

# NHẬN DIỆN RỦI RO KHI THAM GIA GIAO DỊCH TRÊN SÀN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ SHOPEE.VN

● TRẦN THỊ HUYỀN TRANG

## TÓM TẮT:

Theo báo cáo mới nhất của Iprice Group, Shopee là sàn thương mại điện tử (TMĐT) số 1 trong bảng xếp hạng các sàn TMĐT Việt Nam. Với số lượng người tiêu dùng truy cập website và giữ vững thứ hạng của mình trong bảng xếp hạng, Shopee hiện đang là sàn bán hàng tiềm năng nhất cho các doanh nghiệp hiện nay. Bán hàng trên sàn TMĐT Shopee đang là xu hướng kinh doanh của cá nhân hoặc các doanh nghiệp bán sản phẩm trên toàn quốc. Và với mô hình kinh doanh mang nhiều ưu điểm nổi trội, Shopee đang ngày càng khẳng định vị trí của mình trên sàn TMĐT Việt Nam và trong khu vực. Tuy nhiên, gắn liền với những cơ hội và thách thức mới thì TMĐT là một trong những ngành chịu nhiều rủi ro tiềm ẩn hệ thống các doanh nghiệp TMĐT tại Việt Nam đang phải đối mặt như rủi ro về an ninh mạng, thông tin khách hàng, công nghệ, kho vận chuyển, thanh toán,... Bài viết nhằm mục đích tìm hiểu một số rủi ro của người mua và người bán khi tham gia sàn giao dịch điện tử Shopee.vn và đề xuất một số giải pháp nhằm giảm thiểu rủi ro này.

**Từ khóa:** rủi ro trong thương mại điện tử, rủi ro trên sàn thương mại điện tử, rủi ro trên shopee.

## 1. Giới thiệu về sàn thương mại điện tử shopee.vn

### 1.1. Lịch sử hình thành của Shopee

Shopee là nền tảng TMĐT hàng đầu tại khu vực Đông Nam Á, có trụ sở chính tại Singapore và thuộc sở hữu của tập đoàn SEA trước đây là Ganera (chủ sở hữu các thương hiệu lớn như Ganera, Foody, Now, Airpay) ra đời từ năm 2015. Hiện tại, Shopee đã có mặt tại 7 quốc gia thuộc khu vực châu Á gồm: Singapore, Indonesia, Malaysia, Thái Lan, Đài Loan, Philippines và đặc biệt ngày 8/8/2016, Shopee chính thức ra mắt tại Việt Nam.

Vào năm 2015, Shopee được ra mắt tại Singapore với định hướng là sàn TMĐT phát triển chủ yếu trên thiết bị di động, hình thành như một mạng xã hội kết nối giữa người bán và người mua. Giúp hoạt động kinh doanh online trở nên dễ dàng,

thuận tiện hơn bởi việc tích hợp vận hành, giao nhận và hỗ trợ về khâu thanh toán.

Vào năm 2017, Shopee Việt Nam chính thức ra mắt Shopee Mall - một cổng bán hàng cam kết chính hãng đến từ các thương hiệu hàng đầu và các nhà bán lẻ lớn tại Việt Nam.

Tính đến năm 2017, nền tảng này đã ghi nhận 80 triệu lượt tải ứng dụng, tại Việt Nam là hơn 5 triệu lượt, đang làm việc với hơn 4 triệu nhà cung cấp, với hơn 180 triệu sản phẩm. Quý 4/2017, tổng giá trị hàng hóa của Shopee được báo cáo đạt 1,6 tỷ USD, tăng 206% so với năm trước.

Năm 2018, tổng doanh thu (GMV) của Shopee chạm ngưỡng 10 tỷ USD, với hơn 600 triệu giao dịch tại sàn.

Đến năm 2021, một sự kiện nổi bật nằm trong chiến lược dài hạn của Shopee, đó là Shopee đã đổi

tên Now thành ShopeeFood, NowShip đổi tên thành Shopee Express Instant với độ nhận diện thương hiệu cao hơn với người tiêu dùng, tạo ra một hệ sinh thái mạnh mẽ với Shopee và ShopeePay.

