

ĐẠI HỌC HUẾ
TRƯỜNG ĐẠI HỌC LUẬT



TỔNG PHƯỚC LONG

**PHÁP LUẬT BẢO VỆ QUYỀN LỢI
NGƯỜI TIÊU DÙNG TRONG GIAO DỊCH
THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ**

Chuyên ngành: Luật Kinh tế

Mã số: 8380107

TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ LUẬT HỌC

THỪA THIÊN HUẾ, năm 2018

Công trình được hoàn thành tại:

Trường Đại học Luật, Đại học Huế

Người hướng dẫn khoa học: **TS. Nguyễn Ngọc Thanh Hà**

Phản biện 1:

Phản biện 2:

Luận văn sẽ được bảo vệ trước Hội đồng chấm luận văn thạc sĩ họp
tại: Trường Đại học Luật

Vào lúc.....giờ.....ngày.....tháng năm.....

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	1
1. Tính cấp thiết của đề tài.....	1
2. Tổng quan tình hình nghiên cứu.....	1
3. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu	3
4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	3
5. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu.....	4
6. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài nghiên cứu	4
7. Kết cấu của luận văn.....	5
Chương 1. NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CỦA PHÁP LUẬT BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG TRONG GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	5
1.1. Khái niệm và sự cần thiết bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử.....	5
1.1.1. Khái niệm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử.....	5
1.1.2. Sự cần thiết bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử.....	6
1.2. Khái niệm, đặc điểm pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử	6
1.2.1. Khái niệm.....	6
1.2.2. Đặc điểm.....	6
1.3. Pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT của Quốc tế, một số quốc gia trên thế giới và tại Việt Nam	7
1.3.1. Pháp luật Quốc tế.....	7
1.3.2. Pháp luật một số quốc gia trên thế giới và hệ thống văn bản pháp luật Việt Nam.....	7
1.3.3. Hệ thống văn bản pháp luật Việt Nam	8
1.4. Các nội dung cơ bản của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử	8
1.4.1. Cung cấp thông tin về hàng hóa, dịch vụ cho người tiêu dùng.....	8
1.4.2. Bảo đảm an toàn thông tin người tiêu dùng	8
1.4.3. Giao kết hợp đồng trong thương mại điện tử	8
1.4.4. Bảo vệ người tiêu dùng trong thanh toán điện tử.....	9
1.4.5. Hành vi thương mại không lành mạnh	9
1.4.6. Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa dịch vụ ..	9
1.4.7. Trách nhiệm cơ quan, tổ chức xã hội trong bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.....	10
1.4.8. Giải quyết tranh chấp, xử lý vi phạm	10

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1.....	10
Chương 2. THỰC TRẠNG VÀ THỰC TIỄN ÁP DỤNG PHÁP LUẬT BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG TRONG GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	11
2.1. Thực trạng pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử	11
Ở mục này, luận văn phân tích một cách cụ thể thực trạng pháp luật Việt Nam đối với những vấn đề cơ bản về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT theo quy định pháp luật hiện hành.	11
2.1.1. Cung cấp thông tin chính xác, trung thực về hàng hóa dịch vụ ...	11
2.1.2. Bảo đảm an toàn thông tin người tiêu dùng.....	12
2.1.3. Giao kết hợp đồng thương mại điện tử	12
2.1.4. Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thanh toán điện tử	13
2.1.5. Bảo vệ người tiêu dùng đối với những hành vi thương mại không lành mạnh	13
2.1.6. Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa dịch vụ.	14
2.1.7. Trách nhiệm của cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.....	15
2.1.8. Trách nhiệm của tổ chức xã hội về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng	15
2.1.9. Giải quyết tranh chấp và xử lý vi phạm	15
2.2. Thực tiễn áp dụng pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử	16
2.2.1. Thực tiễn pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử của tổ chức, cá nhân kinh doanh	16
- Bảo vệ an toàn thông tin NTD	16
2.2.2. Thực tiễn thi hành pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử của cơ quan nhà nước	17
2.2.3. Thực tiễn thi hành pháp luật của Tổ chức bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử.....	17
2.2.4 Thực tiễn về ý thức pháp luật của người tiêu dùng	17
Chương 3. ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG TRONG GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	19
3.1. Định hướng về hoàn thiện pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử.....	19
3.1.1. Yêu cầu điều chỉnh pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử.....	19

3.1.2. Đảm bảo nội dung cơ bản và tính đặc thù của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử	20
3.1.3. Đảm bảo tính thống nhất, đồng bộ với pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử và tương thích với các cam kết quốc tế.....	20
3.2. Giải pháp hoàn thiện và nâng cao hiệu quả thực thi pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử	20
3.2.1. Sửa đổi, bổ sung các quy định về nội dung của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử	20
3.2.2. Hoàn thiện cơ chế bảo đảm thực hiện pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử.....	22
KẾT LUẬN CHƯƠNG 3	24
KẾT LUẬN.....	25

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Ngày nay trên thế giới việc người sử dụng phương tiện điện tử có kết nối mạng Internet, mạng viễn thông di động và mạng mở khác để thực hiện các giao dịch TMĐT đang mang lại nhiều lợi ích cho người tiêu dùng, góp phần thúc đẩy tăng tỷ trọng GDP cho nền kinh tế. Thương mại dần được toàn cầu hóa; công nghệ cao và các mô hình kinh doanh mới ngày càng phát triển, thị trường TMĐT vì thế cũng được mở rộng, mô hình TMĐT ngày càng đổi mới, các chuỗi cung ứng truyền thống với sự hỗ trợ của sức mạnh lan tỏa của số hóa và công nghệ thông tin trở thành chuỗi cung ứng thông minh, đem lại hiệu quả cho nền kinh tế số nói chung cũng như TMĐT nói riêng. Tại các quốc gia phát triển, giao dịch TMĐT mang lại nhiều lợi điểm cho người tiêu dùng như cung cấp nhiều lựa chọn về sản phẩm, dịch vụ, cho phép NTD mua sắm mọi nơi, mọi lúc đối với cửa hàng trên khắp thế giới, giá cả thấp hơn và việc giao hàng dễ dàng thông qua Internet.

Việt Nam trong điều kiện nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, hội nhập kinh tế quốc tế, hình thức mua bán hàng hóa qua TMĐT đã và đang phát triển mạnh mẽ nhưng các quy định về cơ chế quản lý, kiểm soát, chế tài xử phạt vẫn còn nhiều hạn chế, làm cho môi trường giao dịch TMĐT ở Việt Nam diễn biến theo hướng vô tổ chức. Vì vậy, rất nhiều vụ việc vi phạm quyền lợi NTD đã diễn ra, gây tâm lý e ngại cho người tiêu dùng khi tham gia các giao dịch TMĐT, ảnh hưởng đến các hoạt động phát triển kinh tế, xã hội.

Thực tế để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT, Nhà nước ta đã đưa những nội dung này vào trong các văn bản pháp luật như: Luật Viễn thông năm 2009, Luật Giao dịch điện tử năm 2005, Luật Công nghệ thông tin năm 2006, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010, Luật An toàn thông tin mạng năm 2015 và các văn bản dưới luật có liên quan. Tuy nhiên, do các quy phạm pháp luật nằm rải rác ở rất nhiều văn bản pháp luật khác nhau, còn nội dung thì chưa đáp ứng được yêu cầu bảo vệ NTD khi quyền lợi của họ bị xâm phạm. Mặt khác, các thiết chế Nhà nước và phi Nhà nước tỏ ra rất yếu kém, có vai trò khá mờ nhạt trong việc thực hiện chức năng của mình và đặc biệt là để chuyển các quy định của hệ thống pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT đang hiện hữu trở thành hiện thực. Trước tình hình thực tiễn như vậy, nhưng có khá ít công trình khoa học nghiên cứu, đi sâu vào pháp luật bảo vệ quyền lợi của NTD nói chung cũng như vấn đề bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT nói riêng. Các nghiên cứu khoa học về vấn đề này chỉ dừng lại ở các bài báo, bài viết mà chưa được xây dựng một cách đầy đủ về lý luận và thực trạng pháp luật.

Với những lí do trên, tác giả đã lựa chọn đề tài: “Pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử” để nghiên cứu làm luận văn tốt nghiệp của mình.

2. Tổng quan tình hình nghiên cứu

Vấn đề bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong lĩnh vực giao dịch TMĐT đã nhận được sự quan tâm nghiên cứu của một số học giả. Tuy nhiên, những bài nghiên cứu này mới dừng lại ở hình thức là các bài báo, bài viết hoặc những bài

báo, bài viết có liên quan. Có thể kể đến các nghiên cứu như:

- Đoàn Văn Trường, “*Nghiên cứu người tiêu dùng những vấn đề về việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ở Việt Nam*”, NXB Khoa học và kỹ thuật, Hà Nội, 2002. Đây là một cuốn sách mô tả khái quát về các vấn đề bảo vệ quyền lợi NTD Việt Nam, tác giả đã đưa ra các quyền và những hành vi gây hại đến quyền lợi NTD, vai trò của Chính phủ, của Hội Tiêu chuẩn và Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng Việt Nam.

- Thông tin chuyên đề “*Pháp luật bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam thực trạng và hướng hoàn thiện*”, Thông tin Khoa học pháp lý số 1/2008 của Viện Khoa học pháp lý, Bộ Tư pháp. Chuyên đề đưa ra các lý luận cơ bản về pháp luật bảo vệ NTD, đánh giá thực trạng pháp luật bảo vệ NTD tại Việt Nam hiện nay và kiến nghị các giải pháp hoàn thiện pháp luật.

- Bùi Thị Long, “*Pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng ở Việt Nam trong giai đoạn hiện nay*”, Luận văn Cao học, Viện Nhà nước và Pháp luật, 2007. Nội dung luận văn phản ánh khá đầy đủ thực trạng xâm phạm quyền lợi NTD, từ đó đã đề xuất những kiến nghị nhằm hoàn thiện pháp luật, góp phần nâng cao hiệu quả trong việc sửa đổi và thực thi pháp luật bảo vệ người tiêu dùng.

- Trần Thanh Điện, “*Tài liệu hướng dẫn học tập thương mại điện tử*”, Đại học Cần Thơ, 2013. Tài liệu đã phản ánh những vấn đề cơ bản về TMĐT, vấn đề an toàn và bảo mật trên mạng, các chính sách và pháp luật về TMĐT.

- GS.TS. Nguyễn Thị Mơ, “*Cẩm nang pháp lý về hợp đồng điện tử*”, Nxb Lao động Xã hội, 2015. Cuốn sách đã làm rõ các vấn đề nội hàm khái niệm của hợp đồng điện tử; vấn đề pháp lý cần nắm bắt khi giao kết hợp đồng điện tử; khung pháp lý về giao kết hợp đồng điện tử trên cơ sở làm rõ các đặc điểm của hợp đồng TMĐT, thời điểm phát sinh hiệu lực và giá trị pháp lý, hậu quả pháp lý đối với việc giải quyết các tranh chấp.

