



# KINH DOANH TRÊN NỀN TẢNG XUYÊN BIÊN GIỚI MÔ HÌNH KINH DOANH THỜI ĐẠI 4.0 VÀ NHỮNG THÁCH THỨC ĐỐI VỚI VIỆT NAM



**TS. HOÀNG TUYẾT**  
Bộ Thông tin và Truyền thông

Cách mạng công nghệ và công cuộc chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ trên tất cả các quốc gia đã tác động trực tiếp và có ảnh hưởng đến mọi lĩnh vực kinh tế xã hội của các quốc gia trên thế giới. Đặc biệt là sự hiện diện của các nền tảng số xuyên biên giới thông qua hoạt động, tương tác của những người dùng; hoặc chính những lãnh đạo các công ty trực tiếp điều hành các nền tảng này, với nhiều mục đích khác nhau đã sử dụng chúng như một công cụ quyền lực chính trị có khả năng thao túng, gây ảnh hưởng đến các mặt của đời sống kinh tế, văn hóa, chính trị của các quốc gia, trong đó có Việt Nam. Bên cạnh những tiện ích mang lại thì các hoạt động kinh doanh trên nền tảng số xuyên biên giới cũng đặt các quốc gia trước những thách thức và rủi ro hiện hữu và tiềm ẩn đang lo ngại.

**T**rong phạm vi bài viết, tác giả đề cập tới khái niệm nền tảng số, nền tảng xuyên biên giới, cơ hội và thách thức từ các hoạt động kinh doanh trên nền tảng số xuyên biên giới, đặc biệt là những thách thức và rủi ro đối với Việt Nam và một số định hướng, giải pháp để quản lý mô hình kinh doanh mới mẻ này.

### Nền tảng số và nền tảng xuyên biên giới

Nền tảng số ("Platform") là hệ thống thông tin phục vụ giao dịch điện tử, hoạt động trực tuyến, tạo môi trường mạng cho phép nhiều bên cùng tham gia để cung cấp dịch vụ cho các tổ chức, cá nhân, có thể sử dụng ngay, đơn giản, thuận tiện, linh hoạt theo yêu cầu, dễ dàng phổ biến trên diện rộng, các bên tham gia không cần tự đầu tư, quản lý, vận hành, duy trì<sup>1</sup>.

Tổ chức OECD định nghĩa "nền tảng ("Platform") nghĩa là bất kỳ phần mềm, bao gồm website hoặc một phần của website và các ứng dụng, bao gồm cả ứng dụng di động, mà người sử dụng có thể truy cập và cho phép Người bán kết nối với những người sử dụng khác để cung cấp các Dịch vụ có liên quan, một cách trực tiếp hoặc gián tiếp, cho những người sử dụng đó". Trong một bối cảnh khác, OECD lại định nghĩa nền tảng trực tuyến (Online Platform) "là một dịch vụ số tạo thuận lợi cho việc tương tác giữa hai hoặc nhiều nhóm người người sử dụng, có thể là doanh nghiệp hoặc cá nhân, khác nhau nhưng phụ thuộc lẫn nhau, thông qua Internet"<sup>2</sup>.

Trên cơ sở cách tiếp cận nền tảng số như trên, các nền tảng xuyên biên giới là hệ thống thông tin phục vụ giao dịch điện tử, hoạt động trực tuyến, tạo môi trường mạng cho phép nhiều bên cùng tham gia để cung cấp dịch vụ cho các tổ chức, cá nhân, đơn giản, thuận tiện, linh hoạt theo yêu cầu, dễ dàng phổ biến trên diện rộng, nhiều quốc gia, thậm chí phạm vi toàn cầu. "Đây là một mô hình kinh doanh mới dựa trên các mạng lưới nền tảng trực tuyến và quá trình xử lý dữ liệu bằng các thuật toán được hỗ trợ bởi công nghệ thông tin để tổ chức, sắp xếp các hoạt động kinh tế, xã hội"<sup>3</sup>.

Trong cuộc sống thường ngày, nền tảng xuyên biên giới bao gồm nhiều hoạt động khác nhau, từ thuê phòng ở nước ngoài thông qua ứng dụng điện thoại di động, đặt mua trực tuyến một món đồ trang sức từ nghệ nhân trên khắp thế

giới, lấy dữ liệu vệ tinh về thành phần đất để khai thác hoặc một doanh nghiệp bán lẻ bổ sung nguồn hàng từ một nhà cung cấp nước ngoài thông qua giao tiếp tự động trên nền tảng trực tuyến. Các yếu tố của nền tảng xuyên biên giới trước hết liên quan đến chủ thể (người mua và người bán, người cung cấp dịch vụ và người nhận dịch vụ), nền tảng trực tuyến xuyên biên giới và các bên thứ ba khác (nhà cung cấp dịch vụ logistics, dịch vụ bưu chính, dịch vụ thanh toán xuyên biên giới...). Người bán (người cung cấp dịch vụ) sử dụng các nền tảng trực tuyến để bán sản phẩm, cung cấp dịch vụ; người mua (người nhận dịch vụ) sử dụng các nền tảng trực tuyến để đặt hàng, nhận dịch vụ và các bên thứ ba sử dụng để kết thúc các giao dịch xuyên biên giới.

