đa dịch vụ. Điều này giúp lãnh đạo quản lý phù hợp từng loại hình, thay vì áp dụng một khuôn chung như trước đây.

- *Tăng cường quản lý người bán và nội dung*: Luật mới đặt ra các yêu cầu cụ thể hơn so với trước: Xác thực danh tính người bán qua hệ thống VNeID, giúp truy xuất nguồn

gốc, giảm hàng giả - hàng vi phạm bản quyền. Yêu cầu đối với livestreamers, người ảnh hưởng (influencers, KOL/KOC): phải tuân thủ các quy định bán hàng, minh bạch thông tin sản phẩm và tránh quảng cáo sai sự thật. Tăng trách nhiệm của nền tảng trong việc giám sát nội dung, gỡ bỏ vi phạm trong 24h và lưu trữ dữ liệu giao dịch, livestream phục vụ quản lý.

## THUẬN LỢI VÀ KHÓ KHĂN TRONG THỰC HIỆN LUẬT

### 1. Thuận lợi:

- Khung pháp lý rõ ràng, hiện đại: Luật mới thay thế các quy định rời rạc, tạo sự nhất quán về quyền, trách nhiệm và nghĩa vụ của các bên tham gia thương mại điện tử. Điều này giúp làm giảm rủi ro pháp lý và tạo môi trường kinh doanh minh bạch hơn.

- Tăng cường niềm tin của người tiêu dùng: Việc xác thực danh tính, kiểm soát hàng giả, xử lý tranh chấp được quy định rõ sẽ giúp người mua yên tâm hơn khi giao dịch online.

- Thúc đẩy phát triển thương mại xuyên biên giới: Luật hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận thị trường toàn cầu và thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa qua thương mại điện tử.

- Hòa nhập với xu hướng quốc tế: Việc công nhận giao dịch điện tử, hợp đồng điện tử, khung bảo vệ dữ liệu phù hợp xu hướng quốc tế sẽ giúp Việt Nam thu hút đầu tư nước ngoài và hợp tác thương mại toàn cầu.

### 2. KHÓ KHĂN TRONG THỰC HIỆN

- *Gánh nặng tuân thủ đối với doanh nghiệp nhỏ*: Các doanh nghiệp vừa và nhỏ, cá nhân bán hàng, livestream bán hàng... có thể gặp khó trong việc xác thực và đăng ký; hệ thống báo cáo dữ liệu; thuế và kế toán phức tạp hơn. Điều này có thể gây chậm trễ hoặc tăng chi phí tuân thủ.

- *Khó khăn trong quản lý livestream và mạng xã hội*: Việc kiểm soát nội dung, tiêu chuẩn sản phẩm của hàng ngàn người bán

livestream khó triển khai đồng đều và hiệu quả nếu thiếu nguồn lực kỹ thuật và nhân sự.

- *Yêu cầu tích hợp công nghệ*: Luật đòi hỏi hạ tầng công nghệ - như định danh điện tử, hệ thống thanh toán, chia sẻ dữ liệu với cơ quan quản lý - phải hoạt động hiệu quả. Nếu hạ tầng chưa sẵn sàng toàn diện, doanh nghiệp và cơ quan chức năng cũng sẽ gặp khó khăn.

- *Áp lực tuân thủ quốc tế*: Đối với các công ty nước ngoài, cách thức áp dụng các quy định mới (đại diện pháp lý, dữ liệu, thuế...) có thể khiến họ cân nhắc lại chiến lược thị trường Việt Nam.

### 3. Kinh nghiệm quốc tế

*Liên minh Châu Âu*: Đề xuất Digital Markets Act (DMA) thể hiện sự phân định “gatekeepers” và quy định bắt buộc về dữ liệu, thuật toán, quyền người dùng. Quy định cạnh tranh công bằng giữa các nền tảng lớn và đối tác thông qua minh bạch nguồn dữ liệu và tiêu chí xếp hạng.

*Hoa Kỳ*: Tập trung điều tra hành vi độc quyền nền tảng lớn, đề xuất luật chống độc quyền số, định nghĩa lại thị trường cạnh tranh trong môi trường kỹ thuật số.