Ngoài ra phải kể đến một số các bài viết như:

- Vũ Đức Tuấn, “*Những quy định pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của Việt Nam và những vấn đề đặt ra*”, Luận văn tốt nghiệp, Khoa Quản trị kinh doanh - Đại học Ngoại thương, 2011;

- Mai Thị Thanh Tâm, “*Nghĩa vụ của người kinh doanh hàng hóa, dịch vụ trong việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng*”, Khóa luận tốt nghiệp, Khoa Luật - Đại học Quốc gia Hà Nội, 2012;

- Ngô Thị Út Quyên, “*Pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng của một số nước trên thế giới và kinh nghiệm đối với Việt Nam*”, Khóa luận tốt nghiệp, Khoa Luật - Đại học Quốc gia Hà Nội, 2012;

- Vũ Hải Việt, “*Bảo vệ người tiêu dùng khi tham gia giao dịch qua mạng điện tử*”, Số chuyên đề 1, Tạp chí Dân chủ pháp luật, 2014;

- Cao Xuân Quảng, “*Bảo vệ thông tin cá nhân trong các giao dịch tiêu dùng*”, tr.15-18, số 47, Tạp chí Bản tin cạnh tranh và người tiêu dùng, 2014;

- N.H, “*Pháp luật của các nước trên thế giới về bảo vệ người tiêu dùng*”, Tạp chí Bru chính và Viễn thông, website: tapchibcvt.gov.vn, 2015;

- Bùi Hiền, “*Pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử*”, Tạp chí Dân chủ và Pháp luật, website: tcdclp.moj.gov.vn, 2016;

Có thể thấy các công trình trên mới chỉ đưa ra những vấn đề về bảo vệ thông

tin NTD hoặc bảo vệ NTD khi tham gia giao dịch qua mạng điện tử hoặc nghiên cứu quyền của NTD dưới góc độ một quyền được pháp luật bảo vệ. Số lượng các nghiên cứu chuyên biệt về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT còn rất hạn chế và chỉ nghiên cứu một vài khía cạnh của quyền này chứ chưa nghiên cứu thành hệ thống. Đề tài “Pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử” là một đề tài mới, tuy nhiên luận văn sẽ nghiên cứu một cách khái quát, đầy đủ những vấn đề lý luận, những quy định của pháp luật và thực trạng của hệ thống pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong phạm vi giao dịch TMĐT.

3. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

3.1. Mục đích luận văn

- Làm sáng tỏ vấn đề lý luận, đặc điểm và nội dung về pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT; đề xuất giải pháp hoàn thiện và nâng cao hiệu quả thực thi pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT.

3.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Để đạt được mục đích đã nêu trên, nhiệm vụ nghiên cứu của luận văn được xác định cụ thể như sau:

- Nghiên cứu làm rõ những vấn đề lý luận, đặc điểm và nội dung cơ bản của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT.

- Nghiên cứu so sánh sự ghi nhận pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT quốc tế và một số quốc gia trên thế giới, những vấn đề pháp lý đề từ đó rút ra những kinh nghiệm cho Việt Nam.

- Phân tích thực trạng hệ thống quy phạm pháp luật hiện hành về bảo vệ người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT khi quyền lợi của NTD bị xâm phạm.

- Phân tích thực tiễn áp dụng pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT, qua đó nêu rõ những bất cập, hạn chế và nguyên nhân của chúng.

- Phân tích, đánh giá xu hướng vận động của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT hiện nay trên thế giới, đưa ra định hướng cho việc hoàn thiện pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT của Việt Nam giai đoạn hội nhập kinh tế quốc tế.

- Nghiên cứu và đề xuất giải pháp nhằm hoàn thiện pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT ở phương diện thực thi các quyền của người tiêu dùng có hiệu quả khi tham gia vào các giao dịch TMĐT với các tổ chức cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

4.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu đề tài là những quy định pháp luật liên quan đến vấn đề bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT; thực tiễn xây dựng và thực thi các quy định pháp luật ở Việt Nam; kinh nghiệm thế giới về xây dựng pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT.

4.2. Phạm vi nghiên cứu

Hoàn thiện pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT là một vấn đề rất lớn, có thể phân tích dưới nhiều góc độ khác nhau. Tuy nhiên, trong phạm vi một luận văn không thể phân tích hết các vấn đề đó mà chủ yếu đi

sâu nghiên cứu, đánh giá tính phù hợp, thống nhất của pháp luật về vấn đề bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT. Ngoài ra, luận văn tập trung nghiên cứu một số quy định mang tính đặc thù của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT ở Việt Nam và tham khảo pháp luật của các quốc gia trên thế giới nhằm so sánh, đánh giá có phù hợp với hoàn cảnh, điều kiện kinh tế xã hội ở Việt Nam hay không.

Về mặt thời gian, với đặc thù của hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT, đề tài chỉ tập trung nghiên cứu từ thời điểm Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010, Luật Thương mại năm 2005, Luật Giao dịch điện tử năm 2005, Luật Công nghệ thông tin năm 2006 và Bộ Luật dân sự năm 2015 cùng hệ thống các văn bản hướng dẫn thi hành về vấn đề này được ban hành cho đến nay.

5. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu

Để làm rõ các vấn đề nghiên cứu, luận văn được nghiên cứu trên cơ sở quan điểm của chủ nghĩa Mác – Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, chủ trương, đường lối của Đảng về chính sách phát triển kinh tế, xã hội và đảm bảo sự phát triển bền vững trong sự nghiệp xây dựng chủ nghĩa xã hội thời kỳ đổi mới; quan điểm của Đảng và Nhà nước về chính sách bảo vệ con người, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giai đoạn hiện nay cùng với phương pháp luận là chủ nghĩa duy vật biện chứng và chủ nghĩa duy vật lịch sử. Đây là phương pháp luận khoa học được vận dụng nghiên cứu trong toàn bộ luận văn để đánh giá khách quan sự hoàn thiện của pháp luật bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT.

Trong từng nội dung nghiên cứu, các phương pháp nghiên cứu được sử dụng một cách linh hoạt, cụ thể: Phương pháp hệ thống, phương pháp phân tích và tổng hợp, phương pháp so sánh luật học, phương pháp thống kê, quy nạp, phương pháp lịch sử, phương pháp diễn giảng, chứng minh ... Trong đó, phương pháp phân tích và tổng hợp là phương pháp được sử dụng nhiều nhất trong luận văn.

6. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài nghiên cứu

Luận văn là công trình khoa học được nghiên cứu một cách có hệ thống và chuyên sâu về các vấn đề mang tính lý luận và pháp lý. Từ đó, góp phần làm cơ sở xây dựng, hoàn thiện pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT ở Việt Nam.

Thứ nhất: Trên cơ sở phân tích khái niệm pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong lĩnh vực giao dịch TMĐT, luận văn góp phần giải quyết một cách thỏa đáng những vấn đề mang tính lý luận.

Thứ hai: Luận văn nghiên cứu, phân tích, đánh giá có hệ thống và toàn diện thực trạng pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong TMĐT. Qua đó chỉ ra sự khiếm khuyết, bất hợp lý cần sửa đổi, bổ sung của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT sao cho phù hợp với thực tiễn khách quan của nền kinh tế thị trường; phù hợp với điều kiện văn hóa, xã hội Nhà nước pháp quyền trong thời kỳ hội nhập quốc tế.

Thứ ba: Luận giải và đề xuất các giải pháp nhằm đáp ứng được yêu cầu bảo vệ hữu hiệu quyền lợi người tiêu dùng khi tham gia hoạt động TMĐT trong bối cảnh bị xâm phạm khá nghiêm trọng; đưa ra định hướng, kiến nghị nhằm hoàn

thiện pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT ở Việt Nam hiện nay.

7. Kết cấu của luận văn

Ngoài phần mở đầu, kết luận, danh mục tài liệu tham khảo và phụ lục kèm theo, luận văn gồm có 3 Chương với những nội dung cơ bản sau:

Chương 1: Những vấn đề lý luận của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử.

Chương 2: Thực trạng pháp luật và thực tiễn áp dụng pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử.

Chương 3: Định hướng và giải pháp hoàn thiện pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử.

Chương 1

NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CỦA PHÁP LUẬT BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG TRONG GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

1.1. Khái niệm và sự cần thiết bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử

1.1.1. Khái niệm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử

Để tiếp cận khái niệm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT, trước hết cần hiểu thế nào là bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và giao dịch thương mại điện tử là gì.

Điều 38 và Điều 43, Hiến pháp năm 2013 quy định: “*Mọi người có quyền được bảo vệ, chăm sóc sức khỏe; có quyền được sống trong môi trường trong lành và có nghĩa vụ bảo vệ môi trường*”. Theo đó, quyền được bảo vệ có nội hàm rộng, mang tính mở, nhưng cụ thể, với yêu cầu ngày càng đa dạng và cao hơn, nổi bật là quyền được tiêu dùng các hàng hóa, dịch vụ trong cuộc sống thường ngày, tiếp nhận nhanh và xử lý thỏa đáng những khiếu nại về chất lượng hàng hóa và dịch vụ...

Ngày 17/11/2010, Luật số 59/2010/QH12 về Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng đã được Quốc hội khóa 12 thông qua không đưa ra khái niệm bảo vệ quyền lợi NTD. Tuy nhiên, hiểu theo tinh thần điều chỉnh của Luật này thì bảo vệ quyền lợi NTD là “*thuật ngữ pháp lý chỉ quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng khi mua, sử dụng hàng hóa, dịch vụ cho mục đích tiêu dùng, sinh hoạt của cá nhân, gia đình, tổ chức*”;

Giao dịch TMĐT, sự tiếp xúc này được thay thế bởi khả năng truyền đạt thông tin dưới dạng kỹ thuật số do máy tính nhận diện, lưu trữ và chuyển tiếp, do đó giao dịch giữa NTD và tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ có thể được tiến hành trong một môi trường không có giấy tờ, không nhất thiết các đối tác tham gia phải gặp mặt nhau và không giới hạn lãnh thổ quốc gia. Giao dịch TMĐT là “*quá trình giao dịch mua bán qua Internet hoặc các mạng mở khác, trong đó, thông thường NTD sẽ vào xem trang website của tổ chức, cá nhân kinh doanh*

hàng hóa, dịch vụ và tại đó thực hiện một giao dịch; hiểu một cách rộng hơn, "giao dịch TMĐT bao gồm cả các giao dịch trong đó Internet hoặc các mạng mở khác đóng một vai trò nhất định",

Với cách tiếp cận theo quan điểm trình bày trên, ta có thể hiểu "Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT là những biện pháp để ngăn ngừa hoặc phòng chống những hành vi xâm phạm những quyền được pháp luật bảo vệ của NTD trong quá trình giao dịch TMĐT trên Internet hoặc các mạng mở khác, chủ yếu thông qua những công nghệ mới và trong một môi trường khác biệt so với truyền thống. Thông thường, NTD không có sự tiếp xúc với doanh nghiệp, không biết rõ các thông tin về hàng hoá, dịch vụ được cung cấp, thông tin về tổ chức, cá nhân kinh doanh, khả năng bị thiệt hại cao hơn, vì vậy cần có những quy định bảo vệ khác hơn so với việc bảo vệ NTD truyền thống."

1.1.2. Sự cần thiết bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử

Bên cạnh quan hệ giữa các nhà sản xuất với nhau, quan hệ kinh tế chủ yếu trong xã hội là quan hệ giữa NTD và tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ. Tuy là số đông, nhưng NTD không được tổ chức lại nên khó có sức mạnh, tiếng nói đơn lẻ của NTD cũng rất ít được lắng nghe. Bởi vậy, trong mối quan hệ giữa NTD với các tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ NTD luôn đứng ở thế yếu và chịu nhiều thiệt thòi. Điều đó thể hiện ở các khía cạnh sau đây:

- + *Yếu thế trong việc tiếp cận, xử lý và hiểu các thông tin về hàng hoá, dịch vụ.*
- + *Yếu thế trong việc đàm phán, giao kết hợp đồng.*
- + *Yếu thế về khả năng chi phối giá cả, các điều kiện giao dịch trên thị trường.*
- + *Yếu thế về khả năng chịu rủi ro trong quá trình tiêu dùng sản phẩm.*

Sự ra đời của các quy phạm pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong hoạt động giao dịch TMĐT trở thành một yêu cầu khách quan, để đảm bảo sự công bằng quan hệ giữa tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ với NTD.

1.2. Khái niệm, đặc điểm pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử

1.2.1. Khái niệm

Pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT là tổng hợp các biện pháp được Nhà nước quy định và đảm bảo thực hiện để bảo vệ quyền lợi của NTD khi sử dụng hàng hoá, dịch vụ từ các giao dịch điện tử; ngăn chặn những tổ chức, cá nhân kinh doanh có hành vi gian lận, lừa dối để thu lợi bất chính.

