

TRÁCH NHIỆM PHÁP LÝ CỦA NỀN TẢNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ XUYÊN BIÊN GIỚI TRONG BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG VIỆT NAM

TRỊNH TUẤN VŨ

Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội

Email: tuanvutrinh@fbu.edu.vn

Ngày nhận bài: 15/8/2026

Ngày sửa bài: 5/9/2026

Ngày duyệt đăng bài: 16/9/2026

Tóm tắt:

Thương mại điện tử xuyên biên giới mở rộng khả năng tiếp cận hàng hóa của người tiêu dùng Việt Nam nhưng đồng thời làm gia tăng rủi ro về nhận diện người bán, chất lượng hàng hóa, hoàn trả, khiếu nại và thực thi quyền khi chủ thể kinh doanh ở nước ngoài. Trong mô hình nền tảng, chủ quản không chỉ cung cấp hạ tầng kỹ thuật mà còn có thể tham gia vào xác thực người bán, hiển thị sản phẩm, thanh toán, logistics và giải quyết tranh chấp. Bài viết phân tích trách nhiệm pháp lý của nền tảng theo Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023, Luật Thương mại điện tử năm 2025 và Nghị định số 248/2026/NĐ-CP; đồng thời đối chiếu với thực tiễn Temu, Shopee và TikTok Shop tại Việt Nam. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất một số giải pháp về truy xuất người bán, xác định trách nhiệm nền tảng, giải quyết khiếu nại và thực thi xuyên biên giới. Từ khóa: thương mại điện tử xuyên biên giới, nền tảng thương mại điện tử, trách nhiệm pháp lý, bảo vệ người tiêu dùng

Legal responsibilities of cross-border e-commerce platforms for consumer protection in Vietnam

Abstract:

E-commerce platforms may perform functions beyond providing technical infrastructure, including seller verification, product listing, payment processing, logistics, and dispute resolution. This study analyzes the legal liability of e-commerce platforms under Vietnam's 2023 Law on Protection of Consumers' Rights, the 2025 Law on E-Commerce, and Decree No. 248/2026/ND-CP, with reference to the practices of Temu, Shopee, and TikTok Shop in Vietnam. Based on this analysis, the study proposes measures to improve seller traceability, clarify platform liability, strengthen complaint-handling mechanisms, and enhance cross-border enforcement.

Cross-border e-commerce expands Vietnamese consumers' access to goods while increasing risks concerning seller identification, product quality, returns, complaints, and the enforcement of consumer rights when traders are based abroad. E-commerce platforms may perform functions far beyond technical intermediation, including seller verification, product listing, payment, logistics, and dispute handling. This study examines platform responsibilities under Vietnam's 2023 Law on Protection of Consumers' Rights, the 2025 Law on E-Commerce, and Decree No. 248/2026/ND-CP, with practical references to Temu, Shopee, and TikTok Shop. It then proposes recommendations on seller traceability, platform liability, complaint handling, and enhance cross-border enforcement.

Keywords: cross-border e-commerce, e-commerce platforms, legal responsibility, consumer protection, Vietnam

1. Đặt vấn đề

Thương mại điện tử làm thay đổi cách người tiêu dùng tìm kiếm thông tin, lựa chọn hàng hóa, thanh toán và thực hiện các quyền sau giao dịch. Đối với giao dịch xuyên biên giới, rủi ro gia tăng vì người mua tại Việt Nam có thể giao dịch với người bán ở quốc gia khác mà không nhận biết đầy đủ địa chỉ, tư cách pháp lý hoặc khả năng thực hiện nghĩa vụ của người bán. Khi phát sinh vi phạm, vấn đề pháp lý không chỉ là người bán phải chịu trách nhiệm như thế nào, mà còn là nền tảng đã tham gia đến đâu và phải thực hiện nghĩa vụ gì đối với người tiêu dùng.

