



Original Article

Some Shortcomings in the Sale of Goods through E-Commerce Platforms and Recommendations for Law Reform

Le Thi Tuyet Ha*

*Ho Chi Minh City Open University, No. 35-37 Ho Hao Hon Street,
Co Giang Ward, District 1, Ho Chi Minh City*

Received 7th January 2024

Revised 15th December 2024; Accepted 25th June 2025

Abstract: The trading of goods on e-commerce platforms is becoming more and more popular and developing in parallel with the traditional form of buying and selling goods. However, transactions conducted via these platforms still face legal challenges and shortcomings. On this basis, the article provides an overview of the sales of goods on e-commerce platforms and analyzes several shortcomings affecting relevant stakeholders. At the same time, the article proposes recommendations to improve the efficiency of such transactions through e-commerce platforms.

Keywords: Commercial electronic trading platform, E-commerce website, sales of goods, commodity trading contracts, e-commerce contract.

* Corresponding author.

E-mail address: ha.ltht@ou.edu.vn

<https://doi.org/10.25073/2588-1167/vnuls.4608>

Một số bất cập về mua bán hàng hóa thông qua sàn giao dịch thương mại điện tử và kiến nghị hoàn thiện pháp luật

Lê Thị Tuyết Hà*

Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh, Hồ Hảo Hớn, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

Nhận ngày 7 tháng 01 năm 2024

Chỉnh sửa ngày 15 tháng 12 năm 2024; Chấp nhận đăng ngày 25 tháng 6 năm 2025

Tóm tắt: Mua bán hàng hóa trên sàn giao dịch thương mại điện tử ngày càng trở nên phổ biến và phát triển song song với hình thức mua bán hàng hóa truyền thống. Trong đó, hoạt động mua bán hàng hóa của các chủ thể trên sàn giao dịch thương mại điện tử còn tồn tại những vướng mắc, bất cập. Trên cơ sở này, bài viết đã khái quát về hoạt động mua bán hàng hóa trên sàn giao dịch thương mại điện tử và phân tích một số bất cập đối với các chủ thể trên sàn giao dịch thương mại điện tử, đồng thời, bài viết đề xuất kiến nghị nhằm nâng cao hiệu quả của hoạt động mua bán hàng hóa thông qua sàn giao dịch thương mại điện tử.

Từ khóa: Sàn giao dịch thương mại điện tử, website thương mại điện tử, mua bán hàng hóa, hợp đồng mua bán hàng hóa, hợp đồng thương mại điện tử.

1. Đặt vấn đề

Thương mại điện tử đang trở thành xu hướng tất yếu của nền kinh tế thị trường, đây cũng là xu hướng phát triển của nhiều quốc gia trên thế giới. Trong bối cảnh đó, hoạt động mua bán hàng hóa trên sàn giao dịch thương mại điện tử ngày càng chiếm vị trí quan trọng. Khác với mua bán hàng hoá truyền thống, mua bán hàng hóa qua sàn giao dịch thương mại điện tử không cần có sự gặp gỡ trực tiếp của các bên chủ thể. Thông qua một trong các phương tiện trung gian, là sàn giao dịch thương mại điện tử, bên mua và bên bán có thể trao đổi thông tin, thỏa thuận về nội dung hợp đồng mua bán hàng hoá và giao kết, thực hiện hợp đồng một cách nhanh chóng. Trong đó, các chủ thể trên sàn giao dịch thương mại điện tử đều có quyền và nghĩa vụ nhất định nhằm thực hiện hiệu quả hoạt động mua bán hàng hoá và đáp ứng các nhu cầu của mình. Tuy nhiên, việc thực hiện hợp đồng mua bán hàng hóa này trong thực tiễn

còn có những khó khăn, vướng mắc làm ảnh hưởng đến quyền lợi của các chủ thể và hiệu quả của việc thực hiện hợp đồng. Trước tình hình đó, yêu cầu đặt ra là phát hiện được những bất cập trong quá trình thực hiện hợp đồng mua bán hàng hóa trên sàn giao dịch thương mại điện tử, qua đó đề xuất kiến nghị khắc phục và nâng cao hiệu quả của việc thực hiện hoạt động mua bán hàng hoá giữa các bên.

2. Khái quát về mua bán hàng hóa thông qua sàn giao dịch thương mại điện tử

Mua bán hàng hóa là hoạt động thương mại mà bên bán có nghĩa vụ giao hàng, chuyển quyền sở hữu hàng hóa cho bên mua và nhận thanh toán; bên mua có nghĩa vụ thanh toán cho bên bán, nhận hàng và quyền sở hữu hàng hoá theo thỏa thuận¹. Hợp đồng mua bán hàng hóa không chỉ được thực hiện theo phương thức truyền

* Tác giả liên hệ.