Sự xuất hiện của nền tảng, nền tảng xuyên biên giới đã khởi đầu và thúc đẩy mạnh mẽ hoạt động kinh doanh trên các nền tảng này và hình thành phạm trù kinh tế mới có tên gọi là "kinh tế nền tảng" (platform economy), hay còn gọi là "kinh tế số" (digital economy), "kinh tế sáng tạo" (creative economy), "kinh tế chia sẻ" (sharing economy), .....

Kinh tế nền tảng (platform economy) là một mô hình kinh tế mà các hoạt động kinh tế và xã hội được diễn ra trên các nền tảng số trong đó nền tảng số (digital platform) đóng vai trò trung tâm, đây là những phần mềm kết nối các nhà cung cấp hàng hóa, dịch vụ với người tiêu dùng thông qua việc sử dụng công nghệ số. Thông qua hoạt động kết nối này, các nhà cung cấp dịch vụ nền tảng có thể được hưởng một khoản phí từ người sử dụng, đồng thời, các nhà cung cấp dịch vụ nền tảng có thể sử dụng, khai thác dữ liệu của người sử dụng do nền tảng thu thập được thông qua việc kết nối để thu về các lợi ích kinh tế. Chẳng hạn như nền tảng của Amazon - nền tảng thương mại trực tuyến thì thu phí hoa hồng và phí giao hàng từ các bên thứ ba bán hàng trên nền tảng trực tuyến của Amazon nhưng ngoài ra, doanh thu của Amazon còn đến từ việc chia sẻ dữ liệu khách hàng (như dữ liệu về thói quen mua sắm, tiêu dùng) cho các nhà quảng cáo.

Hay như trường hợp của Google - nền tảng cung cấp công cụ tìm kiếm. Thường thì để tra cứu hoặc tìm kiếm thông tin, chúng ta thường vào Google và chúng ta đôi lúc cũng đã tưởng là miễn phí. Nhưng trên thực tế, không hẳn vậy, mà Google được một số chủ sở hữu website trả tiền để được ưu tiên hiển thị tại mục kết quả tìm kiếm (Pay Per Click result) nhưng ngoài ra, Google cũng khai thác dữ liệu về các hành vi trực tuyến của người dùng (ví dụ như họ đang quan tâm, tìm kiếm sản phẩm, dịch vụ gì) và chia sẻ dữ liệu này (có thu tiền) cho các công ty quảng cáo để tiếp cận người dùng, vì vậy mà trên thực tế chúng ta thường thấy tự động xuất hiện

trên màn hình những quảng cáo về những sản phẩm, dịch vụ mà chúng ta quan tâm (targeted advertising).

### Kinh doanh trên nền tảng số xuyên biên giới - mô hình kinh doanh mới - nhiều cơ hội và không ít thách thức

Nền tảng số, kinh tế nền tảng hay nền tảng xuyên biên giới là đặc trưng của thời đại 4.0, nơi khởi đầu và bứt phá của nhiều thương hiệu và "những người khổng lồ" đang trở dậy nhưng thực sự, đây cũng là mô hình kinh doanh mới có nhiều cơ hội và không ít thách thức. Thực tế, thời gian qua những nền tảng xuyên biên giới đã đặt nền móng cho sự thành công của nhiều công ty lớn nhất, phát triển nhanh nhất, đột phá mạnh mẽ nhất như Google, Amazon, Microsoft đến Uber, AirBnB và eBay. Hơn thế nữa, các nền tảng đang làm biến đổi hàng loạt các lĩnh vực kinh tế và xã hội khác, từ chăm sóc sức khỏe và giáo dục đến năng lượng và Chính phủ.

### Nền tảng xuyên biên giới - cơ hội kinh doanh của sự sáng tạo và những lợi ích mang lại cho người tiêu dùng và nền kinh tế

Nền tảng xuyên biên giới thúc đẩy tăng năng suất lao động, cắt giảm chi phí, mở ra các thị trường mới, tạo cơ hội tiếp cận việc làm linh hoạt cho người lao động... Thông qua việc xóa bỏ các tổ chức trung gian truyền thống (như các hãng taxi, khách sạn hay ngân hàng...), các nền tảng trực tuyến cho phép các cá nhân trực tiếp tham gia cung cấp các hàng hoá, dịch vụ với chi phí giao dịch thấp hơn, tạo ra một nền kinh tế có tính bao trùm hơn, đồng thời, uy tín kinh doanh được tạo ra từ phản hồi của các khách hàng một cách minh bạch, từ đó tạo ra áp lực nâng cao chất lượng đối với những người cung cấp dịch vụ.