1.2.2. Đặc điểm

Thứ nhất, quá trình hình thành các quy phạm pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT được ra đời do sự xuất hiện của công nghệ thông tin và mạng Internet.

Thứ hai, pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT liên quan đến nhiều chế định pháp luật thuộc các lĩnh vực khác nhau.

Thứ ba, pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT được xây dựng trên cơ sở Hướng dẫn Liên hợp quốc về bảo vệ người tiêu dùng và Luật Mẫu về thương mại điện tử

Thứ tư, pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT là

một lĩnh vực luật công được dùng để điều chỉnh các quan hệ tư giữa các tổ chức, cá nhân kinh doanh và người tiêu dùng

Thứ năm, pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT có những quy định đặc biệt và ngoại lệ so với ngành luật khác

1.3. Pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT của Quốc tế, một số quốc gia trên thế giới và tại Việt Nam

1.3.1. Pháp luật Quốc tế

Thứ nhất, Hiệp định Đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương

Hiệp định CPTPP gồm 30 Chương, đề cập đến nhiều lĩnh vực trong đó có thương mại điện tử. Trong Hiệp định, các vấn đề pháp lý về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT được quy định tại Chương 14 với 18 Điều (từ 14.1-14.18).

Thứ hai, Hướng dẫn Liên hợp quốc về bảo vệ người tiêu dùng

Với mục đích xây dựng Hướng dẫn cơ bản có tính pháp lý quốc tế về bảo vệ NTD đối với các quốc gia thành viên. Ngày 9/4/1985, Đại hội đồng Liên hợp quốc đã bỏ phiếu thông qua Nghị quyết số 39/248 (sửa đổi tháng 12/2015) tại New York, Hoa Kỳ, gồm có 99 Điều và được chia làm 7 phần như sau: i) Mục tiêu (Điều 1); ii) Phạm vi (Điều 2 và Điều 3); iii) Các nguyên tắc chung (Điều 4 đến Điều 10); iv) Các nguyên tắc kinh doanh lành mạnh (Điều 11); v) Hướng dẫn (Điều 12 đến Điều 78); vi) Hợp tác quốc tế (Điều 79 đến Điều 94); vii) Mô hình cơ quan thực thi (Điều 95 đến Điều 99). Bên cạnh các nguyên tắc được ghi nhận thì theo quy định Liên hợp quốc người tiêu dùng tám quyền cơ bản sau đây: quyền được thỏa mãn những nhu cầu cơ bản; quyền được an toàn; quyền được thông tin; quyền được lựa chọn; quyền được lắng nghe hay quyền được đại diện; quyền được khiếu nại và bồi thường; quyền được giáo dục và đào tạo về tiêu dùng; quyền được có môi trường sống lành mạnh và bền vững.

Thứ ba, Luật Mẫu về thương mại điện tử

Ngày 12/6/1996 (sửa đổi năm 1998) Ủy ban Liên hợp quốc về Luật thương mại quốc tế (UNCITRAL) đã ban hành Luật Mẫu về thương mại điện tử với hai phần gồm 17 Điều. Luật Mẫu được soạn thảo dựa trên các nguyên tắc cơ bản như: tương đương thuộc tính, hay công nhận giá trị pháp lý như văn bản; tự do thỏa thuận hợp đồng; tôn trọng việc sử dụng tự nguyện phương thức truyền thông điện tử; bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; xác định thời điểm, nơi gửi và nhận thông điệp dữ liệu; giá trị pháp lý của hợp đồng và tính ưu việt của những quy định pháp lý về hình thức hợp đồng, những đòi hỏi đối với hợp đồng để có giá trị pháp lý và khả năng được thi hành phải được tôn trọng.

1.3.2. Pháp luật một số quốc gia trên thế giới và hệ thống văn bản pháp luật Việt Nam

Nghiên cứu pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT của các quốc gia trên thế giới và tại Việt Nam, nhận thấy, các văn bản pháp luật này đã thể hiện các nguyên tắc, nội dung cơ bản Hướng dẫn Liên hợp quốc về bảo vệ người tiêu dùng (sửa đổi tháng 12/2015) và Luật Mẫu về thương mại điện tử do Ủy ban Liên hợp quốc về Luật Thương mại quốc tế (UNCITRAL) vào hệ thống pháp luật quốc gia của mình.

1.3.3. Hệ thống văn bản pháp luật Việt Nam

Cấu trúc pháp luật Việt Nam về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT được chia thành hai nhóm: nhóm văn bản pháp luật điều chỉnh trực tiếp và nhóm văn bản pháp luật điều chỉnh gián tiếp.

- Nhóm văn bản pháp luật điều chỉnh trực tiếp

Có hai văn bản trực tiếp điều chỉnh vấn đề này, đó là Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010 được hướng dẫn thi hành tại Nghị định số 99/2011/NĐ-CP ngày 27/10/2011 của Chính phủ và Luật Giao dịch điện tử năm 2005 được quy định chi tiết thi hành tại Nghị định số 26/2007/NĐ-CP ngày 15/02/2007 của Chính phủ. Đây là hai Luật cốt lõi nhất thừa nhận quyền lợi người tiêu dùng, thông điệp dữ liệu và hình thức biểu hiện cụ thể của giao dịch TMĐT.

1.4. Các nội dung cơ bản của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử

1.4.1. Cung cấp thông tin về hàng hóa, dịch vụ cho người tiêu dùng

Người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT luôn đứng ở thế yếu trong việc tiếp cận thông tin, hướng dẫn cần thiết về cách thức, phương thức sử dụng hàng hóa, dịch vụ. Trách nhiệm này theo như pháp luật quy định thuộc về phía người cung cấp hàng hóa, dịch vụ. Nghĩa vụ của họ là phải đảm bảo sao cho NTD luôn có được những thông tin, hướng dẫn đầy đủ và cần thiết, sao cho NTD có thể tự mình lựa chọn hàng hóa, dịch vụ một cách khách quan và đúng đắn nhất; tránh cung cấp thông tin không rõ ràng, gây nhầm lẫn nhằm mục đích trục lợi hoặc cạnh tranh không lành mạnh, xâm hại đến quyền lợi và sự an toàn của NTD.

1.4.2. Bảo đảm an toàn thông tin người tiêu dùng

Trong giao dịch TMĐT, các thông tin được chuyển thành thông điệp dữ liệu hoặc thông tin chuyên tải bằng kỹ thuật tương tự (Analog) nên tất cả đều tiềm ẩn các rủi ro như: sập hệ thống, trục trặc kỹ thuật, bị mất dữ liệu hoặc bị đánh cắp dữ liệu cho các mục đích khác v.v... Ngoài ra, do bản chất của giao dịch TMĐT là gián tiếp và được thực hiện trong môi trường hay thị trường phi biên giới, các chủ thể không tiếp xúc trực tiếp với nhau và không đòi hỏi phải biết nhau từ trước. Điều này dẫn đến những lo ngại riêng của các chủ thể tham gia như: NTD lo sợ các thông tin cá nhân, mã thẻ thanh toán, thẻ tín dụng của mình khi tham gia giao dịch trên mạng có thể bị kẻ xấu hoặc phía đối tác lợi dụng và sử dụng bất hợp pháp; tổ chức, cá nhân kinh doanh lo ngại về khả năng đảm bảo thanh toán của NTD.

1.4.3. Giao kết hợp đồng trong thương mại điện tử

Hợp đồng TMĐT đặc trưng cho các giao dịch mua bán hàng hóa được thiết lập từ xa giữa tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ và NTD..v.v, bản chất của mối quan hệ này là mối quan hệ hợp đồng và trong hợp đồng mua bán này phải được xác lập dựa trên cơ sở tự do thỏa thuận, tự do ý chí của cả hai bên tham gia¹. Hay nói cách khác, bản chất mối quan hệ này là quan hệ dân sự, tuy nhiên trong mỗi “quan hệ dân sự” đặc biệt này NTD luôn luôn ở thế yếu so với tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ. Thế yếu này bắt nguồn từ chính phương

¹ Nguyễn Thị Vân Anh – Nguyễn Văn Cương, Giáo trình Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, NXB chính trị quốc gia, Hà Nội, 2012, Tr. 109.

thức giao kết hợp đồng; tình trạng bất cân xứng về thông tin và khả năng thương lượng giữa các bên, quy trình, phương thức giao kết hợp đồng TMĐT có khác biệt so với giao dịch truyền thống nhưng không phải NTD nào cũng nắm rõ.

1.4.4. Bảo vệ người tiêu dùng trong thanh toán điện tử

Mục tiêu cuối cùng của mọi giao dịch TMĐT là người tiêu dùng nhận được hàng hóa, dịch vụ theo yêu cầu và tổ chức, cá nhân kinh doanh nhận được tiền trả cho các sản phẩm đã cung cấp. Quá trình này liên quan đến sự thanh toán giữa những đối tác tham gia giao dịch TMĐT, vì thế, thanh toán là khâu quan trọng bậc nhất và không thể thiếu được trong giao dịch TMĐT, công cụ thanh toán các giao dịch TMĐT thông qua các hệ thống thanh toán điện tử và chuyển tiền điện tử mà bản chất là các phương tiện tự động chuyển tiền từ tài khoản này sang tài khoản khác. Nhiều quốc gia trên thế giới đã đưa ra các biện pháp bảo vệ NTD trong thanh toán điện tử như: quy định trong luật, hoặc bởi các quy định nội tại của tổ chức ngân hàng, tín dụng và cơ quan phát hành thẻ thanh toán. Các biện pháp này giúp bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khi xảy ra trường hợp thanh toán giả mạo, thanh toán không được chính NTD thông qua, hoặc tranh chấp khác, giúp gia tăng niềm tin của NTD trong giao dịch trên mạng Internet hoặc các mạng mở khác.

1.4.5. Hành vi thương mại không lành mạnh

Pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT các nước đều hướng tới loại bỏ những hành vi thương mại không lành mạnh ngay cả khi chúng không hướng đến một NTD cụ thể nào. Hành vi thương mại không lành mạnh được hiểu bao gồm hành vi gây nhầm lẫn, lừa dối khách hàng và cưỡng bức, lạm dụng đối với người tiêu dùng.

Theo thông lệ, pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT sẽ công bố những hành vi thương mại bị cấm trong hoạt động thương mại điện tử. Những hành vi này thường là: quảng cáo gian dối (nâng giá bán lên rồi tung chiêu khuyến mãi; hàng nhái, hàng giả, hàng kém chất lượng; quảng cáo sai chất lượng hàng hóa, hàng hóa khi giao hàng không như hình trên website; hàng sắp hết hạn sử dụng...), nêu thông tin sai lệch về uy tín của tổ chức, cá nhân kinh doanh hoặc sản phẩm, che dấu khuyết tật sản phẩm, cung cấp hàng hóa có khả năng gây nguy hại đến sức khỏe cộng đồng, quấy rối, ép buộc NTD.

1.4.6. Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa dịch vụ

Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ trong hoạt động TMĐT chịu sự điều chỉnh chủ yếu của các ngành Luật như: Luật Viễn thông, Luật Giao dịch điện tử, Luật Công nghệ thông tin, Luật An toàn thông tin mạng và Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Các đối tượng này có trách nhiệm từ việc cung cấp thông tin về hàng hóa, dịch vụ cho NTD đến việc bảo hành, bảo dưỡng, bồi thường thiệt hại, thu hồi hàng hóa khuyết tật và giải quyết các khiếu nại của người tiêu dùng.

Việc yêu cầu tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ thực hiện nghiêm chỉnh các quy định của Nhà nước một phần nhằm bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT, một phần thể hiện sự nghiêm minh của pháp luật. Đây là cách tốt nhất tạo ra môi trường cạnh tranh lành mạnh, hạn chế tổ chức, cá nhân kinh doanh làm ăn bất chính trên thị trường.