Địa chỉ email: ha.ltht@ou.edu.vn

<https://doi.org/10.25073/2588-1167/vnuls.4608>

¹ Khoản 8 Điều 3 Luật Thương mại 2005.

thống khi các bên trực tiếp trao đổi, thỏa thuận các nội dung của hợp đồng mà còn có thể thực hiện thông qua phương tiện điện tử. Nghị định 52/2013/NĐ-CP quy định về các hình thức tổ chức của hoạt động thương mại điện tử trong đó có Website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử là website thương mại điện tử do thương nhân, tổ chức thiết lập để cung cấp môi trường cho các thương nhân, tổ chức, cá nhân khác tiến hành hoạt động thương mại². Trong các hình thức của Website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử thì sàn giao dịch thương mại điện tử là hình thức phổ biến để các bên thông qua đó thực hiện hợp đồng mua bán hàng hóa. Với hình thức mua bán hàng hóa thông qua sàn giao dịch thương mại điện tử, các chủ thể không phải trực tiếp gặp mặt nhau để thực hiện hoạt động mua bán mà hoạt động này được thực hiện thông qua các website thương mại điện tử. Đây là nơi mà các thương nhân, tổ chức, cá nhân không phải chủ sở hữu website có thể tiến hành hoạt động mua bán hàng hóa³. Như vậy, chủ sở hữu sàn giao dịch thương mại điện tử là bên thứ ba, không thực hiện việc mua bán hàng hóa mà chỉ thiết lập sàn giao dịch thương mại điện tử để các chủ thể khác thực hiện hợp đồng mua bán hàng hóa với vai trò là bên mua và bên bán.

Chủ thể trực tiếp thực hiện hợp đồng mua bán hàng hóa thông qua sàn giao dịch thương mại điện tử là các thương nhân, tổ chức, cá nhân theo quy định pháp luật. Trong đó, bên bán có các nghĩa vụ cơ bản như giao hàng hóa đúng số lượng, chất lượng như thỏa thuận giữa các bên, giao các chứng từ liên quan đến hàng hóa, nghĩa vụ bảo hành hàng hóa đó,... Ngoài ra, bên bán cần tuân thủ quy định về trách nhiệm của người bán trên sàn giao dịch thương mại điện tử tại Điều 37 Nghị định 52/2013/NĐ-CP. Bên mua hay khách hàng có nhu cầu mua hàng hóa trên sàn giao dịch thương mại điện tử có nghĩa vụ nhận hàng hóa và thanh toán cho bên bán theo thỏa thuận trong hợp đồng. Thông qua việc bên bán đưa ra các thông tin về hàng hóa mà mình bán trên các website thương mại điện tử, bên

mua hàng lựa chọn và đưa ra yêu cầu mua hàng hóa bằng các thao tác đã được thiết lập sẵn trên website thương mại điện tử đó. Yêu cầu mua hàng của bên mua được bên bán chấp nhận cũng là lúc hợp đồng mua bán hàng hóa giữa bên bán và bên mua được thiết lập [1]. Nội dung thiết lập việc mua bán hàng hóa đó cũng chính là nội dung hợp đồng mua bán hàng hóa trên sàn giao dịch thương mại điện tử của các bên. Trên cơ sở đó, các bên ghi nhận việc mua bán hàng hóa trên sàn giao dịch thương mại điện tử với những nội dung cơ bản của hợp đồng.

3. Bên bán trong hợp đồng mua bán hàng hóa trên sàn giao dịch thương mại điện tử

Bên bán trong hợp đồng mua bán hàng hóa trên sàn giao dịch thương mại điện tử là chủ thể có quyền sở hữu đối với hàng hóa và có nhu cầu được bán hàng hóa đó trên một môi trường trung gian là sàn giao dịch thương mại điện tử. Tuy nhiên, hoạt động của bên bán được thực hiện trên môi trường internet thông qua sàn giao dịch thương mại điện tử do chủ thể khác thiết lập nên bên bán có thể gặp những khó khăn, vướng mắc như:

Thứ nhất, bên bán hàng hóa trên sàn giao dịch thương mại điện tử không phải là chủ thể thiết lập sàn giao dịch thương mại điện tử nên việc thực hiện hoạt động bán hàng hóa này thường chịu sự chi phối, điều chỉnh từ chủ sở hữu của sàn giao dịch thương mại điện tử. Chủ sở hữu sàn giao dịch thương mại điện tử bên cạnh việc hỗ trợ cho bên bán hàng trong hoạt động kinh doanh cũng như tiếp cận khách hàng một cách nhanh chóng thì việc đưa ra các điều khoản, các quy định mà người bán phải tuân thủ khi muốn kinh doanh hàng hóa của mình trên sàn giao dịch điện tử có thể tạo ra những rào cản cho việc thực hiện hoạt động của bên bán hàng. Điển hình là việc sàn thương mại điện tử liên tục tăng phí cao gây ra sự khó khăn cho người bán hàng như trường hợp Công ty Trách nhiệm Hữu hạn một thành viên Trái Dừa ở Thành phố Hồ Chí Minh trong

² Khoản 2 Điều 25 Nghị định 52/2013/NĐ-CP về thương mại điện tử.

³ Khoản 9 Điều 3 Nghị định 52/2013/NĐ-CP về thương mại điện tử.

9 tháng đầu năm 2023 đã bị 2 lần tăng phí thanh toán sàn thương mại điện tử Shopee [2]. Chủ thể bán hàng cũng phải phụ thuộc vào các quy định riêng của chủ sở hữu sàn giao dịch thương mại điện tử như tăng thêm các khoản phí hoặc giảm bớt khuyến mãi đối với người mua hàng. Những tác động của chủ sở hữu sàn giao dịch thương mại điện tử gây khó khăn cho người bán và ảnh hưởng đến quyền lợi của người bán trong quá trình thực hiện các hoạt động của mình.

