BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO BỘ TƯ PHÁP

TRƯỜNG ĐẠI HỌC LUẬT HÀ NỘI

NGUYỄN NGỌC QUYÊN

PHÁP LUẬT VỀ BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ Ở VIỆT NAM

LUẬN ÁN TIẾN SĨ LUẬT HỌC

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO **BỘ TƯ PHÁP**

TRƯỜNG ĐẠI HỌC LUẬT HÀ NỘI

NGUYỄN NGỌC QUYÊN

PHÁP LUẬT VỀ BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ Ở VIỆT NAM

LUẬN ÁN TIẾN SĨ LUẬT HỌC

Chuyên ngành : Luật kinh tế Mã số 9380107

Người hướng dẫn khoa học:

1. ***PGS. TS. Nguyễn Viết Tý***
2. ***PGS.TS. Nguyễn Thị Vân Anh***

LỜI CAM ĐOAN

Tôi cam đoan luận án này là công trình nghiên cứu do chính tôi thực hiện. Mọi số liệu, kết quả nghiên cứu đã công bố được tham khảo trong luận án đều trung thực và trích dẫn nguồn tài liệu đúng quy định. Những kết quả nghiên cứu của luận án chưa từng được công bố trong bất cứ công trình của tác giả nào khác.

Nghiên cứu sinh

Nguyễn Ngọc Quyên

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU..... 1

1. Tính cấp thiết của đề tài..... 1

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu đề tài..... 3

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu..... 4

4. Phương pháp nghiên cứu..... 4

5. Những đóng góp mới của luận án..... 5

6. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn..... 6

7. Kết cấu của luận án..... 7

TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN..... 8

1. Các công trình nghiên cứu liên quan đến đề tài luận án..... 8

1.1. Các công trình nghiên cứu lý luận về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử..... 8

1.2. *Các công trình nghiên cứu thực trạng pháp luật Việt Nam về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử*..... 14

1.3. *Các công trình nghiên cứu hoàn thiện pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử*..... 17

1.4. *Đánh giá kết quả nghiên cứu của các công trình nghiên cứu liên quan đến đề tài luận án*..... 19

2. Định hướng nghiên cứu của luận án..... 26

3. Cơ sở lý thuyết của luận án..... 28

3.1. *Các lý thuyết nghiên cứu*..... 28

3.2. *Câu hỏi nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu*..... 29

KẾT LUẬN PHẦN TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU..... 31

Chương 1: NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VÀ PHÁP LUẬT BẢO VỆ

QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ.....32

1.1. Khái quát về thương mại điện tử và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử.....32

1.1.1. *Khái quát về thương mại điện tử*..... 32

1.1.2. Khái quát về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử..... 41

1.2. Những vấn đề lý luận cơ bản của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử.....59

1.2.1. *Khái niệm pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử*..... 59

1.2.2. *Đặc điểm pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử*..... 61

1.2.3. *Cấu trúc nội dung và cấu trúc hình thức của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử ở Việt Nam*..... 64

1.2.4. *Pháp luật quốc tế và pháp luật một số nước trên thế giới về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử*..... 73

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1.....83

Chương 2: THỰC TRẠNG PHÁP LUẬT VIỆT NAM VỀ BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ..... 85

2.1. Thực trạng pháp luật Việt Nam về quyền của người tiêu dùng trong thương mại điện tử..... 85

2.1.1. *Quyền được cung cấp thông tin*..... 87

2.1.2. *Quyền được bảo vệ thông tin*..... 90

2.1.3. *Quyền sửa đổi và hủy bỏ hợp đồng do lỗi kỹ thuật*..... 94

2.1.4. *Quyền đơn phương chấm dứt hợp đồng*..... 96

2.2. Thực trạng pháp luật Việt Nam về trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh đối với người tiêu dùng trong thương mại điện tử.....99

2.2.1. *Trách nhiệm bảo vệ thông tin của người tiêu dùng*..... 100

2.2.2. *Trách nhiệm cung cấp thông tin cho người tiêu dùng*..... 104

2.2.3. *Trách nhiệm cung cấp bằng chứng giao dịch cho người tiêu dùng*..... 108
2.2.4. *Trách nhiệm bảo đảm chất lượng hàng hoá, dịch vụ*..... 109
2.2.5. *Trách nhiệm đối với điều khoản hợp đồng không công bằng*.....115

2.3. Hệ thống cơ quan, tổ chức về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử tại Việt Nam.....120
2.3.1. *Hệ thống cơ quan nhà nước*..... 120
2.3.2. *Các tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng*..... 135

2.4. Phương thức giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh trong thương mại điện tử.....138
2.4.1. *Phương thức giải quyết tranh chấp bằng thương lượng*..... 138
2.4.2. *Phương thức giải quyết tranh chấp bằng hòa giải*.....139
2.4.3. *Phương thức giải quyết tranh chấp bằng trọng tài*..... 143
2.4.4. *Phương thức giải quyết tranh chấp bằng tòa án*..... 144

2.5. Xử lý vi phạm pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử..... 148
2.5.1. *Chế tài dân sự*.....148
2.5.2. *Chế tài hành chính*.....149
2.5.3. *Chế tài hình sự*.....153

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2.....155

Chương 3: ĐỊNH HƯỚNG, GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VÀ NÂNG CAO HIỆU QUẢ THỰC THI PHÁP LUẬT TẠI VIỆT NAM.....157

3.1. Định hướng hoàn thiện pháp luật bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử..... 157

3.2. Giải pháp hoàn thiện pháp luật bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử.....161

3.3. Giải pháp nâng cao hiệu quả thực thi pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử.....173

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3.....182

KẾT LUẬN CỦA LUẬN ÁN..... 183

TÀI LIỆU THAM KHẢO..... 185

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

BVQLNTD	Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng
EU	Liên minh Châu Âu
LHQ	Liên Hợp Quốc
NĐ 52/2013/NĐ-CP	Nghị định 52/2013/NĐ-CP của Chính phủ ngày 16 tháng 05 năm 2013 về Thương mại điện tử
NĐ 85/2021/NĐ-CP	Nghị định 85/2021/NĐ-CP của Chính phủ ngày 25 tháng 09 năm 2021 sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định 52/2013/NĐ-CP của Chính phủ ngày 16 tháng 05 năm 2013 về Thương mại điện tử
NTD	Người tiêu dùng
OECD	Tổ chức Hợp tác và Phát triển kinh tế
TMĐT	Thương mại điện tử
UBND	Uỷ ban nhân dân
UNCITRAL	Ủy ban Luật Thương mại Quốc tế của Liên hợp quốc

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Bảo vệ người tiêu dùng đang là vấn đề được cả xã hội quan tâm vì tầm ảnh hưởng và tác động của nó đến đời sống người dân. Người tiêu dùng là bên yếu thế trong mối quan hệ với thương nhân, họ không có đủ thông tin, kiến thức và điều kiện như thương nhân nên họ cần được bảo vệ bằng một lĩnh vực pháp luật đặc thù, đó chính là lý do ra đời pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Đặc biệt trong thời kỳ bùng nổ công nghệ thông tin, việc trao đổi mua bán hàng hóa, dịch vụ đã được nâng lên một hình thức mới cao hơn đó chính là thương mại điện tử. Giờ đây người tiêu dùng chỉ cần ở nhà, truy cập mạng internet là đã có thể chọn những món đồ ưng ý vào bất kể thời gian nào và người bán ở khắp nơi trên thế giới. Thương mại điện tử khiến cho việc mua hàng hóa của người tiêu dùng trở nên dễ dàng và thuận tiện hơn, nhưng điểm mạnh cũng chính là điểm yếu của thương mại điện tử, chính việc người tiêu dùng mua hàng hóa chủ yếu dựa vào thông tin mà thương nhân cung cấp chứ không được trực tiếp kiểm tra, trải nghiệm sản phẩm đã khiến cho việc mua bán mang đầy những rủi ro về phía người tiêu dùng.

Tại Việt Nam, thương mại điện tử đã bắt đầu được các tổ chức, cá nhân kinh doanh đầu tư phát triển khi nền tảng công nghệ thông tin và trình độ sử dụng internet của người dân tăng cao trong những năm gần đây. Theo thống kê của Bộ Công Thương trong Báo cáo thương mại điện tử Việt Nam năm 2017 thì 92% số người được khảo sát cho biết họ sử dụng internet hàng ngày và 30% thời gian sử dụng internet được dùng cho mua bán cá nhân. Con số này cho thấy số lượng người sử dụng internet và có tham gia vào việc mua bán trên mạng là khá cao và có xu hướng tăng lên trong những năm trở lại đây. Bên cạnh đó, cũng theo Báo cáo này thì những lo ngại phổ biến của người tiêu dùng khi tham gia thương mại điện tử chính là việc khó kiểm định chất lượng sản phẩm, không đủ

thông tin để ra quyết định, cách thức đặt hàng rắc rối, kết nối internet chậm v.v… Những lo ngại này cũng chính là những yếu thế mà người tiêu dùng phải đối mặt khi tham gia thương mại điện tử không chỉ tại Việt Nam mà còn trên phạm vi toàn thế giới. Tuy nhiên, người tiêu dùng Việt Nam vẫn đặt niềm tin vào việc mua bán hàng hóa, dịch vụ thông qua thương mại điện tử khi có tới 88% số người được hỏi cho biết sẽ vẫn tiếp tục thực hiện những giao dịch điện tử, chỉ có 12% số người được hỏi quay lại với cách thức giao dịch truyền thống. Đây là con số khả quan đối với tương lai của thương mại điện tử tại Việt Nam và đây cũng chính là thách thức đặt ra cho các cơ quan quản lý nhà nước và thương nhân, làm thế nào để có thể bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng một cách tốt nhất khi họ tham gia thương mại điện tử, có thế mới khiến cho đông đảo người tiêu dùng tin tưởng vào phương thức giao dịch mới mẻ này.

Việc bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử có thể được thực hiện bằng nhiều biện pháp, công cụ khác nhau nhưng bảo vệ người tiêu dùng bằng pháp luật là biện pháp, công cụ hữu hiệu nhất. Tuy nhiên, pháp luật Việt Nam lại chưa có đủ quy định cụ thể để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch với tổ chức, cá nhân kinh doanh thông qua phương tiện điện tử.

Trên thực tế hiện nay, việc bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử còn rất nhiều khó khăn, do trình độ chuyên môn của người tiêu dùng, do lỗi của tổ chức, cá nhân kinh doanh và đặc biệt là thiếu cơ sở pháp lý. Tuy đã có nhiều văn bản điều chỉnh về việc giao kết hợp đồng điện tử nhưng chưa có văn bản nào quy định cụ thể về bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử, quyền và nghĩa vụ của người tiêu dùng, trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh khi tham gia thương mại điện tử cũng như các phương thức giải quyết khi phát sinh tranh chấp. Thực trạng này đòi hỏi phải xây dựng một cơ chế pháp lý đầy đủ và hoàn thiện nhằm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử ở Việt Nam hiện nay.

Từ các vấn đề pháp lý còn tồn tại và thực trạng của việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử với thương nhân trong thương mại điện tử ở Việt Nam, việc xây dựng và hoàn thiện hệ thống các quy phạm pháp luật điều chỉnh hoạt động này là một nhu cầu cấp thiết và có tính thời sự. Với những lý do trên nên nghiên cứu sinh lựa chọn đề tài: **"Pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử ở Việt Nam"** để nghiên cứu nhằm đóng góp về mặt khoa học pháp lý và giá trị thực tiễn, góp phần bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng cũng như thúc đẩy sự phát triển của thương mại điện tử lành mạnh ở Việt Nam

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu đề tài

Mục đích nghiên cứu của luận án là làm sáng tỏ những vấn đề lý luận về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử với thương nhân, đánh giá thực trạng pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng trong hoạt động thương mại điện tử, từ đó đưa ra các giải pháp nhằm hoàn thiện pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử ở Việt Nam hiện nay.

Để thực hiện mục đích trên, luận án đề ra các nhiệm vụ nghiên cứu sau:

- Làm rõ các vấn đề lý luận cơ bản về thương mại điện tử và bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử

- Phân tích những vấn đề pháp lý đặc thù liên quan đến bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử , một số kinh nghiệm của pháp luật các nước về vấn đề này

- Phân tích và đánh giá những nội dung cơ bản của pháp luật Việt Nam hiện hành về bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử

- Phân tích và đánh giá tình hình thực hiện pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử ở Việt Nam

- Đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả thực thi pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử ở Việt Nam hiện nay

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu:

Đối tượng nghiên cứu của luận án là hệ thống pháp luật và thực tiễn thực hiện pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử tại Việt Nam và một số quốc gia trên thế giới.

3.2. Phạm vi nghiên cứu:

Phạm vi nghiên cứu về nội dung: luận án giới hạn phạm vi nghiên cứu tập trung vào những vấn đề pháp lý liên quan đến hình thức thương mại điện tử giữa người tiêu dùng với thương nhân, chủ yếu được giao kết qua mạng internet, là phương tiện điện tử được người tiêu dùng sử dụng chủ yếu và đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển thương mại điện tử, mà không mở rộng nghiên cứu những hình thức thương mại điện tử khác như giữa thương nhân và thương nhân hay thương nhân với chính phủ ….và được thực hiện bởi các phương tiện điện tử như điện báo, fax,...

Phạm vi nghiên cứu về không gian: Luận án giới hạn phạm vi nghiên cứu tập trung vào các giao dịch điện tử giữa người tiêu dùng với thương nhân thực hiện tại Việt Nam.

Phạm vi nghiên cứu về thời gian: Luận án tập trung nghiên cứu pháp luật cũng như thực trạng thực thi pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử kể từ thời điểm có hiệu lực của Luật Giao dịch điện tử năm 2005.

4. Phương pháp nghiên cứu

* *Phương pháp luận*: việc nghiên cứu luận án dựa trên cơ sở phương pháp luận duy vật biện chứng và duy vật lịch sử của Chủ nghĩa Mác - Lênin.

Đây được coi là kim chỉ nam cho việc định hướng các phương pháp nghiên cứu cụ thể của nghiên cứu sinh trong quá trình thực hiện luận án.

* *Phương pháp nghiên cứu cụ thể*: trên cơ sở phương pháp luận của chủ nghĩa Mác - Lênin, trong quá trình nghiên cứu đề tài, các phương pháp nghiên cứu cụ thể được sử dụng bao gồm:

- Phương pháp phân tích và bình luận để làm rõ quy định pháp luật hiện hành về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử với thương nhân;

- Phương pháp tổng hợp nhằm khái quát hoá thực trạng pháp luật và thực tiễn về tình trạng bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử với thương nhân ở Việt Nam;

- Phương pháp so sánh để nhằm chỉ ra những điểm tương đồng và khác biệt giữa quy định của pháp luật Việt Nam với pháp luật của một số nước trên thế giới về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử. Bên cạnh đó, phương pháp này cũng được chú trọng sử dụng để so sánh thấy được sự phát triển của pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử với thương nhân. Ngoài ra, phương pháp thống kê, phương pháp lịch sử...cũng được nghiên cứu sinh sử dụng để thực hiện việc nghiên cứu luận án.

5. Những đóng góp mới của luận án

Thứ nhất, luận án phân tích, làm sâu sắc hơn những vấn đề lý luận cơ bản về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử bao gồm khái niệm, đặc điểm của người tiêu dùng và thương mại điện tử, những lợi ích và rủi ro thương mại điện tử đem tới cho người tiêu dùng, từ đó đưa ra khái niệm, đặc điểm và các nội dung cơ bản của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử một cách hệ thống và khái quát.

Thứ hai, luận án hệ thống, phân tích và nghiên cứu pháp luật điều chỉnh hoạt động bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử trên thế giới thông

qua một số nước điển hình để có sự vận dụng chọn lọc nhằm đánh giá và hoàn thiện chế định pháp luật này tại Việt Nam như quyền của người tiêu dùng về huỷ bỏ giao dịch điện tử không cần lí do trong một thời gian hợp lý; trách nhiệm bảo vệ thông tin dữ liệu người tiêu dùng…

Thứ ba, đánh giá các quy định pháp luật hiện hành điều chỉnh vấn đề bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử trong bối cảnh các yêu cầu đặt ra của sự phát triển công nghệ cũng như tình hình thực thi các quy định này. Trên cơ sở đó, Luận án chỉ ra những bất cập còn tồn tại, khẳng định tính tất yếu khách quan của việc hoàn thiện pháp luật điều chỉnh hoạt động bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử.

Thứ tư, luận án nghiên cứu, đề xuất các kiến nghị, giải pháp phù hợp và khả thi không chỉ trên phương diện hoàn thiện pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử mà còn nhằm nâng cao hiệu quả áp dụng, phù hợp với đòi hỏi của thực tiễn trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế.

6. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn

Luận án là công trình nghiên cứu chuyên sâu và đã xây dựng cơ sở lý luận pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử, đánh giá tương đối toàn diện thực trạng pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử ở Việt Nam trong bối cảnh nền kinh tế có sự đột phá phát triển công nghệ cao. Vì vậy, luận án góp phần bổ sung tri thức khoa học pháp lý về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử.

Kết quả nghiên cứu luận án có tính ứng dụng trong thực tiễn. *Một là,* luận án kiến nghị những giải pháp có căn cứ khoa học góp phần hoàn thiện pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử ở Việt Nam. *Hai là,* luận án đóng góp vào hệ thống khoa học pháp lý để cơ quan quản lý nhà nước, tổ chức xã hội, tổ chức, cá nhân kinh doanh, người tiêu dùng và các chủ thể khác áp dụng pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

trong thương mại điện tử một cách hiệu quả.

7. Kết cấu của luận án

Ngoài phần lời cam đoan, danh mục các từ viết tắt, mục lục, mở đầu, kết luận, danh mục tài liệu tham khảo và phụ lục, luận án được kết cấu với nội dung gồm phần tổng quan tình hình nghiên cứu và ba chương, cụ thể như sau:

- Phần Tổng quan tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài của luận án.

- Chương 1: Những vấn đề lý luận về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử và pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử

- Chương 2. Thực trạng pháp luật Việt Nam về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử.

- Chương 3: Định hướng, giải pháp hoàn thiện pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử và nâng cao hiệu quả thực thi pháp luật tại Việt Nam

TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN

1. Các công trình nghiên cứu liên quan đến đề tài luận án

1.1. Các công trình nghiên cứu lý luận về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử

Thứ nhất, về khái niệm "Thương mại điện tử", có nhiều cách định nghĩa khác nhau nhưng chủ yếu đi theo hai hướng, theo nghĩa rộng và nghĩa hẹp dựa trên phương thức thực hiện thương mại điện tử. Ở đây, nghiên cứu sinh chỉ nghiên cứu các công trình nói về giao dịch thương mại điện tử B2C, tức là giao dịch giữa Business (Thương nhân) với Consumer (Người tiêu dùng) với mong muốn tiếp cận sâu và sát nhất với đề tài.

- Theo nghĩa rộng, thương mại điện tử được hiểu là việc thực hiện các hoạt động thương mại thông qua tất cả các phương tiện điện tử (như điện thoại, fax, telex, internet…). Điển hình cho định nghĩa thương mại điện tử theo nghĩa rộng là các công trình như cuốn *"Thương mại điện tử"* của tác giả Nguyễn Hoài Anh và Ao Thu Hoài, Nhà xuất bản Thông tin và truyền thông, 2011 đã viết *"Thương mại điện tử là hình thức thực hiện, quản lý và điều hành kinh doanh thương mại của các thành viên trên thị trường đang được phát triển mạnh trên thế giới thông qua và với sự trợ giúp của các phương tiện điện tử, vi tính, công nghệ thông tin và mạng truyền thông".* Đồng thời có đề cập tới các hình thức giao dịch thương mại điện tử, trong đó có hình thức B2C nhưng chỉ nêu khái quát gồm những loại hình nào, có đặc điểm là giao dịch giữa thương nhân và người tiêu dùng và mục đích nhằm xây dựng cho doanh nghiệp cơ sở để phát triển thương mại điện tử với người tiêu dùng chứ chưa hướng đến mục tiêu bảo vệ quyền lợi cho người tiêu dùng.

Cũng đi theo phương thức định nghĩa TMĐT theo nghĩa rộng còn có Cuốn *"Cẩm nang pháp luật về giao kết hợp đồng điện tử",* Nhà xuất bản Lao

động Xã hội, 2006, của tác giả Nguyễn Thị Mơ là công trình nghiên cứu chi tiết và cụ thể nhất các vấn đề liên quan tới quy định của pháp luật khi giao kết hợp đồng điện tử, từ việc nêu khái niệm thương mại điện tử, hợp đồng điện tử tới các cơ sở lý luận để hình thành hợp đồng điện tử, trong đó xác định hợp đồng điện tử có thể thông qua mạng giao thức, internet, điện thoại, fax,… (định nghĩa thương mại điện tử theo nghĩa rộng).

Cuốn sách *"Những kiến thức cơ bản về thương mại điện tử",* Nhà xuất bản Lao động xã hội, 2005 của tác giả Minh Quang đã dành một chương viết về thương mại điện tử B2C, tác giả đã đưa ra khái niệm, bản chất, vai trò của thương mại điện tử B2C đó là loại hình thương mại dựa trên việc truyền dẫn các tín hiệu thông tin trên cơ sở mạng nội bộ hoặc mạng internet giữa doanh nghiệp và khách hàng. Cuốn sách này tập trung nhiều ở vấn đề marketing và xây dựng website thương mại điện tử dựa trên những thói quen của người tiêu dùng chứ chưa đề cập nhiều tới trách nhiệm của doanh nghiệp đối với người tiêu dùng khi giao kết các hợp đồng thương mại điện tử.

Bài viết *"Hợp đồng thương mại điện tử và các biện pháp hạn chế rủi ro"* của tác giả Lê Thị Kim Hoa đăng trên Tạp chí Luật học, số 11/2008 phân tích khái niệm, bản chất của hợp đồng thương mại điện tử là việc giao kết hợp đồng thông qua các phương tiện điện tử như internet, điện thoại, thư điện tử…

Định nghĩa TMĐT theo nghĩa hẹp là TMĐT được thực hiện thông qua duy nhất mạng internet. OECD là tổ chức quốc tế đi theo cách định nghĩa này. Tuy nhiên, tại Việt Nam, hầu hết các công trình nghiên cứu lại không bó hẹp khái niệm TMĐT theo nghĩa hẹp mà mở rộng ra theo hướng TMĐT là hoạt động thương mại được thực hiện bằng rất nhiều phương tiện điện tử khác nhau.

Thứ hai, về đặc điểm của TMĐT giữa NTD với thương nhân và những rủi ro do nó đem tới cho NTD để nói lên sự cần thiết phải bảo vệ quyền lợi NTD khi tham gia phương thức giao dịch này, tiêu biểu là các công trình nghiên cứu sau:

- Bài viết *"Hợp đồng thương mại điện tử và các biện pháp hạn chế rủi ro"* của tác giả Lê Thị Kim Hoa đăng trên Tạp chí Luật học, số 11/2008 phân tích khái niệm, bản chất của hợp đồng thương mại điện tử là việc giao kết hợp đồng thông qua các phương tiện điện tử như internet, điện thoại, thư điện tử… và từ đó xuất hiện các rủi ro về bảo mật thông tin, thời điểm có hiệu lực của hợp đồng, tính xác thực của thoả thuận hay chất lượng hàng hoá, dịch vụ. Tác giả từ việc tìm hiểu các rủi ro khi ký kết hợp đồng thương mại điện tử đã đưa ra một số biện pháp nhằm hạn chế các rủi ro này và được phân tích chủ yếu dựa trên các hợp đồng giữa thương nhân với thương nhân, nhưng luận án cũng góp nhặt ra một số điểm tương đồng với hợp đồng thương mại điện tử giữa thương nhân với người tiêu dùng.

- Bài viết *"Đặc điểm của hợp đồng điện tử"* của tác giả Trần Văn Biên, Tạp chí Nhà nước và Pháp luật, số 05/2012 phân tích các đặc điểm cơ bản của hợp đồng điện tử nói chung gồm: Yếu tố thoả thuận trong hợp đồng, cần có quy định rõ ràng hơn về sự thống nhất ý chí giữa các bên chủ thể của hợp đồng do đây là hợp đồng được thực hiện bằng phương tiện điện tử nên nhiều khi có những khâu không có sự tham gia của con người, thuần tuý máy móc; Đặc điểm về Chủ thể, có sự tham gia của bên thứ ba đảm bảo giao kết hợp đồng như bên cung cấp dịch vụ mạng; Đặc điểm về Quy trình giao kết; Về xác định thời điểm và địa điểm giao kết hợp đồng; Về chữ ký trong hợp đồng; Về yêu cầu hợp đồng phải được giao kết bằng văn bản; Về vấn đề bản gốc của hợp đồng. Những đặc điểm này là những đặc điểm riêng có của hợp đồng điện tử, không phân biệt là hợp đồng được giao kết giữa các chủ thể nào nên mang tính khái quát cao, bổ sung các yêu cầu về lý luận cho luận án.

- Bài viết *"Phòng tránh rủi ro trong giao kết, thực hiện hợp đồng thương mại điện tử"* của tác giả Lê Văn Thiệp, tạp chí Dân chủ và Pháp luật, số 03/2016 phân tích những rủi ro xuất phát từ các đặc điểm của giao dịch điện tử như các bên không trực tiếp gặp mặt, khó xác định sự tồn tại của thoả thuận; xác định

thời điểm được coi là thời điểm giao kết hợp đồng; chất lượng của sản phẩm; cơ quan giải quyết tranh chấp. Trên cơ sở đó đưa ra các giải pháp nhằm phòng tránh rủi ro, tập trung vào các chủ thể của giao dịch đều là thương nhân chứ không phải là giao dịch có một bên là người tiêu dùng.

- Cuốn sách *"Access to Justice in Transnational B2C E-Commerce"* của tác giả Sutatip Yuthayotin, Nhà xuất bản Springer, năm 2014, tập trung vào việc phân tích các yếu tố pháp lý về các giao dịch thương mại điện tử B2C (Business to Consumer - Thương nhân với người tiêu dùng). Tác giả phân tích vấn đề bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử qua việc tăng cường sự chủ động của người tiêu dùng trong giao kết hợp đồng điện tử bằng cách trang bị các kiến thức về công nghệ thông tin, cân bằng sự yếu thế về mặt thông tin, hợp đồng theo mẫu hay giải quyết tranh chấp trong các giao dịch B2C. Ngoài ra, tác giả còn đưa ra các mục tiêu cho việc bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử, đặc biệt là việc pháp điển hoá các quy định nhằm hướng tới mục tiêu cân bằng được lợi ích của người tiêu dùng với thương nhân về giá cả, chất lượng hàng hoá, việc đảm bảo thông tin cá nhân… Cuốn sách còn đưa ra những phương thức giải quyết tranh chấp nhanh gọn, tức thời, phù hợp với mô hình thương mại điện tử B2C.

- Cuốn sách *"Electronic Consumer Contracts in the Conflict of Laws"* của tác giả Sophia Tang, Nhà xuất bản Bloomsbury, năm 2013 lại đi sâu khai thác khía cạnh bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử dưới góc độ pháp luật quốc tế. Đặc trưng của hợp đồng điện tử đó là việc giao kết không cần gặp mặt trực tiếp, giao kết giữa các tổ chức, cá nhân ở nhiều quốc gia khác nhau một cách dễ dàng, nhanh chóng, tức thời đã tạo cơ hội cho người tiêu dùng mua bán hàng hoá, dịch vụ ở nhiều địa điểm khác nhau và với các thương nhân khác nhau, đây cũng chính là đặc trưng khiến cho rủi ro của người tiêu dùng khi giao kết hợp đồng điện tử cao hơn nếu có xảy ra tranh chấp, họ khó khăn trong việc đòi quyền lợi từ thương nhân. Tác giả nghiên cứu vấn đề bảo

vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử theo các quy định pháp luật về tư pháp quốc tế, khi tranh chấp thì người tiêu dùng sẽ giải quyết như thế nào cho phù hợp và thuận tiện nhất.

- Cuốn sách *"Consumer Protection Law Developments"* của nhóm tác giả August Horvath, John Villafranco, Stephen Calkins, Nhà xuất bản Chicago, năm 2009 phân tích quá trình phát triển pháp luật bảo vệ người tiêu dùng, trong đó có phân tích việc phát triển quy định pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng từ khi mua bán hàng hoá qua truyền hình, điện thoại rồi sau đó bùng nổ khi có sự xuất hiện của mạng internet. Việc thương mại điện tử phát triển mang đến rất nhiều tiện ích cho người tiêu dùng, đồng thời với đó là các rủi ro. Các tác giả đưa ra những quy định pháp luật phát triển qua từng thời kỳ, dự đoán trước tình hình phát triển của thương mại điện tử để kịp thời ban hành quy định, qua đó chúng ta thấy bước tiến và sự thay đổi của quy định pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử.

- Cuốn sách *"Electronic Commerce: Antitrust and Consumer Protection in the Information Age"* của tác giả David H. Evans, Nhà xuất bản American Bar Association, năm 2011 đánh giá thương mại điện tử dưới góc nhìn của pháp luật cạnh tranh chống độc quyền và pháp luật bảo vệ người tiêu dùng. Trong thời đại phát triển công nghệ thông tin như hiện nay, sức ảnh hưởng của thương mại điện tử tới pháp luật bảo vệ người tiêu dùng ở các nước như Hoa Kỳ đòi hỏi quy định pháp luật phải chi tiết, rõ ràng để đảm bảo quyền lợi cho người tiêu dùng khi tham gia vào các giao dịch này. Cuốn sách đã tổng hợp và phân tích các quy định mấu chốt để xác định mục tiêu bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử.

- Cuốn *"Producers and Consumers in EU E-Commerce Law"* của tác giả John Dickie, Nhà xuất bản Hart Publishing, 2005 tập trung vào khai thác các khía cạnh kinh tế học cũng như luật học về mối quan hệ giữa lợi ích của người tiêu dùng và nhà sản xuất trên các yếu tố khác nhau như hoạt động thương mại

lành mạnh; việc đảm bảo an toàn thông tin; các khía cạnh đạo đức trong việc bảo vệ người tiêu dùng và làm sao để cân bằng giữa quyền lợi người tiêu dùng với lợi ích đạt được của nhà sản xuất. Tác giả tập trung vào làm rõ các quy định pháp luật của Liên minh Châu Âu về từng vấn đề nói trên, đồng thời đưa ra những nhận xét sắc sảo và chi tiết trên quan điểm cá nhân. Ngoài ra, trong tác phẩm này, tác giả đưa ra rất nhiều các vụ tranh chấp giữa thương nhân và người tiêu dùng ở các nước Châu Âu. Từ những vụ việc này sẽ giúp cho luận án có sự bổ sung cả hai mặt lý luận và thực tiễn.

- Cuốn *"E-Commerce Law in Europe and the USA"* của Gerald Sprindler, Nhà xuất bản Springer, năm 2013 chủ yếu giới thiệu pháp luật về thương mại điện tử của các nước Châu Âu và Hoa Kỳ. Trong đó, có một phần về pháp luật bảo vệ người tiêu dùng, điển hình ở các quốc gia như Bỉ, Pháp, Đức, Anh, Ý, Nauy, Tây Ban Nha, Thuỵ Sĩ, Hà Lan và Hoa Kỳ. Ở mỗi quốc gia, tác giả lại liệt kê những quy định pháp luật có liên quan tới bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử, trên cơ sở đó đưa ra các quan điểm và có sự so sánh pháp luật ở các nước này. Tuy nhiên, tác gỉa chú trọng tới việc liệt kê giới thiệu pháp luật nhiều hơn là phân tích các quy định này nên đây cũng là một nguồn tài liệu quý báu cho việc so sánh pháp luật Việt Nam và các nước của luận án.

- Cuốn sách *"European Union E-commerce Law",* tác giả Siegfried Fina, Nhà xuất bản Stanford, năm 2008 giới thiệu vấn đề bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử thông qua các chỉ thị của Liên minh Châu Âu như Chỉ thị 977 EC về mua bán hàng hoá từ xa, Chỉ thị 2002/65/EC về mua bán hàng hoá từ xa liên quan tới dịch vụ tài chính, Chỉ thị 1999/93/EC về chữ ký số hay các chỉ thị về thu thập, bảo vệ dữ liệu… Các chỉ thị của Liên minh Châu Âu có những yếu tố tác động tới hoạt động bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử. Luận án sẽ có sự nghiên cứu, trích xuất các thông tin từ các chỉ thị EC để làm dày kiến thức so sánh pháp luật của luận án.

- Cuốn sách *"Law of E-commerce in Poland and Germany"*, tác giả Bettina Heiderhoff,Grzegorz Żmij, Nhà xuất bản Selier, 2005 có một phần giới thiệu về vấn đề bảo vệ người tiêu dùng trong pháp luật thương mại điện tử tại Ba Lan và Đức. Tác giả phân tích cụ thể khái niệm người tiêu dùng, bán hàng từ xa và các phương thức bảo vệ người tiêu dùng khi giao kết hợp đồng từ xa như quyền rút hợp đồng, việc cung cấp thông tin, bảo vệ thông tin cá nhân, thanh toán thẻ, tín dụng điện tử và các trường hợp loại trừ trách nhiệm của thương nhân. Bên cạnh đó, các hợp đồng theo mẫu cũng thường gây ra những hạn chế cho người tiêu dùng khi giao kết hợp đồng điện tử và tác giả đưa ra phương pháp điều chỉnh các vấn đề này theo quy định pháp luật của Đức và Ba Lan.

1.2. Các công trình nghiên cứu thực trạng pháp luật Việt Nam về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử

- Luận án *"Phát triển dịch vụ hỗ trợ mua bán trực tuyến ở Việt Nam hiện nay"* của tác giả Chử Bá Quyết, năm 2013 tập trung khai thác vào vấn đề mua bán trực tuyến tức mua bán qua mạng internet gồm mua bán hàng hoá hữu hình, mua bán dịch vụ và mua bán nội dung số. Luận án chia dịch vụ hỗ trợ mua bán trực tuyến thành nhiều nhóm khác nhau như dịch vụ chợ điện tử; dịch vụ đảm bảo an toàn mua bán trực tuyến; dịch vụ thanh toán điện tử; dịch vụ thực hiện đơn hàng và logistics; các dịch vụ hỗ trợ khác như xếp hạng, đánh giá website, mua hộ và bảo hiểm hàng hoá trực tuyến… Trong đó có phân tích một vài yếu tố có liên quan tới quyền lợi của người tiêu dùng như bảo mật thông tin cho khách hàng, hỗ trợ thanh toán điện tử cho khách hàng.

- Luận án tiến sĩ luật học *"Hợp đồng điện tử theo pháp luật Việt Nam"* của tác giả Trần Văn Biên, năm 2012, đưa ra khái niệm về hợp đồng điện tử không phải dựa trên một đối tượng cụ thể nào mà nói đến hợp đồng điện tử là phương thức thiết lập hợp đồng. Hợp đồng điện tử là hợp đồng được giao kết thông qua các phương tiện điện tử, mà trong đó Internet hay ít nhất là các kĩ thuật và giao thức được sử dụng trên internet đóng một vai trò

cơ bản và công

nghệ thông tin được coi là điều kiện tiên quyết. Luận án có đưa ra một tiểu mục về bảo vệ thông tin cá nhân trong giao kết hợp đồng điện tử, theo đó, tác giả nhận xét Việt Nam đã có nhiều nỗ lực trong việc đưa các quy định liên quan tới bảo vệ thông tin cá nhân vào các văn bản quy phạm pháp luật, tuy nhiên chúng ta vẫn chưa có một đạo luật riêng quy định toàn diện về vấn đề này. Bên cạnh đó, việc thực thi các quy định pháp luật về bảo vệ thông tin cá nhân khi thực hiện giao dịch điện tử thời gian vừa qua vẫn còn tồn tại những hạn chế nhất định. Nguy cơ bị xâm phạm và lạm dụng thông tin cá nhân vẫn tiềm ẩn chủ yếu dưới hai dạng sau: thu thập, sử dụng trái phép địa chỉ email; ăn cắp, lừa đảo lấy thông tin cá nhân.

- Bài viết *"Chế tài pháp lý đối với hành vi vi phạm quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử"* của tác giả Nguyễn Thị Hà đăng trên Tạp chí Toà án nhân dân, số 4/2012 đưa ra những chế tài được áp dụng khi phát hiện có hành vi vi phạm quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử đó là Chế tài hành chính, chế tài dân sự và chế tài hình sự. Các chế tài này chủ yếu dựa trên các hành vi vi phạm được quy định rải rác trong Luật công nghệ thông tin, Luật giao dịch điện tử và Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Tác giả cũng đưa ra những hạn chế của việc áp dụng chế tài, tình hình thực hiện pháp luật, trên cơ sở đó nêu một số giải pháp như ban hành những quy định chuyên biệt cho các hành vi vi phạm về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử, tránh việc lúng túng khi áp dụng hoặc bỏ lọt hành vi vi phạm như hiện nay.

- Bài viết *"Bảo vệ người tiêu dùng khi tham gia giao dịch qua mạng điện tử"* của tác giả Vũ Hải Việt, Tạp chí Dân chủ và Pháp luật, số 01/2014, qua bài viết, tác giả đã nêu khái quát vai trò, đặc điểm của bảo vệ người tiêu dùng khi thực hiện giao dịch điện tử, phân tích thực trạng xâm hại quyền lợi người tiêu dùng ở Việt Nam hiện nay và đưa ra các giải pháp khắc phục tình trạng này, chủ yếu trên góc độ quản lý nhà nước như xây dựng các quy định pháp luật chi

tiết hơn về trách nhiệm của doanh nghiệp khi giao dịch điện tử với người tiêu dùng, tăng cường kiểm tra, giám sát tình hình thực thi pháp luật; tuyên truyền, phổ biến pháp luật; tăng cường sự hợp tác giữa các cơ quan quản lý nhà nước…

- Bài viết *"Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao kết hợp đồng điện tử qua internet"* của tác giả Trần Văn Biên, Tạp chí Nghiên cứu Lập pháp, số 20/2010 phân tích về bảo vệ người tiêu dùng như là một nội dung pháp lý quan trọng trong hợp đồng điện tử, theo đó người tiêu dùng thường không biết rõ các thông tin về hàng hoá, dịch vụ được cung cấp như người bán hàng, khả năng chịu rủi ro sẽ cao hơn và do đó cần có những quy định pháp luật bảo vệ họ. Pháp luật Việt Nam đã có những quy định tiệm cận với pháp luật thế giới tuy nhiên lại chưa có quy định cho phép người tiêu dùng rút lui khỏi hợp đồng, trả lại hàng hoá đã mua mà không phải bồi thường, khi giao kết hợp đồng thông qua mạng internet như pháp luật của một số nước tiên tiến trên thế giới. Bên cạnh đó, tác giả nhận xét các quy định pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng trong giao kết hợp đồng điện tử ở nước ta còn nằm rải rác ở nhiều văn bản pháp luật khác nhau, khó cho việc tra cứu đồng thời phần lớn các quy định nằm trong những văn bản có hiệu lực pháp lý thấp nên tính thực tiễn không cao.

- Bài viết *"Bảo vệ thông tin cá nhân trong thương mại điện tử theo pháp luật Việt Nam"* của tác giả Đinh Thị Lan Anh, Tạp chí Dân chủ và Pháp luật, số 7/2015 tập trung vào phân tích vấn đề bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng dựa trên quy định tại Nghị định 185/2013/ NĐ-CP của Chính phủ quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, sản xuất buôn bán hàng giả, hàng cấm và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng về khái niệm Bí mật cá nhân của người tiêu dùng và quy định về bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng tại Điều 6 của Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010. Thêm vào đó, bài viết còn đưa ra một số ý kiến cho Dự thảo Luật an toàn thông tin như trách nhiệm của tổ chức, cá nhân khi thu thập, sử dụng thông tin cá nhân; quyền cập nhật, sửa đổi hay huỷ bỏ thông tin cá nhân

cũng như trách nhiệm của cơ quan quản lý nhà nước trong việc bảo vệ thông tin cá nhân trên mạng.

1.3. Các công trình nghiên cứu hoàn thiện pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử

- Cuốn sách *"Hoàn thiện pháp luật về thương mại điện tử ở Việt Nam hiện nay"* của hai tác giả PGS,TS. Tào Thị Quyên và ThS. Lương Tuấn Nghĩa, Nhà xuất bản Tư pháp, năm 2016 đã phân tích tương đối toàn diện những luận cứ khoa học hoàn thiện pháp luật thương mại điện tử ở Việt Nam. Đồng thời đánh giá thực trạng pháp luật và tổ chức thực hiện pháp luật về thương mại điện tử thời gian qua. Trên cơ sở đó, các tác giả luận giải một số giải pháp hoàn thiện pháp luật về thương mại điện tử trong thời gian tới. Trong đó, có những quy định liên quan tới vấn đề quyền lợi của người tiêu dùng trong thương mại điện tử.

- Luận án tiến sĩ kinh tế *"Giải pháp đảm bảo an toàn thông tin nhằm phát triển giao dịch thương mại điện tử mô hình doanh nghiệp với doanh nghiệp (B2B)"* của tác giả Nguyễn Thị Minh Huyền, năm 2014 tập trung vào ba vấn đề chính đó là cơ sở lý luận, thực trạng về đảm bảo an toàn thông tin trong giao dịch thương mại điện tử ở Việt Nam và đưa ra giải pháp. Tuy công trình này phân tích dựa trên giao dịch giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp nhưng cũng có những vấn đề lý luận cũng như giải pháp có thể áp dụng cho giao dịch điện tử giữa doanh nghiệp với người tiêu dùng như xây dựng các quy định về thu thập thông tin như nguyên tắc thu thập, sử dụng thông tin; chế độ báo cáo thường xuyên; hỗ trợ dịch vụ công nghệ thông tin xây dựng tường lửa; phòng tránh việc buôn bán dữ liệu; thúc đẩy sự phát triển dịch vụ chữ ký số và chứng thực chữ ký số…

- Bài viết *"Một số định hướng chiến lược phát triển cho thương mại điện tử Việt Nam"* của tác giả Nguyễn Hoàng đăng trên Tạp chí Tổ chức nhà nước, số 10/2012 bàn về các hướng phát triển cho thương mại điện tử ở Việt Nam, trong đó có mục tiêu đảm bảo quyền lợi cho khách hàng tham gia giao dịch điện tử, xây dựng các giải pháp trợ giúp việc đánh giá website thương mại điện tử, từ đó góp phần cho việc bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại

điện tử ở

nước ta hiện nay. Tuy nhiên chủ yếu bài viết tập trung vào nghiên cứu chính sách phát triển thương mại điện tử chứ không đi sâu phân tích các quy định pháp luật.

- Bài viết *"Hoàn thiện cơ chế giải quyết tranh chấp trong thương mại điện tử"* của tác giả Lê Văn Thiệp, Tạp chí Dân chủ và pháp luật, số 03/2016 đưa ra các phương thức giải quyết tranh chấp trong thương mại điện tử tuy nhiên phần lớn đều là những phương thức giải quyết tranh chấp trong thương mại truyền thống nhưng được thực hiện khi có tranh chấp về giao dịch điện tử giữa các chủ thể. Từ đó tác giả đưa ra một số phương thức giải quyết tranh chấp đặc thù và phù hợp hơn với môi trường sử dụng phương tiện điện tử, hay còn gọi là các phương thức giải quyết tranh chấp thay thế. Những phương thức này cũng có thể áp dụng để giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và doanh nghiệp khi giao kết hợp đồng điện tử.

- Cuốn cẩm nang của OECD *"OECD Recommendation of the Council on Consumer Protection in E-Commerce",* năm 2014 đã đưa ra các đặc điểm về thương mại điện tử đó là các giao dịch thương mại không dùng tiền mặt; các sản phẩm nội dung số chiếm số lượng lớn; sự tham gia tích cực và chủ động của người tiêu dùng; thương mại điện tử thông qua thiết bị di động phát triển nhanh chóng; rủi ro về an ninh thông tin cá nhân; đảm bảo an toàn thanh toán điện tử và chất lượng của sản phẩm. Cuốn sách này của OECD đưa ra những gợi ý cho việc xây dựng, hoàn thiện pháp luật của các nước từ việc đưa ra khái niệm, đặc trưng, các vấn đề gắn liền với bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử với tình hình kinh tế hiện nay.

- Cuốn *"Online Dispute Resolution: Challenges for Contemporary Justice"* của tác giả Gabrielle Kaufmann-Kohler,Thomas Schultz, Nhà xuất bản Kluwer, năm 2004, tác giả đi sâu vào nghiên cứu các phương thức giải quyết tranh chấp trực tuyến, một vấn đề rất quan trọng để bảo vệ người tiêu dùng triệt để khi giao dịch với thương nhân thông qua phương tiện điện tử. Cuốn sách đi vào việc phân

tích và cách thức triển khai phương thức giải quyết tranh chấp trực tuyến như xây dựng các website giải quyết tranh chấp, tạo dựng các phần mềm giải quyết tranh chấp tự động giữa người tiêu dùng và thương nhân hay tạo các tổ chức hoà giải trực tuyến, vấn đề công nhận kết quả giải quyết tranh chấp…

1.4.Đánh giá kết quả nghiên cứu của các công trình nghiên cứu liên quan đến đề tài luận án

1.4.1. Một số đánh giá, nhận xét chung

Từ việc hệ thống hoá các công trình khoa học khác nhau có liên quan đến đề tài luận án đã được công bố trong thời gian qua có thể thấy một số vấn đề sau:

Thứ nhất, về phương pháp nghiên cứu của các đề tài có liên quan đến luận án: hầu hết các tác giả đều sử dụng một số phương pháp nghiên cứu về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và thương mại điện tử theo hướng tiếp cận các phương pháp như phương pháp luận khoa học duy vật biện chứng, duy vật lịch sử của chủ nghĩa Mác – Lênin; phương pháp thu thập, phân tích số liệu, xử lý thông tin, chắt lọc thông tin (từ thông tin xã hội đến thông tin các bài báo, bài viết, các văn bản quy phạm pháp luật…); phương pháp tổng hợp, phân tích, bình luận, thống kê cũng được áp dụng với tần suất khá nhiều để đưa ra những đánh giá về quan điểm, cách tiếp cận, nhìn nhận vấn đề cần nghiên cứu làm rõ của từng tác giả đã thực hiện các công trình nghiên cứu, đề tài, bài báo, bài viết. Đây được coi là ba phương pháp chính được nhiều tác giả sử dụng nhất khi nghiên cứu các vấn đề về bảo vệ người tiêu dùng và thương mại điện tử nói chung và vấn đề về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử nói riêng.

Thứ hai, về nội dung nghiên cứu: mặc dù tiếp cận theo các cách thức khác nhau với những nội dung khác nhau nhưng những công trình, bài viết của các tác giả đều thể hiện sắc xảo quan điểm của mình về vấn đề cần nghiên cứu, bình luận. Nhiều bài viết, công trình đã đưa ra được những kiến nghị, đề xuất

phù hợp cho việc xây dựng, hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả cho việc xây dựng, hoàn thiện pháp luật trên thực tế. Tuy nhiên, xét ở góc độ tiếp cận toàn diện vấn đề lý luận và thực tiễn của bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử và pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử thì nhiều công trình, bài viết chưa giải quyết triệt để được điều này. Ở góc độ lý luận, nhiều công trình, bài viết mới chỉ dừng lại ở việc đưa ra những định nghĩa, khái niệm riêng biệt về bảo vệ người tiêu dùng và thương mại điện tử trên cơ sở tiếp cận quy phạm pháp luật và thực tiễn diễn ra. Theo đó, với riêng định nghĩa về bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử chưa thực sự được các tác giả nghiên cứu, phân tích rõ. Do đó, sự bức thiết để ra đời một công trình liên quan đến vấn đề bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử tiếp cận trên cả phương diện lý luận và thực tiễn là điều cần thiết và đáng luận bàn.

Thứ ba, bên cạnh việc đã giải quyết được một số vấn đề lý luận về bảo vệ người tiêu dùng hay thương mại điện tử của các học giả nghiên cứu thì các công trình khoa học đã công bố vẫn chưa thể tiếp cận được đa phương diện trong một phạm vi rộng mở vấn đề nghiên cứu mà đề tài luận án thực hiện. Trong khi đó, các khái niệm, định nghĩa, đặc trưng cơ bản của bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử vẫn chưa được nghiên cứu trong tổng hòa mối quan hệ với bảo vệ người tiêu dùng nói chung. Vấn đề đặt ra ở đây đó là nghiên cứu cần có sự tham khảo, so sánh để tìm ra những đặc trưng của bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử và phân tích trên nhiều phương diện. Đối với nội dung này thì nhiều công trình vẫn chưa có cơ hội để thực hiện.

Thứ tư, nhiều công trình khoa học có công bố, chia sẻ về những tranh chấp pháp lý phát sinh khi xác định quyền và nghĩa vụ của các chủ thể liên quan đến bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử. Các tác giả còn đưa ra những phương thức giải quyết tranh chấp đặc thù, giành riêng khi giải quyết tranh chấp trong thương mại điện tử. Hầu hết các tác giả nhận định đúng đắn một phần nhưng chưa xét trên tổng thể mối tương quan của các

giao dịch điện tử trong thời buổi kinh tế - xã hội phát triển như hiện này. Tuy nhiên vấn đề này vẫn có thể được tiếp cận theo định hướng nghiên cứu sâu, rộng và đa dạng hơn.

Thứ năm, trên thực tế, có không ít các công trình đã nói và phân tích về tình hình thực thi pháp luật bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử. Đây đều là những công trình có sự sưu tầm, tìm hiểu các vụ việc tình huống thực tế. Nhiều công trình đã liệt kê và phân tích được tình hình thực thi pháp luật trên thực tế để làm rõ những vấn đề đặt ra nhưng cũng không ít công trình vẫn chưa lột tả hết những "*lỗ hổng"* mà pháp luật còn đang tồn tại qua những tình huống thực tế như vậy. Đây là những hạn chế căn bản liên quan đến việc đóng góp ý kiến xây dựng và hoàn thiện pháp luật mà nhiều công trình trước đó chưa thực hiện được. Cần nghiên cứu trên phương diện quan sát thực tế để đưa ra biện pháp, giải pháp phù hợp cho nội dung này trên thực tế. Đây là hướng luận án tiếp tục đi vào tìm hiểu chuyên sâu và thống kê cụ thể.

Thứ sáu, hiện nay vẫn chưa có công trình khoa học nào đưa ra các kiến nghị, giải pháp một cách tổng thể nhằm nâng cao pháp luật, nâng cao hiệu quả thực hiện trên thực tế, nâng cao ý thức của tổ chức, cá nhân kinh doanh cũng như người tiêu dùng trên thực tế. Hầu hết, các nội dung này vẫn nằm rải rác, chưa được tổng hợp lại trong một chỉnh thể thống nhất. Do vậy, nếu được sắp xếp thống nhất, bao quát và toàn diện thì các nội dung này sẽ có ý nghĩa hơn trong việc giải quyết các vấn đề lý luận, thực tiễn, pháp lý của vấn đề bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử ở Việt Nam.

Nhìn chung, có khá nhiều các công trình như đã kể trên nghiên cứu về vấn đề bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử dước các góc độ, khía cạnh khác nhau. Những công trình, bài viết nêu trên có mối liên hệ mật thiết, đặc biệt đến đề tài luận án này và có ý nghĩa đặc biệt quan trong, làm cơ sở để luận án tham khảo và phát triển những kiến nghị mới, đầy đủ, toàn diện và xác đáng hơn. Các công trình nghiên cứu hiện tại là cơ sở để nghiên cứu sinh đánh giá, tìm hiểu những vấn đề lý luận và thực tiễn xoay quanh nội dung, vấn đề

của luận án. Đặc biệt, những nội dung bỏ ngỏ sẽ là những gợi mở quan trọng để nghiên cứu sinh định hướng cho những vấn đề nghiên cứu tiếp theo mà tác giả sẽ thực hiện để giải quyết các mục tiêu đặt ra đối với luận án. Nghiên cứu sinh nhận thấy rằng, hầu hết các công trình, luận án, đề tài khoa học, sách chuyên khảo, sách tham khảo, các bài viết khác nhau đều là những tài liệu tham khảo hữu ích, có giá trị khoa học cho chính luận án này trong quá trình thực hiện và hoàn thành.

Luận án sẽ tập trung nghiên cứu các vấn đề liên quan đến bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử ở Việt Nam về cả khía cạnh lý luận cũng như thực tiễn. Trong quá trình nghiên cứu và tìm hiểu các công trình khoa học trước đó, nghiên cứu sinh đưa ra một số đánh giá, nhận định sau liên quan đến từng khía cạnh của vấn đề bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử tại Việt Nam như sau:

1.4.2. Đánh giá kết quả nghiên cứu của các công trình nghiên cứu lý luận bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử

Có rất nhiều các công trình, đặc biệt là sách, đề tài khoa học, luận án, bài viết nghiên cứu chuyên sâu và có hệ thống các vấn đề lý luận liên quan đến bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử. Trong số các công trình kể trên, có những công trình đã đi sâu nghiên cứu và đưa ra những cơ sở lý luận, khoa học cho khái niệm bảo vệ người tiêu dùng và thương mại điện tử. Đồng thời có không ít các công trình đi vào nghiên cứu đặc trưng của bảo vệ người tiêu dùng hay thương mại điện tử ở Việt Nam hay các nước trên thế giới và rút ra các bài học kinh nghiệm cũng như các giải pháp hoàn thiện cơ sở lý luận về bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử ở Việt Nam.

Tiếp cận dưới góc độ lý luận các công trình đã làm sáng tỏ được những nội dung liên quan đến khái niệm, định nghĩa về thương mại điện tử. Thương mại điện tử được biết đến với nhiều tên gọi khác nhau, như "thương mại điện tử" (Electronic commerce), "thương mại trực tuyến" (online trade), "thương mại không giấy tờ" (paperless commerce) hoặc "kinh doanh điện tử" (e-

business). Tuy nhiên, "thương mại điện tử" vẫn là tên gọi phổ biến nhất và được dùng thống nhất trong các văn bản hay công trình nghiên cứu của các tổ chức hay các nhà nghiên cứu. Theo nghĩa hẹp, thương mại điện tử là việc mua bán hàng hóa và dịch vụ thông qua các phương tiện điện tử và mạng viễn thông, đặc biệt là máy tính và internet. Theo nghĩa rộng: Thương mại điện tử là việc trao đổi thông tin thương mại thông qua các phương tiện điện tử, không cần phải in ra giấy bất cứ công đoạn nào của toàn bộ quá trình giao dịch.

Qua nghiên cứu và tìm hiểu, có không ít các công trình hiện nay dù khai thác ở những góc độ khác nhau nhưng đều đồng nhất quan điểm thương mại điện tử được phát triển chủ yếu dựa trên nền tảng mạng internet.