Giao dịch trên nền tảng thường có cấu trúc ba bên giữa người bán, người mua và chủ quản nền tảng. Nền tảng có thể xác thực tài khoản, quyết định cách hiển thị hàng hóa, quản lý đánh giá, điều phối thanh toán, tổ chức vận chuyển và xử lý hoàn tiền. Vì vậy, việc coi nền tảng chỉ là “trung gian kỹ thuật” không phản ánh đầy đủ vai trò thực tế của chủ thể này (Busch et al., 2016). Nghiên cứu so sánh cũng cho thấy, pháp luật nhiều nước đang phải điều chỉnh các học thuyết trách nhiệm truyền thống trước vai trò ngày càng lớn của online marketplace đối với sản phẩm không an toàn hoặc có khuyết tật (Fairgrieve et al., 2024).

Tại Việt Nam, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023 đã quy định trách nhiệm riêng đối với nền tảng số trung gian. Luật Thương mại điện tử số 122/2025/QH15, có hiệu lực từ ngày 01/7/2026, tiếp tục xây dựng khuôn khổ chuyên ngành về nền tảng, trách nhiệm của các chủ thể và thương mại điện tử có yếu tố nước ngoài; Nghị định số 248/2026/NĐ-CP quy định chi tiết một số nội dung thi hành (Quốc hội, 2023, 2025; Chính phủ, 2026).

Thực tiễn cho thấy, trách nhiệm nền tảng xuất hiện dưới nhiều dạng. Temu từng được Bộ Công Thương yêu cầu hoàn thiện nghĩa vụ đăng ký khi hướng tới người tiêu dùng Việt Nam; Shopee có khu vực “Hàng Quốc tế” do người bán ngoài Việt Nam cung cấp; còn TikTok Shop kết hợp sản giao dịch với nội dung, livestream và tiếp thị liên kết. Các mô hình này cho thấy, cần phân biệt “nền tảng nước ngoài” với “giao dịch xuyên biên giới” và đánh giá trách nhiệm trên cơ sở bản chất giao dịch, chức năng và mức độ kiểm soát của nền tảng.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Cơ sở xác định trách nhiệm pháp lý của nền tảng thương mại điện tử xuyên biên giới

Luật Thương mại điện tử năm 2025 phân loại nền tảng thành nền tảng kinh doanh trực tiếp, nền tảng trung gian, mạng xã hội hoạt động thương mại điện tử và nền tảng thương mại điện tử tích hợp (Quốc hội, 2025). Cách phân loại này quan trọng vì trách nhiệm của chủ thể trực tiếp bán hàng không giống trách nhiệm của chủ thể cung cấp môi trường cho người khác bán hàng. Bài viết tập trung vào nền tảng trung gian và các mô hình có chức năng đặt hàng hoặc hỗ trợ giao kết hợp đồng.

Trách nhiệm của nền tảng có thể được lý giải từ 3 yếu tố. Một là, nền tảng nắm giữ thông tin mà người tiêu dùng khó tự tiếp cận, như dữ liệu đăng ký người bán, lịch sử giao dịch, thanh toán và khiếu nại. Hai là, nền tảng có khả năng kiểm soát nhiều khâu của giao dịch, từ mở gian hàng, hiển thị sản phẩm đến hoàn tiền. Ba là, trong giao dịch xuyên biên giới, thông qua nền tảng, chủ thể là người tiêu dùng có thể tiếp cận dễ hơn người bán ở nước ngoài. Vì vậy, nghĩa vụ nền tảng không nên chỉ dựa vào việc nền tảng có phải là bên bán theo hợp đồng hay không mà còn phải tính đến chức năng thực tế và khả năng phòng ngừa, xử lý rủi ro.

OECD (2016) nhấn mạnh bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử phải bảo đảm minh bạch, thực hành kinh doanh công bằng, an toàn thanh toán và cơ chế giải quyết tranh chấp hiệu quả. Tuy nhiên, tăng trách nhiệm nền tảng không đồng nghĩa nền tảng phải chịu mọi vi phạm của người bán. Vấn đề cốt lõi là xác định nghĩa vụ nào thuộc khả năng kiểm soát của nền tảng và khi nào việc vi phạm nghĩa vụ đó có liên hệ với thiệt hại của người tiêu dùng.

