

MỘT SỐ BẤT CẬP CỦA PHÁP LUẬT VỀ CHỦ THỂ BÁN HÀNG HOÁ QUA MẠNG XÃ HỘI Ở VIỆT NAM VÀ HƯỚNG HOÀN THIỆN

TRẦN THỊ BẢO ÁNH *

BÙI MINH CHÂU **

LÊ HỒNG MINH ***

Tóm tắt: Sự phát triển nhanh chóng của hoạt động kinh doanh trên mạng xã hội đã đặt ra yêu cầu cấp thiết hoàn thiện pháp luật để bảo đảm môi trường kinh doanh hiệu quả, công bằng và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Xuất phát từ yêu cầu này, bài viết phân tích ba bất cập cơ bản của pháp luật Việt Nam hiện hành về chủ thể bán hàng hoá qua mạng xã hội, bao gồm: 1) bất cập về nghĩa vụ đăng ký kinh doanh của chủ thể bán hàng qua mạng xã hội; 2) bất cập về trách nhiệm, nghĩa vụ giao hàng và đảm bảo chất lượng hàng hoá của chủ thể bán hàng qua mạng xã hội; 3) bất cập về trách nhiệm của người có ảnh hưởng tới công chúng khi quảng cáo hàng hoá trên mạng xã hội. Từ việc phân tích thực trạng pháp luật và tham khảo kinh nghiệm của một số quốc gia, bài viết đề xuất hoàn thiện pháp luật về chủ thể bán hàng hoá qua mạng xã hội, bao gồm bổ sung nghĩa vụ đăng ký kinh doanh cho tổ chức, cá nhân bán hàng thường xuyên trên mạng xã hội; quy định nghĩa vụ cung cấp thông tin, áp dụng công nghệ hỗ trợ và thực hiện đầy đủ nghĩa vụ giao hàng; quy định trách nhiệm của người bán và người có ảnh hưởng khi quảng cáo hàng hoá trên mạng xã hội.

Từ khoá: Mạng xã hội; chủ thể bán hàng hoá qua mạng xã hội; người có ảnh hưởng tới công chúng

Nhận bài: 16/5/2025

Hoàn thành biên tập: 28/9/2025

Duyệt đăng: 28/9/2025

LEGAL LACUNAE IN VIETNAM'S REGULATORY FRAMEWORK FOR VENDORS ON
SOCIAL MEDIA PLATFORMS AND PROPOSALS FOR LEGISLATIVE REFORM

Abstract: The rapid development of business activities on social media platforms has created an urgent need to complete the legal framework to ensure an effective and fair business environment and to protect consumers' rights. Based on this necessity, this article analyses three fundamental shortcomings of the current Vietnamese law regarding entities selling goods on social media platforms, including: 1) shortcomings concerning the obligation of vendors on social media platforms to register their business; 2) shortcomings regarding the responsibilities and obligations of vendors on social media platforms in delivering goods and ensuring their quality; and 3) shortcomings concerning the responsibilities of influencers towards the public when promoting goods on social media platforms. From the analysis of the current legal framework and the experiences of certain countries, the article proposes legal improvements regarding entities selling goods on social media platforms, including introducing the obligation to register business for individuals and organisations who regularly sell goods on social media; regulations on providing information, applying supporting technology, and fulfilling all delivery obligations; as well as regulations on the responsibilities of vendors and influencers when advertising goods on social media platforms.

Keywords: Social media platforms; vendors on social media platforms; influencers

Received: 16 May 2025; Editing completed: 28 September 2025; Accepted for publication: 28 September 2025

* Tiến sĩ, Trường Đại học Luật Hà Nội. E-mail: baoanhplkt@hlu.edu.vn

** Sinh viên Trường Đại học Luật Hà Nội, MSSV: 473507. E-mail: tbun2710@gmail.com

*** Sinh viên Trường Đại học Luật Hà Nội, MSSV: 483739. E-mail: lehongminh.works@gmail.com