Hiện nay, các công trình, bài viết nghiên cứu về lý luận thương mại điện tử đã giải quyết được các vấn đề liên quan đến bản chất của thương mại điện tử dưới các cách tiếp cận khác nhau, nhưng chủ yếu bao gồm các đặc trưng sau đây: *Thứ nhất*, các bên trong thương mại điện tử không trực tiếp tiếp xúc với nhau mà thực hiện giao dịch qua phương tiện điện tử; *Thứ hai*, thương mại điện tử cho phép các bên thực hiện giao dịch 24/24 giờ, tất cả các ngày trong năm và không bị giới hạn bởi phạm vi địa lý; *Thứ ba*, trong thương mại điện tử phải có tối thiểu ba chủ thể tham gia, bao gồm các bên tham gia giao dịch và sự tham gia của bên thứ ba đó là các cơ quan cung cấp dịch vụ mạng và cơ quan chứng thực, đây là những người tạo môi trường cho thương mại điện tử; *Thứ tư*, thương mại điện tử đòi hỏi các bên trong giao dịch phải có một trình độ công nghệ thông tin nhất định.

Bên cạnh đó, các công trình nghiên cứu đã đưa ra các luận điểm định nghĩa về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng nói chung chứ chưa đi vào phân tích một cách chi tiết về vai trò và sự cần thiết phải bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử. Do vậy, đây cũng là một gợi ý mở về khía cạnh tiếp cận bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử.

Hiện nay, hầu hết các học giả nghiên cứu đang chưa có sự liên kết giữa vấn đề bảo vệ người tiêu dùng với thương mại điện tử mà thường chỉ xem xét các khía cạnh nhỏ của quyền lợi người tiêu dùng trong vấn đề lý luận về thương mại điện tử. Theo cách tiếp cận này, bảo vệ người tiêu dùng bị xé nhỏ thành nhiều vấn đề khác nhau như bảo mật thông tin, an toàn thanh toán, quyền và nghĩa vụ của các bên khi giao kết hợp đồng điện tử... trong một lĩnh vực rộng lớn là thương mại điện tử. Cách tiếp cận này khiến cho cơ sở lý luận về bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử trở nên chung chung, không nhất quán, thiếu sự đồng bộ và nhỏ bé. Do đó, đây là mấu chốt để nghiên cứu sinh nghiên cứu sâu hơn, làm rõ cơ sở lý luận của vấn đề bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử như là một chế định pháp luật nhằm làm sáng tỏ các vấn đề liên quan.

1.4.3. Đánh giá kết quả nghiên cứu của các công trình nghiên cứu quy định pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử

Hiện nay, các công trình nghiên cứu liên quan đến nội dung quy định pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cũng như thương mại điện tử đã phân tích, luận giải được một số vấn đề liên quan đến bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử. Hầu hết các công trình tiếp cận theo hướng xác định những vấn đề trọng tâm, cốt lõi của pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng hay thương mại điện tử sau đó xem xét việc có hay không có những hạn chế, bất cập nào và đề xuất hướng hoàn thiện sao cho phù hợp với nhu cầu và thực trạng trên thực tế. Tuy nhiên chưa có một công trình nào nghiên cứu chuyên sâu về các quy định của pháp luật liên quan trực tiếp tới vấn đề bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử như quyền và nghĩa vụ của người tiêu dùng trong thương mại điện tử, trách nhiệm của thương nhân đối với người tiêu dùng trong thương mại điện tử, chế tài xử lý vi phạm và phương thức giải quyết tranh chấp trong thương mại điện tử giữa người tiêu dùng với thương nhân.

Thực tế cho thấy, nhiều công trình triển khai các nội dung trong tiến trình hoàn thiện quy định pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng hay thương mại điện tử ở các khía cạnh như bình luận các quy định pháp luật, đánh giá tình phù hợp của các quy phạm pháp luật, đưa ra những góp ý, đề xuất, kiến nghị tăng cường hiệu quả quản lý nhà nước đối với bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng hay thương mại điện tử. Một số công trình, bài viết khác thì lại tiếp cận theo hướng nghiên cứu thực trạng thực thi pháp luật trên thực tế, những khúc mắc, khó khăn, hạn chế để từ đó đề xuất các phương pháp, giải pháp giải quyết cho phù hợp, kịp thời đối với những vấn đề riêng lẻ có liên quan tới bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử.

Nhìn chung, các vấn đề pháp luật liên quan tới vấn đề cụ thể là bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử vẫn còn ở ngưỡng chung chung, chưa cụ thể, chi tiết, rải rác ở nhiều công trình nghiên cứu chuyên sâu về bảo vệ người tiêu dùng hoặc nghiên cứu về thương mại điện tử. Do đó, đây cũng là những gợi ý để nghiên cứu sinh tiếp thu và cố gắng hoàn thiện luận án của mình liên quan đến việc tiếp cận toàn diện pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử ở Việt Nam.

1.4.4. Đánh giá kết quả nghiên cứu của các công trình nghiên cứu tổ chức thực thi và phương hướng hoàn thiện quy định pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử

Vấn đề liên quan đến việc tổ chức thực thi và phương hướng hoàn thiện quy định pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng hay thương mại điện tử cũng được nhiều công trình, bài viết đề cập, tiêu biểu là một số công trình đã liệt kê nói trên. Trong số đó, có một số công trình đã đưa ra những giải pháp, kiến nghị quan trọng nhằm giải quyết tốt mối quan hệ và cân bằng được lợi ích giữa hai chủ thể cơ bản liên quan đến bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử gồm: thương nhân và người tiêu dùng. Chúng ta đều biết rằng người tiêu dùng là bên yếu thế hơn trong quan hệ với tổ chức, cá nhân kinh doanh, đặc biệt trong môi trường thương mại điện tử có quá nhiều rủi ro

giành cho người tiêu dùng, vậy nên cần hoàn thiện pháp luật với mục tiêu đảm bảo quyền lợi cho người tiêu dùng trên thực tế.

Tuy nhiên, các công trình nghiên cứu mới chỉ khai thác một vài khía cạnh trong hướng hoàn thiện pháp luật, một là bảo vệ người tiêu dùng và hai là thương mại điện tử chứ chưa kết hợp hai mặt này với nhau để có cái nhìn tổng quát, đa chiều về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử.

Qua nghiên cứu, tổng hợp tài liệu, nghiên cứu sinh nhận thấy rằng nhiều công trình nghiên cứu về các cách thức hoàn thiện pháp luật hoặc tăng cường hiệu quả thực thi pháp luật về các vấn đề liên quan tới bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử nhưng các công trình, bài viết này vẫn chưa thực sự phân tích logic các vấn đề từ hạn chế tới cách khắc phục mà thường đưa ra các quan điểm về các vấn đề rải rác như bảo mật thông tin, cơ chế giải quyết tranh chấp hay phòng tránh rủi ro khi giao kết hợp đồng điện tử . Đây cũng là một nội dung đáng cân nhắc để nghiên cứu sinh rút ra kinh nghiệm trong quá trình nghiên cứu, thực hiện đề tài luận án này.

2. Định hướng nghiên cứu của luận án

Nắm bắt được tinh thần, quan điểm nghiên cứu từ góc độ lý luận đến thực tiễn của các công trình khoa học đã hệ thống hoá ở trên, nghiên cứu sinh cho rằng vấn đề bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử là một trong những vấn đề mang tính thời sự của lĩnh vực pháp luật bảo vệ người tiêu dùng. Đây cũng là vấn đề được nhiều học giả, đặc biệt các học giả về kinh tế và pháp luật kinh tế quan tâm nghiên cứu, tìm hiểu. Do vậy, việc tìm hiểu, nghiên cứu các vấn đề từ góc độ lý luận đến góc độ thực tiễn liên quan đến bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử ở Việt Nam luôn là vấn đề "nóng hổi", phức tạp nhưng cũng mang nhiều ý nghĩa thiết thực đối với đời sống xã hội, chính trị - kinh tế ở nước ta, đặc biệt là đối với hoạt động lập pháp của Việt Nam.

Đề tài luận án: *"Pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử ở Việt Nam"* trong bối cảnh tình hình xâm phạm quyền lợi của người tiêu dùng khi giao kết hợp đồng thương mại điện tử đang diễn ra với số lượng ngày càng tăng và phương thức thì cực kỳ đa dạng. Nhìn chung, trước đó, có nhiều công trình khoa học, bài viết viết xoay quanh chủ đề này những chưa được tiếp cận toàn diện hoặc đã tiếp cận những chưa ở mức độ sâu sắc, khúc chiết nên luận án của nghiên cứu sinh sẽ tiếp tục nghiên cứu và giải quyết những tồn đọng về quan điểm của còn hiện hữu, đồng thời, luận án cũng đi sâu phân tích, bình luận tổng thể các vấn đề liên quan đến bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử dước các góc độ lý luận và thực tiễn. Do đó luận án sẽ triển khai và nghiên cứu các nội dung trọng tâm như sau:

Thứ nhất, đưa ra khái niệm về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử, chỉ ra điểm đặc thù bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử với các hoạt động bảo vệ người tiêu dùng nói chung cũng như sự cần thiết phải bảo vệ người tiêu dùng trong các hoạt động thương mại điện tử đặc biệt là mua bán hàng hoá qua mạng internet.

Thứ hai, nghiên cứu, xây dựng khái niệm và xác định cấu trúc pháp luật điều chỉnh vấn đề bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử từ đó xác định các yếu tố ảnh hưởng đến pháp luật điều chỉnh vấn đề này. Bằng việc nghiên cứu, vận dụng kiến thức từ các nguồn tài liệu về pháp luật bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử ở các nước trên thế giới, luận án nhận xét những quy định nào phù hợp với hoàn cảnh của Việt Nam và đánh giá khả năng áp dụng những quy định này ở nước ta.

Thứ ba, nghiên cứu lý luận và thực tiễn một số nội dung pháp luật điều chỉnh vấn đề bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử tại Việt Nam gồm quy định về quyền và nghĩa vụ của người tiêu dùng trong thương mại điện tử; trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh đối với người tiêu dùng khi giao kết hợp đồng điện tử; chế tài xử lý hành vi vi phạm và phương thức giải quyết tranh chấp đặc thù giữa thương nhân và người tiêu dùng trong thương mại điện tử.

Thứ tư, từ những vấn đề nghiên cứu và giải quyết, luận án đưa ra giải pháp hoàn thiện pháp luật điều chỉnh vấn đề bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử tại Việt Nam, và tăng cường hiệu quả thực thi. Giải pháp vừa có tính tổng thể vừa có tính chất chi tiết để đảm bảo tính khả thi khi áp dụng trên thực tế.

3. Cơ sở lý thuyết của luận án

3.1. Các lý thuyết nghiên cứu

Luận án này được nghiên cứu dựa trên những lý thuyết sau:

- Lý thuyết về các quyền cơ bản của người tiêu dùng. "Người tiêu dùng, theo định nghĩa, bao gồm tất cả chúng ta" đây là lời mở đầu trong một thông điệp đặc biệt của Tổng thống Hoa Kỳ Kennedy gửi Quốc hội Hoa Kỳ vào năm 1962. Trong thông điệp này Tổng thống Kennedy cũng đã đưa ra bốn quyền cơ bản của người tiêu dùng và sau đó được Quốc tế Người tiêu dùng bổ sung thêm và hiện nay gồm tám quyền cơ bản đó là: Quyền được thoả mãn các nhu cầu cơ bản; Quyền được an toàn; Quyền được thông tin; Quyền được lựa chọn; Quyền được lắng nghe; Quyền đòi bồi thường; Quyền được giáo dục và Quyền được hưởng môi trường lành mạnh. Để đảm bảo các quyền cơ bản của người tiêu dùng, đặc biệt trong sự phát triển của thương mại điện tử, đặt ra những yêu cầu thực tế và cấp thiết nhằm nghiên cứu giải pháp hoàn thiện pháp luật.

- Lý thuyết về bảo vệ người yếu thế. Trong quan hệ pháp luật nói chung và quan hệ pháp luật dân sự nói riêng, người yếu thể được hiểu là người không có (hoặc khó có) khả năng tự thực hiện hành vi để hưởng quyền, không có (hoặc khó có) khả năng để tự bảo vệ hoặc là bên không có (hoặc khó có) sự bình đẳng so với chủ thể khác. Người tiêu dùng được coi là bên yếu thế trong mối quan hệ với tổ chức, cá nhân kinh doanh. Do vậy, Nhà nước đã thông qua các quy định của pháp luật góp phần giảm thiểu và làm cho địa vị của họ được cân bằng để bảo đảm quyền, lợi ích hợp pháp cho những người yếu thế trong xã hội, trong đó có người tiêu dùng.

- Lý thuyết về bất cân xứng thông tin. Thông tin bất cân xứng (*tiếng Anh: asymmetric information*), trong kinh tế học, là trạng thái bất cân bằng trong cơ cấu thông tin - giữa các chủ thể giao dịch có mức độ nắm giữ thông tin không ngang nhau. Một người sẽ có thông tin nhiều hơn so với người khác về đối tượng được giao dịch. Trong giao dịch tiêu dùng, người tiêu dùng bị hạn chế về khả năng tiếp cận thông tin, khả năng kiểm định tính chính xác của thông tin nên có thể phải gánh chịu những bất lợi do sự phi đối xứng thông tin này đem lại. Do đó, quy định pháp luật cũng như thực tế thi hành pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng phải chú ý tới vấn đề này nhằm đưa ra những giải pháp khắc phục các yếu thế về thông tin của người tiêu dùng khi tham gia thương mại điện tử.

3.2. Câu hỏi nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu

Với vấn đề "Pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử ở Việt Nam", người viết nêu ra một số câu hỏi và giả thuyết nghiên cứu sau:

Câu hỏi 1: Khái niệm người tiêu dùng trong thương mại điện tử và bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử? Hoạt động bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử có những nét đặc thù riêng biệt nào so với bảo vệ người tiêu dùng truyền thống?

Giả thuyết 1: Người tiêu dùng khi tham gia thương mại điện tử đạt được nhiều lợi ích nhưng cũng phải đối mặt với rất nhiều rủi ro so với giao dịch theo phương thức truyền thống do hoạt động thương mại điện tử có nhiều đặc điểm khác biệt so với thương mại truyền thống. Từ đó, yêu cầu pháp luật bảo vệ người tiêu dùng khi giao dịch điện tử có những đặc trưng riêng, đáp ứng tốc độ phát triển của thương mại điện tử, đảm bảo quyền lợi cho người tiêu dùng.

Câu hỏi 2: Nội dung các chế định pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử và thực trạng pháp luật Việt Nam về vấn đề này?

Giả thuyết 2: Các chế định pháp luật quan trọng khi điều chỉnh vấn đề bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử gồm: quyền của người tiêu dùng trong hoạt động thương mại điện tử; trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh đối với người tiêu dùng trong hoạt động thương mại điện tử; phương thức giải quyết tranh chấp; hệ thống thiết chế bảo vệ người tiêu dùng; các chế tài xử lý vi phạm.

Câu hỏi 3: Hoàn thiện pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử cần dựa trên các định hướng gì và giải pháp cụ thể như thế nào?

Giả thuyết 3: Trả lời cho câu hỏi có cần thiết phải xây dựng và hoàn thiện về pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử với tình hình công nghệ thông tin ở Việt Nam hiện nay là một vấn đề vô cùng cấp bách. Trên cơ sở nghiên cứu pháp luật nước ngoài và nghiên cứu các vấn đề xoay quanh bản chất và nội dung của hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử sẽ làm rõ phương hướng hoàn thiện pháp luật tại Việt Nam hiện nay cho phù hợp với tình hình kinh tế- xã hội, đảm bảo cho quyền lợi của người tiêu dùng trên thực tế. Đồng thời, tăng cường khả năng thực thi các quy định pháp luật, phối hợp hành động giữa các cơ quan quản lý nhà nước, doanh nghiệp và bản thân người tiêu dùng.

KẾT LUẬN PHẦN TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU

Lý luận và pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử là một vấn đề được quan tâm nghiên cứu cả trong và ngoài nước. Các nghiên cứu đi trước có ý nghĩa nhất định cho việc đặt nền móng cho các nghiên cứu tiếp theo, trong đó có Luận án này. Tuy nhiên, chưa có một nghiên cứu nào nghiên cứu một cách có hệ thống, đánh giá một cách tổng thể các quy định của pháp luật Việt Nam về vấn đề bảo vệ quyền lợi cho người tiêu dùng khi họ tham gia vào hoạt động thương mại điện tử.

Qua việc đánh giá tình hình nghiên cứu đề tài trong và ngoài nước, nghiên cứu sinh cho rằng việc thực hiện nghiên cứu pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử ở Việt Nam trong bối cảnh hiện nay là hết sức cần thiết. Nội dung nghiên cứu của luận án là hệ thống hóa và hoàn thiện những vấn đề lý luận; phân tích và đánh giá các quy định của pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử ở Việt Nam hiện nay để từ đó đề xuất các giải pháp hoàn thiện các quy định và cơ chế thực thi pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử tại Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế. Kết quả nghiên cứu của Luận án hy vọng sẽ có ý nghĩa đáng kể cho việc đảm bảo quyền lợi cho người tiêu dùng, tăng cường niềm tin của người tiêu dùng khi tham gia giao dịch điện tử đồng thời góp phần phát triển nền thương mại điện tử ở Việt Nam.

Chương 1: NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VÀ PHÁP LUẬT BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

1.1. Khái quát về thương mại điện tử và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử

1.1.1. Khái quát về thương mại điện tử

1.1.1.1. Khái niệm thương mại điện tử

Sự phát triển và bùng nổ của hệ thống mạng Internet và công nghệ thông tin đã tạo nền tảng cơ sở cho sự ra đời của thương mại điện tử, đánh dấu những thay đổi đáng kinh ngạc trong hoạt động thương mại trên toàn cầu. Từ những năm 1960, ứng dụng thương mại đầu tiên của máy tính đã được thực hiện với hình thức là máy ghi và thanh toán điện tử. Như vậy có thể thấy máy tính đã được áp dụng vào thương mại trước khi internet ra đời. Vào khoảng những năm 1970 – 1980, các doanh nghiệp liên tục mở rộng việc ứng dụng công nghệ thông tin vào sản xuất kinh doanh như: gửi nhận các đơn đặt hàng, hóa đơn và thông báo vận chuyển bằng phương thức điện tử qua dịch vụ trao đổi thông điệp dữ liệu điện tử (EDI). Thương mại điện tử bắt đầu phát triển mạnh mẽ vào những năm 1990 sau khi internet ra đời. Như vậy, dù không còn xa lạ gì với thế giới, nhưng phải đến những năm gần đây TMĐT mới được du nhập vào Việt Nam và ngày càng trở nên phổ biến.

Mặc dù đã xuất hiện khá lâu nhưng đến thời điểm này vẫn còn tồn tại nhiều cách hiểu khác nhau về TMĐT. Thuật ngữ "Thương mại điện tử" là cụm từ được dịch ra trong tiếng anh là "electronic commerce" (viết tắt là e-commerce), thể hiện bản chất của thương mại điện tử được công nhận rộng rãi đó là sự kết hợp của hai yếu tố "thương mại" ("commerce") và điện tử ("electronic"). Nói cụ thể hơn, thương mại điện tử được hiểu là một lĩnh vực mà các hoạt động thương mại được hỗ trợ bởi các phương tiện, công cụ điện tử.

Tuy nhiên, ngay chính định nghĩa của hai yếu tố này không hoàn toàn thống nhất do những quan niệm khác nhau về phạm vi và quy mô của chúng,[1] vì vậy cũng chưa có một khái niệm chung trên toàn thế giới về TMĐT. Trong lĩnh vực pháp luật, có hai định nghĩa chính về TMĐT được ghi nhận đó là TMĐT theo nghĩa rộng và theo nghĩa hẹp.

Theo nghĩa rộng, TMĐT là toàn bộ các hoạt động thương mại được thực hiện thông qua các phương tiện điện tử nói chung như fax, điện thoại, các hệ thống máy tính kết nối với nhau thông qua mạng lưới như Internet... Đây là định nghĩa được ghi nhận tiêu biểu trong Luật mẫu về thương mại điện tử năm 1996 của Ủy ban Luật Thương mại Quốc tế của Liên hợp quốc (UNCITRAL) và Sáng kiến của Châu Âu về Thương mại Điện tử.

Trong Luật mẫu của UNCITRAL về thương mại điện tử, TMĐT là việc sử dụng *"thông tin dưới dạng một thông điệp dữ liệu trong khuôn khổ các hoạt động thương mại"*. Theo đó, "thương mại" trong TMĐT được hiểu trong một phạm vi rất rộng, bao gồm mọi vấn đề phát sinh từ mối quan hệ mang tính chất thương mại dù có hay không có hợp đồng như các giao dịch liên quan đến cung cấp hoặc trao đổi hàng hóa hoặc dịch vụ; thỏa thuận phân phối, đại diện hoặc đại lý thương mại, ủy thác hoa hồng, cho thuê dài hạn, xây dựng các công trình, tư vấn, đầu tư, cấp vốn, liên doanh; … các hình thức khác về hợp tác công nghiệp hoặc kinh doanh; chuyên chở hàng hóa hay hành khách bằng đường biển, đường không, đường sắt hoặc đường bộ. Đồng thời, phương tiện điện tử cũng được khái quát theo yếu tố chung nhất là thông điệp dữ liệu, *"thông tin được tạo ra, gửi đi tiếp nhận hoặc lưu trữ bằng phương tiện điện tử, quang học và các phương tiện tương tự, bao gồm, nhưng không hạn chế ở, trao đổi dữ liệu điện tử (EDI), thư điện tử, điện báo hoặc fax"*.[2] Thông điệp dữ liệu chính là phần nội dung, cốt lõi được trao đổi thông qua các phương tiện điện tử nói

[1] Hoàng Thị Phương Thảo (2016), Thương mại điện tử, NXB. Lao động, tr.2.
[2] Luật Mẫu của UNCITRAL về thương mại điện tử năm 1996, Điều 1.

chung cho thấy phạm vi và quy mô rộng lớn của yếu tố "điện tử" trong TMĐT chứ không phải chỉ thông qua một số phương tiện điện tử nhất định nào.

Theo định nghĩa của Ủy ban Châu Âu, TMĐT là việc thực hiện hoạt động kinh doanh qua các phương tiện điện tử[3]. Cụ thể, thương mại trong TMĐT gồm nhiều hành vi, trong đó có các hoạt động mua bán hàng hóa và dịch vụ qua phương tiện điện tử, giao nhận các nội dung kỹ thuật số trên mạng, chuyển tiền điện tử, mua bán cổ phiếu điện tử, vận đơn điện tử, đấu giá thương mại, hợp tác thiết kế, mua sắm công cộng, tiếp thị trực tiếp người tiêu dùng và các dịch vụ bán hàng. Ngoài thương mại hàng hóa, TMĐT được thực hiện đối với cả kinh doanh hàng hóa hữu hình và kinh doanh dịch vụ, bên cạnh đó còn bao gồm cả những hoạt động truyền thống, công ích và các hoạt động kinh doanh mới như siêu thị ảo. Tương tự như quy định của Luật mẫu, Ủy ban Châu Âu cũng nêu ra thuật ngữ *"dữ liệu điện tử"* cho thấy phạm vi bao trùm của phương tiện điện tử trong TMĐT. Các hoạt động thương mại sẽ được thực hiện dựa trên việc xử lý và truyền dữ liệu điện tử dưới dạng chữ, âm thanh và hình ảnh.

Có thể kết luận rằng, TMĐT hiểu theo nghĩa rộng là việc toàn bộ các hoạt động tài chính và thương mại được thực hiện nhờ cơ sở dữ liệu được truyền tải thông qua tất cả các phương tiện điện tử chứ không chỉ qua hệ thống mạng Internet. Không thể phủ nhận tính bao trùm, tổng quát vấn đề của định nghĩa này vì thực tiễn đây là một hoạt động có phạm vi rộng lớn và có tốc độ phát triển nhanh chóng. Theo định nghĩa này, TMĐT không phải là vấn đề mới mẻ và đã tồn tại từ rất lâu với sự ra đời sơ khai của những phương tiện như telex, fax...[4]

Theo nghĩa hẹp, TMĐT bao gồm những hoạt động thương mại được thực hiện thông qua mạng Internet. Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) và Tổ chức Hợp tác và Phát triển kinh tế (OECD) đã ghi nhận định nghĩa TMĐT theo xu hướng này.

[3] “Sáng kiến của Châu Âu về Thương mại Điện tử”, Phần I - Cuộc cách mạng Thương mại Điện tử.
[4] Ao Thu Hoài (2015), Thương mại điện tử, NXB. Thông tin và Truyền thông, tr. 24-26.

Định nghĩa về TMĐT được WTO đưa ra đó là: *"TMĐT bao gồm việc sản xuất, quảng cáo, bán hàng và phân phối sản phẩm được mua bán và thanh toán trên mạng Internet, nhưng được giao nhận một cách hữu hình, cả các sản phẩm giao nhận cũng như những thông tin số hóa thông qua mạng internet"*[5]. Thương mại ở trong định nghĩa này đã có phạm vi hẹp xoay quanh việc sản xuất, mua bán và thanh toán sản phẩm dựa trên phương tiện điện tử là mạng Internet.

Thuật ngữ "thương mại điện tử" đã được Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế (OECD) giải thích như sau: "*Thương mại điện tử là việc bán hoặc mua hàng hóa, dịch vụ giữa thương nhân, hộ gia đình, cá nhân, chính phủ, các tổ chức công cộng hoặc tổ chức tư nhân, được thực hiện thông qua mạng máy tính. Hàng hóa, dịch vụ được đặt hàng trên mạng, nhưng việc thanh toán và giao hàng có thể được thực hiện trên mạng hoặc được thực hiện trực tiếp*"[6]. Như vậy, theo OECD, giao dịch thương mại điện tử trước hết là giao dịch mua bán và có thể diễn ra giữa thương nhân với thương nhân, thương nhân với người tiêu dùng hay thương nhân với chính phủ, nhưng quan trọng là nó phải được thực hiện thông qua mạng internet chứ không phải là dạng giao dịch truyền thống thông qua hợp đồng trên giấy. Khái niệm này đã giới hạn phạm vi của phương tiện được sử dụng trong thương mại điện tử chỉ bao gồm có mạng internet, không bao gồm các phương tiện khác như điện thoại, truyền hình, fax….

Trên thực tế, các phương tiện thực hiện thương mại điện tử (hay còn gọi là phương tiện điện tử) bao gồm: điện thoại, fax, truyền hình, điện thoại không dây, các mạng máy tính có kết nối với nhau và mạng internet. Tuy nhiên, thương mại điện tử được thực hiện chủ yếu qua internet và chỉ thực sự phát

[5] Marc Bacchetta (1998), Thương mại Điện tử và vai trò của WTO, WTO PUBLICATION, tr. 1.

[6] OECD (2011), OECD Guide to Measuring the Information Society, nguồn: https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=472 ngày truy cập 18/12/2021.

triển khi mạng internet được phổ cập. Mặc dù vậy, trong thời gian gần đây, các giao dịch được thực hiện thông qua nhiều phương tiện điện tử đa dạng hơn, đặc biệt là giao dịch thông qua các thiết bị điện tử di động. Do đó không nên gói gọn thương mại điện tử chỉ là những giao dịch được thực hiện qua mạng internet mà nên mở rộng phạm vi các loại phương tiện điện tử rộng hơn nữa.

Trong pháp luật Việt Nam, NĐ 52/2013/NĐ-CP đã đưa ra định nghĩa về hoạt động thương mại điện tử tại khoản 1 Điều 3 như sau: *"Hoạt động thương mại điện tử là việc tiến hành một phần hoặc toàn bộ quy trình của hoạt động thương mại bằng nhiều phương tiện điện tử có kết nối với mạng Internet, mạng viễn thông di động hoặc các mạng mở khác"*. Có thể nhận thấy, quan điểm này của pháp luật Việt Nam có những điểm tương đồng với định nghĩa rộng của TMĐT khi không giới hạn phạm vi của các hoạt động thương mại hay chỉ tập trung vào nền tảng Internet khi Luật Giao dịch điện tử đã quy định: "*Phương tiện điện tử là phương tiện hoạt động dựa trên công nghệ điện, điện tử, kỹ thuật số, từ tính, truyền dẫn không dây, quang học, điện từ hoặc công nghệ tương tự*"[7]. Đời sống của người dân ngày càng cao, công việc của họ ngày càng bận rộn, họ có nhu cầu rất lớn cho việc mua sắm hàng hóa, dịch vụ qua internet hay qua điện thoại. Để phục vụ cho những nhu cầu này, doanh nghiệp đã chú trọng đầu tư vào việc xây dựng hệ thống bán hàng qua mạng internet hay bán hàng qua truyền hình nhằm mục đích quảng cáo các loại hàng hóa, dịch vụ mà mình cung cấp rồi ký kết các hợp đồng với NTD, tất cả đều được thực hiện thông qua các phương tiện điện tử. Như vậy, khái niệm "thương mại điện tử" theo pháp luật Việt Nam đã không bó hẹp phạm vi các phương tiện thực hiện giao dịch mà bao gồm nhiều loại phương tiện khác nhau, từ truyền hình, điện thoại, fax cho đến mạng internet. Phạm vi điều chỉnh như vậy là phù hợp với tình hình của Việt Nam hiện nay, khi điện thoại di động, tivi và máy tính có kết nối internet ngày càng phổ biến, tham gia vào hầu hết các hoạt động của người dân, từ học tập, giải trí cho đến mua sắm tiêu dùng.

[7] Khoản 10 Điều 4 Luật Giao dịch điện tử năm 2005

1.1.1.2. Đặc điểm của thương mại điện tử

Về bản chất, thương mại điện tử vẫn có những nội dung cơ bản như thương mại truyền thống. Nhưng thương mại điện tử khác với thương mại truyền thống ở cách thức thực hiện, đó là thông qua phương tiện điện tử. Chính vì sự khác biệt này khiến cho thương mại điện tử có những đặc trưng riêng biệt, cụ thể là:

Thứ nhất, các bên trong thương mại điện tử không trực tiếp tiếp xúc với nhau mà thực hiện giao dịch qua phương tiện điện tử. Trong các giao dịch thương mại truyền thống các bên phải gặp gỡ nhau trực tiếp để tiến hành đàm phán và ký kết hợp đồng. Còn trong giao dịch thương mại điện tử, nhờ việc sử dụng các phương tiện điện tử có kết nối với mạng toàn cầu, chủ yếu là sử dụng mạng internet, nên các bên tham gia vào giao dịch không phải gặp gỡ nhau trực tiếp mà vẫn có thể đàm phán, giao dịch được với nhau dù cho các bên tham gia giao dịch đang ở bất cứ quốc gia nào[8]. Quá trình giao kết hợp đồng có thể bao gồm nhiều bước từ tìm kiếm bạn hàng, giới thiệu sản phẩm, chào hàng, đàm phán hợp đồng, ký kết hợp đồng… Nếu như được thực hiện theo cách thức truyền thống, trực tiếp gặp mặt thì sẽ tốn rất nhiều thời gian và chi phí, tuy nhiên, chỉ cần sử dụng phương tiện điện tử là các bên đã có thể thực hiện tất cả quá trình trên trong thời gian ngắn và không cần thiết phải tiếp xúc với nhau, tiết kiệm được chi phí và nhân lực rất nhiều. Do đó, càng ngày càng có nhiều doanh nghiệp áp dụng phương tiện điện tử vào trong công việc kinh doanh của mình.

Thứ hai, thương mại điện tử cho phép các bên thực hiện giao dịch 24/24 giờ, tất cả các ngày trong năm và không bị giới hạn bởi phạm vi địa lý. Thương mại điện tử được thực hiện trong một thị trường không có biên giới, hay thị trường toàn cầu. Các bên trong giao dịch có thể đang ở những quốc gia khác nhau nhưng chỉ cần một cú nhấp chuột khi vào website bán hàng, một bản fax là các bên đã có thể tiến hành giao dịch. Chính vì lẽ đó mà các doanh nghiệp

[8] Đại học ngoại thương Hà Nội (2010), *Giáo trình thương mại điện tử*, tr 19.

dễ dàng và nhanh chóng tiếp cận được với khách hàng, lựa chọn được nhà cung ứng tốt nhất và những đối tác kinh doanh phù hợp nhất.

Thứ ba, trong thương mại điện tử phải có tối thiểu ba chủ thể tham gia, bao gồm các bên tham gia giao dịch và sự tham gia của bên thứ ba đó là các cơ quan cung cấp dịch vụ mạng và cơ quan chứng thực. Sự xuất hiện của bên thứ ba này đã làm cho TMĐT khác biệt với thương mại truyền thống. Trong thương mại truyền thống cũng có thể có sự tham gia của ba, thậm chí là bốn hoặc năm bên, nhưng các chủ thể này tham gia với vai trò là các bên của hợp đồng thương mại và cùng hướng tới một bản hợp đồng. Còn bên thứ ba tham gia vào hoạt động TMĐT tham gia với vai trò tạo môi trường cho các giao dịch TMĐT. Với đặc trưng là được thực hiện thông qua phương tiện điện tử, các nhà cung cấp dịch vụ mạng cần phải bảo đảm duy trì hệ thống mạng luôn ở trong trạng thái tốt để phục vụ cho các nhu cầu giao dịch ở khắp mọi nơi trên thế giới, nếu hệ thống mạng gặp vấn đề trục trặc, ngay lập tức sẽ ảnh hưởng đến việc giao dịch của các bên liên quan. Ngoài ra, các cơ quan chứng thực sẽ đảm bảo các hợp đồng được ký kết không thể bị giả mạo và bị phủ nhận nếu có tranh chấp phát sinh. Nhà cung cấp dịch vụ mạng và cơ quan chứng thực tuy không tham gia vào việc đàm phán, giao kết hợp đồng điện tử nhưng đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo tính hiệu quả và giá trị pháp lý cho giao dịch điện tử.

Thứ tư, thương mại điện tử đòi hỏi các bên tham gia phải có một trình độ công nghệ thông tin nhất định. Thương mại điện tử được thực hiện dựa trên việc sử dụng các phương tiện kỹ thuật hiện đại, đó là những công nghệ như công nghệ điện tử, kỹ thuật số, từ tính, quang học, các công nghệ truyền dẫn không dây… Do đó, để thực hiện một hoạt động thương mại điện tử, đòi hỏi các bên phải có một trình độ nhất định trong việc sử dụng các phương tiện kỹ thuật này, nhằm tránh các sai sót có thể xảy ra. Đồng thời, cần phải xây dựng và không ngừng nâng cao trình độ công nghệ thông qua việc phát triển cơ sở hạ tầng phục vụ cho thương mại điện tử như mạng máy tính băng thông rộng hay mạng không dây….

1.1.1.3. Phân loại thương mại điện tử

Có nhiều tiêu chí khác nhau để phân loại thương mại điện tử, như:

- Phân loại theo phương tiện điện tử được sử dụng: Thương mại điện tử thực hiện qua điện thoại, TMĐT thực hiện qua fax, TMĐT qua máy tính và mạng internet…

- Phân loại theo đối tượng tham gia: có ba chủ thể chính tham gia vào thương mại điện tử bao gồm: Chính phủ (G)[9], Thương nhân (B)[10], NTD (C)[11]. Tùy vào sự kết hợp của các chủ thể sẽ tạo ra những hình thức thương mại điện tử khác nhau, sau đây là những mô hình thương mại điện tử phổ biến hiện nay:

+ TMĐT giữa Thương nhân với Thương nhân (B2B[12])

B2B là loại hình giao dịch TMĐT thông qua các phương tiện điện tử giữa thương nhân với thương nhân. Các giao dịch giữa thương nhân có thể được thực hiện qua các sàn giao dịch thương mại điện tử, nơi thương nhân có thể thực hiện việc chào hàng, đặt hàng, ký kết hợp đồng, thanh toán qua sàn và hoàn toàn tự động. Thương mại điện tử B2B giúp cho quá trình giao dịch trong chuỗi cung cấp hiệu quả hơn và loại trừ bớt những doanh nghiệp trung gian như nhà phân phối, nhà bán lẻ vì các thương nhân có thể tự tìm kiếm đối tác để bán hàng hóa, dịch vụ.

+ TMĐT giữa Thương nhân với NTD (B2C[13])

TMĐT giữa thương nhân với NTD được thực hiện chủ yếu qua các website điện tử bán hàng, qua điện thoại… Thương nhân sử dụng trang web để trưng bày hàng hóa, dịch vụ, quảng cáo và đưa thông tin về sản phẩm của mình

[9] G là viết tắt của "Government"

[10] B là viết tắt của "Business"

[11] C là viết tắt của "Consumer"

[12] Business to Business

[13] Business to Consumer

để NTD lựa chọn. NTD vào trang web, chọn hàng hóa theo nhu cầu của mình, đặt hàng và thanh toán qua mạng. Mô hình giao dịch B2C giúp cho doanh nghiệp tiết kiệm được chi phí thuê cửa hàng, nhân viên khiến cho giá thành của sản phẩm rẻ hơn so với kiểu bán hàng truyền thống. Mặt khác, đối với NTD thì lợi ích mà TMĐT mang lại là rất lớn: TMĐT giúp NTD có thể mua hàng hóa, dịch vụ mọi lúc, mọi nơi với tất cả các trang web trên thế giới; họ có thể dễ dàng so sánh giữa các trang web của doanh nghiệp này với doanh nghiệp khác để lựa chọn được mặt hàng mà họ ưng ý nhất với giá thành thấp nhất; hơn thế nữa NTD có thể nhận được sản phẩm một cách nhanh chóng nếu sản phẩm họ chọn mua là các sản phẩm đã được số hóa như phim, truyện, phần mềm…

+ TMĐT giữa NTD với NTD (C2C[14])

Mô hình này được thực hiện thông qua các hình thức mua bán trực tiếp giữa các khách hàng thông qua các trang web cá nhân, điện thoại, thư điện tử như bán các tài sản cá nhân trên mạng, các cuộc bán đấu giá do một hoặc một số cá nhân tổ chức trên mạng hoặc thực hiện các dịch vụ tư vấn cá nhân trên mạng…Hình thức này đang ngày càng phát triển trên thế giới và tại Việt Nam, thông qua các diễn đàn mua sắm trên mạng, các cá nhân đã đem những mặt hàng mà mình làm ra hoặc đã từng sử dụng để bán hoặc đấu giá trên các trang web đó.

+ TMĐT giữa Thương nhân với Chính phủ (B2G[15])

Chính phủ, các cơ quan nhà nước lập các trang web có đưa những thông tin về mua sắm công, lựa chọn nhà cung cấp hàng hóa…Từ đó, các doanh nghiệp thấy mình đủ năng lực đáp ứng sẽ tiến hành trao đổi thông tin, gửi chào hàng tới các cơ quan này.

[14] Consumer to Consumer

[15] Business to Goverment

Trong phạm vi nghiên cứu luận án, người viết tập trung nghiên cứu loại hình TMĐT giữa Thương nhân với NTD (B2C).

1.1.2. Khái quát về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử

1.1.2.1. Khái niệm người tiêu dùng trong thương mại điện tử

Dưới góc độ kinh tế, NTD (consumer) là một phạm trù khá rộng chỉ chủ thể tiêu thụ của cải được tạo ra bởi nền kinh tế. NTD là người mua nhưng khác với việc mua nguyên liệu (materials) hoặc mua hàng để bán lại, họ là những người sử dụng hàng hóa, dịch vụ cuối cùng (consumer goods/services hoặc final goods/services) và làm chúng tiêu hao hoặc biến mất qua việc sử dụng đó.

Từ khái niệm trong kinh tế học và xã hội học, khái niệm người tiêu dùng đã xuất hiện trong các quy định của pháp luật và đóng vai trò kích hoạt một hệ thống quy định pháp luật riêng biệt được gọi là "pháp luật bảo vệ người tiêu dùng". "Người tiêu dùng, theo định nghĩa, bao gồm tất cả chúng ta" đây là lời mở đầu trong một thông điệp đặc biệt của Tổng thống Hoa Kỳ Kennedy gửi Quốc hội Hoa Kỳ vào năm 1962. Trong thông điệp này Tổng thống Kennedy cũng đã đưa ra 4 quyền cơ bản của người tiêu dùng. Năm 1975 Hội đồng Liên minh châu Âu đã ban hành ở một chương trình sơ bộ về bảo vệ người tiêu dùng và chính sách bảo mật thông tin. Tiếp bước cùng với phát biểu của tổng thống Kennedy thì chương trình này cũng đưa ra 5 quyền cơ bản của người tiêu dùng bao gồm các quyền sau:

- Quyền được bảo vệ sức khỏe và an toàn;
- Quyền được bảo vệ lợi ích kinh tế;
- Quyền được bồi thường;
- Quyền được thông tin và giáo dục;
- Quyền được lắng nghe.

Chương trình này đã trở thành nền tảng cho sự ra đời các Chỉ thị và Quy định của Liên minh Châu Âu về vấn đề bảo vệ người tiêu dùng. Vậy

người tiêu

dùng được pháp luật của Liên minh Châu Âu xác định như thế nào? Đây là câu hỏi trọng tâm nhằm xác định chủ thể được coi là yếu thế, cần phải được đảm bảo quyền lợi theo pháp luật bảo vệ người tiêu dùng. Xuyên suốt các Chỉ thị có liên quan đến người tiêu dùng của Liên minh Châu Âu, "*người tiêu dùng* được định nghĩa là một con người tự nhiên, hành động ngoài mục đích thương mại, kinh doanh, thủ công hoặc nghề nghiệp chuyên nghiệp. Tuy nhiên trong trường hợp có hợp đồng hai mục đích, gồm cả mục đích thương mại và phi thương mại thì nếu mục đích thương mại bị giới hạn đến mức không thể trở thành chủ chốt trong nội dung của hợp đồng thì người đó cũng có thể được coi là người tiêu dùng"[16].

Luật Bảo vệ NTD của Thái Lan đưa ra định nghĩa: "*Người tiêu dùng là người mua hoặc sử dụng hàng hóa dịch vụ của một nhà kinh doanh, kể cả những người được chào hàng hoặc được đề nghị mua hàng hoặc sử dụng dịch vụ của nhà kinh doanh mà không phải là người trực tiếp trả chi phí*[17]". Cách hiểu của định nghĩa này chưa giúp chúng ta phân biệt được khái niệm NTD với khái niệm thương nhân. Nội dung của định nghĩa cho thấy NTD theo cách hiểu của họ đơn thuần chỉ là người mua hoặc người sử dụng dịch vụ của một nhà kinh doanh.

Thông thường, để xác định người tiêu dùng cần phải hội tụ hai yếu tố chủ chốt sau đây:

Thứ nhất, NTD là con người tự nhiên.

Như đã nêu ở trên, người tiêu dùng theo pháp luật của liên minh châu Âu được xác định phải là con người tự nhiên, điều này được quy định xuyên suốt trong các chỉ thị của Liên minh châu Âu cũng như được khẳng định rất nhiều

[16] Mục 17 Chỉ thị 2011/83/EU của Nghị viện Châu Âu và của Hội đồng ngày 25/10/2011 về quyền của người tiêu dùng, sửa đổi Chỉ thị 93/13/EEC của Hội đồng và Chỉ thị 1999/44/EC của Nghị viện Châu Âu và Hội đồng, đồng thời huỷ bỏ Chỉ thị 85/577/EEC của Hội đồng và Chỉ thị 97/7/EC của Nghị viện Châu Âu và Hội đồng.

[17] Mục 3 Luật Bảo vệ người tiêu dùng của Thái Lan năm 1979.

lần trong các án lệ của tòa án công lý châu Âu. Sở dĩ người tiêu dùng bắt buộc phải là cá nhân vì sự yếu thế của họ trong mối quan hệ với thương nhân, họ yếu khả năng nắm bắt thông tin, khả năng thương lượng, gánh chịu hậu quả… nên họ được xác định là người tiêu dùng và được pháp luật bảo vệ người tiêu dùng đảm bảo quyền lợi trước thương nhân. Pháp nhân không được coi là người tiêu dùng kể cả khi họ tham gia giao dịch với mục đích nằm ngoài mục đích thương mại và hoạt động nghề nghiệp chuyên nghiệp, kể cả trường hợp các tổ chức hoạt động phi lợi nhuận cũng không được coi là người tiêu dùng. Tuy nhiên cũng có một số quan điểm cho rằng pháp nhân cũng có thể là người tiêu dùng, chẳng hạn như trường hợp các hiệp hội, do thiếu khả năng và kinh nghiệm nên cũng được coi là người tiêu dùng. Pháp luật một số quốc gia như Áo, Cộng hoà Séc quy định pháp nhân cũng là người tiêu dùng khi họ mua hàng hoá, dịch vụ cho mục đích cá nhân hoặc khi pháp nhân là người dùng cuối cùng theo quy định của Tây Ban Nha hay Hi Lạp.

Hiện nay, việc xác định tổ chức có được coi là NTD hay không còn có nhiều ý kiến khác nhau. Người viết đồng tình với quan điểm xác định khái niệm NTD chỉ gồm cá nhân mà không coi tổ chức là NTD. Bởi lẽ: (i) thứ nhất, theo pháp luật bảo vệ NTD, NTD được hưởng sự ưu tiên hơn so với chủ thể luật dân sự khác trong các giao dịch với thương nhân bán hàng hóa, dịch vụ. Điều này xuất phát từ sự yếu thế của NTD như: thiếu thông tin về hàng hóa, dịch vụ, yếu thế về khả năng đàm phán khi giao kết hợp đồng, yếu thế về khả năng chịu rủi ro phát sinh trong quá trình tiêu dùng, hạn chế này thể hiện rõ ràng ở các cá nhân đơn lẻ hơn so với tổ chức; (ii) thứ hai, pháp luật bảo vệ NTD được đặt ra để hỗ trợ luật dân sự và thương mại để khắc phục những hạn chế của quyền tự do khế ước khi không có sự cân xứng về điều kiện kinh tế, trình độ hiểu biết giữa các bên trong giao dịch chứ pháp luật bảo vệ NTD không thay thế luật dân sự và thương mại[18].

[18] Trường Đại học Luật Hà Nội (2014), *Giáo Trình Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng*, Nxb. Công an nhân dân, tr 14.

Thứ hai, NTD hành động ngoài mục đích thương mại và hoạt động nghề nghiệp chuyên nghiệp.

Phần thứ hai của định nghĩa "người tiêu dùng" nói chung đề cập đến mục đích của người tiêu dùng. Phần này đã trở thành chủ đề tranh luận ở nhiều nước trên thế giới và còn có nhiều biến thể về việc xác định như thế nào là hoạt động cho các mục đích phi kinh doanh, không chuyên nghiệp hay mục đích tiêu dùng. Mục đích tiêu dùng hiểu theo một cách thông thường nhất là việc sử dụng hàng hoá, dịch vụ để phục vụ cho nhu cầu sinh hoạt. Còn dưới góc độ kinh tế, "tiêu dùng" được hiểu là quá trình tác động đến một vật bằng cách sử dụng, áp dụng và làm tiêu hao vật đó nhằm phục vụ cho nhu cầu sinh hoạt, sản xuất. Như vậy việc đưa ra mục đích trong các định nghĩa về NTD là hết sức quan trọng vì nó là cơ sở để phân biệt ai là NTD và cần thiết được bảo vệ theo PLBVNTD.

Trong pháp luật Nhật Bản, người tiêu dùng được định nghĩa là một người tự nhiên không thực hiện chức năng trong một doanh nghiệp, trong khi đó chuyên gia được định nghĩa là một cá nhân ký hợp đồng cho các mục đích kinh doanh[19]. Pháp luật Trung Quốc cũng đưa ra mục đích mua hàng, cụ thể là đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong cuộc sống hàng ngày, yếu tố chính để phân biệt giữa người tiêu dùng và thương nhân, nhưng định nghĩa bị chỉ trích vì các pháp nhân cũng có thể có nhu cầu tiêu dùng cho hoạt động hàng ngày của họ. Do đó, pháp nhân sẽ đủ điều kiện là người tiêu dùng trong khi người ta tin rằng pháp nhân không yếu như thể nhân trong giao dịch tiêu dùng. Do đó, học thuyết pháp lý của Trung Quốc đã loại trừ pháp nhân khỏi định nghĩa người tiêu dùng và sửa đổi định nghĩa vào năm 2013, pháp nhân đã bị pháp luật loại trừ khỏi các biện pháp bảo vệ người tiêu dùng.

[19] Gett Straetmans (2019), *Information Obligations and Disinformation of Consumers*, Springer, tr.489.

Tại Hàn Quốc, Luật khung về bảo vệ NTD năm 2006 có cách tiếp cận độc đáo ở chỗ xác định NTD có mục đích sản xuất (production) ngoài mục đích sử dụng hàng ngày (daily use), nhưng phải được nêu rõ trong các nghị định của Tổng thống Hàn Quốc (Presidential Decree)[20]. Tại Việt Nam, theo quy định tại Khoản 1 Điều 3 LBVQLNTD năm 2010: *"Người tiêu dùng là người mua, sử dụng hàng hóa, dịch vụ cho mục đích tiêu dùng, sinh hoạt của cá nhân, gia đình, tổ chức."* Cũng tương tự như các nước, định nghĩa về NTD trên đưa ra điều kiện về mục đích là "mục đích sinh hoạt, tiêu dùng". Tuy nhiên, so với pháp luật của nhiều nước trên thế giới thì đối tượng được bảo vệ theo pháp luật bảo vệ NTD của Việt Nam có sự mở rộng hơn. Theo tinh thần của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (LBVQLNTD) năm 2010 thì ngoài đối tượng là các cá nhân, pháp luật Việt Nam còn coi các tổ chức cũng là NTD khi tổ chức đó mua, sử dụng hàng hóa, dịch vụ cho mục đích sinh hoạt, tiêu dùng.

Ngoài ra, có thể nhìn thấy hai hướng quy định về mục đích sử dụng hàng hóa dịch vụ trong định nghĩa NTD. Một là theo hướng loại trừ như định nghĩa của Liên minh Châu Âu thì "*Người tiêu dùng được xác định là con người tự nhiên, xác lập các hợp đồng theo chỉ thị này, cho các mục đích không phải thương mại, nghề nghiệp".* Hai là chỉ rõ mục đích sử dụng hàng hóa, dịch vụ *"nhằm mục đích tiêu dùng, sinh hoạt"* theo hướng quy định của Hàn Quốc, Đài Loan, Việt Nam,... Mặc dù với cách tiếp cận mục đích thứ hai có ưu điểm là nêu bật được mục đích sử dụng hàng hóa, dịch vụ của NTD từ đó phân biệt rõ ràng với mục đích sử dụng hàng hóa dịch vụ cho các mục đích thương mại, nghề nghiệp khác. Tuy nhiên, người viết cho rằng, cách thức tiếp cận mục đích theo hướng loại trừ (không nhằm mục đích thương mại, nghề nghiệp) sẽ tạo thuận lợi hơn trong việc áp dụng vào thực tiễn thực thi pháp luật và mở rộng phạm vi bảo vệ NTD hơn. Bởi lẽ, trong nhiều giao dịch có mục đích "giao thoa"

[20] Bản dịch tiếng anh: "Consumer" means those who use (including utilization; hereinafter

the same shall apply) goods and services provided by enterprisers for the purpose of daily use or production, prescribed by the Presidential Decree.

giữa mục đích tiêu dùng, sinh hoạt với mục đích kinh doanh, nghề nghiệp, thì việc chứng minh mục đích tiêu dùng, sinh hoạt của nó thường khó khăn hơn so với loại trừ mục đích thương mại, nghề nghiệp. Với cách tiếp cận theo hướng loại trừ như định nghĩa của Liên minh Châu Âu, việc xác định có phải là giao dịch tiêu dùng hay không phụ thuộc vào mức độ "chủ yếu" của mục đích trong các giao dịch có mục đích "giao thoa"[21].

Vậy người tiêu dùng trong thương mại điện tử là gì, gồm những chủ thể nào? Bản chất, người tiêu dùng trong thương mại điện tử là một nhóm cụ thể xác định trong tổng thể khái niệm người tiêu dùng, chủ thể này có một đặc trưng riêng có đó chính là họ mua sắm hàng hoá, dịch vụ trong môi trường thương mại điện tử.

NĐ 52/2013/NĐ-CP đề cập tới nguyên tắc xác định người tiêu dùng trong TMĐT như sau: *"Khách hàng trên website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử là người tiêu dùng dịch vụ thương mại điện tử và là người tiêu dùng hàng hóa, dịch vụ do người bán trên website này cung cấp"*[22]. Cách định nghĩa như Nghị định này quy định dẫn tới hai trường hợp: một, người tiêu dùng là khách hàng sử dụng dịch vụ TMĐT của website cung cấp dịch vụ TMĐT và hai, người tiêu dùng là người mua, sử dụng hàng hoá, dịch vụ do người bán trên các website này cung cấp. Vậy hàm ý ở quy định này đó là tất cả khách hàng trên website TMĐT đều là người tiêu dùng, bất kể họ có mua hay sử dụng sản phẩm cho mục đích nào đi chăng nữa. Đây là cách khái quát đi ngược lại với định nghĩa NTD khi yếu tố mục đích tiêu dùng được đặt thành yếu tố tiên quyết nhằm phân biệt NTD và các chủ thể khác. Vậy nên xác định NTD trong TMĐT như thế nào cho bao quát và phổ cập nhất, ở trên người viết đã đề cập tới khái niệm của người tiêu dùng và thương mại điện tử, do đó, người viết

[21] Xem thêm: Rafal Manko (2013), *The notion of Consumer in EU law*, Library of European Parliament, p.2,

[22] Nghị định 52/2013/NĐ-CP, điểm b Khoản 3 Điều 26.

thống nhất sử dụng định nghĩa: *"Người tiêu dùng trong thương mại điện tử là cá nhân mua, sử dụng hàng hóa dịch vụ thông qua các phương tiện điện tử có kết nối với mạng internet, mạng viễn thông di động hoặc các mạng mở khác cho các mục đích không phải thương mại, nghề nghiệp".*

1.1.2.2. Những lợi ích và rủi ro thương mại điện tử mang tới cho người tiêu dùng

Kể từ khi xuất hiện vào những năm 1990, thương mại trên Internet đã thay đổi đáng kể - dẫn đến những thay đổi sâu rộng trong xã hội và nền kinh tế. Đổi mới kỹ thuật số với một tốc độ nhanh chóng đã thay đổi bản chất của thương mại điện tử và nó cũng đã thay đổi cách người tiêu dùng tương tác và giao dịch với thương nhân trên thị trường. Đặc biệt trong giai đoạn những năm gần đây, TMĐT đã phát triển mạnh mẽ với sự tham gia đông đảo của số lượng lớn NTD.

