



NÂNG CAO HIỆU QUẢ ĐẤU TRANH PHÒNG CHỐNG GIAN LẬN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Trần Thị Kim Đô

Trường Đại học Cửu Long

Email: tranthikimdo@mku.edu.vn

Ngày nhận bài: 15/08/2025; Ngày phản biện: 06/09/2025; Ngày duyệt bài: 15/12/2025

TÓM TẮT

Bài viết phân tích thực trạng gian lận trong thương mại điện tử và các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả công tác đấu tranh phòng, chống gian lận thương mại điện tử trong bối cảnh kinh tế số phát triển mạnh mẽ. Gian lận thương mại điện tử diễn ra dưới nhiều hình thức như gian lận tài chính trực tuyến, vi phạm bản quyền, rửa tiền qua giao dịch điện tử và tấn công mạng, gây ảnh hưởng tiêu cực đến an ninh mạng, quyền lợi người tiêu dùng và trật tự thị trường. Kết quả phân tích cho thấy hiệu quả phòng, chống gian lận thương mại điện tử còn gặp nhiều thách thức do khó khăn trong việc truy vết đối tượng ẩn danh, lỗ hổng pháp lý, hạn chế trong hợp tác quốc tế và sự phát triển nhanh chóng của công nghệ. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả đấu tranh phòng, chống gian lận thương mại điện tử, bao gồm tăng cường hợp tác quốc tế, xây dựng hệ thống cảnh báo sớm, hoàn thiện khung pháp lý, nâng cao nhận thức cộng đồng và đầu tư vào công nghệ bảo mật. Các giải pháp này kỳ vọng sẽ góp phần nâng cao năng lực phát hiện, ngăn chặn gian lận và bảo vệ tài sản của người dân trong môi trường thương mại điện tử.

Từ khoá: Phòng chống gian lận, gian lận thương mại, thương mại điện tử, gian lận thương mại điện tử

ABSTRACT

This paper analyzes the current situation of e-commerce fraud and the factors affecting the effectiveness of combating and preventing such crimes in the context of rapid digital development. E-commerce fraud includes various forms such as online financial fraud, copyright infringement, money laundering through electronic transactions, and cyberattacks, posing threats to cybersecurity, consumer rights, and market stability. The findings indicate that the effectiveness of e-commerce fraud prevention is challenged by difficulties in tracking anonymous offenders, legal loopholes, limited international cooperation, and the fast evolution of technology. Based on these findings, the paper proposes several solutions to improve the effectiveness of combating e-commerce fraud, including strengthening international cooperation, developing early warning systems, improving legal frameworks, raising public awareness, and investing in security technologies. These measures are expected to enhance fraud detection and prevention and protect individuals' assets in the e-commerce environment.

Keywords: Fraud prevention, commercial fraud, e-commerce, e-commerce fraud.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh sự phát triển mạnh mẽ của thương mại điện tử, các giao dịch mua bán trực tuyến ngày càng trở nên phổ biến và đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế toàn cầu. Việc gian lận trong lĩnh vực này ngày càng trở nên tinh vi và phức tạp. Các hành vi gian lận như giả mạo thông tin, lừa đảo thanh toán, và làm giả sản phẩm đã và đang gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến người tiêu dùng, các doanh nghiệp cũng như môi trường thương mại điện tử nói chung. Điều này không chỉ làm giảm niềm tin của khách hàng, mà còn gây thiệt hại về tài chính và ảnh hưởng đến uy tín của các nền tảng thương mại điện tử.

Trong bối cảnh đó, công tác phòng chống gian lận thương mại điện tử trở nên cấp thiết hơn bao giờ hết. Những vấn đề này không chỉ ảnh hưởng đến lợi ích của người tiêu dùng và doanh nghiệp mà còn gây thiệt hại lớn cho nền kinh tế và an ninh quốc gia. Chính vì vậy, việc nâng cao hiệu quả công tác đấu tranh phòng chống gian lận trong thương mại điện tử là một nhiệm vụ quan trọng và cấp bách cần được quan tâm và giải quyết một cách toàn diện, hiệu quả. Do đó, bài viết nghiên cứu và đề xuất các giải pháp nâng cao hiệu quả trong công tác phòng chống gian lận thương mại điện tử sẽ đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo sự phát triển bền vững của lĩnh vực thương mại điện tử tại Việt Nam.