### **1.2. Sản phẩm dịch vụ của Shopee.vn**

Trang Shopee nơi mà người mua và người bán có thể thực hiện trao đổi, giao dịch về sản phẩm, hàng hóa... Hệ thống shopee.vn cung cấp khá nhiều tính năng, dịch vụ giúp cho người mua và người bán thực hiện giao dịch một cách thuận lợi:

- Shopee Blog:

+ Là một kênh cung cấp thông tin cho người dùng nhằm mục đích tư vấn, hỗ trợ thêm những thông tin về sản phẩm, dịch vụ, xu hướng về thời trang, làm đẹp, phong cách sống. Ngoài ra, còn có Shopee New cung cấp thông tin cập nhật liên quan đến sản phẩm tới khách hàng, người bán,...

- Shopee Mall

Shopee Mall là nơi dành cho các doanh nghiệp, thương hiệu lớn bán hàng chính hãng trên Shopee, như: CucKoo, Merzy, Apple, Panasonic, SamSung, Paulas Choice, Canifa, YODY. Chương trình khuyến mại nổi bật đó là: chính sách trả hàng hoàn tiền trong 7 ngày (các sản phẩm bình thường chỉ trả hàng hoàn tiền trong 24h), lỗi 1 đổi 1 và cam kết 100% là hàng chính hãng.

- Shopee 4H

+ Là dịch vụ giao hàng hỏa tốc trong 4H, được áp dụng trong phạm vi nội thành Hà Nội và trung tâm Thành phố Hồ Chí Minh.

- Shopee Pay

+ Là dịch vụ ví điện tử hỗ trợ người mua và người bán trong quá trình giao dịch.

### **2. Rủi ro khi tham gia sàn tmĐT shopee.vn**

#### **2.1. Về phía người mua hàng**

##### **2.1.1. Rủi ro trong thanh toán**

Tại thời điểm hiện tại, Shopee hỗ trợ các phương thức thanh toán như sau: Thanh toán bằng ví Shopee pay; Thanh toán bằng thẻ tín dụng/ghi nợ; Thanh toán khi nhận hàng (COD).

Những rủi ro thanh toán mà người mua hàng có thể gặp phải khi thực hiện các giao dịch trên Shopee chủ yếu đến từ hình thức thanh toán bằng thẻ tín dụng/ghi nợ hoặc ví Shopee pay. Rất nhiều trường hợp người mua đã tạo lệnh thanh toán xong và số dư bị trừ tiền nhưng trên Shopee lại không xác nhận đơn hàng đã “thanh toán thành công”. Cũng có trường hợp, cùng một đơn hàng nhưng người mua lại bị trừ tiền nhiều lần. Tuy Shopee vẫn

sẽ xử lý các trường hợp này, nhưng không tránh khỏi tạo tâm ý e ngại đối với người mua, nhiều người vẫn còn “ngần ngại” khi giao dịch trực tuyến để thanh toán các đơn hàng.

##### **2.1.2. Rủi ro về dữ liệu**

Mặc dù Shopee đã có cam kết bảo mật thông tin người dùng nhưng vẫn xảy ra những vụ để lộ thông tin khách hàng. Những đơn hàng mà người mua hàng đặt trên Shopee đều sẽ được lưu thông tin trên đơn vị vận chuyển họ đã chọn. Trong thời gian vừa qua, Shopee gặp rất nhiều trường hợp về giả mạo đơn hàng của Shopee, khách hàng bị lừa đảo bởi những đơn hàng mà người kia biết rõ bạn đã mua gì, shop nào, địa chỉ và thông tin chi tiết, khiến khách hàng không đề phòng mà thanh toán. Hoặc có những trường hợp khách hàng bị ăn cắp thông tin để đặt hàng trên Shopee mặc dù khách hàng không hề tự tay đặt những đơn hàng đó. Rủi ro khiến người mua đề phòng hơn khi mua hàng Shopee, khiến Shopee để lại hình tượng xấu với khách hàng.