Tại khu vực Đông Nam Á, các nền tảng từ trực tuyến đến trực tiếp (online to offline hay O2O) đóng vai trò đặc biệt quan trọng trong sự phát triển kinh tế khu vực bằng việc thu hẹp khoảng cách giữa hạ tầng vật lý và hạ tầng kỹ thuật số, vốn từng là một thách thức lớn đối với các Chính phủ trong khu vực. Một ví dụ có thể kể đến là việc mở rộng các nền tảng O2O đến các khu vực nông thôn đã góp phần mở rộng mạng lưới logistics; và việc mở rộng thanh toán di động của các nền tảng fintech đã thúc đẩy lộ trình không dùng tiền mặt.

Những lợi ích mà các nền tảng O2O mang lại càng trở nên ý nghĩa hơn trong bối cảnh đại dịch COVID-19, khi các nền tảng O2O đã giúp cho người dùng dễ dàng thích ứng với

giãn cách xã hội bằng việc đáp ứng được các nhu cầu thiết yếu hàng ngày như đặt đồ ăn, mua nhu yếu phẩm, làm việc từ xa... nhưng vẫn đảm bảo an toàn. Bên cạnh đó, các nền tảng O2O còn cho phép các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa đa dạng hóa nguồn doanh thu và duy trì hoạt động kinh doanh trong giai đoạn giãn cách. Năm 2020, khi nền kinh tế toàn cầu và khu vực đều suy giảm, tốc độ tăng trưởng kinh tế số của Việt Nam vẫn đạt mức 16% - cao nhất trong khu vực ASEAN (cùng với Indonesia), nền kinh tế số của Việt Nam đạt doanh thu 14 tỷ USD, ước tính chiếm khoảng 1% GDP của Việt Nam.

### Nền tảng xuyên biên giới - thách thức và rủi ro đối với Chính phủ, môi trường kinh doanh và người dân

Bên cạnh những cơ hội và lợi ích, các quốc gia cũng phải đối mặt với nhiều thách thức và rủi ro đối với Chính phủ (đặc biệt đối với công tác quản lý thuế của Chính phủ), môi trường kinh doanh và người dân.

#### Thách thức và rủi ro đối với Chính phủ:

Thực tế, sự xuất hiện của các hoạt động kinh doanh trên các nền tảng xuyên biên giới như Google, Netflix, Facebook, Amazon, YouTube, Spotify,... đã đặt ra những thách thức đối với các Chính phủ trong việc thu thuế đối với các nền tảng này.

Hiện tại, các nền tảng số đa quốc gia thường chỉ phải nộp thuế thu nhập tại những nơi mà họ có chi nhánh, chứ không phải tại nơi phát sinh doanh thu. Trong khi đó, các hoạt động kinh doanh trên các nền tảng xuyên biên giới không mở chi nhánh ở hầu hết quốc gia mà họ cung cấp dịch vụ, do đó không phải nộp thuế. Điều này khiến cho các quốc gia bản địa là nơi phát sinh doanh thu khổng lồ cho các nền tảng số đa quốc gia không thu được một đồng thuế nào từ các nền tảng này, trong khi đó, các doanh nghiệp dịch vụ số địa phương lại phải nộp thuế, điều này còn dẫn đến môi trường kinh doanh thiếu công bằng đối với các doanh nghiệp trong nước.

#### Thách thức và rủi ro đối với môi trường kinh doanh và mô hình kinh doanh truyền thống:

Nền tảng xuyên biên giới tạo ra những thách thức đối với sự cạnh tranh của mô hình kinh doanh truyền thống, thậm chí tạo ra những rủi ro có thể "xóa sổ" đối với một số mô hình kinh doanh truyền thống và tạo ra xu hướng độc quyền hóa.

Các nền tảng xuyên biên giới có những đặc trưng đặc thù, làm mất sự cạnh tranh hiện hữu trong môi trường

1. EU Regulation of Digital Service

2. OECD, "An Introduction to Digital Platforms and their Roles in the Digital Transformation", 2019, tr.23, xem tại [https://read.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/an-introduction-to-online-platforms-and-their-role-in-the-digital-transformation\\_53e5f593-en#page23](https://read.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/an-introduction-to-online-platforms-and-their-role-in-the-digital-transformation_53e5f593-en#page23)

3. Chuanman You, Law and Policy of Platform Economy in China, Computer Law & Security Review. 2020 Nov; 39: 105493, xem tại <https://aisel.laisnet.org/pacs2018/248/> <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7581424/pdf/main.pdf>



kinh doanh và tạo ra xu hướng độc quyền hóa do những đặc trưng chuyên biệt như: càng nhiều người sử dụng sản phẩm thì càng lôi kéo được nhiều người sử dụng khác tham gia mạng lưới; công ty có phạm vi hoạt động càng lớn thì chi phí sản xuất hoặc mở rộng sang các lĩnh vực khác càng giảm; chi phí khi tăng thêm khách hàng gần bằng không; càng nhiều dữ liệu, sản phẩm càng được đánh giá cao; Chi phí phân phối thấp cho phép khả năng mở rộng hoạt động ở cấp độ toàn cầu.