Bảng 1.1.2.2.a. Doanh thu TMĐT hình thức B2C tại Việt Nam từ năm 2016 đến năm 2020



Doanh thu TMĐT B2C Việt Nam năm 2016 – 2020 (tỷ USD) [9]

Nguồn: Sách trắng TMĐT 2021, tr.28

Thương mại điện tử đã mang lại những lợi ích và cơ hội lớn hơn cho người tiêu dùng. Cùng với triển vọng đạt được giá trị tốt hơn bằng cách thức thuận tiện hơn, người tiêu dùng tham gia vào thương mại điện tử được hưởng sự lựa chọn đa dạng hơn nhiều, bao gồm cả việc tiếp cận trực tiếp vào thị trường toàn cầu. Ngoài ra còn có rất nhiều thông tin liên quan đến sản phẩm có sẵn trên internet giúp minh bạch hơn về giá cả, chất lượng và danh tiếng của các nhà cung cấp. Người tiêu dùng cũng có thể truy cập vào một loạt các công cụ so sánh kỹ thuật số, giúp họ tận dụng được thông tin và lựa chọn đúng đắn sản phẩm mình đang tìm kiếm. Tổng quát hơn, việc hạ thấp dần các rào cản thương mại, tăng cường chuỗi cung ứng toàn cầu và sự gia nhập của người tiêu dùng từ các thị trường mới nổi mang đến cơ hội đáng kể để xây dựng một thị trường thương mại điện tử hướng đến người tiêu dùng thực sự trên phạm vi toàn thế giới.

Tuy nhiên, bất chấp những lợi ích và cơ hội rõ ràng được thương mại điện tử đem tới, sự dễ dàng và nhanh chóng mà internet cung cấp cho người tiêu dùng để họ có thể tham gia vào các giao dịch trực tuyến - mọi lúc, mọi nơi và đặc biệt là xuyên biên giới - có thể tạo ra những tình huống xa lạ với họ và đặt ra những nguy cơ không hề nhỏ ảnh hưởng tới lợi ích của chính bản thân người tiêu dùng. Người tiêu dùng có thể tiếp xúc với các hành vi bất hợp pháp trong thương mại điện tử, chẳng hạn như các hành vi thương mại gian lận và lừa đảo; cũng như các hình thức gây bất lợi cho người tiêu dùng mới xuất hiện có nguồn gốc từ Internet. Ví dụ, người tiêu dùng thiếu sự hiểu biết về quyền và nghĩa vụ của mình khi mua hàng thông qua các cơ chế thanh toán phi truyền thống, chẳng hạn như thông qua điện thoại di động, ví điện tử…; khi họ mua các sản phẩm nội dung số, như ứng dụng hoặc sách điện tử; hoặc khi họ giao dịch với các thương nhân ở nước ngoài. Và trong một môi trường mà quy mô của một nền tảng kỹ thuật số tỷ lệ thuận với khối lượng dữ liệu mà nó thu thập về người dùng, mối lo ngại về việc sử dụng dữ liệu, quyền riêng tư và bảo mật phát sinh. Ngoài ra, trường hợp các sản phẩm bất hợp pháp vẫn

có sẵn để mua

trực tuyến ngay cả khi bị cấm hoặc bị thu hồi khỏi thị trường, cũng là một nguyên nhân liên tục gây lo ngại, đặc biệt là trong bối cảnh giao dịch xuyên biên giới.

Những rủi ro và thách thức này có thể tác động đến niềm tin của người tiêu dùng trong các giao dịch điện tử. Một số lượng đáng kể người dùng internet vẫn không mua hàng trực tuyến vì lo ngại liên quan đến việc lạm dụng dữ liệu cá nhân và bảo mật thanh toán trực tuyến, mặc dù trong bối cảnh hệ sinh thái thương mại điện tử hiện chiếm hàng trăm tỷ đô la giao dịch cũng là vấn đề cản trở tới sự phát triển của thương mại điện tử. Dưới đây là những lợi ích và rủi ro mà thương mại điện tử đem tới cho người tiêu dùng, giúp chúng ta có cái nhìn khách quan về tiềm năng phát triển cũng như những yếu tố cần cải thiện nhằm đưa ra các giải pháp cho vấn đề bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử.

i. Lợi ích người tiêu dùng đạt được khi tham gia thương mại điện tử

Đối với người tiêu dùng, tham gia vào thương mại điện tử có thể mở ra một loạt các lợi ích và cơ hội, cụ thể như sau:

- Người tiêu dùng có lựa chọn tốt hơn: thương mại điện tử cung cấp cho người tiêu dùng sự lựa chọn đáng kể về hàng hoá, dịch vụ. Ví dụ: Amazon.com hiện đang cung cấp danh mục hàng hoá hơn 12 triệu mặt hàng vào năm 2016, tăng lên 350 triệu khi bao gồm danh sách sản phẩm trên tất cả thị trường mà Amazon có mặt năm 2018[23]. Để so sánh, Walmart Supercenter cung cấp trung bình 120000 mặt hàng trên các siêu thị truyền thống nhưng có tới 35 triệu sản phẩm trên trang web của nó[24]. Thương mại điện tử cũng mang lại thị trường toàn cầu trong tầm tay của người tiêu dùng, cung cấp cho họ phương tiện để mua hàng xuyên biên giới theo cách đơn giản hơn nhiều so với trước đây.

[23] Emily Dayton (2019), Amazon statistics you should know, nguồn: https://www.bigcommerce.com/blog/amazon-statistics/#amazon-everything-to-everybody ngày truy cập 10/12/2021

[24] Bloomberg (2017), Walmart to discount 1 million online items picked up in stores,

nguồn:
https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-04-12/wal-mart-to-discount-1-million-online-items-picked-up-in-stores ngày truy cập 10/12/2021

- Thuận tiện hơn cho người tiêu dùng: thương mại điện tử làm giảm chi phí giao dịch và trao quyền cho người tiêu dùng tham gia vào thị trường một cách hiệu quả, tại thời điểm và địa điểm họ chọn, thay vì bị ràng buộc bởi giờ làm việc và địa điểm của nhà cung cấp. Các công nghệ tiên tiến như trợ lý cá nhân ảo với khả năng đặt hàng bằng giọng nói có thể tăng cường sự tiện lợi này hơn nữa.

- Người tiêu dùng đạt được các giá trị tốt hơn: các sàn giao dịch thương mại điện tử, các trang web bán hàng được đổi mới liên tục, tính kinh tế theo quy mô mà các nền tảng thương mại điện tử đạt được đã khiến chi phí mà người bán hàng phải chịu trở nên thấp hơn và ở một số thị trường, cạnh tranh gay gắt hơn do chi phí chuyển đổi thấp (đối thủ cạnh tranh chỉ là một cú nhấn chuột), từ đó chia sẻ lợi ích cho người tiêu dùng giúp họ tiết kiệm chi phí mua hàng. Người ta ước tính rằng số tiền tiết kiệm từ mua sắm trực tuyến lên tới 11,7 tỷ EUR tại Liên minh châu Âu, tương đương 0,12% GDP của Liên minh châu Âu[25]. Cuộc khảo sát Xu hướng toàn cầu năm 2017 của Ipsos, bao gồm tất cả 19 nền kinh tế G20, cho thấy trên toàn cầu, 71% người tiêu dùng đồng ý rằng: Tôi có thể tìm thấy các giao dịch mua sắm trực tuyến tốt hơn so với mua sắm tại các cửa hàng truyền thống[26].

- Thông tin đa dạng và minh bạch hơn: Internet cho phép người tiêu dùng dễ dàng truy cập vào lượng thông tin phong phú liên quan đến chất lượng và giá cả của các sản phẩm, dịch vụ cũng như danh tiếng của các nhà cung cấp. Do đó, nó giúp tăng tính minh bạch cao hơn mức có thể có trong thời kỳ tiền Internet, cho phép so sánh hàng hoá, dịch vụ và hỗ trợ người tiêu dùng đưa ra quyết định sáng suốt hơn và còn hiệu quả hơn nữa khi người tiêu dùng sử dụng

[25] Marlene ten Ham (2014), Eastern European B2C e-commerce turn over grew by nearly 17% in 2014, nguồn: https://ec.europa.eu/futurium/en/content/eastern-european-b2c-e-commerce-turnover-grew-nearly-17-2014 truy cập lần cuối ngày 10/12/2021

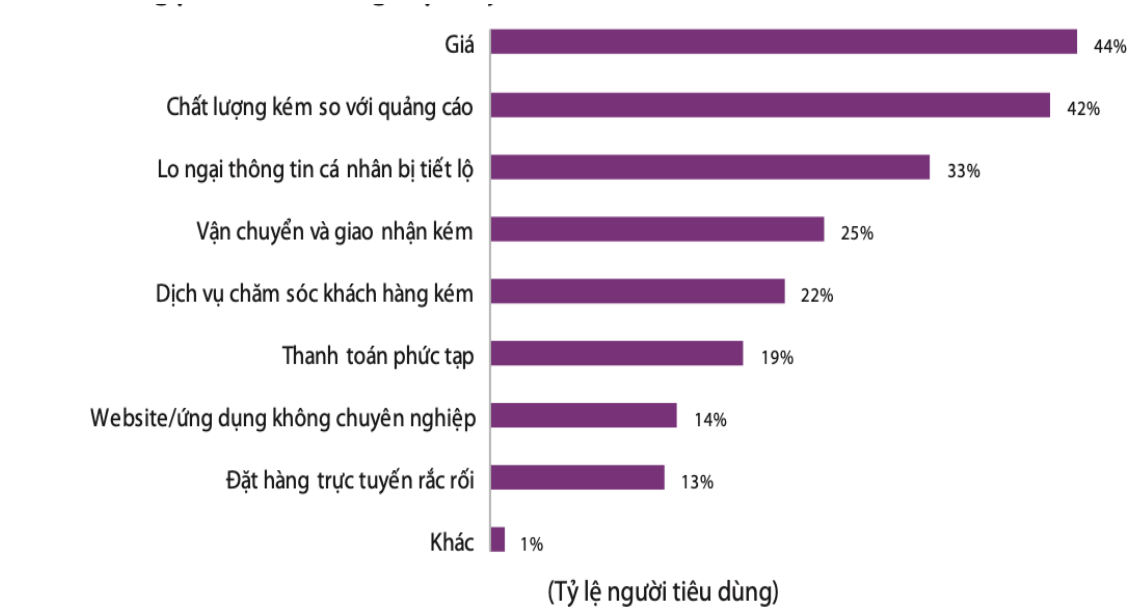
[26] Ipsos (2018), Global Trends 2017, tr.112.

các công cụ so sánh trực tuyến. Tuy nhiên, những lợi ích này cũng bị giảm bớt bởi các rủi ro do quá tải thông tin và những khó khăn trong việc xác định các nguồn thông tin đáng tin cậy và khách quan đối với người tiêu dùng. Bên cạnh đó, trong khi tính minh bạch của thị trường lớn hơn có thể giúp điều chỉnh sự bất cân xứng thông tin truyền thống giữa người tiêu dùng với thương nhân thì đồng thời với nó, hình thức bất cân xứng thông tin mới có thể phát sinh từ các hoạt động thu thập và sử dụng dữ liệu trên nền tảng trực tuyến.

ii. Rủi ro thương mại điện tử đem tới cho người tiêu dùng

Bên cạnh những lợi ích không thể phủ nhận mà thương mại điện tử đem lại cho người tiêu dùng, những khó khăn, rủi ro hiện hữu và tiềm tàng mà thị trường này đưa tới cũng có thể khiến người tiêu dùng e dè hơn khi mua bán hàng hoá, dịch vụ thông qua giao dịch điện tử.

Bảng 1.1.2.2.b. Các trở ngại khi mua hàng trực tuyến của NTD



Nguồn: Sách trắng TMĐT 2021, tr.40

Những rủi ro mà NTD có thể gặp phải khi tham gia TMĐT về cơ bản, gồm:

- Hoạt động kinh doanh và quảng cáo gian dối: do đặc điểm của thương mại điện tử là người tiêu dùng không được thẩm định trực tiếp sản phẩm trước khi lựa chọn mua mà chỉ lựa chọn chủ yếu dựa trên thông tin mà thương nhân cung cấp nên người tiêu dùng có thể bị lừa dối về bản chất của hàng hoá, dịch vụ khi thương nhân cố tình đưa các thông tin sai lệch và bị áp dụng các kỹ thuật tiếp thị và định giá gây hiểu lầm (ví dụ: định giá nhỏ giọt). Các thương nhân gian lận có thể bắt chước các trang web hợp pháp và thao túng kết quả của công cụ tìm kiếm để lừa dối người tiêu dùng. Các doanh nghiệp cũng có thể giả mạo người tiêu dùng và đăng các đánh giá hoặc phản hồi làm tăng danh tiếng của chính họ và chê bai những đối thủ cạnh tranh. Các trang web hay công cụ so sánh trực tuyến có thể tìm cách thúc đẩy sản phẩm của công ty mà họ có mối quan hệ thương mại, thay vì đưa ra sản phẩm mang lại giá trị tốt nhất cho người tiêu dùng.

- Các vấn đề liên quan đến công bố thông tin và bản chất của các điều khoản và điều kiện (Terms & Conditions - T&Cs) của hợp đồng điện tử: thông

thường, các điều khoản và điều kiện trong hợp đồng điện tử tương đối dài và phức tạp hoặc bị ẩn trong một trang web hoặc ứng dụng mà người tiêu dùng buộc phải tìm kiếm hoặc chấp nhận đồng ý với các hợp đồng mà họ không hiểu rõ. Người tiêu dùng cũng có thể nhận được hàng hóa hoặc dịch vụ không đáp ứng nhu cầu của họ, có chất lượng thấp hơn mong đợi hoặc, trong trường hợp một số sản phẩm nội dung số, không thể được sử dụng theo cách người tiêu dùng mong đợi một cách hợp lý. Nếu thương nhân đưa ra thông báo về quyền riêng tư và các điều khoản sử dụng gây hiểu lầm hoặc khó hiểu cho người đọc, người tiêu dùng có thể vô tình đồng ý với việc dữ liệu cá nhân được thu thập, sử dụng và chia sẻ theo cách mà họ không chấp nhận.

- Các vấn đề liên quan đến thanh toán và xác nhận giao dịch: người tiêu dùng có thể phải đối mặt với tình trạng bảo mật thanh toán không an toàn và đầy đủ, dữ liệu giao dịch được người tiêu dùng cung cấp nhằm hoàn thành thanh toán trong thương mại điện tử có thể bị mất, bị đánh cắp hoặc sử dụng sai mục đích. Người tiêu dùng có thể phải chịu những tổn thất tài chính nghiêm trọng nếu quá trình thanh toán, đặc biệt là thanh toán điện tử xảy ra các lỗi kỹ thuật hay bị lộ thông tin hoặc nghiêm trọng hơn là tội phạm mạng.

Bên cạnh đó, trong trường hợp giao dịch thương mại điện tử bị thiếu công cụ xác nhận giao dịch một cách tối ưu và hiệu quả, người tiêu dùng có thể phải chịu trách nhiệm cho các khoản phí mua hàng mà họ không thực hiện(ví dụ: nếu một đứa trẻ thực hiện giao dịch mua trong ứng dụng hoặc trong trò chơi khi sử dụng điện thoại hoặc máy tính của cha mẹ). Ngược lại, trong một số trường hợp, người tiêu dùng có thể nghĩ rằng họ đã hoàn thành giao dịch mua trong khi thực tế giao dịch đã bị huỷ hay thất bại.

- Các vấn đề liên quan đến dữ liệu và quyền riêng tư: việc thu thập dữ liệu người tiêu dùng của các nền tảng trực tuyến có thể cung cấp các dạng bất cân xứng thông tin mới. Các nền tảng có thể tận dụng các thuật toán để xử lý các dữ liệu này nhằm định hình và thao túng người tiêu dùng trải nghiệm dịch

vụ của họ, bao gồm cả việc sắp xếp những gì người tiêu dùng có thể và không thể nhìn thấy. Ngoài ra, số lượng các vụ vi phạm về dữ liệu người tiêu dùng đang gia tăng đáng kể nhấn mạnh sự cần thiết phải có các biện pháp bảo mật hiệu quả giúp người tiêu dùng yên tâm và tự tin hơn khi sử dụng các phương tiện điện tử trong giao dịch hàng ngày.

- Các vấn đề liên quan tới giải quyết tranh chấp trực tuyến giữa người tiêu dùng và thương nhân: do mua sắm trên thị trường toàn cầu, các phương thức giải quyết tranh chấp truyền thống có thể gây khó khăn cho người tiêu dùng và tỏ ra không hiệu quả trong môi trường thương mại điện tử. Điều đó đòi hỏi sự xuất hiện của các cơ chế giải quyết tranh chấp thay thế (Alternative Dispute Resolution - ADR) hay giải quyết tranh chấp trực tuyến (Online Dispute Resolution - ODR) vừa hiệu quả, vừa dễ tiếp cận với người tiêu dùng trong thương mại điện tử, việc phát triển các phương thức giải quyết tranh chấp này đóng vai trò quan trọng giúp người tiêu dùng giải quyết nhanh chóng cũng như khắc phục các bất lợi mà giải quyết theo phương thức truyền thống khó đáp ứng được. Sự vắng mặt của các cơ chế như vậy có thể trở thành rào cản đối với người tiêu dùng tham gia vào thương mại điện tử và nếu kết hợp với các trải nghiệm tiêu cực chưa được giải quyết, có thể khiến người tiêu dùng không tiếp tục mua bán hàng hoá, dịch vụ qua các phương tiện điện tử, gây hậu quả tiêu cực cho sự phát triển của nền thương mại điện tử đầy tiềm năng.

1.1.2.3. Sự cần thiết phải bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử

Thứ nhất, khi giao dịch với tổ chức, cá nhân kinh doanh qua phương tiện điện tử, NTD phải đối mặt với những rủi ro rất lớn. Do đó, đòi hỏi phải có sự can thiệp của pháp luật nhằm bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của NTD.

Như một hệ quả của việc ứng dụng công nghệ thông tin vào cuộc sống, việc mua sắm của NTD đã có những thay đổi căn bản. Sự có mặt của các

phương tiện điện tử như điện thoại, máy tính và mạng internet đã khiến cho

giao dịch điện tử có được những lợi thế đáng kể so với hình thức giao dịch truyền thống. Internet giúp cho NTD và doanh nghiệp có thể ký kết hợp đồng, trao đổi và nhận hàng hóa từ bất cứ nơi nào trên thế giới.

Tuy nhiên, cũng như trong giao dịch truyền thống, NTD luôn ở trong vị trí "yếu thế" hơn so với thương nhân. NTD thường bị hạn chế về thông tin, hạn chế về khả năng, trình độ chuyên môn nên luôn gặp những rủi ro khi đàm phán, giao kết hợp đồng với các tổ chức, cá nhân kinh doanh. Mặt khác, tính đặc thù của giao dịch qua phương tiện điện tử là các bên không trực tiếp tiếp xúc với nhau, chính vì lẽ đó mà NTD khi giao kết hợp đồng mua bán với thương nhân qua phương tiện điện tử càng ở một vị thế "mong manh" hơn nhiều. Ngoài ra, những đòi hỏi về trình độ chuyên môn công nghệ thông tin cũng như về mặt công nghệ đã tạo ra nhiều rủi ro hơn cho NTD khi giao kết hợp đồng điện tử.

Rõ ràng là các vấn đề người tiêu dùng phải đối mặt khi giao dịch qua các phương tiện điện tử không khác nhiều so với các giao dịch truyền thống, nhưng không thể phủ nhận rằng người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử có nhu cầu đặc biệt, ví dụ như vấn đề riêng tư đặt ra rủi ro lớn hơn cho người tiêu dùng trong không gian mạng.

Không giống như môi trường giao dịch truyền thống nơi người tiêu dùng có cơ hội kiểm tra các yếu tố liên quan đến sản phẩm và tự đánh giá sự tin cậy của người bán, trong thương mại điện tử, người tiêu dùng buộc phải lựa chọn tin tưởng dù có thể họ biết rất ít về người bán, người mà họ đang ủy thác nhiều thông tin, bao gồm cả thông tin cá nhân hay thông tin thẻ tín dụng.

Theo các nguyên tắc của Tổng thống John F. Kennedy đã giới thiệu ở trên, quyền của người tiêu dùng có bốn yếu tố chính, đó là bảo vệ, thông tin, lựa chọn và khắc phục. Người tiêu dùng muốn chắc chắn rằng giao dịch mua bán hàng hóa hay cung cấp dịch vụ qua thương mại điện tử được thực hiện một cách công bằng, rằng các thương nhân mà họ giao dịch sẽ giao hàng đúng hạn và họ không vô tình tham gia vào các hành vi bất hợp pháp nào. Người

tiêu

dùng cần được bảo vệ hơn nữa trước những nguy cơ do thiếu sự giao dịch trực tiếp đem lại như hàng hóa, dịch vụ bất hợp pháp hoặc có hại; không đủ thông tin về hàng hóa hoặc nhà cung cấp; khả năng truy cập của các trang web; xâm phạm riêng tư; thiếu sự bảo vệ bởi luật pháp của các nước khác nhau và không rõ luật pháp của nước nào được áp dụng cho hợp đồng, bên cạnh một nỗi lo nữa về tội phạm mạng.

Quá trình giao kết hợp đồng điện tử giữa tổ chức, cá nhân kinh doanh với NTD gồm ba giai đoạn chính: giai đoạn tiền hợp đồng, giai đoạn ký kết hợp đồng, giai đoạn thực hiện hợp đồng. Mỗi giai đoạn mang tới một số rủi ro cho NTD khác nhau, cụ thể là:

Giai đoạn tiền hợp đồng, NTD có thể bị lừa dối về danh tính của tổ chức, cá nhân kinh doanh, chất lượng sản phẩm và dịch vụ được cung cấp, các điều khoản hợp đồng và giá cả.

Giai đoạn ký kết hợp đồng, NTD phải đối mặt với những rủi ro liên quan đến các điều khoản của hợp đồng như thông tin thiếu sót hoặc việc thao tác sai do không đủ kỹ năng sử dụng phương tiện điện tử. Đặc biệt trong giai đoạn này, rủi ro rất lớn là thông tin cá nhân của NTD có thể được tiếp xúc và sử dụng sai mục đích mà không có sự đồng ý của NTD.

Giai đoạn thực hiện hợp đồng, rủi ro đối với NTD là việc hàng hóa hoặc dịch vụ có thể không được cung cấp hoặc có thể bị hư hỏng trong quá trình vận chuyển, phân phối hoặc hàng hóa không được như mong muốn của NTD. Khi NTD muốn thực hiện việc khiếu nại thì tổ chức, cá nhân kinh doanh né tránh, không tiến hành xử lý và NTD có thể sẽ phải đối mặt với những khó khăn nhất định nếu muốn trả lại hàng hóa.

Thứ hai, thực trạng tổ chức, cá nhân kinh doanh lợi dụng sự yếu thế của NTD trên môi trường TMĐT để thực hiện các hành vi xâm phạm quyền, lợi ích của NTD ngày càng phổ biến và tinh vi. Các hành vi vi phạm chủ yếu là không

giao hàng cho NTD theo thỏa thuận, hàng hóa có chất lượng kém, không cung cấp đầy đủ thông tin về hàng hóa, dịch vụ cung cấp…

Cùng với sự phát triển của công nghệ thông tin, giao dịch qua phương tiện điện tử đã và đang phát triển nhanh chóng và trở thành một phương thức kinh doanh thuận tiện, tiết kiệm. Khối lượng các giao dịch bằng phương tiện điện tử tăng lên theo cấp số nhân. Đối với NTD, chỉ cần một cú nhấp chuột là có thể mua vé máy bay, đặt khách sạn, gửi hoa cho bạn bè hoặc mua được các món hàng thời trang yêu thích… Tuy nhiên, cùng với những ưu điểm vượt trội, thương mại điện tử cũng mang lại nhiều rủi ro cho NTD nếu NTD không hiểu rõ các quy định cũng như cách thức thực hiện giao dịch điện tử… Các vấn đề về bảo mật an toàn thông tin cá nhân, các địa chỉ giao dịch ảo, các hợp đồng mập mờ về giá cả, chất lượng hàng hóa… đã và đang là những hành vi phổ biến, vi phạm nghiêm trọng đến quyền lợi NTD.

Thực trạng công tác bảo vệ NTD tại Việt Nam cho thấy, các vụ vi phạm quyền lợi NTD, đặc biệt là trong thương mại điện tử, có xu hướng ngày càng gia tăng cả về số lượng và mức độ. Theo báo cáo của Bộ Công Thương, hiện nay, tình trạng kinh doanh, buôn bán hàng cấm, hàng giả, hàng vi phạm sở hữu trí tuệ, hàng không rõ nguồn gốc xuất xứ, hàng kém chất lượng công khai trên các website, các sàn giao dịch thương mại điện tử và mạng xã hội... đang gây ảnh hưởng nghiêm trọng, đe dọa đến môi trường kinh doanh chung, ảnh hưởng nghiêm trọng đến niềm tin của người tiêu dùng. Trong năm 2021, lực lượng quản lý thị trường cả nước đã thực hiện kiểm tra gần 2.500 vụ việc, phát hiện, xử lý trên 2.300 vụ vi phạm (bao gồm hành vi vi phạm về TMĐT và các hành vi lợi dụng TMĐT để kinh doanh hàng hoá nhập lậu, hàng không rõ nguồn gốc xuất xứ, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, hàng giả), xử phạt trên 18 tỷ đồng[27].

[27] Báo Điện tử Chính phủ, *Tỉ lệ gian lận thương mại trên internet sẽ tăng vọt trong 2-3 năm tới, nguồn:* http://baochinhphu.vn/Utilities/PrintView.aspx?distributionid=450928 ngày truy cập 10/12/2021.

Thứ ba, việc bảo vệ NTD trong giao dịch điện tử có thể được thực hiện bằng nhiều biện pháp, công cụ khác nhau nhưng bảo vệ NTD bằng pháp luật là biện pháp, công cụ hữu hiệu nhất.

Tuy nhiên, pháp luật Việt Nam lại chưa có quy định cụ thể về bảo vệ NTD trong giao dịch điện tử với tổ chức, cá nhân kinh doanh.

Ở nước ta năm 2005 đã ban hành Luật giao dịch điện tử. Đây là khung pháp lý cơ bản đầu tiên cho toàn bộ các giao dịch điện tử trong xã hội. Tiếp đó các văn bản hướng dẫn thi hành luật được ban hành như Nghị định số 57/2006/NĐ-CP của Chính phủ về thương mại điện tử, Nghị định số 26/2007/NĐ-CP quy định về Chữ ký số và dịch vụ chứng thực chữ ký số ban hành ngày 15/2/2007 và đặc biệt là Nghị định số 52/2013/NĐ-CP của Chính phủ về Thương mại điện tử thay thế cho Nghị định 57/2006/NĐ-CP đã thiết lập cơ chế đảm bảo an toàn, tin cậy của các giao dịch điện tử, thúc đẩy giao dịch điện tử phát triển mạnh mẽ. Sau một thời gian áp dụng, Nghị định 52/2013/NĐ-CP đã được sửa đổi, bổ sung một số quy định cho phù hợp hơn với tình hình phát triển công nghệ tại Nghị định 85/2021/NĐ-CP. Tuy nhiên, các quy định của pháp luật mới chỉ quy định chung chung chứ không đi sâu vào mục đích bảo vệ NTD, trong khi NTD là bên "yếu thế" trong quan hệ với tổ chức, cá nhân kinh doanh, cho nên cần phải có những quy định riêng biệt điều chỉnh nhằm đảm bảo cho công tác bảo vệ quyền lợi của NTD được thực thi trên thực tế.

Do vậy, có thể nói rằng NTD Việt Nam đang phải sống trong một môi trường thương mại điện tử chưa thực sự an toàn, quyền và lợi ích hợp pháp bị vi phạm khá nghiêm trọng. Tuy nhiên, các quy định của pháp luật hiện hành còn nhiều bất cập, gây khó khăn cho quá trình phát hiện và xử lý các vi phạm quyền lợi của NTD. Thực trạng này đòi hỏi phải xây dựng một cơ chế pháp lý đầy đủ và hoàn thiện nhằm bảo vệ quyền lợi NTD trong thương mại điện tử ở Việt Nam hiện nay.

1.2.Những vấn đề lý luận cơ bản của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử

1.2.1. Khái niệm pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử

Có nhiều lý do cho sự ra đời của pháp luật bảo vệ NTD, đặc biệt nhấn mạnh tới vị trí yếu thế của người tiêu dùng trong các giao dịch thương mại. Người tiêu dùng cần được trao thêm quyền để đưa ra lựa chọn sáng suốt về hàng hóa và dịch vụ mà họ mua. Lợi ích của họ cần được thúc đẩy và bảo vệ, đặc biệt khi thị trường mà họ tham gia có nhiều sự phức tạp và rủi ro như TMĐT.

Để đáp ứng các nhu cầu cơ bản, loài người luôn phải mua, bán hàng hóa và cung cấp dịch vụ. Vì lý do này, mối quan hệ của người tiêu dùng với thương nhân luôn tồn tại. Nhưng mối quan hệ giữa người tiêu dùng với thương nhân không phải lúc nào cũng được bảo vệ bởi các hệ thống pháp luật khác nhau trên thế giới.

Trong Luật La Mã, là nguồn chính của phần lớn các hệ thống luật dân sự hiện hành, người mua đã có một số hành động pháp lý chống lại người bán trong các trường hợp cụ thể, bao gồm:

(i) hoàn trả giá đã thanh toán khi hàng hóa bán ra không phù hợp với chất lượng khai báo (Actio Redhibitoria);

(ii) giảm giá (Quanti Minoris) và;

(Iii) đòi bồi thường từ người bán khi bên thứ ba tuyên bố quyền sở hữu đối với hàng hóa được bán (Eviction)[28]

[28] George Mousourakis (2015), *Roman Law and the Origin of the Civil Law Tradition*, Springer, tr.137.

Trong những thế kỷ tiếp theo, không có sự bảo vệ cụ thể nào cho người tiêu dùng. Hợp đồng mua bán hàng hóa hoặc dịch vụ theo nguyên tắc tự do hợp đồng và Nhà nước không can thiệp vào thỏa thuận hoặc hợp đồng giữa các chủ thể.

Mục đích chính của việc ban hành Luật Bảo vệ người tiêu dùng là ngăn chặn sự lạm dụng khả năng thương lượng vượt trội của người bán, đồng thời điều chỉnh sự bất bình đẳng về khả năng thương lượng giữa họ và người tiêu dùng. Vấn đề này dựa trên việc bảo vệ người tiêu dùng chống lại các hành vi không lành mạnh của người bán trong tất cả các giai đoạn sản xuất, cung cấp và phân phối.

Nói chung, Internet đang phát triển hàng ngày và trở thành một thị trường đa dạng cho người tiêu dùng. Do đó, sẽ không thật sự hợp lý khi cố gắng phát triển thương mại điện tử mà không đặt các giao dịch của người tiêu dùng trong một khung pháp lý cụ thể. Lý giải cho điều này là người tiêu dùng đại diện cho bên yếu hơn trong hợp đồng và điểm yếu của họ có thể tăng lên đáng kể trong môi trường điện tử do sự vắng mặt của các bên. Đây là lý do tại sao, trong vài thập kỷ qua, nhiều quốc gia, đặc biệt là các quốc gia phát triển, đã quan tâm nghiêm túc về bảo vệ người tiêu dùng và đặc biệt là bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử. Ví dụ điển hình như tại Châu Âu, số lượng các văn bản pháp luật điều chỉnh các vấn đề của người tiêu dùng trong cả môi trường ngoại tuyến và trực tuyến tương đối nhiều và cụ thể.

Pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng là lĩnh vực pháp luật điều chỉnh các quan hệ giữa người tiêu dùng với các thương nhân khi người tiêu dùng mua, sử dụng hàng hóa, dịch vụ của thương nhân đó; quy định những quyền của người tiêu dùng và trách nhiệm của thương nhân trong các giao dịch[29]. Trong đó, pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử là một bộ phận của

[29] Nguyễn Thị Vân Anh (chủ biên) (2014), *Giáo trình Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng,* Nxb. Công an Nhân dân, tr. 21.

pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng, vì vậy có thể định nghĩa như sau: *"Pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử là một lĩnh vực pháp luật bao gồm hệ thống các nguyên tắc và quy phạm pháp luật do nhà nước ban hành, quy định các biện pháp nhằm đảm bảo quyền lợi của người tiêu dùng khi tham gia các hoạt động thương mại điện tử với tổ chức, cá nhân kinh doanh"*.

Pháp luật bảo vệ quyền lợi NTD trong TMĐT được đặt ra nhằm quy định quyền và nghĩa vụ của người tiêu dùng cũng như thương nhân trong thương mại điện tử và cách thức thực thi những quy định đó, đồng thời cân bằng lại vị trí yếu thế của người tiêu dùng trong mối quan hệ với thương nhân trong môi trường điện tử.

1.2.2. Đặc điểm pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử

Pháp luật BVQLNTD trong TMĐT là một bộ phận trong Pháp luật BVQLNTD nói chung nên nó vẫn mang những đặc điểm của lĩnh vực pháp luật này, tuy nhiên nó vẫn có những đặc điểm riêng biệt gắn liền với bản chất của TMĐT, đó là:

- Pháp luật BVQLNTD trong TMĐT trao thêm quyền cho người tiêu dùng, đồng thời bổ sung các trách nhiệm đặc thù cho tổ chức, cá nhân kinh doanh nhằm bảo vệ người tiêu dùng khỏi các rủi ro mà thương mại điện tử mang lại trong khi vẫn được hưởng đầy đủ các lợi ích của thương mại điện tử.

Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng có ý nghĩa và vai trò quan trọng trong việc áp dụng các biện pháp nhằm cân bằng quyền lợi giữa NTD với thương nhân trong TMĐT và bảo đảm khả năng thực thi các quy định này. Đồng thời cho phép nhà nước kiểm soát các thương nhân tham gia thị trường thông qua thủ tục đăng ký và cấp phép nhằm tăng mức độ bảo vệ cho người tiêu dùng.

Về lý thuyết, pháp luật bảo vệ người tiêu dùng trong TMĐT phải đảm bảo điều chỉnh hầu hết các khía cạnh của mối quan hệ giữa người tiêu dùng với thương nhân, cụ thể là giai đoạn trước khi mua hàng (bao gồm trách nhiệm cung cấp thông tin, hành vi thương mại lành mạnh v.v.), giai đoạn mua hàng bao gồm các điều khoản hợp đồng không công bằng, bảo mật thanh toán trực tuyến, v.v.) và giai đoạn sau khi mua hàng (bao gồm giải quyết tranh chấp, yêu cầu bồi thường, v.v.) để khắc phục vị trí thương lượng yếu thế và sự bất cân xứng thông tin của NTD so với tổ chức, cá nhân kinh doanh.

- Pháp luật BVQLNTD trong TMĐT gắn liền với quy định về công nghệ và sự mở rộng, phát triển của TMĐT.

Chuyển đổi kỹ thuật số đang tác động sâu sắc đến nền kinh tế và xã hội của chúng ta, thay đổi cách thức người tiêu dùng tương tác với nhau và cách thức thị trường trực tuyến hoạt động. Dữ liệu người tiêu dùng, trong bối cảnh này, đã trở thành một tài sản kinh tế thiết yếu cung cấp cho một loạt các mô hình kinh doanh, công nghệ đồng thời xuất hiện nhiều dạng giao dịch mới và sáng tạo.

Người tiêu dùng trên toàn cầu đang trải qua thời kỳ thay đổi nhanh chóng khi chuyển đổi kỹ thuật số mang đến các công nghệ mới, mô hình kinh doanh, giao dịch, cũng như một loạt các hàng hóa và dịch vụ sáng tạo ví dụ như Internet Vạn vật (Internet of Things - IoT), trí tuệ nhân tạo (AI) và các nền tảng trực tuyến mới như thị trường nền tảng ngang hàng (PPM). Các công nghệ mới mang lại nhiều lợi ích và trải nghiệm tốt hơn cho người tiêu dùng nhưng đồng thời cũng đặt ra nhiều thách thức mà cơ quan nhà nước và các bên liên quan khác phải đối mặt và giải quyết nhằm đảm bảo quyền lợi cho người tiêu dùng.

Cơ quan có thẩm quyền cần xem xét làm thế nào để thích ứng và thực hiện các chính sách về bảo vệ người tiêu dùng trong thời đại tiến bộ công nghệ nhanh chóng này. Mặc dù chính sách bảo vệ người tiêu dùng thường trung lập về công nghệ và đủ rộng để bao quát các công nghệ và mô hình kinh

doanh

mới, các cơ quan xây dựng pháp luật nên liên tục theo dõi và phân tích sự phát triển trên thị trường thương mại điện tử để đảm bảo rằng người tiêu dùng được bảo vệ đầy đủ và có thể hưởng lợi từ các thị trường đó.

- Pháp luật BVQLNTD trong TMĐT mở rộng phạm vi đối tượng áp dụng thêm cả các bên trung gian, hỗ trợ giao dịch điện tử giữa NTD và tổ chức, cá nhân kinh doanh.

Quan hệ trong TMĐT thông thường bao gồm ít nhất ba chủ thể: người tiêu dùng, nhà cung cấp sản phẩm và bên thứ ba, là nhà cung cấp dịch vụ mạng, các cơ quan chứng thực giao dịch TMĐT. Bên thứ ba này đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra môi trường cho các giao dịch TMĐT; giữ nhiệm vụ chuyển và lưu giữ thông tin giữa các bên tham gia giao dịch TMĐT đồng thời họ cũng xác nhận độ tin cậy của các thông tin trong giao dịch TMĐT. Do đó, họ cũng là những chủ thể phải chịu trách nhiệm trong việc bảo vệ người tiêu dùng cùng với nhà cung cấp sản phẩm.

Ngoài ra, trong một số trường hợp, NTD mua hàng hoá, dịch vụ từ sàn giao dịch TMĐT (ví dụ như Lazada, Tiki…) thì bên cạnh người bán, là người trực tiếp cung cấp sản phẩm cho NTD, còn có sự tham gia của thương nhân cung cấp dịch vụ TMĐT. Đồng thời, trong giao dịch TMĐT hiện nay có sự tham gia của rất nhiều bên hỗ trợ cho giao dịch đó như bên trung gian thanh toán không dùng tiền mặt (ví điện tử, thẻ tín dụng,…) hay các bên cung cấp dịch vụ giao hàng, kho vận… Vì lẽ đó, Pháp luật BVQLNTD trong TMĐT cần bao quát hết tất cả các chủ thể có tham gia vào mối quan hệ giữa NTD với thương nhân khi mua bán hàng hoá, cung cấp dịch vụ thông qua phương tiện điện tử nhằm bảo vệ tối ưu cho NTD.

- Pháp luật BVQLNTD trong TMĐT hỗ trợ sự tăng trưởng hơn nữa của thị trường thương mại điện tử, vì lợi ích của người tiêu dùng và doanh nghiệp.

Bảo vệ người tiêu dùng có thể được coi là một yếu tố quan trọng trong các cơ sở pháp lý để phát triển thương mại điện tử. Khung pháp lý điều chỉnh

các vấn đề của thương mại điện tử gồm rất nhiều quy định khác nhau như các quy định về hình thành hợp đồng, quyền tài phán, thanh toán điện tử, chữ ký điện tử, ký kết hợp đồng, bảo mật dữ liệu…. Với một môi trường tiềm ẩn nhiều rủi ro cho người tiêu dùng như thương mại điện tử, việc tạo dựng lòng tin với NTD thường khó khăn hơn do đây là môi trường mua sắm với các yếu tố đặc thù như: tính bất định, tính ẩn danh, sự phức tạp và rủi ro tiềm tàng từ các yếu tố công nghệ. Và để TMĐT thật sự phát triển đúng tiềm năng của nó đòi hỏi người tiêu dùng khi tham gia giao dịch phải có sự tin tưởng, tin tưởng rằng quyền lợi của mình được tôn trọng và đảm bảo bởi pháp luật, có thế NTD mới đẩy mạnh việc sử dụng phương tiện điện tử cho mục đích mua bán hàng hoá, dịch vụ.

1.2.3. Cấu trúc nội dung và cấu trúc hình thức của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử ở Việt Nam

1.2.3.1. Cấu trúc hình thức của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử ở Việt Nam

Việt Nam là một trong nhưng nước đi đầu trong việc xây dựng pháp luật bảo vệ quyền lợi NTD ở khu vực Đông Nam Á. Mặc dù chưa có một văn bản cụ thể bảo vệ quyền lợi NTD trong TMĐT nhưng hiện tại cũng có khá nhiều các văn bản điều chỉnh nội dung này. Hệ thống văn bản điều chính bao gồm các văn bản về pháp luật bảo vệ quyền lợi NTD và các văn bản điều chỉnh về TMĐT.

i.Hệ thống văn bản pháp luật bảo vệ quyền lợi NTD

- *Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2010:*

Đầu tiên phải kể đến là Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010 được Quốc hội thông qua tại kì họp thứ VIII, ngày 17 tháng 11 năm 2010. Ngày Luật ra đời thay thế cho Pháp lệnh Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 1999 đã đánh dấu một bước ngoặt lớn trong công cuộc bảo vệ quyền lợi NTD và thể hiện sự quan tâm của Đảng và Nhà nước ta đối với vấn đề cấp thiết này. Luật

quy định về quyền và nghĩa vụ của NTD, trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa dịch vụ đối với NTD, trách nhiệm của các tổ chức xã hội trong việc tham gia bảo vệ quyền lợi NTD. Bên cạnh đó Luật còn quy định về hướng giải quyết các tranh chấp giữa NTD với tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa dịch vụ, các biện pháp để NTD tự bảo vệ quyền lợi của mình và trách nhiệm quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi NTD.

Luật Bảo vệ quyền lợi NTD ra đời đã cụ thể hóa và bổ sung thêm nhiều các quyền cũng như nghĩa vụ của NTD. Bên cạnh đó, để bảo đảm cho những quyền của NTD được thực hiện, Luật đã quy định cụ thể trách nhiệm của cá nhân, tổ chức kinh doanh cũng như các cơ quan, tổ chức trong việc bảo vệ quyền lợi NTD. Đối với riêng lĩnh vực TMĐT thì tại Điều 13 và 14 Luật đã có đề cập. Cụ thể, tại Điều 13 Luật đưa quy định về vấn đề cung cấp thông tin cho NTD thông qua phương tiện điện tử. Theo đó, khi sử dụng phương tiện điện tử để cung cấp thông tin, chủ thể kinh doanh phải đáp ứng một số yêu cầu luật định. Tại Điều 14 Luật quy định chủ thể kinh doanh phải tạo điều kiện để NTD xem xét toàn bộ hợp đồng trước khi giao kết. Như vậy, dù chưa chi tiết và đầy đủ nhưng có thể nói Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2010 đã quan tâm tới vấn đề bảo vệ NTD trong TMĐT.

- *Các văn bản hướng dẫn Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2010*

Trong số những văn bản này, trước tiên phải kể đến Nghị định 99/2011/NĐ – CP của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Nghị định này quy định về bảo vệ quyền lợi NTD trong giao dịch với cá nhân hoạt động thương mại độc lập, thường xuyên không phải đăng ký kinh doanh; hợp đồng giao kết với NTD và điều kiện giao dịch chung; giải quyết yêu cầu bảo vệ quyền lợi NTD; tổ chức xã hội tham gia hoạt động bảo vệ quyền lợi NTD; tổ chức hòa giải các tranh chấp giữa NTD và tổ chức, cá nhân kinh doanh và quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi NTD.

Liên quan đến việc bảo vệ quyền lợi NTD trong TMĐT, Điều 17 của Nghị định có quy định về giao kết hợp đồng từ xa – hợp đồng được ký kết giữa NTD và tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa dịch vụ thông qua phương tiện điện tử hoặc điện thoại.[30] Theo đó khi giao kết với NTD tổ chức cá nhân phải cung cấp cho người tiêu dùng một số thông tin bắt buộc quy định tại khoản 1, Điều 17. Ngoài ra, Điều luật này còn quy định nếu như thương nhân không cung cấp đầy đủ những thông tin đã yêu cầu thì NTD có quyền đơn phương chấm dứt thực hiện hợp đồng trong thời hạn 10 ngày kể từ ngày giao kết hợp đồng (nếu như các bên không có thỏa thuận khác).

Từ các Điều 7 đến 16, Nghị định quy định các vấn đề liên quan đến hợp đồng mẫu và điều kiện giao dịch chung, như: yêu cầu về hình thức của hợp đồng; trách nhiệm đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung…

Bên cạnh đó, không thể không nhắc tới Nghị định 185/2013/NĐ-CP ngày 15/11/2013 của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và được sửa đổi bởi Nghị định 124/2015/NĐ-CP ngày 19/11/2015 của Chính phủ sửa đổi Nghị định 185/2013/NĐ-CP: Nghị định này quy định về hành vi vi phạm, hình thức, mức xử phạt và thẩm quyền xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Liên quan đến vấn đề bảo vệ quyền lợi NTD trong TMĐT có các quy định như Điều 65 quy định về hành vi vi phạm pháp luật về bảo vệ thông tin cá nhân người tiêu dùng, Điều 72 quy định về xử phạt vi phạm trong giao kết hợp đồng từ xa, Điều 77 quy định về việc xử phạt hành vi vi phạm về cung cấp bằng chứng giao dịch. Bên cạnh đó, Nghị định này còn dành riêng mục 11 quy định về các hành vi vi phạm về thương mại điện tử.

ii.Hệ thống các văn bản pháp luật về thương mại điện tử

[30] Khoản 1, Điều 3 Nghị định 99/2011/NĐ – CP quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật BVQLNTD.

- *Luật Giao dịch điện tử năm 2005 và Luật Công nghệ thông tin năm 2006*

Trong bối cảnh TMĐT ngày càng trở nên phổ biến và phát triển tại Việt Nam, Luật Giao dịch điện tử 2005 ra đời là một hành lang pháp lý quan trọng tạo điều kiện để các giao dịch điện tử, trong đó có TMĐT, được thực hiện một cách thuận lợi. Luật Giao dịch điện tử đã cho mọi người thấy rõ hơn về khái niệm như thế nào là giao dịch điện tử (Điều 4). Ngoài ra, các điều từ Điều 10 đến Điều 20 đưa ra những quy định các vấn đề liên quan đến thông điệp dữ liệu – những thông tin được tạo ra, gửi đi, nhận và lưu trữ bằng phương tiện điện tử, cùng những quy định liên quan đến giá trị của thông điệp dữ liệu, hình thức gửi, nhận thông điệp Đây là cơ sở để các bên thiết lập các giao dịch và khi có tranh chấp, thông điệp dữ liệu sẽ là chứng cứ để bảo vệ quyền lợi của các bên, đặc biệt là NTD.

Luật còn quy định một vấn đề rất quan trọng, liên quan trực tiếp tới vấn đề bảo vệ quyền lợi NTD trong TMĐT, đó là những quy định về chữ ký số. Với khả năng xác nhận người ký thông điệp dữ liệu và xác nhận sự chấp thuận của người đó đối với nội dung thông điệp dữ liệu được ký thì các quy định về giá trị pháp lý, điều kiện để bảo đảm an toàn cho chữ ký điện tử và chứng thực chữ ký điện tử là những quy định hết sức quan trọng để có thể bảo vệ quyền lợi của NTD. Bên cạnh đó là các quy định liên quan đến giao kết hợp đồng điện tử mà theo đó, hợp đồng điện tử phải tuân thủ đầy đủ các quy định của pháp luật về hợp đồng thông thường, bên cạnh đó nó còn phải đáp ứng các điều kiện riêng để có thể đảm bảo quyền lợi của các bên khi tiến hành giao dịch.

Như đã trình bày ở mục 1.1, trong hoạt động TMĐT luôn có sự tham gia của một bên thứ ba – nhà cung cấp mạng, tổ chức chứng thực chữ ký số,

các chủ thể này cũng đóng một vai trò quan trọng trong việc bảo đảm cho các giao dịch giữa các bên diễn ra thuận lợi. Vì vậy những quy định của Luật Công nghệ thông tin đối với nhóm chủ thể này là vô cùng cần thiết.

Luật Công nghệ thông tin năm 2006 quy định về hoạt động ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin, các biện pháp bảo đảm ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin, quyền và nghĩa vụ của cơ quan, tổ chức, cá nhân (sau đây gọi chung là tổ chức, cá nhân) tham gia hoạt động ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin. Tại Điều 9 Luật có quy định trách nhiệm và nghĩa vụ của các chủ thể ứng dụng công nghệ thông tin, theo đó thì các chủ thể này sẽ phải chịu trách nhiệm về những nội dung của mình trên môi trường mạng. Những chủ thể kinh doanh trên môi trường này cũng phải đảm bảo một số thông tin cho NTD khi tham gia kinh doanh. Theo đó họ phải đăng tải một số thông tin tối thiểu cần thiết được quy định tại Điều 9. Từ Điều 29 đến Điều 33 Luật Công nghệ thông tin quy định về việc ứng dụng công nghệ thông tin trong thương mại. Ngoài ra, Luật còn đề cấp đến một số vấn đề như nguyên tắc ứng dụng công nghệ thông tin, trang thông tin bán hàng trên mạng, cung cấp thông tin cho việc giao kết hợp đồng trên mạng, giải quyết hậu quả do lỗi nhập sai thông tin thương mại trên môi trường mạng và cả vấn đề thanh toán trên môi trường mạng. Những quy định này sẽ góp phần bảo vệ quyền lợi của NTD khi tiến hành những giao dịch trên mạng. Tại Điều 70, 71 và 72 của Luật còn quy định về việc chống thư rác, chống virus và bảo mật thông tin của người sử dụng dịch vụ, đây đều là những quy định quan trọng liên quan trực tiếp đến quyền lợi NTD.

- *Các văn bản hướng dẫn Luật Giao dịch điện tử 2005 và Luật Công nghệ thông tin 2006*

Luật Giao dịch dịch điện tử năm 2005 và Luật Công nghệ thông tin năm 2006 được hướng dẫn bởi các văn bản dưới luật sau đây:

Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16 tháng 5 năm 2013 của Chính phủ về thương mại điện tử, có hiệu lực kể từ ngày 01 tháng 7 năm 2013, được sửa đổi, bổ sung một số điều theo Nghị định 85/2021/NĐ-CP ngày 25 tháng 09 năm 2021. Sự ra đời của nghị định được coi là bước tiến đột phá trong việc tạo ra

môi trường pháp lý riêng biệt dành cho hoạt động thương mại điện tử. Nghị định không chỉ điều chỉnh các vấn đề mang tính nguyên tắc trong giao dịch thương mại điện tử mà còn mở rộng các hoạt động thực tiễn về ứng dụng thương mại điện tử, trong đó tập trung và những vấn đề mang tính đặc thù được phát sinh trong môi trường điện tử. Bên cạnh đó, Nghị định còn quy định chi tiết về hoạt động quản lý nhà nước đối với thương mại điện tử như thủ tục thông báo hay đăng ký, đồng thời công bố danh sách các website TMĐT mà người tiêu dùng nên thận trọng. Đồng thời, Nghị định đã dành một chương quy định về an ninh, an toàn trong thương mại điện tử, nêu lên trách nhiệm bảo vệ thông tin cá nhân người tiêu dùng của các tổ chức, cá nhân thu thập thông tin người tiêu dùng, chính sách bảo vệ thông tin đã thu thập, các nguyên tắc sử dụng thông tin, bảo đảm an toàn, an ninh thông tin cá nhân, cũng như quy định về an toàn thanh toán trong giao dịch thương mại điện tử. Những quy định của Nghị định đã tạo ra hành lang pháp lý tương đối vững chắc và đầy đủ đối với hoạt động thương mại điện tử, và một phần nhỏ quy định có thể giúp bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng.

Trong khi đó, Nghị định số 77/2012/ NĐ–CP là nghị định sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 90/2008/NĐ–CP về chống thư rác. Nghị định này quy định về việc gửi thư điện tử (email), tin nhắn quảng cáo; quy định về biện pháp quản lý các nhà cung cấp dịch vụ quảng cáo qua email và tin nhắn. Nghị định 15/2020/NĐ-CP của Chính phủ có hiệu lực từ ngày 15/04/2020 quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực bưu chính, viễn thông, công nghệ thông tin và giao dịch điện tử. Nghị định này quy định về việc xử phạt vi phạm hành chính đối với các hành vi vi phạm trong các lĩnh vực có liên quan mật thiệt đến quyền lợi người tiêu dùng như việc thu thập, sử dụng thông tin cá nhân, chống thư rác,….

Liên quan đến vấn đề thanh toán điện tử có các quy định của Nghị định 101/2012/ NĐ–CP của Chính phủ về thanh toán không dùng tiền mặt. Nghị định này điều chỉnh các hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt; đối tượng

tham gia và điều kiện để triển khai cung ứng các dịch vụ thanh toán, dịch vụ trung gian thanh toán. Bên cạnh đó, Nghị định còn hoàn thiện và bổ sung thêm các quy định về giải quyết tranh chấp trong hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt.

Bên cạnh đó, còn có các quy định trong Luật An toàn thông tin mạng 2015 và Luật An ninh mạng 2018 điều chỉnh một cách tương đối chi tiết vấn đề bảo vệ an toàn thông tin trên mạng nói chung, đã trở thành cơ sở quan trọng trong thực thi việc bảo vệ thông tin cá nhân người tiêu dùng trong thương mại điện tử.

Trên đây là khái quát về nội dung của những văn bản pháp luật quan trọng và có vai trò chủ yếu trong hoạt động bảo vệ quyền lợi NTD trong TMĐT ở Việt Nam. Có thể thấy những quy định về vấn đề này nhằm rải rác trong nhiều văn bản, điều đó cũng phần nào cho thấy tính đa dạng và phức tạp của việc bảo vệ NTD trong TMĐT.

1.2.3.2. Cấu trúc nội dung của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử ở Việt Nam

Tùy quan niệm của từng nước mà pháp luật về bảo vệ NTD trong giao dịch điện tử có nội dung và cách quy định khác nhau. Tuy nhiên về cơ bản thì pháp luật bảo vệ NTD trong giao dịch điện tử tập trung quy định các vấn đề sau:

- *Quyền và nghĩa vụ của người tiêu dùng trong thương mại điện tử*

Đây được coi là một trong những nội dung quan trọng nhất của pháp luật bảo vệ NTD nói chung và bảo vệ quyền lợi NTD trong giao dịch điện tử nói riêng. Các quyền và nghĩa vụ cơ bản của NTD theo Quốc tế NTD (CI) và Bản hướng dẫn của Liên Hợp Quốc về bảo vệ NTD là: Quyền được an toàn; Quyền được thông tin; Quyền được lựa chọn; Quyền được lắng nghe ý kiến; Quyền được thỏa mãn những nhu cầu cơ bản; Quyền được đền bù; Quyền được giáo dục và Quyền được sống trong môi trường trong lành. Điều 8 và Điều 9 Luật bảo vệ quyền lợi NTD năm 2010 của Việt Nam đã quy định các

quyền và nghĩa

vụ của NTD, đây cũng là những quyền và nghĩa vụ cơ bản của NTD khi tiến hành giao dịch truyền thống cũng như giao dịch điện tử. Các quy định về quyền và nghĩa vụ của NTD là những nguyên tắc góp phần xây dựng khuôn mẫu về bảo vệ quyền lợi NTD cho các văn bản pháp luật khác, nhằm giúp cho việc bảo vệ NTD của các cơ quan nhà nước có thẩm quyền được phối hợp nhịp nhàng, đồng bộ nhất.