2. Thực trạng về gian lận thương mại điện tử tại Việt Nam

2.1. Tình hình gian lận thương mại điện tử tại Việt Nam

Thương mại điện tử (TMĐT) tại Việt Nam đã và đang phát triển mạnh mẽ, nhưng cũng kéo theo sự gia tăng của các hành vi gian lận trong lĩnh vực này. Các hình thức gian lận thương mại điện tử không chỉ gây thiệt hại cho người tiêu dùng mà còn làm

suy yếu niềm tin vào môi trường mua sắm trực tuyến, ảnh hưởng đến sự phát triển bền vững của TMĐT.

Theo số liệu từ Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số (Bộ Công Thương, 2025), trong những năm qua, TMĐT tại Việt Nam đã khẳng định được vai trò tiên phong trong nền kinh tế số. TMĐT tại Việt Nam vẫn duy trì tốc độ tăng trưởng ấn tượng, dao động từ 18-25% mỗi năm. Theo các khảo sát, trung bình mỗi người tiêu dùng Việt Nam mua sắm trực tuyến khoảng 4 lần mỗi tháng. Với thị trường gần 100 triệu dân, chiếm 1,23% dân số toàn cầu và nằm cạnh các thị trường lớn như Trung Quốc, Ấn Độ, và các quốc gia trong khu vực ASEAN, tiềm năng phát triển của TMĐT ở Việt Nam còn rất lớn.

Theo đó, với sự phát triển mạnh mẽ của TMĐT, hoạt động kinh doanh trên sàn giao dịch trực tuyến ngày càng phức tạp hơn. Thống kê của Tổng cục QLTT cho thấy, Trong 9 tháng năm 2024 (từ 15/12/2023-14/9/2024), lực lượng QLTT cả nước đã kiểm tra 54.673 vụ, phát hiện, xử lý 38.107 vụ vi phạm. Trong đó, riêng lĩnh vực TMĐT, lực lượng QLTT cả nước đã kiểm tra 2.207 vụ, phát hiện, xử lý 2.014 vụ vi phạm, chuyển cơ quan điều tra 3 vụ việc có dấu hiệu vi phạm hình sự; xử phạt vi phạm hành chính gần 35,5 tỷ đồng, trị giá hàng hóa vi phạm trên 29,4 tỷ đồng. Ngoài ra, nhiều nghiên cứu chỉ ra rằng TMĐT ở Việt Nam đang phải đối mặt với các nguy cơ an ninh mạng, đặc biệt là gian lận xuyên biên giới, lừa đảo tài chính và đánh cắp dữ liệu cá nhân.

Tình hình gian lận thương mại tại Việt Nam hiện nay đang trở thành vấn đề ngày càng nghiêm trọng, ảnh hưởng không chỉ đến người tiêu dùng mà còn tác động tiêu cực đến sự phát triển bền vững của nền kinh tế. Các hành vi gian lận như buôn bán hàng giả, hàng nhái, lừa đảo qua các giao dịch thương mại điện tử, hay lừa dối trong

quảng cáo và mô tả sản phẩm đang diễn ra phổ biến trên nhiều kênh thương mại. Điều này không chỉ làm giảm niềm tin của người tiêu dùng mà còn gây thiệt hại lớn cho các doanh nghiệp chân chính và làm suy yếu môi trường kinh doanh.

Mặc dù các cơ quan chức năng và doanh nghiệp đã có những nỗ lực trong việc phòng ngừa và xử lý gian lận thương mại, nhưng thực tế cho thấy các hình thức gian lận ngày càng tinh vi và khó kiểm soát. Vì vậy, để giải quyết vấn đề này hiệu quả, cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan nhà nước, doanh nghiệp và người tiêu dùng, từ việc nâng cao nhận thức, tăng cường công tác kiểm tra, đến việc thực thi các biện pháp pháp lý mạnh mẽ hơn.

Để đảm bảo một thị trường thương mại minh bạch và phát triển bền vững, công tác phòng chống gian lận thương mại tại Việt Nam cần tiếp tục được đẩy mạnh, cải tiến và hoàn thiện trong công tác quản lý, bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng, và xây dựng niềm tin vào các giao dịch thương mại.