Điều này có thể là do bên đơn vị vận chuyển hoặc nhân viên Shopee cung cấp ra bên ngoài để nhằm mục đích chuộc lợi.

##### **2.1.3. Rủi ro thủ tục, quy trình giao dịch của tổ chức**

Tình trạng giải quyết các khiếu nại hay trả hàng của Shopee vẫn còn khá rắc rối và mất nhiều thời gian. Do đó, khi khách hàng mua phải hàng kém chất lượng muốn đổi trả lại phải gọi tổng đài chăm sóc khách hàng giải quyết với nhiều quy trình và chiếm nhiều thời gian, khiến người mua ngần ngại trong việc đặt hàng hoặc đổi trả một số mặt hàng yêu cầu cao về chất lượng. Rất nhiều trường hợp khách hàng sau khi nhận hàng không ưng ý, muốn đổi trả hàng nhưng không thành công, ảnh hưởng trực tiếp đến đánh giá của khách hàng với Shopee.

##### **2.1.4. Rủi ro trong các khâu vận chuyển**

Hiện tại, giai đoạn vận chuyển của Shopee có thể được chia thành 2 giai đoạn và rủi ro của người mua hàng chủ yếu nằm ở giai đoạn thứ 2: vận chuyển từ trung tâm trung chuyển đến tay người mua.

Với hành trình vận chuyển dài ngắn khác nhau, từ vô số nhà vận chuyển, người mua hàng phải đối mặt với vô số rủi ro như: Hàng hóa không được vận chuyển đúng cách dẫn tới hư hại; Shipper tự ý hoàn đơn khi chưa nhận được sự đồng ý của khách hàng; Shipper giao sai đơn hàng cho người nhận; Nhà vận chuyển chậm giao cho khách hàng; Thái độ của nhân viên giao hàng không tốt.

Đây đều là những rủi ro đã từng xảy ra rất nhiều lần với người mua hàng được ghi nhận thông qua các phản hồi của người mua dưới các phần đánh giá. Các rủi ro đã ảnh hưởng trực tiếp đến sự hài lòng của người mua hàng và gây ra e ngại khi đặt hàng để vỡ của người mua trên Shopee.

#### 2.1.5. Rủi ro liên quan đến công nghệ

Được xây dựng trên nền tảng Internet, Shopee không thể tránh được những lỗ hổng công nghệ trên mạng lưới Internet. Đây chính là những nguyên nhân hình thành nên các rủi ro của người dùng của Shopee. Những rủi ro liên quan đến công nghệ mà người mua hàng Shopee thường gặp như: Quyền truy cập: người mua hàng đăng nhập trên một thiết bị lạ và quên đăng xuất; hoặc người dùng bị hack tài khoản dẫn đến các đơn đặt hàng ảo. Thông tin trên hệ thống: người dùng bị lộ thông tin cá nhân như tên, số điện thoại, địa chỉ,... dẫn đến bị làm phiền, hoặc nghiêm trọng hơn là đe dọa qua các phương thức liên hệ cá nhân.

### 2.2. Về phía người bán hàng

#### 2.2.1. Rủi ro thanh toán

Đa số người mua hàng trên Shopee thường chọn hình thức ship COD, nhận hàng rồi mới thanh toán, bởi vậy người bán không thể nhận ngay số tiền vừa bán được cho khách. Số tiền thu của khách hàng không vào ngay tài khoản của người bán, mà sẽ thông qua Shopee (như một đơn vị thu hộ). Sau đó, Shopee sẽ chuyển số tiền khách hàng thanh toán vào ví Shopee của người bán. Người bán có thể sử dụng số tiền đó bằng cách rút tiền về tài khoản ngân hàng liên kết của chính mình qua 2 cách: rút tiền tự động và rút tiền thủ công. Do đó, có một số rủi ro thanh toán mà người bán có thể gặp phải như: Người mua đã thanh toán tiền hàng nhưng người bán lại không được ghi nhận số dư ở tài khoản của mình; Lỗi người bán không rút được tiền từ ví Shopee về tài khoản ngân hàng của mình.