1.4.7. Trách nhiệm cơ quan, tổ chức xã hội trong bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Trách nhiệm của cơ quan quản lý nhà nước: đưa các chủ chương, chính sách của Nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT vào đời sống kinh tế, xã hội của đất nước nhằm bảo vệ quyền lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng.

Trách nhiệm của tổ chức xã hội: bên cạnh cơ quan quản lý nhà nước, các tổ chức xã hội đóng vai trò rất quan trọng trong việc thực thi pháp luật và đảm bảo quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT được thực hiện tốt, đóng vai trò như một tổ chức phản biện các chính sách của Nhà nước.

1.4.8. Giải quyết tranh chấp, xử lý vi phạm

Giải quyết tranh chấp luôn là vấn đề nhận được nhiều sự quan tâm từ phía NTD, nó thể hiện sự bảo đảm về quyền lợi cho họ mỗi khi xảy ra vi phạm trong giao dịch TMĐT. Người tiêu dùng có thể bảo đảm quyền lợi của mình thông qua hình thức thương lượng, hòa giải, trọng tài hoặc tòa án.

Đối với việc xử lý vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT đã được quy định tại Điều 11, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Theo đó, tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ sẽ phải chịu những hậu quả pháp lý bất lợi do việc thực hiện hành vi vi phạm quyền lợi NTD. Tùy thuộc vào tính chất và mức độ vi phạm mà tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ có thể bị xử lý bằng các loại chế tài: chế tài dân sự, chế tài hành chính, chế tài hình sự.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT được ra đời do nhu cầu điều chỉnh pháp luật đối với các quan hệ xã hội phát sinh trong quan hệ thương mại được thực hiện bằng các phương tiện điện tử có kết nối Internet, mạng viễn thông và các mạng mở khác. Đối tượng và phạm vi điều chỉnh của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT có những đặc trưng riêng mà pháp luật truyền thống không đề cập. Bởi vậy, nghiên cứu vấn đề lý luận nhằm làm sáng tỏ khái niệm, đặc điểm pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT là hết sức quan trọng, có ý nghĩa lý luận và thực tiễn trong việc xác định đối tượng, phạm vi điều chỉnh cũng như nguyên tắc xây dựng, áp dụng pháp luật. Qua nghiên cứu pháp luật điều chỉnh các quốc gia trên thế giới và tại Việt Nam, rút ra một số kết luận như sau:

Một là, pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT là hiện tượng phổ biến tại các quốc gia. Hệ thống pháp luật điều chỉnh là khá đa dạng (trực tiếp và gián tiếp) và được quy định tại nhiều văn bản pháp luật khác nhau. Trong đó, pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được coi là trung tâm dẫn chiếu cho các chế định pháp luật khác.

Hai là, nội dung văn bản pháp lý được xây dựng về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT bao gồm hệ thống các quy phạm pháp luật mang tính tiêu chuẩn nhằm ngăn chặn, phòng ngừa và cả quy phạm quy định trách nhiệm pháp lý đối với thiệt hại sau khi xảy ra hành vi vi phạm.

Ba là, mặc dù quan hệ tiêu dùng có nguồn gốc là quan hệ mua bán, mang bản chất dân sự, song do đặc điểm riêng của quan hệ tiêu dùng thể hiện sự hạn chế của

nguyên tắc tự do khế ước nên pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT mang bản sắc “không công bằng” trong quan hệ mua bán. Theo đó, pháp luật sẽ ưu tiên bảo vệ quyền lợi NTD trong quan hệ dân sự. Điều này thể hiện ở chỗ: xác lập trách nhiệm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trước hết thuộc về Nhà nước; thiết lập một hệ thống các tổ chức xã hội đa dạng có quyền và trách nhiệm được phân định khá rõ ràng với các cơ quan nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; thiết lập một hệ thống các chế tài đa dạng khi xâm hại quyền lợi người tiêu dùng, kể cả trách nhiệm hình sự; đảm bảo cho người tiêu dùng những ưu đãi và thuận lợi hơn trong quá trình tiếp cận công lý.

Ngoài ra, nghiên cứu pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT giúp giải quyết thỏa đáng các vấn đề còn thiếu cũng như những nhận thức khác biệt về lý luận, xác lập nền tảng lý thuyết hỗ trợ cho việc tiếp tục nghiên cứu, hoàn thiện hệ thống pháp luật. Việc tìm hiểu, nghiên cứu một cách toàn diện, đầy đủ pháp luật các nước trên thế giới, hệ thống văn bản pháp luật cũng như nội dung pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT của Việt Nam hiện hành cũng hết sức cần thiết. Trên cơ sở đó có cái nhìn tổng thể, bao quát nhằm xác lập cách thức, định hướng hoàn thiện hệ thống pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT của Việt Nam, đặc biệt là trong giai đoạn nước ta đang hội nhập sâu rộng với kinh tế toàn cầu hiện nay.

Chương 2

THỰC TRẠNG VÀ THỰC TIỄN ÁP DỤNG PHÁP LUẬT BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG TRONG GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

2.1. Thực trạng pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử

Ở mục này, luận văn phân tích một cách cụ thể thực trạng pháp luật Việt Nam đối với những vấn đề cơ bản về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT theo quy định pháp luật hiện hành.

2.1.1. Cung cấp thông tin chính xác, trung thực về hàng hóa dịch vụ

Theo hướng dẫn Liên hợp quốc, quyền được cung cấp thông tin là một trong tám quyền cơ bản của người tiêu dùng và khi xây dựng Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Việt Nam đã quy định cung cấp thông tin là trách nhiệm đầu tiên của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ. Điều đó cho thấy, thông tin là một trong yếu tố mà NTD quan tâm nhất nhằm để đảm bảo NTD có thể đưa ra một quyết định, một sự lựa chọn đúng đắn trước khi xác lập giao dịch với tổ chức, cá nhân kinh doanh trong giao dịch TMĐT. Theo Điều 12, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thì NTD cần có những thông tin cơ bản nhất về hàng hóa như: nguồn gốc xuất xứ, giá cả, chất lượng, tính năng công dụng, cảnh báo khả năng hàng hóa, dịch vụ có ảnh hưởng xấu đến sức khỏe, tính mạng, tài sản của NTD và các biện pháp phòng ngừa...² cũng như uy tín, thương hiệu, năng lực hoạt động,

² Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010, Điều 12.

địa điểm kinh doanh của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ.

Từ những quy định trên cho thấy nghĩa vụ cung cấp thông tin của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ là hết sức cần thiết cho người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT. Tuy nhiên, thực trạng vấn đề kiểm chứng thông tin trước khi đăng tải trên các phương tiện điện tử, truyền thông,... hiện nay chưa được pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng về lĩnh vực TMĐT đề cập và đây được xem như “lỗ hổng” để các tổ chức, cá nhân kinh doanh thực hiện các hành vi lừa đảo.

2.1.2. Bảo đảm an toàn thông tin người tiêu dùng

Theo Khoản 2, Điều 6, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng quy định tổ chức, cá nhân kinh doanh trong giao dịch TMĐT phải có trách nhiệm bảo đảm an toàn, bí mật thông tin của người tiêu dùng khi tham gia giao dịch, sử dụng hàng hóa, dịch vụ, trừ trường hợp cơ quan Nhà nước có thẩm quyền yêu cầu; Điều 226, Bộ luật Hình sự quy định những hành vi công khai sử dụng các thông tin của cá nhân, tổ chức nhưng không được sự đồng ý của chủ sở hữu bị coi là vi phạm pháp luật và sẽ bị xử phạt hành chính hoặc hình sự, tùy theo mức độ vi phạm; Bộ Luật Dân sự cũng có những điều khoản quy định quyền đời sống riêng tư, bí mật cá nhân, bí mật gia đình là bất khả xâm phạm và được pháp luật bảo vệ. Việc mua bán thông tin dữ liệu cá nhân được xem là một loại hình tội phạm, thậm chí có thể bị xử lý về hình sự; Nghị định số 72/2013/NĐ-CP ngày 15/07/2013 của Chính phủ về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng trách nhiệm quản lý nhà nước đối với vấn đề an toàn thông tin trên mạng tập trung vào Bộ Thông tin và Truyền thông, Bộ Công an và một số Bộ, ngành khác như Bộ Quốc phòng.

Trên thực tế, giữa các quy định về xử lý vi phạm và thực tiễn thi hành pháp luật còn có một khoảng cách khá xa. Do việc đánh cắp và sử dụng thông tin người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT diễn ra không thường xuyên, không liên tục và không có những biểu hiện rõ rệt ra bên ngoài nên cơ chế phát hiện vi phạm hiện nay gần như bất lực trước thực tế này. Lý do thì có nhiều, nhưng hiện hữu nhất chính là nguồn nhân lực có chức năng nhiệm vụ phát hiện, xử lý các vi phạm về lĩnh vực này còn thiếu về cơ số, yếu về chuyên môn, không được trang bị các phương tiện tương ứng để thực hiện chức năng nhiệm vụ của mình.

2.1.3. Giao kết hợp đồng thương mại điện tử

Một thực tế trong giao dịch TMĐT là mọi người thường vội vã nhấp nút “Gửi” khi thực ra họ chưa định làm thế. Nhiều người giao kết hợp đồng qua mạng chắc chắn đã từng gặp trường hợp nhập thông tin vào mẫu trên website mà sai về mọi thứ, từ lỗi chính tả đến số lượng và món đồ định mua. Những lỗi này thường mang tính khách quan, thể hiện sự không thống nhất giữa thao tác bên ngoài với ý chí bên trong của người mua. Để đảm bảo quyền lợi người tiêu dùng trong những trường hợp như thế này, Luật Công nghệ thông tin năm 2006 đưa ra biện pháp tại Điều 32: “Trường hợp người mua nhập sai thông tin gửi vào trang thông tin điện tử bán hàng mà hệ thống nhập tin không cung cấp khả năng sửa đổi thông tin, người mua có quyền đơn phương chấm dứt hợp đồng nếu đã thực hiện các biện pháp sau đây: i) Thông báo kịp thời cho người bán biết về thông tin nhập sai của mình và người bán cũng đã xác nhận việc nhận được thông báo đó; ii) Trả lại hàng hoá đã nhận nhưng chưa sử dụng hoặc hưởng bất kỳ lợi ích nào từ hàng hóa đó”.

Giải pháp tương tự cũng được quy định tại Điều 14, Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/05/2013 của Chính phủ về thương mại điện tử khi cho phép cá nhân mắc phải lỗi nhập thông tin khi giao tiếp với một hệ thống thông tin tự động có thể rút bỏ phần chứng từ điện tử có lỗi.

Tuy nhiên, pháp luật Việt Nam chưa có quy định cho phép NTD có quyền rút lui khỏi hợp đồng, trả lại hàng hóa đã mua và không phải bồi thường, khi giao kết hợp đồng qua Internet trong một thời hạn nhất định như pháp luật của một số nước tiên tiến trên thế giới. Quyền rút lui khỏi hợp đồng giúp NTD không bị rơi vào thế yếu, nếu nhận thấy mặt hàng mua từ xa không phù hợp với yêu cầu (chẳng hạn như quần áo không vừa), người tiêu dùng có thể thay đổi ý định mà không phải chịu phạt.

2.1.4. Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thanh toán điện tử

Điều 46, Luật Giao dịch điện tử, ghi rõ cơ quan, tổ chức, cá nhân có quyền lựa chọn các biện pháp bảo mật phù hợp với quy định của pháp luật khi tiến hành giao dịch TMĐT. Theo đó, các đối tượng trên không được sử dụng cũng như cung cấp hoặc tiết lộ thông tin về bí mật đời tư hay thông tin của NTD mà mình tiếp cận nếu không được sự đồng ý của NTD.