2.2. Các hình thức gian lận thương mại điện tử

Gian lận trong lĩnh vực thương mại điện tử biểu hiện dưới nhiều hình thức khác nhau, mỗi hình thức có đặc điểm, phương pháp và tác động tiềm tàng riêng. Các hành vi vi phạm ngày càng tinh vi, khó lường cả về quy mô lẫn địa bàn hoạt động, điển hình các hình thức sau:

- *Gian lận trong thanh toán trực tuyến:* Sử dụng thẻ giả hoặc công cụ thanh toán giả để thu thập thông tin tài khoản và chiếm đoạt tiền mà không giao hàng.

- *Lừa đảo qua “Website giả mạo”:* Tạo website giống các trang TMĐT nổi tiếng để chiếm đoạt tiền mà không giao hàng hoặc giao hàng kém chất lượng.

- *Bán hàng giảm giá quá mức:* Thổi

phồng giá sản phẩm trước khi giảm giá, khiến người tiêu dùng tưởng đang mua hàng giá hời.

- *Đánh giá và phản hồi giả:* Tạo tài khoản ảo để đăng đánh giá giả nhằm nâng cao uy tín cho sản phẩm.

- *Chương trình khuyến mãi giả:* Tổ chức khuyến mãi hấp dẫn nhưng không giao sản phẩm hoặc dùng chiêu trò khác để lừa đảo.

- *Lừa đảo qua mạng xã hội, livestream:* Sử dụng tài khoản giả trên mạng xã hội để quảng cáo sản phẩm không có thật hoặc kém chất lượng; Tổ chức bán hàng qua livestream với giá rẻ, nhưng không giao hàng hoặc giao hàng kém chất lượng

- *Gian lận về thông tin khách hàng:* Thu thập thông tin cá nhân và bán cho bên thứ ba hoặc sử dụng cho mục đích xấu.

- *Hack tài khoản và giao dịch trái phép:* Xuyên nhập tài khoản người dùng để thực hiện giao dịch trái phép. Chiếm quyền quản trị tài khoản bán hàng để thay đổi giá và thông tin sản phẩm

- *Gian lận trong vận chuyển hàng hóa:* Giả mạo tình trạng giao hàng hoặc thông báo thất lạc hàng hóa mà không có lý do rõ ràng.

- *Hoàn tiền giả:* Mạo danh nhân viên chăm sóc khách hàng để yêu cầu thông tin ngân hàng nhằm chiếm đoạt tài sản.

- *Trả góp ảo:* Quảng cáo trả góp hấp dẫn nhưng thực tế không giao hàng hoặc yêu cầu khoản phí ẩn.

- *Mã giảm giá giả:* Tạo mã giảm giá giả mạo, yêu cầu khách hàng thanh toán thêm các khoản phí không rõ ràng.

- *Hàng chính hãng giả:* Quảng cáo bán sản phẩm chính hãng nhưng thực tế là hàng giả hoặc nhái.

- *Thu phí vận chuyển gian lận:* Quảng cáo miễn phí vận chuyển nhưng sau khi thanh toán lại yêu cầu phí cao bất thường.

- *Lợi dụng nền tảng chưa kiểm soát*: Dùng các chợ ảo hoặc nền tảng mới, ít kiểm soát để bán hàng giả hoặc kém chất lượng.

Nhận diện hoạt động gian lận (lừa đảo) trên sàn thương mại điện tử

Theo Cẩm nang nhận diện và phòng chống lừa đảo trực tuyến (Cục An toàn thông tin, Bộ Thông tin và Truyền thông), dấu hiệu nhận biết các hoạt động rao bán hàng giả và hàng nhái trên mạng xã hội và các sàn thương mại điện tử bao gồm:

- *Giá quá rẻ*: Sản phẩm được rao bán với giá cực kỳ hấp dẫn, thường rẻ hơn rất nhiều so với giá thị trường. Đây có thể là dấu hiệu của hàng giả, hàng nhái hoặc gian lận.

- *Thiếu thông tin sản phẩm*: Người bán không cung cấp đủ thông tin chi tiết về sản phẩm, như thông số kỹ thuật, nguồn gốc, chất lượng, thông tin về nhà cung cấp và bảo hành.

- *Số lượng giới hạn và áp lực mua hàng*: Người bán áp đặt áp lực mua hàng nhanh chóng bằng cách khuyến khích mua hàng ngay lập tức với lý do rằng hàng chỉ có số lượng giới hạn hoặc đang có nguy cơ hết hàng.