Thứ hai, việc thanh toán hợp đồng mua bán hàng hóa trên sàn giao dịch thương mại điện tử được thực hiện thông qua nhiều phương thức và bên mua hàng có quyền lựa chọn phương thức thanh toán phù hợp với nhu cầu và điều kiện của mình. Mặc dù các phương thức thanh toán ngày càng đa dạng nhằm đáp ứng nhu cầu khác nhau của người mua nhưng hình thức thanh toán được áp dụng phổ biến đối với mua bán hàng hóa truyền thống là thanh toán tiền mặt vẫn được nhiều chủ thể mua hàng ưu tiên lựa chọn khi thực hiện hợp đồng mua bán hàng hóa trên sàn giao dịch thương mại điện tử. Với hình thức thanh toán này, người mua thanh toán cho người bán khi đã nhận được hàng, do đó người bán không thể trực tiếp nhận ngay số tiền thanh toán của người mua khi đã bán hàng hoá mà thường nhận thông qua bên thứ ba là bên thu hộ hay đơn vị vận chuyển hàng hóa cho người mua.

Bên cạnh đó, khi người mua thực hiện thanh toán trên các sàn giao dịch thương mại điện tử thì người bán cũng không nhận ngay số tiền này mà sàn giao dịch thương mại điện tử, là đơn vị sẽ nhận tiền từ người mua và chuyển cho người bán sau đó. Nguyên nhân chính xuất phát từ việc hoạt động mua bán hàng hóa được các bên thực hiện trên sàn giao dịch thương mại điện tử, do đó, quá trình thanh toán cũng cần có sự hỗ trợ của bên thứ ba là sàn giao dịch thương mại điện tử. Quá trình này có thể gây ra những rủi ro cho người bán như người mua đã thanh toán tiền mua hàng nhưng người bán không được ghi nhận việc đã thanh toán này. Theo đó, người mua khi áp dụng phương thức thanh toán không dùng tiền mặt, tức thanh toán trực tuyến ngay khi đặt hàng thì sẽ được xác nhận thanh toán thành công tại thời điểm thanh toán đó, tuy nhiên, số tiền này

có thể được sàn giao dịch thương mại điện tử giữ lại cho đến khi bên bán thực hiện xong nghĩa vụ giao hàng hoá của mình. Bên cạnh đó, ngay cả khi người bán đã thực hiện xong nghĩa vụ giao hàng thì chủ thể này vẫn có thể không nhận được tiền từ đơn vị vận chuyển hay từ sàn giao dịch thương mại điện tử mặc dù người mua đã thanh toán tiền. Việc xử lý những sự cố xảy ra khi nhận thanh toán có thể mất nhiều thời gian, việc liên hệ với các chủ thể thu hộ có thể gặp khó khăn và đặc biệt khi sự cố xảy ra do hệ thống trên sàn giao dịch thương mại điện tử đó thì việc chịu trách nhiệm, xử lý cũng khó đạt được hiệu quả nhằm đảm bảo quyền lợi của các chủ thể.

Thứ ba, trong hợp đồng mua bán hàng hóa trên sàn giao dịch thương mại điện tử, nghĩa vụ cung cấp thông tin của các chủ thể có vai trò quan trọng, nhằm đảm bảo hợp đồng được thực hiện đầy đủ, đồng thời bảo vệ quyền lợi của các bên và duy trì sự tin cậy trong giao dịch. Theo đó, người bán có nghĩa vụ cung cấp các thông tin về hàng hóa để người mua tiếp cận, lựa chọn và đưa ra lời đề nghị giao kết hợp đồng [3]. Các thông tin này bao gồm việc mô tả chi tiết sản phẩm hoặc dịch vụ, từ nguồn gốc, chất lượng, giá cả, tính năng, cho đến các thông tin liên quan đến chính sách bảo hành, đổi trả. Điều này giúp bên mua hiểu rõ về sản phẩm mà họ dự định mua, từ đó đưa ra quyết định chính xác và hợp lý. Nếu bên bán cung cấp thông tin sai lệch hoặc thiếu sót, như mô tả không đúng về chất lượng, tính năng sản phẩm hoặc giá cả thay đổi mà không thông báo rõ ràng, bên mua có thể cảm thấy bị lừa dối hoặc không hài lòng, dẫn đến việc từ chối nhận hàng hoặc yêu cầu hoàn tiền, làm gián đoạn quá trình thực hiện hợp đồng. Bên cạnh đó, bên bán cũng có nghĩa vụ thông báo đầy đủ về phương thức giao hàng, thời gian giao hàng và các chi phí liên quan. Qua đó, bên mua có thể xác định được chi phí tổng cộng của giao dịch, tránh những rủi ro trong quá trình thực hiện hợp đồng. Ngoài ra, chính sách bảo hành, đổi trả sản phẩm cũng là thông tin quan trọng mà bên bán cần cung cấp để tăng sự tin tưởng cho bên mua khi quyết định giao kết hợp đồng. Nếu không có thông tin rõ ràng về những yếu tố này, bên mua có thể cảm thấy không an tâm khi mua hàng, dẫn

đến khả năng không thực hiện hợp đồng hoặc yêu cầu hủy bỏ giao dịch.