Bên cạnh đó, một số nền tảng xuyên biên giới ra đời trong bối cảnh các điều kiện đầu tư kinh doanh và các quy định quản lý được thiết kế chủ yếu để điều chỉnh các mô hình kinh doanh truyền thống, vì vậy, trong khi các ngành kinh doanh truyền thống phải chịu chi phí gia nhập thị trường rất cao và sự quản lý của các Chính phủ thì các nền tảng xuyên biên giới cung cấp các sản phẩm, dịch vụ tương tự lại hầu như không phải chịu bất kỳ sự quản lý nào.

Câu chuyện của những nền tảng gọi xe như Uber hay chia sẻ lưu trú như AirBnB đều ở thể “thượng phong” trong mối quan hệ cạnh tranh với ngành taxi hay khách sạn truyền thống là những ví dụ điển hình. Theo Báo cáo “Kinh tế nền tảng: Chất xúc tác cho sự tăng trưởng số tại khu vực Đông Nam Á” người dùng Internet của 6 nước lớn nhất khu vực (Indonesia, Malaysia, Philippines, Thái Lan, Singapore và Việt Nam) tăng từ 400 triệu người vào năm 2020 lên 525 triệu người vào năm 2025, đưa khu vực Đông Nam Á trở thành một trong những thị trường có tốc độ tăng

trường nhanh nhất thế giới về Internet. Đồng thời, tự động hóa và ứng dụng trí tuệ nhân tạo cũng đang tạo được sức hút trong khu vực. Sau khi cán mức 100 tỷ USD trong năm 2020, nền kinh tế số Đông Nam Á dự đoán sẽ đạt mức 300 tỷ USD vào năm 2025.

#### Thách thức và rủi ro đối với người dân

Người dân đối mặt với những thách thức và rủi ro của nền tảng xuyên biên giới với vai trò là cá nhân, là người lao động trong các doanh nghiệp truyền thống và là người tiêu dùng.

Với vai trò là cá nhân, người dân là chủ sở hữu của các dữ liệu về thông tin cá nhân và có quyền được bảo vệ các thông tin cá nhân này. Tuy nhiên, với sự có mặt của các nền tảng xuyên quốc gia với quá nhiều tiện ích mang lại, người dân bị “cuốn” vào xu hướng sử dụng các nền tảng với sự “ngây thơ” và “vô tư” cung cấp các thông tin cá nhân cho các nền tảng này mà không hề nghi ngại về chuyện mất cắp hoặc bị lợi dụng để khai thác vào các mục đích xấu. Trong khi đó, dữ liệu cá nhân hiện đang là một nguồn tài nguyên mới, một thứ tài sản có thể giao dịch và giá trị kinh tế của nó ngày càng được coi trọng. Nhưng “oái oăm” thay, dữ liệu cá nhân này không cần bị đánh cắp mà do chính những cá nhân đang sử dụng tự nguyện khai báo và đang bị đa số các nền tảng xuyên biên giới (như như Google, Facebook, Amazon, Apple,...) nắm giữ và định đoạt và thu lợi khổng lồ từ các dữ liệu này.

Tham gia vào thị trường việc làm, người dân là người lao động trong các doanh nghiệp cung cấp sản phẩm, dịch vụ. Quá trình số hoá nền kinh

tế nói chung và sự ra đời và phát triển của các nền tảng xuyên quốc gia đã tạo ra những thay đổi trong cách thức lao động và tạo ra ngày càng nhiều những người lao động tự do (freelancer) làm việc theo thời gian và địa điểm do họ tự lựa chọn (như những người lái xe cho Uber hay Grab). Tuy nhiên, điều này cũng tạo ra thách thức không nhỏ cho các nhà quản lý trong việc bảo vệ quyền lợi chính đáng cho người lao động khi mà các nền tảng xuyên quốc gia luôn tuyên bố những người lao động tự do này là những đối tác kinh doanh độc lập chứ không phải đại lý hay người lao động của nền tảng. Và thực tế này sẽ tạo ra hệ lụy là sẽ có một số lượng ngày càng đông đảo những người lao động tự do không được hưởng sự bảo vệ của pháp luật lao động nếu các Chính phủ không có những chính sách phù hợp.

Không chỉ là người dân, người lao động mà người dân còn là người tiêu dùng trong nền kinh tế. Sự ra đời của mô hình kinh tế nền tảng cũng đặt ra những thách thức trong việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khi tham gia các nền tảng số. Vấn đề đặt ra là trách nhiệm của các nền tảng đến đâu trong mối quan hệ hợp đồng giữa người cung cấp sản phẩm, dịch vụ và người tiêu dùng, liệu có nên quy định trách nhiệm liên đới của các nền tảng đối với những thiệt hại do người cung cấp dịch vụ gây ra cho người tiêu dùng?