- *Đánh giá và nhận xét không tự nhiên*: Sản phẩm nhận được đánh giá và nhận xét tích cực một cách quá mức, không tự nhiên hoặc không đáng tin cậy. Đây có thể là một chiêu trò để tạo lòng tin và thuyết phục người mua.

- *Phương thức thanh toán không an toàn*: Người bán yêu cầu thanh toán bằng các phương thức không an toàn, chẳng hạn như chuyển khoản trực tiếp qua ngân hàng, thanh toán bằng ví điện tử không rõ nguồn gốc, hoặc yêu cầu cung cấp thông tin thẻ tín dụng một cách đáng ngờ.

- *Tài khoản người bán không đáng tin*: Kiểm tra tài khoản của người bán trên mạng xã hội hoặc sàn thương mại điện tử. Nếu tài khoản không đáng tin, với ít hoặc

không có thông tin cá nhân, hoạt động mới hoặc không có đánh giá, đó có thể là một dấu hiệu cho thấy người bán không đáng tin cậy.

- *Thiếu thông tin liên hệ và địa chỉ*: Người bán không cung cấp thông tin liên hệ rõ ràng, như địa chỉ, số điện thoại hoặc email. Điều này khiến việc theo dõi và giải quyết các vấn đề liên quan trở nên khó khăn.

- *Thiếu uy tín và phản hồi tiêu cực*: Người bán có lịch sử phản hồi tiêu cực, có nhiều khiếu nại từ người mua trước đó hoặc không có đủ đánh giá và phản hồi từ khách hàng.

Ngoài ra, nghiên cứu của Tilleke & Gibbins (2024) cho thấy Việt Nam nằm trong nhóm quốc gia có tỷ lệ cao các vụ gian lận qua TMĐT, từ giả mạo thanh toán cho đến chiếm đoạt quyền quản trị tài khoản bán hàng.

Những dấu hiệu này sẽ giúp người mua dễ dàng nhận diện được các giao dịch có nguy cơ gian lận, từ đó bảo vệ quyền lợi của bản thân khi mua sắm trực tuyến.

2.3. Nguyên nhân hình thành gian lận thương mại điện tử

Gian lận thương mại điện tử xuất hiện do nhiều yếu tố, bao gồm sự phát triển nhanh chóng của công nghệ, sự thiếu hụt các quy định pháp lý, và sự không minh bạch trong môi trường giao dịch trực tuyến. Đại diện “Ban Chi đạo 389 quốc gia” cũng nêu rõ một số nguyên nhân chính trong thực trạng trên, đó là:

Một là, Nhận thức hạn chế về hàng giả và quyền sở hữu trí tuệ: Người tiêu dùng, đặc biệt là giới trẻ, dễ bị thu hút bởi hàng giả nhờ giá rẻ và mẫu mã bắt mắt, nhưng thiếu nhận thức về tác hại lâu dài, cả về sức khỏe và tài chính. Việc sử dụng hàng giả cũng làm thiệt hại nền kinh tế.

Hai là, Thương mại điện tử thiếu kiểm soát chất lượng: Các nền tảng thương mại

điện tử phát triển nhanh nhưng thiếu quy định chặt chẽ để kiểm soát hàng giả, khiến người bán dễ dàng lợi dụng để bán hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ.

Ba là, Xác thực tài khoản mạng xã hội và giao dịch khó khăn: Việc mua bán tài khoản mạng xã hội gia tăng, làm khó khăn cho việc kiểm tra, truy vết và xử lý hành vi vi phạm.

Bốn là, Thiếu kiến thức và ngại tố cáo: Người tiêu dùng thiếu khả năng phân biệt hàng thật và giả, và không muốn tố giác vì lo ngại hoặc không thấy lợi ích. Một số chỉ quan tâm đến lợi ích cá nhân mà không quan tâm đến tác động xã hội.

Năm là, Doanh nghiệp bảo vệ thương hiệu chưa đủ mạnh: Nhiều doanh nghiệp, đặc biệt là trong nước, thiếu quyết tâm trong việc bảo vệ thương hiệu, e ngại việc chống hàng giả ảnh hưởng đến hình ảnh sản phẩm.

Sáu là, Cơ chế chính sách bất cập: Các quy định pháp lý chống hàng giả còn chồng chéo, thiếu đồng bộ và chưa thích ứng kịp với sự phát triển nhanh của công nghệ và thương mại điện tử. Thực thi chính sách cũng thiếu quyết liệt và nguồn lực.