Thứ tư, thông tin của người mua cung cấp nhằm phục vụ cho việc giao kết hợp đồng là thông tin được người bán lưu trữ. Một đơn hàng được thực hiện trên sàn giao dịch thương mại điện tử bao gồm nhiều thông tin quan trọng như: thông tin sản phẩm gồm tên sản phẩm, số lượng sản phẩm; thông tin người mua hàng gồm tên, địa chỉ giao hàng, số điện thoại người mua hàng; thông tin nơi bán hàng gồm địa chỉ, số điện thoại nơi giao hàng,... [4]. Trong đó, các thông tin phải rõ ràng, cụ thể và chính xác thì việc thực hiện hợp đồng mới đạt được hiệu quả và mới đáp ứng được mục đích, nhu cầu của các bên. Khi các thông tin cung cấp bị sai lệch sẽ dẫn đến rất nhiều rủi ro cho người bán hàng. Điều này có thể xuất phát từ chính người bán khi không nắm rõ các thông tin về hàng hóa đã cung cấp hay do người bán cung cấp những thông tin không cụ thể làm người mua hiểu nhầm và khi nhận được hàng hóa không như mong muốn thì thường không hài lòng và đánh giá thấp về hàng hóa đó. Các thông tin của người mua khi cung cấp bị sai lệch hoặc thông tin người bán cung cấp cho đơn vị vận chuyển không chính xác cũng là nguyên nhân dẫn đến việc đơn vị vận chuyển không tiếp cận để nhận hàng hóa được, hay hàng hóa không được chuyển đến tay người mua. Điều này có thể gây ra sự chậm trễ trong việc giao hàng hóa, khi đó, người mua không đạt được mục đích khi mua hàng hóa từ đó ảnh hưởng đến uy tín của người bán trên sàn giao dịch thương mại điện tử.

Thứ năm, mặc dù trong hoạt động mua bán hàng hoá nói chung và mua bán hàng hoá trên sàn giao dịch thương mại điện tử nói riêng thì việc nhận hàng là nghĩa vụ mà người mua phải thực hiện khi giao kết hợp đồng. Tuy nhiên, thực tiễn cho thấy, tình trạng người mua không nhận hàng và không thanh toán đơn đặt hàng vẫn thường xuyên xảy ra, dẫn đến việc người bán bị trả lại hàng hoặc không nhận được tiền hàng ngay cả khi hàng đã được xác nhận giao thành công. Trong khi đó, quy trình khiếu nại, giải quyết đơn hàng còn phức tạp và mất nhiều thời gian khiến người bán ngại giải quyết những vấn đề trên. Trong nhiều trường hợp trách nhiệm về

việc giao hàng hay nhận thanh toán tiền hàng được đặt ra đối với chủ thể vận chuyển hàng hóa nhưng việc xác định trách nhiệm vẫn còn mơ hồ đặc biệt là trong trường hợp các chủ thể không nghiêm túc trong việc giải quyết mẫu thuẫn để bảo đảm việc thực hiện hợp đồng mà không làm ảnh hưởng đến quyền lợi người mua, người bán và cả đơn vị vận chuyển [5].

Với những khó khăn, vướng mắc trong hợp đồng mua bán hàng hóa trên sàn giao dịch thương mại điện tử trên, trước hết người bán hàng là chủ thể cung cấp hàng hóa trên sàn giao dịch thương mại điện tử cần phải: i) Nâng cao sự chủ động trong việc thực hiện theo đúng thỏa thuận trong hợp đồng với bên mua. Các thông tin của bên bán phải được cung cấp đầy đủ và chính xác gồm: Tên và địa chỉ trụ sở của thương nhân, tổ chức hoặc tên và địa chỉ thường trú của cá nhân; số, ngày cấp và nơi cấp giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh của thương nhân, hoặc số, ngày cấp và đơn vị cấp quyết định thành lập của tổ chức, hoặc mã số thuế cá nhân của cá nhân; số điện thoại hoặc một phương thức liên hệ trực tuyến khác cho thương nhân, tổ chức cung cấp dịch vụ sàn giao dịch thương mại điện tử khi đăng ký sử dụng dịch vụ; thông tin về hàng hóa được bên bán đưa ra như thông tin về giá cả; Thông tin về điều kiện giao dịch chung; thông tin về vận chuyển và giao nhận; thông tin về các phương thức thanh toán khi bán hàng hóa hoặc cung ứng dịch vụ trên sàn giao dịch thương mại điện tử; ii) Bên bán đảm bảo tính chính xác, trung thực của thông tin về hàng hóa, dịch vụ cung cấp trên sàn giao dịch thương mại điện tử và tuân thủ quy định của pháp luật về thanh toán, quảng cáo, khuyến mại, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các quy định của pháp luật có liên quan khác khi bán hàng hóa hoặc cung ứng dịch vụ trên sàn giao dịch thương mại điện tử [6]; iii) Bên bán cung cấp thông tin một cách chính xác, trung thực về hàng hóa để không làm ảnh hưởng đến doanh thu cũng như uy tín của người bán trên sàn giao dịch thương mại điện tử.

Bên cạnh đó, chủ sở hữu sàn giao dịch thương mại điện tử là chủ thể thiết lập và quản lý sàn giao dịch thương mại điện tử cần phải: i) Nâng

cao trách nhiệm trong việc nắm bắt thông tin về hàng hóa như: Tên hàng hóa, mô tả đầy đủ thông tin về hàng hóa, các đặc tính của hàng hóa,...; ii) Quy định về trách nhiệm của chủ sàn giao dịch thương mại điện tử và người bán trên sàn được quy định tại Điều 36, 37 Nghị định 52/2013/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung bởi Nghị định 85/2021/NĐ-CP cần được bổ sung theo hướng: Tăng cường nghĩa vụ của chủ sở hữu các sàn giao dịch thương mại điện tử trong việc kiểm soát, sàng lọc thông tin, cũng như trong việc hỗ trợ cơ quan quản lý nhà nước xử lý các hành vi kinh doanh vi phạm pháp luật và giải quyết tranh chấp; iii) Cần tăng cường vai trò, trách nhiệm của các bộ, ngành có liên quan trong việc quản lý hoạt động thương mại điện tử [7]; iv) Khi xảy ra sự cố làm ảnh hưởng đến quyền lợi của khách hàng hay nhận được khiếu nại, khởi kiện từ phía khách hàng, sàn giao dịch thương mại điện tử cần nhanh chóng tiếp nhận và phản hồi để khách hàng cảm thấy yên tâm và giữ được sự uy tín của sàn thương mại điện tử; v) Trách nhiệm liên đới của sàn giao dịch cũng được thể hiện rõ để xác định được mức độ lỗi của mỗi bên làm cơ sở xác định mức độ liên đới bồi thường; tăng cường hoạt động quản lý, giám sát hàng hóa trên môi trường mạng, nhằm tạo niềm tin cho người mua hàng, bảo vệ các thương nhân, tổ chức kinh doanh lành mạnh và thúc đẩy thương mại điện tử phát triển.