Thông thường, Chính phủ đóng vai trò trung gian quản lý mối quan hệ giữa các công ty với người tiêu dùng, trong khi đó, các nền tảng thường né tránh trách nhiệm khi có vấn đề xảy ra. Ví dụ, từng có trường hợp hành khách bị tài xế của Grab hay Gojek hành hung nhưng công ty này không chịu trách nhiệm hoặc người tiêu dùng mua phải hàng hóa kém chất lượng, hàng nhái, hàng giả trên các nền tảng thương mại.

#### Thách thức và rủi ro của Việt Nam đối với công tác quản lý hoạt động kinh doanh trên nền tảng xuyên biên giới

Hiện nay, hoạt động của cá nhân, tổ chức nước ngoài cung cấp dịch vụ xuyên biên giới vào lãnh thổ Việt Nam đang diễn ra rất mạnh mẽ với nhiều nhà cung cấp nổi tiếng, như Facebook, Google, Netflix, Youtube, Amazon, TikTok... Tuy nhiên thời gian qua, nhiều hành vi sai phạm xuất hiện tràn lan trên môi trường trực tuyến, đặc biệt là trên các nền tảng xuyên biên giới, như: đăng tải thông tin sai lệch, xuyên tạc, trái pháp luật, xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ; không gỡ bỏ những nội dung vi phạm pháp luật, thông tin xuyên tạc, chống phá Đảng, Nhà nước; không tuân thủ quy định pháp luật Việt Nam về truyền thông, thông tin, quảng cáo; tiếp tay cho việc quảng cáo sản phẩm, dịch vụ bất hợp pháp, thổi

phồng công dụng của sản phẩm, dịch vụ, lừa dối, gây nhầm lẫn cho người mua hàng, người sử dụng dịch vụ, gây bức xúc trong dư luận; không thực hiện đầy đủ nghĩa vụ thuế; không cung cấp thông tin kịp thời theo yêu cầu của các cơ quan chức năng... Một số những thách thức, hệ lụy điển hình Việt Nam đang phải đối mặt có thể chia thành các nhóm sau:

Một là, hoạt động quảng cáo thương mại sai sự thật trên các nền tảng và quảng cáo trên các nội dung vi phạm pháp luật, trong đó có những nội dung tuyên truyền xuyên tạc, chống phá Đảng và Nhà nước ta, và tin giả. Không ít đối tượng lợi dụng sự kiểm soát lỏng lẻo của các nền tảng xuyên biên giới để thực hiện một cách có hệ thống, có tổ chức nhằm mục đích trục lợi về kinh tế hoặc về chính trị. Điều này đặt ra yêu cầu phải có sự kiểm soát mạnh mẽ hơn đối với hoạt động quảng cáo thương mại trực tuyến, nhất là kiểm soát nội dung của quảng cáo.

Đồng thời, trên thực tế, hiện nay, người tiêu dùng đang phải gánh chịu rất nhiều phiền hà từ việc quảng cáo thương mại trực tuyến xuyên biên giới. Hàng loạt hàng hóa, dịch vụ liên quan được hiển thị trên các trang web mà người tiêu dùng truy cập, thậm chí có trường hợp nhà quảng cáo thương mại còn cố ý tạo ký tự nhầm lẫn để người tiêu dùng truy cập. Sự phiền hà này càng trở nên nghiêm trọng hơn khi hàng hóa, dịch vụ được hiển thị là những sản phẩm mang tính cá nhân. Trong trường hợp này, người tiêu dùng trở thành nạn nhân của quảng cáo thương mại. Một vấn nạn khác là việc quảng cáo quá mức công dụng của sản phẩm dẫn đến sự nhầm lẫn về chất lượng gây ảnh hưởng đến kinh tế và tổn hại cho sức khỏe của người tiêu dùng, ví dụ một dạng vi phạm phổ biến hiện nay là quảng cáo sản phẩm thực phẩm chức năng, thực phẩm bảo vệ sức khỏe gây hiểu nhầm có tác dụng như thuốc chữa bệnh

Hai là, vấn nạn xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, dữ liệu cá nhân đang là vấn đề nổi cộm. Việc xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ vẫn tồn tại tràn lan trên các nền tảng xuyên biên giới. Mặc dù các nền tảng xuyên biên giới cũng có cơ chế bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ bằng hệ thống kỹ thuật được sử dụng để xác định tính hợp pháp của nội dung, đơn cử như trên YouTube (Content ID), các video được đăng tải lên hệ thống này được gắn mã xác minh quyền sở hữu, nhưng nhiều nội dung chưa được chủ sở hữu thực sự đăng tải lên đã bị “đánh cắp” trước... Không ít cá nhân, tổ chức đã trục lợi được từ việc lợi dụng quy trình kiểm soát quyền sở hữu trí tuệ lỏng lẻo của các hệ thống này. Việt Nam đã có nhiều quy định về việc xử phạt các hành vi vi phạm pháp luật khi thu thập thông tin cá nhân và mua, bán dữ liệu cá nhân trái phép, nhưng với các nền tảng xuyên biên giới, việc này hoàn toàn không đơn giản.