Tuy nhiên, thời gian gần đây ở Việt Nam đã xuất hiện nhiều hiện tượng vi phạm về bảo mật thông tin trong giao dịch TMĐT. Lướt qua rất nhiều website thương mại điện tử, bên cạnh những trang có uy tín thì phần lớn các website khác không có một cam kết hay tuyên bố gì về việc đảm bảo giữ bí mật thông tin cá nhân mà họ thu thập được. Người tiêu dùng cũng không được biết những thông tin mình cung cấp sẽ được sử dụng cho mục đích gì ngoài việc phục vụ cho giao dịch thương mại đang tiến hành.

Việc “lợi lũng” trong những chính sách về bảo vệ thông tin cá nhân trong giao dịch TMĐT cũng là mối nguy hại rất lớn đối với NTD. Những vụ lấy trộm thông tin về tài khoản ngân hàng, làm giả thẻ thanh toán để mua hàng trên mạng hay rút tiền mà báo chí đã đăng tải trong thời gian qua là một biểu hiện cụ thể về tác hại thông tin cá nhân bị xâm phạm, tiết lộ, gây thiệt hại không nhỏ đến tài sản, lợi ích của NTD khi thực hiện giao dịch. Chính vì vậy, ngoài việc tăng cường quản lý nhà nước về vấn đề này, cần có những quy định chi tiết về tội phạm công nghệ, tội tranh chấp trong giao dịch TMĐT tại các văn bản quy phạm pháp luật trước đây chưa đề cập.

2.1.5. Bảo vệ người tiêu dùng đối với những hành vi thương mại không lành mạnh

Hoạt động giao dịch TMĐT diễn ra trong một không gian kinh tế khác biệt so với các phương thức kinh doanh truyền thống. Những hành vi thương mại không lành mạnh trong giao dịch TMĐT cũng được thực hiện theo nhiều phương thức mới mẻ và tinh vi, do đó khó áp dụng các chế tài truyền thống khi xử lý.

Hiện nay, việc xử lý các hành vi thương mại không lành mạnh trong giao dịch TMĐT chủ yếu dựa vào một số văn bản pháp luật sau: Bộ luật hình sự năm 2015; Luật giao dịch điện tử 2005; Luật Công nghệ thông tin 2006; Nghị định số 174/2013/NĐ-CP ngày 13/11/2013 của Chính phủ về quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực bưu chính, viễn thông, công nghệ thông tin và tần số vô tuyến; Nghị định số 185/2013/NĐ-CP ngày 15/11/2013 của Chính phủ về 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; Nghị định số 72/2013/NĐ-CP ngày 15/07/2013 của Chính phủ về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng. Tuy nhiên, các văn bản pháp luật này được đánh giá là mới chỉ hỗ trợ phần nào cho việc “định tội”, chứ chưa giúp cho việc “định khung” hình phạt đối với những hành vi tội phạm của tổ chức, cá nhân kinh doanh trên môi trường mạng điện tử. Do đó, các cơ quan điều tra xét xử hiện vẫn gặp khó khăn trong khâu xử lý tội phạm ngay cả khi đối tượng và hành vi tội phạm đã được kết luận rõ.

2.1.6. Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa dịch vụ

Một là, trách nhiệm bảo hành hàng hóa, dịch vụ

Tại Điều 447, Điều 448 và Điều 449, Bộ luật Dân sự 2015; Điều 49, Luật Thương mại 2005 đã quy định trách nhiệm bảo hành đối với sản phẩm hàng hóa, dịch vụ do tổ chức, cá nhân kinh doanh cung cấp. Theo quy định này, nghĩa vụ bảo hành của bên cung ứng hàng hóa, dịch vụ trong giao dịch TMĐT chỉ xuất hiện khi có thỏa thuận với NTD hoặc bắt buộc theo quy định của pháp luật. Ngoài ra, một vấn đề không kém phần quan trọng trong bảo hành hàng hóa, dịch vụ đó là quy định chưa rõ việc xác định chủ thể chịu trách nhiệm bảo hành trong một chuỗi từ sản xuất đến phân phối sản phẩm. Nhà sản xuất, nhà nhập khẩu hay nhà phân phối qua mạng điện tử là người chịu trách nhiệm bảo hành trước NTD, tránh sự đùn đẩy, né tránh giữa các chủ thể này gây thiệt hại cho NTD.

Hai là, trách nhiệm bồi thường thiệt hại do hàng hóa khuyết tật gây ra

Việc bồi thường thiệt hại khi hàng hóa, dịch vụ không đúng tiêu chuẩn, chất lượng, số lượng, giá cả đã công bố hoặc hợp đồng đã giao kết được quy định tại Điều 23 và Điều 24, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các Điều 437, Điều 438, Điều 439, Điều 448 và Điều 449, Bộ luật Dân sự 2015.

Tuy nhiên, do tính chất đặc thù của quan hệ giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh trong hoạt động giao dịch TMĐT mà nhiều trường hợp tổ chức, cá nhân vẫn phải chịu trách nhiệm bồi thường thiệt hại trong trường hợp hàng hóa, dịch vụ 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. Pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT của Việt Nam cũng có quy định miễn trừ trách nhiệm bồi thường thiệt hại do khuyết tật hàng hóa gây ra cho tổ chức, cá nhân kinh doanh nhưng trong phạm vi khá hẹp, chỉ khi họ chứng minh được khuyết tật của hàng hóa, dịch vụ không thể phát hiện được với trình độ khoa học, kỹ thuật tại thời điểm tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa cung cấp cho người tiêu dùng³. Chỉ với quy định này, quyền lợi của tổ chức, cá nhân kinh doanh chưa thật sự được bảo đảm, bởi lẽ, trong một số trường hợp khuyết tật là do phải tuân thủ các quy định bắt buộc của pháp luật hoặc sản phẩm không dùng để bán hoặc phân phối dưới các hình thức khác nhưng bằng một cách trái pháp luật NTD có được, sử dụng và gây thiệt hại, vậy trách nhiệm không thể thuộc về tổ chức, cá nhân kinh doanh.

³ Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010, Điều 24.

2.1.7. Trách nhiệm của cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Vai trò quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT là hết sức quan trọng cần thiết, với tính đặc thù và chịu sự điều chỉnh của nhiều ngành luật nên cơ chế thực thi pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT được vận hành bởi các chủ thể chính tham gia hoạt động này là Bộ Công thương và Ủy ban nhân dân các cấp. Trong đó, Bộ Công thương chịu trách nhiệm trước Chính phủ thực hiện quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT⁴, như vậy, trách nhiệm này thuộc cơ quan hành pháp, thế nhưng trong thiết chế thực thi pháp luật của nước ta không tồn tại một cơ quan chuyên trách về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT. Ngoài ra, khác với các lĩnh vực khác, hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT liên quan đến nhiều ngành, lĩnh vực khác nhau nên có rất nhiều cơ quan, tổ chức có liên quan đến công tác này. Thế nhưng cơ chế phối hợp giữa các cơ quan có thẩm quyền trong công tác này vẫn chưa được pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT quy định cụ thể.

2.1.8. Trách nhiệm của tổ chức xã hội về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Vai trò của các tổ chức bảo vệ quyền lợi NTD là hết sức quan trọng, song tổ chức này vẫn còn rất nhiều “rào cản” pháp lý khiến cho năng lực bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT chưa được thực sự phát huy bởi các lẽ sau:

Một là, pháp luật không hề xác định địa vị pháp lý, cơ cấu tổ chức, quy trình thành lập, nguyên tắc hoạt động của tổ chức bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cho phù hợp với chức năng, tính đặc thù của tổ chức này, mà quy định rất chung chung tại Khoản 1, Điều 27, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Và với quy định hiện hành thì tổ chức bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là bất kỳ một tổ chức xã hội nào được thành lập và hoạt động theo Nghị định số 45/2010/NĐ-CP ngày 21/4/2010 của Chính phủ quy định về tổ chức hoạt động và quản lý hội, điều này không phù hợp với tính chất đặc thù của tổ chức này cũng như yêu cầu công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT ở Việt Nam hiện nay.

Hai là, tổ chức bảo vệ quyền lợi NTD tự mình khởi kiện tổ chức, cá nhân kinh doanh có hành vi vi phạm pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT ra trước Tòa án vì lợi ích công cộng. Đây là chỗ dựa vững chắc cho NTD chống lại các hành vi vi phạm của tổ chức, cá nhân sản xuất kinh doanh, bảo vệ quyền lợi ích hợp pháp của NTD. Tuy nhiên, để thực hiện được quyền này trên thực tế là không dễ, bởi lẽ, cần phải có quy định cụ thể, chi tiết xác định như thế nào là lợi ích công cộng, hình thức thể hiện cũng như mức độ thiệt hại của lợi ích này phát sinh quyền được khởi kiện của tổ chức bảo vệ quyền lợi NTD.

2.1.9. Giải quyết tranh chấp và xử lý vi phạm

Để giải quyết các tranh chấp giữa NTD với tổ chức, cá nhân kinh doanh trong giao dịch TMĐT, pháp luật đã quy định trình tự thủ tục giải quyết tranh chấp bằng những hình thức như: thương lượng, hòa giải, giải quyết bằng trọng tài, giải quyết bằng biện pháp dân sự thông qua thủ tục tố tụng tại tòa án, ngoài ra còn áp dụng biện pháp hành chính hoặc xử lý hình sự.

⁴ Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010, Điều 47.

Hiện nay, cơ chế giải quyết tranh chấp và xử lý vi phạm pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT hiện vẫn còn nhiều thiếu sót như: Bộ luật Tố tụng dân sự không có quy định riêng biệt về thẩm quyền, trình tự, thu thập chứng cứ điện tử mà chỉ có các quy định chung để giải quyết các vụ việc dân sự. Điều này dẫn đến việc giải quyết các tranh chấp phát sinh trong hoạt động giao dịch TMĐT không kịp thời, nhanh chóng, việc thu thập chứng cứ hoặc đánh giá chứng cứ không tuân thủ các nguyên tắc về công nhận giá trị pháp lý của thông điệp dữ liệu nên không giải quyết triệt để, khách quan, toàn diện các vụ án liên quan đến các hợp đồng.

Bên cạnh đó, các chế tài xử phạt các hành vi xâm phạm quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT hiện còn quá nhẹ và thiếu tính răn đe, mức phạt cao nhất hiện nay theo Nghị định số 185/2013/NĐ-CP ngày 15/11/2013 của Chính phủ đối với các hành vi vi phạm là 50.000.000 đồng đã khiến cho ý thức trách nhiệm của các tổ chức, cá nhân kinh doanh vi phạm không được nâng cao.

2.2. Thực tiễn áp dụng pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử

2.2.1. Thực tiễn pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử của tổ chức, cá nhân kinh doanh

- Bảo vệ an toàn thông tin NTD

Qua các cuộc khảo sát gần đây cho thấy mới có 40% tổ chức, cá nhân kinh doanh trong giao dịch TMĐT quan tâm tới việc bảo vệ an toàn thông tin NTD. Tuy nhiên, có sự khác biệt đáng kể giữa các tổ chức, cá nhân kinh doanh, trong đó có 66% tổ chức, cá nhân kinh doanh quy mô lớn cho biết đã áp dụng các biện pháp bảo vệ an toàn thông tin NTD thì tỷ lệ này tại các tổ chức, cá nhân kinh doanh vừa và nhỏ mới là 40%⁵. Nhìn chung, sự quan tâm tới việc bảo vệ an toàn thông tin người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT của tổ chức, cá nhân kinh doanh chưa được chú trọng nhiều thời gian qua.

- Bảo vệ NTD đối với các hành vi gian lận

Thực tế, nhiều gian lận trong giao dịch TMĐT đã và đang xảy ra, trong đó có việc người mua đã chuyển tiền cho người bán nhưng lại không nhận được hàng do bên bán lừa đảo; các vấn đề về bảo mật, an toàn thông tin cá nhân, hợp đồng mập mờ về giá cả, quảng cáo sai sự thật, chất lượng hàng hóa không đảm bảo, vi phạm quyền lợi NTD... là những vấn đề đang tồn tại phổ biến trong giao dịch TMĐT.