- *Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh đối với người tiêu dùng trong thương mại điện tử*

Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với NTD là nội dung đặc thù của pháp luật bảo vệ quyền lợi NTD, đặc biệt là trong lĩnh vực giao dịch điện tử. Đối với giao dịch giữa NTD với tổ chức, cá nhân kinh doanh thông qua phương tiện điện tử thì những loại trách nhiệm sau đây được đặc biệt chú ý, đó là:

- Trách nhiệm bảo vệ thông tin của NTD;

- Trách nhiệm cung cấp thông tin cho NTD;

- Trách nhiệm cung cấp bằng chứng giao dịch cho NTD;

- Trách nhiệm đối với các điều khoản giao dịch không công bằng;

- Trách nhiệm đảm bảo chất lượng của vật mua, bán.

- *Hệ thống cơ quan, tổ chức về bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử tại Việt Nam*

Vấn đề BVQLNTD trong TMĐT đòi hỏi sự kết hợp, tham gia của nhiều cơ quan, tổ chức khác nhau do các giao dịch tiêu dùng cũng đa dạng, trải dài trên nhiều lĩnh vực và khoảng cách địa lý. Các thiết chế chính tham gia bảo vệ quyền lợi NTD bao gồm có : Các cơ quan quản lý nhà nước gồm các cơ quan chuyên trách về bảo vệ NTD và các cơ quan điều tiết ngành; Các tổ chức xã hội tham gia vào việc bảo vệ NTD ở trung ương và địa phương. Có sự phối hợp nhuần nhuyễn và tích cực giữa các cơ quan, tổ chức này thì việc bảo vệ NTD mới đạt được hiệu quả cao nhất, giúp phát triển TMĐT và tăng cường niềm tin cho NTD.

- *Phương thức giải quyết tranh chấp giữa tổ chức, cá nhân kinh doanh và người tiêu dùng trong thương mại điện tử*

Trong giải quyết tranh chấp giữa NTD với tổ chức, cá nhân kinh doanh trong giao dịch điện tử, pháp luật các nước đề cao vai trò của các phương thức giải quyết tranh chấp thay thế cho tòa án đó là thương lượng, hòa giải. Các phương thức giải quyết tranh chấp thay thế khiến cho việc giải quyết được đảm bảo bí mật, không công khai, không có bản án bất lợi cho tổ chức, cá nhân kinh doanh còn đối với NTD thì không phải chịu những bất cập của thủ tục tố tụng dân sự như chậm chạp, tốn kém và phức tạp. Đặc biệt là trong giao dịch điện tử, các bên tranh chấp có thể ở những quốc gia khác nhau nên việc khởi kiện vụ án dân sự là rất khó khăn cho NTD. Luật bảo vệ quyền lợi NTD 2010 của Việt Nam cũng đã quy định tranh chấp giữa NTD với tổ chức cá nhân kinh doanh có thể được giải quyết thông qua: thương lượng, hòa giải, trọng tài và tòa án.

- *Xử lý vi phạm pháp luật bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử*

Khi quyền lợi của NTD bị xâm phạm, tổ chức, cá nhân vi phạm sẽ phải chịu những biện pháp chế tài như chế tài dân sự (bồi thường thiệt hại) hay chế tài hành chính (phạt tiền, cảnh cáo, tước quyền kinh doanh…) và nếu gây nguy hiểm cho xã hội đến mức bị coi là tội phạm thì còn phải chịu chế tài nghiêm khắc nhất là chế tài hình sự.

Luật bảo vệ quyền lợi NTD 2010 cũng quy định hệ thống chế tài đối với các hành vi vi phạm Luật bảo vệ quyền lợi NTD tại điều 11:

- Cá nhân vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi NTD thì tùy theo tính chất, mức độ vi phạm mà bị xử phạt vi phạm hành chính hoặc bị truy cứu trách nhiệm hình sự, nếu gây thiệt hại thì phải bồi thường theo quy định của pháp luật.

- Tổ chức vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi NTD thì tùy theo tính chất, mức độ vi phạm mà bị xử phạt vi phạm hành chính, nếu gây thiệt hại thì phải bồi thường theo quy định của pháp luật.

1.2.4. Pháp luật quốc tế và pháp luật một số nước trên thế giới về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử

1.2.4.1. Quy định của Liên Hợp Quốc về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử

Hướng dẫn của Liên Hợp Quốc về bảo vệ người tiêu dùng (UNGCP) đã được đại Hội đồng Liên Hợp Quốc thông qua trong nghị quyết 39/248 ngày 16/04/1985. Hướng dẫn được ban hành sau một chiến dịch dài được tiến hành bởi các hiệp hội người tiêu dùng ở nhiều nước với sự đứng đầu của Người tiêu dùng Quốc tế (trước đây là Tổ chức quốc tế của hiệp hội người tiêu dung) đã kêu gọi Liên Hợp Quốc soạn thảo một hướng dẫn chung về bảo vệ người tiêu dùng tại đại hội thế giới ở Sydney năm 1975. Vào năm 1977 Hội đồng kinh tế và xã hội của Liên Hợp Quốc (ECOSOC) chỉ đạo chuẩn bị một cuộc khảo sát về pháp luật trong lĩnh vực bảo vệ người tiêu dùng với quan điểm xây dựng một bộ hướng dẫn chung cho bảo vệ người tiêu dung, đặc biệt tính đến nhu cầu của các nước đang phát triển. Dự thảo hướng dẫn đã được gửi tới các quốc gia thành viên để lấy ý kiến vào năm 1982 và Hướng dẫn này đã được soạn thảo trên nhiều nguồn bao gồm OECD, Tuyên ngôn nhân quyền về người tiêu dùng của Hoa Kỳ và tài liệu từ các cơ quan bảo vệ người tiêu dùng quốc gia và các hiệp hội bảo vệ người tiêu dùng. Cuối cùng những hướng dẫn này đã được thông qua bởi Đại hội đồng vào năm 1985. Mười bốn năm sau, Hướng dẫn này được bổ sung thêm một phần mới về tiêu dùng bền vững tại Nghị quyết E/1999/INF/2/Add.2 ngày 26/7/1999.

Hướng dẫn sửa đổi của Liên hợp quốc về bảo vệ người tiêu dùng (UNGCP), được thông qua năm 2015, đưa ra các đặc điểm chính của pháp luật bảo vệ người tiêu dùng một cách hiệu quả, các tổ chức thực thi và hệ thống yêu

cầu bồi thường. Hướng dẫn này bao gồm một phần cụ thể về thương mại điện tử, trong đó nêu bật một số hướng dẫn chính để đảm bảo rằng người tiêu dùng được bảo vệ trong môi trường thương mại điện tử giống như trong các loại hình thương mại khác. Đồng thời Hướng dẫn 64 yêu cầu các quốc gia thành viên "đáp ứng các tính năng đặc biệt của thương mại điện tử", và nhấn mạnh nhận thức về quyền và nghĩa vụ của người tiêu dùng và thương nhân trong môi trường kỹ thuật số. Hướng dẫn số 65 kêu gọi về việc hợp tác xuyên quốc gia và đề nghị các quốc gia thành viên nghiên cứu cũng như học tập các hướng dẫn của OECD về Bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử. Mặc dù không ràng buộc về mặt pháp lý, Hướng dẫn này được chấp nhận rộng rãi như là chuẩn mực quốc tế về những hành vi chuẩn mực trong bảo vệ người tiêu dùng.

1.2.4.2. Hướng dẫn của OECD về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử

Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) là một diễn đàn kinh tế quốc tế, được thành lập vào năm 1961 với mục đích thúc đẩy và phát triển kinh tế và thương mại trên phạm vi toàn cầu. OECD thực hiện mục tiêu của mình thông qua việc trao đổi kinh nghiệm giữa các quốc gia, cùng tìm cách giải quyết các vấn đề chung, nhận diện và giới thiệu các mô hình thực tiễn đạt kết quả tốt cũng như tăng cường hợp tác và phối hợp chính sách quốc nội và quốc tế. Hiện tại OECD có 34 thành viên, chủ yếu là các quốc gia có nền kinh tế phát triển.

Không lâu sau sự bùng nổ của internet vào giữa những thập niên 90 của thế kỷ XX, OECD đã nhận ra tiềm năng và tầm ảnh hưởng của công cụ này đối với sự phát triển của nền kinh tế thế giới. Tuy nhiên, điều này cũng tiềm ẩn những nguy cơ nhất định, mà một trong số đó chính là đe dọa tới quyền lợi của người tiêu dùng. Giao dịch qua internet tạo ra sự thuận lợi, nhưng cũng chính điều này sẽ khiến cho người tiêu dùng dễ bị lừa dối nếu không được bảo vệ hợp lý và không có những kiến thức cần thiết. Do đó, OECD đã cùng bàn bạc để hình thành nên một bản hướng dẫn nhằm giúp các quốc gia định hướng

cho

pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng của mình sao cho phù hợp với sự phát triển của internet nói chung và TMĐT nói riêng.

Sau 18 tháng nghiên cứu và làm việc, vào ngày 9 tháng 12 năm 1999, OECD đã thông qua "Bản hướng dẫn về Bảo vệ Người tiêu dùng trong Bối cảnh TMĐT" (gọi tắt là Bản hướng dẫn của OECD). Nguyên tắc chung xuyên suốt Bản hướng dẫn này là người tiêu dùng tham gia TMĐT sẽ nhận được sự bảo vệ không kém hơn so với khi tham gia các hoạt động thương mại thông thường. Bản hướng dẫn được chia làm 4 phần lớn: Phạm vi điều chỉnh, các nguyên tắc chung, hướng dẫn thực thi và hợp tác quốc tế. Trong đó, nội dung chính của Bản hướng dẫn tập trung ở phần các nguyên tắc chung trong từng hoạt động bảo vệ người tiêu dùng trong TMĐT:

- Bảo vệ một cách minh bạch và hiệu quả: Như đã nêu trên, đây là nguyên tắc chủ đạo của Bản hướng dẫn, do đó được đặt ở vị trí đầu tiên trong số các nguyên tắc chung. Theo đó, khi tham gia hoạt động TMĐT, người tiêu dùng được bảo vệ không kém hơn khi tham gia bất kỳ hoạt động thương mại thông thường nào khác.

- Tiếp thị, quảng cáo và thương mại công bằng: Trong hoạt động TMĐT, doanh nghiệp phải thực hiện việc quảng cáo và tiếp thị rõ ràng và nhất quán; không được lừa dối hay che giấu danh tính, địa điểm kinh doanh của mình. Các thông tin đưa ra phải rõ ràng và chính xác, đồng thời người tiêu dùng có thể dễ dàng tiếp cận những thông tin đó. Ngoài ra, khi tham gia giao kết hợp đồng, doanh nghiệp không được phép đưa ra những điều khoản không công bằng, gây bất lợi cho người tiêu dùng. Quyết định của người tiêu dùng khi tham gia các hoạt động TMĐT như giao kết hợp đồng, lựa chọn nhận hoặc không nhận email quảng cáo, tiếp thị… cũng phải được tôn trọng.

Nếu như nguyên tắc bảo vệ một cách minh bạch và hiệu quả là nguyên tắc gốc của Bản hướng dẫn thì nguyên tắc tiếp thị, quảng cáo và thương mại công bằng có thể coi là nội dung cụ thể hóa của nguyên tắc trên. Tính công bằng là mấu chốt trong việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, khi mà trong

hoạt động TMĐT, họ là bên yếu thế hơn rất nhiều. Đảm bảo được tính công bằng là một điều rất khó, nhưng lại là nền tảng để hoạt động bảo vệ người tiêu dùng đạt được hiệu quả.

- Về vấn đề thông tin trong TMĐT, OECD phân chia thành ba nhóm nguyên tắc: thông tin về doanh nghiệp; thông tin về hàng hóa, dịch vụ và thông tin về giao dịch. Yêu cầu bao trùm toàn bộ việc cung cấp thông tin là tính chính xác và dễ tiếp cận đối với người tiêu dùng.

+ Thông tin về doanh nghiệp: Khi tham gia hoạt động TMĐT, doanh nghiệp nhất thiết phải cung cấp các thông tin nhận diện (như tên doanh nghiệp, địa chỉ của doanh nghiệp, các thông tin liên hệ…). Những thông tin này giúp cho người tiêu dùng có thể liên lạc một cách nhanh chóng, dễ dàng và hiệu quả với doanh nghiệp khi phát sinh các vấn đề có liên quan. Bên cạnh đó, đáng chú ý là các doanh nghiệp còn cần đưa ra những biện pháp giải quyết tranh chấp phù hợp và hiệu quả.

+ Thông tin về hàng hóa, dịch vụ: Người tiêu dùng đưa ra quyết định có tham gia giao dịch hay không chủ yếu dựa vào những thông tin về hàng hóa, dịch vụ mà họ được cung cấp khi tham gia TMĐT. Do đó, người tiêu dùng có quyền được tiếp cận với những thông tin một cách nhanh chóng, thuận tiện và dễ dàng nhất.

+ Thông tin về giao dịch: Trước hết, các thông tin về giao dịch cần được thể hiện rõ ràng, minh bạch và dễ hiểu. Những thông tin có liên quan cũng phải đáp ứng yêu cầu này. Trong khi giao dịch, những điều kiện và điều khoản liên quan cần được cung cấp một cách đầy đủ và rõ ràng. Người tiêu dùng cũng có quyền được xem xét lại các thông tin trước khi thực hiện giao dịch. Khi giao dịch được thực hiện bằng nhiều thứ tiếng thì các thông tin liên quan cũng phải được dịch đầy đủ ra những thứ tiếng này. Ngoài ra, sau khi giao dịch, các thông tin này cần được lưu trữ lại như một dạng bằng chứng giao dịch nhằm phục vụ cho việc giải quyết các tranh chấp có thể phát sinh sau này.

- Xác nhận giao dịch: Khi tham gia các giao dịch TMĐT, người tiêu dùng rất dễ mắc phải những sai lầm do sự phức tạp của công nghệ thông tin. Do đó, việc xác nhận giao dịch có vai trò quan trọng trong việc xác định sự đồng ý tham gia giao dịch của người tiêu dùng. Trước khi thực hiện việc xác nhận giao dịch, người tiêu dùng có các quyền sau:

+ Nhận diện chính xác hàng hóa, dịch vụ mà mình định mua.

+ Phát hiện và sửa các lỗi mắc phải trong quá trình thực hiện giao dịch.

+ Lưu lại các thông tin về giao dịch.

+ Hủy bỏ giao dịch.

Theo như Bản hướng dẫn của OECD, người tiêu dùng có thể hủy bỏ giao dịch khi chưa xác nhận giao dịch. Tuy nhiên, OECD không đề cập tới quyền hủy bỏ giao dịch sau khi đã xác nhận. Trên thực tế, có những trường hợp người tiêu dùng xác nhận giao dịch do thao tác nhầm hoặc do nhầm lẫn. Đối với những trường hợp này, quyền hủy bỏ giao dịch vẫn có thể được trao cho người tiêu dùng, nhưng cần kèm theo một số nghĩa vụ như thông báo ngay cho doanh nghiệp hoặc giải thích về những nhầm lẫn của mình khi thực hiện giao dịch. Như vậy tính công bằng sẽ được đảm bảo hơn, người tiêu dùng sẽ không phải chịu những thiệt thòi không đáng có trong quá trình giao dịch.

- Thanh toán: Bản hướng dẫn của OECD nêu rõ: Khi tham gia giao dịch TMĐT, người tiêu dùng cần được cung cấp cơ chế thanh toán dễ dàng và bảo mật. OECD là tổ chức có nhiều thành viên là các quốc gia phát triển, do đó hình thức thanh toán trực tuyến ở các quốc gia này là khá phổ biến và thông dụng. Đối với hình thức thanh toán trực tuyến, việc bảo mật thông tin là một trong những yếu tố quan trọng khiến người tiêu dùng đặt niềm tin vào các giao dịch sử dụng hình thức thanh toán này. Tuy nhiên, OECD cũng đã dự tính tới vấn đề thanh toán trực tuyến tại các quốc gia kém phát triển hơn khi đưa ra quy định về thanh toán đơn giản và thuận tiện.

- Giải quyết tranh chấp và bồi thường: OECD rất chú trọng đến tính xuyên biên giới của hoạt động TMĐT, đây là điều cần lưu tâm trong việc bảo

vệ quyền

lợi người tiêu dùng trong hoạt động này. Trước hết, khi xảy ra tranh chấp, các vấn đề về thẩm quyền tài phán và luật áp dụng cần được xác định rõ. Muốn vậy, trong pháp luật của từng quốc gia, những vấn đề này cần được quy định rõ ràng. Bản hướng dẫn của OECD nhấn mạnh rằng pháp luật của từng quốc gia cũng cần đưa ra những quy định công bằng để giải quyết tranh chấp giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng. Ngoài ra, vấn đề này đòi hỏi phải có cơ chế hợp tác tốt giữa ba bên: doanh nghiệp – đại diện người tiêu dùng và Nhà nước.

1.2.4.3. Pháp luật của Liên minh Châu Âu về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử

Trong lĩnh vực bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong TMĐT, EU đã ban hành khá nhiều văn bản và hầu hết đều ở dạng Chỉ thị (Directive). Chỉ thị của EU có đặc điểm là văn bản pháp lý mang tính bắt buộc chung với các quốc gia thành viên được xác định trong đó. Tuy nhiên, Chỉ thị chỉ đưa ra những quy định mang tính "khung" hoặc những mục tiêu cần thực hiện mà không áp đặt cách thức thực hiện. Do vậy, các quốc gia thành viên cần nội luật hóa những Chỉ thị này và được tự do lựa chọn hình thức cũng như phương thức áp dụng. Việc điều chỉnh các vấn đề về bảo vệ người tiêu dùng trong TMĐT vào các Chỉ thị là một quyết định rất đúng đắn của EU. TMĐT luôn biến đổi không ngừng và khó có thể lường trước được. Nếu EU áp đặt các quy định cho tất cả các quốc gia thì việc điều chỉnh hệ thống pháp luật ở từng nước sẽ kém linh hoạt và khó có thể bắt kịp với sự biến động của TMĐT. Hơn nữa, trong vấn đề này, mỗi quốc gia cần cân nhắc tình hình thực tế trong nước thì mới có thể đưa ra những quy định phù hợp.

Các văn bản quan trọng đề cập đến vấn đề này bao gồm: Chỉ thị 2011/83/EU về Quyền của NTD, Chỉ thị 2000/31/EC về TMĐT, Chỉ thị 2013/11/EU về các phương thức giải quyết tranh chấp thay thế ADR đối với người tiêu dùng, Quy định số 524/2013 về phương thức giải quyết tranh chấp trực tuyến ODR, bên cạnh đó Chỉ thị về Bảo mật và truyền thông điện tử 2002

và Quy định bảo vệ dữ liệu chung 2016 đang là hai trụ cột chính của khung pháp lý bảo vệ dữ liệu của EU.

** Chỉ thị về Quyền của NTD*

Chỉ thị về Quyền của Người tiêu dùng thể hiện quy định nền tảng của các hợp đồng tiêu dùng liên quan đến thương mại điện tử. Đặc biệt, nó quy định nghĩa vụ thông tin trước hợp đồng và quyền của người tiêu dùng về việc rút khỏi hợp đồng từ xa. Hợp đồng từ xa được định nghĩa là 'bất kỳ hợp đồng nào được ký kết giữa thương nhân và người tiêu dùng trong giao dịch từ xa với việc sử dụng một hoặc nhiều phương tiện liên lạc từ xa (như đặt hàng qua thư, internet, điện thoại hoặc fax), do đó theo Chỉ thị này, tất cả các hợp đồng được ký kết trực tuyến đều được coi là hợp đồng từ xa[31]. Phạm vi điều chỉnh của Chỉ thị về Quyền của NTD chỉ tập trung vào các giao dịch giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng (B2C) nên có thể nói trong số các văn bản của EU về bảo vệ người tiêu dùng trong TMĐT thì đây là văn bản có tính "bảo vệ" trực tiếp nhất.

Liên quan đến vấn đề bảo vệ người tiêu dùng trong TMĐT, Chỉ thị đưa ra các quy định về nghĩa vụ cung cấp thông tin, quyền rút khỏi hợp đồng, việc thực hiện nghĩa vụ của bên cung cấp, vấn đề thanh toán, cơ chế khiếu nại… Trong số đó, những điểm đáng chú ý nhất nằm ở nghĩa vụ về thông tin và quyền rút khỏi hợp đồng của người tiêu dùng.

Về nghĩa vụ thông tin, khoản 1 Điều 6 của Chỉ thị quy định: trong một khoảng thời gian hợp lý trước khi giao kết hợp đồng, người tiêu dùng phải được cung cấp một số thông tin nhất định như: thông tin nhận diện về bên cung cấp; đặc tính chính của hàng hóa, dịch vụ; giá cả (bao gồm cả thuế); chi phí vận chuyển; thỏa thuận thanh toán và thực hiện nghĩa vụ, quyền rút khỏi hợp đồng; hiệu lực của chào hàng…

Về quyền rút khỏi hợp đồng, Điều 9 của Chỉ thị đã xác định rõ thời hạn đối với quyền này cũng như các cách tính thời hạn trong những trường hợp cụ

[31] Điều 2(7) Chỉ thị số 2011/83/EU của Liên minh Châu Âu về Quyền của người tiêu dùng.

thể. Quyền rút khỏi hợp đồng là một trong những "ưu ái" mà pháp luật dành cho người tiêu dùng để cân bằng ưu thế giữa họ với các doanh nghiệp cung cấp hàng hóa và cung ứng dịch vụ. Khi tham gia hợp đồng bán hàng từ xa nói chung và hợp đồng TMĐT nói riêng, người tiêu dùng không được trực tiếp tiếp xúc để đánh giá chất lượng cũng như độ phù hợp của hàng hóa, dịch vụ đối với mình trong thực tiễn. Do vậy, họ có quyền rút khỏi hợp đồng ngay cả khi đã nhận được hàng hóa, dịch vụ.

Chỉ thị quy định rằng người tiêu dùng có thể rút khỏi hợp đồng trong thời hạn là 14 ngày mà không cần đưa ra lý do và cũng không phải chịu bất kỳ chi phí nào. Thời hạn 14 ngày được bắt đầu tính từ ngày người tiêu dùng nhận hàng hóa (đối với hợp đồng về hàng hóa) hoặc từ ngày hợp đồng được ký kết (đối với hợp đồng cung ứng dịch vụ). Tuy nhiên, đối với một số loại hợp đồng như hợp đồng dịch vụ về trò chơi và xổ số, hợp đồng cung cấp báo và tạp chí, hợp đồng mà trong đó hàng hóa và dịch vụ bị chi phối bởi thị trường tài chính và không thuộc tầm kiểm soát của bên cung cấp… thì người tiêu dùng sẽ không có quyền rút khỏi hợp đồng.

Như vậy, có thể nhận định rằng Chỉ thị về Quyền của NTD đã trao cho người tiêu dùng một đặc quyền giúp họ bớt yếu thế hơn so với doanh nghiệp trong hoạt động TMĐT. Tuy nhiên, không phải vì thế mà quyền lợi của doanh nghiệp bị ảnh hưởng. Chỉ thị đã quy định rõ về các trường hợp rút khỏi hợp đồng cũng như chỉ rõ thời hạn của việc rút khỏi hợp đồng trong từng trường hợp cụ thể. Chính những quy định này đã phần nào tạo ra sự cân bằng về lợi ích, khi mà doanh nghiệp được quyền từ chối việc rút khỏi hợp đồng của người tiêu dùng trong một số trường hợp mà việc đó gây ra ảnh hưởng tới họ.

Chỉ thị Quyền của NTD đã tạo ra khung pháp lý đầu tiên đối với vấn đề bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong TMĐT ở châu Âu. Mặc dù chưa điều chỉnh toàn diện các vấn đề bảo vệ người tiêu dùng trong TMĐT cũng như chưa tập trung vào những đặc thù của TMĐT, tuy nhiên Chỉ thị này đã giúp các quốc gia thành viên của EU bước đầu hình dung được về việc bảo vệ người tiêu dùng trong hoạt động này.

** Chỉ thị 2000/31/EC về TMĐT*

Mặc dù không trực tiếp đề cập tới việc bảo vệ người tiêu dùng trong TMĐT nhưng Chỉ thị 2000/31/EC vẫn được đánh giá là một bước hoàn thiện về pháp luật của EU trong lĩnh vực này. Chỉ thị 2000/31/EC tập trung vào hai mục đích chính: thúc đẩy sự phát triển của TMĐT và củng cố lòng tin của người tiêu dùng khi tham gia các hoạt động của TMĐT.

Các nghĩa vụ được Chỉ thị 2000/31/EC chú trọng là nghĩa vụ về thông tin, vấn đề quản lý thư rác và các vấn đề liên quan đến hợp đồng điện tử.

** Các Chỉ thị về bảo mật thông tin*

Bảo mật thông tin luôn là một yếu tố quan trọng, đặc biệt là với TMĐT. Do vậy, EC cũng không thể bỏ qua vấn đề này khi quy định về bảo vệ người tiêu dùng trong TMĐT. Các Chỉ thị liên quan đến vấn đề này bao gồm: Chỉ thị 95/46/EC về Bảo vệ dữ liệu đã được thay thế bởi Quy định bảo vệ dữ liệu chung 2016 (General Data Protection Regulation – GDPR). GDPR được xây dựng dựa trên nền tảng của Chỉ thị Bảo vệ dữ liệu 1995, nhưng có cập nhật và hiện đại hóa hơn với mục đích đối phó với những thách thức đặt ra bởi nền kinh tế kỹ thuật số. Khác với GDPR, Chỉ thị về Bảo mật và truyền thông điện tử 2002 (được sửa đổi năm 2009) quy định các quy tắc về quyền riêng tư và thông tin liên lạc được mã hóa, với mục đích bảo vệ các quyền cơ bản và quyền tự do (đặc biệt là quyền riêng tư) đối với việc xử lý dữ liệu cá nhân trong lĩnh vực viễn thông trong mạng điện tử công cộng và đảm bảo sự di chuyển tự do của dữ liệu đó. Tuy nhiên, trên thực tế Chỉ thị này được thực thi kém hiệu quả do việc thực hiện phân tán của các quốc gia thành viên và không theo kịp với sự phát triển của công nghệ. Do đó, Ủy bản Châu Âu đã công bố một đề xuất lập pháp khác nhằm điều chỉnh các quy tắc hiện hành phù hợp với sự phát triển của công nghệ, đồng thời đề xuất dự định sẽ bãi bỏ Chỉ thị về Bảo mật và truyền thông điện tử 2002, thay vào đó sẽ cụ thể hóa và bổ sung cho GDPR.

** Chỉ thị về phương thức giải quyết tranh chấp giữa NTD và thương nhân*

Chỉ thị 2013/11/EU về các phương thức giải quyết tranh chấp thay thế ADR đối với người tiêu dùng. Giải quyết tranh chấp thay thế (ADR) cung cấp một giải pháp bên ngoài tòa án đơn giản, nhanh chóng và chi phí thấp để giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và thương nhân. Quy định số 524/2013 về phương thức giải quyết tranh chấp trực tuyến ODR bổ sung thêm cho Chỉ thị này các nền tảng và công cụ trực tuyến để giải quyết tranh chấp hữu hiệu hơn trong môi trường thương mại điện tử. Chỉ thị góp phần bảo vệ hữu hiệu quyền lợi của NTD trong thương mại truyền thống cũng như thương mại điện tử bằng cách quy định NTD có quyền gửi khiếu nại của mình tới các chủ thể ADR và đảm bảo các chủ thể này phải đáp ứng các yêu cầu về tính độc lập, vô tư, minh bạch, hiệu quả, nhanh chóng và công bằng trong giải quyết tranh chấp. Có thể nói, hệ thống các quy định của Liên minh Châu Âu về bảo vệ NTD trong TMĐT được thiết lập bởi một loạt các Chỉ thị và Quy định điều chỉnh nhiều vấn đề liên quan đến NTD và TMĐT nói riêng. Tuy nhiên mục đích của các quy định này đều nhằm mục tiêu tăng cường sự đảm bảo cho NTD khi giao kết hợp đồng thông qua phương tiện điện tử. Hệ thống pháp luật của EU được đánh giá là đa dạng, bao quát hầu hết các vấn đề phát sinh trong sự tăng trưởng nhanh chóng của TMĐT trong thời gian gần đây.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Thương mại điện tử tại Việt Nam nói riêng và trên thế giới nói chung đã có những bước nhảy vọt trong thời gian vừa qua và ngày càng có chiều hướng gia tăng cả về hình thức thực hiện cũng như số lượng giao dịch. Đồng thời với những lợi ích mà TMĐT đem lại cho NTD thì cũng tiềm ẩn nhiều rủi ro mà NTD gặp phải khi tham gia vào loại hình thương mại này.

Người tiêu dùng trong thương mại điện tử là cá nhân mua, sử dụng hàng hóa dịch vụ thông qua các phương tiện điện tử có kết nối với mạng internet, mạng viễn thông di động hoặc các mạng mở khác cho các mục đích không phải thương mại, nghề nghiệp. Bản chất, người tiêu dùng trong thương mại điện tử là một nhóm cụ thể xác định trong tổng thể khái niệm người tiêu dùng, chủ thể này có một đặc trưng riêng có đó chính là họ mua sắm hàng hoá, dịch vụ trong môi trường thương mại điện tử. Thương mại điện tử mang tới cho người tiêu dùng những lợi ích to lớn nhưng đồng thời cũng ẩn chứa nhiều rủi ro. Do đó, đòi hỏi phải có sự can thiệp của pháp luật nhằm bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của NTD.

Pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử là một lĩnh vực pháp luật bao gồm hệ thống các nguyên tắc và quy phạm pháp luật do nhà nước ban hành, quy định các biện pháp nhằm đảm bảo quyền lợi của người tiêu dùng khi tham gia các hoạt động thương mại điện tử với tổ chức, cá nhân kinh doanh. Pháp luật BVQLNTD trong TMĐT là một bộ phận trong Pháp luật BVQLNTD nói chung nên nó vẫn mang những đặc điểm của lĩnh vực pháp luật này, tuy nhiên nó vẫn có những đặc điểm riêng biệt gắn liền với bản chất của TMĐT, đó là: trao thêm quyền cho người tiêu dùng, đồng thời bổ sung các trách nhiệm đặc thù cho tổ chức, cá nhân kinh doanh nhằm bảo vệ người tiêu dùng khỏi các rủi ro mà thương mại điện tử mang lại; gắn liền với quy định về công nghệ và sự mở rộng, phát triển của TMĐT; mở rộng phạm vi đối tượng

áp dụng thêm cả các bên trung gian, hỗ trợ giao dịch điện tử giữa NTD và tổ chức, cá nhân kinh doanh và hỗ trợ sự tăng trưởng hơn nữa của thị trường thương mại điện tử, vì lợi ích của người tiêu dùng và doanh nghiệp.

Pháp luật bảo vệ NTD trong giao dịch điện tử tập trung quy định các vấn đề sau: (i) Quyền và nghĩa vụ của người tiêu dùng trong giao dịch điện tử; (ii) Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh đối với người tiêu dùng trong thương mại điện tử; (iii) Hệ thống cơ quan, tổ chức về bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử tại Việt Nam; (iv) Phương thức giải quyết tranh chấp giữa tổ chức, cá nhân kinh doanh và người tiêu dùng trong thương mại điện tử;

(v) Xử lý vi phạm pháp luật bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử Đồng thời, luận án cũng có nghiên cứu về pháp luật BVQLNTD trong

TMĐT tại một số nước trên thế giới cũng như các Khuyến nghị của Liên hợp quốc và OECD về vấn đề này.

Nghiên cứu các vấn đề lý luận về pháp luật bảo vệ NTD trong TMĐT là bước tiên quyết để tiếp tục nghiên cứu về thực trạng quy định pháp luật và đưa ra những giải pháp, kiến nghị, góp phần đảm bảo quyền lợi của NTD trong môi trường điện tử.

Chương 2: THỰC TRẠNG PHÁP LUẬT VIỆT NAM VỀ BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

2.1. Thực trạng pháp luật Việt Nam về quyền của người tiêu dùng trong thương mại điện tử

Đây là một nội dung quan trọng của pháp luật bảo vệ quyền lợi NTD nói chung và bảo vệ NTD trong giao dịch điện tử nói riêng. Để NTD thực sự được bảo vệ cần có sự kết hợp giữa trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh, sự điều chỉnh của pháp luật và việc tự bảo vệ mình của NTD. NTD cần biết mình có quyền và nghĩa vụ như thế nào để khi đứng trước tổ chức, cá nhân kinh doanh, họ sẽ không cảm thấy "yếu thế" nữa. Do không có một văn bản pháp luật riêng biệt điều chỉnh cụ thể về bảo vệ NTD khi thực hiện những giao dịch thông qua các phương tiện điện tử như fax, điện thoại, mạng máy tính… nên những quy định về quyền và nghĩa vụ của NTD trong giao dịch điện tử chủ yếu được tìm thấy trong Luật BVQLNTD năm 2010.

Ghi nhận những quyền của NTD đã được Quốc tế NTD CI và Bản hướng dẫn của Liên hiệp quốc về bảo vệ NTD thể hiện trong Nghị quyết Đại hội đồng Liên hợp quốc số A/RES/39/248 ngày 16/4/1985, Luật BVQLNTD của Việt Nam đã cụ thể hóa những quyền mà NTD được hưởng tại Điều 8, đó là:

- Được bảo đảm an toàn tính mạng, sức khoẻ, tài sản, quyền, lợi ích hợp pháp khác khi tham gia giao dịch, sử dụng hàng hoá, dịch vụ do tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ cung cấp.
- Được cung cấp thông tin chính xác, đầy đủ về tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ; nội dung giao dịch hàng hóa, dịch vụ; nguồn gốc, xuất xứ hàng hoá; được cung cấp hoá đơn, chứng từ, tài liệu liên quan đến giao dịch và thông tin cần thiết khác về hàng hóa, dịch vụ mà NTD đã mua, sử dụng.
- Lựa chọn hàng hoá, dịch vụ, tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá,

dịch vụ theo nhu cầu, điều kiện thực tế của mình; quyết định tham gia hoặc không

tham gia giao dịch và các nội dung thoả thuận khi tham gia giao dịch với tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ.

- Góp ý kiến với tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ về giá cả, chất lượng hàng hoá, dịch vụ, phong cách phục vụ, phương thức giao dịch và nội dung khác liên quan đến giao dịch giữa NTD và tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ.

- Tham gia xây dựng và thực thi chính sách, pháp luật về bảo vệ quyền lợi NTD.

- Yêu cầu bồi thường thiệt hại khi hàng hoá, dịch vụ không đúng tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật, chất lượng, số lượng, tính năng, công dụng, giá cả hoặc nội dung khác mà tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đã công bố, niêm yết, quảng cáo hoặc cam kết.

- Khiếu nại, tố cáo, khởi kiện hoặc đề nghị tổ chức xã hội khởi kiện để bảo vệ quyền lợi của mình theo quy định của Luật này và các quy định khác của pháp luật có liên quan.

- Được tư vấn, hỗ trợ, hướng dẫn kiến thức về tiêu dùng hàng hóa, dịch vụ.

Trên đây là những quyền mà NTD được hưởng khi thực hiện giao dịch với tổ chức, cá nhân kinh doanh dù là giao dịch bằng phương thức truyền thống hay phương thức điện tử. Khi giao kết hợp đồng điện tử với tổ chức, cá nhân kinh doanh thì NTD sẽ gặp rất nhiều khó khăn do không nhận biết được chính xác mình đang giao kết với ai, thông tin về sản phẩm có đúng như công bố không và việc thanh toán, giao nhận hàng có an toàn hay không v.v…Chính vì những rủi ro mà NTD gặp phải trong giao dịch điện tử thường liên quan đến việc thiếu thông tin về tổ chức, cá nhân kinh doanh, về sản phẩm nên quyền được cung cấp thông tin được coi là quyền quan trọng nhất của NTD khi thực hiện giao dịch qua các phương tiện điện tử.

Ngoài những quyền cơ bản của NTD được quy định tại Điều 8 Luật BVQLNTD năm 2010 thì NTD trong giao dịch điện tử còn có thêm những quyền mang tính chất đặc thù như sau:

2.1.1. Quyền được cung cấp thông tin

Liên quan đến quyền được cung cấp thông tin, đây là một trong số các quyền cơ bản của NTD được Luật BVQLNTD quy định, phát sinh từ yếu thế cơ bản nhất của NTD trước thương nhân, đó chính là yếu thế về thông tin. Đặc biệt trong TMĐT, NTD và tổ chức, cá nhân kinh doanh ở cách xa nhau và NTD biết rất ít về danh tính của thương nhân, các thông tin cụ thể về sản phẩm, điều kiện giao dịch…

Theo quan niệm chung được cộng đồng quốc tế công nhận rộng rãi, quyền được thông tin của NTD là quyền được cung cấp các dữ liệu thực tế cần thiết để đưa ra các quyết định tiêu dùng một cách có hiểu biết[32].

Trong thời đại công nghệ bùng nổ, TMĐT đang ngày càng được NTD ưa chuộng thì thông tin chính là mấu chốt quyết định cho việc mua sắm hàng hoá, dịch vụ. Do sự phát triển tự do của thị trường này dẫn đến việc lượng thông tin mà NTD được cung cấp bị thiếu cân đối, những thông tin tốt về hàng hoá, dịch vụ, về thương nhân thì được cung cấp rất nhiều đồng thời bị thổi phồng còn những thông tin "xấu", những thông tin cảnh báo về sản phẩm thì được thương nhân che giấu đi. Từ thực tế này, NTD nhận được thông tin dạng nào và đầy đủ ra sao sẽ tác động tới quyết định của NTD, nếu thông tin đầy đủ và chính xác, NTD sẽ trở thành NTD thông thái còn nếu thông tin bị sai lệch sẽ khiến NTD sai lầm trong việc mua hàng. Nhận thức được tầm quan trọng của "quyền được cung cấp thông tin của NTD" chính là bảo đảm cho việc bảo vệ NTD trong môi trường kỹ thuật số ngày nay.

---

[32] Consumers International, *Consumer Rights*, nguồn: http://www.consumersinternational.org/who-we-are/consumer-rights ngày truy cập 10/12/2021.

Thực tế hiện nay, người tiêu dùng khi mua sản phẩm chủ yếu phụ thuộc vào thông tin một chiều do người bán cung cấp. Ví dụ như khi gõ tìm kiếm mua "tai nghe iPhone chính hãng" thì đủ các loại sản phẩm với giá thậm chí dưới

100.00 đồng. Trong khi đó, với một tai nghe chính hãng, giá bán hiện được niêm yết là 800.000 đồng. Cửa hàng TimeZone (TP.HCM) đăng ký bán trên Lazada tai nghe iPhone với mức giá chỉ 15.000 đồng. Trong phần hỏi đáp, nhiều người đặt câu hỏi đây có phải hàng chính hãng không. Chủ shop trả lời qua loa và nói rằng đây là hàng đang giảm giá[33].

Tại Việt Nam, khoản 2 Điều 8 Luật BVQLNTD năm 2010 quy định NTD "*Được cung cấp thông tin chính xác, đầy đủ về tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ; nội dung giao dịch hàng hóa, dịch vụ; nguồn gốc, xuất xứ hàng hoá; được cung cấp hoá đơn, chứng từ, tài liệu liên quan đến giao dịch và thông tin cần thiết khác về hàng hóa, dịch vụ mà NTD đã mua, sử dụng*".

Theo quy định này, NTD được cung cấp thông tin chính xác và đầy đủ về 3 yếu tố cơ bản là: (1) tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ; (2) đối tượng của giao dịch hàng hóa, dịch vụ (trong đó có thông tin như nguồn gốc xuất xứ hàng hóa, các thông tin khác về đối tượng này) và (3) nội dung (các quyền và nghĩa vụ của mình và của các bên có liên quan) giao dịch hàng hóa, dịch vụ. Quy định này mang tính chất chung chung, không cụ thể về những thông tin mà NTD có quyền được biết là những thông tin thuộc loại nào. Nếu áp dụng theo quy định trên, tất cả những thông tin được coi là có liên quan đến tổ chức, cá nhân kinh doanh hoặc hàng hóa, dịch vụ mà NTD đã mua hoặc sử dụng sẽ đều được coi là thông tin phải cung cấp cho NTD. Như vậy sẽ khó có tổ chức, cá nhân kinh doanh nào có thể đảm bảo được quyền của NTD được thực hiện trên thực tế. Tuy nhiên, khi xét đến quyền được cung cấp thông tin của NTD, ta cũng phải xét

[33]Báo Pháp luật Thành phố Hồ Chí Minh, *Sai phạm của sàn thương mại điện tử: phạt quá nhẹ,* nguồn: https://plo.vn/kinh-te/sai-pham-cua-san-thuong-mai-dien-tu-phat-qua-nhe-787560.html ngày truy cập 10/12/2021.

ngược đến trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh trong việc cung cấp thông tin cho NTD mà cụ thể sẽ được đề cập tới ở mục 2.2.

Bên cạnh đó, tuy Luật không quy định rõ chủ thể nào có trách nhiệm bảo đảm quyền được thông tin của NTD, nhưng với tinh thần của quy định trên và một số quy định khác của Luật BVQLNTD, có thể thấy rằng, quyền được thông tin của NTD chỉ được bảo đảm khi chính các tổ chức, cá nhân kinh doanh khi tham gia giao dịch với NTD thực hiện đúng nghĩa vụ cung cấp thông tin cho NTD. Bên cạnh đó, các tổ chức có liên quan khác như các doanh nghiệp truyền thông, quảng cáo và các cơ quan quản lý nhà nước, các hội bảo vệ NTD cũng là những chủ thể có trách nhiệm góp phần bảo đảm và tôn trọng quyền được thông tin của NTD.

Có thể thấy, Luật BVQLNTD đã thiết lập những cơ sở pháp lý làm tiền đề cho quyền được cung cấp thông tin của NTD, mặc dù còn nhiều thiếu sót nhưng ít nhất đã khẳng định NTD có quyền yêu cầu cung cấp thông tin về hàng hoá, dịch vụ, về thương nhân. Tuy không có quy định cụ thể về quyền được thông tin của NTD trong TMĐT nhưng theo hướng dẫn của OECD hay UNCTAD thì nguyên tắc đặt ra đó là NTD trong TMĐT cần phải được bảo vệ ít nhất ở mức ngang bằng như khi giao dịch bằng phương thức truyền thống, do đó NTD giao dịch bằng phương tiện điện tử cũng có đầy đủ quyền được cung cấp thông tin theo như quy định của Luật BVQLNTD. Minh bạch thông tin là yếu tố then chốt cho bảo vệ NTD trong TMĐT và để đảm bảo cho quyền của NTD, pháp luật các nước cũng như Việt Nam chủ yếu tác động tới trách nhiệm của thương nhân phải cung cấp những loại thông tin gì cho NTD khi giao dịch điện tử, giúp NTD có được những thông tin cần thiết và chính xác để đưa ra quyết định sáng suốt khi mua sắm sản phẩm và cả những thông tin sau này về giao dịch như bảo hành hay khiếu nại…

2.1.2. Quyền được bảo vệ thông tin

Thông tin cá nhân của NTD rất đa dạng, được tổ chức, cá nhân kinh doanh thu thập, sử dụng, lưu trữ, chuyển giao nhằm phục vụ nhiều mục đích khác nhau như: hoàn thành giao dịch, thanh toán, cung cấp các dịch vụ đi kèm sau bán hàng, xúc tiến thương mại, khảo sát ý kiến… ,đây là một tài sản rất quý giá và quan trọng đối với tổ chức, cá nhân kinh doanh. Thông tin cá nhân được định nghĩa trong nhiều văn bản pháp luật khác nhau như sau:

Tại Khoản 5 Điều 3 Nghị định 64/2007/NĐ-CP của Chính Phủ quy định về Ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động của cơ quan nhà nước, một trong những quy định pháp luật đầu tiên định nghĩa về Thông tin cá nhân thì: *Thông tin cá nhân là thông tin đủ để xác định chính xác danh tính một cá nhân, bao gồm ít nhất nội dung trong những thông tin sau đây: họ tên, ngày sinh, nghề nghiệp, chức danh, địa chỉ liên hệ, địa chỉ thư điện tử, số điện thoại, số chứng minh nhân dân, số hộ chiếu. Những thông tin thuộc bí mật cá nhân gồm có hồ sơ y tế, hồ sơ nộp thuế, số thẻ bảo hiểm xã hội, số thẻ tín dụng và những bí mật cá nhân khác*. Có thể thấy, đây là một quy định rất cụ thể, từ việc định nghĩa đến liệt kê những yếu tố được coi là thông tin cá nhân, và còn tiến thêm một bước sâu hơn, đó chính là quy định trong những thông tin này, thông tin nào là bí mật cá nhân. Quy định này khá tương đồng với quy định của Điều 4.1 Quy định Bảo vệ dữ liệu chung của Liên minh Châu Âu[34] *" Dữ liệu cá nhân là bất kỳ thông tin nào liên quan đến việc xác định hoặc nhận dạng một cá nhân cụ thể, một cá nhân có thể được xác định một cách trực tiếp hoặc gián tiếp thông qua tên, số định danh, thông tin về vị trí, mã định danh trực tuyến, hoặc một vài yếu tố khác như thông tin về thể chất, sinh lý, di truyền, tinh thần, thông tin về kinh tế, văn hoá, xã hội của cá nhân đó"*.

[34] General Data Protection Regulation, 2016

Khoản 15 Điều 3 Luật An toàn thông tin mạng 2015 thì quy định văn tắt như sau*: Thông tin cá nhân* là thông tin gắn với việc xác định danh tính của một người cụ thể. Quy định này tương tự với hướng dẫn của OECD về Bảo mật thông tin năm 2013.

Các quy định trên đều chỉ định nghĩa về thông tin cá nhân nói chung, còn Khoản 11 Điều 3 Nghị định 98/2020/NĐ-CP của Chính Phủ quy định về Xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và bảo vệ quyền lợi NTD lại quy định cụ thể về NTD đồng thời dùng cụm từ "Bí mật cá nhân" thay cho "Thông tin cá nhân" như sau: *"Bí mật cá nhân của người tiêu dùng là thông tin liên quan đến cá nhân người tiêu dùng đã được người tiêu dùng hoặc tổ chức, cá nhân có liên quan khác áp dụng các biện pháp bảo mật mà nếu tiết lộ hoặc sử dụng thông tin này không có sự chấp thuận của họ sẽ gây ảnh hưởng xấu tới sức khỏe, tính mạng, tài sản hoặc các thiệt hại về vật chất hoặc tinh thần khác với người tiêu dùng".*

Theo người viết, thông tin cá nhân của NTD bản chất cũng là thông tin gắn với việc xác định danh tính của cá nhân NTD cụ thể. Thông tin này rất đa dạng, gồm: họ tên, tuổi, giới tính, địa chỉ, nghề nghiệp, điện thoại, địa chỉ thư điện tử, số hộ chiếu, số căn cước công dân, thông tin y tế, tài chính, văn hoá, xã hội… của NTD.

NTD thường được yêu cầu cung cấp những thông tin của mình cho tổ chức, cá nhân kinh doanh khi muốn mua bán một sản phẩm nào đó. Một vài hàng hóa có giá trị nhỏ thì NTD không cần thiết phải cung cấp thông tin cho tổ chức, cá nhân kinh doanh nhưng với những loại hàng hóa có giá trị lớn thì việc cung cấp thông tin như tên, tuổi, địa chỉ, số điện thoại… là điều cần thiết để thuận tiện cho việc giao hàng hay chăm sóc hậu mãi sau này. Đặc biệt đối với một vài trường hợp NTD thực hiện việc giao dịch qua mạng internet thì họ còn phải cung cấp những thông tin như số thẻ ngân hàng, mã pin bảo mật… Những thông tin này rất quan trọng đối với NTD, nếu để lọt ra ngoài, họ có

thể phải

gánh chịu những hậu quả không hay về vật chất, tinh thần. Với mục đích bảo vệ quyền lợi của NTD trước sự xâm hại của thương nhân, Luật BVQLNTD đã quy định các quyền của NTD, trong đó có quyền được bảo vệ thông tin như sau: *" NTD được bảo đảm an toàn, bí mật thông tin của mình khi tham gia giao dịch, sử dụng hàng hóa, dịch vụ, trừ trường hợp cơ quan nhà nước có thẩm quyền yêu cầu"*[35]. Bí mật thông tin của NTD gồm rất nhiều loại thông tin, có thể là chi tiết về nhân thân, số tài khoản ngân hàng, số điện thoại… và đều phải được tổ chức, cá nhân kinh doanh sử dụng đúng mục đích và an toàn vì khi những bí mật này bị tiết lộ sẽ ảnh hưởng đến đời sống riêng tư, công việc, tài sản, sức khỏe của NTD.

Ngoài việc được quy định trong Luật BVQLNTD năm 2010, vấn đề bảo vệ thông tin cũng được đặc biệt chú trọng tới trong Luật Công nghệ thông tin năm 2006, Luật Giao dịch điện tử năm 2005 và Luật An toàn thông tin mạng năm 2015. Sở dĩ những văn bản này có những quy định cụ thể về việc bảo vệ thông tin vì trên thực tế, những vụ việc liên quan tới vấn đề mua bán thông tin cá nhân của NTD chủ yếu xuất phát từ các nguồn như internet hay thiết bị viễn thông. Cụ thể, tại Luật Công nghệ thông tin năm 2006 quy định "Cá nhân có quyền yêu cầu tổ chức, cá nhân lưu trữ thông tin cá nhân của mình trên môi trường mạng thực hiện việc kiểm tra, đính chính hoặc hủy bỏ thông tin đó" [36], quy định này tương tư như quy định tại Luật An toàn thông tin mạng năm 2015[37]. Vậy NTD khi thực hiện việc cung cấp thông tin cho thương nhân trên mạng internet có thể yêu cầu thương nhân phải đính chính lại những thông tin

[35] Khoản 1 Điều 6 Luật Bảo vệ quyền lợi NTD năm 2010

[36] Khoản 1 Điều 22 Luật công nghệ thông tin năm 2006.

[37] Khoản 1 Điều 18 Luật An toàn thông tin mạng năm 2015 quy định: *Chủ thể thông tin cá nhân có quyền yêu cầu tổ chức, cá nhân xử lý thông tin cá nhân cập nhật, sửa đổi, hủy bỏ thông tin cá nhân của mình mà tổ chức, cá nhân đó đã thu thập, lưu trữ hoặc ngừng cung cấp thông tin cá nhân của mình cho bên thứ ba.*

sai lệch hoặc hủy bỏ những thông tin đó khi thấy việc lưu trữ thông tin là không cần thiết hoặc có nguy cơ để lộ thông tin ra bên ngoài. Bên cạnh đó, NTD còn có quyền được bảo đảm bí mật các thông tin riêng chuyển qua mạng viễn thông công cộng theo quy định tại Điều 6 Luật Viễn thông năm 2009. Có thể thấy, NTD khi sử dụng những phương tiện điện tử như máy tính, điện thoại di động,…, những phương tiện công nghệ cao và thường bị mất cắp thông tin cá nhân khi sử dụng những phương tiện này, đều được những văn bản pháp luật chuyên biệt điều chỉnh, đảm bảo quyền được bảo vệ thông tin của NTD nói chung và trong môi trường mạng, viễn thông nói riêng.

Mặc dù được quy định trong khá nhiều văn bản pháp luật khác nhau nhưng các quy định này vẫn còn khá đơn sơ, chủ yếu là quy định về mặt nguyên tắc mà chưa cụ thể được NTD có quyền gì và sẽ thực hiện quyền đó như thế nào đối với việc bảo vệ thông tin của bản thân. Pháp luật Việt Nam nên học tập quy định của Liên minh Châu Âu, tại Chương 3 Quy định Bảo vệ dữ liệu chung, từ Điều 12 đến 23 là các quyền cụ thể của chủ thể dữ liệu đối với thông tin của mình, ví dụ như quyền yêu cầu các thông tin của tổ chức, cá nhân xử lý thông tin; quyền truy cập dữ liệu; quyền cải chính thông tin; quyền xoá bỏ thông tin; quyền từ chối việc xử lý thông tin, … và quy định rất cụ thể việc thực hiện các quyền này như thế nào. Việc quy định cụ thể giúp cho NTD cũng như tổ chức, cá nhân thu thập thông tin dễ dàng hiểu và áp dụng các quy định này, tránh gây thiệt hại không đáng có đến NTD.

Thực trạng buôn bán dữ liệu cá nhân của khách hàng, của người tiêu dùng diễn ra phổ biến và có riêng các trang web chuyên mua bán các thông tin này và chúng ta có thể dễ dàng truy cập, tình trạng các website như danhsachkhachhang.com, datakhachhang.net, danhsachmoi.com… rao bán thông tin cá nhân hay thậm chí được cho tải miễn phí từ đường link Google tài

liệu đăng tải trên mạng đang diễn ra tràn lan[38]. Để tránh các hậu quả bất lợi có thể xảy ra với tài sản, danh tính của người tiêu dùng, bản thân người tiêu dùng cần cẩn trọng hơn trong việc cung cấp thông tin cho thương nhân nếu những thông tin đó không phải là cần thiết cho việc thực hiện giao dịch điện tử. Đồng thời cũng cần phải thực thi các quy định pháp luật một cách triệt để về vấn đề bảo mật thông tin cá nhân, đảm bảo niềm tin của người tiêu dùng khi tham gia vào thương mại điện tử.