2.2. Quy định pháp luật Việt Nam về trách nhiệm của nền tảng trong bảo vệ người tiêu dùng

2.2.1. Nghĩa vụ minh bạch thông tin, xác thực người bán và kiểm soát nội dung

Điều 39 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023 đặt tổ chức thiết lập, vận hành nền tảng số trung gian vào nhóm chủ thể kinh doanh trên không gian mạng. Nền tảng phải công khai đầu mối liên hệ, xây dựng quy chế hoạt động phân định trách nhiệm, cung cấp thông tin về người bán khi người tiêu dùng có yêu cầu, cho phép phản hồi và đánh giá, hiển thị minh bạch thông tin hàng hóa, tiếp nhận khiếu nại, lưu trữ dữ liệu giao dịch và xác thực danh tính người bán (Quốc hội, 2023). Những nghĩa vụ này trực tiếp xử lý tình trạng người tiêu dùng không biết đầy đủ mình đang giao dịch với ai hoặc khó thu thập chứng cứ sau giao dịch.

Luật Thương mại điện tử năm 2025 mở rộng trách nhiệm theo hướng chủ động hơn. Điều 15 yêu cầu chủ quản nền tảng kiểm tra, rà soát, gỡ bỏ và xử lý kịp thời hành vi kinh doanh vi phạm; phối hợp với cơ quan nhà nước trong giải quyết tranh chấp, khiếu nại và điều tra; đồng thời công khai tiêu chí lựa chọn chính khi sử dụng thuật toán để hạn chế hoặc ưu tiên hiển thị hàng hóa, dịch vụ (Quốc hội, 2025).

Đối với nền tảng trung gian, Điều 17 yêu cầu xác thực điện tử danh tính trước khi cho phép bán hàng; người bán nước ngoài được xác thực bằng giấy tờ hợp pháp. Nền tảng phải công khai thông tin người bán và kiểm duyệt thông tin hàng hóa, dịch vụ trước khi hiển thị nhằm phòng chống hàng hóa trái phép, hàng giả, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, hàng nhập lậu hoặc không rõ nguồn gốc (Quốc hội, 2025). Tuy nhiên, kiểm duyệt nên được thực hiện theo mức độ rủi ro và dữ liệu sẵn có, thay vì hiểu là nghĩa vụ kiểm nghiệm vật lý toàn bộ sản phẩm trước khi bán.

2.2.2. Trách nhiệm đối với việc thực hiện giao dịch và khiếu nại của người tiêu dùng

Đối với nền tảng trung gian có chức năng đặt hàng trực tuyến, Luật Thương mại điện tử năm 2025 yêu cầu tiếp nhận lại hàng hóa khi hàng hóa do người bán cung cấp không đúng với nội dung đã thông báo, công bố, niêm yết, quảng cáo hoặc cam kết. Khi phát hiện hàng hóa có khuyết tật, nền tảng phải công khai thông tin thu hồi, thông báo cho người mua và làm đầu mối tiếp nhận lại hàng hóa theo thỏa thuận với người bán. Nền tảng còn phải cung cấp thông tin cần thiết để hỗ trợ giải quyết phản ánh, khiếu nại và tranh chấp, cho phép người mua đánh giá và bảo đảm khả năng truy cập dữ liệu hợp đồng (Quốc hội, 2025).

Điểm đáng chú ý là Luật cho phép đặt trách nhiệm bồi thường hoặc liên đới bồi thường khi nền tảng không thực hiện hoặc thực hiện không đầy đủ nghĩa vụ luật định và việc đó dẫn đến thiệt hại cho người mua. Trách nhiệm vì vậy không tự động phát sinh chỉ vì giao dịch diễn ra trên nền tảng, mà gắn với hành vi vi phạm nghĩa vụ của chính nền tảng và quan hệ với thiệt hại.

Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023 bổ sung nghĩa vụ tiếp nhận phản ánh, lưu trữ thông tin và chịu trách nhiệm với người tiêu dùng theo pháp luật thương mại điện tử khi người bán trong hoặc ngoài nước cung cấp hàng hóa, dịch vụ cho người tiêu dùng tại Việt Nam (Quốc hội, 2023). Cơ chế khiếu nại nội bộ của nền tảng có ưu điểm nhanh và chi phí thấp, nhưng không nên là con đường duy nhất. Đối với tranh chấp giá trị nhỏ, giải quyết tranh chấp trực tuyến độc lập có thể giúp tăng khả năng tiếp cận công lý (Cortés, 2011).