*Trung Quốc*: Thành lập cơ chế điều chỉnh cạnh tranh trong nền kinh tế số; các quy định minh bạch thuật toán và hạn chế tích hợp dữ liệu người dùng theo cách ràng buộc.

### CÁC VẤN ĐỀ CẠNH TRANH NỘI LÊN TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VÀ VAI TRÒ GIẢI QUYẾT CỦA LUẬT THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ số đã thúc đẩy thương mại điện tử trở thành một trong những lĩnh vực kinh tế năng động nhất hiện nay. Bên cạnh những lợi ích to lớn như mở rộng thị trường, giảm chi phí giao dịch và tăng tính tiện lợi cho người tiêu dùng, thương mại điện tử cũng làm nảy sinh nhiều vấn đề cạnh tranh phức tạp. Trong bối cảnh đó, Luật Thương mại điện tử giữ vai

trò quan trọng trong việc điều chỉnh, bảo đảm môi trường cạnh tranh lành mạnh và công bằng.

#### 1. Các vấn đề cạnh tranh nổi lên trong thương mại điện tử:

*Thứ nhất, cạnh tranh không lành mạnh*: Trong môi trường trực tuyến, một số doanh nghiệp sử dụng các hành vi như quảng cáo sai sự thật, bán phá giá, làm giả đánh giá của người tiêu dùng hoặc sao chép nội dung, hình ảnh của đối thủ. Những hành vi này gây thiệt hại cho doanh nghiệp chân chính và làm giảm niềm tin của người tiêu dùng.

*Thứ hai, lạm dụng vị thế thống lĩnh thị trường*: Nhiều nền tảng thương mại điện tử lớn nắm giữ lượng dữ liệu người dùng khổng lồ và có khả năng kiểm soát thị trường. Việc ưu tiên sản phẩm “cây nhà lá vườn”, áp đặt điều kiện bất lợi cho người bán nhỏ lẻ hoặc loại bỏ đối thủ tiềm năng có thể dẫn đến méo mó cạnh tranh.

*Thứ ba, vấn đề về dữ liệu và thuật toán*: Dữ liệu trở thành nguồn lực cạnh tranh quan trọng. Việc thu thập, sử dụng và khai thác dữ liệu không minh bạch hoặc thuật toán xếp hạng thiếu công bằng có thể tạo ra lợi thế không chính đáng cho một số chủ thể.

*Thứ tư, cạnh tranh xuyên biên giới*: Thương mại điện tử cho phép doanh nghiệp dễ dàng tiếp cận thị trường quốc tế, nhưng cũng gây khó khăn cho việc quản lý cạnh tranh khi các chủ thể hoạt động ở nhiều quốc gia với hệ thống pháp luật khác nhau.

#### 2. Vai trò của Luật Thương mại điện tử trong giải quyết các vấn đề cạnh tranh:

*Một là, thiết lập khung pháp lý cho cạnh tranh công bằng*: Luật thương mại điện tử quy định rõ quyền và nghĩa vụ của các chủ thể tham gia, từ sàn giao dịch, người bán đến người tiêu dùng, qua đó hạn chế các hành vi cạnh tranh không lành mạnh.

*Hai là, bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng và doanh nghiệp nhỏ*: Thông qua các quy định về minh bạch thông tin, trách nhiệm

của nền tảng và cơ chế giải quyết tranh chấp, Luật thương mại điện tử giúp giảm bất cân xứng thông tin và bảo vệ các chủ thể yếu thế trên thị trường.

*Ba là, kiểm soát hành vi lạm dụng dữ liệu và vị thế thị trường:* Luật thương mại điện tử phối hợp với pháp luật cạnh tranh và bảo vệ dữ liệu cá nhân nhằm ngăn chặn việc lạm dụng sức mạnh thị trường, đồng thời yêu cầu các nền tảng vận hành thuật toán một cách minh bạch hơn.

*Bốn là, tăng cường hợp tác và quản lý trong bối cảnh xuyên biên giới:* Luật thương mại điện tử tạo cơ sở cho việc hợp tác quốc tế, giúp các quốc gia phối hợp xử lý các hành vi vi phạm cạnh tranh trong thương mại điện tử.