Điều này phản ánh đúng thực trạng thị trường tiêu dùng hiện nay, trong đó tình trạng quảng cáo, khuyến mại, cung cấp thông tin không trung thực, lừa dối người tiêu dùng, chế độ bảo hành chất lượng hàng hóa... đang gây nhiều bức xúc trong NTD.

Tuy nhiên, việc vi phạm các quy định pháp luật của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ trong gian lận cho thấy, NTD Việt Nam đang bị xâm phạm quyền lợi với quy mô rộng khắp và tính chất ngày càng phức tạp. Trong khi đó, hệ thống pháp luật bảo vệ NTD hiện nay chưa đủ mạnh, khiến NTD vẫn đứng ở thế yếu.

⁵Xem tại: <http://www.antoanthongtin.vn/an-toan-thong-tin-doanh-nghiep-trong-thuong-mai-dien-tu.html>

2.2.2. Thực tiễn thi hành pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử của cơ quan nhà nước

Hiện nay, hoạt động chủ yếu của các cơ quan nhà nước chỉ mới tập trung vào công tác tuyên truyền, vận động mà chưa có nhiều biện pháp bảo vệ quyền lợi NTD một cách thiết thực, dẫn đến tình trạng xâm phạm quyền lợi NTD ngày vẫn “đều đặn” tăng, đặc biệt trong các giao dịch TMĐT. Công tác thanh tra, kiểm tra cũng như các cơ chế phát hiện vi phạm trong tuân thủ pháp luật của các chủ thể khi tham gia hoạt động giao dịch TMĐT rất hạn chế do biên chế nhân sự không đủ, trang thiết bị phục vụ cho công tác thanh kiểm tra rất hạn chế nên công tác này gần như chỉ quy định cho có, không khả thi và không được triển khai trên thực tế, ngoại trừ những vụ việc bị báo chí hay cơ quan tiến hành tố tụng phát hiện.

Bên cạnh đó, năng lực quản lý của các cơ quan nhà nước về lĩnh vực bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT rất yếu kém, lúng túng, thụ động và chưa thực sự đủ tầm điều chỉnh và quản lý các vấn đề phát sinh; chưa có cơ chế phối hợp giữa các cơ quan quản lý nhà nước liên quan trực tiếp trong nhiều lĩnh vực, ngành nghề khác nhau, dẫn đến công tác xử lý vi phạm chưa hiệu quả, tình trạng mất năng lực quản lý của cơ quan nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT.

2.2.3. Thực tiễn thi hành pháp luật của Tổ chức bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử.

Hoạt động bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT của các Hội bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng trên cả nước vẫn chưa theo kịp với những diễn biến phức tạp của các vi phạm pháp luật liên quan đến NTD. Luật Bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng đã quy định Hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng có quyền thay mặt NTD thực hiện việc khởi kiện trước tòa. Tuy nhiên, Hội bảo vệ quyền lợi NTD cũng ít thực hiện hoạt động này; pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng còn quy định Hội có quyền khởi kiện vụ án bảo vệ quyền lợi NTD vì lợi ích công cộng nhưng lại phải chịu chi phí phát sinh trong quá trình khởi kiện. Đây cũng là một nguyên nhân làm hạn chế kết quả hoạt động bảo vệ quyền lợi của NTD trong giao dịch TMĐT, bởi lẽ Hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là tổ chức hoạt động phi lợi nhuận, chi phí phục vụ cho việc khởi kiện thường là không nhỏ và các Hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng không đủ chi phí cho hoạt động này.

2.2.4 Thực tiễn về ý thức pháp luật của người tiêu dùng

Tình trạng khá phổ biến hiện nay là NTD hầu hết chưa biết khai thác triệt để các quyền mà pháp luật quy định cho họ để tự bảo vệ mình, trong đó có quyền được khiếu nại, khởi kiện tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ có hành vi vi phạm. Nguyên nhân của tình trạng này không chỉ do NTD chưa ý thức đầy đủ quyền và trách nhiệm xã hội của mình với tâm lý ngại đấu tranh, ngại tranh chấp, ngại phiền hà mà còn vì sự lúng túng không biết cơ quan nào có thẩm quyền giải quyết và thủ tục giải quyết khiếu nại.

Hơn nữa, sự phức tạp trong thủ tục pháp lý và các chi phí phát sinh cũng là những cản trở lớn đối với việc khiếu nại, khởi kiện của NTD. Nếu sử dụng quyền khiếu nại của mình, NTD thường gặp phải thái độ tray ý, chậm giải quyết của tổ chức, cá nhân kinh doanh nhằm kéo dài thời gian. Mặt khác, khi sử dụng quyền

khởi kiện để yêu cầu tòa án bảo vệ quyền lợi thì NTD phải đối diện với các thủ tục pháp lý phức tạp, không tương xứng với mức độ thiệt hại. Với tâm lý đó, người tiêu dùng Việt Nam dễ dàng bỏ qua những tình huống bị tổ chức, cá nhân kinh doanh lừa dối trong quảng cáo, trong tiêu dùng hàng ngày vì giá trị thiệt hại không đáng kể. Mà một lẽ đương nhiên, khi người bị hại chưa lên tiếng, pháp luật và Nhà nước khó can thiệp hoặc không thể giải quyết triệt để hành vi vi phạm để khôi phục quyền lợi cho họ.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Pháp luật Việt Nam những năm qua đã có bước ngoặt quan trọng về hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT. Thể hiện sự quyết tâm thực hiện chính sách phát triển bền vững của Đảng và Nhà nước trong việc phát triển kinh tế song song với hoạt động bảo vệ con người, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT. Có thể nói, khung pháp luật điều chỉnh vấn đề này đang dần đáp ứng được yêu cầu về mặt pháp lý bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT. Tuy nhiên, việc ban hành các quy định pháp luật tự thân nó không thể giải quyết được mọi vấn đề. Các quy định pháp luật được xây dựng nhằm đưa ra những chuẩn mực chung về cách hành xử cho những chủ thể tham gia một lĩnh vực cụ thể của đời sống xã hội. Do vậy, dù ở bất kỳ lĩnh vực nào, quy định pháp luật cũng chỉ có thể được xây dựng sau một quá trình quan sát và đúc kết từ thực tiễn đời sống xã hội.

Việc nghiên cứu thực trạng pháp luật và thực tiễn thực hiện pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT ở Việt Nam thời gian qua sẽ đánh giá sự phù hợp của hệ thống các văn bản quy phạm pháp luật, về vai trò của các chủ thể áp dụng pháp luật, ý thức chấp hành pháp luật, cơ chế thực hiện pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT. Trên cơ sở nghiên cứu, đánh giá sẽ tìm ra những bất cập, lỗ hổng pháp lý để từ đó đề xuất giải pháp mang tính định hướng cũng như cụ thể nhằm hoàn thiện pháp luật, đáp ứng các tiêu chí cơ bản đối với các văn bản quy phạm pháp luật điều chỉnh hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT. Việc hoàn thiện cơ pháp luật sẽ có tác động quan trọng trong việc nâng cao niềm tin của người tiêu dùng đối với loại hình giao dịch thương mại mới mẻ này, bảo vệ kịp thời, thỏa đáng quyền và lợi ích hợp pháp của các bên tham gia quan hệ pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT.

Mặc dù pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT là hoạt động mới nhưng đã và đang là sự lựa chọn tất yếu của nhiều quốc gia trên thế giới, trong đó có Việt Nam. Do đó, vẫn còn nhiều thách thức đặt ra cho quá trình điều chỉnh pháp luật đối với hoạt động này, đặc biệt là việc xây dựng ý thức pháp luật, lòng tin của NTD và tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ trong bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của họ khi tham gia lĩnh vực này. Vấn đề này cũng đang vượt khỏi phạm vi các biện pháp chế tài và quản lý hành chính của các cơ quan nhà nước, đòi hỏi sự chung sức của cả Nhà nước, tổ chức, cá nhân kinh doanh, người tiêu dùng và toàn xã hội.

Chương 3

ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG TRONG GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

3.1. Định hướng về hoàn thiện pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử

3.1.1. Yêu cầu điều chỉnh pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử

Yêu cầu đảm bảo thực hiện quyền con người

Quyền con người bao gồm nhiều khía cạnh khác nhau, song nhìn chung, đó là quyền được sống, được tự do và mưu cầu hạnh phúc. Quyền con người được thừa nhận là giá trị chung của nhân loại, được xác định trên hai bình diện chủ yếu là giá trị đạo đức (còn gọi là các giá trị tự nhiên, vốn có của con người, thể hiện chủ yếu ở 4 khía cạnh cơ bản là: nhân phẩm, bình đẳng xã hội, tự do, tinh thần khoan dung) và giá trị pháp lý (thể chế hóa bằng các chế định trong pháp luật quốc tế và trong pháp luật quốc gia).

Yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ở vị trí thứ yếu trong giao dịch TMĐT

Các quy định của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT phải luôn được xây dựng trên nguyên tắc ưu tiên lợi thế cho NTD xuất phát từ vị trí “yếu hơn” của NTD trong mối tương quan với tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh hàng hóa, dịch vụ. Tuy nhiên, vẫn phải đảm bảo lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân kinh doanh và các chủ thể khác có liên quan. Đây sẽ là nguyên tắc xuyên suốt trong các quy định của pháp luật trong lĩnh vực này, từ việc xác định trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đến xác định cơ chế giải quyết khiếu nại, tố cáo và khởi kiện của người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT.

Yêu cầu điều chỉnh hành vi của tổ chức, cá nhân kinh doanh trong giao dịch TMĐT

Hoàn thiện hành lang pháp lý về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT giúp cho tổ chức, cá nhân kinh doanh nhận thức và tôn trọng quyền của NTD, cũng như góp phần tạo nên ý thức tôn trọng pháp luật, cạnh tranh lành mạnh trong kinh doanh. Bên cạnh đó, pháp luật là công cụ bảo vệ các tổ chức, cá nhân kinh doanh trước những hành vi cạnh tranh không lành mạnh hay hạn chế cạnh tranh, chống độc quyền tạo ra môi trường kinh doanh bình đẳng và cân bằng lợi ích giữa các tổ chức, cá nhân kinh doanh, góp phần nâng cao hiệu quả kinh tế.

Yêu cầu nâng cao hiệu lực quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT

Một trong những nguyên tắc của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT là trách nhiệm chung của Nhà nước và toàn xã hội. Tuy nhiên, thực trạng hiện nay không thể phủ nhận trách nhiệm, năng lực quản lý nhà nước, quản lý xã hội của các cơ quan nhà nước về vấn đề này là còn yếu. Tất cả những tồn tại đã được nhắc đến tại Chương II được xuất phát từ nhiều nguyên nhân khác nhau, nhưng nguyên nhân không nhỏ do các quy định của pháp luật bảo vệ

quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT hiện chưa trang bị đủ “tâm” cho cơ quan quản lý nhà nước để thực hiện có hiệu quả hoạt động này.

3.1.2. Đảm bảo nội dung cơ bản và tính đặc thù của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử

Thứ nhất, các cơ quan xây dựng pháp luật phải nhận thức đầy đủ những đặc điểm, nguyên tắc cũng như tính cấp thiết của các quan hệ xã hội cần điều chỉnh bằng pháp luật khi xây dựng luật.

Thứ hai, quy định biện pháp chế tài đủ sức phòng ngừa các vi phạm, xử lý được các hành vi phạm tội nhưng cũng phải đảm bảo tính phù hợp với các ngành luật khác trong hệ thống pháp luật; không gây bức xúc, phản ứng thái quá của xã hội hay lạc hậu về nhận thức đối với các vi phạm quyền lợi người tiêu dùng trong lĩnh vực giao dịch TMĐT.