- Ba là, vẫn còn khoảng trống trong pháp luật Việt Nam về việc quy định dữ liệu xuyên biên giới hay chuyển giao dữ liệu xuyên biên giới. Hệ thống chế tài đối với hành vi vi phạm các quy định về mua bán, sử dụng dữ liệu cá nhân còn chưa đủ tính nghiêm khắc, chẳng hạn như những người có hành vi mua bán thông tin dữ liệu khách hàng, tùy vào tính chất, mức độ vi phạm có thể bị xử lý theo Bộ luật Hình sự năm 2015 (sửa đổi, bổ sung năm 2017) về tội đưa hoặc sử dụng trái phép thông tin mạng máy tính, mạng viễn thông với mức cao nhất của khung hình phạt là 7 năm tù và phạt tiền cao nhất là 1 tỷ đồng. Tuy nhiên, đối chiếu với thực tiễn và thông lệ ở các nước thì mức phạt này còn rất nhẹ. Ví dụ, theo quy định của Luật Bảo vệ dữ liệu chung của Liên minh châu Âu (EU) (GDPR), hành vi này có thể bị phạt tiền lên tới 20 triệu EUR (tương đương khoảng trên 500 tỷ VND). Bên cạnh đó, đối tượng bị tác động trực tiếp từ các hoạt động thương mại kỹ thuật số xuyên biên giới chưa được bảo vệ hiệu quả. Nhà nước đã ban hành nhiều văn bản luật quan trọng liên quan đến vấn đề này, như Luật An ninh mạng, Luật An toàn thông tin mạng, Luật Giao dịch điện tử, Luật Công nghệ thông tin, Luật Viễn thông, Luật Quảng cáo, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Luật Cạnh tranh, Luật Sở hữu trí tuệ... Gần đây, một số văn bản đã được ban hành nhằm tạo thuận lợi cho chuyển đổi số và hoạt động kinh doanh trực tuyến. Những văn bản trên là cơ sở pháp lý quan trọng giúp thị trường thương mại kỹ thuật số xuyên biên giới phát triển an toàn, lành mạnh hơn trong thực tiễn. Tuy nhiên, sự phát triển mạnh mẽ của kinh doanh trực tuyến trên nền tảng các phương tiện truyền thông xã hội đã và đang làm nảy sinh một số vấn đề phức tạp, vượt ngoài tầm kiểm soát của các quy định pháp lý nêu trên. Những nguy cơ, tác động tiêu cực đối với người dùng trước những vi phạm của các cá nhân, tổ chức kinh doanh trên các nền tảng xuyên biên giới vẫn luôn thường trực.

- Bốn là công tác quản lý thuế chưa đáp ứng được để quản lý hiệu quả sự phát triển của các nền tảng số hoạt động xuyên biên giới tại Việt Nam.

Báo cáo đánh giá về xu hướng mới của nền tảng xuyên biên giới tại Việt Nam của Amazon Global Selling nhận định: nền tảng xuyên biên giới đã và đang trên đà phát triển, nhất là từ năm 2020 đến nay, cùng với sự dịch chuyển của xu hướng tiêu dùng, nền tảng xuyên biên giới trở thành trạng thái “bình thường mới”.

Theo thống kê của Tổng cục Thuế, hiện nay có 15 tập đoàn, công ty công nghệ lớn trên thế giới hoạt động kinh doanh trên nền tảng xuyên biên giới có thu nhập tại Việt Nam đã thực hiện nghĩa vụ thuế, với số tiền khoảng 1.000

tỷ đồng/năm. Các tập đoàn lớn như Google, Facebook, Microsoft... đã thực hiện các nghĩa vụ nộp thuế, kê khai nộp thuế nhà thầu thông qua tổ chức chi trả tại Việt Nam. Số thu thuế từ các tổ chức Việt Nam có ký hợp đồng quảng cáo trực tuyến với tổ chức nước ngoài không thành lập pháp nhân tại Việt Nam như: Google, YouTube, Facebook tăng từ 46,86 tỷ đồng năm 2016 lên tới 1.010 tỷ đồng vào năm 2019. Năm 2020, số thu thuế từ hoạt động kinh doanh trên nền tảng xuyên biên giới đạt 1.143 tỷ đồng...