4. Bên mua trong hợp đồng mua bán hàng hóa trên sàn giao dịch thương mại điện tử

Bên mua trong hợp đồng mua bán hàng hóa trên sàn giao dịch thương mại điện tử là bên lựa chọn mua hàng hóa để đáp ứng nhu cầu sử dụng của mình. Trong quá trình thực hiện hợp đồng, bên mua tiếp nhận những thông tin về hàng hóa từ bên bán, xác nhận việc mua hàng hóa và đồng thời cung cấp các thông tin cá nhân cần thiết cho việc giao hàng hóa theo yêu cầu của bên bán, bên mua cũng đồng thời lựa chọn các thông tin như phương thức thanh toán, phương thức vận chuyển để phù hợp với nhu cầu nhận hàng của mình. Bên mua khi thực hiện hợp đồng mua bán hàng hóa trên sàn giao dịch thương mại điện tử

có thể gặp một số khó khăn, vướng mắc, cụ thể:

Thứ nhất, về thanh toán, sàn giao dịch thương mại điện tử hỗ trợ thiết lập các phương thức thanh toán như thanh toán khi nhận hàng, thanh toán bằng thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ, hay thanh toán thông qua ví điện tử,... Khi thực hiện việc thanh toán trực tuyến này, bên mua có thể gặp sự cố do lỗi của hệ thống làm ảnh hưởng đến quá trình thanh toán. Hơn nữa, việc thực hiện thanh toán đơn hàng trực tuyến phụ thuộc nhiều vào môi trường internet và thao tác thanh toán của người mua [8]. Diễn hình như trường hợp người mua đã thực hiện thanh toán trực tuyến bằng ví điện tử hoặc tài khoản ngân hàng và đã bị trừ tiền trong tài khoản nhưng trên sàn giao dịch thương mại điện tử không xác nhận đơn hàng này đã được thanh toán thành công. Nhiều người mua hàng phải thực hiện việc thanh toán lại hoặc đổi phương thức thanh toán khác và thường phải đợi sàn giao dịch thương mại điện tử hoàn lại số tiền đã thanh toán. Cũng có trường hợp, cùng một đơn hàng nhưng người mua lại bị trừ tiền nhiều lần dẫn đến tâm lý hoang mang và tạo cảm giác không an toàn khi người mua thực hiện thanh toán trực tuyến [9]. Như vậy, thanh toán trực tuyến mặc dù ngày càng trở nên phổ biến cùng với việc mua hàng hóa trực tuyến nhưng những rủi ro khi thanh toán trực tuyến đã làm hạn chế việc lựa chọn hình thức thanh toán này của người mua. Do đó, pháp luật cần có những quy định cụ thể về hình thức thanh toán trực tuyến và quy định trách nhiệm trong việc xử lý các vướng mắc phát sinh trong quá trình thanh toán trên sàn giao dịch thương mại điện tử làm ảnh hưởng đến quyền lợi của người mua.

Thứ hai, người mua có nghĩa vụ cung cấp các thông tin trên sàn giao dịch thương mại điện tử như tên, địa chỉ giao hàng, phương thức thanh toán, và thông tin liên lạc. Đây là những yếu tố cơ bản để bên bán có thể giao hàng đúng thời gian và địa chỉ, cũng như hoàn tất thủ tục thanh toán. Việc cung cấp thông tin sai lệch hoặc thiếu sót từ bên mua, diễn hình là địa chỉ giao hàng không chính xác hoặc thông tin thanh toán không đầy đủ, sẽ dẫn đến việc hàng hóa không được giao đúng địa điểm hoặc không thể thanh toán đúng cách [10]. Điều này có thể khiến bên bán

không thể hoàn thành hợp đồng, hoặc phải chịu thiệt hại trong trường hợp không thể thu tiền từ bên mua. Những vi phạm đối với nghĩa vụ cung cấp thông tin có thể gây ra những hậu quả nghiêm trọng, làm gián đoạn hợp đồng và ảnh hưởng đến uy tín của các bên tham gia. Do đó, việc thực hiện đúng và đầy đủ nghĩa vụ cung cấp thông tin là điều kiện tiên quyết để hợp đồng được thực hiện một cách suôn sẻ và bảo vệ quyền lợi hợp pháp của các bên.