Thứ ba, phải có quy định cụ thể về các mối quan hệ, cơ chế phối hợp, chức năng, nhiệm vụ quyền hạn của từng tổ chức, cá nhân liên quan để đảm bảo sự quản lý Nhà nước, đảm bảo quyền và lợi ích hợp pháp của NTD và tổ chức, cá nhân kinh doanh khi tham gia hoạt động giao dịch TMĐT.

Thứ tư, việc xây dựng pháp luật liên quan phải đáp ứng được các yêu cầu về hội nhập kinh tế quốc tế, rút ngắn khoảng cách cũng như những khác biệt trong các quy định giữa các quốc gia, chủ thể quốc tế khác, đây là yêu cầu rất quan trọng trong xu hướng toàn cầu hóa hiện nay.

3.1.3. Đảm bảo tính thống nhất, đồng bộ với pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử và tương thích với các cam kết quốc tế

Việc xây dựng hệ thống pháp luật đảm bảo tính thống nhất, đồng bộ và tương thích với pháp luật quốc tế sẽ nâng cao vị thế, vai trò của Việt Nam trên trường quốc tế, xây dựng hình ảnh quốc gia văn minh, thượng tôn pháp luật. Tuy nhiên, quá trình hoàn thiện hệ thống pháp luật bảo vệ người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT cần phải tính đến những đặc điểm văn hóa, thói quen của người Việt Nam và trình độ phát triển khoa học, công nghệ của nước ta. Ngoài ra, quá trình xây dựng và hoàn thiện khung pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT đòi hỏi phải có sự chỉ đạo thống nhất, phối hợp chặt chẽ, có lộ trình hợp lý, có sự quyết liệt cần thiết và thiết lập được sự ưu tiên cho hoạt động lập pháp và lập quy.

3.2. Giải pháp hoàn thiện và nâng cao hiệu quả thực thi pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử

3.2.1. Sửa đổi, bổ sung các quy định về nội dung của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử

Thứ nhất, cần xây dựng khái niệm “hàng hóa” và “dịch vụ” theo pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT

Theo pháp luật hiện hành, khái niệm “hàng hóa”, “dịch vụ” vẫn chưa được quy định và hiểu một cách thống nhất trong các văn bản pháp luật, mà đặc biệt là không được quy định trong Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Điều này dẫn đến nguy cơ là không xác định được phạm vi bảo hộ, phạm vi điều chỉnh của Luật và là “lỗ hổng” không nhỏ của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng nói chung và trong giao dịch TMĐT nói riêng. Vì vậy, trong bối cảnh có cách hiểu

khác nhau hoặc không mạch lạc về khái niệm hàng hóa, dịch vụ theo pháp luật hiện hành, pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT cần được bổ sung thêm bởi quy định khái niệm về “hàng hóa”, và “dịch vụ” theo cách hiểu riêng của mình.

Thứ hai, quy định rõ người tiêu dùng là nạn nhân mà không đồng thời là người mua hàng hóa, dịch vụ trong việc khởi kiện

Trong hoạt động giao dịch TMĐT một số trường hợp người tiêu dùng bao gồm cá nhân mua hàng hóa (có quan hệ hợp đồng) và/hoặc cá nhân sử dụng hàng hóa, dịch vụ. Hai đối tượng này không phải luôn luôn là một. Thế nên trong trường hợp NTD sử dụng hàng hóa, dịch vụ không do mình mua nhưng một cách hợp pháp và bị thiệt hại đến tài sản, sức khỏe, tính mạng do hàng hóa không đảm bảo chất lượng. Vậy NTD này cũng là người có quyền khởi kiện để đòi bồi thường thiệt hại với tư cách là NTD mà không phải thông qua người có quan hệ hợp đồng với tổ chức, cá nhân kinh doanh. Cần xác định rõ, lúc này nạn nhân với tư cách là người sử dụng hàng hóa, dịch vụ và trách nhiệm của nhà sản xuất ở đây là trách nhiệm sản phẩm chứ không phải là trách nhiệm bồi thường thiệt hại ngoài hợp đồng theo quy định của Bộ luật Dân sự. Có như vậy, mới bảo đảm được quyền lợi của NTD là nạn nhân khi không có quan hệ hợp đồng với tổ chức, cá nhân kinh doanh, đồng thời khắc phục được “khoảng trống” của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT vì chưa quy định cụ thể vấn đề này.

Thứ ba, bảo đảm tính nhất quán trong xây dựng hoàn thiện hệ thống văn bản pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT

Tiến hành rà soát các văn bản quy phạm pháp luật có liên quan đến hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT để hoàn thiện, hệ thống lại, loại bỏ những quy định mâu thuẫn, chồng chéo, thiếu tính khả thi; cụ thể hóa các quy định mang tính định hướng, chung chung; hoàn thiện những vấn đề khiếm khuyết trong pháp luật. Đảm bảo tính thống nhất, đồng bộ của pháp luật về mặt hình thức cũng như nội dung.

Bên cạnh đó, cần chú ý khi ban hành những quy định mới phải dự liệu, tính toán đến sự phát triển của quan hệ xã hội liên quan đến bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT như: lường tới các khía cạnh mở rộng về diện và chất trong giải quyết tranh chấp vượt qua biên giới lãnh thổ, tranh chấp tiêu dùng phát sinh từ việc mua hàng theo nhóm, mua chung, nhóm mua... trên cơ sở học tập, tham khảo kinh nghiệm của thế giới.

Thứ tư, nâng cao mức xử phạt, thẩm quyền xử phạt vi phạm hành chính đối với lĩnh vực bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT

Để đảm bảo tính răn đe và phòng ngừa vi phạm pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT, việc quy định phạt tiền là phù hợp. Tuy nhiên, mức phạt cao nhất hiện nay theo Nghị định số 185/2013/NĐ-CP ngày 15/11/2013 của Chính phủ đối với các hành vi vi phạm trong giao dịch TMĐT là 50.000.000 đồng, quá thấp so với giá trị hàng hóa, dịch vụ bán ra vì các giao dịch TMĐT có mức doanh thu và lợi nhuận rất lớn. Chính vì vậy, cần nâng mức phạt tiền cũng như thẩm quyền xử phạt đối với hành vi vi phạm hành chính trong lĩnh vực này.

Ngoài ra, để mức xử phạt vi phạm hành chính cần mang tính ổn định và phù hợp với sự phát triển kinh tế trong thời gian dài mà không cần sửa đổi, không cần thiết phải quy định mức tiền phạt là một con số cụ thể. Thay vào đó quy định cách thức để tính tiền phạt dựa trên khoản lợi bất chính mà chủ thể vi phạm có được hoặc có thể thu được từ hành vi vi phạm.

Thứ năm, quy định cơ quan quản lý nhà nước chuyên trách về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT

Quá trình tổ chức thực hiện pháp luật quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT tại tất cả các cơ quan quản lý nhà nước gặp rất nhiều khó khăn về nhân sự, tài chính, thời gian cũng như trình độ chuyên môn nghiệp vụ trong lĩnh vực này, do phần lớn một đội ngũ cán bộ xuất phát từ chế độ kiêm nhiệm. Chính vì thế, việc bổ sung nhân lực và vật lực cho hệ thống cơ quan bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT là hết sức cần thiết; ngoài ra, cần quy định minh thị chế độ chuyên trách đối với cán bộ hoặc cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT để cán bộ hoặc cơ quan này đủ “sức” và “tâm” gánh vác trách nhiệm trong công tác này ở nước ta hiện nay.

Thứ sáu, quy định về thẩm quyền, thủ tục rút gọn trong giải quyết tranh chấp

Theo quy định của Bộ luật Tố tụng dân sự thì Tòa án có thẩm quyền giải quyết thường là nơi cư trú của bị đơn, trong hoạt động giao dịch TMĐT nếu người bán hàng là tổ chức, cá nhân kinh doanh vi phạm hợp đồng thì nơi thụ lý giải quyết sẽ là nơi cư trú của bị đơn. Cũng theo quy định của pháp luật tố tụng thì Tòa án nơi thực hiện hợp đồng cũng có thẩm quyền thụ lý giải quyết, tuy nhiên trường hợp này ít được áp dụng giải quyết. Để đảm bảo việc giải quyết tranh chấp trong giao dịch TMĐT được nhanh chóng, thuận lợi cần có những hướng dẫn cụ thể về thẩm quyền giải quyết vụ án cũng như các thủ tục rút gọn trong tố tụng dân sự cả về thời gian cũng như cung cấp chứng cứ điện tử, có như vậy mới đảm bảo được các quyền và lợi ích hợp pháp của các chủ thể tham gia hoạt động này.

3.2.2. Hoàn thiện cơ chế bảo đảm thực hiện pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử

Thứ nhất, nâng cao nhận thức và ý thức pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT

Pháp luật phải có các quy định cụ thể về nhiệm vụ tuyên truyền, phổ biến, giáo dục pháp luật của các cơ quan liên quan và Ủy ban nhân dân các cấp nhằm cung cấp những kiến thức, những kỹ năng cần thiết cho các chủ thể tham gia hoạt động giao dịch TMĐT để họ có thể chủ động chấp hành, tuân thủ pháp luật một cách tự giác, thường trực cũng như có thể tự bảo vệ mình khi tham gia hoạt động giao dịch TMĐT. Khi việc tuyên truyền phổ biến, giáo dục pháp luật đúng phương pháp, các tổ chức, cá nhân còn có những phản hồi kịp thời để sửa đổi, bổ sung các văn bản quy phạm pháp luật phù hợp và quan trọng hơn là các chủ thể này còn có ý thức tự bảo vệ nhau bằng những cảnh báo cho mọi người kịp thời để tránh các rủi ro. Phải có nguồn kinh phí phù hợp và chính sách đào tạo kỹ năng cho chính những người làm công tác tuyên truyền, phổ biến pháp luật trong các cơ quan có chức năng đảm trách nhiệm vụ này bằng các quy định pháp luật.

Thứ nhất, áp dụng các quy định mang tính kỹ thuật để bảo đảm an toàn thông tin người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT

Pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT phải sử dụng các quy định mang tính kỹ thuật bắt buộc đối với các tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ bằng phương tiện điện tử; phải xây dựng, thiết kế các phần mềm hay biện pháp kỹ thuật để đảm bảo an toàn thông tin cho các giao dịch mà các chủ thể này thực hiện.

Với tư cách là bên thứ ba cung cấp dịch vụ thông tin viễn thông, các tổ chức, cá nhân tham gia cung cấp phải đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật ngặt nghèo để đảm bảo hệ thống lưu trữ, thu phát, truyền dẫn thông tin, dữ liệu điện tử vận hành ổn định, liên tục và an toàn bằng việc xây dựng nguyên tắc cũng như các quy phạm pháp luật cụ thể ràng buộc các chủ thể này, trong đó có các biện pháp chế tài tương xứng và nghiêm khắc.

Pháp luật phải quy định về trách nhiệm, cơ chế phát hiện các hành vi xâm phạm an toàn thông tin mạng nói chung và thông tin phục vụ cho hoạt động giao dịch TMĐT nói riêng theo hướng cụ thể, chặt chẽ và minh bạch.

Thứ hai, tăng cường năng lực và hiệu quả hoạt động của tổ chức bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT

Một là, công nhận tổ chức bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT là một tổ chức xã hội đặc thù, trên cơ sở đó tổ chức bảo vệ quyền lợi NTD mới được cấp kinh phí để có thể thực thi tốt chức trách của mình.

Hai là, đối với tiền bồi thường thiệt hại vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi NTD trong giao dịch TMĐT do tổ chức bảo vệ quyền lợi NTD khởi kiện vì lợi ích công cộng, cần có quy định trích để lập quỹ, phục vụ hoạt động của tổ chức bảo vệ quyền lợi NTD.

Đẩy mạnh triển khai hoạt động việc giao các nhiệm vụ gắn với nhiệm vụ của cơ quan quản lý nhà nước; tạo điều kiện tiếp cận với các phương tiện khoa học kỹ thuật, các thiết bị kỹ thuật tiên tiến. Bên cạnh đó, xây dựng và phát triển mạng lưới giám sát, hoạt động của Hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT đến tận cấp xã, phường.

