

Thiếu kiến thức pháp lý khi kinh doanh trên TMĐT, nhiều người rơi vào cảnh ‘tiền mất tật mang’

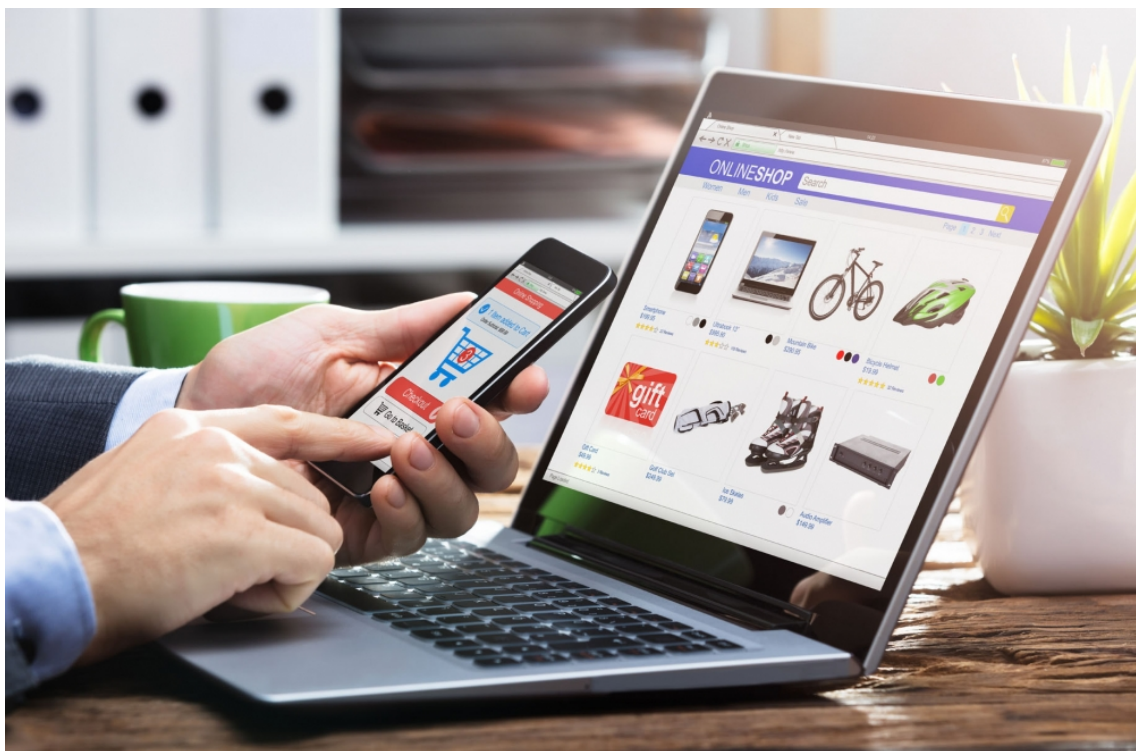
17:04 20/09/2025

Trong bối cảnh thương mại điện tử ngày càng mở rộng, tại Việt Nam có tới hàng trăm nghìn cá nhân, doanh nghiệp đang tham gia kinh doanh trên các nền tảng này. Tuy nhiên, theo các chuyên gia nhận định, việc thiếu kiến thức pháp lý đã và đang khiến không ít người bán rơi vào cảnh “tiền mất tật mang”.

Kinh doanh online, phải bắt đầu từ sự hiểu biết và tuân thủ pháp luật

Cụ thể, thông tin trước báo chí ngày 20/9, ông Nguyễn Hữu Tuấn, Giám đốc Trung tâm Phát triển thương mại điện tử (TMĐT) và Công nghệ số - eComDX (Cục TMĐT và Kinh tế số, Bộ Công Thương) cho biết: "Pháp luật là nền tảng không thể thiếu nếu muốn xây dựng một cộng đồng TMĐT phát triển bền vững. Chỉ một lỗi nhỏ, có thể bị phạt đến hàng chục triệu đồng. Vì vậy, kinh doanh online lâu dài phải bắt đầu từ sự hiểu biết và tuân thủ pháp luật".

Theo ông Nguyễn Hữu Tuấn, một trong những vi phạm phổ biến nhất, đó là nhà bán hàng không thông báo website TMĐT với Bộ Công Thương. Đây là thủ tục pháp lý bắt buộc, hoàn toàn miễn phí và có thể thực hiện trực tuyến. Tuy nhiên, nhiều người bán hàng vẫn “bỏ qua” do thiếu thông tin.



