TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Kinh doanh trên nền tảng số: Hết thời... 'bát nháo'

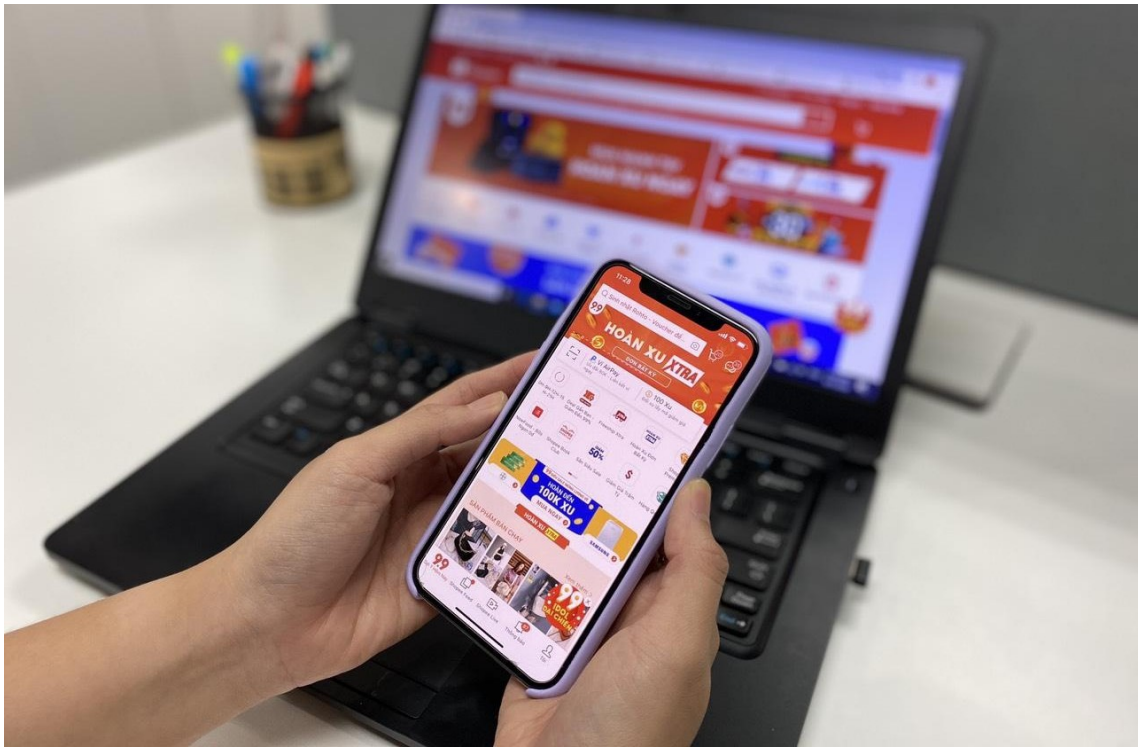
18:10 05/11/2025

Theo Luật sửa đổi, bổ sung Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hóa, từ ngày 1/1/2026 tất cả sản phẩm được kinh doanh trên nền tảng thương mại điện tử tại Việt Nam, sẽ phải công bố chứng nhận tiêu chuẩn chất lượng.

Quy định mới được ban hành, nhằm nâng cao trách nhiệm của người bán và sàn giao dịch, đồng thời tăng niềm tin của người tiêu dùng khi mua sắm trực tuyến. Cụ thể, mọi sản phẩm rao bán trực tuyến, không phân biệt quy mô hay loại hình kinh doanh đều phải có chứng nhận tiêu chuẩn theo nhóm rủi ro tương ứng. Đối với nhóm rủi ro cao, hàng hóa bắt buộc phải có chứng nhận từ tổ chức độc lập, đảm bảo tiêu chí an toàn và chất lượng tối đa.

Các chuyên gia nhận định, nếu trước đây, các sàn thương mại điện tử (TMĐT) cho phép các cá nhân và hộ kinh doanh tự do đăng bán sản phẩm mà không cần kiểm chứng, thì kể từ năm 2026, mọi hàng hóa buộc phải đi kèm chứng nhận tiêu chuẩn rõ ràng, có thể kiểm tra và truy xuất.

Luật sửa đổi lần này không chỉ đánh dấu sự thay đổi mạnh mẽ trong tư duy lập pháp, từ quản lý hành chính sang quản trị rủi ro, từ khuyến khích sang chế tài, từ tiền kiểm sang hậu kiểm mà còn góp phần giảm chi phí tuân thủ, thúc đẩy năng lực cạnh tranh quốc gia, đồng thời kiến tạo một môi trường thương mại lành mạnh, minh bạch và bền vững trong thời đại số.



Từ ngày 1/1/2026, tất cả sản phẩm được kinh doanh trên nền tảng TMĐT tại Việt Nam, sẽ phải công bố chứng nhận tiêu chuẩn chất lượng. Ảnh: KT

Theo Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia (Bộ Công Thương), quy định này sẽ tạo hành lang pháp lý rõ ràng hơn, giúp cả người bán và sàn giao dịch điện tử hoạt động minh bạch, có trách nhiệm hơn với khách hàng. Đồng thời góp phần bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong bối cảnh thị trường TMĐT Việt Nam đang phát triển bùng nổ.

Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia cũng cho biết, Việt Nam đang nằm trong nhóm thị trường TMĐT phát triển nhanh nhất khu vực. Tuy nhiên, để phát triển lâu dài và ổn định, thị trường cần được củng cố từ cả ba phía: Người tiêu dùng, doanh nghiệp và cơ quan quản lý.

Sự phối hợp đồng bộ giữa các bên được xem là điều kiện tiên quyết giúp TMĐT Việt Nam phát triển lành mạnh, an toàn và có trách nhiệm hơn, đồng thời tạo nền tảng cho kinh tế số quốc gia tăng trưởng bền vững trong tương lai.

TS Nguyễn Thị Hà (Khoa Tài chính - Kế toán, Trường Đại học Công nghệ Đông Á), đánh giá: “Đây là tín hiệu cảnh báo, để cả cơ quan quản lý, doanh nghiệp và người tiêu dùng cùng nâng cao trách nhiệm, không chỉ trong việc xử lý từng vụ việc cụ thể, mà còn trong việc củng cố tính minh bạch, tăng cường năng lực bảo vệ quyền lợi sau bán hàng”.

Trước quy đinh mới được áp dụng, Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia (Bộ Công Thương) khuyến cáo: Các doanh nghiệp cần công khai rõ ràng thông tin về sản phẩm, dịch vụ, chính sách đổi trả, hoàn tiền và bảo hành để người tiêu dùng dễ dàng tra cứu.

Hoàn thiện quy trình tiếp nhận và xử lý phản ánh, đảm bảo minh bạch, dễ theo dõi và có thời hạn xử lý rõ ràng. Chú trọng kiểm soát chất lượng vận chuyển, phối hợp với đơn vị logistics để hạn chế chậm trễ, thất lạc hoặc giao sai hàng hóa. Tăng cường bảo mật dữ liệu cá nhân của người tiêu dùng, tránh rò rỉ hoặc sử dụng sai mục đích.

Ngoài ra, các doanh nghiệp cũng được khuyến khích tham gia chương trình tuân thủ pháp luật và cam kết bảo vệ người tiêu dùng, qua đó xây dựng uy tín và góp phần phát triển thị trường TMĐT minh bạch, bền vững.

Tuấn Ngọc