### 3. Một số kiến nghị:

Để Luật Thương mại điện tử phát huy hiệu quả hơn, cần: Thường xuyên cập nhật quy định pháp luật phù hợp với sự phát triển nhanh của công nghệ; tăng cường giám sát các nền tảng lớn; nâng cao nhận thức pháp lý cho doanh nghiệp và người tiêu dùng; đẩy mạnh hợp tác quốc tế trong quản lý cạnh tranh thương mại điện tử.

Thương mại điện tử mang lại nhiều cơ hội nhưng cũng đặt ra không ít thách thức về cạnh tranh. Các vấn đề như cạnh tranh không lành mạnh, lạm dụng vị thế thị trường và quản lý dữ liệu đòi hỏi sự điều chỉnh kịp thời của pháp luật. Luật Thương mại điện tử, với vai trò là công cụ pháp lý quan trọng, góp phần xây dựng môi trường thương mại điện tử minh bạch, công bằng và bền vững, qua đó thúc đẩy sự phát triển lành mạnh của nền kinh tế số.

### GIẢI PHÁP THỰC HIỆN HIỆU QUẢ LUẬT THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ MỚI BAN HÀNH

Thương mại điện tử là một trụ cột quan trọng của nền kinh tế số, đóng góp mạnh mẽ cho tăng trưởng kinh tế và chuyển đổi số quốc gia. Ở Việt Nam, thương mại điện tử tăng trưởng nhanh với quy mô thị trường

hàng chục tỷ USD, nhưng cũng phát sinh nhiều thách thức về gian lận, hàng giả, bảo vệ tiêu dùng và quản lý thuế. Để giải quyết những hạn chế của các quy định cũ, Quốc hội Việt Nam đã thông qua Luật Thương mại điện tử mới, với mục tiêu tăng cường quản lý, minh bạch thị trường và thúc đẩy phát triển bền vững. Để đảm bảo luật đi vào đời sống kinh tế - xã hội thực sự hiệu quả, cần thiết xây dựng và triển khai các giải pháp đồng bộ, cả về mặt pháp lý, kỹ thuật và tổ chức thực thi.

#### \* Các giải pháp để thực hiện hiệu quả:

- *Hoàn thiện hệ thống văn bản hướng dẫn thi hành:* Một trong những thách thức lớn nhất sau khi luật được ban hành là thiếu hướng dẫn cụ thể để thực thi. Đặc biệt với các quy định mới như: xác định trách nhiệm của nền tảng và người bán trong livestream; áp dụng nhận dạng số cho người bán qua VneID; quy định về thương mại điện tử T xuyên biên giới và báo cáo thuế từ nền tảng quốc tế.

Cụ thể: Ban hành sớm các Nghị định, Thông tư hướng dẫn chi tiết ngay sau khi luật có hiệu lực; xây dựng các tiêu chuẩn kỹ thuật và quy trình kiểm tra cụ thể; cập nhật các nguyên tắc quốc tế để đảm bảo tính tương thích và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

*Tăng cường phối hợp liên ngành Thương mại điện tử liên quan tới nhiều lĩnh vực:* thương mại, công nghệ thông tin, thuế, hải quan, bảo vệ người tiêu dùng, và an ninh mạng. Tình trạng chồng chéo quản lý và thiếu thống nhất trong thi hành có thể làm giảm hiệu quả thực thi.

Cụ thể: Thành lập ban chỉ đạo liên ngành về thương mại điện tử tại trung ương và địa phương; phối hợp giữa Bộ Công Thương, Bộ Tài chính, Bộ Thông tin & Truyền thông, Tổng cục Thuế, và cơ quan hải quan để chia sẻ dữ liệu, đồng bộ kiểm tra, giám sát; xác định rõ trách nhiệm liên quan tới an ninh dữ liệu, thuế và bảo vệ tiêu dùng.

- *Phát triển hạ tầng kỹ thuật và dữ liệu:* Luật mới yêu cầu các nền tảng xác minh danh tính người bán thông qua hệ thống định danh điện tử quốc gia (VNeID) nhằm tăng tính minh bạch và truy xuất nguồn gốc.