Hệ thống luật pháp liên quan đến quản lý thuế đối với lĩnh vực giao dịch điện tử và thương mại điện tử của Việt Nam đã được quy định. Tuy nhiên, thực tiễn cho thấy, công tác quản lý thuế đối với một số hoạt động kinh doanh trên nền tảng xuyên biên giới của các công ty có trụ sở tại nước ngoài không có pháp nhân đại diện tại Việt Nam (như Alibaba, Aliexpress, Amazon, Agoda, Traveloka, Booking, Expedia...), không tiến hành đăng ký kinh doanh nên cơ quan nhà nước khó theo dõi, quản lý, xác định đối tượng. Những người kinh doanh này cũng thường không kê khai hoặc kê khai sai doanh thu thuế VAT. Bên cạnh đó, một số hoạt động chưa có trong danh mục ngành nghề kinh doanh, hơn nữa còn có hoạt động trên nền tảng xuyên biên giới đang trong tình trạng tranh cãi thuộc vào loại hình kinh doanh nào, dẫn đến khó khăn trong việc xác định bản chất, loại hình, mức thuế để đánh thuế hoạt động kinh doanh. Ví dụ như hiện nay, đã xuất hiện nhiều cá nhân thực hiện các giao dịch mua bán tiền “ảo”, chuyển nhượng các vật phẩm “ảo” trong game hay cho thuê ứng dụng để đặt quảng cáo trực tuyến có doanh thu lên đến hàng chục tỷ đồng, thậm chí hàng trăm tỷ đồng nhưng không kê khai, nộp thuế đầy đủ.

### **Định hướng một số biện pháp để tăng cường công tác quản lý hoạt động kinh doanh trên nền tảng xuyên biên giới**

Nền tảng xuyên biên giới đang là mô hình kinh doanh tất yếu của thời đại công nghệ số. Tuy đã nhìn nhận được một số rủi ro và thách thức công tác quản lý vẫn còn nhiều khó khăn, phức tạp trong xử lý các hành vi vi phạm của các cá nhân, tổ chức kinh doanh trên các nền tảng xuyên biên giới. Đây cũng không chỉ là khó khăn đối với Việt Nam mà cũng là bài toán cần lời giải của nhiều quốc gia trên thế giới. Trong thời gian tới, để từng bước hoàn thiện và nâng cao hiệu quả quản lý các hoạt động kinh doanh xuyên biên giới, Việt Nam cần thực hiện đồng bộ một số giải pháp sau:

Thứ nhất, cần có hoàn thiện hành lang pháp lý về nền tảng xuyên biên giới thông qua việc xây dựng và hoàn thiện hệ thống các quy định đồng bộ, thống nhất về các lĩnh vực

liên quan đến các nền tảng xuyên biên giới như cần bổ sung các quy định về trách nhiệm của các nền tảng xuyên biên giới trong Luật Giao dịch điện tử (sửa đổi) và sớm sửa đổi, bổ sung các quy định của pháp luật trong lĩnh vực thuế, tài chính, quảng cáo... gắn với trách nhiệm của các nhà mạng cung cấp dịch vụ qua các nền tảng xuyên biên giới.

Cần xác định rõ các chủ thể có hoạt động kinh doanh, thương mại liên quan đến các nền tảng xuyên biên giới để xác định trách nhiệm đăng ký thuế, khai thuế, nộp thuế cũng như các trách nhiệm khác có liên quan. Các chủ thể cần làm rõ là: (1) nhà cung cấp ở nước ngoài không có cơ sở kinh doanh cố định tại Việt Nam có hoạt động kinh doanh thương mại điện tử, kinh doanh dựa trên nền tảng số với tổ chức, cá nhân ở Việt Nam; (2) tổ chức, cá nhân ở Việt Nam mua hàng hóa, dịch vụ của nhà cung cấp ở nước ngoài; (3) tổ chức, đại lý thuế hoạt động theo pháp luật Việt Nam được nhà cung cấp ở nước ngoài ủy quyền thực hiện đăng ký thuế, khai thuế, nộp thuế tại Việt Nam; (4) ngân hàng thương mại, tổ chức cung ứng dịch vụ trung gian thanh toán; (5) tổ chức, cá nhân có quyền, nghĩa vụ liên quan đến hoạt động kinh doanh thương mại điện tử, kinh doanh dựa trên nền tảng số của nhà cung cấp ở nước ngoài;...

Thứ hai là, tiếp tục hoàn thiện các quy định về bảo vệ thông tin cá nhân, các quy định về thu thập dữ liệu điện tử, cụ thể hóa chứng cứ điện tử liên quan đến các nền tảng xuyên biên giới..., về chế tài đối với các hành vi vi phạm nghĩa vụ bảo vệ thông tin cá nhân. Đồng thời, tăng cường kiểm soát, quản lý để giảm thiểu vấn nạn xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ trên Internet. Đây là một nhiệm vụ rất khó khăn, phức tạp, nhất là với môi trường trực tuyến. Hiện nay, nhiều ấn phẩm, sách, báo, tạp chí, truyện, phim, hình ảnh... vẫn được đưa lên Internet để rao bán dù không có sự cho phép của chủ thể quyền. Tuy nhiên, khó có thể xử lý triệt để các vi phạm quyền sở hữu trí tuệ trên Internet bởi các trang điện tử nói trên phần lớn sử dụng tên miền quốc tế, sử dụng máy chủ lưu trữ đặt ở nước ngoài... Do đó, một mặt, cần tăng cường các biện pháp quản lý nhà nước; mặt khác, cần nâng cao trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp, có biện pháp cảnh báo các doanh nghiệp không quảng cáo ở những trang web hoặc mạng xã hội xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ.