#### 2.2.2. Rủi ro về dữ liệu

Một đơn hàng khi được đặt hàng trên Shopee bao gồm rất nhiều thông tin quan trọng như: Thông tin sản phẩm (tên sản phẩm, số lượng sản phẩm, các thông tin liên quan đến sản phẩm,...); Thông tin người mua hàng (Tên, địa chỉ giao hàng, số điện thoại người mua hàng,...); Thông tin nơi bán hàng (Shop bán hàng, địa chỉ, số điện thoại nơi giao hàng,...). Chỉ cần một thông tin nhỏ trong những thông tin trên bị sai lệch sẽ dẫn đến rất nhiều rủi ro cho người bán hàng như: Rủi ro về thông tin sản

phẩm: người bán hàng đọc sai, gửi sai sản phẩm khiến người mua hàng không hài lòng, ảnh hưởng đến đánh giá về shop bán hàng; Rủi ro về thông tin người mua hàng: nhập sai thông tin người nhận hàng khiến sản phẩm không đến được với người nhận; Rủi ro về thông tin người bán hàng: đơn vị vận chuyển không thể đến lấy hàng được.

Những rủi ro đó khiến người bán hàng đề phòng hơn khi nhận các đơn hàng trên Shopee; ảnh hưởng đến doanh thu, lợi nhuận của người bán.

#### 2.2.3. Rủi ro thủ tục, quy trình giao dịch của tổ chức

Shopee không có những quy định bắt buộc người mua phải nhận hàng khi đơn đặt hàng đã được thực hiện và giao hàng nên vẫn xảy ra tình trạng người mua không nhận hàng, không thanh toán cho đơn hàng mình đã đặt, dẫn đến người bán bị trả lại hàng “oan”, người bán không được thanh toán tiền hàng,... Trong khi đó, những quy trình khiếu nại, giải quyết đơn hàng còn rắc rối và mất nhiều thời gian, khiến người bán ngại giải quyết những vấn đề trên.

#### 2.2.4. Rủi ro từ đối thủ cạnh tranh

Bất kỳ một mặt hàng nào đó trên Shopee đều có từ 2 trở lên các shop cùng kinh doanh một mặt hàng đó. Lợi nhuận là điều bất kỳ người bán nào cũng hướng đến, do đó sức cạnh tranh giữa những người bán hàng là vô cùng lớn. Sức cạnh tranh càng lớn càng tiềm ẩn nhiều rủi ro cho người bán hàng như:

- Các chiêu trò nhằm để triệt hạ đối thủ và gây ảnh hưởng xấu đến hình ảnh, uy tín và hoạt động của đối thủ cạnh tranh, như: dùng tài khoản ảo để đặt hàng hoặc đăng những đánh giá kém chất lượng về sản phẩm,...

- Các shop cạnh tranh, chèn ép nhau về giá cả mặt hàng.

#### 2.2.5. Rủi ro trong các khâu vận chuyển

Những rủi ro mà người bán hàng Shopee gặp trong khâu vận chuyển thường nằm ở giai đoạn 1: vận chuyển từ người bán hàng đến trung tâm trung chuyển hàng hóa. Hành trình vận chuyển càng dài, các rủi ro gặp phải càng cao. Những nhà bán hàng có thể gặp phải những rủi ro như: Bản thân người bán hàng giao sai đơn hàng hoặc ghi sai thông tin đơn hàng; Đơn vị vận chuyển đến nhận hàng chậm khiến Shopee tự động hủy đơn; Thời gian lưu kho dài do thiếu nhân lực vận chuyển; Cơ sở hạ tầng kho bãi không đáp ứng đủ nhu cầu dẫn đến ùn tắc kho bãi, hàng hóa bị động vật phá hoại, cháy kho.