Bên cạnh đó, một số nghiên cứu cho thấy việc chống hàng giả trên nền tảng TMĐT còn thiếu đồng bộ, cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa doanh nghiệp và cơ quan quản lý (Kenfox, 2024). Thực tế cho thấy, nhiều sàn TMĐT hiện mới chỉ dừng ở việc gỡ bỏ sản phẩm khi bị phát hiện, nhưng chưa có cơ chế kiểm soát chặt chẽ từ đầu. Trong khi đó, các doanh nghiệp còn e ngại việc công khai thông tin vi phạm vì lo ảnh hưởng đến hình ảnh thương hiệu. Do vậy, cần xây dựng cơ chế chia sẻ dữ liệu minh bạch giữa sàn TMĐT và lực lượng quản lý thị trường, đồng thời áp dụng công nghệ như trí tuệ nhân tạo để tự động nhận diện hành vi gian lận, giúp ngăn chặn từ sớm các hoạt động buôn bán hàng giả.

3. Giải pháp nâng cao hiệu quả trong công tác đấu tranh phòng chống gian lận thương mại điện tử

Một là, Tăng cường công tác quản lý và giám sát trên các nền tảng thương mại điện tử

Các nền tảng TMĐT cần có quy định nghiêm ngặt về việc đăng bán sản phẩm, yêu cầu người bán cung cấp thông tin xác thực về nguồn gốc, xuất xứ và chứng nhận quyền sở hữu trí tuệ đối với các sản phẩm có thương hiệu. Sử dụng công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI) để phát hiện các dấu hiệu gian lận, như phân tích hình ảnh sản phẩm và thông tin mô tả để phát hiện hàng giả, hàng nhái. Các hệ thống AI có thể tự động kiểm tra sự trùng lặp hoặc các sản phẩm, tài khoản người bán và các giao dịch không hợp lệ.

Việc kiểm tra và giám sát nghiêm ngặt sẽ giúp bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và nâng cao uy tín của nền tảng thương mại điện tử. Công nghệ giám sát tự động giúp phát hiện nhanh chóng các hành vi gian lận, từ đó xử lý kịp thời.

Hai là, Nâng cao nhận thức và giáo dục người tiêu dùng

Các cơ quan chức năng và các nền tảng TMĐT cần phối hợp tổ chức các chiến dịch tuyên truyền để nâng cao nhận thức của người tiêu dùng về các nguy cơ liên quan đến việc mua hàng giả, hàng nhái. Cung cấp cho người tiêu dùng những kiến thức cơ bản về cách nhận diện hàng giả, các dấu hiệu nhận biết hàng hóa không rõ nguồn gốc, và các thông tin về các kênh bán hàng chính thức.

Khi người tiêu dùng hiểu rõ hơn về các nguy cơ và hậu quả của việc sử dụng hàng giả, họ sẽ trở nên cẩn trọng hơn khi lựa chọn sản phẩm và sẽ chủ động hơn trong việc bảo vệ quyền lợi của bản thân, ngừng ủng hộ các hành vi vi phạm pháp luật.

Ba là, Tăng cường cơ chế kiểm soát tài khoản và giao dịch

Các nền tảng TMĐT cần yêu cầu các nhà bán hàng cung cấp đầy đủ thông tin xác thực để bảo đảm tính hợp pháp của người bán và các sản phẩm họ cung cấp. Cần có cơ chế giám sát và phát hiện các giao dịch đáng ngờ, chẳng hạn như giao dịch có giá trị bất thường, tài khoản bán hàng mới lập nhưng có lượng bán lớn, hoặc tài khoản có dấu hiệu bị hack.

Xác thực tài khoản sẽ giúp ngăn ngừa việc lợi dụng các tài khoản ảo hoặc không xác thực để bán hàng giả. Việc kiểm tra và giám sát các giao dịch sẽ giúp phát hiện kịp thời các hành vi gian lận và đảm bảo sự công bằng trong các giao dịch trên nền tảng TMĐT.

Bốn là, Cải thiện và hoàn thiện hệ thống pháp lý và chính sách

Các cơ quan chức năng cần có những chính sách và quy định pháp lý rõ ràng và chặt chẽ để điều chỉnh các hành vi gian lận trong thương mại điện tử. Điều này bao gồm việc quy định trách nhiệm của các sàn TMĐT trong việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và xử lý các hành vi vi phạm. Cần có cơ chế xử lý nghiêm minh và minh bạch đối với các hành vi gian lận, đồng thời áp dụng các hình phạt nặng đối với những người vi phạm.