2.1.3. Quyền sửa đổi và hủy bỏ hợp đồng do lỗi kỹ thuật

Một trong những vấn đề quan trọng nhất trong việc hình thành giao dịch điện tử là sai sót trong quá trình trao đổi và nhập dữ liệu. Những sai lầm có thể dễ dàng xảy ra do sự tự động hóa và tốc độ trong môi trường Internet. Do giao dịch được thực hiện bằng phương tiện điện tử nên có những trường hợp mà NTD do thiếu kiến thức, trình độ về công nghệ hoặc do bất cẩn mà nhập sai thông tin về hàng hóa mà mình muốn mua. Bên cạnh đó, việc mua hàng hoá, dịch vụ thông qua hệ thống thông tin tự động cũng đem tới rủi ro lớn cho NTD khi không thể trao đổi với người bán một cách trực tiếp để tham khảo thêm thông tin về hàng hoá, dịch vụ mình muốn mua cũng như dễ dàng khắc phục nếu NTD bị nhầm lẫn khi mua hàng. Đối với việc NTD nhập sai thông tin do thao tác kỹ thuật không đúng hoặc do bất cẩn là trường hợp hay xảy ra khi một bên là hệ thống thông tin tự động và NTD không có khả năng sửa chữa sai lầm của mình, ví dụ như nhập sai số lượng hàng hoá muốn mua, NTD muốn mua 1 sản phẩm thì nhập thành 11 sản phẩm…. Khi đó, mục đích của việc giao dịch đã không còn như mong muốn của NTD, đòi hỏi phải có một cơ chế nhằm khắc phục những lỗi kỹ thuật, bảo vệ cho lợi ích hợp pháp của NTD. Theo Điều 32 Luật Công nghệ thông tin năm 2006 thì NTD có quyền đơn phương chấm dứt

[38] Báo Lao động, *Nhức nhối tình trạng thông tin cá nhân bị rao bán công khai trên mạng*, nguồn: https://laodong.vn/kinh-te/nhuc-nhoi-tinh-trang-thong-tin-ca-nhan-bi-rao-ban-cong-khai-tren-mang-809337.ldo ngày truy cập 10/12/2021.

hợp đồng khi nhập sai thông tin gửi vào trang thông tin điện tử bán hàng mà trang này không cung cấp khả năng sửa đổi thông tin nếu thông báo kịp thời cho người bán biết về thông tin nhập sai của mình và người bán đã xác nhận việc nhận được thông báo đó đồng thời NTD phải trả lại hàng hóa đã nhận nhưng chưa sử dụng. Quy định này chủ yếu nhắm tới giải quyết hậu quả của việc nhập sai thông tin bằng cách trao quyền cho NTD được đơn phương chấm dứt hợp đồng nhưng phải đợi người bán xác nhận việc nhận được thông báo nhập sai thông tin của NTD. Vậy câu hỏi đặt ra sẽ như thế nào nếu người bán không xác nhận, NTD có quyền trả lại hàng hay không? Cụ thể hơn đối với trường hợp NTD nhập sai thông tin khi trao đổi với hệ thống thông tin tự động nhưng hệ thống này không hỗ trợ cho NTD sửa lại lỗi thì NTD có quyền rút bỏ phần chứng từ điện tử[39] có lỗi nếu đáp ứng hai điều kiện: Một là ngay khi biết có lỗi, NTD phải thông báo cho bên kia về lỗi và nêu rõ đã mắc phải lỗi trong chứng từ điện tử này; Hai là NTD vẫn chưa sử dụng hoặc có được bất kỳ lợi ích vật chất hay giá trị nào từ hàng hóa, dịch vụ nhận được từ bên kia[40]. Quy định về lỗi nhập thông tin trong NĐ 52/2013/NĐ-CP đã tạo điều kiện dễ dàng hơn cho NTD khi không còn yêu cầu cụ thể về điều kiện bên bán phải xác nhận nhưng lại gây tù mù khi xác định quyền của NTD là rút bỏ phần chứng từ điện tử có lỗi, liệu có thể hiểu đây là "rút lại" và "huỷ bỏ" chứng từ điện tử có lỗi không, đồng thời phạm vi của quy định này chỉ hạn chế trong trường hợp NTD giao dịch với hệ thống thông tin tự động chứ không bao quát như quy định trong Luật Công nghệ thông tin khi mở rộng việc nhập dữ liệu sai trên trang thông tin điện tử bán hàng. Tóm lại, quy định trong Luật Công nghệ thông tin hay NĐ 52/2013/NĐ-CP đều hướng tới việc đưa ra kết cục của việc nhập sai thông tin

[39] Xem Khoản 3 Điều 3 Nghị định 52/2013/NĐ-CP: Chứng từ điện tử trong giao dịch thương mại (dưới đây gọi tắt là chứng từ điện tử) là hợp đồng, đề nghị, thông báo, xác nhận hoặc các tài liệu khác ở dạng thông điệp dữ liệu do các bên đưa ra liên quan tới việc giao kết hay thực hiện hợp đồng.

[40] Điều 14 Nghị định 52/2013/NĐ-CP quy định về lỗi nhập thông tin trong chứng từ điện tử.

đó là huỷ bỏ hợp đồng mà chưa đưa ra được giải pháp để NTD có thể phòng tránh cũng như NTD sẽ phải làm gì tiếp theo nếu hợp đồng bị huỷ bỏ? Họ trả lại hàng hoá, dịch vụ và được thương nhân hoàn tiền theo phương thức như thế nào khi họ mua sản phẩm qua sàn giao dịch TMĐT hay chủ thể nào đảm bảo quyền lợi cho NTD trong trường hợp này.

2.1.4. Quyền đơn phương chấm dứt hợp đồng

Quyền đơn phương chấm dứt hợp đồng hay quyền rút lại hợp đồng là một khái niệm mới được đề cập trong pháp luật hợp đồng, chủ yếu nhằm để bảo vệ quyền lợi của NTD khi giao kết hợp đồng điện tử với thương nhân. Quyền này được hiểu là biện pháp để bảo vệ NTD khỏi các quyết định vội vàng, trong một thời gian tương đối ngắn, NTD có quyền xem xét lại quyết định giao kết hợp đồng của mình[41].

Quyền hủy bỏ hợp đồng, cũng có thể được gọi là quyền "rút tiền" hoặc thời gian xem xét (cooling-off period) được pháp luật các nước mô tả đơn giản là khả năng NTD nghĩ lại về việc mua hàng, chấm dứt hợp đồng mà không phải chịu trách nhiệm pháp lý và nhận lại tiền của họ trong khi không cần phải ra tòa hoặc thậm chí đưa ra lý do. Hơn nữa, một trong những tính năng quan trọng nhất của quyền huỷ bỏ hợp đồng là cho phép NTD được rút lại tiền mà không cần phải thực hiện các khiếu kiện tòa án tốn kém, phức tạp hoặc kéo dài. Theo Ủy ban Châu Âu:

Giai đoạn xem xét (cooling-off period) là một trụ cột cơ bản của bảo vệ NTD, cung cấp thời gian để NTD xem xét lại việc mua hàng trực tuyến hoặc mua hàng tại nhà, nơi họ có thể không đánh giá đầy đủ những gì họ đã mua hoặc cảm thấy áp lực khi mua hàng. Do đó, thời gian xem xét cung cấp một cơ

---

[41] Marco Loos (2009), *Right of Withdrawal,* in Geraint Howells, Reiner Schulze (eds), Modernizing and Harmonizing Consumer Contract Law (1st, Sellier, Munich).

hội quan trọng cho NTD để cải thiện quyết định của họ nếu họ thay đổi quyết định hoặc xác định được một ưu đãi tốt hơn nữa[42]

NTD do yếu thế về thông tin, đặc biệt trong giao dịch điện tử, NTD không có cơ hội tiếp xúc trực tiếp với sản phẩm, hoàn toàn dựa trên sự tin tưởng về những thông tin mà tổ chức, cá nhân kinh doanh cung cấp. Chính vì lý do này mà nhiều khi sản phẩm NTD nhận được khác xa so với những thông tin quảng cáo từ phía tổ chức, cá nhân kinh doanh. Để bảo vệ lợi ích hợp pháp của NTD trong trường hợp này, Nghị định 99/2011/NĐ-CP quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật BVQLNTD đã quy định về quyền đơn phương chấm dứt hợp đồng của NTD tại Điều 17: *"Trừ trường hợp các bên có thỏa thuận khác, trong trường hợp tổ chức, cá nhân kinh doanh cung cấp không đúng, không đầy đủ thông tin quy định tại khoản 1 Điều này thì trong thời hạn mười (10) ngày kể từ ngày giao kết hợp đồng NTD có quyền đơn phương chấm dứt thực hiện hợp đồng đã giao kết và thông báo cho tổ chức, cá nhân kinh doanh. NTD không phải trả bất kỳ chi phí nào liên quan đến việc chấm dứt đó và chỉ phải trả chi phí đối với phần hàng hóa, dịch vụ đã sử dụng".* Vậy khi tổ chức, cá nhân kinh doanh không cung cấp hoặc cung cấp không đúng các thông tin được quy định tại khoản 1 Điều 17 như các thông tin về chất lượng, tính năng, công dụng, giá cả của sản phẩm v.v… thì NTD được quyền chấm dứt hợp đồng mà không chịu bất kỳ hậu quả pháp lý nào. Tuy nhiên, thời hạn được phép đơn phương chấm dứt hợp đồng là 10 ngày kể từ ngày giao kết hợp đồng sẽ gây khó khăn cho NTD vì thời điểm giao kết hợp đồng theo Điều 400 Bộ luật Dân sự 2015 là thời điểm bên đề nghị nhận được chấp nhận giao kết, và cụ thể nếu NTD đặt mua hàng trực tuyến trên website điện tử thì thời điểm giao kết hợp

[42] European Commission (2011), *Commission Staff Working Paper: Consumer Empowerment in the EU,* (Brussels), tr.469.

đồng là thời điểm NTD nhận được trả lời của thương nhân chấp nhận đề nghị giao kết hợp đồng[43], giả sử NTD được nhận hàng sau 15 ngày kể từ thời điểm giao kết hợp đồng và lúc đó mới phát hiện ra hàng hóa không đúng như thông tin của thương nhân cung cấp thì cũng không thể vận dụng được quyền đơn phương chấm dứt hợp đồng nữa. Bên cạnh đó, để thực hiện quyền đơn phương chấm dứt hợp đồng theo quy định trên, NTD cũng sẽ phải chứng minh những thông tin mà thương nhân cung cấp là không đúng hoặc không đủ như yêu cầu tại khoản 1 Điều 17 (các thông tin về tổ chức, cá nhân kinh doanh; phương thức giao hàng; chất lượng hàng hóa, dịch vụ; …). Điều này gây khó khăn cho NTD, vì nhiều khi những thông tin này được cung cấp thông qua website, ở nhiều mục khác nhau và có thể thường xuyên thay đổi, nếu NTD không lưu trữ lại những thông tin này khi giao kết hợp đồng để có thể làm bằng chứng chứng minh cho yêu cầu đơn phương chấm dứt hợp đồng của mình là hợp pháp thì sẽ khó thực hiện được quyền này trên thực tế.

Pháp luật EU quy định thời hạn để NTD đơn phương chấm dứt hợp đồng điện tử là 14 ngày kể từ khi nhận được hàng hóa mà không cần đưa ra lý do cho việc đơn phương chấm dứt hợp đồng[44]. Bộ luật dân sự Đức quy định thời hạn này là 2 tuần kể từ khi NTD nhận được hàng hóa[45]. Quy định thời hạn cho quyền đơn phương chấm dứt hợp đồng của NTD kể từ ngày nhận hàng hóa sẽ đảm bảo cho NTD đủ thời gian để thực sự nhận biết đúng đắn về hàng hóa, dịch vụ mà mình đã mua liệu có giống với thông tin thương nhân cung cấp, theo đó NTD có thể quyết định có thực hiện quyền đơn phương chấm dứt hợp đồng hay không mà không cần phải có lý do. Việc quy định như trên giúp NTD trong giao dịch điện tử được bảo vệ một cách cụ thể và triệt để nhất. Điểm khác biệt lớn nhất của quyền đơn phương chấm dứt hợp đồng của NTD theo pháp luật

[43] Điều 21 Nghị định 52/2013/NĐ-CP

[44] Xem: Điều 9 Chỉ thị 2011/83/EU về quyền của NTD.

[45] Xem: Điều 312d Bộ luật dân sự Đức

Việt Nam và pháp luật Châu Âu chính là đòi hỏi cần phải có lí do cho sự huỷ bỏ hợp đồng. Việc đòi hỏi NTD phải có lí do cho sự trả lại hàng hoá, dịch vụ theo pháp luật Việt Nam gây khó khăn cho NTD nhưng đồng thời cũng sẽ hạn chế tình trạng NTD lợi dụng quyền này để trả lại sản phẩm vô căn cứ, gây thiệt hại cho thương nhân. Tuy nhiên trên quan điểm bảo vệ quyền lợi NTD, tăng cường niềm tin của NTD vào TMĐT, và trên thực tế tình trạng NTD bị lừa dối trên TMĐT thì pháp luật bảo vệ NTD cần xem xét lại quy định này để bảo đảm quyền NTD cũng như thúc đẩy sự phát triển của TMĐT.

2.2.Thực trạng pháp luật Việt Nam về trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh đối với người tiêu dùng trong thương mại điện tử

Đây là một nội dung quan trọng và đặc thù trong pháp luật bảo vệ NTD trên thế giới và tại Việt Nam. Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh đối với NTD được quy định tại mục II Luật BVQLNTD năm 2010 gồm:

- Trách nhiệm cung cấp thông tin về hàng hóa, dịch vụ cho NTD;
- Trách nhiệm cung cấp bằng chứng giao dịch;
- Trách nhiệm trong việc thực hiện hợp đồng theo mẫu và điều kiện giao dịch chung;
- Trách nhiệm bảo hành hàng hóa, linh kiện, phụ kiện;
- Trách nhiệm thu hồi hàng hóa có khuyết tật;
- Trách nhiệm bồi thường thiệt hại khi hàng hóa có khuyết tật gây ra.

Những trách nhiệm này áp dụng đối với tất cả các tổ chức, cá nhân kinh doanh tiến hành giao dịch với NTD nói chung và trong giao dịch điện tử nói riêng. Đây là những nghĩa vụ mà tổ chức, cá nhân kinh doanh phải thực hiện và nếu vi phạm sẽ phải chịu những biện pháp chế tài khác nhau. Ngoài ra, trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh khi tiến hành giao dịch điện tử với NTD còn được quy định tại các văn bản pháp luật khác như Luật Công nghệ thông tin 2006, Nghị định TMĐT. Tuy nhiên, người viết không đi sâu vào phân tích tất cả các trách nhiệm mà chỉ tập trung vào các trách nhiệm đặc thù của tổ chức,

cá nhân kinh doanh trong giao dịch điện tử, cụ thể là các trách nhiệm về cung cấp thông tin, bảo vệ thông tin, cung cấp bằng chứng giao dịch, bảo đảm chất lượng của vật mua bán và trách nhiệm đối với các điều khoản hợp đồng không công bằng.

2.2.1. Trách nhiệm bảo vệ thông tin của người tiêu dùng

Khi tiến hành giao dịch điện tử với tổ chức, cá nhân kinh doanh, do đặc thù của phương thức giao dịch này là các bên trong giao dịch không tiếp xúc trực tiếp với nhau nên NTD thường phải cung cấp các thông tin cá nhân để có thể tiến hành giao dịch mua bán, thanh toán và nhận hàng. Những thông tin mà NTD cung cấp có thể là các thông tin về nhân thân, số điện thoại, địa chỉ nhà, tài khoản ngân hàng… mà nếu bị đánh cắp, bị lợi dụng thì những thông tin này sẽ gây bất lợi cho NTD cả về tinh thần cũng như vật chất. Bên cạnh đó, nhiều công nghệ hiện đại như định vị toàn cầu GPS, phần mềm gián điệp mà doanh nghiệp sử dụng sẽ dễ dàng thu thập được những thông tin này và sử dụng nó cho các mục đích khác nhau, xâm phạm tới quyền và lợi ích hợp pháp của NTD. Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh về bảo vệ thông tin của NTD khi NTD tiến hành giao dịch điện tử với mình được quy định rải rác ở nhiều văn bản pháp luật khác nhau. Điều 46 Luật Giao dịch điện tử năm 2005 về bảo mật thông tin trong giao dịch điện tử quy định: *"Cơ quan, tổ chức, cá nhân không được sử dụng, cung cấp hoặc tiết lộ thông tin về bí mật đời tư hoặc thông tin của cơ quan, tổ chức, cá nhân khác mà mình tiếp cận hoặc kiểm soát được trong giao dịch điện tử nếu không được sự đồng ý của họ, trừ trường hợp pháp luật có quy định khác"*. Tương tự như vậy, Luật Công nghệ thông tin năm 2006 cũng quy định về trách nhiệm đối với việc thu thập, xử lý, lưu trữ thông tin cá nhân của người khác trên môi trường mạng ở Điều 21, 22[46]. Thêm vào đó, Luật An toàn thông tin mạng coi hành vi "thu thập, sử dụng, phát tán, kinh doanh

[46] Lại Việt Anh (2010), *Bảo vệ quyền lợi NTD trong TMĐT ở Việt Nam*, Hội thảo Pháp ngữ khu vực "Bảo vệ quyền lợi NTD: Từ hai góc nhìn Á- Âu", Hà Nội, 27&28/9/2010.

trái pháp luật thông tin cá nhân của người khác; lợi dụng sơ hở, điểm yếu của hệ thống thông tin để thu thập, khai thác thông tin cá nhân" là một trong các hành vi bị nghiêm cấm tại Điều 7, đồng thời đề ra những quy định cụ thể khi thu thập, sử dụng, cập nhật hay huỷ bỏ thông tin cá nhân trên mạng tại mục 2 Chương II của Luật này.

Hiện nay, trách nhiệm bảo vệ thông tin của tổ chức, cá nhân kinh doanh đối với NTD được quy định tại khoản 2 Điều 6 Luật BVQLNTD năm 2010. Theo đó, *trường hợp thu thập, sử dụng, chuyển giao thông tin của NTD thì tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ có trách nhiệm sau:*

- Thông báo rõ ràng, công khai trước khi thực hiện với NTD về mục đích hoạt động thu thập, sử dụng thông tin của NTD. Việc này yêu cầu tổ chức, cá nhân kinh doanh phải tiến hành thông báo cho NTD trước khi tiến hành thu thập hay sử dụng thông tin của họ. Đây là yêu cầu cần thiết đảm bảo cho quyền bí mật đời tư được quy định trong Bộ luật dân sự, NTD có quyền đồng ý hoặc không đồng ý cho phép thương nhân được thu thập những thông tin như tên, tuổi, địa chỉ của mình khi tiến hành giao dịch.

- Sử dụng thông tin phù hợp với mục đích đã thông báo với NTD và phải được NTD đồng ý. Nếu NTD đồng ý cung cấp thông tin cho tổ chức, cá nhân kinh doanh thì tổ chức, cá nhân kinh doanh có trách nhiệm phải sử dụng những thông tin này đúng như đã thông báo với NTD, không được sử dụng cho mục đích khác như mua bán, chuyển nhượng cho bên thứ ba.

- Bảo đảm an toàn, chính xác, đầy đủ khi thu thập, sử dụng, chuyển giao thông tin của NTD. Khi tổ chức, cá nhân kinh doanh tiến hành việc lưu trữ thông tin của NTD để sử dụng hay chuyển giao thì họ phải có những biện pháp bảo mật nhằm tránh việc để lộ những thông tin cá nhân của NTD ra bên ngoài, ảnh hưởng tới lợi ích của NTD. Ngoài ra, tổ chức, cá nhân kinh doanh phải đảm bảo thu thập thông tin chính xác và đầy đủ về NTD, tránh việc sai lệch thông tin dẫn đến hậu quả về mặt vật chất hay tinh thần cho NTD.

- Tự mình hoặc có biện pháp để NTD cập nhật, điều chỉnh thông tin khi phát hiện thấy thông tin đó không chính xác. Đây là một trách nhiệm quan trọng của tổ chức, cá nhân kinh doanh trong việc bảo vệ thông tin của NTD, tuy nhiên trên thực tế thường hay bị thương nhân bỏ qua. Việc cho phép NTD sửa chửa kịp thời các sai sót về mặt thông tin vừa có lợi cho tổ chức, cá nhân kinh doanh trong việc chăm sóc khách hàng, vừa có lợi cho NTD tránh khỏi những thiệt hại không đáng có do thông tin sai sót gây nên, ví dụ như việc giao hàng sai địa chỉ, trừ tiền nhầm tài khoản…

- Chỉ được chuyển giao thông tin của NTD cho bên thứ ba khi có sự đồng ý của NTD, trừ trường hợp pháp luật có quy định khác. Quy định này đảm bảo cho thông tin của NTD không bị lợi dụng như một mặt hàng có thể mua bán, trao đổi để kiếm lợi nhuận cho tổ chức, cá nhân kinh doanh. NTD thường chỉ đồng ý cung cấp thông tin của mình khi việc làm này là cần thiết cho việc thực hiện giao dịch với tổ chức, cá nhân kinh doanh và họ muốn thông tin này phải được đảm bảo bởi tổ chức, cá nhân kinh doanh đó. Nếu những thông tin này bị chuyển giao cho bên thứ ba sẽ kéo theo rất nhiều phiền toái cho NTD như việc bị gọi điện chào hàng, nhận những tin nhắn rác… Vì vậy, trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh là phải đảm bảo bí mật thông tin của NTD, nếu NTD chưa đồng ý thì không được phép chuyển giao những thông tin này cho bên thứ ba.

Bên cạnh đó, NĐ 52/2013/NĐ-CP của Chính Phủ về TMĐT đã dành hẳn Mục 1 Chương 5 với 6 Điều[47] để quy định về bảo vệ thông tin cá nhân NTD trong TMĐT, ngoài các quy định khá quen thuộc như Sử dụng thông tin cá nhân, Bảo đảm an toàn thông tin cá nhân, Kiểm tra, cập nhật và sửa đổi thông tin cá nhân,.. thì điểm đặc biệt đó là quy định về việc trách nhiệm bảo vệ thông tin cá nhân của NTD sẽ thuộc về chủ thể nào[48], kể cả trong trường hợp đã uỷ

[47] Từ Điều 68 đến Điều 72

[48] Điều 68 quy định trách nhiệm này thuộc về thương nhân, tổ chức, cá nhân thực hiện việc

thu thập thông tin cá nhân của NTD.

quyền cho bên thứ ba xử lý thông tin[49]. Quy định trong Nghị định này khá đầy đủ và cụ thể tuy nhiên lại chỉ giành riêng cho thông tin cá nhân của NTD khi giao dịch trên các trang TMĐT mà thôi.

Trong báo cáo về thực trạng công tác bảo vệ dữ liệu cá nhân năm 2019, Bộ Công an cho biết qua rà soát sơ bộ đã phát hiện hơn 60 tổ chức, cá nhân liên quan đến hoạt động mua bán, sử dụng trái phép thông tin, dữ liệu cá nhân trên không gian mạng. Các đối tượng này bao gồm: các công ty cung cấp giải pháp công nghệ, nhân viên môi giới bất động sản, nhân viên ngân hàng, cơ quan nhà nước, người có khả năng truy cập vào hệ thống chính quyền điện tử về giáo dục, y tế, chứng khoán, bệnh viện...

Theo Bộ Công an, các gói dữ liệu thô được rao bán liên quan tới nhiều lĩnh vực: danh sách cán bộ, danh sách nội bộ (thậm chí bao gồm cả các đơn vị công an, quốc phòng, thuế...); điện lực; thuê bao Internet; ngân hàng (chi tiết tới cả số dư tài khoản); bảo hiểm; hồ sơ đăng ký kinh doanh; giáo dục (phụ huynh, giáo viên, học sinh sinh viên); bất động sản (kèm theo khả năng tài chính); nhân sự có chọn lọc (mức thu nhập, chức vụ)...[50]

Mới đây, thông tin về một vụ việc rao bán dữ liệu cá nhân gây chấn động dư luận xuất hiện từ ngày 13/5/2021, trên diễn đàn "R***forums" - một trang web thường diễn ra các giao dịch mua dữ liệu mà giới hacker (tin tặc) đánh cắp được. Kẻ rao bán tệp dữ liệu dung lượng 17GB chứa đựng thông tin cá nhân của 9.667 người Việt. Trong bài viết, người này cho biết mình đang sở hữu một số lượng lớn dữ liệu KYC (Know Your Customer - dữ liệu để xác minh thông

[49] Khoản 2 Điều 68 quy định: "Nếu hợp đồng giữa hai bên không quy định rõ trách nhiệm của mỗi bên thì thương nhân, tổ chức, cá nhân hoạt động kinh doanh TMĐT chịu trách nhiệm."

[50] Báo Tuổi trẻ online, *Trắng trợn rao bán thông tin cá nhân,* nguồn: https://congnghe.tuoitre.vn/trang-tron-rao-ban-thong-tin-ca-nhan-20200601075612973.htm ngày truy cập 10/12/2021.

tin người dùng), bao gồm 5 tập hợp file dữ liệu khác nhau, trong số đó có 1 tệp tin dung lượng 1,4 GB chứa thông tin của 3,6 nghìn người, bao gồm họ tên, ngày sinh, ảnh đại diện, địa chỉ, hộ khẩu, email, số điện thoại, số CMND, CCCD, ảnh chụp CMND, CCCD mặt sau và mặt trước[51].

Việc thông tin cá nhân của NTD bị rao bán có thể gây ảnh hưởng lớn tới tài sản, sức khoẻ, tinh thần, danh dự của NTD, và quan trọng những thông tin đó bị lọt ra bằng cách nào và từ đâu, đồng thời trách nhiệm của các bên liên quan tới việc bảo mật thông tin của NTD cấp thiết phải được các cơ quan thực thi pháp luật kiểm tra, xử lý để tránh những trường hợp đáng lo ngại như trên.

Pháp luật Việt Nam chỉ quy định tổ chức, cá nhân kinh doanh có trách nhiệm gì khi tiến hành thu thập, sử dụng hay chuyển giao thông tin của NTD mà không quy định nguyên tắc cơ bản của việc thu thập, sử dụng thông tin của NTD phải là cần thiết để có thể thực hiện được hợp đồng giữa NTD với tổ chức, cá nhân kinh doanh và một khi mục đích sử dụng thông tin đã hoàn thành, ví dụ như hợp đồng đã hoàn tất thì thông tin của NTD phải được xóa ngay lập tức. Điều này dẫn đến việc các doanh nghiệp tiến hành thu thập thông tin của NTD một cách thiếu chọn lọc, không cần thiết và sau đó lưu trữ lại, không sử dụng khiến cho những dữ liệu này dễ dàng bị lọt ra ngoài vì không được doanh nghiệp quan tâm bảo mật.

2.2.2. Trách nhiệm cung cấp thông tin cho người tiêu dùng

Trong giao dịch điện tử, thông tin về hàng hóa, dịch vụ, về tổ chức, cá nhân kinh doanh đóng vai trò mấu chốt khiến cho NTD quyết định có giao kết hợp đồng với tổ chức, cá nhân kinh doanh hay không. Với đặc thù của giao dịch điện tử là NTD không tiếp xúc trực tiếp với sản phẩm, đánh giá sản phẩm theo cảm quan của mình mà hoàn toàn dựa vào những thông tin do tổ chức, cá nhân

[51] Báo Công an nhân dân online, *Hiểm hoạ khi thông tin cá nhân bị rao bán,* nguồn: https://cand.com.vn/Ho-so-Interpol/Hiem-hoa-khi-thong-tin-ca-nhan-bi-rao-ban-i606342/ ngày truy cập 10/12/2021.

kinh doanh cung cấp nên do đó, để tránh tổ chức, cá nhân kinh doanh không cung cấp hoặc cung cấp không đúng thông tin cho NTD, pháp luật bảo vệ NTD trong giao dịch điện tử đặc biệt chú trọng đến loại trách nhiệm này.

Luật BVQLNTD có quy định chung về trách nhiệm cung cấp thông tin cho NTD của tổ chức, cá nhân kinh doanh tại Điều 12 như niêm yết giá, ghi nhãn hàng hóa… Luật công nghệ thông tin năm 2006 cũng quy định về trách nhiệm cung cấp thông tin của trang điện tử bán hàng tại Điều 30 yêu cầu trang thông tin điện tử bán hàng phải "*Cung cấp đầy đủ, chính xác thông tin về hàng hóa, dịch vụ, điều kiện giao dịch, thủ tục giải quyết tranh chấp và bồi thường thiệt hại; Cung cấp cho NTD thông tin về phương thức thanh toán an toàn và tiện lợi trên môi trường mạng; Công bố các trường hợp NTD có quyền hủy bỏ, sửa đổi thỏa thuận trên môi trường mạng*".

Bên cạnh đó còn có những quy định tại các văn bản hướng dẫn đầy đủ, cụ thể hơn về những thông tin mà tổ chức, cá nhân kinh doanh phải cung cấp cho NTD khi giao kết hợp đồng điện tử như tại Điều 17 Nghị định 99/2011/NĐ- CP quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật BVQLNTD. Nếu tổ chức, cá nhân kinh doanh sử dụng website TMĐT để bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ cho NTD thì trách nhiệm cung cấp thông tin được quy định rất rõ ràng và chi tiết tại NĐ 52/2013/NĐ-CP và được sửa đổi, bổ sung bởi NĐ 85/2021/NĐ-CP bao gồm các quy định về cung cấp thông tin trên website TMĐT bán hàng (Điều 28); Thông tin về người sở hữu website (Điều 29); Thông tin về hàng hóa, dịch vụ (Điều 30); Thông tin về giá cả (Điều 31); Thông tin về các điều kiện giao dịch chung (Điều 32); Thông tin về vận chuyển và giao nhận (Điều 33) và Thông tin về các phương thức thanh toán (Điều 34).

Từ những quy định trên cho thấy những thông tin mà một tổ chức, cá nhân kinh doanh khi tiến hành bán hàng qua website điện tử phải cung cấp cho NTD gồm những thông tin sau đây:

- Thông tin về tổ chức, cá nhân kinh doanh sở hữu website: Tên của tổ chức, cá nhân kinh doanh, số điện thoại hoặc một phương thức liên hệ trực tuyến khác, địa chỉ, trụ sở, địa chỉ cơ sở chịu trách nhiệm về đề nghị giao kết hợp đồng (nếu có); số, ngày cấp và nơi cấp giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh của thương nhân, hoặc số, ngày cấp và đơn vị cấp quyết định thành lập của tổ chức, hoặc mã số thuế cá nhân của cá nhân.

- Thông tin về hàng hóa, dịch vụ: chi tiết về tính năng, công dụng, cách thức sử dụng, chất lượng của hàng hóa, dịch vụ và những thông tin để khách hàng có thể xác định chính xác các đặc tính của hàng hóa, dịch vụ nhằm tránh sự hiểu nhầm khi quyết định việc đề nghị giao kết hợp đồng.

- Thông tin về giá cả: phải thể hiện rõ giá đó đã hay chưa bao gồm những chi phí liên quan đến việc mua hàng hóa hoặc dịch vụ như thuế, phí đóng gói, phí vận chuyển và các chi phí phát sinh khác. Đối với những hợp đồng cung ứng dịch vụ dài hạn, website phải cung cấp thông tin về phương thức tính phí và cơ chế thanh toán định kỳ.

- Thông tin về chi phí sử dụng phương tiện thông tin liên lạc cho việc giao kết hợp đồng nếu chi phí này chưa được tính vào giá của hàng hóa, dịch vụ;

- Thông tin về các điều kiện giao dịch chung, gồm:

+ Các điều kiện hoặc hạn chế trong việc cung cấp hàng hóa hoặc dịch vụ, như giới hạn về thời gian hay phạm vi địa lý, nếu có;

+ Chính sách kiểm hàng; chính sách hoàn trả, bao gồm thời hạn hoàn trả, phương thức trả hoặc đổi hàng đã mua, cách thức lấy lại tiền, chi phí cho việc hoàn trả này;

+ Chính sách bảo hành sản phẩm, nếu có;

+ Các tiêu chuẩn dịch vụ, quy trình cung cấp dịch vụ, biểu phí và các điều khoản khác liên quan đến việc cung cấp dịch vụ, bao gồm cả những điều kiện và hạn chế nếu có;

+ Nghĩa vụ của người bán và nghĩa vụ của khách hàng trong mỗi giao dịch.

- Thông tin về vận chuyển và giao nhận: Gồm các phương thức giao hàng hoặc cung ứng dịch vụ; Thời hạn ước tính cho việc giao hàng hoặc cung ứng dịch vụ, có tính đến yếu tố khoảng cách địa lý và phương thức giao hàng; Các giới hạn về mặt địa lý cho việc giao hàng hoặc cung ứng dịch vụ, nếu có và Phân định trách nhiệm của thương nhân, tổ chức cung ứng dịch vụ logistics về cung cấp chứng từ hàng hóa trong quá trình giao nhận

- Thông tin về phương thức thanh toán: công bố toàn bộ các phương thức thanh toán áp dụng cho hàng hóa hoặc dịch vụ chào bán trên website, kèm theo giải thích rõ ràng, chính xác để khách hàng có thể hiểu và lựa chọn phương thức thanh toán phù hợp;

Ngoài ra, thương nhân còn phải thiết lập một cơ chế rà soát và xác nhận nội dung của hợp đồng[52] trước khi NTD xác nhận đơn hàng và gửi đề nghị giao kết hợp đồng nhằm mục đích tránh các sai sót không đáng có cho NTD như đặt mua nhầm số lượng, nhầm hàng hóa cần mua…. Cơ chế này cho phép NTD xét lại những thông tin cơ bản về đơn đặt hàng của mình như tên hàng hóa, dịch vụ, số lượng, phương thức thanh toán v.v… để xem những thông tin này có chính xác hay không, có cần sửa đổi gì không và có thể hủy bỏ giao dịch này nếu xét thấy nhu cầu về mặt hàng đó không còn nữa.

Mặc dù đã có nhiều quy định về vấn đề cung cấp thông tin trong giao dịch điện tử nhưng mục tiêu lợi nhuận đã khiến tổ chức, cá nhân kinh doanh lợi dụng sự non kém về mặt công nghệ của NTD mà sử dụng những thủ thuật như đưa thông tin về sản phẩm, về chi phí giao hàng… ở nhiều mục khác nhau trên website bán hàng hay đưa thông tin mà phông chữ quá bé hoặc trùng màu với màu nền của website, những việc này khiến cho NTD nản chí mà tiến hành giao

[52] Điều 18 Nghị định 52/2013/NĐ-CP

kết hợp đồng kể cả phải chịu thiệt thòi khi giao dịch với tổ chức, cá nhân kinh doanh. Bên cạnh đó, thông tin thương nhân cung cấp cho NTD được lưu trữ trên website của thương nhân, mặc dù NTD có thể tiến hành truy cập để lưu trữ lại khi cần thiết nhưng những thông tin đó dễ dàng bị thay đổi và thường không ổn định, chính vì lý do này mà NTD khi có nhu cầu muốn tham khảo lại các thông tin về hàng hóa, dịch vụ mà mình đã mua thường rất khó khăn.

Tuy còn thiếu sót nhưng những quy định về trách nhiệm cung cấp thông tin của tổ chức, cá nhân kinh doanh đối với NTD đã góp phần khắc phục những "yếu thế" của NTD về thông tin khi giao dịch qua phương tiện điện tử, tạo dựng lòng tin của NTD đối với loại hình giao dịch mới mẻ này.

2.2.3. Trách nhiệm cung cấp bằng chứng giao dịch cho người tiêu dùng

Bằng chứng giao dịch là hình thức ghi nhận giao dịch giữa NTD với tổ chức, cá nhân kinh doanh khi mua hàng hóa, dịch vụ. Bằng chứng giao dịch khi NTD tiến hành giao dịch điện tử với tổ chức, cá nhân kinh doanh có thể là hợp đồng, hóa đơn, các chứng từ, tài liệu liên quan ghi nhận một giao dịch đã được xác lập. Bằng chứng giao dịch có ý nghĩa rất quan trọng, nó là bằng chứng xác nhận một giao dịch đã được hình thành giữa NTD với tổ chức, cá nhân kinh doanh, là cơ sở pháp lý để khi có tranh chấp, NTD có thể chứng minh cho yêu cầu của mình là hợp lý, từ đó mới bảo vệ được quyền và lợi ích hợp pháp của mình.

Trách nhiệm cung cấp bằng chứng giao dịch cho NTD của tổ chức, cá nhân kinh doanh được quy định tại Điều 20 Luật BVQLNTD 2010, cụ thể trong trường hợp tiến hành giao dịch bằng phương tiện điện tử thì tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ có trách nhiệm tạo điều kiện cho NTD truy nhập, tải, lưu giữ và in hóa đơn, chứng từ, tài liệu liên quan đến giao dịch theo quy định của pháp luật hoặc theo yêu cầu của NTD.

Tuy nhiên, việc quy định tổ chức, cá nhân kinh doanh có trách nhiệm cung cấp bằng chứng giao dịch bằng cách tạo điều kiện cho NTD truy nhập vào website để tải và lưu trữ hay in hóa đơn đồng nghĩa với việc yêu cầu tổ

chức,

cá nhân kinh doanh phải duy trì một hệ thống lưu trữ tất cả các giao dịch giữa mình với khách hàng để một khi NTD có yêu cầu, tổ chức, cá nhân kinh doanh có thể ngay lập tức cung cấp bằng chứng giao dịch cho NTD. Hơn thế nữa, việc cung cấp bằng chứng giao dịch qua website thường dễ gặp những rủi ro về bảo mật và lưu trữ. Do đó, pháp luật của nhiều nước trên thế giới đã yêu cầu tổ chức, cá nhân kinh doanh ngay sau khi giao dịch được hoàn thành phải cung cấp bằng chứng giao dịch có thể qua phương tiện điện tử hoặc bằng văn bản cho NTD.

2.2.4. Trách nhiệm bảo đảm chất lượng hàng hoá, dịch vụ

NTD khi mua hàng hóa, dịch vụ qua phương tiện điện tử thường chỉ biết dựa vào những thông tin mà người bán cung cấp để quyết định có mua sản phẩm hay không, để rồi đến khi thực sự nhận được sản phẩm, NTD lúc này mới có được những đánh giá chủ quan của mình. Hàng hóa có thể đúng như thông tin mà thương nhân quảng cáo và cũng có thể không giống với thông tin được nhà cung cấp đưa ra. Nhiều khi, sản phẩm được bán cho NTD lại có những khuyết tật mà tổ chức, cá nhân kinh doanh không hề đề cập đến trước khi NTD tiến hành giao dịch. Để bảo vệ quyền lợi hợp pháp cho NTD, pháp luật quy định tổ chức, cá nhân kinh doanh có trách nhiệm phải bảo đảm chất lượng sản phẩm cung cấp cho NTD, cụ thể tại Điều 445 Bộ luật dân sự 2015:

" Điều 445 . *Bảo đảm chất lượng vật mua bán*

1. Bên bán phải bảo đảm giá trị sử dụng hoặc các đặc tính của vật mua bán; nếu sau khi mua mà bên mua phát hiện khuyết tật làm mất giá trị hoặc giảm sút giá trị sử dụng của vật đã mua thì phải báo ngay cho bên bán khi phát hiện ra khuyết tật và có quyền yêu cầu bên bán sửa chữa, đổi vật có khuyết tật lấy vật khác, giảm giá và bồi thường thiệt hại, trừ trường hợp có thỏa thuận khác.

2. Bên bán phải bảo đảm vật bán phù hợp với sự mô tả trên bao bì, nhãn hiệu hàng hóa hoặc phù hợp với mẫu mà bên mua đã lựa chọn.

....”

Trách nhiệm đảm bảo chất lượng hàng hóa, dịch vụ của tổ chức, cá nhân kinh doanh gồm hai nội dung chính:

Thứ nhất, tổ chức, cá nhân kinh doanh có trách nhiệm bảo đảm vật bán cho NTD phải phù hợp với thông tin mà mình cung cấp. Những thông tin này được tổ chức, cá nhân kinh doanh cung cấp cho NTD trước khi tiến hành giao dịch, có thể là những thông tin về đặc tính, cách thức sử dụng, giá cả của hàng hóa, dịch vụ. NTD quyết định giao kết hợp đồng điện tử hay không thường dựa vào những thông tin cơ bản này và nhiều trường hợp NTD khi sử dụng hàng hóa, dịch vụ mới phát hiện ra sản phẩm mà mình mua không đúng với những thông tin được cung cấp. Hiện tượng này rất hay xảy ra vì lợi nhuận là đích hướng đến của tất cả thương nhân, họ không từ bỏ bất kỳ chiêu thức nào để có thể lôi kéo khách hàng mua sản phẩm của mình, nhất là khi khách hàng chỉ mua bán sản phẩm từ xa, quyết định mua sản phẩm hoàn toàn phụ thuộc vào những thông tin mà thương nhân đưa ra thì việc cung cấp không đầy đủ hoặc sai lệch thông tin là điều mà hầu hết các thương nhân lựa chọn để tăng sự hấp dẫn cho sản phẩm, kích thích nhu cầu mua sắm của các "thượng đế". Vậy làm cách nào để bảo đảm quyền lợi cho NTD trong trường hợp hàng hóa, dịch vụ không giống với thông tin quảng cáo, Nghị định 99/2011/NĐ-CP quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật BVQLNTD đã quy định tại khoản 1 Điều 17 về các thông tin mà tổ chức, cá nhân kinh doanh phải cung cấp cho NTD khi giao kết hợp đồng qua phương tiện điện tử. Đồng thời, tại khoản 4 Điều 17 đã quy định trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh trong việc bảo đảm chất lượng của hàng hóa, dịch vụ phải phù hợp với thông tin đưa ra, cụ thể là:

"Trường hợp NTD đơn phương chấm dứt thực hiện hợp đồng theo quy định tại khoản 3 Điều này, tổ chức; cá nhân kinh doanh phải trả lại tiền cho NTD chậm nhất là ba mươi (30) ngày kể từ ngày NTD tuyên bố đơn phương chấm dứt thực hiện hợp đồng. Quá thời hạn này, tổ chức, cá nhân kinh doanh phải trả lãi đối với số tiền chậm trả theo lãi suất cơ bản do Ngân hàng Nhà nước công bố tương ứng với thời gian chậm trả tại thời điểm thanh toán. Việc

hoàn trả được thực hiện theo phương thức mà NTD đã thanh toán, trừ trường hợp NTD đồng ý thanh toán bằng phương thức khác.

Trường hợp việc chấm dứt hợp đồng gây thiệt hại cho NTD thì tổ chức, cá nhân kinh doanh phải bồi thường theo quy định của pháp luật dân sự."

Theo quy định này, khi NTD đơn phương chấm dứt hợp đồng do tổ chức, cá nhân kinh doanh không thực hiện đầy đủ trách nhiệm cung cấp thông tin thì tổ chức, cá nhân kinh doanh phải trả lại tiền đã mua hàng cho NTD trong vòng 30 ngày. Về quyền đơn phương chấm dứt hợp đồng của NTD đã được đề cập ở tiểu mục 2.1.2, theo đó khi thực hiện quyền này, NTD chỉ phải trả chi phí đối với phần hàng hóa, dịch vụ đã sử dụng và không phải trả bất kỳ chi phí nào liên quan đến việc chấm dứt hợp đồng, điều này đồng nghĩa với việc tổ chức, cá nhân kinh doanh sẽ phải chịu trách nhiệm đối với tất cả các khoản chi phí phát sinh khi NTD trả lại hàng hóa. Tóm lại, khi hàng hóa, dịch vụ mà NTD mua không có chất lượng như thông tin tổ chức, cá nhân kinh doanh đưa ra thì tổ chức, cá nhân kinh doanh phải chịu trách nhiệm bằng cách trả lại tiền mua hàng hóa, dịch vụ cho NTD và phải chịu các khoản chi phí phát sinh cho việc trả lại hàng hóa, dịch vụ.

Thứ hai, tổ chức, cá nhân kinh doanh có trách nhiệm bồi thường thiệt hại nếu hàng hóa mà mình cung cấp có khuyết tật. Tổ chức, cá nhân kinh doanh phải đảm bảo hàng hóa mà mình cung ứng ra thị trường có chất lượng tốt, không gây ảnh hưởng tới sức khỏe, tài sản, tính mạng của NTD. Tuy nhiên, trong nhiều trường hợp, hàng hóa vẫn nảy sinh những khuyết tật có thể gây nguy hại đến sự an toàn của NTD, dù việc phát sinh khuyết tật không có lỗi của tổ chức, cá nhân kinh doanh. Để đảm bảo cho quyền và lợi ích của NTD được bảo vệ, pháp luật các nước đã có quy định về "trách nhiệm sản phẩm" để điều chỉnh việc bồi thường thiệt hại trong những trường hợp như thế này. Luật BVQLNTD năm 2010 cũng có quy định về trách nhiệm này với tên gọi là "Trách nhiệm bồi thường thiệt hại do hàng hóa có khuyết tật gây ra", theo đó, tổ chức, cá nhân

kinh doanh có trách nhiệm bồi thường thiệt hại trong trường hợp hàng hóa có khuyết tật do mình cung cấp gây thiệt hại đến tính mạng, sức khỏe, tài sản của NTD, kể cả khi tổ chức, cá nhân đó không biết hoặc không có lỗi trong việc phát sinh khuyết tật, trừ trường hợp được miễn trách nhiệm bồi thường thiệt hại. Trách nhiệm này được đặt ra để bảo vệ NTD ở mức cao nhất, đòi hỏi tổ chức, cá nhân kinh doanh phải chịu trách nhiệm với chất lượng hàng hóa, dịch vụ mà mình cung cấp cho NTD. Trách nhiệm bồi thường thiệt hại do hàng hóa có khuyết tật gây ra là trách nhiệm đặc thù của tổ chức, cá nhân kinh doanh trong lĩnh vực pháp luật bảo vệ NTD vì nó khác so với trách nhiệm bồi thường thiệt hại theo hợp đồng và bồi thường thiệt hại ngoài hợp đồng, vì nó không dựa vào yếu tố lỗi. Tổ chức, cá nhân kinh doanh mặc dù có lỗi hay không có lỗi gây ra khuyết tật của hàng hóa thì vẫn phải bồi thường thiệt hại khi khuyết tật đó ảnh hưởng tới sức khỏe, tính mạng, tài sản của NTD. Quy định trách nhiệm bồi thường thiệt hại không dựa vào yếu tố lỗi là quy định hết sức hợp lý, phù hợp với pháp luật bảo vệ quyền lợi NTD các nước trên thế giới, vì nếu bắt buộc NTD phải chứng minh lỗi của tổ chức, cá nhân kinh doanh trong việc phát sinh khuyết tật để có thể đòi bồi thường thiệt hại là rất khó khăn, NTD khó có đủ trình độ chuyên môn để chứng minh khuyết tật của sản phẩm là do lỗi của thương nhân do thiết kế sai, sản xuất không đúng tiêu chuẩn hay do vận chuyển không đúng cách…

Để xác định doanh nghiệp có phải chịu trách nhiệm hay không, ta cần xác định được sản phẩm ở đây là những sản phẩm nào. Theo quy định tại Điều 23 Luật BVQLNTD 2010, chỉ những hàng hoá có khuyết tật mới là đối tượng của trách nhiệm sản phẩm. Như vậy, phạm vi đối tượng áp dụng trách nhiệm sản phẩm chỉ bao gồm hàng hoá mà không bao gồm dịch vụ. Quy định này của Luật BVQLNTD 2010 Việt Nam cũng giống với phần lớn các quốc gia có quy định về trách nhiệm sản phẩm, bởi dịch vụ có tính vô hình, khó xác định được khuyết tật của dịch vụ nên có thể gây ảnh hưởng tới lợi ích của tổ chức, cá nhân kinh doanh, của NTD nếu xác định không chính xác. Ngoài ra, quy định trong

Luật BVQLNTD 2010 là tất cả các loại hàng hoá, không loại trừ bất kỳ hàng hoá nào, đều có thể là đối tượng áp dụng của trách nhiệm sản phẩm, chỉ cần hàng hoá đó có khuyết tật gây ra thiệt hại cho NTD, bao gồm ba loại khuyết tật: khuyết tật do thiết kế; khuyết tật trong quá trình sản xuất, chế biến, vận chuyển, lưu giữ và khuyết tật do cảnh báo không đầy đủ.

- Khuyết tật do thiết kế: đây là sản phẩm có khuyết tật phát sinh ngay từ trong bản thiết kế của nó, dẫn đến những hàng hoá có khuyết tật hàng loạt.

- Khuyết tật trong quá trình sản xuất, chế biến, vận chuyển, lưu giữ: đây là dạng khuyết tật đơn lẻ phát sinh trong các khâu của chu trình sản xuất, cung cấp hàng hoá đến tay NTD. Trong trường hợp này, hàng hoá đã được thiết kế hợp lý nhưng do nhiều lý do trong các khâu khác nhau mà hàng hoá đã phát sinh khuyết tật.

- Khuyết tật do cảnh bảo không đầy đủ: đây là trường hợp thiệt hại của khuyết tật gây ra cho NTD hoàn toàn có thể tránh khỏi nếu như NTD được chỉ dẫn và cảnh báo đầy đủ, những cảnh báo này cần được thể hiện rõ ràng, chính xác, đầy đủ và không quá phức tạp để NTD có thể hiểu được.

Theo Luật BVQLNTD 2010 thì trách nhiệm bồi thường thiệt hại do hàng hoá có khuyết tật gây ra áp dụng với các chủ thể sau:

- Tổ chức, cá nhân sản xuất hàng hóa;

- Tổ chức, cá nhân nhập khẩu hàng hóa;

- Tổ chức, cá nhân gắn tên thương mại lên hàng hóa hoặc sử dụng nhãn hiệu, chỉ dẫn thương mại cho phép nhận biết đó là tổ chức, cá nhân sản xuất, nhập khẩu hàng hóa;

- Tổ chức, cá nhân trực tiếp cung cấp hàng hóa có khuyết tật cho NTD trong trường hợp không xác định được tổ chức, cá nhân có trách nhiệm bồi thường thiệt hại bên trên.

Quá trình đưa sản phẩm tới tay NTD có sự tham gia của rất nhiều chủ thể như nhà sản xuất, nhà phân phối, nhà nhập khẩu và người bán hàng. Việc xác định chính xác trách nhiệm bồi thường thuộc về chủ thể nào là vấn đề rất quan trọng trong chế định trách nhiệm sản phẩm vì đây chính là chủ thể phải bồi thường thiệt hại cho NTD. Cũng giống với pháp luật của các quốc gia khác, Luật BVQLNTD 2010 xác định tổ chức, cá nhân sản xuất hàng hoá là chủ thể đầu tiên phải chịu trách nhiệm đối với hàng hoá được sản xuất trong nước, còn đối với hàng hoá nhập khẩu thì trách nhiệm này thuộc về tổ chức, cá nhân nhập khẩu hàng hoá. Việc quy định như trên tạo thuận lợi cho NTD khi xác định chủ thể nào phải chịu trách nhiệm bồi thường thiệt hại cho mình. Ngoài ra, nếu không thể xác định nhà sản xuất hay nhập khẩu thì chủ thể phải chịu trách nhiệm là tổ chức, cá nhân gắn tên thương mại lên hàng hóa hoặc sử dụng nhãn hiệu, chỉ dẫn thương mại cho phép nhận biết đó là tổ chức, cá nhân sản xuất, nhập khẩu hàng hóa. Chủ thể cuối cùng phải chịu trách nhiệm chính là người đã trực tiếp cung cấp sản phẩm cho NTD khi NTD không thể xác định người sản xuất hay người nhập khẩu hàng hoá có khuyết tật đó.

Việc khuyết tật của hàng hoá xuất hiện ở khâu nào của chuỗi quy trình sản xuất, cung ứng đến tay NTD, lỗi của chủ thể nào, NTD không cần biết đến mà chỉ cần đòi bồi thường thiệt hại theo thứ tự nhà sản xuất, nhà nhập khẩu, người bán trực tiếp. Giả sử NTD đòi bồi thường thiệt hại của nhà sản xuất nhưng lỗi gây ra khuyết tật là của bên tổ chức, cá nhân phân phối thì nhà sản xuất có thể đòi bồi hoàn khoản đã bồi thường cho NTD từ tổ chức, cá nhân phân phối. Việc phân định trách nhiệm giữa các chủ thể, ai là người thực sự phải bồi thường thiệt hại sẽ được giải quyết ở một vụ kiện khác, không liên quan tới NTD.

Khi tổ chức, cá nhân kinh doanh cung cấp hàng hóa, dịch vụ cho NTD thì tổ chức, cá nhân kinh doanh phải chịu trách nhiệm về chất lượng hàng hóa, dịch vụ được lưu thông trên thị trường. Nếu hàng hóa đó không đảm bảo chất lượng như thông tin đã cung cấp thì tổ chức, cá nhân kinh doanh phải trả lại

tiền, chịu

các chi phí phát sinh khi NTD trả lại hàng hóa và nếu hàng hóa có khuyết tật gây thiệt hại cho NTD thì phải bồi thường thiệt hại mặc dù tổ chức, cá nhân kinh doanh không có lỗi trong việc phát sinh khuyết tật. Quy định về trách nhiệm bảo đảm chất lượng vật mua bán giúp bảo vệ tối đa quyền và lợi ích hợp pháp của NTD khi tiến hành giao dịch điện tử với tổ chức, cá nhân kinh doanh, khiến cho NTD an tâm hơn khi giao kết hợp đồng qua phương tiện điện tử.

2.2.5. Trách nhiệm đối với điều khoản hợp đồng không công bằng

Khi mua hàng hóa và dịch vụ trực tuyến từ các thương nhân, sự bảo vệ pháp lý của NTD phụ thuộc chủ yếu vào các điều khoản và điều kiện hợp đồng (T&Cs[53]) do người bán cung cấp. T&Cs trực tuyến có thể cực kỳ phức tạp và dài dòng, tạo ra sự nhầm lẫn và ngăn cản NTD đọc chúng. Tổ chức NTD Thụy Điển đã từng nhấn mạnh rằng, khi được in ra, T&Cs của Airbnb[54] dài 39 mét. Tổ chức NTD Quốc tế ước tính rằng sẽ mất trung bình 76 ngày làm việc để đọc tất cả các T&Cs mà NTD tham gia trực tuyến trong một năm và tổ chức này tuyên bố rằng: hiện tại đã hiểu rõ rằng hầu như không ai đọc bản in của T&Cs trước khi họ đồng ý[55].

Một nghiên cứu năm 2016 của Ủy ban châu Âu cho thấy ít hơn 1/10 người mua hàng trực tuyến, khi được lựa chọn, sẽ đọc T & Cs. NTD nói chung nhận định rằng: T&Cs thường dài và được viết bằng thuật ngữ pháp lý phức tạp. Ngoài ra, nếu họ muốn hoàn tất giao dịch mua, NTD không có lựa chọn

[53] Terms & Conditions

[54] Airbnb là một nền tảng giúp chia sẻ phòng ở, tham khảo: airbnb.com

[55] Consumer International (2017), *Building a digital world consumers can trust,* nguồn: https://www.consumersinternational.org/media/1251/g20-digital-recs-english-visual.pdf ngày truy cập 10/12/2021.

nào khác ngoài việc chấp nhận T & Cs[56]. Tuy nhiên, việc chấp nhận T & C một cách mù quáng có thể gây tốn kém cho NTD, vì NTD có thể sẽ không giao kết hợp đồng nếu họ biết rõ nội dung của hợp đồng.

Tóm lại, sẽ không thực tế khi hy vọng NTD có thời gian để đọc T&Cs của mọi nhà bán lẻ trực tuyến mà họ tham gia giao dịch, chứ đừng nói đến việc hiểu chúng. Tuy nhiên, điều này có nghĩa là NTD thường tham gia các hợp đồng mà không nhận thức đầy đủ về các điều kiện mà họ đã đồng ý bị ràng buộc về mặt pháp lý. Do đó, để bảo đảm cho quyền lợi của NTD khi giao kết hợp đồng, pháp luật các nước đều có quy định về trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh đối với các điều khoản giao dịch không công bằng nhằm tránh cho NTD bị lạm dụng do sự thiếu hiểu biết của bản thân họ, đồng thời cũng cần giáo dục cho NTD về các vấn đề liên quan tới T&Cs. Phần lớn các giao dịch điện tử, đặc biệt là các hợp đồng được giao kết thông qua chức năng đặt hàng trực tuyến mà NTD chỉ cần nhấp chuột là mua hàng và nó hoạt động theo phương thức "chấp nhận hoặc không", điều đó có nghĩa là NTD không có cơ hội thương lượng mà chỉ có quyền lựa chọn chấp nhận hợp đồng và tuân thủ các điều khoản hợp đồng hoặc từ chối toàn bộ hợp đồng. Nói cách khác, các điều khoản hợp đồng liên quan đến các vấn đề không công bằng cho NTD như miễn trừ, giới hạn trách nhiệm, chất lượng, phương thức thanh toán, giá cả và quyền và nghĩa vụ là không thể thương lượng. Do đó, hợp đồng điện tử thông thường được thiết lập dưới hình thức hợp đồng theo mẫu mà không cho NTD một cơ hội thương lượng nào.