Ngoài ra, các sàn thương mại điện tử và người bán hàng có cam kết bảo mật thông tin người dùng, đây là nội dung quan trọng khi xác lập hợp đồng mua bán hàng hóa giữa các bên. Tuy nhiên, nhiều trường hợp thông tin của khách hàng vẫn không được đảm bảo. Thông tin của khách hàng thường được lưu lại trên sàn giao dịch thương mại điện tử sau khi đã thực hiện việc mua hàng. Do đó, xuất hiện trường hợp những đối tượng giả mạo chủ thể bán hàng gửi đơn hàng theo thông tin của người mua đã được lưu lại trước đó. Thông qua các thông tin về địa chỉ, số điện thoại của người mua đó, các đơn hàng giả mạo được gửi đến và người mua vì không đề phòng mà thực hiện việc thanh toán hoặc buộc phải thực hiện việc thanh toán cho đơn vị vận chuyển hàng mặc dù không đặt mua hàng hóa đó. Rủi ro xảy ra có thể do đơn vị vận chuyển hoặc chính người bán hàng cung cấp ra bên ngoài hoặc dùng vào những mục đích khác, nguyên nhân cũng có thể xuất phát từ việc bảo mật chưa thật sự hiệu quả của các sàn giao dịch thương mại điện tử dẫn đến các đối tượng xấu dễ dàng xâm nhập và đánh cắp thông tin khách hàng để sử dụng vào những mục đích khác làm ảnh hưởng đến chính những khách hàng đó và làm mất đi sự uy tín của sàn thương mại điện tử hay những đơn vị bán hàng trên sàn giao dịch thương mại điện tử [11]. Đối với những rủi ro này, người mua hàng cần kịp thời thông báo đến đơn vị bán hàng, sàn giao dịch thương mại điện tử hoặc những cơ quan có thẩm quyền để xử lý và đảm bảo cho việc hoạt động của sàn giao dịch thương mại điện tử cũng như việc thực hiện hợp đồng mua bán hàng hóa trên sàn giao dịch thương mại điện tử sau này.

Thứ ba, việc vận chuyển hàng hóa trong quá trình thực hiện hợp đồng mua bán hàng hóa trên sàn giao dịch thương mại điện tử có ý nghĩa rất quan trọng [12], đây là giai đoạn chuyển hàng hóa từ người bán đến tay người mua. Thông thường việc vận chuyển của các sàn giao dịch thương mại điện tử chia làm hai giai đoạn là hàng hóa từ người mua đến đơn vị vận chuyển và hàng hóa từ đơn vị vận chuyển đến với người mua. Trong đó, người vận chuyển hàng hóa mặc dù nắm giữ hàng hóa trong thời gian vận chuyển nhưng không bị đặt ra vấn đề về chịu trách nhiệm về rủi ro, mất mát của hàng hóa. Hàng hóa hư hỏng trong quá trình vận chuyển dẫn đến người mua khó được hoàn trả hàng hóa, người bán không chịu trách nhiệm hoặc người mua không tuân thủ các điều kiện khi mở hàng và không có những minh chứng khi cho rằng hàng hóa hư hỏng là lỗi của bên bán hàng. Do đó, bên bán cũng không có căn cứ để giải quyết cho người mua. Với hành trình vận chuyển tùy vào khoảng cách và đơn vị vận chuyển mà người mua hàng còn có thể đối mặt với những rủi ro như đơn vị vận chuyển không liên lạc được nên không giao hàng cho người mua và hoàn hàng về phía người bán, người mua cũng khó khăn khi liên hệ lại với đơn vị vận chuyển hoặc hàng hóa có thể bị giao sai, bị thất lạc tại các bưu cục mà người mua không có phương thức để theo dõi cũng như liên hệ để nhận hàng. Các rủi ro này đã ảnh hưởng trực tiếp đến quyền lợi cũng như sự hài lòng của người mua hàng đối với việc mua hàng hóa trên sàn giao dịch thương mại điện tử, từ đó tạo ra tâm lý e ngại và mất đi sự tin tưởng đối với bên bán hàng hóa cũng như sàn giao dịch thương mại điện tử đã bán hàng hóa đó.

Thứ tư, việc đánh giá chất lượng hàng hóa trên website thương mại điện tử là cảm nhận của người mua về việc sử dụng hàng hóa thông qua sự phản hồi về hàng hóa đối với người bán hàng hoặc chủ sở hữu sàn giao dịch thương mại điện tử [13]. Thiết lập hệ thống đánh giá chất lượng hàng hóa của người mua có ý nghĩa quan trọng trong hoạt động kinh doanh, đặc biệt trong môi trường thương mại số đầy cạnh tranh như hiện nay [14]. Theo đó, việc đánh giá chất lượng hàng

hóa sau khi các bên đã thực hiện hợp đồng giúp bên bán tạo ra lợi thế cạnh tranh bền vững và gây dựng niềm tin đối với người mua. Khi hàng hóa được bán trên sàn giao dịch thương mại điện tử có chất lượng tốt thì sự uy tín của bên bán hàng, sự trung thành của người mua hàng cũng được nâng cao. Điều này giúp làm tăng thị phần, lợi tức đầu tư, giảm chi phí và đảm bảo lợi thế cạnh tranh. Mối quan hệ giữa chất lượng hàng hóa, dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng được đánh giá là mật thiết và chặt chẽ với nhau. Tuy nhiên, hiện nay, pháp luật về thương mại điện tử chưa có quy định bắt buộc chủ sở hữu sàn giao dịch thương mại điện tử phải xây dựng hệ thống đánh giá chất lượng hàng hóa cho người tiêu dùng, nhưng thực tế cho thấy người bán hàng đều xây dựng hệ thống đánh giá chất lượng hàng hóa trên website của mình. Do đó, người mua khó có thể tiếp cận thông tin về hàng hoá từ những người mua hàng trước đó nhằm đánh giá sự phù hợp khi lựa chọn mua hàng hoá và phù hợp với các nhu cầu của mình.