Các quy định pháp lý rõ ràng sẽ giúp bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng và doanh nghiệp chân chính, đồng thời giảm thiểu sự gia tăng của hàng giả và hành vi gian lận. Khi có một hệ thống pháp lý mạnh mẽ, người tiêu dùng và doanh nghiệp sẽ có thêm niềm tin để tham gia vào thương mại điện tử một cách an toàn và bảo vệ quyền lợi của mình.

Năm là, Xây dựng các cơ chế phối hợp giữa các cơ quan chức năng và doanh nghiệp

Các cơ quan nhà nước cần hợp tác chặt chẽ với các nền tảng TMĐT để giám sát, kiểm tra và xử lý vi phạm. Các cơ quan chức

năng có thể đưa ra các quy định rõ ràng về trách nhiệm của các sàn giao dịch, yêu cầu các nền tảng phối hợp trong việc phát hiện và ngừng bán hàng giả, hàng nhái. Cung cấp các công cụ và hướng dẫn giúp doanh nghiệp nhận diện, phòng ngừa và xử lý hàng giả. Điều này không chỉ giúp doanh nghiệp bảo vệ thương hiệu mà còn giúp tăng cường sự hợp tác trong việc chống gian lận.

Việc phối hợp giữa các bên liên quan sẽ giúp giải quyết vấn đề gian lận một cách đồng bộ và hiệu quả. Sự hợp tác này giúp phát hiện nhanh chóng các hành vi gian lận, từ đó có những biện pháp xử lý kịp thời, ngăn chặn sự lan rộng của gian lận thương mại điện tử.

Ngoài những giải pháp đã nêu, thực tiễn tại Việt Nam cũng cho thấy:

Tăng cường minh bạch hàng hóa trên sàn TMĐT: Cần yêu cầu các doanh nghiệp và cá nhân kinh doanh trực tuyến công khai thông tin sản phẩm, nguồn gốc xuất xứ, chứng nhận chất lượng và điều kiện bảo hành. Điều này không chỉ bảo vệ người tiêu dùng mà còn tạo ra một môi trường kinh doanh minh bạch, hạn chế gian lận thương mại.

Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trực tuyến: Nhà nước cần hoàn thiện cơ chế tiếp nhận, xử lý khiếu nại và tranh chấp phát sinh từ giao dịch TMĐT, đồng thời triển khai các kênh hỗ trợ trực tuyến để người dân dễ dàng phản ánh hành vi gian lận.

Hỗ trợ doanh nghiệp phát triển TMĐT an toàn: Chính phủ và các bộ ngành cần đẩy mạnh các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs) ứng dụng công nghệ quản lý kho, hệ thống thanh toán an toàn, và đào tạo nhân lực về TMĐT. Đây là biện pháp căn cơ để nâng cao năng lực cạnh tranh và hạn chế tình trạng bị lợi dụng vào các hoạt động gian lận.

Những nội dung này cũng đã được các

nghiên cứu trong nước đề cập, khẳng định rằng phát triển TMĐT bền vững phải song hành với việc hoàn thiện khung pháp lý, nâng cao nhận thức cộng đồng và bảo vệ lợi ích chính đáng của cả doanh nghiệp lẫn người tiêu dùng

Công tác đấu tranh phòng chống gian lận thương mại điện tử không chỉ là trách nhiệm của các cơ quan chức năng mà còn cần sự tham gia chủ động của các nền tảng TMĐT, doanh nghiệp và người tiêu dùng. Các giải pháp trên không chỉ giúp ngăn ngừa hành vi gian lận mà còn xây dựng một môi trường TMĐT minh bạch, an toàn và phát triển bền vững, tạo niềm tin cho người tiêu dùng trong việc giao dịch trực tuyến.

4. Kết luận

Đấu tranh chống gian lận thương mại điện tử là một công việc khó khăn và đòi hỏi sự hợp tác chặt chẽ giữa các cơ quan chức năng, nền tảng TMĐT, doanh nghiệp và người tiêu dùng. Các giải pháp như tăng cường quản lý, giám sát, nâng cao nhận thức người tiêu dùng, cải thiện cơ chế kiểm soát tài khoản và giao dịch, hoàn thiện hệ thống pháp lý, cùng với việc xây dựng cơ chế phối hợp giữa các bên liên quan đều rất quan trọng trong việc tạo ra một môi trường giao dịch minh bạch và an toàn.