Thứ ba, triển khai hoạt động của cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT

Hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT phải được thực hiện thường xuyên, xem trọng công tác phòng ngừa; các quy định của pháp luật phải kiểm soát chặt chẽ những hoạt động của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ ngay từ giai đoạn đầu tiên như: đảm bảo quyền lợi của NTD ngay từ thời điểm hợp đồng được xác lập; đảm bảo chất lượng hàng hóa ngay từ giai đoạn chuẩn bị đưa hàng hóa vào lưu thông trên thị trường. Kết hợp với công tác phòng ngừa là việc xử lý nghiêm khắc, triệt để mọi hành vi vi phạm pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT nhằm ngăn ngừa, răn đe, giáo dục ý thức chấp hành pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT của tất cả các tổ chức, cá nhân kinh doanh có liên quan.

Thứ tư, hợp tác quốc tế về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT

Chính sách pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong lĩnh vực giao dịch TMĐT của Việt Nam trong những năm qua đã có bước phát triển nhất định. Tuy nhiên, nếu so sánh với các nước phát triển thì chúng ta còn đi sau một quãng

đường rất dài. Từ lẽ đó, việc tăng cường mở rộng và nâng cao hiệu quả hợp tác quốc tế về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT là hết sức cần thiết, qua đó chia sẻ thông tin, học hỏi kinh nghiệm về công tác bảo vệ NTD của các quốc gia có nền kinh tế phát triển, có kinh nghiệm về công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT. Tăng cường hợp tác đào tạo nguồn nhân lực, khuyến khích nghiên cứu, áp dụng chuyên gia các thành tựu khoa học và công nghệ về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Nghiên cứu, đánh giá thực trạng các quy định pháp luật Việt Nam hiện hành về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT để từ đó đưa ra những ưu điểm, hạn chế và dự liệu phương hướng khắc phục là vấn đề hết sức cần thiết. Phân tích trên cho thấy các quy định pháp luật đã tạo ra một khung pháp lý đối với hành vi gây nhầm lẫn, lừa dối khách hàng, cưỡng bức, lạm dụng.... người tiêu dùng của tổ chức, cá nhân trong quan hệ thương mại được thực hiện bằng các phương tiện điện tử có kết nối Internet, mạng viễn thông và các mạng mở khác, đáp ứng một phần không nhỏ công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT. Tuy nhiên, bên cạnh những thành tựu đạt được thì các quy định pháp luật vẫn còn nhiều bất cập, tồn tại, hạn chế. Thế nên, thời gian qua NTD vẫn chưa an toàn trước những vụ việc đánh cắp thông tin, hàng hóa, dịch vụ không như cam kết,... hoạt động quản lý về lĩnh vực bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT của cơ quan Nhà nước còn yếu, thiếu, chưa hiệu quả để ngăn chặn các hành vi vi phạm cũng như hỗ trợ NTD.

Để khắc phục tình hình trên, vấn đề không thể không làm là tiếp tục hoàn thiện pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT trên cơ sở đưa ra các phương hướng, giải pháp phù hợp, khả thi sao cho tương thích với điều kiện hoàn cảnh cụ thể của thực tiễn nền kinh tế, xã hội Việt Nam. Đồng thời phù hợp với xu thế vận động và phát triển chung của hội nhập quốc tế cũng như đáp ứng nhu cầu xây dựng Nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa.

KẾT LUẬN

Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT đang là một vấn đề cấp thiết của toàn xã hội trong tình hình hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng như ở nước ta hiện nay. Các vụ việc xâm hại quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT đang xảy ra ngày càng nhiều và gây tổn thất lớn cho người tiêu dùng. Trong khi đó, hệ thống quy phạm pháp luật chưa đảm bảo tính nhất quán về mặt hình thức cũng như nội dung; cơ chế phối hợp giữa các cơ quan thiếu chặt chẽ; ý thức pháp luật của NTD còn nhiều hạn chế; quy định pháp luật chưa dự liệu trong giải quyết tranh chấp vượt qua biên giới lãnh thổ... Vì thế, vấn đề NTD và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT cần được thực hiện một cách đồng bộ và hiệu quả hơn. Công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT cần được sự ủng hộ và quan tâm của Nhà nước, tổ chức, cá nhân kinh doanh và toàn xã hội.

Nhận thức được tầm quan trọng và sự cần thiết phải bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT nhằm đảm bảo quyền con người, công bằng xã hội, sự phù hợp với đặc điểm văn hóa, thói quen của người Việt Nam, tác giả đã chọn đề tài "*Pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử*" làm luận văn cao học cho mình. Luận văn đã nghiên cứu chỉ ra những nội dung cơ bản của pháp luật bảo vệ người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT, phân tích hệ thống các quy định pháp luật và đồng thời giới thiệu về pháp luật quốc tế và một số quốc gia trên thế giới trong lĩnh vực này. Bên cạnh đó, luận văn cũng đưa ra những thực trạng, thực tiễn áp dụng pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT ở Việt Nam thời gian qua để từ đó có những định hướng, giải pháp đề xuất nhằm tháo gỡ khó khăn về công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT. Tạo điều kiện cho NTD và tổ chức, cá nhân kinh doanh nhận thức đầy đủ về quyền, nghĩa vụ của mình khi tham gia hoạt động giao dịch TMĐT./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

I. CÁC VĂN BẢN PHÁP LUẬT

1. Liên Hợp Quốc (1985), *Hướng dẫn của Liên Hợp Quốc về Bảo vệ người tiêu dùng*, Nghị quyết số 39/248;
2. Quốc hội (2005), *Luật Giao dịch điện tử*, Luật số 51/2005/QH11;
3. Quốc hội (2010), *Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng*, Luật số 59/2010/QH12;
4. Chính phủ (2010), Nghị định số 45/2010/NĐ-CP ngày 21/04/2010, *Quy định về tổ chức, hoạt động và quản lý hội*;
5. Chính phủ (2011), Nghị định số 99/2011/NĐ-CP ngày 27/10/2011, *Quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng*;
6. Chính phủ (2013), Nghị định số 185/2013/NĐ-CP ngày 15/11/2013, *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*;
7. Bộ Công thương (2014), Thông tư số 47/2014/TT-BCT ngày 5/12/2014, *Quy định về quản lý website thương mại điện tử*;
8. Chính phủ (2015), Nghị định số 124/2015/NĐ-CP ngày 19/11/2015, *Sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 185/2013/NĐ-CP 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*;
9. Chính phủ (2015), Nghị định số 127/2015/NĐ-CP ngày 14/12/2015, *Tổ chức và hoạt động thanh tra ngành công thương*;

II. CÁC TÀI LIỆU THAM KHẢO

10. Đoàn Văn Trường (2002), “*Nghiên cứu người tiêu dùng những vấn đề về việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ở Việt Nam*”, Nxb Khoa học và kỹ thuật, Hà Nội;
11. Bùi Thị Long (2007), “*Pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng ở Việt Nam trong giai đoạn hiện nay*”, Luận văn Cao học, Viện Nhà nước và Pháp luật;
12. Viện Khoa học pháp lý, Bộ Tư pháp (2008), “*Pháp luật bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam thực trạng và hướng hoàn thiện*”, thông tin Khoa học pháp lý, số 1/2008;
13. Nguyễn Như Phát (2010), *Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng: Từ hai góc nhìn Á – Âu*, Hội thảo Pháp ngữ khu vực diễn ra trong 2 ngày 27 - 28/9/2010 do Nhà Pháp luật Việt – Pháp và Cục Quản lý cạnh tranh (Bộ Công thương) tổ chức với sự hỗ trợ của Bộ Ngoại giao CH Pháp và Tổ chức quốc tế Pháp ngữ;
14. Vũ Đức Tuấn (2011), *Những quy định pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của Việt Nam và những vấn đề đặt ra*, Luận văn tốt nghiệp, Khoa Quản trị kinh doanh - Đại học Ngoại thương;
15. Mai Thị Thanh Tâm (2012), *Nghĩa vụ của người kinh doanh hàng hóa, dịch vụ trong việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng*, Khóa luận tốt nghiệp, Khoa Luật - Đại học Quốc gia Hà Nội;
16. Ngô Thị Út Quyên (2012), *Pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng của một*

số nước trên thế giới và kinh nghiệm đối với Việt Nam, Khóa luận tốt nghiệp, Khoa Luật - Đại học Quốc gia Hà Nội;

17. Đinh Thế Hưng (2012), *Thông tin bất cân xứng và vai trò hiệu chỉnh của xã hội dân sự*, Tham luận tại Hội thảo khoa học của Đề tài nghiên cứu cấp Bộ mã số 36/KHXH-HĐKH-CT11-16-05 “Các xu hướng hợp tác giữa Nhà nước với thị trường và xã hội dân sự trong Nhà nước pháp quyền”, Thành phố Hồ Chí Minh;

18. Trần Thanh Điện (2013), *Tài liệu hướng dẫn học tập thương mại điện tử*, Đại học Cần Thơ;

19. Tùng Bách (2013), *Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử*, Cục quản lý cạnh tranh, website: vca.gov.vn;

20. Phan Khánh An (2013), *Nhìn l Khánh An (2013)*, ebsite: vca.gov.vn; dịch thương mại điện tử hướng hợp tác giữa Nhà nước với thị trường, Mn l Khánh An (2013), ebsite: vca.gov.vn; dịch thương mại của Cục Quản lý cạnh tranh, Bộ Công Thương;

21. Phan Ngọc Đài Trang, Nguyễn Thanh Trúc, Lê Thanh Thảo, Biện Văn Long và Đỗ Xuân Đạt (2013), *Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử*, Khoa Công nghệ thông tin, Đại học Công nghệ Đồng Nai;

22. TS.Lại Kiên Cường (2014), *Phòng ngừa tội phạm trong lĩnh vực thương mại điện tử của lực lượng Cảnh sát nhân dân*, Học viện Cảnh sát nhân dân - Bộ Công an;

23. Đoàn Quang Đông (2014), *Mô hình quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng phổ biến trên thế giới*, Bản tin cạnh tranh và người tiêu dùng, số 47;

24. Vũ Hải Việt (2014), *Bảo vệ người tiêu dùng khi tham gia giao dịch qua mạng điện tử*, Số chuyên đề 1, Tạp chí Dân chủ pháp luật;

25. Cao Xuân Quảng (2014), *Bảo vệ thông tin cá nhân trong các giao dịch tiêu dùng*, tr.15-18, số 47, Tạp chí Bản tin cạnh tranh và người tiêu dùng;

26. N.H (2015), *Pháp luật của các nước trên thế giới về bảo vệ người tiêu dùng*, Tạp chí Bưu chính và Viễn thông, website: tapchibcv.gov.vn;

27. GS.TS. Nguyễn Thị Mơ (2015), *Cẩm nang pháp lý về hợp đồng điện tử*, Nxb Lao động Xã hội;

28. Bùi Hiền (2016), *Pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử*, Tạp chí Dân chủ và Pháp luật, website: tcđcpl.moj.gov.vn;

29. Cục Quản lý cạnh tranh - Bộ Công thương (2016), *Báo cáo kết quả khảo sát người tiêu dùng*;

30. Cục Quản lý cạnh tranh - Bộ Công thương (2016), *Hỏi đáp pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng*, Nxb Hồng Đức, Hà Nội;

31. Trần Thị Thu Hiền, *Thương mại điện tử và thực trạng, giải pháp ở Việt Nam*, Khóa luận tốt nghiệp, Đại học Ngoại thương;

32. Trần Thị Thập (2016), *Đảm bảo an toàn thông tin trong thương mại điện tử Mô hình từ doanh nghiệp đến doanh nghiệp ở Việt Nam*, Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông;

33. Hiệp hội thương mại điện tử Việt Nam (2017), *Chỉ số thương mại điện tử Việt Nam năm 2017*./.