2.2.3. Trách nhiệm của nền tảng nước ngoài có hoạt động thương mại điện tử tại Việt Nam

Luật Thương mại điện tử năm 2025 xác định nền tảng thương mại điện tử nước ngoài có hoạt động tại Việt Nam dựa trên các điểm nổi như lựa chọn tiếng Việt, sử dụng tên miền quốc gia Việt Nam hoặc đặt ngưỡng giao dịch với người mua tại Việt Nam. Tùy mô hình, chủ quản nền tảng phải thành lập pháp nhân tại Việt Nam hoặc chỉ định đại diện/pháp nhân theo ủy quyền. Trường hợp điều ước quốc tế không cho phép yêu cầu thành lập pháp nhân, Luật thiết kế phương án chỉ định pháp nhân theo ủy quyền và ký quỹ để thực hiện bồi thường thiệt hại cho người tiêu dùng và nghĩa vụ tài chính với Nhà nước (Quốc hội, 2025).

Điều 28 còn yêu cầu chủ quản nền tảng nước ngoài thực hiện các trách nhiệm tương ứng với mô hình trong nước và đại diện cho người bán nước ngoài giải quyết phản ánh, yêu cầu, khiếu nại của người mua. Pháp nhân theo ủy quyền tại Việt Nam có trách nhiệm phối hợp giải quyết khiếu nại, xử lý thông tin vi phạm và hỗ trợ thu hồi hàng hóa có khuyết tật. Nghị định số 248/2026/NĐ-CP quy định chi tiết một số điều kiện và thủ tục triển khai các nghĩa vụ này (Chính phủ, 2026).

2.3. Một số vấn đề thực tiễn qua Temu, Shopee và TikTok Shop

2.3.1. Temu: Tiếp cận thị trường và những vấn đề về thực thi pháp luật

Temu là tình huống điển hình cho khó khăn quản lý nền tảng xuyên biên giới khi một nền tảng hướng trực tiếp tới người tiêu dùng Việt Nam nhưng chủ quản ở nước ngoài. Tháng 10/2024, Bộ Công Thương cho biết Temu cùng một số nền tảng như Shein, 1688 đã tiến hành hoạt động kinh doanh tại Việt Nam nhưng chưa hoàn tất đăng ký theo quy định tại thời điểm đó; cơ quan quản lý yêu cầu tăng cường cảnh báo người tiêu dùng và yêu cầu nền tảng tuân thủ (Bộ Công Thương, 2024).

Luận văn thạc sĩ của tác giả cho thấy Temu có cơ chế công khai giá, vận chuyển và trả hàng/hoàn tiền, nhưng việc xác minh đầy đủ người bán, điều kiện pháp lý của hàng hóa và xử lý tranh chấp vượt quá chính sách hoàn tiền nội bộ vẫn khó khăn khi chủ thể liên quan ở nước ngoài (Trịnh Tuấn Vũ, 2026). Trường hợp này cho thấy ý nghĩa của cơ chế pháp nhân/đại diện tại Việt Nam và nghĩa vụ đại diện người bán nước ngoài giải quyết khiếu nại theo Luật mới.

2.3.2. Shopee: Giao dịch hàng quốc tế và trách nhiệm của nền tảng

Shopee giúp làm rõ nền tảng nước ngoài và giao dịch xuyên biên giới không phải là một khái niệm. Trung tâm trợ giúp Shopee Việt Nam xác định “Hàng quốc tế” là sản phẩm do người bán ngoài lãnh thổ Việt Nam đăng bán; người mua có thể nhận diện qua thông tin “Vận chuyển từ nước ngoài” hoặc nhãn “Nước ngoài” (Shopee Việt Nam, n.d.-a). Như vậy, một nền tảng đã hoạt động ổn định tại Việt Nam vẫn có thể tổ chức dòng giao dịch xuyên biên giới trong cùng hệ sinh thái.