Như vậy, để hạn chế những rủi ro đối với bên mua trong quá trình xác lập và thực hiện hợp đồng mua bán hàng hoá trên sàn giao dịch thương mại điện tử, cần lưu ý các vấn đề sau:

Một là, bên mua hàng hóa cần nâng cao ý thức, bảo mật thông tin cá nhân khi tham gia vào các giao dịch thương mại điện tử. Theo đó, bảo mật thông tin cá nhân là yếu tố quan trọng góp phần bảo vệ quyền lợi của bên mua hàng và giúp tăng cường tính an toàn, minh bạch trong giao dịch [15]. Việc hiểu rõ các biện pháp bảo vệ thông tin cá nhân sẽ giúp bên mua chủ động ngăn chặn, phòng ngừa các hành vi lợi dụng những kẽ hở, lỗ hổng trong quy định của pháp luật hoặc trong quy trình giao dịch thương mại điện tử.

Hai là, cần có quy định cụ thể nhằm giúp bên mua có nhận thức rõ ràng về các biện pháp bảo mật thông tin cá nhân khi tham gia các giao dịch trực tuyến, bao gồm việc sử dụng mật khẩu mạnh, cập nhật phần mềm bảo mật, tránh chia sẻ các thông tin nhạy cảm qua các kênh không an toàn, và chỉ cung cấp thông tin cá nhân cho các bên có đủ tư cách pháp lý và uy tín. Điều này góp

phần giúp bên mua tự bảo vệ mình khỏi các nguy cơ bị xâm phạm thông tin cá nhân hoặc bị lừa đảo trong các giao dịch điện tử, đặc biệt là trong bối cảnh các hành vi gian lận trực tuyến ngày càng trở nên tinh vi hơn.

Ba là, pháp luật hiện hành về hoạt động mua bán hàng hóa trên sàn giao dịch thương mại điện tử không có quy định về trách nhiệm chịu rủi ro, mất mát hàng hóa của đơn vị vận chuyển. Điều này là không phù hợp với thực tiễn về việc thực hiện hợp đồng mua bán hàng hóa trên sàn giao dịch thương mại điện tử và đã tạo ra những vướng mắc, ảnh hưởng đến quyền lợi của các chủ thể trong hợp đồng. Do đó, vấn đề đặt ra là phải bổ sung quy định pháp luật riêng về chuyển rủi ro trong hợp đồng mua bán hàng hóa trên sàn giao dịch thương mại điện tử, qua đó góp phần hoàn thiện quy định pháp luật về thực hiện hợp đồng mua bán hàng hóa trên sàn giao dịch thương mại điện tử và đảm bảo quyền, nghĩa vụ của các bên trong hợp đồng.

Bốn là, về việc đánh giá chất lượng hàng hóa của người mua trên sàn giao dịch thương mại điện tử. Pháp luật cần có những quy định về quyền yêu cầu của chủ sở hữu sàn giao dịch thương mại điện tử thể hiện trách nhiệm kiểm soát đối với người bán về xây dựng hệ thống đánh giá chất lượng, hàng hóa dịch vụ cho người tiêu dùng trên tinh thần công bằng, khách quan [16]. Pháp luật về thương mại điện tử cần bổ sung trách nhiệm của chủ sở hữu sàn giao dịch thương mại điện tử phải yêu cầu người bán xây dựng hệ thống đánh giá chất lượng hàng hóa, dịch vụ hợp lý, công khai các quy tắc đánh giá và cung cấp cho người tiêu dùng cách đánh giá hàng hóa được bán hoặc dịch vụ được cung cấp trên nền tảng. Ngoài ra, các chủ thể có liên quan đến sàn giao dịch thương mại điện tử không được xóa các đánh giá của người tiêu dùng về các hàng hóa được bán hoặc dịch vụ được cung cấp [17]. Điều đó cũng loại trừ việc người tiêu dùng có quyền xóa các đánh giá hoặc không. Từ đó, cần quy định trách nhiệm pháp lý liên đới hoặc riêng rẽ trong trường hợp chủ sở hữu sàn giao dịch thương mại điện tử và người bán hàng không cung cấp cho người tiêu dùng các kênh đánh giá

hoặc xóa các đánh giá mà không được phép cũng cần được quy định cụ thể.

5. Kết luận

Mua bán hàng hóa trên sàn giao dịch thương mại điện tử có bản chất là hoạt động thương mại nhưng được xác lập và thực hiện trên môi trường internet, thông qua các phương tiện điện tử. Trong đó, mua bán hàng hóa trên sàn giao dịch thương mại điện tử ngày càng phổ biến và góp phần lớn vào sự phát triển của nền kinh tế thị trường. Việc thực hiện hợp đồng mua bán hàng hóa thông qua sàn giao dịch thương mại điện tử trong thực tiễn còn có những khó khăn, vướng mắc làm ảnh hưởng đến quyền lợi của các chủ thể và hiệu quả của việc thực hiện hợp đồng. Thông qua việc khái quát về mua bán hàng hóa thông qua sàn giao dịch thương mại điện tử và nghĩa vụ mà bên mua và bên bán phải thực hiện nhằm đạt được mục đích giao kết hợp đồng, bài viết đã chỉ ra những khó khăn, vướng mắc mà người mua, người bán có thể gặp phải trong việc thực hiện hợp đồng mua bán hàng hóa thông qua sàn giao dịch thương mại điện tử, đồng thời, đề xuất một số kiến nghị nhằm khắc phục khó khăn và hoàn thiện quy định pháp luật về mua bán hàng hóa trên sàn giao dịch thương mại điện tử.