Tuy nhiên, để các giải pháp này đạt hiệu quả, chúng ta cần phải linh hoạt và điều chỉnh kịp thời để theo kịp sự thay đổi nhanh chóng của thị trường thương mại điện tử. Các nền tảng TMĐT phải không ngừng cải tiến công nghệ và hệ thống giám sát, đồng thời đẩy mạnh công tác giáo dục và tuyên truyền để giúp người tiêu dùng bảo vệ quyền lợi của mình.

Bên cạnh đó, hệ thống pháp lý cũng cần được hoàn thiện và cập nhật để theo kịp sự phát triển của công nghệ và hành vi gian lận mới. Việc xử lý vi phạm cần phải rõ ràng,

minh bạch và nghiêm ngặt, nhưng cũng phải tạo điều kiện để các doanh nghiệp hợp pháp có thể phát triển. Chỉ khi các bên liên quan nhận thức được trách nhiệm của mình và hành động một cách chủ động, phối hợp hiệu quả, chúng ta mới có thể xây dựng một môi trường TMĐT phát triển bền vững, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, và từ đó nâng cao sự tin cậy của xã hội đối với các giao dịch trực tuyến.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Ban Chỉ đạo quốc gia chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả (2014), “*Quyết định số 389/QĐ-TTg về việc thành lập Ban chỉ đạo 389 quốc gia*”, Chính phủ, Hà Nội.
- Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số, Bộ Công Thương Việt Nam. (2025). “*Thương mại điện tử Việt Nam năm 2024: Những bước tiến và thách thức*, Bộ Công Thương”, truy cập ngày 06/3/2025, <https://moit.gov.vn/khoa-hoc-va-cong-nghe/thuong-mai-dien-tu-viet-nam-nam-2024-nhung-buoc-tien-va-thach-thuc.html>
- Hồng Ngọc. (2024).), “*Loạt chiêu trò lừa đảo thương mại điện tử tinh vi những người thường xuyên mua sắm online cần biết*”, Báo Lao động Công đoàn điện tử, truy cập ngày 18/3/2025, <https://nhipsongdoanhnghiep.laodongcongdoan.vn/loat-chieu-tro-lua-dao-thuong-mai-dien-tu-tinh-vi-nhung-nguoi-thuong-xuyen-mua-sam-online-can-biet-106105.html>
- Kenfox IP. (2024). “*Coping with counterfeit trading on Vietnamese e-commerce websites/ platforms*, Kenfox Law”, truy cập ngày 18/3/2025, <https://kenfoxlaw.com/coping-with-counterfeit-trading-on-vietnamese-e-commerce-websites-platforms>
- Lương H.T. & Ngô H.M. (2024). “*Understanding the Nature of the Transnational Scam-Related Fraud: Challenges and Solutions from Vietnam's Perspective, Laws*”, 13(6), tr.70, MDPI, <https://www.mdpi.com/2075-471X/13/6/70>

- Ngọc Quân. (2024). “*Lực lượng Quản lý thị trường cả nước xử lý hơn 38.000 vụ vi phạm trong 9 tháng năm 2024*”, Cổng thông tin Tổng cục QLTT, truy cập ngày 06/3/2025, : <https://qltt.vn/luc-luong-quan-ly-thi-truong-ca-nuoc-xu-ly-hon-38000-vu-vi-pham-trong-9-thang-nam-2024-102215.html>
- Tạp chí Công Thương. (2023). “*Thực trạng và giải pháp phát triển thương mại điện tử ở Việt Nam*”, truy cập ngày 18/3/2025, <https://tapchicongthuong.vn/thuc-trang-va-giai-phap-phat-trien-thuong-mai-dien-tu-o-viet-nam-109074.htm>
- Tilleke & Gibbins. (2024). Gian lận mạng tại Việt Nam: Pháp luật và thực tiễn, Lexology, truy cập ngày 18/3/2025, <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=1312d1e3-391a-42a0-b0f9-2fc632e378ba>
- Vũ Khuê. (2025). “*Hợp tác 3 bên chống hàng giả trên môi trường mạng*, *Tạp chí Kinh tế Việt Nam (VnEconomy)*”, truy cập ngày 18/3/2025, <https://vneconomy.vn/hop-tac-3-ben-chong-hang-gia-tren-moi-truong-mang.html>