---

[56] EC, *Evidence – based consumer policy, Behavioural research,* nguồn: http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/behavioural_research/docs/termsconditions_factsheet_web_en.pdf ngày truy cập 10/12/2021.

Vậy pháp luật Việt Nam quy định về trường hợp này như thế nào, hợp đồng theo mẫu được định nghĩa như sau: *"Hợp đồng theo mẫu là hợp đồng do tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ soạn thảo để giao dịch với NTD"*[57]. *Đi kèm với định nghĩa về hợp đồng theo mẫu, cũng cần chú ý tới định nghĩa về điều kiện giao dịch chung, theo đó* "*Điều kiện giao dịch chung là những quy định, quy tắc bán hàng, cung ứng dịch vụ do tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ công bố và áp dụng đối với NTD*" [58]. Lí giải cho việc Luật BVQLNTD đưa ra hai định nghĩa về hợp đồng theo mẫu và điều kiện giao dịch chung thì có quan điểm cho rằng hợp đồng theo mẫu được coi là một trong những dạng điều kiện giao dịch chung phổ biến[59]. Điều kiện giao dịch chung có các đặc trưng cơ bản: (i) là những quy định, quy tắc, điều kiện do thương nhân đơn phương ban hành; (ii) được áp dụng chủ yếu cho NTD, (iii) được áp dụng cho nhiều NTD và sử dụng nhiều lần. Do điều kiện giao dịch chung hay hợp đồng theo mẫu đều do thương nhân đơn phương ban hành, không có cơ hội cho NTD thoả thuận hay thương lượng mà chỉ có đồng ý hoặc không đồng ý, NTD là bên "yếu thế" đồng thời với việc mong muốn có được hàng hoá, dịch vụ mà thương nhân đó cung cấp đã dẫn tới việc NTD chấp nhận bất kỳ T&Cs nào mà thương nhân đưa ra.

Trước hết là các quy định về hình thức của Hợp đồng theo mẫu hay điều kiện giao dịch chung trong Luật BVQLNTD 2010[60] và quy định chi tiết hơn tại Điều 7 Nghị định 99/2011/NĐ-CP. Theo đó, hợp đồng theo mẫu phải được lập thành văn bản và phải đáp ứng đủ các điều kiện: ngôn ngữ sử dụng bằng Tiếng Việt, nội dung phải rõ ràng, dễ hiểu; cỡ chữ ít nhất là 12; nền giấy và màu mực

[57] Khoản 5 Điều 3 Luật BVQLNTD 2010

[58] Khoản 6 Điều 3 Luật BVQLNTD 2010

[59] Nguyễn Như Phát, *Một số vấn đề lý luận xung quanh Luật Bảo vệ quyền lợi NTD*, nguồn: http://www.vca.gov.vn/NewsDetail.aspx?ID=1289&CateID=80 ngày truy cập 10/12/2021.

[60] Khoản 2 Điều 14 Luật Bảo vệ quyền lợi NTD 2010

thể hiện nội dung hợp đồng theo mẫu phải tương phản với nhau. Vậy hợp đồng theo mẫu khi được biết đến như T&Cs trên các trang web TMĐT thì ngoài việc phải tuân thủ các quy định của pháp luật bảo vệ NTD, chúng cũng cần phải đáp ứng các yêu cầu mà Điều 32 NĐ 52/2013/NĐ-CP được sửa đổi, bổ sung bởi NĐ 85/2021/NĐ-CP đặt ra nhằm cụ thể và chuyên biệt hơn cho trường hợp tổ chức, cá nhân kinh doanh trên môi trường điện tử, đó là "*các điều kiện giao dịch chung phải có màu chữ tương phản với màu nền của phần website đăng các điều kiện giao dịch chung đó*". Chúng ta dễ dàng nhận thấy việc quy định càng chi tiết về ngôn ngữ, cỡ chữ, màu chữ, màu nền... sử dụng trong hợp đồng theo mẫu hay điều kiện giao dịch chung thì càng dễ dàng cho NTD đọc và hiểu nội dung hợp đồng trước khi tiến hành giao dịch. Đồng thời, các nhà làm luật đã dần giới hạn sự tự do của thương nhân với việc quy định chi tiết về hình thức điều khoản mẫu, điều chỉnh các điều khoản mẫu để NTD dễ tiếp cận và nắm bắt được nội dung của các điều khoản mẫu này. Các nội dung của T&CS mà thương nhân cần cung cấp trên các trang web TMĐT đó là:

- Các điều kiện hoặc hạn chế trong việc cung cấp hàng hóa hoặc dịch vụ, như giới hạn về thời gian hay phạm vi địa lý, nếu có;

- Chính sách kiểm hàng, chính sách hoàn trả, bao gồm thời hạn hoàn trả, phương thức trả hoặc đổi hàng đã mua, cách thức lấy lại tiền, chi phí cho việc hoàn trả này;

- Chính sách bảo hành sản phẩm, nếu có;

- Các tiêu chuẩn dịch vụ, quy trình cung cấp dịch vụ, biểu phí và các điều khoản khác liên quan đến việc cung cấp dịch vụ, bao gồm cả những điều kiện và hạn chế nếu có;

- Nghĩa vụ của người bán và nghĩa vụ của khách hàng trong mỗi giao dịch.

Tiếp đến, các quy định về trách nhiệm của thương nhân khi soạn thảo hợp đồng theo mẫu hay điều kiện giao dịch chung cần lưu ý hợp đồng có thể bị vô hiệu nếu có chứa các điều khoản trái quy định pháp luật. Cụ thể các "điều khoản mẫu" do thương nhân thiết lập sẽ vô hiệu một phần hoặc không có hiệu lực nếu có điều khoản quy định các trường hợp tại Điều 16 Luật BVQLNTD – đây là điều luật hết sức quan trọng khi đưa ra 9 trường hợp mà điều khoản của hợp đồng giao kết với NTD và điều kiện giao dịch chung không có hiệu lực. Thực tế đây cũng là một trong những vi phạm thường thấy của các tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ hay lợi dụng để xâm hại quyền lợi của nhiều NTD. Với đặc trưng của "điều khoản mẫu" là nội dung hợp đồng do một bên là tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ soạn sẵn nên thường chứa đựng các điều khoản có lợi cho bên soạn thảo và nhiều khi xâm hại đến lợi ích của NTD như các điều khoản loại trừ trách nhiệm của thương nhân hay hạn chế quyền của NTD. Vì thế quy định điều khoản làm mất cân đối quyền và nghĩa vụ của hai bên trong hợp đồng sẽ không có hiệu lực là một quy định hợp lý không chỉ có ở Việt Nam mà phổ biến ở nhiều quốc gia như Liên minh Châu Âu, Malaysia...Như vậy, khi Hợp đồng theo mẫu hay điều kiện giao dịch chung có nội dung vi phạm quy định pháp luật thì nội dung đó sẽ không có hiệu lực ngay cả khi hợp đồng đã được giao kết. Việc tuyên bố và xử lý điều khoản của hợp đồng giao kết với NTD, điều kiện giao dịch chung không có hiệu lực được thực hiện theo quy định của pháp luật về dân sự [61].

Luật BVQLNTD quy định thương nhân có nghĩa vụ phải thông báo đầy đủ, chính xác cho NTD về hợp đồng theo mẫu hay điều kiện giao dịch chung [62]. Vậy nhưng đối với môi trường giao dịch điện tử, thực trạng NTD không tìm hiểu điều kiện giao dịch chung mà đã vội vàng mua hàng diễn ra khá phổ biến, để tránh tình trạng thương nhân đặt ra các điều khoản T&Cs không công bằng

[61] Khoản 2 Điều 16 Luật BVQLNTD 2010

[62] Khoản 6 Điều 12 Luật BVQLNTD 2010

với NTD, NĐ 52/2013/NĐ-CP đã chi tiết việc thông báo cho NTD về điều kiện giao dịch chung, theo đó, trong trường hợp website có chức năng đặt hàng trực tuyến, người bán phải có cơ chế để khách hàng đọc và bày tỏ sự đồng ý riêng với các điều kiện giao dịch chung trước khi gửi đề nghị giao kết hợp đồng. Vậy nhưng, mặc dù đã có quy định rằng NTD phải đồng ý với các điều khoản này trước khi mua hàng nhưng đa phần vẫn tồn tại thực trạng NTD không hề đọc T&Cs nhưng vẫn nhấp chuột đồng ý. Tác hại của những lần nhấp chuột mà không tìm hiểu kỹ có thể gây ra rất nhiều rủi ro về chính sách mua hàng, đổi trả hàng hay bảo mật thông tin cá nhân của NTD. Ví dụ như trong Khuyến nghị của Uỷ ban Châu Âu về việc cung cấp thông tin cho NTD thì thương nhân nên cung cấp một đường link về hợp đồng theo mẫu và điều kiện giao dịch chung cho NTD để họ có thể đọc, lưu trữ và in ra sau này[63]. Đó cũng là một cách thức giúp NTD có thể bảo vệ bản thân tốt hơn trước các điều khoản giao dịch T&Cs, hợp đồng theo mẫu hay điều kiện giao dịch chung càng rõ ràng và dễ hiểu bao nhiêu thì NTD càng được bảo vệ tốt bấy nhiêu, đồng thời tránh sự thiệt hại và tranh chấp không đáng có cho cả NTD và thương nhân.

2.3. Hệ thống cơ quan, tổ chức về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử tại Việt Nam

2.3.1. Hệ thống cơ quan nhà nước

Căn cứ quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, nhiệm vụ quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được giao cho Bộ Công Thương và Ủy ban nhân dân cấp tỉnh. Tuy nhiên, Luật cũng yêu cầu sự tham gia, phối hợp của các cơ quan nhà nước khác, trong đó có vai trò của các cơ quan điều tiết ngành. Việc BVQLNTD là một vấn đề rất rộng, đòi hỏi sự quản lý của nhiều cơ quan ở các lĩnh vực khác nhau không chỉ riêng trong TMĐT

[63] EC (2019), *Recommendations for a better presentation of information to consumer,* nguồn: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/sr_information_presentation.pdf ngày truy cập 10/12/2021.

mà trong tất cả các giao dịch giữa NTD với thương nhân. Do đó, các cơ quan nhà nước cần có sự phối hợp chặt chẽ, đặc biệt là Cục Cạnh tranh & Bảo vệ người tiêu dùng và Cục TMĐT& Kinh tế số, Bộ Công Thương, là cơ quan chịu trách nhiệm về bảo vệ NTD và TMĐT. Dưới đây là quyền hạn và nhiệm vụ trong vấn đề bảo vệ NTD của các cơ quan này:

2.3.1.1. Bộ Công Thương và Uỷ ban nhân dân các cấp

Căn cứ quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2010 và Nghị định số 99/2011/NĐ-CP quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Chính phủ thống nhất quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Bộ Công Thương là cơ quan chịu trách nhiệm trước Chính phủ thực hiện quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ở trung ương[64].

Nhìn một cách khái quát, vấn đề bảo vệ quyền lợi NTD tại Bộ Công Thương thuộc trách nhiệm đan xen giữa nhiều đơn vị, bộ phận khác nhau. Ngoài chức năng quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi NTD, Bộ Công Thương còn được giao là cơ quan quản lý nhà nước trong một số lĩnh vực khác có liên quan trực tiếp đến quyền lợi NTD, đặc biệt là: điện, công nghiệp tiêu dùng, công nghiệp thực phẩm, thương mại và thị trường trong nước, thương mại biên giới, quản lý thị trường, xúc tiến thương mại, thương mại điện tử, quản lý cạnh tranh…

Trong các lĩnh vực quản lý nhà nước này, mục tiêu mà các công cụ pháp lý hướng đến là để đảm bảo trật tự quản lý kinh tế, đảm bảo lợi ích của Nhà nước và xã hội trong đó có cả NTD. Thậm chí, một số lĩnh vực quản lý nhà nước mà Bộ Công Thương đang thực hiện nhằm trực tiếp hướng đến việc bảo

[64] Điều 34 Nghị định của Chính phủ số 99/2011/NĐ-CP ngày 27 tháng 10 năm 2011 quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Bảo vệ quyền lợi NTD

vệ quyền lợi NTD. Ví dụ, về an toàn thực phẩm, Bộ Công Thương có trách nhiệm: quản lý an toàn thực phẩm trong quá trình sản xuất, chế biến, bảo quản, vận chuyển, xuất khẩu, nhập khẩu, kinh doanh đối với các loại rượu, bia, nước giải khát, sản phẩm sữa chế biến, dầu thực vật, sản phẩm chế biến bột, tinh bột, bánh, mứt, kẹo, bao bì…Trong lĩnh vực quản lý thị trường, Bộ Công Thương có trách nhiệm kiểm tra, xử lý các hành vi gian lận thương mại…Trong lĩnh vực quản lý cạnh tranh, Bộ Công Thương có trách nhiệm trong việc điều tra xử lý các hành vi cạnh tranh không lành mạnh và điều tra các hành vi hạn chế cạnh tranh…Tất cả các chức năng, nhiệm vụ nói trên đều trực tiếp hoặc gián tiếp bảo vệ quyền lợi của NTD.

Theo nghĩa hẹp, để trực tiếp thực hiện quản lý nhà nước về công tác bảo vệ NTD ở cấp Trung ương, Điều 48, Luật BVQLNTD quy định Bộ Công Thương thực hiện 6 nhiệm vụ sau:

- Ban hành theo thẩm quyền hoặc trình cơ quan nhà nước có thẩm quyền ban hành và tổ chức thực hiện chiến lược, quy hoạch, kế hoạch, chương trình, dự án, chính sách, pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

- Quản lý hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của tổ chức xã hội, tổ chức hòa giải; hợp đồng theo mẫu và điều kiện giao dịch chung theo quy định của pháp luật.

- Tuyên truyền, phổ biến, giáo dục pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; tư vấn, hỗ trợ và nâng cao nhận thức về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

- Xây dựng cơ sở dữ liệu thông tin phục vụ công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; đào tạo nguồn nhân lực, bồi dưỡng nghiệp vụ phục vụ công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

• Thanh tra, kiểm tra, giải quyết khiếu nại, tố cáo và xử lý vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng theo thẩm quyền.

• Thực hiện hợp tác quốc tế về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

- Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng là đơn vị được giao giúp Bộ trưởng Bộ Công Thương thực hiện quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Căn cứ vào Quyết định số 3808/QĐ-BCT ngày 02 tháng 10 năm 2017 của Bộ Công Thương quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng thì nhiệm vụ và quyền hạn của Cục về chức năng thực hiện quản lý nhà nước về bảo vệ người tiêu dùng như sau:

• Xây dựng và trình Bộ trưởng ban hành hoặc để bổ trường trình cơ quan có thẩm quyền phê duyệt, ban hành các văn bản quy phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng;

• Tổ chức thực hiện các văn bản quy phạm pháp luật sau khi được các cơ quan có thẩm quyền phê duyệt, ban hành. Phát hiện và kiến nghị cơ quan có liên quan giải quyết theo thẩm quyền về những văn bản đã ban hành có nội dung không phù hợp với quy định của pháp luật BVQLNTD;

• Ban hành theo thẩm quyền các văn bản hướng dẫn chuyên môn nghiệp vụ về BVQLNTD theo quy định của pháp luật;

• Kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung theo quy định của pháp luật; giải quyết khiếu nại, tố cáo theo thẩm quyền; xử lý hoặc đề xuất biện pháp xử lý vi phạm pháp luật về BVQLNTD; Công khai danh sách tổ chức, cá nhân kinh doanh vi phạm quyền lợi người tiêu dùng trên các phương tiện thông tin đại chúng, niêm yết tại trụ sở và đăng tải trên trang thông tin điện tử của Cục theo quy định của pháp luật;

Hợp tác quốc tế trong việc xây dựng và thực thi pháp luật BVQLNTD;

Tuyên truyền, giáo dục, phổ biến pháp luật và các chính sách có liên quan đến lĩnh vực BVQLNTD;

- Tổ chức bồi dưỡng, tập huấn nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ cho tổ chức, cá nhân liên quan tới công tác quản lý BVQLNTD;

- Phối hợp với Vụ Tổ chức cán bộ thực hiện nhiệm vụ quản lý nhà nước đối với các hội/hiệp hội ngành nghề hoạt động trong lĩnh vực BVQLNTD;

- Tổ chức, xây dựng cơ sở dữ liệu, quản lý và cung cấp thông tin cho các cơ quan nhà nước, các tổ chức cá nhân có yêu cầu theo quy định của pháp luật về BVQLNTD;

- Tổ chức thanh tra của chuyên ngành, kiểm tra việc thực hiện các quy định của pháp luật liên quan đến hoạt động quản lý BVQLNTD; giải quyết khiếu nại, tố cáo theo quy định của pháp luật và phân cấp quản lý của Bộ;

- Chủ trì hoặc phối hợp với các cơ quan liên quan tham gia đàm phán vấn đề BVQLNTD trong các điều ước quốc tế về thương mại theo phân công của Bộ trưởng.

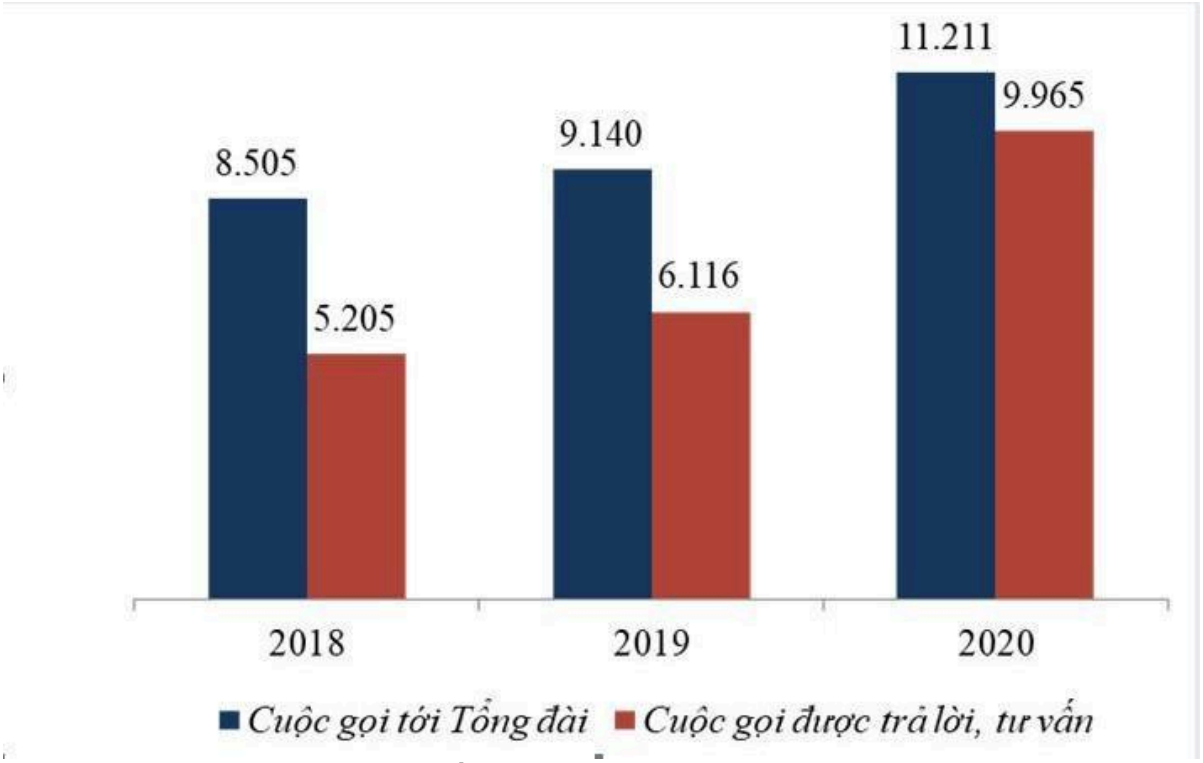
Công tác tiếp nhận, tư vấn và giải quyết yêu cầu, kiến nghị, khiếu nại của người tiêu dùng là một trong những nhiệm vụ quan trọng nhằm thực thi pháp luật và thực hiện quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, được Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng, Bộ Công Thương quan tâm, phát triển. Năm 2020, hoạt động tư vấn, giải quyết yêu cầu, kiến nghị, khiếu nại của người tiêu dùng tại Cục đã trải qua quá trình cải tổ và bước đầu đạt được những kết quả đáng ghi nhận. Đặc biệt trong giai đoạn hiện nay, số lượng các khiếu nại về tổ chức, cá nhân kinh doanh không đảm bảo chất

lượng hàng hoá, dịch vụ khi giao dịch qua các sàn giao dịch thương mại điện tử ngày càng tăng cao.

Bên cạnh đó, để đáp ứng tốt hơn việc tiếp nhận và xử lý thông tin của NTD trong thời đại công nghệ 4.0, thông qua các hoạt động của Đề án xây dựng hệ thống Tổng đài tư vấn, hỗ trợ người tiêu dùng tại Bộ Công Thương giai đoạn 2018-2020, đến nay, các yêu cầu, kiến nghị, khiếu nại của người tiêu dùng được tiếp nhận từ nhiều nguồn khác nhau (gồm trang thông tin điện tử, hộp thư điện tử, qua đường bưu điện, nộp trực tiếp tại Cục hoặc trên các trang mạng xã hội của Cục) đều được tích hợp, phân công, xử lý và lưu trữ đồng bộ trên cùng một Hệ thống. Đồng thời, một số cơ quan, tổ chức khác tham gia giải quyết yêu cầu, kiến nghị, khiếu nại của người tiêu dùng như Sở Công Thương và Hội Bảo vệ người tiêu dùng tại các địa phương cũng đã được kết nối trực tiếp vào Hệ thống nhằm tăng cường chia sẻ, trao đổi thông tin giữa các cơ quan quản lý nhà nước và tổ chức xã hội – nghề nghiệp trong công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cũng như tăng công suất và hiệu quả tiếp nhận, tư vấn, giải quyết các yêu cầu, kiến nghị, khiếu nại của người tiêu dùng.

Năm 2020, Tổng đài Tư vấn, hỗ trợ người tiêu dùng 1800.6838 do Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng quản lý, vận hành đã tiếp nhận 11.211 cuộc gọi đến, trong đó, có 9.965 cuộc gọi được trả lời và tư vấn các nội dung liên quan đến tiêu dùng và pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Số cuộc gọi đến Tổng đài năm 2020 đã tăng 23% so với năm 2019 và tăng 32% so với năm 2018. Điều đáng nói, số lượng cuộc gọi được trả lời, tư vấn bởi tổng đài viên cũng tăng lên đáng kể trong năm 2020. Theo đó, 89% cuộc gọi tới Tổng đài đã được tư vấn, hỗ trợ, tăng 63% so với năm 2019 và 91% so với năm 2018.

Bảng 2.3.1.1. Thống kê cuộc gọi được trả lời, tư vấn thông qua Tổng đài Tư vấn, hỗ trợ người tiêu dùng 1800.6838



Nguồn: Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng[65]

Để tăng cường và đẩy mạnh hoạt động BVQLNTD trong TMĐT, Bộ Công Thương đã có Chỉ thị về việc đẩy mạnh công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và hàng năm ban hành Kế hoạch tổ chức Ngày quyền của người tiêu dùng Việt Nam trên toàn quốc. Trong đó ngày 15 tháng 3 năm 2020 có chủ đề là Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử cho thấy sự quan tâm và tầm quan trọng của vấn đề này đối với cơ quan quản lý nhà nước cũng như xã hội.

- Tại địa phương, Ủy ban nhân dân cấp tỉnh có trách nhiệm thực hiện quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Cơ quan được giao

[65]Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng, http://vcca.gov.vn/default.aspx?page=news&do=detail&id=ac93f7fb-5909-4452-a1bd-ee55e87565b4, ngày truy cập: 18/12/2021.

nhiệm vụ tư vấn, tham mưu, giúp cho Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố về công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là Sở Công Thương. Cụ thể, Sở Công Thương có trách nhiệm giúp Ủy ban nhân dân cấp tỉnh thực hiện các nhiệm vụ sau:

- Thực hiện việc kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung theo quy. định của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng;

- Thẩm định các đề án, kế hoạch hoạt động của tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trình chủ tịch Ủy ban nhân dân cấp tỉnh quyết định giao thực hiện nhiệm vụ gắn với nhiệm vụ của Nhà nước;

- Giám sát việc thực hiện các nhiệm vụ khi giao cho tổ chức, xã hội, bảo vệ người tiêu dùng thực hiện;

- Kiểm tra, giám sát hoạt động hòa giải của tổ chức hòa giải tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh;

- Tạo điều kiện để tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng hoạt động;

- Hướng dẫn chuyên môn, nghiệp vụ để cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ người tiêu dùng cấp huyện thực hiện các nội dung liên quan đến bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng;

- Công bố công khai danh sách tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ vi phạm quyền lợi người tiêu dùng theo quy định tại khoản 4 Điều 26 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và Điều 23 Nghị định số 99/2011/NĐ- CP quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng;

- Báo cáo kết quả thực hiện quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên địa bàn tỉnh theo định kỳ hoặc theo yêu cầu của cơ quan có thẩm quyền cấp trên;

- Kiểm tra, xử lý hành vi vi phạm quyền lợi người tiêu dùng theo quy định của pháp luật;

- Các trách nhiệm khác quy định tại Điều 49 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng;

Ngoài ra, pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cũng quy định Ủy ban nhân dân cấp huyện trong phạm vi nhiệm vụ, quyền hạn của mình có trách nhiệm thực hiện quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Đơn vị giúp Ủy ban nhân dân cấp huyện thực hiện quản lý Nhà nước về BVQLNTD có trách nhiệm thực hiện các nhiệm vụ sau:

- Thực hiện giải quyết yêu cầu BVQLNTD theo quy định của pháp luật BVQLNTD và các quy định pháp luật liên quan;

- Kiểm tra, giám sát hoạt động của tổ chức xã hội tham gia BVQLNTD hoạt động trên địa bàn huyện mình quản lý;

- Giúp Ủy ban nhân dân cấp huyện quản lý theo thẩm quyền đối với các chợ, trung tâm thương mại trên địa bàn để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khi mua hàng hóa, sử dụng dịch vụ tại các địa điểm này;

- Hướng dẫn chuyên môn, nghiệp vụ để Ủy ban nhân dân cấp xã thực hiện các biện pháp cần thiết để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khi mua hàng hóa, sử dụng dịch vụ của các cá nhân hoạt động thương mại ngoài phạm vi chợ, trung tâm thương mại;

- Công bố công khai danh sách tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ vi phạm quyền lợi người tiêu dùng theo quy định tại khoản 4 Điều 26 Luật BVQLNTD và Điều 23 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật BVQLNTD;

- Báo cáo kết quả thực hiện quản lý nhà nước về BVQLNTD trên địa bàn huyện theo định kỳ hoặc theo yêu cầu của cơ quan có thẩm quyền cấp trên;

- Các trách nhiệm khác quy định tại Điều 49 Luật BVQLNTD.

Mặc dù đã có nhiều cố gắng, tuy nhiên, cho đến thời điểm này hoạt động quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi NTD nói chung và bảo vệ quyền lợi NTD trong TMĐT nói riêng của nhiều địa phương vẫn còn lúng túng, chưa đạt được kết quả như mong đợi. Lí do đến từ nhiều phía, từ sự chỉ đạo, hướng dẫn, đôn đốc chưa thường xuyên của Bộ Công Thương cho đến sự chưa chủ động của các cơ quan BVQLNTD ở địa phương cũng như vấn đề nguồn lực cho công tác này còn hạn chế. Căn cứ quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, chức năng quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại Trung ương được giao cho Bộ Công Thương và chức năng này được Bộ Công Thương giao cho Cục Cạnh tranh và Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; tại địa phương được giao cho Sở Công Thương (Phòng Quản lý Thương mại hoặc Chi cục QLTT) và Phòng Kinh tế (cấp huyện). Tuy nhiên, thực tế, ngay tại Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng cũng chỉ có khoảng 10 cán bộ trực tiếp làm công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Trong khi đó, tại cơ quan quản lý nhà nước địa phương còn thiếu nguồn lực hơn khi thường chỉ có một cán bộ làm công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng nhưng đồng thời kiêm nhiệm thêm khoảng 3 đến 4 mảng công việc khác. Thực tế này dẫn tới kết quả thực thi của các cơ quan này đều không đạt được hiệu quả như mong muốn, dẫn tới việc quyền lợi của người tiêu dùng không được đảm bảo trên thực tế.

2.3.1.2. Cơ quan quản lý nhà nước chuyên ngành

Hoạt động bảo vệ người tiêu dùng liên quan đến nhiều lĩnh vực, chuyên ngành thuộc thẩm quyền quản lý của các cơ quan nhà nước khác nhau. Chính vì thế mà Luật Bảo vệ người tiêu dùng 2010 ngoài quy định giao Bộ Công Thương chịu trách nhiệm chính thì các Bộ, cơ quan ngang Bộ trong phạm vi nhiệm vụ, quyền hạn của mình cũng phải có trách nhiệm phối hợp với Bộ Công Thương thực hiện quản lý nhà nước về bảo vệ người tiêu dùng. Hiện nay, một số cơ quan đóng vai trò quan trọng trong công tác bảo vệ NTD trong TMĐT có thể kể đến, như:

Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số: Theo Quyết định số 3839/QĐ-BCT ngày 05 tháng 10 năm 2017 của Bộ Công Thương quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số thì Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số là tổ chức thuộc Bộ Công Thương, thực hiện chức năng tham mưu, giúp Bộ trưởng Bộ Công Thương quản lý nhà nước và tổ chức thực thi pháp luật trong lĩnh vực thương mại điện tử và hoạt động kinh tế số; tổ chức, quản lý hoạt động sự nghiệp dịch vụ công thuộc lĩnh vực, phạm vi quản lý của Cục theo quy định của pháp luật và phân cấp, uỷ quyền của Bộ trưởng. Một nhiệm vụ quan trọng của Cục là tiếp nhận hồ sơ đăng ký, thông báo đối với các trang web thương mại điện tử, đây cũng là phương thức gián tiếp bảo vệ NTD thông qua cơ chế tiền kiểm, cụ thể như sau:

*** Thủ tục thông báo thiết lập website thương mại điện tử bán hàng:**

Website thương mại điện tử bán hàng là website thương mại điện tử do các thương nhân, tổ chức, cá nhân tự thiết lập để phục vụ hoạt động xúc tiến thương mại, bán hàng hóa hoặc cung ứng dịch vụ của mình.

Nghị định 52/2013/NĐ-CP được sửa đổi, bổ sung theo NĐ 85/2021/NĐ- CP quy định chủ thể thiết lập website thương mại điện tử bán hàng phải đăng ký với Bộ Công Thương theo quy định tại Điều 53 như sau:

- Thương nhân, tổ chức, cá nhân tiến hành thông báo trực tuyến với Bộ Công Thương về việc thiết lập website thương mại điện tử bán hàng thông qua Cổng thông tin Quản lý hoạt động thương mại điện tử trước khi chính thức bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ đến người dùng;

- Thông tin phải thông báo bao gồm:

a) Tên miền của website thương mại điện tử;

b) Loại hàng hóa, dịch vụ giới thiệu trên website;

c) Tên đăng ký của thương nhân, tổ chức hoặc tên của cá nhân sở hữu website;

d) Địa chỉ trụ sở của thương nhân, tổ chức hoặc địa chỉ thường trú của cá nhân;

đ) Số, ngày cấp và nơi cấp giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh của thương nhân, hoặc số, ngày cấp và đơn vị cấp quyết định thành lập của tổ chức; hoặc mã số thuế cá nhân của cá nhân;

e) Tên, chức danh, số chứng minh nhân dân, số điện thoại và địa chỉ thư điện tử của người đại diện thương nhân, người chịu trách nhiệm đối với website thương mại điện tử;

g) Các thông tin khác theo quy định của Bộ Công Thương.

Quy trình thông báo này được Bộ Công thương quy định cụ thể tại Thông tư 47/2014/TT-BCT về quản lý website thương mại điện tử

Bước 1: Thương nhân, tổ chức, cá nhân đăng ký tài khoản đăng nhập hệ thống bằng việc cung cấp những thông tin sau:

- Tên thương nhân, tổ chức, cá nhân;

- Số đăng ký kinh doanh của thương nhân hoặc số quyết định thành lập của tổ chức hoặc mã số thuế cá nhân của cá nhân;

- Lĩnh vực kinh doanh/hoạt động;

- Địa chỉ trụ sở của thương nhân, tổ chức hoặc địa chỉ thường trú của cá nhân;

- Các thông tin liên hệ.

Bước 2: Trong thời hạn 3 ngày làm việc, thương nhân, tổ chức, cá nhân nhận kết quả từ Bộ Công Thương qua địa chỉ thư điện tử đã đăng ký về một trong các nội dung sau:

- Nếu thông tin đăng ký tài khoản đầy đủ, thương nhân, tổ chức, cá nhân được cấp một tài khoản đăng nhập hệ thống và tiến hành tiếp Bước 3;

- Nếu đăng ký tài khoản bị từ chối hoặc yêu cầu bổ sung, thương nhân, tổ chức, cá nhân phải tiến hành đăng ký lại hoặc bổ sung thông tin theo yêu cầu.

Bước 3: Sau khi được cấp tài khoản đăng nhập hệ thống, thương nhân, tổ chức, cá nhân tiến hành đăng nhập, chọn chức năng Thông báo website thương mại điện tử bán hàng và tiến hành khai báo thông tin theo mẫu.

Bước 4: Trong thời hạn 3 ngày làm việc, thương nhân, tổ chức, cá nhân nhận thông tin phản hồi của Bộ Công Thương qua địa chỉ thư điện tử đã đăng ký về một trong các nội dung sau:

- Xác nhận thông tin khai báo đầy đủ, hợp lệ;

- Cho biết thông tin khai báo chưa đầy đủ hoặc không hợp lệ. Khi đó, thương nhân, tổ chức, cá nhân phải quay về Bước 3 để khai báo lại hoặc bổ sung các thông tin theo yêu cầu.

3. Thương nhân, tổ chức, cá nhân có trách nhiệm theo dõi tình trạng xử lý hồ sơ qua thư điện tử hoặc tài khoản truy cập hệ thống đã được cấp để tiến hành cập nhật và chỉnh sửa thông tin theo yêu cầu.

4. Trong vòng 10 ngày làm việc kể từ khi nhận được thông báo yêu cầu bổ sung thông tin ở Bước 4 theo quy định tại Khoản 2 Điều này, nếu thương nhân, tổ chức, cá nhân không có phản hồi thì hồ sơ thông báo sẽ bị chấm dứt và phải tiến hành thông báo lại hồ sơ từ Bước 3.

*** Thủ tục đăng ký thiết lập website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử**

Website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử là website thương mại điện tử do thương nhân, tổ chức thiết lập để cung cấp môi trường cho các thương nhân, tổ chức, cá nhân khác tiến hành hoạt động thương mại. Website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử bao gồm các loại sau:

a) Sàn giao dịch thương mại điện tử;

b) Website đấu giá trực tuyến;

c) Website khuyến mại trực tuyến;

d) Các loại website khác do Bộ Công Thương quy định (Điều 25 Nghị định 52/2013/NĐ-CP)

- Thương nhân, tổ chức tiến hành đăng ký trực tuyến với Bộ Công Thương về việc thiết lập website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử sau khi website đã được hoàn thiện với đầy đủ cấu trúc, tính năng và thông tin theo đề án cung cấp dịch vụ, đã hoạt động tại địa chỉ tên miền được đăng ký và trước khi chính thức cung cấp dịch vụ đến người dùng.

- Hồ sơ đăng ký bao gồm:

a) Đơn đăng ký thiết lập website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử;

b) Bản sao từ sổ gốc hoặc bản sao có chứng thực hoặc bản sao xuất trình kèm bản chính để đối chiếu quyết định thành lập (đối với tổ chức); bản sao điện tử từ sổ gốc hoặc chứng thực bản sao điện tử từ bản chính; giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh hoặc đăng ký doanh nghiệp (đối với thương nhân), giấy phép kinh doanh (đối với nhà đầu tư nước ngoài, tổ chức kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài);

c) Đề án cung cấp dịch vụ theo quy định;

d) Quy chế quản lý hoạt động của website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử tuân thủ các quy định tại Nghị định này và các quy định của pháp luật có liên quan;

đ) Mẫu hợp đồng cung cấp dịch vụ, các điều kiện giao dịch chung, nếu có;

e) Các tài liệu khác do Bộ Công Thương quy định.

Về quy trình đăng ký website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử cũng gần giống với quy trình thông báo website thương mại điện tử bán hàng nhưng thời gian xem xét hồ sơ và thủ tục sẽ dài và cụ thể là thêm một Bước 5 sau đây,

Bước 5: Sau khi nhận được thông báo xác nhận hồ sơ đầy đủ và hợp lệ, thương nhân, tổ chức gửi về Bộ Công Thương (Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số) bộ hồ sơ đăng ký hoàn chỉnh (bản giấy) theo quy định.

- Thương nhân, tổ chức có trách nhiệm theo dõi tình trạng xử lý hồ sơ qua thư điện tử hoặc tài khoản truy cập hệ thống đã được cấp để tiến hành cập nhật và chỉnh sửa thông tin theo yêu cầu.

- Trong thời hạn 30 ngày làm việc kể từ khi nhận được thông báo yêu cầu bổ sung thông tin ở Bước 4 theo quy định, nếu thương nhân, tổ chức không có phản hồi thì hồ sơ đăng ký trên hệ thống sẽ bị chấm dứt và thương nhân, tổ chức phải tiến hành đăng ký lại từ đầu.

Có thể nói, sự tham gia của Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số vào công tác BVQLNTD chủ yếu gián tiếp thông qua việc kiểm soát hoạt động TMĐT của thương nhân. Theo thống kê của Bộ Công Thương, tính đến hết năm 2018, gần 36.000 sản phẩm vi phạm bị buộc gỡ bỏ trên các sàn giao dịch thương mại điện tử và hơn 3.000 tài khoản, gian hàng trên các sàn đã bị khoá[66]. Đối mặt với tình trạng đó, ngày 18/4/2019, Cục Thương mại điện tử và Kinh tế

[66] Tạp chí Công Thương, *Gian lận trong thương mại điện tử: người tiêu dùng cần tuyên chiến,* nguồn: https://congthuong.vn/gian-lan-trong-thuong-mai-dien-tu-nguoi-tieu-dung-

can-tuyen-chien-125476.html, ngày truy cập 18/12/2021

số phối hợp với Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng đã tổ chức Lễ ký cam kết "Nói không với hàng giả trong thương mại điện tử" với sự tham gia của đại diện một số sàn giao dịch thương mại điện tử như Adayroi.com, Lazada.vn, Sendo.vn, Shopee.vn, Tiki.vn. Những hoạt động phối hợp của các cơ quan quản lý nhà nước mà tiêu biểu là hoạt động trên của Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số và Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng đã góp phần nâng cao trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh trong việc BVQLNTD trong TMĐT.

- Tổng Cục Tiêu chuẩn – Đo lường – Chất lượng: Theo Quyết định số 27/2014/QĐ-TTg ngày 04 tháng 04 năm 2014 của Thủ tướng Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Tổng Cục Tiêu chuẩn – Đo lường – Chất lượng thì Tổng Cục Tiêu chuẩn-Đo lường-Chất lượng là tổ chức trực thuộc Bộ Khoa học và Công nghệ, thực hiện chức năng tham mưu, giúp Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ quản lý nhà nước và tổ chức thực thi pháp luật về tiêu chuẩn, đo lường, chất lượng trong phạm vi cả nước, gồm: tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật, đo lường, chất lượng sản phẩm, hàng hóa và tổ chức thực hiện các hoạt động dịch vụ công về tiêu chuẩn đo lường chất lượng theo quy định pháp luật. Phương thức bảo vệ NTD trong TMĐT một cách đồng bộ nhất chính là khuyến khích các doanh nghiệp đáp ứng các tiêu chuẩn như TCVN hay ISO, đặc biệt là các tiêu chuẩn về thương mại điện tử, về bảo vệ người tiêu dùng… Mà sự đóng góp rất lớn của Tổng cục chính là ban hành và giám sát việc áp dụng, duy trì và thực hiện các tiêu chuẩn này trên thực tế, NTD sẽ được bảo vệ một cách thống nhất, có nguyên tắc và quy trình cụ thể.

2.3.2. Các tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Bên cạnh hệ thống cơ quan quản lý nhà nước thì các tổ chức xã hội cũng tham gia vào công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng Việt Nam. Các tổ chức xã hội này được thành lập theo quy định của pháp luật và hoạt động theo điều lệ. Hiện nay, Việt Nam đang có 56 Hội bảo vệ quyền lợi người tiêu

dùng. Trong

đó có 1 Hội là hoạt động trên phạm vi cả nước, các Hội còn lại hoạt động trên địa bàn tỉnh, thành phố. Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2010 có quy định về các hoạt động mà Hội có thể tham gia trong công tác bảo vệ người tiêu dùng như sau:

- Hướng dẫn, giúp đỡ, tư vấn người tiêu dùng khi có yêu cầu;
- Đại diện người tiêu dùng khởi kiện hoặc tự mình khởi kiện vì lợi ích công cộng;
- Cung cấp cho cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thông tin về hành vi vi phạm pháp luật của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ;
- Độc lập khảo sát, thử nghiệm chất lượng hàng hóa, dịch vụ do mình thực hiện; thông tin, cảnh báo cho người tiêu dùng về hàng hóa, dịch vụ và chịu trách nhiệm trước pháp luật về thông tin, cảnh báo của mình; kiến nghị cơ quan nhà nước có thẩm quyền xử lý vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng;
- Tham gia xây dựng pháp luật, chủ trương, chính sách, phương hướng, kế hoạch và biện pháp về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng;
- Thực hiện nhiệm vụ được cơ quan nhà nước giao;
- Tham gia tuyên truyền, phổ biến, giáo dục pháp luật và kiến thức người tiêu dùng.

Năm 2018 có một sự kiện quan trọng đối với hoạt động của các Hội đó chính là việc tách Hội Tiêu chuẩn và Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng Việt Nam thành 02 Hội là Hội Tiêu chuẩn và Chất lượng Việt Nam và Hội Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam. Thời gian tới, các hội có liên quan cần hoàn thiện

cơ cấu tổ chức và thực hiện các hoạt động cải cách mạnh mẽ cả về phương thức và nội dung hoạt động để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của xã hội.

Tuy nhiên, các hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thời gian vừa qua đã có sự gia tăng về số lượng nhưng chưa bảo đảm về chất lượng. Cụ thể, dù hiện tại có tới 56 Hội Bảo vệ quyền lợi cấp tỉnh trở nên nhưng hầu như toàn bộ các Hội này đều đang hoạt động trong tình trạng "Ba không" (Không trụ sở, không kinh phí, không nhân sự). Nguyên nhân của hoạt động thiếu hiệu quả trước hết là do sự thiếu quan tâm của các chính quyền địa phương khi không có sự hỗ trợ cần thiết (đặc biệt là sự hỗ trợ ban đầu khi các hội mới thành lập). Đồng thời quan trọng hơn là việc Hội cũng chưa xác định được các phương pháp hoạt động hiệu quả, chưa xứng với vai trò của Hội trong xã hội nói chung và lĩnh vực bảo vệ NTD nói riêng. Công tác giáo dục NTD được tiến hành không có hệ thống và chỉ tập trung vào một số ít NTD, chưa nhiều NTD được biết đến các chương trình, các cuộc hội thảo mà các Hội bảo vệ NTD tổ chức. Hội bảo vệ NTD được vận hành như một trong những "kênh" được cơ quan nhà nước lập ra để tiếp nhận và chuyển đi các khiếu nại của NTD đang bức xúc chứ không phải là nơi NTD phát ra tiếng nói tập thể và chính thức của mình. Trong vấn đề BVQLNTD trong TMĐT, Hội còn khá chậm chạp trong việc đổi mới phương thức tuyên truyền cũng như cách tiếp nhận thông tin từ NTD, dẫn đến NTD khi gặp tranh chấp với tổ chức, cá nhân kinh doanh trên môi trường TMĐT, họ không biết tới Hội như một tổ chức có thể trợ giúp, tư vấn và tháo gỡ vướng mắc cho NTD. Những hạn chế của Hội trong công tác này đến từ nhiều lí do như thiếu nguồn lực, thiếu kinh phí hoạt động cũng như sự kết hợp giữa Hội với các cơ quan quản lý nhà nước cũng như các tổ chức trong nước và quốc tế còn yếu. Tất cả các khó khăn này dẫn tới doanh nghiệp và NTD thiếu sự tin tưởng và hạn chế tìm tới Hội bảo vệ NTD.

2.4.Phương thức giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh trong thương mại điện tử

Trong bất kỳ lĩnh vực nào của đời sống luôn có khả năng nảy sinh những tranh chấp, bất đồng, mâu thuẫn và trong lĩnh vực tiêu dùng cũng vậy, giữa tổ chức, cá nhân kinh doanh với NTD rất dễ xảy ra tranh chấp khi tổ chức, cá nhân kinh doanh cung cấp cho NTD những sản phẩm kém chất lượng, hay không chịu bảo hành sản phẩm cho NTD… Những tranh chấp này càng dễ nảy sinh khi NTD và tổ chức, cá nhân kinh doanh tiến hành giao dịch qua các phương tiện điện tử, các bên không trực tiếp tiếp xúc với nhau nên việc giao hàng không đúng số lượng, chất lượng, hàng hóa không được bảo hành…rất dễ phát sinh. Do đó, đòi hỏi phải có những phương thức giải quyết, làm triệt tiêu những mâu thuẫn, tranh chấp này, pháp luật bảo vệ quyền lợi NTD của Việt Nam cũng như của các nước đều quy định bốn phương thức giải quyết tranh chấp giữa tổ chức, cá nhân kinh doanh với NTD bao gồm: thương lượng, hòa giải, trọng tài và Tòa án [67].

2.4.1. Phương thức giải quyết tranh chấp bằng thương lượng

Thương lượng là hình thức giải quyết tranh chấp giữa tổ chức, cá nhân kinh doanh và NTD mà không cần đến vai trò của người thứ ba. Các bên cùng nhau trình bày những quan điểm, ý kiến của mình, từ đó thống nhất giải quyết những mâu thuẫn, bất đồng. Thương lượng là phương thức được tổ chức, cá nhân kinh doanh ưu tiên lựa chọn khi tranh chấp xảy ra vì nó có ưu điểm là tranh chấp được giải quyết nhanh gọn, bí mật, không công khai và tránh được các thủ tục pháp lý rườm rà, các bản án bất lợi. NTD khi lựa chọn phương thức này cũng không phải chịu những bất cập của thủ tục tố tụng tư pháp như giải quyết chậm chạp, tốn kém và phức tạp.

Phương thức thương lượng được Luật bảo vệ quyền lợi NTD quy định tại Điều 31 và 32 theo đó NTD khi phát hiện quyền lợi của mình bị xâm phạm

[67] Xem: Điều 30 Luật bảo vệ quyền lợi NTD năm 2010.

có thể gửi yêu cầu tới tổ chức, cá nhân kinh doanh và tổ chức, cá nhân kinh doanh có trách nhiệm tiếp nhận và tiến hành thương lượng trong vòng bảy ngày làm việc.

Phương thức thương lượng thường được các bên ưa chuộng khi giải quyết các tranh chấp liên quan đến giao dịch điện tử vì các bên có thể ở cách xa nhau về mặt địa lý và giá trị tranh chấp không lớn nên nếu giải quyết qua thương lượng sẽ thuận tiện hơn cho cả hai bên, NTD và tổ chức, cá nhân kinh doanh. NTD và tổ chức, cá nhân kinh doanh có thể tiến hành thương lượng trực tiếp gặp mặt nhau nhưng cũng có thể tiến hành qua phương tiện điện tử như thông qua điện thoại, chat, video conference (hội thoại có hình), NTD và tổ chức, cá nhân kinh doanh vẫn có thể đưa ra những ý kiến của mình một cách trực tiếp và từ đó thống nhất cách giải quyết tranh chấp. Tiến hành thương lượng qua phương tiện điện tử giúp tổ chức, cá nhân kinh doanh và NTD nhanh chóng giải quyết tranh chấp, đỡ tốn kém về thời gian và chi phí đi lại gặp mặt trực tiếp. Điều 32 Luật bảo vệ quyền lợi NTD năm 2010 quy định "*Kết quả thương lượng thành của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ với NTD được lập thành văn bản, trừ trường hợp các bên có thoả thuận khác*" song không đề cập về giá trị pháp lý của kết quả thương lượng nêu trên, do đó, việc thực hiện kết quả thương lượng hoàn toàn phụ thuộc vào thiện chí của các bên. Một khi tổ chức, cá nhân kinh doanh ý thức được trách nhiệm của mình đối với NTD thì phương thức thương lượng sẽ phát huy vai trò của nó trong việc giải quyết tranh chấp, góp phần đảm bảo quyền và lợi ích hợp pháp của NTD khi tiến hành giao kết hợp đồng điện tử.

2.4.2. Phương thức giải quyết tranh chấp bằng hòa giải

Hoà giải là hình thức giải quyết tranh chấp trong đó các bên trong quá trình thương lượng có sự tham gia của bên thứ ba độc lập do hai bên cùng chấp nhận hay chỉ định làm vai trò trung gian để hỗ trợ cho các bên nhằm tìm kiếm

những giải pháp thích hợp cho việc giải quyết xung đột nhằm chấm dứt các tranh chấp, bất hoà.

Phương thức hòa giải đòi hỏi phải có một bên thứ ba tham gia vào quá trình giải quyết tranh chấp giữa tổ chức, cá nhân kinh doanh và NTD. Hòa giải viên thường là những người có kiến thức, trình độ về mặt pháp lý hoặc chuyên môn về vấn đề tranh chấp, có đủ điều kiện theo quy định tại Điều 32 Nghị định 99/2011/NĐ-CP quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật bảo vệ quyền lợi NTD. Hòa giải viên sẽ đưa ra những ý kiến chuyên môn, những phương án, đề xuất để hai bên tham khảo và quyết định. Việc có thêm ý kiến khách quan sẽ khiến cho quá trình thương lượng giữa hai bên đạt được kết quả nhanh chóng và bình đẳng hơn, khắc phục vị trí "yếu thế" của NTD trước tổ chức, cá nhân kinh doanh. Phương thức hòa giải cũng được tổ chức, cá nhân kinh doanh và NTD ưa thích vì những ưu điểm của nó như nhanh chóng, thuận tiện và đảm bảo bí mật. Trong giao dịch điện tử, khi tranh chấp phát sinh, tổ chức, cá nhân kinh doanh và NTD có thể viện đến sự can thiệp của bên thứ ba và tiến hành hòa giải thông qua các phương tiện điện tử như khi tiến hành thương lượng, đó là thông qua chat, hội nghị có hình trực tuyến…. Sau khi tiến hành hòa giải, đạt được kết quả thống nhất, các bên sẽ lập biên bản hòa giải. Biên bản hòa giải phải có chữ ký của các bên tham gia hòa giải, chữ ký xác nhận của tổ chức, cá nhân tiến hành hoà giải và các nội dung chính sau đây[68]:

1. Tổ chức, cá nhân tiến hành hòa giải;

2. Các bên tham gia hòa giải;

3. Nội dung hoà giải;

4 Thời gian, địa điểm tiến hành hòa giải;

5. Ý kiến của các bên tham gia hòa giải;

6. Kết quả hòa giải;

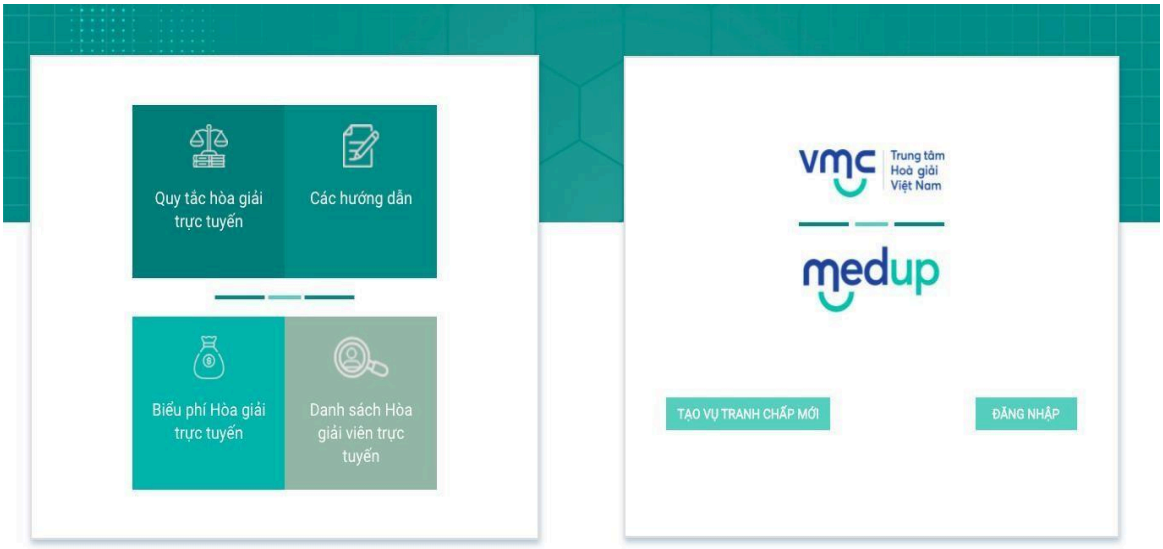
7. Thời hạn thực hiện kết quả hòa giải thành.

Sau khi hòa giải thành, các bên có trách nhiệm thực hiện kết quả hòa giải thành trong thời hạn đã thỏa thuận trong biên bản hòa giải; trường hợp một bên không tự nguyện thực hiện thì bên kia có quyền khởi kiện ra Toà án để yêu cầu giải quyết theo quy định của pháp luật[69].

Về cơ chế hòa giải, hiện tại có hai cơ chế hòa giải: (i) Hòa giải thương mại độc lập theo Nghị định số 22/2017/NĐ-CP do tổ chức hòa giải hoặc hòa giải viên độc lập tiến hành; (ii) Hòa giải do cơ quan bảo vệ người tiêu dùng hoặc tổ chức bảo vệ người tiêu dùng tiến hành. Tuy nhiên, thực tế cho thấy, tuy đã được đề cập đến trong Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và Nghị định hướng dẫn tuy nhiên hiện chưa có các quy định hướng dẫn cụ thể. Điều này dẫn đến hệ quả là đến nay vẫn chưa thành lập được bất kỳ tổ chức hòa giải theo đúng quy định của Luật. Các cơ quan nhà nước và tổ chức xã hội vẫn thực hiện hoạt động hòa giải nhưng sử dụng quy định của pháp luật hành chính hoặc dân sự.