Tài liệu tham khảo

- [1] N. T. D. Hương, H. N. Thái, Đề nghị giao kết hợp đồng trong bộ luật dân sự 2015 và công ước viên 1980 về hợp đồng mua bán hàng hóa quốc tế, Tạp chí Công thương số 7, 2018, tr. 57.
- [2] L. Hoàng, Khi nhà bán hàng đứng dưới “luật chơi” của sàn thương mại điện tử, 2023, <https://thesaigontimes.vn/khi-nha-ban-hang-dung-duoi-luat-choi-cua-san-thuong-mai-dien-tu/> (accessed on November 17th, 2023).
- [3] N. N. Hà, H. V. Hà, Một số vấn đề pháp lý về hợp đồng điện tử trong thương mại điện tử, Tạp chí điện tử Luật sư Việt Nam, 2023, <https://lsvn.vn/mo-t-so-va-n-de-pha-p-ly-ve-ho-p-do-ng-die-n-tu-trong-thuong-ma-i-die-n-tu-1703577171.html> (accessed on November 9th, 2023).
- [4] P. M. Cường, Pháp luật về thương mại điện tử ở Việt Nam, Luận án tiến sĩ Luật Kinh tế, Trường Đại học luật Hà Nội, 2022, tr. 97.
- [5] L. V. Thiệp, Pháp luật thương mại điện tử ở Việt Nam hiện nay, Luận án tiến sĩ luật học, Học viện Khoa học xã hội, 2016, tr. 76.
- [6] B. N. H. Ánh, Tăng cường quản lý nhà nước về phát triển thương mại điện tử, Tạp chí tài chính online, 2024, <https://tapchitaichinh.vn/tang-cuong-quan-ly-nha-nuoc-ve-phat-trien-thuong-mai-dien-tu.html>, (accessed on April 9th, 2025).
- [7] N. T. Dung, Các nhân tố then chốt cho thành công trong cạnh tranh của các sàn thương mại điện tử, Tạp chí khoa học công nghệ thông tin và truyền thông, số 3, 2022, tr. 116.
- [8] T. T. H. Trang, Nhận diện rủi ro khi tham gia giao dịch trên sàn thương mại điện tử Shopee.vn, Tạp chí Công thương, 2023, <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/nhan-dien-rui-ro-khi-tham-gia-giao-dich-tren-san-thuong-mai-dien-tu-shopeevn-103419.htm>, (accessed on November 19th, 2023).
- [9] N. T. An, Trách nhiệm của người bán trên sàn giao dịch thương mại điện tử tại Việt Nam, Trường Đại học Văn Hiến, 2023, <https://ktcc.vhu.edu.vn/vi/tin-moi-1563/trach-nhiem-cua-nguoi-ban-tren-san-giao-dich-thuong-mai-dien-tu-tai-viet-nam>, (accessed on November 9th, 2023).
- [10] N. T. N. Anh, L. M. Chiến, Protecting the interests of consumers in E-Commerce according to Vietnamese law, Vol 61, Issue 5, 2020, trang 88.
- [11] L. T. Sang và các tác giả, Mô hình nghiên cứu sự mong đợi về dịch vụ giao hàng chặng cuối khi mua hàng trên các sàn thương mại điện tử của gen Z, Tạp chí kinh tế và dự báo, 2024, <https://kinhtevadubao.vn/mo-hinh-nghien-cuu-su-mong-doi-ve-dich-vu-giao-hang-chang-cuoi-khi-mua-hang-tren-cac-san-thuong-mai-dien-tu-cua-gen-z-28795.html> (accessed on April 9th, 2025).
- [12] N. T. Minh và các tác giả, Vai trò của logistics với thương mại điện tử trong bối cảnh kinh tế số ở Việt Nam, Tạp chí Công thương số 6, 2023.
- [13] Tạp chí Tài chính online, Đánh giá sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng sản phẩm dịch vụ của doanh nghiệp, 2019, <https://tapchitaichinh.vn/danh-gia-su-hai-long-cua-khach-hang-doi-voi-chat-luong-san-pham-dich-vu-cua-doanh-nghiep.html>, (accessed on November 9th, 2023).
- [14] N. T. Linh, D. C. Khánh, Phát triển thương mại trong bối cảnh mới - Thực tiễn, vấn đề và giải pháp, Công thông tin điện tử Bộ Tài Chính, 2022.

- [15] N. H. Lâm, Bảo mật thông tin cá nhân của khách hàng trong hoạt động thương mại điện tử - Quy định pháp luật nước ngoài và kinh nghiệm cho Việt Nam, Tạp chí điện tử luật sư Việt Nam, 2024, <https://lsvn.vn/bao-mat-thong-tin-ca-nhan-cua-khach-hang-trong-hoat-dong-thuong-mai-dien-tu-quy-dinh-phap-luat-nuoc-ngoai-va-kinh-nghiem-cho-viet-nam-1711900773-a142334.html>, (accessed on April 9th, 2025).
- [16] Đ. T. Nga, Kinh nghiệm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử của một số quốc gia và bài học cho Việt Nam, Tạp chí tài chính quốc tế, Kỳ 2, số 242, 2023, tr. 87.
- [17] Tạp chí Tài chính online, Quy định mới về rủi ro trong hợp đồng mua bán hàng hoá, <https://tapchitaichinh.vn/quy-dinh-moi-ve-rui-ro-trong-hop-dong-mua-ban-hang-hoa.html>, 2016, (accessed on November 9th, 2023).