Shopee duy trì cơ chế trả hàng/hoàn tiền, cho phép người mua cung cấp hình ảnh, video làm bằng chứng và trong một số trường hợp nền tảng trực tiếp xem xét kết quả xử lý; các hình thức trả hàng do hệ thống hỗ trợ có thể được miễn phí vận chuyển (Shopee Việt Nam, n.d.-b). Với đơn hàng quốc tế, nền tảng còn tham gia kết nối thông tin phục vụ thông quan. Thực tiễn này cho thấy nền tảng nắm giữ dữ liệu, dòng thanh toán, bằng chứng giao nhận và quy trình hậu mãi, do đó có cơ sở để pháp luật đặt nghĩa vụ cao hơn về truy xuất người bán và hỗ trợ khiếu nại.

2.3.3. TikTok Shop và các nền tảng khác: trách nhiệm trong mô hình kết hợp nội dung và giao dịch

TikTok Shop thể hiện mô hình kết hợp sản giao dịch với nội dung, livestream và tiếp thị liên kết. Luật Thương mại điện tử năm 2025 đã quy định riêng trách nhiệm trong livestream, yêu cầu chủ quản nền tảng công khai quy chế và có cơ chế tiếp nhận, giải quyết phản ánh, yêu cầu, khiếu nại trong và sau phiên livestream (Quốc hội, 2025).

Theo hướng dẫn hiện hành tại Việt Nam, TikTok Shop yêu cầu người bán cá nhân là công dân Việt Nam và người bán doanh nghiệp phải là thực thể được thành lập hoặc đăng ký tại Việt Nam; doanh nghiệp phải cung cấp tài liệu chính thức để xác minh (TikTok Shop, 2026a). Nền tảng cũng yêu cầu nội dung quảng bá sản phẩm phải chính xác, có thể xác minh và duy trì quy trình trả hàng/hoàn tiền (TikTok Shop, 2026b, 2026c). Vì vậy, TikTok Shop không hoàn toàn tương đồng với Temu hoặc Hàng Quốc tế của Shopee, nhưng có giá trị so sánh về quản trị nền tảng. Nó cho thấy quốc tịch của chủ quản không tự động làm cho mọi giao dịch trở thành giao dịch xuyên biên giới; cần xem xét người bán, người mua, nguồn hàng và nơi thực hiện nghĩa vụ cụ thể.

2.4. Một số bất cập và vấn đề cần tiếp tục hoàn thiện

Thứ nhất, tiêu chí xác định phạm vi trách nhiệm bồi thường của nền tảng cần được hướng dẫn rõ hơn. Luật gắn trách nhiệm với việc không thực hiện hoặc thực hiện không đầy đủ nghĩa vụ và việc đó dẫn đến thiệt hại, nhưng thực tiễn sẽ phát sinh tranh luận về quan hệ nhân quả, chẳng hạn khi nền tảng đã xác thực giấy tờ nhưng người bán vẫn cung cấp hàng giả hoặc khi sản phẩm đã được gỡ sau khi thiệt hại phát sinh.

Thứ hai, truy xuất người bán nước ngoài vẫn là điểm khó. Việc yêu cầu giấy tờ hợp pháp là cần thiết nhưng không bảo đảm mọi thông tin có thể được kiểm chứng nhanh chóng. Với hàng hóa có điều kiện hoặc rủi ro cao, cơ chế hợp tác xác minh và dữ liệu đáng tin cậy có ý nghĩa không kém nghĩa vụ nộp giấy tờ.

Thứ ba, khiếu nại nội bộ của nền tảng chưa tương đương một cơ chế giải quyết tranh chấp độc lập. Với giao dịch giá trị nhỏ, khởi kiện tại tòa án thường không tương xứng, trong khi chỉ dựa vào nền tảng có thể làm người tiêu dùng phụ thuộc vào quy tắc do chính nền tảng thiết kế. Vì vậy, cần cơ chế ODR có tính độc lập hơn và khả năng chuyển tiếp từ khiếu nại nội bộ sang hòa giải, trọng tài hoặc cơ quan có thẩm quyền.