### *2.2.6. Rủi ro liên quan đến công nghệ*

Cũng giống như người mua hàng, người bán hàng cũng phải chịu những ảnh hưởng từ các lỗ hổng công nghệ trên mạng lưới Internet. Dẫn đến những rủi ro liên quan đến công nghệ mà người bán hàng gặp phải như: Không thể thực hiện được các thao tác đối với đơn hàng như: nhận, hủy đơn hàng, tư vấn với người mua hàng,... do công nghệ trên Shopee gặp trục trặc; Người bán hàng mất tài khoản bán hàng trên Shopee; Thông tin người bán, thông tin đơn hàng bị lấy cắp do lỗ hổng an ninh trên Shopee.

## **3. Đề xuất một số giải pháp hạn chế rủi ro**

### *3.1. Giải pháp đối với người mua*

- Trước khi thực hiện giao dịch, người tiêu dùng cần xác minh, tìm hiểu kỹ thông tin của đơn vị bán hàng; có thể thông qua các công cụ tìm hiểu, các review đánh giá về cửa hàng và sản phẩm... để tăng mức độ hiểu biết, hỗ trợ cho quyết định đặt hàng của mình. Cụ thể là: Không chia sẻ, tiết lộ các thông tin cá nhân, các thông tin về đơn hàng của mình cho các đối tượng không có liên quan, hoặc đối tượng có thể lợi dụng thông tin này để lừa đảo; Chọn hình thức thanh toán phù hợp tùy vào từng trường hợp khác nhau; Kiểm tra kỹ hàng hóa và thông tin trên hàng trước khi nhận hàng; Để tránh những rủi ro, người mua nên quay video khi mở hàng, kiểm tra hàng để có thể dễ dàng khiếu nại và thực hiện đổi, trả sản phẩm cho Shopee; Phải chú ý về thời gian đổi, trả hàng theo quy định của Shopee để bảo vệ quyền lợi của mình, cụ thể là trong vòng 07 ngày (đối với các sản phẩm thuộc Shopee Mall) và 03 ngày (đối với các sản phẩm không thuộc Shopee Mall) kể từ lúc đơn hàng được cập nhật giao hàng thành công; Phải chú ý đăng xuất tài khoản ra khỏi thiết bị lạ sau khi sử dụng để tránh bị ăn cắp thông tin cá nhân; Liên hệ ngay với bộ phận chăm sóc khách hàng của Shopee khi tài khoản bị hack; Không nhấp vào các đường link lạ đặc biệt chú ý đối với những link có tiêu đề giật gân để tránh việc kẻ gian ăn cắp thông tin của bạn; Khiếu nại ngay với Shopee khi xảy ra sự cố để được hỗ trợ kịp thời.

### *3.2. Giải pháp đối với người bán*

- Cần nắm rõ thông tin sản phẩm khách hàng cần mua.

- Cập nhật thông tin, địa chỉ cách thức liên lạc một cách chính xác, lựa chọn vị trí giao hàng thuận tiện cho việc lấy hàng.

- Cần tìm hiểu về các chính sách của Shopee, cung cấp thông tin đầy đủ nhanh chóng khi gặp những vấn đề ảnh hưởng đến quyền lợi của mình.

- Người bán cần tạo dựng cho cửa hàng mình một dấu ấn mang thương hiệu ấn tượng và đặc biệt có như vậy mới có thể ghi dấu ấn cho khách hàng và giữ chân được họ lâu hơn.

- Cần cải thiện chất lượng hình ảnh sản phẩm để thu hút sự chú ý của khách hàng. Xây dựng chính sách tăng cường và bảo vệ hình ảnh, sản phẩm độc quyền của cửa hàng.

- Cung cấp sản phẩm chất lượng, thường xuyên cập nhật và nâng cao sản phẩm để tăng sức cạnh tranh trên thị trường.

- Cần lưu trữ giấy tờ vận chuyển: Khi khách hàng đặt mua sản phẩm, người bán hàng nên chụp lại sản phẩm và các hóa đơn vận chuyển để chứng minh rằng đã gửi hàng. Thông báo thông tin cho khách về việc sản phẩm đến chậm là do bên giao nhận.

- Trong trường hợp rủi ro hàng bị hư hỏng, mất trong lúc vận chuyển, hoặc khách quên xác nhận đã nhận hàng, hình ảnh sẽ làm bằng chứng bảo vệ quyền lợi của người bán.