Thứ ba là, cần tăng cường đấu tranh với các hành vi chống phá, cung cấp thông tin sai sự thật, gian lận thương mại trên các phương tiện truyền thông xã hội, nhất là đấu tranh chống các hành vi lợi dụng không gian mạng, thông qua blog cá nhân, mạng xã hội... có nguồn gốc từ các máy chủ ở nước ngoài để thực hiện các hành vi vi phạm pháp luật. Đồng thời nghiên cứu cụ thể hóa một số nghĩa vụ, yêu

cầu liên quan đến các nền tảng trực tuyến, như nghĩa vụ xóa nội dung vi phạm, yêu cầu về việc lưu giữ và thời gian lưu trữ thông tin người dùng, tin nhắn hoặc dữ liệu khác; các yêu cầu về luật hóa các quy định về dữ liệu,... Các yêu cầu và quy định này cần có sự phân biệt giữa nội dung trái pháp luật, nội dung có thể gây tổn hại cho một số đối tượng dễ bị tổn thương (ví dụ trẻ em) và những nội dung có tính phi đạo đức, chống đối xã hội (ví dụ nội dung khiếm nhã, có tính chất gây rối hoặc gây hiểu lầm).

Thứ tư là, nghiên cứu ban hành chính sách yêu cầu các cá nhân, tổ chức kinh doanh trên các nền tảng xuyên biên giới bảo đảm tính minh bạch về nội dung và khả năng có thể giám sát được về mặt kỹ thuật. Điều này là không dễ dàng nhưng là yêu cầu cần thiết bởi lẽ nhiều quy định trong tiêu chuẩn cộng đồng của một số nền tảng xuyên biên giới không phù hợp với quy định của pháp luật Việt Nam. Cơ quan có thẩm quyền của Việt Nam cũng cần nghiên cứu để có thỏa thuận cụ thể về mặt kỹ thuật giữa nhà quản lý với các nền tảng xuyên biên giới và đại lý của họ tại Việt Nam để có cơ chế thực thi rõ ràng.

Thứ năm là, nghiên cứu ban hành chính sách yêu cầu các cá nhân, tổ chức kinh doanh trên các nền tảng xuyên biên giới phải cung cấp sự rõ ràng cho người dùng về quy tắc kiểm duyệt của họ và các quyền khiếu nại của người dùng.

Việt Nam hiện đang là một trong những thị trường tiềm năng của các nền tảng xuyên biên giới. Báo cáo đánh giá về xu hướng mới của nền tảng xuyên biên giới tại Việt Nam của Amazon Global Selling nhận định: nền tảng xuyên biên giới đã và đang trên đà phát triển, nhất là từ năm 2020 đến nay, cùng với sự dịch chuyển của xu hướng tiêu dùng, nền tảng xuyên biên giới trở thành trạng thái “bình thường mới”. Tuy nhiên, với những làn “gió mới” như các nền tảng xuyên biên giới thì các biện pháp quản lý phải là những “bộ lọc” để loại những “gió độc”, qua đó tạo đà cho mô hình kinh doanh mới này có cơ hội phát triển lành mạnh ở Việt Nam, thúc đẩy phát triển Kinh tế số, xã hội số của Việt Nam trong giai đoạn sắp tới. ■ THÔNG TIN & THUYẾT THƯỜNG

Tài liệu tham khảo:

1. Bộ Tư pháp (Lưu Hương Ly), “Chuyên đề nghiên cứu về Kinh tế nền tảng”, 3/2021.
2. Tổng cục Thuế, “Báo cáo về hiện trạng quản lý nền tảng xuyên biên giới”, 3/2022.
3. Viện Nghiên cứu Công nghệ vì cộng đồng (Tech For Good Institute - TFGI), “Kinh tế nền tảng: Chất xúc tác cho sự tăng trưởng số tại khu vực Đông Nam Á”, 12/2021.
4. Council of the European Union, “EU Regulation of Digital Service”, 18/11/2021.
5. OECD, “An Introduction to Digital Platforms and their Roles in the Digital Transformation” ([https://read.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/an-introduction-to-online-platforms-and-their-role-in-the-digital-transformation\\_53e5f593-en#page23](https://read.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/an-introduction-to-online-platforms-and-their-role-in-the-digital-transformation_53e5f593-en#page23)), 2019
6. Chuanman You, “Law and Policy of Platform Economy in China” (<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7581424/pdf/main.pdf>), Computer Law & Security Review, 11/2020.
7. <https://mediaonlinevn.com/2021/03/26/amazon-global-selling-thanh-lap-doi-ngu-chuyen-trach-tai-ha-noi-giup-tang-cuong-thuong-mai-dien-tu-xuyen-bien-gioi>