Pháp luật là nền tảng không thể thiếu nếu muốn xây dựng một cộng đồng TMĐT phát triển bền vững. Vì vậy, kinh doanh online lâu dài phải bắt đầu từ sự hiểu biết và tuân thủ pháp luật. Ảnh minh họa

Hậu quả của hành vi này là mức phạt từ 10 - 20 triệu đồng với cá nhân, và 20 - 40 triệu đồng với doanh nghiệp. “Không ít người bán hàng chỉ vài triệu đồng để thiết kế website, nhưng lại bị phạt hàng chục triệu đồng chỉ vì không biết đến quy định này,” ông Tuấn chia sẻ.

Ông Nguyễn Hữu Tuấn cho rằng, gắn logo “đã thông báo” hoặc “đã đăng ký” khi chưa được Bộ Công Thương xác nhận là hành vi giả mạo thông tin và bị xử phạt rất nghiêm khắc. Đối với cá nhân, hành vi gắn logo “đã thông báo” không đúng quy định có thể bị phạt từ 10 - 20 triệu đồng; nếu gắn logo “đã đăng ký” khi chưa được cấp phép sẽ bị phạt từ 20-30 triệu đồng. Đối với doanh nghiệp, mức phạt sẽ gấp đôi.

Ngoài lỗi vi phạm về thông báo website, ông Tuấn cũng đặc biệt lưu ý các nhà bán hàng khi kinh doanh các sản phẩm “nhạy cảm” như: rượu, thuốc lá, sản phẩm chăm sóc sức khỏe.

“Các mặt hàng này yêu cầu giấy phép kinh doanh hợp lệ, đồng thời phải thực hiện đúng quy định như: kiểm tra độ tuổi người mua, yêu cầu thanh toán không dùng tiền mặt. Nếu vi phạm, người bán có thể bị xử phạt nặng và đình chỉ hoạt động kinh doanh”, ông Nguyễn Hữu Tuấn cho biết.

TMĐT không còn là cuộc chơi tự phát

Trong bối cảnh TMĐT phát triển theo xu hướng livestream bán hàng và tiếp thị liên kết, ông Tuấn cho biết, Bộ Công Thương đang xây dựng Dự thảo Luật TMĐT mới, với nhiều quy định đáng chú ý. Theo đó, dữ liệu livestream sẽ phải được lưu trữ trong vòng 1 năm, phục vụ công tác kiểm tra, xử lý khi có tranh chấp hay khiếu kiện.

Theo đó, dữ liệu livestream sẽ phải được lưu trữ trong vòng 1 năm, phục vụ công tác kiểm tra, xử lý khi có tranh chấp hay khiếu kiện. “Người bán, nhà sáng tạo nội dung và đối tác tiếp thị sẽ phải chịu trách nhiệm pháp lý nếu thông tin không chính xác hoặc gây hiểu lầm”, ông Tuấn thông tin.



Tới đây, hoạt động quảng cáo thông qua KOLs (người nổi tiếng) và KOCs (người có ảnh hưởng) trên các nền tảng TMĐT cũng sẽ được siết chặt. Ảnh: KT

Việc bổ sung quy định này nhằm tạo ra môi trường TMĐT công bằng, rõ ràng và dễ kiểm soát. Đáng chú ý, hoạt động quảng cáo thông qua KOLs (người nổi tiếng) và KOCs (người có ảnh hưởng) cũng sẽ bị siết chặt.

Hiện, TMĐT không còn là cuộc chơi tự phát. Muốn trụ vững và phát triển, người bán cần chủ động trang bị kiến thức pháp lý, hiểu đúng, làm đúng. Ông Trần Trọng Ninh, Phòng Quản lý Thuế số 2 (Chi cục Thuế TMĐT) cho rằng, việc tổ chức các chương trình đào tạo về pháp luật và thuế trong TMĐT là cần thiết trong bối cảnh hiện nay.

Không chỉ cơ quan quản lý nhà nước, các nền tảng TMĐT như TikTok Shop cũng đang tích cực hỗ trợ người bán. Ông Nguyễn Lâm Thanh, đại diện TikTok Việt Nam cho biết: TikTok không chỉ cung cấp các công cụ tăng trưởng, mà còn giúp

các nhà bán hàng hiểu rõ hơn về các yêu cầu pháp lý. Đây là cam kết của TikTok trong việc đóng góp vào sự phát triển bền vững của TMĐT tại Việt Nam, giúp các nhà bán hàng không chỉ đạt được sự tăng trưởng mà còn tuân thủ đúng các quy định pháp lý.

Tuấn Ngọc (t/h)