Cụ thể: Nâng cấp và liên kết hệ thống VNeID với các nền tảng thương mại điện tử và cơ sở dữ liệu quốc gia; thúc đẩy áp dụng các giải pháp công nghệ như AI, Big Data để tự động phát hiện gian lận, hàng giả và đánh giá rủi ro; xây dựng hệ thống cảnh báo sớm và chia sẻ dữ liệu giữa cơ quan quản lý và nền tảng.

*Nâng cao năng lực cho doanh nghiệp và người tiêu dùng:* Hiện thương mại điện tử Việt Nam có nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs) thiếu kiến thức về tuân thủ pháp luật, và người tiêu dùng chưa được trang bị đầy đủ để tự bảo vệ quyền lợi.

Cụ thể: Tổ chức các chương trình đào tạo về pháp luật thương mại điện tử, kỹ năng an ninh mạng, thuế điện tử cho SMEs; phát triển các hướng dẫn trực quan, khoá học trực tuyến và hỗ trợ tư vấn miễn phí; tăng cường chiến dịch tuyên truyền, hướng dẫn người tiêu dùng về quyền lợi và cách khiếu nại khi bị ảnh hưởng.

*Tăng cường quản lý thuế và thanh tra - kiểm tra:* Quy định mới về thuế trong thương mại điện tử đòi hỏi minh bạch doanh thu của người bán và nền tảng, đồng thời có thể yêu cầu nền tảng thu hộ và nộp thuế.

Giải pháp cụ thể: Triển khai hệ thống kết nối dữ liệu giữa nền tảng thương mại điện tử và cơ quan thuế để tự động định

danh và báo cáo doanh thu; xây dựng cơ chế thanh tra định kỳ, audit dữ liệu dựa trên phân tích rủi ro; đặt ra các tiêu chí rõ ràng về xử phạt hành chính cũng như biện pháp kỹ thuật (chặn truy cập, gỡ bỏ nội dung vi phạm).

Khuyến khích đổi mới sáng tạo và phát triển bền vững: thương mại điện tử không chỉ dừng ở cắt giảm gian lận mà còn phải thúc đẩy đổi mới, bảo vệ môi trường và phát triển bền vững. Các đề xuất mới như “thương mại điện tử xanh” nhằm giảm rác thải từ hoạt động logistics cũng được đề xuất tại Việt Nam.

Giải pháp cụ thể: Xây dựng các tiêu chuẩn xanh trong thương mại điện tử (như tiêu chuẩn bao bì, vận chuyển); hỗ trợ doanh nghiệp đầu tư vào logistic xanh, nền tảng tính toán bền vững; kết hợp mục tiêu pháp luật với các chương trình khuyến khích tài chính.

Luật Thương mại điện tử mới tạo bước ngoặt quan trọng trong quản lý và phát triển thương mại điện tử tại Việt Nam, hàm chứa nhiều cơ chế nhằm thúc đẩy minh bạch, bảo vệ người tiêu dùng, và quản lý thuế hiệu quả. Tuy nhiên, để luật thực sự đi vào thực tế, cần có các giải pháp kỹ thuật, pháp lý và chiến lược đồng bộ, từ hoàn thiện văn bản hướng dẫn, tăng cường phối hợp liên ngành, phát triển hạ tầng dữ liệu, đến nâng cao năng lực doanh nghiệp và người tiêu dùng. Sự kết hợp giữa quản lý chặt chẽ nhưng linh hoạt và khuyến khích sáng tạo sẽ giúp thương mại điện tử Việt Nam phát triển bền vững trong thời đại số./.

**TÀI LIỆU THAM KHẢO:**

1. Luật Thương mại điện tử 2025 được Quốc hội thông qua ngày 10/12/2025;
2. Báo cáo chính sách của Bộ Công thương trình Quốc hội với mục tiêu của là thúc đẩy cạnh tranh công bằng và bảo vệ người tiêu dùng trong kinh tế số, đồng thời quy định rõ

*trách nhiệm của các nền tảng, mạng xã hội tham gia thương mại điện tử.*

3. Khung pháp lý hiện tại và cần thiết của luật mới.
4. Quy hoạch phát triển thương mại điện tử quốc gia 2026 - 2030.