Thứ tư, cơ chế pháp nhân/đại diện theo ủy quyền tại Việt Nam chỉ hiệu quả nếu thông tin liên hệ dễ tiếp cận và phạm vi ủy quyền đủ để xử lý khiếu nại, thu hồi và bồi thường. Cuối cùng, cần tiếp tục phân biệt Temu - nền tảng nước ngoài hướng vào Việt Nam, hàng quốc tế trên Shopee - giao dịch xuyên biên giới trên nền tảng đã hiện diện, và TikTok Shop - nền tảng nước ngoài nhưng người bán tại Việt Nam hiện chủ yếu là chủ thể trong nước.

2.5. Kiến nghị hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả thực thi

Thứ nhất, cần hướng dẫn tiêu chí xác định trách nhiệm nền tảng theo chức năng và mức độ kiểm soát. Các yếu tố có thể gồm: khả năng xác thực và lưu giữ thông tin người bán; quyền kiểm soát nội dung niêm yết; mức độ tham gia thanh toán, logistics và hoàn trả; việc nền tảng đã nhận được cảnh báo về vi phạm hay chưa; và biện pháp đã thực hiện để ngăn ngừa, hạn chế thiệt hại. Cách tiếp cận này giúp tránh hai cực đoan là miễn trách nhiệm gần như tuyệt đối hoặc coi nền tảng như người bán trong mọi trường hợp.

Thứ hai, cần chuẩn hóa yêu cầu truy xuất người bán nước ngoài và áp dụng kiểm soát dựa trên rủi ro. Nền tảng nên lưu giữ thông tin chủ thể, tài khoản thanh toán, địa chỉ liên hệ, lịch sử thay đổi và tài liệu chứng minh điều kiện kinh doanh. Đối với nhóm hàng có rủi ro cao như thực phẩm, mỹ phẩm, hàng dành cho trẻ em hoặc sản phẩm liên quan sức khỏe, mức độ kiểm duyệt có thể cao hơn.

Thứ ba, nên phát triển cơ chế giải quyết tranh chấp trực tuyến theo nhiều tầng. Tầng đầu là khiếu nại nội bộ của nền tảng với thời hạn rõ ràng và khả năng tài bằng chứng; tầng tiếp theo là hòa giải hoặc ODR độc lập; trọng tài và tòa án được sử dụng khi cần. Với tranh chấp xuyên biên giới giá trị nhỏ, cơ chế này có thể giảm đáng kể chi phí tiếp cận công lý.

Thứ tư, cần làm cho cơ chế pháp nhân/đại diện theo ủy quyền thực chất. Cơ quan quản lý nên công khai tên, địa chỉ, kênh liên hệ và phạm vi ủy quyền của đại diện; đồng thời xây dựng quy trình để người tiêu dùng gửi khiếu nại hoặc yêu cầu bồi thường khi không thể giải quyết trên nền tảng. Nếu áp dụng ký quỹ, thủ tục sử dụng khoản ký quỹ để bồi thường cần minh bạch và khả thi.

Thứ năm, cần tăng cường chia sẻ dữ liệu giữa nền tảng và cơ quan quản lý về tài khoản vi phạm, sản phẩm bị gỡ, phản ánh người tiêu dùng và kết quả thu hồi, đồng thời bảo đảm đúng mục đích và yêu cầu bảo vệ dữ liệu cá nhân. Bên cạnh đó, có thể yêu cầu nền tảng công khai định kỳ một số chỉ số về sản phẩm bị gỡ, tài khoản bị đình chỉ, khiếu nại đã xử lý và thời gian xử lý trung bình. Minh bạch như vậy giúp đánh giá thực thi mà không nhất thiết công bố bí mật kinh doanh.

Thứ sáu, giáo dục người tiêu dùng vẫn cần thiết nhưng không nên trở thành lý do chuyển trách nhiệm từ nền tảng và người bán sang người mua. Người tiêu dùng cần được hướng dẫn kiểm tra thông tin người bán, nguồn gốc hàng hóa và lưu giữ chứng cứ; song nền tảng phải thiết kế môi trường giao dịch đủ minh bạch để một người tiêu dùng bình thường có thể đưa ra quyết định hợp lý.