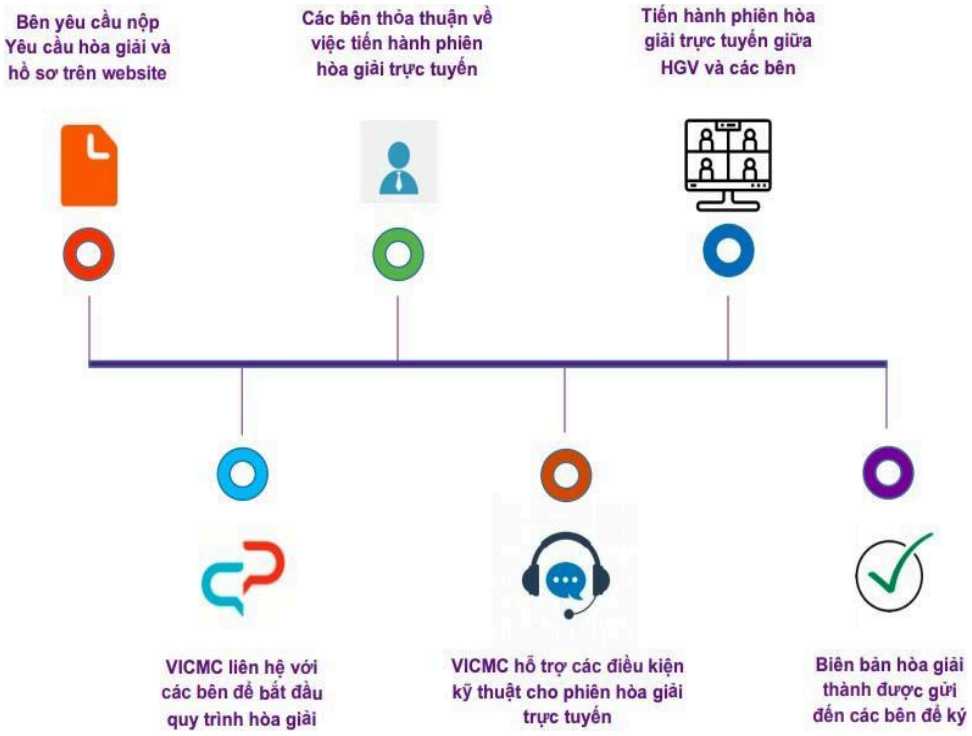
Hiện nay, đã có một số Trung tâm hoà giải đã xây dựng các nền tảng hoà giải trực tuyến với mức phí có thể coi là phù hợp với người tiêu dùng như nền tảng hoà giải trực tuyến Medup của Trung tâm Hoà giải Việt Nam VMC hay như dịch vụ hoà giải trực tuyến của Trung tâm Hoà giải Thương mại Quốc tế Việt Nam VICMC.

Bảng 2.4.2.a Nền tảng hoà giải trực tuyến Medup của Trung tâm Hoà giải Việt Nam VMC



Nguồn: Trung tâm Hoà giải Việt Nam VMC

Bảng 2.4.2.b Quy trình hoà giải trực tuyến tại Trung tâm Hoà giải Thương mại Quốc tế Việt Nam VICMC



Nguồn: Trung tâm Hoà giải Thương mại Quốc tế Việt Nam VICMC

Tuy nhiên, trên thực tế, số lượng NTD biết tới các dịch vụ hoà giải trực tuyến là không nhiều và do trở ngại cũng như tâm lí không thích va chạm đã dẫn tới việc NTD hiếm khi sử dụng các dịch vụ này khi có tranh chấp với tổ chức, cá nhân kinh doanh.

2.4.3. Phương thức giải quyết tranh chấp bằng trọng tài

Giải quyết tranh chấp bằng Trọng tài là hình thức giải quyết tranh chấp thông qua hoạt động của trọng tài viên, với tư cách là bên thứ ba độc lập nhằm chấm dứt xung đột bằng việc đưa ra một phán quyết buộc các bên tranh chấp phải thực hiện.

Tranh chấp giữa NTD với tổ chức, cá nhân kinh doanh chỉ được giải quyết bằng trọng tài khi hai bên có thỏa thuận trọng tài. Thỏa thuận trọng tài có thể được lập trước hoặc sau khi xảy ra tranh chấp. NTD thường rất khó để nắm vững về những trình tự, thủ tục của phương thức trọng tài nên rất dễ bị tổ chức, cá nhân kinh doanh lợi dụng sự yếu thế nhằm ép buộc NTD phải đồng ý với thỏa thuận trọng tài được soạn thảo sẵn trong hợp đồng theo mẫu và điều kiện giao dịch chung khi giao dịch qua phương tiện điện tử. Khi xảy ra tranh chấp, với tâm lý e ngại cộng thêm việc thiếu kiến thức pháp lý đã dẫn đến những thua thiệt cho NTD nếu sử dụng phương thức giải quyết tranh chấp bằng trọng tài. Do đó, để bảo vệ cho NTD, Luật bảo vệ quyền lợi NTD đã quy định, NTD có quyền lựa chọn phương thức giải quyết tranh chấp khác nếu điều khoản trọng tài được tổ chức, cá nhân kinh doanh đưa vào hợp đồng theo mẫu và điều kiện giao dịch chung. Quy định này đảm bảo quyền tự định đoạt phương thức giải quyết tranh chấp của NTD. Nếu NTD vẫn đồng ý với việc giải quyết bằng phương thức trọng tài thì trình tự và thủ tục sẽ được thực hiện theo Luật trọng tài thương mại năm 2010.

Ngoài ra, điểm đáng chú ý khi giải quyết tranh chấp bằng phương thức trọng tài chính là việc đảo ngược nghĩa vụ chứng minh lỗi của tổ chức, cá nhân kinh doanh với NTD. Theo Điều 40 của Luật bảo vệ quyền lợi NTD năm 2010

thì NTD không phải chứng minh lỗi của tổ chức, cá nhân kinh doanh mà tổ chức, cá nhân kinh doanh phải chứng minh mình không có lỗi gây ra thiệt hại. Đây là điểm đặc biệt của pháp luật bảo vệ NTD, để NTD chứng minh được lỗi thuộc về tổ chức, cá nhân kinh doanh là việc rất khó khăn do NTD bị hạn chế cả về mặt trình độ lẫn công nghệ, máy móc, trong khi giá trị giao dịch thường nhỏ nên NTD có tâm lý bỏ qua, không muốn tốn kém thêm thời gian và công sức. Do đó, pháp luật bảo vệ NTD đã có quy định đảo ngược nghĩa vụ chứng minh lỗi từ NTD sang phía tổ chức, cá nhân kinh doanh. Tổ chức, cá nhân kinh doanh có điều kiện về tiền bạc, công nghệ, trình độ chuyên môn nên phải có trách nhiệm chứng minh mình không có lỗi khi thiệt hại xảy ra. Quy định này góp phần tăng cường lòng tin cho NTD khi tiến hành giải quyết tranh chấp bằng phương thức trọng tài với tổ chức, cá nhân kinh doanh.

2.4.4. Phương thức giải quyết tranh chấp bằng tòa án

Giải quyết tranh chấp kinh doanh bằng toà án là hình thức giải quyết tranh chấp thông qua hoạt động của cơ quan tài phán Nhà nước, nhân danh quyền lực Nhà nước để đưa ra phán quyết buộc các bên có nghĩa vụ thi hành, kể cả bằng sức mạnh cưỡng chế.

Giải quyết tranh chấp bằng tòa án luôn được xem là một phương thức hữu hiệu để bảo vệ các quyền và lợi ích hợp pháp của NTD khi bị tổ chức, cá nhân kinh doanh xâm phạm và đã được Luật bảo vệ quyền lợi NTD quy định tại Mục 4 Chương IV về giải quyết tranh chấp tại Tòa án. Vụ án dân sự bảo vệ NTD sẽ được giải quyết theo thủ tục tố tụng dân sự, do đó vẫn còn những rào cản e ngại của NTD, không muốn vướng mắc, phiền hà khi tiến hành giải quyết tranh chấp bằng phương thức này. Giá trị tranh chấp giữa NTD với tổ chức, cá nhân kinh doanh thường không lớn, NTD lại lo ngại thủ tục, trình tự rườm rà của tố tụng dân sự, do đó Luật bảo vệ quyền lợi NTD năm 2010 đã có quy định về thủ tục đơn giản nếu vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi NTD có đủ các điều kiện sau:

- Cá nhân là NTD khởi kiện; tổ chức, cá nhân trực tiếp cung cấp hàng hóa, dịch vụ cho NTD bị khởi kiện;

- Vụ án đơn giản, chứng cứ rõ ràng;

- Giá trị giao dịch dưới 100 triệu đồng.[70]

Tuy nhiên, pháp luật tố tụng dân sự lại không có quy định thủ tục đơn giản được tiến hành như thế nào, do đó, thủ tục đơn giản được ghi nhận trong Luật bảo vệ quyền lợi NTD nhưng lại không thể được áp dụng trên thực tế.

Về nghĩa vụ chứng minh lỗi, cũng giống như khi giải quyết tranh chấp bằng phương thức trọng tài, việc đảo ngược nghĩa vụ chứng minh lỗi cũng áp dụng khi giải quyết tranh chấp bằng tòa án.

Trên đây là các phương thức giải quyết tranh chấp mà dù NTD thực hiện các giao dịch truyền thống hay giao dịch TMĐT thì đều có thể sử dụng để bảo vệ quyền lợi cho mình. Tuy nhiên, với bản chất của TMĐT thông thường do người bán và người mua ở cách xa nhau, có thể ở các quốc gia khác nhau, những phương thức tố tụng như toà án có thể gây cản trở cho việc đi tìm công lý của NTD. Để tăng cường niềm tin của người tiêu dùng và khuyến khích sự phát triển của thương mại điện tử, một cơ chế giải quyết tranh chấp hiệu quả phải được cung cấp cho người tiêu dùng. Việc thiếu cơ chế khả thi sẽ làm giảm niềm tin của người tiêu dùng vào thương mại điện tử và làm suy yếu việc thúc đẩy thương mại điện tử như một công cụ để phát triển kinh tế số. Một trong những tính năng rõ ràng nhất của thương mại điện tử là tốc độ giao dịch. Một yếu tố quan trọng khác là khoảng cách thường tồn tại giữa người bán và người tiêu dùng. Xem xét hai yếu tố này, việc giải quyết tranh chấp thông qua các cơ chế giải quyết truyền thống tại tòa án sẽ không phải luôn luôn là lựa chọn phù hợp nhất, đặc biệt đối với người tiêu dùng.

[70] Xem: Khoản 2 Điều 41 Luật bảo vệ quyền lợi NTD năm 2010.

Người tiêu dùng, nói chung, cần các giải pháp nhanh chóng và dễ dàng để giải quyết tranh chấp giữa họ với tổ chức, cá nhân kinh doanh. Thống kê cho thấy phương thức giải quyết tranh chấp là mối lo lắng cơ bản của người tiêu dùng về các vấn đề liên quan đến TMĐT. Điều này là do chi phí để sử dụng phương thức giải quyết tranh chấp truyền thống sẽ lớn hơn số tiền có thể được phục hồi. Nói cách khác, do giá trị thấp của các giao dịch tiêu dùng, chi phí giải quyết tranh chấp lớn hơn tác động tích cực nên NTD sẽ e ngại và từ bỏ, từ đó, ảnh hưởng đến việc đưa ra quyết định của người tiêu dùng về việc tham gia TMĐT. Điều này là do thương mại điện tử tiềm ẩn nhiều rủi ro hơn so với thị trường truyền thống. Tại Việt Nam, NTD nếu có tranh chấp hay đòi bồi thường từ thương nhân thì chủ yếu vẫn chỉ có đi theo các con đường giải quyết tranh chấp truyền thống, thường được đánh giá là chậm, phức tạp và chi phí cao, do đó không bảo vệ được quyền lợi chính đáng của NTD, gây tâm lí ngại ngần cho họ khi tham gia TMĐT. Do đó, các nước thường khuyến khích NTD sử dụng các phương thức giải quyết tranh chấp thay thế ADR[71] trước khi tiến hành thủ tục tại toà án hoặc trọng tài. Một quy định quen thuộc trong các hợp đồng thương mại là khi phát sinh tranh chấp, các bên phải cố gắng dùng thương lượng để giải quyết nó trước khi đưa tranh chấp ra cơ quan tài phán. Đây là quy định để đảm bảo sự thiện chí giữa các bên. Tuy nhiên, trên thực tế quá trình thương lượng khó có thể tiến hành thuận lợi khi các bên không xem xét các vấn đề một cách khách quan. Đây là lúc bên thứ ba độc lập có thể giúp cho cuộc tranh luận đang có nguy cơ không đem lại được kết quả gì. Điều này cũng là lý do các hợp đồng thường quy định các bên phải cố gắng giải quyết tranh chấp bằng phương thức giải quyết tranh chấp thay thế khác (Alternative dispute resolution

- ADR) trước khi khởi kiện ra tòa án hoặc trọng tài.

[71] Alternative dispute resolution

Số liệu từ Bộ Công Thương cho thấy, tính đến cuối tháng 3/2020, Bộ đã yêu cầu các sàn thương mại điện tử xử lý gần 16.200 gian hàng và gần 32.880 sản phẩm vi phạm kinh doanh trên môi trường mạng[72]. Năm 2019 dân số Việt Nam đạt mốc xấp xỉ 97 triệu dân, với 64 triệu người sử dụng internet, tăng đến 28% so với năm 2017[73]. Sự phát triển chóng mặt của việc sử dụng mạng internet, mua sắm hàng hoá, dịch vụ qua các phương tiện điện tử đã dẫn tới nhiều tranh chấp liên quan tới chất lượng hàng hoá, giao hàng, thanh toán online… Thị trường mua sắm online tăng trưởng thông qua việc NTD sử dụng máy tính, điện thoại có kết nối mạng, với con số thống kê lên tới 94% NTD sử dụng internet hàng ngày[74]. Từ hiện thực này dẫn tới việc các tranh chấp online sẽ tăng lên, các tranh chấp xuyên biên giới khi NTD từ quốc gia này có thể mua hàng hoá từ thương nhân ở quốc gia khác đã dẫn tới việc chuyển đổi từ các phương thức giải quyết tranh chấp thay thế ADR sang các phương thức giải quyết tranh chấp online ODR (Online Dispute Resolution). Việc giải quyết tranh chấp giữa NTD và thương nhân khi giao dịch điện tử bằng phương thức ODR sẽ phù hợp và thuận tiện hơn cho cả hai bên khi tiết kiệm thời gian, chi phí cũng như công sức, đặc biệt là khi các giao dịch giữa hai bên ở cách xa nhau về mặt địa lý. Đồng thời, khó khăn đối với việc giải quyết các tranh chấp tiêu dùng TMĐT xuyên biên giới tại Việt Nam đến từ viêc thiếu vắng khung khổ pháp luật đặc thù để giải quyết loại tranh chấp này. Tranh chấp tiêu dùng xuyên biên giới có những đặc điểm khác biệt, có quy trình giải quyết phức tạp, thậm chí còn liên quan đến

[72] Tạp chí Tài chính Online, *Chung tay xử lý triệt để các vi phạm thương mại điện tử,* nguồn: http://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-phap-luat/chung-tay-xu-ly-triet-de-cac-vi-pham-thuong-mai-dien-tu-322649.html ngày truy cập 18/12/2021.

[73] Brands Vietnam, *94% người dùng internet ở Việt Nam lên mạng hàng ngày,* nguồn: https://www.brandsvietnam.com/19614-94-nguoi-dung-Internet-o-Viet-Nam-len-mang-hang-ngay ngày truy cập 18/12/2021.

[74] Brands Vietnam, *94% người dùng internet ở Việt Nam lên mạng hàng ngày,* nguồn: https://www.brandsvietnam.com/19614-94-nguoi-dung-Internet-o-Viet-Nam-len-mang-

hang-ngay ngày truy cập 18/12/2021.

các yếu tố chính trị ngoại giao...giữa Việt Nam với các quốc gia khác. Chẳng hạn trường hợp hai nước có những hiệp định tương trợ tư pháp, có thỏa thuận về việc giải quyết các tranh chấp tư giữa thường nhân, công dân hai nước ...việc giải quyết sẽ thuận lợi hơn rất nhiều. Do vậy, việc tranh chấp tiêu dùng xuyên biên giới được "đối xử" theo quy trình thông thường, giống như giải quyết tranh chấp tiêu dùng trong nước sẽ là không phù hợp, thậm chí còn lạc hậu khi số lượng các giao dịch TMĐT ngày càng tăng lên...

Thêm nữa, cũng chưa có khung khổ pháp luật cho phương thức giải quyết tranh chấp trực tuyến (ODR), một phương thức được coi là phù hợp nhất đối với tranh chấp xuyên biên giới phát sinh từ giao dịch TMĐT xuyên quốc gia. Rất cần có quy định đặc thù về chủ thể, quyền và nghĩa vụ,quy trình thực hiện ODR và sự kiểm soát của cơ quan nhà nước có thẩm quyền với cơ chế giải quyết này ở Việt Nam.

2.5.Xử lý vi phạm pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử

Pháp luật bảo vệ quyền lợi NTD được đặt ra để bảo vệ cho quyền và lợi ích hợp pháp của NTD, do đó khi có hành vi vi phạm pháp luật bảo vệ NTD thì cần phải có những biện pháp chế tài mà chủ thể thực hiện hành vi vi phạm phải gánh chịu, nhằm thiết lập một cơ chế bảo vệ quyền lợi NTD hiệu quả và triệt để.

Theo Điều 11 Luật bảo vệ quyền lợi NTD quy định xử lý vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi NTD thì chủ thể có hành vi vi phạm pháp luật bảo vệ NTD có thể sẽ phải chịu các chế tài: hình sự, dân sự, hành chính.

2.5.1. Chế tài dân sự

Chế tài dân sự là biện pháp xử lý vi phạm pháp luật mang tính mềm dẻo nhất trong lĩnh vực bảo vệ NTD và cũng là biện pháp được sử dụng rộng rãi nhất, nhằm thực sự đem lại cho NTD những lợi ích vật chất bồi thường cho những quyền và lợi ích đã bị tổ chức, cá nhân kinh doanh xâm phạm.

Để có thể áp dụng chế tài dân sự, cần phải có yêu cầu áp dụng biện pháp chế tài dân sự của NTD đối với tổ chức, cá nhân có hành vi xâm phạm. Tùy vào từng hành vi vi phạm pháp luật bảo vệ NTD mà áp dụng những chế tài dân sự khác nhau, và thường là những biện pháp sau đây:

- Buộc chấm dứt hành vi vi phạm: khi tổ chức, cá nhân kinh doanh có những hành vi xâm phạm đến quyền của NTD như chuyển giao thông tin của NTD cho bên thứ ba hoặc sử dụng sai mục đích những thông tin NTD cung cấp để thực hiện giao dịch điện tử mà không được NTD đồng ý…, NTD có quyền yêu cầu Tòa án ra quyết định bắt buộc tổ chức, cá nhân kinh doanh phải chấm dứt ngay hành vi vi phạm.

- Buộc thực hiện đúng hợp đồng: tổ chức, cá nhân kinh doanh phải thực hiện đầy đủ các thỏa thuận với NTD, nếu tổ chức, cá nhân kinh doanh giao hàng cho NTD sai số lượng, chất lượng so với hợp đồng đã giao kết trên website thì hậu quả pháp lý mà tổ chức, cá nhân kinh doanh phải gánh chịu đó là phải thực hiện đúng hợp đồng đã ký kết với NTD.

- Buộc bồi thường thiệt hại: thông tin về sản phẩm được tổ chức, cá nhân kinh doanh cung cấp cho NTD thường rất hấp dẫn, nhưng khi NTD mua hàng, được tận tay sử dụng sản phẩm mới phát hiện ra những khuyết tật mà thông tin không nói đến, khi đó, NTD có quyền yêu cầu bồi thường thiệt hại, Tòa án sẽ buộc tổ chức, cá nhân kinh doanh phải bồi thường cho NTD những thiệt hại mà khuyết tật của hàng hóa gây ra cho sức khỏe, tính mạng, tài sản của NTD, kể cả khi tổ chức, cá nhân kinh doanh không có lỗi gây ra thiệt hại đó.

2.5.2. Chế tài hành chính

Các biện pháp xử phạt vi phạm hành chính được áp dụng đối với những hành vi vi phạm pháp luật bảo vệ NTD hoặc vi phạm các lĩnh vực pháp luật khác có liên quan đến quyền lợi của NTD nhưng chưa đến mức truy cứu trách nhiệm hình sự. Điều 4 Nghị định 98/2020/NĐ-CP của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán

hàng

giả, hàng cấm và bảo vệ quyền lợi NTD đã quy định những hình thức xử phạt và biện pháp khắc phục hậu quả khi tổ chức, cá nhân vi phạm pháp luật bảo vệ NTD như sau:

- Hình thức xử phạt chính bao gồm: phạt cảnh cáo và phạt tiền; mức phạt tiền tối đa là một trăm triệu đồng đối với cá nhân và hai trăm triệu đồng đối với tổ chức.

- Hình thức xử phạt bổ sung: tủy theo tính chất, mức độ vi phạm mà tổ chức, cá nhân vi phạm phải chịu các hình thức xử phạt bổ sung: Tước quyền sử dụng giấy phép, chứng chỉ hành nghề; Tịch thu tang vật, phương tiện được sử dụng để vi phạm hành chính.

- Biện pháp khắc phục hậu quả: tùy từng hành vi vi phạm mà có các biện pháp khắc phục hậu quả khác nhau.

Trong giao dịch điện tử, tổ chức, cá nhân kinh doanh thường rất hay vi phạm các trách nhiệm về bảo vệ thông tin, cung cấp thông tin cho NTD, trách nhiệm cung cấp bằng chứng giao dịch, trách nhiệm đảm bảo chất lượng hàng hóa, dịch vụ , Nghị định 98/2020/NĐ-CP đã có những quy định cụ thể nhằm áp dụng các biện pháp xử phạt hành chính đối với những hành vi này:

- Đối với hành vi vi phạm về bảo vệ thông tin của NTD được quy định tại Điều 46: tổ chức, cá nhân kinh doanh khi vi phạm trách nhiệm bảo vệ thông tin của NTD có thể bị phạt tiền từ mười triệu đến hai mươi triệu đồng khi thương nhân không thông báo rõ ràng với người tiêu dùng về mục đích trước khi thu thập, sử dụng thông tin của NTD hoặc sử dụng thông tin không đúng với mục đích đã thông báo; không bảo đảm an toàn khi sử dụng, thu thập hoặc chuyển giao thông tin… Đồng thời, nếu những thông tin này thuộc về bí mật cá nhân của NTD thì tổ chức, cá nhân kinh doanh sẽ bị phạt tiền gấp hai lần đó là tối đa đến bốn mươi triệu đồng.

- Đối với hành vi vi phạm về trách nhiệm cung cấp thông tin tại Điều 47: tổ chức, cá nhân kinh doanh khi vi phạm trách nhiệm cung cấp thông tin cho

NTD thì bị phạt tiền từ mười đến hai mươi triệu. Ngoài ra, còn có quy định xử phạt đối với bên thứ ba trong việc cung cấp thông tin cho NTD với mức phạt tối đa lên tới năm mươi triệu đồng khi liên quan đến vi phạm quấy rối NTD. Bên cạnh đó là các hình thức xử phạt bổ sung là tước quyền sử dụng giấy phép kinh doanh, chứng chỉ hành nghề từ 01 tháng đến 06 tháng hoặc đình chỉ hoạt động từ 01 tháng đến 06 tháng trong trường hợp vi phạm nhiều lần hoặc tái phạm và biện pháp khắc phục hậu quả là buộc tổ chức, cá nhân kinh doanh cải chính thông tin sai sự thật hoặc gây nhầm lẫn đối với NTD.

- Đối với hành vi vi phạm về hợp đồng giao kết từ xa được quy định tại Điều 53: tổ chức, cá nhân kinh doanh khi vi phạm trách nhiệm cung cấp thông tin cho NTD, sau đó lại cản trở NTD thực hiện quyền đơn phương chấm dứt hợp đồng trong giao kết hợp đồng bằng phương tiện điện tử có thể bị phạt tiền từ mười triệu đến hai mươi triệu đồng. Cùng với đó, tổ chức, cá nhân kinh doanh còn bị buộc nộp lại số lợi bất hợp pháp có được do thực hiện hành vi vi phạm như là một biện pháp khắc phục hậu quả của hành vi.

- Đối với hành vi vi phạm về cung cấp bằng chứng giao dịch được quy định tại Điều 58: tổ chức, cá nhân kinh doanh không cho NTD truy nhập, tải, lưu giữ và in hóa đơn, chứng từ, tài liệu trong trường hợp giao dịch bằng phương tiện điện tử thì bị phạt tiền từ hai trăm nghìn đến năm mươi triệu đồng tuỳ vào giá trị của hàng hoá, dịch vụ mà NTD thực hiện giao dịch.

- Đối với hành vi kinh doanh hàng hóa, dịch vụ không bảo đảm chất lượng được quy định tại Điều 25: tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ không bảo đảm chất lượng vi phạm quyền lợi NTD bị xử phạt theo quy định tại Nghị định số 119/2017/NĐ-CP ngày 01 tháng 11 năm 2017 của Chính phủ quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực tiêu chuẩn, đo lường và chất lượng sản phẩm, hàng hóa. Cụ thể là tại Điều 20 Nghị định 119/2017/NĐ- CP quy định về hành vi vi phạm quy định về chất lượng sản phẩm, hàng hóa lưu thông trên thị trường. Theo đó, tổ chức, cá nhân vi phạm có thể bị phạt tiền gấp năm lần tổng giá trị sản phẩm nếu bán sản phẩm, hàng hóa có chất lượng không phù hợp với quy chuẩn đã được công bố.

Bên cạnh đó, các hành vi vi phạm về hoạt động thương mại điện tử cũng được quy định tại mục 10 của Nghị định 98/2020/NĐ-CP, gồm các hành vi vi phạm về thông tin và giao dịch trên website TMĐT hoặc ứng dụng di động (Điều 63), hành vi vi phạm về cung cấp dịch vụ TMĐT (Điều 64) và hành vi vi phạm về bảo vệ thông tin cá nhân trong hoạt động TMĐT (Điều 65). Những quy định này không chuyên biệt về các hành vi vi phạm mà tổ chức, cá nhân kinh doanh thực hiện đối với NTD trong hoạt động TMĐT mà chỉ quy định chung cho tất cả các dạng vi phạm nghĩa vụ của thương nhân trong TMĐT. Đồng thời, ở phần trên ta thấy các quy định của Nghị định này về hành vi vi phạm trong lĩnh vực bảo vệ quyền lợi NTD thì lại không cụ thể trong hoạt động TMĐT mà áp dụng cho tất cả các giao dịch giữa thương nhân và NTD, không phân biệt giao dịch truyền thống hay giao dịch qua phương tiện điện tử.

Ngoài những biện pháp xử phạt hành chính được quy định tại Nghị định 98/2020/NĐ-CP như trên thì tổ chức, cá nhân kinh doanh còn có thể phải chịu các hình thức xử phạt khác được quy định tại Nghị định 15/2020/NĐ-CP ngày 3 tháng 2 năm 2020 của Chính phủ quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực bưu chính, viễn thông, tần số vô tuyến điện, công nghệ thông tin và giao dịch điện tử. Ví dụ như tại Điều 84,85 và 86 về hành vi vi phạm các quy định về thu thập, sử dụng thông tin cá nhân; cập nhật, sửa đổi, huỷ bỏ thông tin cá nhân và bảo đảm an toàn thông tin cá nhân trên mạng, theo đó tổ chức, cá nhân vi phạm sẽ bị phạt tiền từ mười triệu đồng đến bảy mươi triệu đồng khi thu thập, xử lý và sử dụng thông tin cá nhân của người khác trên môi trường mạng mà không được sự đồng ý của người đó; thu thập, xử lý và sử dụng thông tin cá nhân của người khác mà không thông báo cho người đó biết hình thức, phạm vi, địa điểm và mục đích của việc thu thập, xử lý, sử dụng thông tin đó; không kiểm tra lại, đính chính hoặc hủy bỏ thông tin cá nhân của người khác lưu trữ trên môi trường mạng trong quá trình thu thập, xử lý, sử dụng thông tin khi có yêu cầu của chủ sở hữu thông tin đó; v.v….

Có thể thấy, chế tài hành chính đã được quy định khá đầy đủ trong các văn bản pháp luật khác nhau nhằm xử lý các hành vi vi phạm trong lĩnh vực giao dịch điện tử giữa tổ chức, cá nhân kinh doanh và NTD. Chế tài hành chính chủ yếu mang tính chất răn đe, giáo dục tổ chức, cá nhân kinh doanh tránh lặp lại hành vi vi phạm, từ đó bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của NTD, tạo dựng niềm tin cho NTD tham gia giao kết hợp đồng điện tử. Tuy nhiên, các quy định còn chưa cụ thể về hành vi vi phạm pháp luật BVQLNTD trong hoạt động TMĐT mà chia tách ra các quy định riêng biệt, dẫn đến việc khó lựa chọn và áp dụng quy định pháp luật cho từng trường hợp cụ thể. Việc này cũng đồng thời dẫn đến chồng chéo trong thẩm quyền xử lý vi phạm của các cơ quan chức năng.

2.5.3. Chế tài hình sự

Chế tài hình sự là biện pháp chế tài nghiêm khắc nhất đối với tổ chức, cá nhân kinh doanh khi có hành vi vi phạm pháp luật bảo vệ NTD. Khi hành vi vi phạm của tổ chức, cá nhân kinh doanh gây nguy hiểm cho NTD, cho xã hội, đến mức được coi là tội phạm trong Bộ Luật hình sự thì khi đó tổ chức, cá nhân kinh doanh sẽ bị áp dụng chế tài hình sự. Bộ luật Hình sự năm 2015, sửa đổi năm 2017 có những quy định sau về các hành vi bị coi là tội phạm vi phạm quyền lợi NTD trong giao dịch điện tử:

- Tội sản xuất, buôn bán hàng giả (Điều 192)

- Tội lừa dối khách hàng (Điều 198)

- Tội phát tán chương trình tin học gây hại cho hoạt động của mạng máy tính, mạng viễn thông, phương tiện điện tử (Điều 286)

- Tội cản trở hoặc gây rối loạn hoạt động của mạng máy tính, mạng viễn thông, phương tiện điện tử (Điều 287)

- Tội đưa hoặc sử dụng trái phép thông tin trên mạng máy tính, mạng viễn thông (Điều 288)

- Tội xâm nhập trái phép vào mạng máy tính, mạng viễn thông hoặc phương tiện điện tử của người khác (Điều 289)

- Tội sử dụng mạng máy tính, mạng viễn thông, phương tiện điện tử thực hiện hành vi chiếm đoạt tài sản (Điều 290)

- Tội thu thập, tàng trữ, trao đổi, mua bán, công khai hóa trái phép thông tin về tài khoản ngân hàng (Điều 291)

Người phạm tội có thể chịu hình thức xử phạt là phạt tiền hoặc phạt tù, mức phạt cao nhất lên tới hai mươi năm tù giam[75] hoặc phạt tiền với mức phạt 1 tỷ đồng[76].

Ở góc độ bảo vệ NTD, việc đặt ra biện pháp chế tài hình sự áp dụng đối với các hành vi của tổ chức, cá nhân kinh doanh gây thiệt hại cho NTD cho thấy thái độ nghiêm khắc xử lý đối với các hành vi xâm phạm tới quyền lợi NTD. Các quy định này giúp răn đe những cá nhân có hành vi vi phạm, tuy nhiên lại ít có tác dụng trong việc giúp khôi phục lại các quyền lợi mà NTD bị xâm phạm.

[75] Khoản 4 Điều 290 Bộ luật Hình sự 2015

[76] Khoản 2 Điều 288 Bộ luật Hình sự 2015

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Dựa trên đánh giá về thực trạng pháp luật bảo vệ quyền lợi NTD trong TMĐT ở Việt Nam hiện nay, có thể rút ra một số kết luận sau:

Quy định pháp luật về bảo vệ quyền lợi NTD trong TMĐT còn chưa cụ thể và rõ ràng, chồng chéo giữa các quy định về bảo vệ quyền lợi NTD nói chung và quy định về TMĐT. Trong khi đó, NTD khi tham gia TMĐT xuất hiện nhiều rủi ro hơn và cần phải được trao các quyền đặc thù chỉ có khi họ giao dịch điện tử. Bên cạnh đó, trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hay các cơ quan quản lý nhà nước trong lĩnh vực này được quy định rải rác trong các văn bản pháp luật khác nhau và hầu hết là các quy định chung, không tách bạch hình thức TMĐT với các loại hình giao dịch khác.

Đồng thời, thực trạng các vụ việc xâm phạm quyền lợi NTD trên thực tế ngày càng gia tăng cả về số lượng và mức độ tinh vi, từ những vụ việc gây thiệt hại đơn lẻ một hoặc một vài NTD cho tới những vụ việc gây ảnh hưởng tới số lượng lớn NTD.

So với pháp luật của một số nước như đã phân tích có thể nhận thấy rằng chúng ta chưa có một hệ thống bảo vệ đồng bộ, chưa có những quy định cặn kẽ và chi tiết. Chính vì điều này nên hệ thống văn bản của chúng ta dường như vẫn còn mang nặng tính tượng trưng; rất ít doanh nghiệp cũng như NTD biết đến các quy định về quyền lợi và nghĩa vụ của mình. Điều này gây cản trở rất lớn cho cho công cuộc bảo vệ quyền lợi NTD ở Việt Nam. Tuy nhiên, một con số ấn tượng về tình hình phát triển của TMĐT ở Việt Nam khi mức tăng trưởng các năm vừa qua luôn suýt soát 30%[77] nhưng để phát huy và bùng nổ đúng như

[77] Vietnambiz, *Thương mại điện tử Việt Nam đang bùng nổ nhưng phần lớn doanh nghiệp chưa sẵn sàng tận dụng thời cơ,* nguồn: https://vietnambiz.vn/thuong-mai-dien-tu-viet-nam-dang-bung-no-nhung-phan-lon-doanh-nghiep-chua-san-sang-tan-dung-thoi-co-20190328145753817.htm Brands Vietnam, *94% người dùng internet ở Việt Nam lên mạng*

tiềm năng của thị trường này, một yêu cầu đặt ra cấp thiết đó là xây dựng một khung pháp lý vững chắc bảo vệ quyền lợi cho NTD, giúp xây dựng niềm tin của NTD vào TMĐT. Có như vậy, TMĐT mới phát triển vững chắc và đem lại lợi ích cho NTD, cho các doanh nghiệp và nền kinh tế nói chung.

hàng ngày, nguồn: https://www.brandsvietnam.com/19614-94-nguoi-dung-Internet-o-Viet-Nam-len-mang-hang-ngay ngày truy cập 18/12/2021.

Chương 3: ĐỊNH HƯỚNG, GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VÀ NÂNG CAO HIỆU QUẢ THỰC THI PHÁP LUẬT TẠI VIỆT NAM

3.1.Định hướng hoàn thiện pháp luật bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu lý luận pháp luật BVQLNTD trong TMĐT, phân tích thực trạng pháp luật BVQLNTD trong TMĐT và đánh giá thực tiễn thi hành, NCS cho rằng việc hoàn thiện pháp luật BVQLNTD trong TMĐT cần được thực hiện theo một số định hướng chủ yếu sau đây:

Thứ nhất, thể chế hóa quan điểm, chủ trương của Đảng và thực hiện Nghị quyết của Chính phủ về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng nói chung và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử nói riêng.

Vấn đề bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và việc hoàn thiện chính sách, pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng đã được thể hiện nhất quán và liên tục, kể cả trước và sau Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XIII. Chỉ thị số 30-CT/TW ngày 22 tháng 01 năm 2019 của Ban Bí thư về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng và trách nhiệm quản lý của Nhà nước đối với công tác bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng đã đề ra một trong những nhiệm vụ và giải pháp chủ yếu nhằm tăng cường hiệu quả công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là *"Tổng kết thực hiện Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (2010), trên cơ sở đó sửa đổi, bổ sung Luật cho phù hợp với yêu cầu quản lý của đất nước và hội nhập quốc tế trong tình hình mới."*

Chỉ thị số 30-CT/TW nêu rõ, trong những năm qua, công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng đã được Đảng, Nhà nước, Mặt trận Tổ quốc và đoàn thể nhân dân quan tâm và đạt được một số kết quả bước đầu. Tuy nhiên, công

tác này vẫn còn nhiều hạn chế, yếu kém; quyền lợi cơ bản của người tiêu dùng vẫn bị xâm phạm.

Để phát huy những kết quả đạt được, khắc phục những hạn chế, yếu kém, nâng cao hiệu quả trong công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Ban Bí thư yêu cầu các cấp ủy, tổ chức đảng, chính quyền, Mặt trận Tổ quốc và đoàn thể các cấp thực hiện nghiêm túc, có hiệu quả 06 nhiệm vụ, giải pháp, cụ thể:

Một là, tăng cường sự lãnh đạo của các cấp ủy, tổ chức đảng; phát huy vai trò tiên phong, giám sát của chi bộ, đảng viên trong công tác bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng.

Hai là, hoàn thiện khuôn khổ pháp lý, tổ chức bộ máy chuyên trách, nâng cao năng lực thực thi pháp luật, bảo đảm hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước đối với công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Ba là, đẩy mạnh công tác tuyên truyền, giáo dục, phổ biến chính sách, pháp luật liên quan đến bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng.

Bốn là, tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát, xử lý vi phạm và hỗ trợ người tiêu dùng.

Năm là, đẩy mạnh xã hội hóa, nâng cao vai trò, trách nhiệm của các tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh hàng hóa, dịch vụ và tổ chức xã hội trong công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Sáu là, chủ động, tích cực hội nhập quốc tế trong các hoạt động hợp tác về bảo vệ người tiêu dùng trong khuôn khổ ASEAN và quốc tế.

Vì vậy, hoàn thiện pháp luật BVQLNTD trong TMĐT cần dựa trên quan điểm, đường lối của Đảng về tăng cường hiệu quả công tác BVQLNTD, phát huy vai trò lãnh đạo của Đảng trong công tác BVQLNTD.

Thứ hai, đảm bảo tính đồng bộ, thống nhất của hệ thống pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các lĩnh vực pháp luật khác có liên quan.

Hoàn thiện pháp luật BVQLNTD trong TMĐT cần được đặt trong mối quan hệ tổng thể về hoàn thiện hệ thống pháp luật nói chung và hoàn thiện pháp luật BVQLNTD nói riêng. Tính thống nhất được đặt ra đối với cả hệ thống pháp luật cũng như đối với từng văn bản quy phạm pháp luật. Hệ thống pháp luật được cấu tạo nên bởi các thành tố khác nhau, cho nên để bảo đảm được tính thống nhất của hệ thống pháp luật thì giữa các thành tố cấu tạo nên nó không được có sự mâu thuẫn, chồng chéo với nhau. Sự đồng bộ, thống nhất giữa các lĩnh vực pháp luật quyết định đến hiệu quả thực thi của hệ thống pháp luật. Do đó, hoàn thiện pháp luật BVQLNTD trong TMĐT phải đáp ứng các yêu cầu về mặt nội dung cũng như hình thức của tính đồng bộ, thống nhất trong hệ thống pháp luật Việt Nam. Về mặt nội dung, tính thống nhất của pháp luật đòi hỏi pháp luật BVQLNTD trong TMĐT phải bảo đảm sự nhất quán, thể hiện ở chỗ các văn bản pháp luật trong cùng lĩnh vực, hoặc trong nhiều lĩnh vực khác nhau, đều thống nhất trong việc quy định hành vi. Về hình thức, các quy phạm pháp luật BVQLNTD trong TMĐT được sắp xếp một cách logic, khoa học; các văn bản được sắp xếp theo trật tự hiệu lực, đảm bảo không mâu thuẫn, chồng chéo và loại trừ lẫn nhau.

Thứ ba, hoàn thiện pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử phải đảm bảo tính tương thích với các Điều ước quốc tế có liên quan.

Tính đến thời điểm hiện tại, Việt Nam đã và đang tham gia nhiều điều ước quốc tế có nội dung liên quan đến vấn đề BVQLNTD. Một số quy định, cam kết trong các điều ước điều ước quốc tế mà Việt Nam tham gia gần đây như Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) năm 2018; FTA Việt Nam - Liên minh Châu Âu (EVFTA) năm 2019; FTA Việt Nam – Vương quốc Anh và Bắc Ai-len (UKVFTA) năm 2020... Ví dụ như tại Chương 16 (Chính sách về Cạnh tranh) của Hiệp định CPTPP có quy định tại Điều 16.6 về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong đó có các cam kết về

hoàn thiện thể thế chính sách, tăng cường hợp tác, tăng cường trao đổi thông tin giữa các cơ quan, tổ chức về bảo vệ người tiêu dùng…. Việt Nam đang trong tiến trình hội nhập sâu rộng vào kinh tế thế giới , vì vậy hệ thống pháp luật BVQLNTD trong TMĐT cần được sửa đổi sao cho phù hợp với các cam kết quốc tế của Việt Nam về các lĩnh vực có liên quan đến BVQLNTD và TMĐT nhằm khai thác tốt cơ hội mà các hiệp định thương mại tự do mang lại, nâng cao uy tín và sức thu hút của nền kinh tế Việt Nam trên bình diện khu vực và thế giới.

Thứ tư, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là trách nhiệm chung của toàn xã hội.

Công tác BVQLNTD luôn được Đảng và Nhà nước và toàn xã hội quan tâm. Nhằm hoàn thiện pháp luật về BVQLNTD nói chung và BVQLNTD trong TMĐT nói riêng, phải xác định NTD là trung tâm của hệ thống pháp luật, pháp luật phải vì NTD, cần bảo vệ NTD ở trạng thái động, trong bối cảnh phát triển nhanh chóng của khoa học-kỹ thuật và công nghệ thông tin. Do đó, pháp luật phải khuyến khích cả hệ thống chính trị, từng tổ chức, mỗi cá nhân tham gia vào công tác BVQLNTD, từ việc chú trọng cơ chế nâng cao khả năng tự bảo vệ của NTD, quy định trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh cho đến quy định nâng cao hiệu quả hoạt động của bộ máy BVQLNTD bao gồm cả hệ thống cơ quan quản lý Nhà nước lẫn hệ thống các tổ chức xã hội. Hoàn thiện pháp luật, nâng cao hiệu quả thi hành pháp luật BVQLNTD tạo điều kiện thuận lợi và nâng cao tầm quan trọng của công tác BVQLNTD trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa; nâng cao tính khả thi, tính minh bạch của pháp luật BVQLNTD và tạo hành lang pháp lý thuận lợi để góp phần phát triển môi trường kinh doanh lành mạnh, đảm bảo quyền và lợi ích hợp pháp của người kinh doanh, người tiêu dùng, phát huy tối đa nguồn lực của mọi thành phần kinh tế phục vụ phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

Thứ năm, bảo đảm sự cân bằng trong giao dịch giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh, bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng, đồng thời bảo đảm quyền và lợi ích hợp pháp của các tổ chức, cá nhân kinh doanh trong thương mại điện tử.

Như đã phân tích ở trên, người tiêu dùng luôn là bên yếu thế so với tổ chức, cá nhân kinh doanh. Đầu tiên, NTD yếu thế về thông tin, họ thiếu thông tin, đặc biệt là các thông tin và kiến thức liên quan đến đặc tính kỹ thuật của sản phẩm. Bên cạnh đó, NTD thông thường ít có cơ hội đàm phán, thương lượng trong quan hệ với tổ chức, cá nhân kinh doanh. Do đó sự can thiệp của nhà nước vào các quan hệ tư này sẽ góp phần ổn định trật tự xã hội, bảo vệ lợi ích chung của xã hội và trong một chừng mực nhất định tạo ra thế cân bằng trong giao dịch dân sự. Tuy nhiên cần lưu ý rằng pháp luật BVQLNTD mặc dù bổ sung thêm cho NTD các quyền cũng như tăng thêm nghĩa vụ cho tổ chức, cá nhân kinh doanh nhưng cũng vẫn phải đảm bảo quyền và lợi ích hợp pháp cho các tổ chức, cá nhân kinh doanh chân chính, đẩy mạnh sự tham gia của họ vào công tác bảo vệ quyền lợi NTD, từ đó góp phần phát triển thị trường TMĐT bền vững, lành mạnh. Hoàn thiện thể chế về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng theo hướng khuyến khích sáng tạo, bảo đảm tính ổn định, thống nhất, đồng bộ, minh bạch, khả thi, bảo vệ các quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng, tạo động lực cho sự cạnh tranh và phát triển sáng tạo của doanh nghiệp, hỗ trợ, khuyến khích hoạt động của các tổ chức xã hội, đồng thời nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội của đất nước.

3.2.Giải pháp hoàn thiện pháp luật bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử

3.2.1. Quy định nguyên tắc nhất quán khi xây dựng khung pháp lý bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử

Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong các giao dịch thương mại điện tử với mức độ không thấp hơn trong các phương thức khác. NTD trong TMĐT phải được bảo vệ ngang bằng với những người mua hàng ngoại tuyến và tính đến vị trí suy yếu của người tiêu dùng khi mua sắm trực tuyến so với truyền thống, đây là nguyên tắc chính mà cả hai hướng dẫn của OECD và Liên Hợp Quốc đều nhấn mạnh. Để tăng cường hiệu quả bảo vệ người tiêu dùng, cần đặt ra các quy tắc nhất quán và các quy tắc cần phải cụ thể cũng như ràng buộc về mặt pháp lý.

Đạt được một khung pháp lý hài hòa ở cấp độ toàn cầu rõ ràng không phải là một lựa chọn khả thi vì nó sẽ yêu cầu tất cả các quốc gia đồng ý với các quy tắc chung. Ngay cả khi mọi quốc gia đồng ý với ý tưởng trên nguyên tắc, không thể có cách tiếp cận phù hợp do sự khác biệt về văn hóa và kinh tế giữa các quốc gia sẽ khiến cho việc BVQLNTD thêm phức tạp. Ngoài ra, đối với người tiêu dùng của các nước có mức độ bảo vệ cao, ví dụ như EU sẽ có nguy cơ bị hạ thấp mức bảo vệ mà họ hiện đang được hưởng khi áp dụng một quy tắc chung thống nhất cho tất cả các quốc gia.

Một giải pháp khả thi có thể thực hiện là xây dựng một bộ nguyên tắc tập hợp các hướng dẫn về BVQLNTD trong TMĐT mà các quốc gia có thể học tập và thiết lập quy định pháp luật riêng của mình. Các nguyên tắc này giúp xác định các điều khoản và giới hạn thời gian cụ thể, ví dụ, liên quan đến thông tin phải được tiết lộ bởi các nhà giao dịch trực tuyến, quyền của người tiêu dùng được hủy bỏ hợp đồng và được hoàn lại tiền, và nghĩa vụ cung cấp thông tin về ADR / ODR. Các quốc gia có thể thiết lập các quy định chặt chẽ và nghiêm ngặt hơn so với các nguyên tắc này nhưng sẽ luôn có một cơ sở nhất quán và có thể thi hành để bảo vệ người tiêu dùng khi NTD tham gia vào giao dịch TMĐT xuyên biên giới.

3.2.2. Cần ban hành quy định cụ thể và rõ ràng về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử

Luật Giao dịch điện tử năm 2005, Luật Công nghệ thông tin năm 2006, các nghị định và thông tư hướng dẫn mới chỉ quy định chung chung về quyền và nghĩa vụ của các chủ thể trong giao dịch điện tử mà chưa đi sâu vào điều chỉnh mối quan hệ giữa tổ chức, cá nhân kinh doanh với NTD khi giao dịch bằng phương tiện điện tử. Bên cạnh đó thì Luật bảo vệ quyền lợi NTD năm 2010, Nghị định 99/2011/NĐ-CP quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật bảo vệ quyền lợi NTD cũng chỉ quy định về bảo vệ NTD trong các giao dịch nói chung. Trong khi với những điểm đặc thù mà chỉ riêng giao dịch điện tử mới có, NTD cần phải có những quy định riêng để bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của mình. Do đó, Bộ Công Thương có thể ban hành một thông tư hướng dẫn Nghị định 99/2011/NĐ-CP trong đó quy định cụ thể hơn về các vấn đề liên quan tới hợp đồng giao kết giữa NTD với tổ chức, cá nhân kinh doanh thông qua phương tiện điện tử như vấn đề trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh đối với NTD, quyền và nghĩa vụ của NTD trong giao dịch điện tử v.v….

3.2.3. Quy định cụ thể về quyền sửa đổi và hủy bỏ hợp đồng do lỗi kỹ thuật của người tiêu dùng

Khi có nhu cầu tham gia giao dịch bằng phương tiện điện tử với tổ chức, cá nhân kinh doanh, NTD cần phải có một trình độ nhất định về công nghệ thông tin. Tuy nhiên, do giao dịch được thực hiện bằng phương tiện điện tử nên rất dễ xảy ra trường hợp NTD do thiếu kiến thức, trình độ về công nghệ hoặc do bất cẩn mà nhập sai thông tin về hàng hóa, dịch vụ mà mình muốn mua. Do đó, đòi hỏi cần phải có một cơ chế nhằm cho phép khắc phục những lỗi kỹ thuật của NTD khi tiến hành giao kết hợp đồng điện tử với tổ chức, cá nhân kinh doanh. Mà cụ thể ở đây là một quy định về quyền sửa đổi và hủy bỏ hợp đồng do lỗi kỹ thuật của NTD. Pháp luật bảo vệ quyền lợi NTD của Việt Nam nên thiết kế quy định này theo hướng cho phép NTD khi phát hiện mình nhập sai thông tin phải ngay lập tức thông báo cho tổ chức, cá nhân kinh doanh để kịp thời sửa đổi những thông tin này hoặc hủy bỏ hợp đồng, trả lại hàng hóa nếu NTD chưa sử dụng . Quyền sửa đổi và hủy bỏ hợp đồng do lỗi kỹ thuật sẽ giúp NTD yên tâm hơn khi thực hiện các giao dịch bằng phương tiện điện tử, tránh những thiệt hại không mong muốn xảy ra với NTD.

3.2.4. Quy định người tiêu dùng có quyền đơn phương chấm dứt hợp đồng điện tử mà không cần lý do.

Do đặc thù của giao dịch điện tử, NTD không trực tiếp tiếp xúc với sản phẩm mình muốn mua nên chủ yếu quyết định việc giao kết hợp đồng thông qua các thông tin được tổ chức, cá nhân cung cấp. Chính vì lý do này mà nhiều khi sản phẩm NTD nhận được khác hoàn toàn so với sản phẩm được tổ chức, cá nhân kinh doanh quảng cáo. Nghị định 99/2011/NĐ-CP quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật bảo vệ quyền lợi NTD cũng đã có quy định về quyền đơn phương chấm dứt hợp đồng của NTD khi tổ chức, cá nhân kinh doanh không thực hiện đầy đủ nghĩa vụ cung cấp thông tin. Tuy nhiên, Nghị định lại quy định thời hạn để NTD thực hiện quyền này là mười ngày kể từ ngày giao kết hợp đồng sẽ gây khó khăn cho NTD. Nếu tổ chức, cá nhân kinh doanh thực hiện việc giao hàng sau mười ngày kể từ ngày giao kết hợp đồng, NTD sẽ mất quyền đơn phương chấm dứt hợp đồng. Cho nên, quy định như trên sẽ không đảm bảo quyền và lợi ích của NTD được bảo vệ trên thực tế, tổ chức, cá nhân kinh doanh sẽ lợi dụng quy định này để trì hoãn việc giao hàng nhằm khiến cho NTD không thể thực hiện được quyền hợp pháp của mình. Theo kinh nghiệm của EU thì thời gian NTD được phép đơn phương chấm dứt hợp đồng là 7 ngày làm việc kể từ khi nhận được hàng hóa, được cung cấp dịch vụ mà không cần đưa ra lý do cho việc chấm dứt hợp đồng (Điều 6 Chỉ thị 97/7/EC về bảo vệ NTD trong các hợp đồng từ xa), còn các nhà lập pháp của Đức thì thiết kế thời gian NTD được phép đơn phương chấm dứt hợp đồng kéo dài lên tới 2 tuần kể từ khi NTD nhận được hàng hóa (Điều 312d Bộ luật dân sự Đức).Vì vậy pháp luật bảo vệ NTD trong giao dịch điện tử ở Việt Nam cần quy định thời hạn NTD có quyền đơn phương chấm dứt hợp đồng trong trường hợp giao kết bằng phương tiện điện tử với tổ chức, cá nhân kinh doanh là mười ngày kể từ ngày nhận được hàng hóa, được cung cấp dịch vụ.

Ngoài ra, để chứng minh tổ chức, cá nhân kinh doanh không thực hiện đúng trách nhiệm cung cấp thông tin là một thách thức với NTD. Do giao kết

hợp đồng qua phương tiện điện tử nên NTD khó thực hiện việc sao chép, lưu trữ lại các

thông tin mà tổ chức, cá nhân kinh doanh cung cấp. Vậy NTD nếu không chứng minh được tổ chức, cá nhân kinh doanh đã vi phạm trách nhiệm của mình thì sẽ không thể thực hiện quyền đơn phương chấm dứt hợp đồng. Vậy nên Nghị định 99/2011/NĐ-CP nên sửa đổi theo hướng quy định NTD có quyền đơn phương chấm dứt hợp đồng giao kết bằng phương tiện điện tử mà không cần lý do, NTD sẽ phải trả chi phí đối với phần hàng hóa, dịch vụ đã sử dụng và chi phí trả lại hàng hóa cho tổ chức, cá nhân kinh doanh.