Ngoài ra, cần chú ý- kiểm soát thông tin về tài khoản bán hàng; cảnh giác với các đối tượng lừa đảo và đường link lạ để tránh bị lộ thông tin; chọn hình thức rút tiền phù hợp; cần liên hệ với Shopee khi gặp sự cố để được hỗ trợ.

### *3.3. Giải pháp từ phía Shopee.vn*

- Để giảm thiểu tối đa rủi ro thanh khoản Shopee cần nâng hệ thống app Shopee và ví điện tử Shopee pay. Để giảm thiểu rủi ro về dữ liệu bên sàn TMĐT nên thu thập đầy đủ thông tin người bán và người mua để tăng tính xác thực, chính xác. Chính sách này sẽ giúp tránh những trường hợp lừa đảo. Cần đảm bảo khách hàng và người bán được cung cấp kiến thức bảo mật cơ bản để phòng tránh các rủi ro thường gặp. Trong khung giao hàng vận chuyển, nên quay trở lại việc đa dạng hình thức lựa chọn bên vận chuyển: Giao hàng tiết kiệm, Giao hàng nhanh, Giao hàng hỏa tốc trong 2h... để cả bên khách hàng và người mua có thể chủ động lựa chọn, thời gian giao hàng cũng sẽ nhanh hơn, đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng. Đặc biệt sẽ tránh được trường hợp không thể ship đủ các đơn hàng đúng hạn dự kiến trên Shopee.

## **4. Kết luận**

Với sự phát triển bùng nổ của công nghệ thông

tin trong những năm gần đây, TMĐT đang là hình thức kinh doanh tiềm năng được nhiều doanh nghiệp, nhà bán lẻ hướng tới. Tại thời điểm hiện tại, TMĐT đã không còn là khái niệm xa lạ trong xã hội hay một lĩnh vực mới mẻ tại nước ta. Tuy

nhiên, bên cạnh những mặt tích cực mà nó mang lại cũng tồn tại không ít mặt hạn chế. Người mua và người bán cần nhận diện những rủi ro trên để có những giải pháp hợp lý, nhằm phát triển giao dịch TMĐT trong tương lai một cách bền vững ■

## TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Nguyễn Văn Minh (2011), *Giáo trình Thương mại điện tử căn bản*, Nhà xuất bản Thống kê.
2. Salam et al (2003). Consumer-perceived risk in e-commerce transactions, *Communications of the ACM*, 46 (12), 325-331.
3. Ratnasingam, P. (2007). A risk-control framework for e-marketplace participation: the findings of seven cases. *Information Management & Computer Security*, 15(2), 149–166.
4. <https://iprice.vn/insights/mapofecommerce/>
5. <https://shopee.vn/>

**Ngày nhận bài: 17/12/2022**

**Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 17/1/2023**

**Ngày chấp nhận đăng bài: 30/1/2023**

*Thông tin tác giả:*

**ThS. TRẦN THỊ HUYỀN TRANG**

**Trường Đại học Thương mại**

## IDENTIFYING POTENTIAL RISKS WHEN SHOPPING OR DOING BUSINESS ON THE SHOPEE - E-COMMERCE PLATFORM

● Master. **TRAN THI HUYEN TRANG**

Thuongmai University

### ABSTRACT:

According to the latest report of Iprice Group, Shopee is the leading e-commerce platform in Vietnam in terms of website traffic. Shopee is currently the most potential e-commerce platform for businesses in Vietnam. Selling goods on Shopee is now a business trend for both individuals and companies across the country. Thanks to its outstanding advantages, Shopee is consolidating its position in the e-commerce market of Vietnam and also in the region. However, e-commerce also has many risks, such as network security, privacy, technology, logistics, payment, etc. This paper is to help both buyers and sellers better understand potential risks when they are involved in activities on Shopee. The paper also proposes some solutions to minimize these risks.

**Keywords:** risks in e-commerce, risks on e-commerce floors, risks of shopping on Shopee.