3. Kết luận

Trách nhiệm pháp lý của nền tảng thương mại điện tử xuyên biên giới đang trở thành nội dung trung tâm của bảo vệ người tiêu dùng trong kinh tế số. Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023 và Luật Thương mại điện tử năm 2025 đã chuyển rõ từ cách tiếp cận nền tảng như chủ thể trung gian tương đối thụ động sang yêu cầu nền tảng xác thực người bán, kiểm soát thông tin, hỗ trợ hoàn trả, xử lý hàng hóa có khuyết tật, lưu trữ dữ liệu và giải quyết khiếu nại; trường hợp vi phạm nghĩa vụ gây thiệt hại có thể làm phát sinh trách nhiệm bồi thường hoặc liên đới bồi thường.

Temu, Shopee và TikTok Shop cho thấy trách nhiệm không thể xác định chỉ theo quốc tịch của nền tảng. Cần xem xét bản chất dòng giao dịch, mức độ kiểm soát và khả năng của nền tảng trong việc phòng ngừa, xử lý rủi ro. Trọng tâm tiếp theo của pháp luật nên là làm rõ tiêu chí trách nhiệm, tăng khả năng truy xuất người bán, vận hành thực chất cơ chế đại diện tại Việt Nam và phát triển giải quyết tranh chấp trực tuyến độc lập ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- Bộ Công Thương. (2024). Đẩy mạnh công tác quản lý nhà nước về thương mại điện tử. <https://moit.gov.vn/tin-tuc/hoat-dong/day-manh-cong-tac-quan-ly-nha-nuoc-ve-thuong-mai-dien-tu.html>
- Chính phủ. (2026). Nghị định số 248/2026/NĐ-CP ngày 30/6/2026 quy định chi tiết một số điều của Luật Thương mại điện tử.
- Quốc hội. (2023). Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng số 19/2023/QH15 ngày 20/6/2023.
- Quốc hội. (2025). Luật Thương mại điện tử số 122/2025/QH15 ngày 10/12/ 2025.
- Shopee Việt Nam. (2026a). Hàng quốc tế trên Shopee là gì? Trung tâm trợ giúp Shopee. <https://help.shopee.vn/portal/4/article/79091>
- Shopee Việt Nam. (2026b). Những quy định chung về trả hàng/hoàn tiền của Shopee. Trung tâm trợ giúp Shopee. <https://help.shopee.vn/portal/4/article/188931>
- TikTok Shop. (2026a). Hướng dẫn đăng ký cho người bán của TikTok Shop. https://seller-vn.tiktok.com/university/essay?knowledge_id=10008391
- TikTok Shop. (2026b). Chính sách nội dung của TikTok Shop. https://seller-vn.tiktok.com/university/essay?knowledge_id=6837773789480706
- TikTok Shop. (2026c). Trả hàng và hoàn tiền. https://seller-vn.tiktok.com/university/essay?knowledge_id=1766935302801169
- Trịnh Tuấn Vũ. (2026). Pháp luật về thương mại điện tử xuyên biên giới. Trường hợp của sàn thương mại điện tử Temu với Việt Nam [Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Luật - Đại học Quốc gia Hà Nội].
- Busch, C., Schulte-Nölke, H., Wiewiórowska-Domagalska, A., & Zoll, F. (2016). The rise of the platform economy: A new challenge for EU consumer law? *Journal of European Consumer and Market Law*, 5(1), 3-10.
- Cortés, P. (2011). *Online dispute resolution for consumers in the European Union*. Routledge.
- Fairgrieve, D., Busch, C., Büyüksagis, E., Garrett, Z. G., Straetmans, G., Karaiskos, A., Linley, R. D., Markou, C., Paterson, J. M., & Sharkey, C. M. (2024). Product liability and online marketplaces: Comparison and reform. *International & Comparative Law Quarterly*, 73(2), 477-504. <https://doi.org/10.1017/S0020589324000046>
- OECD. (2016). *OECD recommendation of the Council on Consumer Protection in E-Commerce*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264255258-en>