3.2.5. Quy định nguyên tắc thu thập, sử dụng thông tin của người tiêu dùng trong thương mại điện tử.

NTD hầu hết phải cung cấp thông tin cá nhân khi giao kết hợp đồng với tổ chức, cá nhân kinh doanh trong môi trường điện tử. Tuy nhiên, các văn bản pháp luật hiện nay chỉ quy định chủ yếu trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh khi tiến hành thu thập, sử dụng hay chuyển giao thông tin của NTD mà không quy định nguyên tắc cơ bản của việc thu thập, sử dụng thông tin phải là cần thiết để có thể thực hiện hợp đồng nên tổ chức, cá nhân kinh doanh đã tiến hành thu thập thông tin của NTD một cách bừa bãi và không chú trọng bảo vệ những thông tin này. Khi những thông tin cá nhân của NTD bị lọt ra ngoài sẽ dẫn đến những thiệt hại khó lường với NTD, có thể là những thiệt hại về tài sản, về uy tín…Do đó, đòi hỏi phải bổ sung quy định về nguyên tắc thu thập, sử dụng thông tin của NTD. Quy định về nguyên tắc thu thập, sử dụng thông tin của NTD đã được thể hiện rất rõ tại Điều 6 và Điều 7 Chỉ thị số 95/46/EC của EU về bảo vệ dữ liệu cá nhân, theo đó, tổ chức, cá nhân kinh doanh khi thu thập thông tin cá nhân của NTD phải đảm bảo thông tin đó được thu thập hợp pháp, có sự đồng ý của NTD, sử dụng thông tin đúng mục đích thông báo với NTD, kịp thời cho NTD sửa đổi thông tin khi có sai sót và khi mục đích sử dụng thông tin đã hoàn thành thì thông tin đó phải được xóa ngay khỏi dữ liệu của tổ chức, cá nhân kinh doanh…. Pháp luật Việt Nam nên học hỏi kinh nghiệm của EU và các nước khác trên thế giới để NTD có thể yên tâm cung cấp thông tin cá nhân của mình cho tổ chức, cá nhân kinh doanh khi giao kết hợp đồng qua phương tiện điện tử. Nguyên tắc thu thập, sử

dụng thông tin của NTD trong giao dịch điện tử dù đã được quy định ở một vài khía cạnh trong các văn bản pháp luật khác nhau như Luật Giao dịch điện tử năm 2005, Luật Công nghệ thông tin năm 2006, Luật Bảo vệ quyền lợi NTD năm 2010 nhưng vẫn còn thiếu sót vài nội dung cơ bản. Do đó, nhà làm luật cần bổ sung thêm vào nguyên tắc này các nội dung sau đây, đó là: việc thu thập, sử dụng thông tin của NTD phải là cần thiết để thực hiện hợp đồng giữa NTD và tổ chức, cá nhân kinh doanh; cần phải có sự đồng ý của NTD khi tiến hành thu thập, sử dụng thông tin; sử dụng thông tin đúng mục đích đã thông báo cho NTD và khi mục đích sử dụng thông tin đã hoàn thành, thông tin của NTD cần phải được xóa ngay lập tức. Có như vậy, dữ liệu cá nhân của NTD mới được bảo vệ một cách an toàn nhất, đảm bảo quyền và lợi ích hợp pháp của NTD.

3.2.6. Quy định về nguyên tắc cung cấp thông tin cho người tiêu dùng trong giao dịch điện tử.

Trong thời đại công nghệ bùng nổ, TMĐT đang ngày càng được NTD ưa chuộng thì thông tin chính là mấu chốt quyết định cho việc mua sắm hàng hoá, dịch vụ. Do sự phát triển tự do của thị trường này dẫn đến việc lượng thông tin mà NTD được cung cấp bị thiếu cân đối, những thông tin tốt về hàng hoá, dịch vụ, về thương nhân thì được cung cấp rất nhiều đồng thời bị thổi phồng còn những thông tin "xấu", những thông tin cảnh báo về sản phẩm thì được thương nhân che giấu đi. Từ thực tế này, NTD nhận được thông tin dạng nào và đầy đủ ra sao sẽ tác động tới quyết định của NTD, nếu thông tin đầy đủ và chính xác, NTD sẽ trở thành NTD thông thái còn nếu thông tin bị sai lệch sẽ khiến NTD sai lầm trong việc mua hàng. Nhận thức được tầm quan trọng của "quyền được cung cấp thông tin của NTD" chính là bảo đảm cho việc bảo vệ NTD trong môi trường kỹ thuật số ngày nay.

NTD cần những thông tin do tổ chức, cá nhân kinh doanh cung cấp mới có thể quyết định có giao dịch hay không. Nhưng tổ chức, cá nhân kinh doanh đã lợi dụng sự yếu kém về trình độ công nghệ của NTD mà sử dụng những thủ thuật như đưa thông tin vụn vặt ở những mục khác nhau trên website hay

sử dụng những từ ngữ chuyên môn, phông chữ quá bé, trùng màu với màu nền trang web…nhằm

khiến cho NTD nản chí mà nhanh chóng quyết định giao dịch với tổ chức, cá nhân kinh doanh. Vì vậy, để bảo vệ quyền lợi của NTD, cần phải quy định nguyên tắc cung cấp thông tin cho NTD trong giao dịch điện tử, đó là: thông tin phải chính xác, rõ ràng và dễ hiểu; thông tin phải được tổ chức, cá nhân kinh doanh cung cấp trước thời điểm NTD tiến hành giao kết hợp đồng; thông tin phải có khả năng lưu trữ, in ấn và hiển thị lại về sau.

Để đưa ra quyết định mua hàng sáng suốt, người tiêu dùng cần có thông tin trước khi mua một cách rõ ràng, dễ tiếp cận về: giá cả (bao gồm cả phí vận chuyển và thuế); Điều kiện để giao hàng; mô tả sản phẩm / dịch vụ; chính sách hoàn trả; vị trí thương nhân và chi tiết liên lạc…. Quy định pháp luật Việt Nam cần yêu cầu tổ chức, cá nhân kinh doanh trực tuyến phải tiết lộ thông tin đó trước khi tiến hành giao dịch với NTD chứ không được quy định chung chung như hiện nay, dẫn đến trường hợp tổ chức, cá nhân kinh doanh có thể lợi dụng để cung cấp các thông tin bắt buộc nhưng ở một thời điểm có lợi cho họ như sau khi đã tiến hành giao dịch… Để bảo đảm về quyền được cung cấp thông tin của NTD, việc cần thiết là pháp luật Việt Nam nên xây dựng những quy định tương tự như trong Khuyến nghị của OECD về bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử có một phần về Công bố thông tin trực tuyến. Quy định này yêu cầu các doanh nghiệp phải công bố công khai các thông tin trực tuyến rõ ràng, chính xác và dễ thấy, có tính đến ngôn ngữ thể hiện cũng như các hạn chế của thiết bị và nền tảng nơi cung cấp thông tin. Yêu cầu tổ chức, cá nhân kinh doanh phải cung cấp thông tin về doanh nghiệp, hàng hóa, dịch vụ và giao dịch đang tiến hành.

- Thông tin về giá

OECD khuyến nghị rằng các nhà giao dịch điện tử nên đưa ra tổng giá, bao gồm tất cả các khoản phí cố định và mọi khoản phí tùy chọn (ví dụ như phí giao hàng nhanh, thuế, phí đóng gói,…) phải được thông báo cho người tiêu dùng trước khi họ xác nhận giao dịch.

ISO 10008 về Quản lý chất lượng, sự thoả mãn của khách hàng, hướng dẫn về giao dịch thương mại điện tử đã có quy định các thương nhân bán hàng trực tuyến nên cung cấp cho người tiêu dùng các khoản chi phí khác nhau (bao gồm cả giao hàng, thuế, v.v.) cũng như loại tiền được sử dụng để báo giá và bất kỳ ưu đãi khuyến mại nào, bao gồm cả các điều kiện để được hưởng ưu đãi đó.

- Mô tả sản phẩm

Trong một môi trường trực tuyến, người tiêu dùng có cơ hội hạn chế để kiểm tra sản phẩm. Do đó, điều quan trọng là họ được cung cấp thông tin sản phẩm rõ ràng và chi tiết.

ISO 10008 đặt ra quy định rằng các thương nhân kinh doanh trực tuyến nên cung cấp: 'mô tả công bằng và chính xác về các sản phẩm được bán, bao gồm các tính năng chính của chúng', cũng như 'thông tin quan trọng mà người tiêu dùng phải được cung cấp khi mua sản phẩm theo cách truyền thống- đối mặt với bối cảnh B2C (ví dụ: hạn chế, cảnh báo về sức khỏe và an toàn, hoặc các hạn chế hoặc điều kiện mua hàng, chẳng hạn như các yêu cầu phê duyệt của phụ huynh / người giám hộ và hạn chế thời gian). '

Đồng thời, người tiêu dùng cũng nên được cung cấp thông tin về tính sẵn có của sản phẩm (ví dụ: số lượng trong kho), bảo hành, chứng nhận sản phẩm và đánh giá sản phẩm.

- Nhận dạng tổ chức, cá nhân kinh doanh

Thông tin về nguồn gốc của một thương nhân cũng rất quan trọng, điều này giúp ngăn người tiêu dùng vô tình ký kết hợp đồng với các tổ chức, cá nhân kinh doanh lừa đảo hoặc họ có trụ sở ở nước ngoài mà NTD không thể tiếp cận được. Tại EU, luật pháp yêu cầu bên thương nhân kinh doanh trực tuyến thông tin cho người tiêu dùng biết nó có trụ sở tại đâu. ISO 10008 tuyên bố rằng các nhà kinh doanh trực tuyến phải cung cấp tên hợp pháp của tổ chức, tên mà họ tiến hành kinh doanh, địa chỉ đầy đủ, số điện thoại và địa chỉ email, cũng như chi tiết đăng ký kinh doanh của họ.

3.2.7. Quy định tổ chức, cá nhân kinh doanh phải cung cấp bằng chứng giao dịch cho người tiêu dùng qua phương tiện điện tử hoặc bằng văn bản.

Khi xảy ra tranh chấp, NTD cần phải có bằng chứng giao dịch để chứng minh tư cách pháp lý, quyền và nghĩa vụ của mình trong giao dịch điện tử với tổ chức, cá nhân kinh doanh. Thế nhưng, NTD rất khó khăn trong việc lưu trữ các bằng chứng về việc giao kết hợp đồng với tổ chức, cá nhân kinh doanh do giao dịch được thực hiện trong môi trường điện tử. Hơn nữa, NTD Việt Nam hiện nay thường chưa đủ trình độ chuyên môn để có thể lưu trữ toàn bộ những hóa đơn, chứng từ… liên quan tới giao dịch trên website. Chính vì vậy, pháp luật bảo vệ NTD trong giao dịch điện tử cần bổ sung quy định, cụ thể là ngay sau khi giao dịch được hoàn thành, tổ chức, cá nhân kinh doanh có nghĩa vụ cung cấp bằng chứng giao dịch qua phương tiện điện tử (như thư điện tử, fax…) hoặc bằng văn bản cho NTD. Chỉ có như vậy, NTD mới thực sự được bảo vệ trong giao dịch điện tử.

3.2.8. Thúc đẩy doanh nghiệp thông qua các tiêu chuẩn tự nguyện

Các tiêu chuẩn quốc tế (ví dụ: ISO / IEC) đưa ra hướng dẫn chi tiết và thực tế về những thông lệ tốt trong các lĩnh vực thương mại điện tử và bảo vệ người tiêu dùng. Họ cung cấp cho các doanh nghiệp một bộ tiêu chuẩn mong muốn, cũng như một danh sách kiểm tra chi tiết về cách thực hiện và sử dụng chúng có thể giúp nâng cao các tiêu chuẩn trong ngành. Các tiêu chuẩn thậm chí còn hiệu quả hơn nếu chúng cũng được các chính phủ sử dụng nhằm góp phần phát triển luật pháp quốc gia, vì điều này khiến các tiêu chuẩn trở thành bắt buộc và có thể thi hành đồng bộ trên khắp cả nước.

Tuy nhiên, vì chúng là tự nguyện, các thương nhân kinh doanh trực tuyến không bị ràng buộc tuân theo các tiêu chuẩn này nên người tiêu dùng không thể dựa vào chúng để được hỗ trợ và bảo vệ. Bản chất tự nguyện của bộ tiêu chuẩn này có nghĩa là chỉ những công ty mong muốn BVQLNTD mới cố gắng đáp ứng các tiêu chuẩn, nghĩa là người tốt trở nên tốt hơn. Ngược lại

với các thương nhân không có thiện chí thì đương nhiên họ sẽ né tránh việc áp dụng tiêu chuẩn

vào hoạt động kinh doanh của mình. Trong những trường hợp đó, các quy tắc ràng buộc và yêu cầu thực thi pháp lý là cần thiết để đảm bảo NTD được bảo vệ theo những thông lệ tốt trong TMĐT. Nắm bắt những hạn chế này, điều quan trọng là xây dựng các tiêu chuẩn phù hợp với thị trường kỹ thuật số để phù hợp với tình hình thương mại điện tử hiện nay. Ví dụ, ANEC và Người tiêu dùng Quốc tế đã hợp tác trong việc phát triển tiêu chuẩn đánh giá trực tuyến ISO 20488, đồng thời phiên bản mới nhất của Thương mại điện tử ISO 10008 năm 2018 mang đến cơ hội quý giá cho các tổ chức tiêu dùng ở các nước kêu gọi và nâng cao nhận thức về lợi ích của việc sử dụng tiêu chuẩn quốc tế cho cả doanh nghiệp và chính phủ. Các doanh nghiệp tuân theo các bộ tiêu chuẩn này có thể hợp lý hóa các quy trình, tiết kiệm chi phí, giảm khiếu nại và nâng cao danh tiếng của họ.

3.2.9. Xem xét trách nhiệm của các trang web trung gian

Nghiên cứu cho thấy phần lớn các giao dịch thương mại điện tử cả ở phạm vi Việt Nam hay xuyên biên giới, trên phạm vi toàn cầu đều sử dụng các nền tảng trực tuyến như Lazada, Shopee, eBay, Amazon và Alibaba[78]. Các trung gian khác tạo điều kiện cho các giao dịch TMĐT, như Uber và Airbnb đang ngày càng được xem xét kỹ lưỡng.

Hiện nay, việc hàng giả, hàng nhái hoặc kém chất lượng được rao bán trên các sàn giao dịch thương mại điện tử là hiện tượng không hiếm gặp. Điển hình như ấn phẩm sách. Theo khảo sát của một nhà xuất bản, khi đặt mua hơn 120 cuốn sách trên 3 sàn giao dịch thương mại điện tử khác nhau, 100% sản phẩm nhận được đều là sách giả, không có bản quyền[79]. Đáng lưu ý hơn, đây không phải lần đầu tiên hiện tượng này diễn ra. Năm 2015, một sàn giao dịch

[78] IPC, Cross-border e-commerce shopper survey 2016, January 2017

[79] Báo điện tử VTV News, *Sách giả tràn lan trên các trang thương mại điện tử*, nguồn: https://vtv.vn/chuyen-dong-24h/sach-gia-tran-lan-tren-cac-trang-thuong-mai-dien-tu-20190702144628921.htm ngày truy cập 18/12/2021.

thương mại điện tử đã chủ động xây dựng một chương trình kêu gọi các đơn vị đồng hành trong công cuộc chống lại sách giả. Tuy nhiên, sau 4 năm, chính sàn giao dịch thương mại điện tử đó lại phải đối mặt với nạn sách giả được phân phối tràn lan trên website của mình. Xét về một phương diện, sàn giao dịch thương mại điện tử cũng là nạn nhân của tình trạng trên do bị tổn hại về uy tín thương hiệu. Tuy nhiên, xét tới phương diện về pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, người tiêu dùng vẫn là bên yếu thế trong quan hệ 3 bên. Theo đó, để bảo vệ tối đa quyền lợi của bên yếu thế, pháp luật cần quy định trách nhiệm liên đới giữa người bán hàng trên sàn giao dịch thương mại điện tử và thương nhân kinh doanh dịch vụ sàn giao dịch thương mại điện tử trong trường hợp quyền lợi của người tiêu dùng bị xâm phạm.

Pháp luật Việt Nam cần quy định trách nhiệm của các nền tảng thương mại điện tử trung gian, như:

• Bắt buộc thiết lập các quy tắc bảo vệ quyền lợi NTD;

• Xóa bất kỳ người dùng (hoặc nội dung) nào vi phạm các quy tắc đó; và

• Đảm bảo rằng có các cơ chế để ngăn chặn người dùng hoặc nội dung đó xuất hiện lại.

Ngoài ra, các nền tảng được kỳ vọng sẽ giúp người tiêu dùng bằng cách đưa ra các cơ chế giải quyết tranh chấp nội bộ đủ mạnh và công bằng. Nhiều nhà kinh doanh dịch vụ thương mại điện tử đã tự phát triển khuôn khổ riêng để giải quyết tranh chấp giữa những người tham gia. Ví dụ: eBay và PayPal cung cấp các cơ chế giải quyết nội bộ (Bảo đảm hoàn tiền của eBay và Bảo vệ người mua PayPal)[80] . Mặc dù các cơ chế ADR này không phải lúc nào cũng toàn diện

[80] Christine Riefa (2015), Consumer Protection and Online Auction Platforms, towards a safer legal framework, Ashgate/ Routledge, tr.157.

như thông qua tòa án nhưng chúng đã cung cấp một số trợ giúp cho người tiêu dùng khi họ cần một giải pháp nhanh chóng để giải quyết tranh chấp.

Tăng cường trách nhiệm của các doanh nghiệp trung gian là nhiệm vụ cấp bách cần đề ra đối với vấn đề bảo vệ NTD ở Việt Nam hiện nay khi một lượng lớn NTD đang mua hàng hoá, dịch vụ thông qua các sàn giao dịch TMĐT. Cụ thể, pháp luật cần quy định các trang web trung gian phải chịu trách nhiệm khi:

- không thông báo cho người tiêu dùng rằng bên thứ ba là nhà cung cấp thực tế của hàng hóa hoặc dịch vụ, khi đó chính họ sẽ trở thành người chịu trách nhiệm về mặt hợp đồng đối với người tiêu dùng;
- không xóa thông tin sai lệch do nhà cung cấp đưa ra;
- nếu họ có ảnh hưởng đối với nhà cung cấp và người tiêu dùng phụ thuộc vào nó;
- để thực hiện hợp đồng, chẳng hạn như thanh toán và giao hàng được thực hiện bởi nền tảng do bên thứ ba cung cấp thì khi gặp sự cố, trang web trung gian, sàn giao dịch sẽ phải chịu trách nhiệm với NTD.
- kiểm soát các đánh giá khi mua sản phẩm là có thật, không gian dối và gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng bằng cách cố ý đưa vào các đánh giá sai sự thật, trang web trung gian cần một công cụ thu thập, kiểm duyệt và đăng tải các đánh giá thật của khách hàng

3.2.10. Quy định về phương thức giải quyết tranh chấp online (ODR)

Cần có khung khổ pháp luật cho phương thức giải quyết tranh chấp trực tuyến (ODR), một phương thức được coi là phù hợp nhất đối với tranh chấp trong thương mại điện tử và các tranh chấp xuyên biên giới phát sinh từ giao dịch thương mại điện tử. Thị trường mua sắm online tăng trưởng thông qua việc NTD sử dụng máy tính, điện thoại có kết nối mạng, với con số thống kê lên tới 94% NTD sử dụng internet hàng ngày. Từ hiện thực này dẫn tới việc các tranh chấp online sẽ tăng lên, các tranh chấp xuyên biên giới khi NTD từ quốc

gia này có thể mua hàng hoá từ thương nhân ở quốc gia khác đã dẫn tới việc chuyển đổi từ các phương thức giải quyết tranh chấp thay thế ADR sang các phương thức giải quyết tranh chấp online ODR (Online Dispute Resolution). Việc giải quyết tranh chấp giữa NTD và thương nhân khi giao dịch điện tử bằng phương thức ODR sẽ phù hợp và thuận tiện hơn cho cả hai bên khi tiết kiệm thời gian, chi phí cũng như công sức, đặc biệt là khi các giao dịch giữa hai bên ở cách xa nhau về mặt địa lý. Rất cần có quy định đặc thù về chủ thể, quyền và nghĩa vụ, quy trình thực hiện ODR và sự kiểm soát của cơ quan nhà nước có thẩm quyền với cơ chế giải quyết này ở Việt Nam.

3.3.Giải pháp nâng cao hiệu quả thực thi pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử

"Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong các giao dịch thương mại điện tử với mức độ không thấp hơn trong các phương thức khác" là một trong những nguyên tắc mới của hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được Liên hợp quốc bổ sung vào Bản hướng dẫn về Bảo vệ người tiêu dùng (được ban hành lần đầu vào ngày 09 tháng 4 năm 1985 bởi Nghị quyết số 39/248 của Đại hội đồng Liên hợp quốc) năm 2015.

Nguyên tắc này được Liên hợp quốc bổ sung trong Bản hướng dẫn của mình về Bảo vệ người tiêu dùng để nhằm xem xét được những vấn đề mới phát sinh trong các giao dịch thương mại điện tử của người tiêu dùng.

Để bắt kịp xu thế chung của thế giới, cũng như nhằm kiểm soát được các hành vi xâm phạm đến quyền lợi người tiêu dùng thông qua môi trường mạng, pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của Việt Nam nên bổ sung thêm các quy định cụ thể đảm bảo thực hiện được nguyên tắc nêu trên. Đặc biệt, cần bổ sung trách nhiệm liên đới của các sàn thương mại điện tử, các đơn vị trung gian cung cấp dịch vụ thanh toán, dịch vụ vận chuyển và các tổ chức, cá nhân khác có liên quan đến việc cung cấp hàng hóa, dịch vụ trực tuyến cho người

tiêu dùng nhằm tránh việc câu kết né tránh trách nhiệm với người tiêu dùng của các chủ thể nêu trên.

Khung pháp lý về bảo vệ quyền lợi NTD trong TMĐT đã bước đầu được hình thành. Tuy nhiên, giao dịch điện tử vẫn là lĩnh vực mới mẻ đối với các cơ quan chức năng, tổ chức, cá nhân kinh doanh cũng như NTD, giao dịch điện tử lại dựa trên nền tảng công nghệ cao, cho nên để các văn bản pháp luật về bảo vệ NTD trong giao dịch điện tử thực sự đi vào đời sống, tạo ra môi trường pháp lý và hỗ trợ cho việc bảo vệ NTD, các cơ quan chức năng cần nỗ lực hơn nữa trong việc triển khai thực hiện các văn bản pháp luật đã ban hành. Trong khi triển khai, cần chú trọng tới hoạt động hướng dẫn, phổ biến nội dung pháp luật để tổ chức, cá nhân kinh doanh, người tiêu dùng hiểu và thực hiện đúng các quy định đã ban hành. Nội dung tuyên truyền cần đi sâu vào trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh đối với NTD và quyền, nghĩa vụ của NTD trong giao dịch điện tử, các phương thức giải quyết tranh chấp…. Đây là khâu then chốt giúp triển khai và hoàn thiện môi trường pháp lý về bảo vệ NTD trong giao dịch điện tử.

3.3.1. Giáo dục và nâng cao nhận thức của người tiêu dùng về thương mại điện tử

Việc NTD được thông tin, hướng dẫn về TMĐT sẽ giúp cho họ nâng cao được quyền lợi của mình và khắc phục sự mất cân bằng quyền lực giữa họ và thương nhân.

Điều cần thiết là người tiêu dùng phải nhận thức được các quyền của họ và những rủi ro mà TMĐT đem tới, đồng thời họ sẽ thiếu cơ hội để khắc phục hiệu quả khi mua sắm hàng hoá, dịch vụ thông qua các giao dịch điện tử. Một trung tâm thông tin chuyên hỗ trợ NTD khi giao kết hợp đồng trực tuyến với việc đưa ra các lời khuyên, gợi ý NTD nên làm gì để tự bảo vệ bản thân sẽ rất có giá trị cho NTD trong ngắn hạn cho đến khi các quy định pháp luật bao trùm được toàn bộ các hoạt động TMĐT, đảm bảo NTD được bảo vệ toàn diện.

Trung tâm này cũng có thể cung cấp lời khuyên cho người tiêu dùng về các bước thực tế mà họ có thể thực hiện để tự bảo vệ mình khi mua sắm trực tuyến. Ví dụ: bằng cách đảm bảo rằng các thiết bị được sử dụng để truy cập các trang web thương mại điện tử (ví dụ: máy tính xách tay, máy tính bảng và điện thoại thông minh) được thiết lập an toàn.

Người tiêu dùng cũng cần thông tin tốt hơn về các trang web lừa đảo và giả mạo để họ có thể tránh được các trang web bị liệt vào danh sách đen. Các cơ quan nhà nước xử lý các khiếu nại của NTD trong TMĐT có thể tổng hợp các danh sách đó dựa trên dữ liệu được báo cáo và các trường hợp được xử lý. Ở Việt Nam cũng có trang web chonghanggia.gov.vn, có mục cho NTD cung cấp thông tin về trang web giả mạo…

3.3.2. Nâng cao ý thức tuân thủ pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử của tổ chức, cá nhân kinh doanh.

Giao dịch điện tử giữa tổ chức, cá nhân kinh doanh với người tiêu dùng ngày càng phát triển mạnh mẽ. Hệ thống pháp luật liên quan tới giao dịch điện tử và bảo vệ NTD về cơ bản đã được xác lập và đang liên tục được bổ sung nhằm hoàn thiện hơn. Do đó, để có thể nắm bắt kịp thời các quy định của pháp luật, tổ chức, cá nhân kinh doanh cần phải thường xuyên tìm hiểu và thực hiện tốt quy định của pháp luật điều chỉnh các vấn đề có liên quan tới hoạt động kinh doanh bằng phương tiện điện tử của mình như trình tự giao kết hợp đồng điện tử với NTD, trách nhiệm bảo vệ thông tin cá nhân của NTD, các phương thức giải quyết tranh chấp…. Chỉ khi nào tổ chức, cá nhân kinh doanh ý thức được trách nhiệm của mình trong giao dịch điện tử với NTD, lúc đó NTD mới thực sự được bảo vệ. Tổ chức, cá nhân kinh doanh càng tuân thủ pháp luật, NTD càng yên tâm khi giao dịch điện tử với tổ chức, cá nhân kinh doanh, từ đó thúc đẩy giao dịch điện tử phát triển hơn nữa, mang lại lợi ích không chỉ cho NTD mà còn cho tổ chức, cá nhân kinh doanh. Các cơ quan quản lý nhà nước nên tập trung hỗ trợ cho các doanh nghiệp xây dựng mô hình giao dịch điện tử với NTD, đáp ứng các tiêu chuẩn mà pháp luật đề ra, đồng thời tích cực tuyên

truyền, phổ biến pháp luật tới tổ chức, cá nhân kinh doanh, có thể thông qua cách gửi thư điện tử đến tổ chức, cá nhân kinh doanh hoặc đăng tải trên website của cơ quan quản lý nhà nước. Phương thức này giúp cho tổ chức, cá nhân kinh doanh kịp thời cập nhật các văn bản pháp luật liên quan đến TMĐT nói chung và bảo vệ NTD trong TMĐT nói riêng.

3.3.3. Tăng cường năng lực cho các cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Đối với các cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi NTD cấp huyện, cần phải có các văn bản hướng dẫn cụ thể về nhiệm vụ quyền hạn và cách thức tổ chức thực hiện những nhiệm vụ quyền hạn đó, góp phần thực thi luật bảo vệ quyền lợi NTD một cách thống nhất. Tránh tình trạng, mặc dù trong Luật quy định rõ quyền khiếu nại của NTD đến Uỷ ban nhân dân cấp huyện nhưng NTD lại không biết khiếu nại tới phòng nào, ban nào của Uỷ ban nhân dân cấp huyện để bảo vệ quyền và lợi ích cho mình. Tiếp theo, đối với Sở Công thương là đơn vị giúp Uỷ ban nhân dân cấp tỉnh thực hiện chức năng về bảo vệ quyền lợi NTD. Sở Công thương là đơn vị giúp Uỷ ban nhân dân thực hiện chức năng bảo vệ quyền lợi NTD và phải thực hiện triển khai nhiệm vụ một cách nghiêm túc, phải có chuyên viên chuyên trách về công tác bảo vệ quyền lợi NTD để đẩy mạnh việc đảm bảo các công tác bảo vệ NTD nói chung và những khiếu nại , tranh chấp giữa NTD và thương nhân trong lĩnh vực giao dịch thương mại điện tử nói riêng. Cuối cùng, Cục Cạnh tranh và bảo vệ NTD và cụ thể là phòng bảo vệ NTD - Cục Cạnh tranh và bảo vệ NTD phải đóng vai trò chỉ đạo, triển khai thực hiện các chính sách về bảo vệ quyền lợi NTD một cách nhất quán đối với các địa phương. Tóm lại, cần phải một gắn kết và tạo thành sức mạnh một khối đồng bộ trong các thiết chế thực thi pháp luật bảo vệ quyền lợi NTD.

Cuối cùng, kiện toàn bộ máy quản lí nhà nước về bảo vệ quyền lợi NTD theo hướng tăng cường nguồn nhân lực để giám sát các thương nhân trong lĩnh

vực giao dịch thương mại điện tử đồng thời có những phương thức cụ thể để xử lí trường hợp thương nhân không thực hiện đúng trách nhiệm của mình trong lĩnh vực giao dịch thương mại điện tử để đảm bảo đầy đủ quyền lợi của NTD. Để công tác bảo vệ quyền lợi NTD thật sự có hiệu quả, Nhà nước cần tăng cường nguồn ngân sách dành cho việc kiểm tra, giám sát việc thực hiện trách nhiệm trong lĩnh vực giao dịch thương mại điện tử của tổ chức, cá nhân kinh doanh cũng như bảo đảm hoạt động của các cơ quan thực thi pháp luật có liên quan trực tiếp hoặc gián tiếp

3.3.4. Cơ quan quản lý nhà nước cần tăng cường kiểm tra, giám sát việc thực thi pháp luật bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử.

Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số cần phối hợp chặt chẽ với Cục Cạnh tranh & Bảo vệ người tiêu dùng (Bộ Công Thương) nhằm tiến hành các cuộc thanh tra, kiểm tra các tổ chức, cá nhân kinh doanh giao dịch với NTD bằng phương tiện điện tử. Tăng cường kiểm tra, giám sát giúp phát hiện các hành vi vi phạm pháp luật bảo vệ NTD trong giao dịch điện tử của tổ chức, cá nhân kinh doanh, từ đó có những biện pháp xử lý thích hợp nhằm ngăn chặn, không để gây thiệt hại cho NTD. Đồng thời, trong quá trình kiểm tra, các cơ quan này có thể phổ biến, giáo dục cho tổ chức, cá nhân kinh doanh tuân thủ pháp luật.

3.3.5. Tăng cường hợp tác quốc tế

* Tham gia vào mạng lưới các cơ quan bảo vệ người tiêu dùng trên thế giới

Cơ quan bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam là một cơ quan trẻ, việc tiếp thu kinh nghiệm từ các cơ quan bảo vệ người tiêu dùng tại các quốc gia khác là rất cần thiết. Tham gia tích cực vào hệ thống/mạng lưới giúp Việt Nam trao đổi, học hỏi kinh nghiệm và nâng cao nghiệm vụ rất hiệu quả.

Hiện nay, Việt Nam đã là thành viên của một số mạng lưới bảo vệ người tiêu dùng như ICPEN, ACCP (Ủy ban Bảo vệ người tiêu dùng ASEAN

–

ASEAN Committee on Consumer Protection), econsumer.gov. Cơ quan bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam cần phát huy việc tham gia vào các mạng lưới một cách triệt để cả về số lượng (tham gia nhiều hơn nữa các mạng lưới) và chất lượng (tăng cường các hoạt động trao đổi, chia sẻ và nâng cao nghiệp vụ trong mạng lưới).

Để bảo vệ người tiêu dùng trong TMĐT hiệu quả, hầu hết các cơ quan bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên thế giới đều tích cực phát triển và thúc đẩy các chính sách và thực tiễn theo định hướng thị trường với các đối tác nước ngoài, các tổ chức và các mạng lưới quốc tế. Ngoài các mạng lưới chính thức đã được kể đến nêu trên, cơ quan bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng Việt Nam cũng cần cân nhắc, nghiên cứu nhằm tham gia vào các mạng lưới riêng biệt khác như:

- Hệ thống quy tắc trong trao đổi dữ liệu cá nhân xuyên biên giới (Cross Border Privacy Rules System – CBPR), theo đó, hệ thống đã được 6 nước thành viên APEC áp dụng là Hoa Kỳ, Mexico, Nhật Bản, Ca-na-đa, Singapore và Hàn Quốc tham gia. Chỉ tính riêng trong năm 2017, Hội nghị SOM3 đã dành riêng một ngày để nghe báo cáo của Tiểu nhóm ECSG-DPS thảo luận về Hệ thống quy tắc bảo mật xuyên biên giới (CBPR) và Thỏa thuận thực thi bảo vệ sự riêng tư xuyên biên giới (CPEA). Như vậy có thể thấy quyết tâm của các nước thành viên APEC trong việc hiện thực hóa và tiến đến ký kết văn kiện cho việc bảo mật thông tin cá nhân của người tiêu dùng trong toàn khối.

- Mạng lưới thực thi quyền riêng tư toàn cầu (The Global Privacy Enforcement Network – GPEN) được Tổ chức Hợp tác và phát triển kinh tế (Organization for Economic Cooperation and Development - OECD) thành lập vào năm 2010 và Hệ thống GPEN Alert – một hệ thống chia sẻ thông tin mới cho phép các bên phối hợp tốt hơn các nỗ lực quốc tế trong việc bảo vệ quyền riêng tư của người tiêu dùng. Các bên đã ký vào biên bản ghi nhớ về

việc tăng

cường sự phối hợp bằng cách cho phép các bên tham gia chia sẻ thông tin một cách bí mật về các cuộc điều tra.

Việc tham gia vào các mạng lưới bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên thế giới không chỉ đem đến hiệu quả trong quá trình giải quyết khiếu nại của người tiêu dùng, mà còn là một yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến việc đánh giá xem liệu một quốc gia có phải là địa điểm lý tưởng cho một tranh chấp bao gồm khung pháp lý của quốc gia đó (pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, tỷ lệ công nhận thỏa thuận, hòa giải), vị trí địa lý, cơ sở hạ tầng nói chung, trung tâm tư vấn, hỗ trợ giải quyết khiếu nại, ảnh hưởng từ các bên ...

Ngoài ra, việc giải quyết khiếu nại xuyên biên giới cần phải căn cứ trên các nguyên tắc chung mà khi Cơ quan bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng Việt Nam tham gia cần tôn trọng như nguyên tắc tôn trọng thỏa thuận của các bên, tính độc lập của cơ quan bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa dịch vụ bất kể là bên nào và thuộc quốc gia nào), nguyên tắc tố tụng công bằng và nguyên tắc bảo mật.

Về lý thuyết, những nguyên tắc cơ bản nhất này đảm bảo hoạt động tư vấn, hỗ trợ và giải quyết khiếu nại tại Việt Nam hoàn toàn phù hợp với thực tiễn trong quá trình giải quyết khiếu nại của người tiêu dùng trên thế giới và quan trọng hơn là thực sự đưa việc phối hợp giữa các cơ quan, tổ chức bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trở thành cầu nối giữa người tiêu dùng, doanh nghiệp và là một phương thức giải quyết tranh chấp hiệu quả, công bằng cho các bên.

* Ký các văn kiện pháp lý về hợp tác với cơ quan bảo vệ người tiêu dùng của các nước

Bên cạnh việc tham gia mạng lưới/hệ thống/tổ chức là một tập thể bao gồm nhiều cơ quan bảo vệ người tiêu dùng trên thế giới, việc ký cam kết, mà điển hình là MoU giữa 02 cơ quan bảo vệ người tiêu dùng thuộc 02 quốc gia

sẽ

hỗ trợ Việt Nam rất nhiều trong công tác giải quyết khiếu nại xuyên biên giới. MoU cho phép 02 nước tham gia đạt được nhiều thỏa thuận hơn cũng như sát sao hơn trong quá trình thực hiện.

Hiện nay, Việt Nam đã ký MoU với Hàn Quốc trong lĩnh vực này (được thực hiện giữa Cục CT&BVNTD Việt Nam và Cơ quan Bảo vệ người tiêu dùng Hàn Quốc). Trên thực tế, các khiếu nại xuyên biên giới phát sinh giữa 02 quốc gia đã được giải quyết khá hiệu quả. Vì vậy, trong thời gian tới, Việt Nam cần phát triển hình thức hợp tác này hơn nữa bằng cách ký MoU với nhiều quốc gia, trong đó nên bao gồm các quốc gia có khả năng phát sinh nhiều giao dịch xuyên biên giới với Việt Nam như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, ...

Ngoài ra, việc ký kết MoU giữa các bên cũng tạo tiền đề cơ sở pháp lý cho việc hỗ trợ, giải quyết khiếu nại người tiêu dùng Việt Nam tại nước ngoài và ngược lại. Theo đó, các yêu cầu giải quyết của người tiêu dùng sẽ được cụ thể hóa, tiến đến giải quyết khiếu nại, yêu cầu của người tiêu dùng xuyên biên giới.

3.3.6. Đa dạng hóa các tổ chức xã hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Thực tế cho thấy, mô hình tổ chức của các tổ chức BVNTD ở Việt Nam hiện nay là còn nghèo nàn, chưa phù hợp với sự phong phú, đa dạng của công tác BVNTD cũng như chưa phát huy được sức mạnh của xã hội trong hoạt động này. Cần có các nghiên cứu trong việc xây dựng cơ cấu, đồng bộ hóa hệ thống và đổi mới phương pháp hoạt động của các tổ chức xã hội tại Việt Nam để tiến đến tư vấn, hỗ trợ và giải quyết khiếu nại của người tiêu dùng xuyên biên giới. Kinh nghiệm của nhiều quốc gia trên thế giới như Pháp, Hàn Quốc, Đài Loan...cho thấy tổ chức BVNTD được tổ chức dưới rất nhiều loại hình khác nhau như: Hội BVNTD (Consumer Protection Associations), Nhóm BVNTD (Consumer Protection Team), Câu lạc bộ BVNTD (Consumer Protection Club)...Vấn đề ở đây không chỉ là tên gọi của các tổ chức này mà là mục tiêu, đối tượng hướng đến cũng như phương pháp hoạt động của các tổ

chức này là

khác nhau, ngoài ra, bản thân các chủ thể này cũng có sự chủ động nhất định và trực tiếp tham gia giải quyết khiếu nại người tiêu dùng xuyên biên giới.

Bên cạnh đó, các tổ chức BVNTD cũng cần có sự hỗ trợ tích cực của các cơ quan, tổ chức trong xã hội. Thực tiễn vừa qua cho thấy, các tổ chức BVNTD không thực sự có mối liên hệ chặt chẽ với các cơ quan, đoàn thể trong xã hội, chưa tận dụng được sự ủng hộ của các tổ chức chính trị - xã hội, xã hội – nghề nghiệp đặc biệt là một số tổ chức có vai trò rất quan trọng trong công tác BVNTD như: Hội Nông dân Việt Nam, Hội Phụ nữ Việt Nam, Tổng liên đoàn Lao động, Hội các nhà doanh nghiệp trẻ, Hội Luật gia Việt Nam. Các tổ chức BVNTD có thể phối hợp với các đơn vị này để thực hiện những hoạt động BVNTD một cách có hiệu quả. Kinh nghiệm ở Pháp cho thấy, Hội BVNTD làm công ăn lương (Indecosa) hoạt động rất có hiệu quả là nhờ sự bảo trợ, giúp đỡ của Tổng liên đoàn lao động (CGT). Do đó, Nhà nước cần khuyến khích các cơ quan, đoàn thể trong hoạt động phối hợp, hỗ trợ các tổ chức BVNTD trong quá trình hoạt động.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

NTD có vai trò trung tâm trong các quan hệ kinh tế, mọi hoạt động sản xuất, kinh doanh luôn hướng tới một trong tâm đó chính là NTD. Vì vậy khả năng đáp ứng và chính sách bảo vệ quyền lợi NTD cũng là một trong những yếu tố đóng vai trò tạo nên sự thành công của các thương nhân. Qua những gì đã tìm hiểu được trong quá trình nghiên cứu về một số kiến nghị hoàn thiện và nâng cao thực thi pháp luật, người viết rút ra một số kết luận như sau:

Hoàn thiện khung pháp lý về bảo vệ quyền lợi NTD trong TMĐT cần phải có một nguyên tắc nhất quán, phù hợp với thực trạng nền kinh tế xã hội của Việt Nam đồng thời phải hài hoà với quy định pháp luật các nước để có thể xử lý kịp thời những vụ việc tranh chấp xuyên biên giới, điều diễn ra thường xuyên trong TMĐT. Từ các nguyên tắc này cần triển khai sửa đổi, bổ sung các quy định cụ thể về những nội dung như quyền của NTD, trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hay các phương thức giải quyết tranh chấp trực tuyến.

Hiệu quả của việc thực thi pháp luật bảo vệ quyền lợi NTD trong TMĐT là sự tổng hợp của việc giáo dục và trao quyền cho NTD, việc tự nhận diện và tuân thủ trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh cùng với nâng cao năng lực kiểm tra, giám sát, xử lý của các cơ quan quản lý nhà nước đồng hành với sự tham gia sát sao của các tổ chức xã hội liên quan tới bảo vệ NTD.

Mặc dù đã có những bước đầu thành công trong một lĩnh vực mới mẻ như TMĐT nhưng vì kinh nghiệm quản lý còn thiếu, cơ sở vật chất chưa đáp ứng được nhu cầu của các giao dịch, nhận thức xã hội đối với vấn đề bảo vệ quyền lợi NTD nói chung và trong lĩnh vực TMĐT nói riêng vẫn chưa cao nên vẫn còn tồn tại rất nhiều điểm bất cập, hạn chế trong chính sách bảo vệ.

Dựa trên tất cả những kiến thức, cũng như những gì đã nghiên cứu, người viết hy vọng rằng các giải pháp mà mình đã đưa ra thực sự là những giải pháp và khuyến nghị có giá trị nhằm hoàn thiện các quy định của pháp luật Việt Nam về bảo vệ quyền lợi NTD trong TMĐT.

KẾT LUẬN CỦA LUẬN ÁN

Ngày nay cùng với sự phát triển mạnh mẽ của khoa học kỹ thuật và đặc biệt là sự phát triển của công nghệ thông tin, thương mại điện tử đã có những bước phát triển nhanh chóng trên toàn thế giới mà trong đó có Việt Nam, và nó được xem như là sự phát triển tất yếu của nền "kinh tế số hoá" và "xã hội thông tin".

Từ việc nghiên cứu đề tài *"Pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử ở Việt Nam"*, có thể rút ra các kết luận sau đây:

(i) Thương mại điện tử bao trùm phạm vi rộng lớn các hoạt động kinh tế, mang lại nhiều lợi ích và đồng thời cũng mang đến thách thức cho người tiêu dùng Việt Nam. Người tiêu dùng có thể tiết kiệm được thời gian và chi phí bằng việc mua sắm qua mạng, nhưng mua bán qua phương tiện điện tử lại tiềm ẩn nhiều nguy cơ như bị ăn cắp thông tin cá nhân, mua phải hàng hóa kém chất lượng… Do đó, việc nghiên cứu các vấn đề lý luận về BVQLNTD trong TMĐT có ý nghĩa quan trọng trong việc đánh giá và đề xuất các giải pháp hoàn thiện pháp luật BVQLNTD nói chung và trong giao dịch TMĐT nói riêng.

(ii) Luận án phân tích, đánh giá thực trạng quy định pháp luật Việt Nam về bảo vệ quyền lợi NTD trong TMĐT, từ đó cũng cho thấy hiệu quả thực thi pháp luật còn thấp, chưa đảm bảo cho NTD được bảo vệ toàn diện trong môi trường TMĐT nhiều rủi ro. Để bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng khi tham gia giao dịch thương mại điện tử, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010, Luật Giao dịch điện tử năm 2005 và các văn bản hướng dẫn thi hành hai văn bản trên đã có những quy định cơ bản, bước đầu tạo nên khung pháp lý cho vấn đề này. Mặc dù vậy, các quy định còn thiếu đồng bộ, thống nhất, chưa tập trung điều chỉnh giao dịch điện tử giữa tổ chức, cá nhân kinh doanh với người tiêu dùng. Vấn đề thực thi pháp luật bảo vệ

người tiêu dùng trong giao dịch điện tử lại không đạt được hiệu quả cao do nhiều nguyên

nhân khác nhau, công tác tuyên truyền, phổ biến pháp luật không tốt dẫn đến tổ chức, cá nhân kinh doanh không hiểu trách nhiệm của mình với người tiêu dùng để thực hiện đúng pháp luật. Đòi hỏi các cơ quan chức năng cần tăng cường kiểm tra, giám sát các tổ chức, cá nhân kinh doanh tiến hành giao dịch điện tử với người tiêu dùng, đảm bảo quyền lợi của người tiêu dùng được bảo vệ ở mức cao nhất.

(iii)Trước thực trạng như trên, việc hoàn thiện pháp luật bảo vệ quyền lợi cho NTD khi tham gia TMĐT là nhu cầu cấp thiết. Bắt đầu từ việc xây dựng một hệ thống pháp luật đồng bộ và nhất quán, đáp ứng nhu cầu thực tiễn và sự phát triển nhanh chóng của các loại hình TMĐT cho đến việc nâng cao khả năng thực thi pháp luật. Để đạt được điều này, luận án đã đề ra các giải pháp nhằm góp phần hoàn thiện pháp luật và tăng cường công tác thực hiện pháp luật BVQLNTD trong TMĐT ở Việt Nam.

Hiện nay, công tác bảo vệ người tiêu dùng nói chung và bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử nói riêng đã được cả xã hội quan tâm, hưởng ứng tích cực, góp phần quan trọng giúp quyền và lợi ích của người tiêu dùng được đảm bảo trên thực tế. Người tiêu dùng yên tâm khi giao dịch sẽ thúc đẩy việc giao dịch qua phương thức điện tử phát triển mạnh mẽ trong tương lai không xa.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

I. Tài liệu tham khảo tiếng Việt

1. Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng số 59/2010/QH12

2. Luật Giao dịch điện tử số 51/2005/QH11

3. Luật Công nghệ thông tin số 67/2006/QH11

4. Luật An toàn thông tin mạng số 86/2015/QH13

5. Luật An ninh mạng số 24/2018/QH14

6. Nghị định 99/2011/NĐ – CP ngày 27/10/2011 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dung

7. Nghị định 185/2013/NĐ-CP ngày 15/11/2013 của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và bảo vệ quyền lợi người tiêu dung

8. Nghị định 124/2015/NĐ-CP ngày 19/11/2015 của Chính phủ sửa đổi Nghị định 185/2013/NĐ-CP

9. Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013 của Chính phủ về Thương mại điện tử

10. Nghị định 15/2020/NĐ-CP ngày 3/2/2020 của Chính phủ quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực bưu chính, viễn thông, công nghệ thông tin và giao dịch điện tử

11. Lại Việt Anh (2010), *Bảo vệ quyền lợi NTD trong TMĐT ở Việt Nam*, Hội thảo Pháp ngữ khu vực "Bảo vệ quyền lợi NTD: Từ hai góc nhìn Á-Âu", Hà Nội, 27&28/9/2010.

12. Trần Văn Biên (2007), "Những vấn đề pháp lý về giao kết hợp đồng điện tử", *Tạp chí Tòa án nhân dân*, số 01/2007, tr.26-35.

13. Trần Văn Biên (2009), "Pháp luật và vấn đề bảo vệ thông tin cá nhân trên môi trường internet", *Tạp chí Nhà nước và pháp luật*, số 9 (257)/2009, tr.36-45.

14. Bộ Công Thương (2008), *Thông tư số 09/2008/TT-BCT hướng dẫn chi tiết nghị định thương mại điện tử về cung cấp thông tin và giao kết hợp đồng trên website thương mại điện tử.*

15. Bộ Công Thương (2017), *Báo cáo thương mại điện tử Việt Nam 2016.*

16. Bộ Công Thương (2018), *Báo cáo thương mại điện tử Việt Nam 2017.*

17. Bộ Công Thương (2019), *Báo cáo thương mại điện tử Việt Nam 2018.*

18. Bộ Công Thương (2020), *Báo cáo thương mại điện tử Việt Nam 2019.*

19. Bộ Công thương (2010), *Báo cáo tóm tắt của Bộ Công thương về kinh nghiệm quốc tế về xây dựng pháp luật bảo vệ NTD và đề xuất cho Việt Nam.*

20. Đại học kinh tế quốc dân Hà Nội (2008), *Giáo trình thương mại điện tử căn bản*, Nxb Kinh tế quốc dân, Hà Nội.

21. Đại học ngoại thương Hà Nội (2013), *Giáo trình thương mại điện tử căn bản*, Nxb. Bách Khoa, Hà Nội.

22. Trường Đại học Luật Hà Nội (2014), *Giáo Trình Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng*, Nxb. Công an nhân dân.

23. Ao Thu Hoài chủ biên (2015), Thương mại điện tử, Nxb. Thông tin và Truyền thông.

24. ICT news (2011), *Việt Nam: Người dùng internet tăng nhanh nhất khu vực,*http://ictnews.vn/home/Internet/77/Viet-Nam-Nguoi-dung%C2%A0Internet-tang-nhanh-nhat-khu-vuc/77081/index.ict

25. Nguyễn Thị Hà (2012), "Chế tài pháp lý đối với hành vi vi phạm quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử", *Tạp chí Tòa án nhân dân,* số 4/2012, tr.8-16.

26. Phạm Song Hạnh (2002), "Các mô hình kinh doanh trực tuyến và khả năng áp dụng ở Việt Nam", *Tạp chí kinh tế đối ngoại*, số 2/2002, tr.63-67.

27. Lê Thị Kim Hoa (2008), "Hợp đồng thương mại điện tử và các biện pháp hạn chế rủi ro", *Tạp chí luật học,* số 11/2008, tr.45-50.

28. GS. Nguyễn Lân (2006), *Từ điển Từ và ngữ*, NXB Tổng hợp TPHCM.

29. Soraya Amrani Mekki (2010), *Bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử ở Pháp,* Hội thảo Pháp ngữ khu vực "Bảo vệ quyền lợi NTD: Từ hai góc nhìn Á- Âu", Hà Nội, 27&28/9/2010.

30. GS.TS. Nguyễn Thị Mơ và đ.t.g (2006), *Cẩm nang pháp luật về giao kết hợp đồng điện tử,* Nxb Lao động – xã hội, Hà Nội.

31. Ngân hàng Nhà nước (2005), *Báo cáo về tình hình triển khai Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử theo Quyết định số 222/2005/QĐ- TTg*.

32. Dương Thị Mai Ngọc (2009), *Pháp luật về thương mại điện tử ở Việt Nam – thực trạng và phương hướng hoàn thiện*, Luận văn thạc sỹ luật học, Trường Đại học Luật Hà Nội, Hà Nội.

33. Nguyễn Như Phát, Một số vấn đề lý luận xung quanh Luật Bảo vệ quyền lợi NTD http://www.vca.gov.vn/NewsDetail.aspx?ID=1289&CateID=80

34. Hoàng Thị Phương Thảo chủ biên (2016), Thương mại điện tử, Nxb. Lao động.

35. https://vietnambiz.vn/thuong-mai-dien-tu-viet-nam-dang-bung-no-nhung-phan-lon-doanh-nghiep-chua-san-sang-tan-dung-thoi-co-20190328145753817.htm

II. Tài liệu tham khảo tiếng Anh

1. Hướng dẫn của Liên Hợp Quốc về bảo vệ người tiêu dùng (UNGCP) năm 1985.

2. Hướng dẫn sửa đổi của Liên Hợp Quốc về bảo vệ người tiêu dùng (UNGCP) năm 2015

3. OECD (1999), Bản hướng dẫn về Bảo vệ Người tiêu dùng trong Bối cảnh thương mại điện tử.

4. Luật Mẫu của UNCITRAL về Thương mại điện tử năm 1996

5. Chỉ thị 2000/31/EC của Liên minh Châu Âu về Thương mại điện tử.

6. Chỉ thị 2011/83/EU của Liên minh Châu Âu về Quyền của người tiêu dùng.

7. Chỉ thị 2013/11/EU về các phương thức giải quyết tranh chấp thay thế ADR đối với người tiêu dùng.

8. Quy định của Liên minh Châu Âu về Bảo vệ dữ liệu chung năm 2016

9. Peter Aronstam (1997), *Consumer protection, Freedom of Contract and the Law*, Juta Co. Ltd., England.

10. Jorg Binding & Kai Purnhagen (2011), *Regulations on E-Commerce Consumer Protection Rules in China.*

11. Eve Caudill & Patrick Murphy (2000), "Consumer online privacy: Legal and Ethical Issues', *Journal of Public Policy and Marketing,* Vol.19, No.1,2000.

12. Commission of the European Communities (2004), *Consumer Confidence in E-Commerce: lesson learned from the e-confidence initiative,*Commision Staff Working Document, Brussels, 11/8/2004.

13. European Commission, 'Commission Staff Working Paper: Consumer Empowerment in the EU' (Brussels 8 2011) SEC(2011) 469 final.

14. Marc Bacchetta (1998), Thương mại Điện tử và vai trò của WTO, WTO Publication, p.1.

15. Ana Fernandez (2001), "Consumer perceptions of Privacy and Security Risks for Online Shopping", *Journal of Consumer Affairs,* Vol.35, Issue 1, Summer 2001.

16. Elizabeth Goldsmith (2000), "E- Commerce: consumer protection issues and implications for research and education", *Journal of Consumer studies & Home Economic,* Vol.24, Issue 2, p.124-127, June 2000.

17. Kiranjit Kaur (2005), "Consumer protection in E-Commerce in Malaysia: An Overview", *Journal of the UNE Asia Center,* No.10, The University of New England, Australia.

18. Helge Huffman (2006), *Consumer protection in E-Commerce,* University of CapeTown, South Africa.

19. Ipsos (2017), Global Trends 2017, p.112.

20. Marco Loos, 'Right of Withdrawal ' in Geraint Howells, Reiner Schulze (eds), Modernizing and Harmonizing Consumer Contract Law (1st, Sellier, Munich 2009).

21. Rafal Manko (2013), The notion of Consumer in EU law, Library of European Parliament, p.2.

22. Salvatore Malcuso (2007), "Consumer protection in E-Commerce Transactions: a first comparision between European Law and Islamic Law", *Journal of International Commercial Law and Technology*, Vol.2, Issue 1.

23. George Mousourakis (2015), Roman Law and the Origín of the Civil Law Tradition, Springer, p.137.

24. OECD (1998), *The Economic and Social Impact of Electronic Commerce: Preliminary Findings and Research Agenda.*

25. OECD (1999), *OECD guidelines for Consumer protection in the Context of Electronic Commerce*.

26. OECD (2000), OECD Expert Group on Defining and Measuring E-Commerce (4/2000).

27. OECD (2002), *Consumer in the online marketplace: The OECD guidelines three years later*.

28. OECD (2002), *Recommendation of the OECD Council concerning guidelines for consumer protection in the context of electronic commerce.*

29. OECD (2009), Background Report, *Conference on Empowering E-Consumers: Strengthening Consumer protection in the Internet economy*, Washington DC, 8-10/12/2009

30. G. Pearce and N. Platten (2000), "Promoting the Information Society: The EU Directive on Electronic Commerce", *European Law Journal*, no 4, pp. 363-378.

31. Gett Straetmans (2019), Information Obligations and Disinformation of Consumers, Springer, p.489.

32. Sacha Wunsch Vincent (2006), *The WTO, the internet and trade in digital products: EC-US perspectives,*Oxford, England.

33. https://www.bigcommerce.com/blog/amazon-statistics/#amazon-everything-to-everybody

34. https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-04-12/wal-mart-to-discount-1-million-online-items-picked-up-in-stores

35. https://ec.europa.eu/futurium/en/content/eastern-european-b2c-e-commerce-turnover-grew-nearly-17-2014.

36. https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/sr_information_presentation.pdf