



**CỤC CẠNH TRANH
VÀ BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG**



**CHƯƠNG TRÌNH PHÁT TRIỂN
LIÊN HỢP QUỐC**

BỘ QUY TẮC

HƯỚNG DẪN KINH DOANH CÓ TRÁCH NHIỆM VÌ NGƯỜI TIÊU DÙNG TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TẠI VIỆT NAM

(DÀNH CHO NGƯỜI BÁN HÀNG)

(Bản đầy đủ)

Năm 2023

Các ý kiến, phân tích và khuyến nghị trong tài liệu này không phản ánh quan điểm của các tổ chức đối tác hoặc đại diện cho các quan điểm của Liên Hợp Quốc, bao gồm cả Chương trình Phát triển Liên Hợp Quốc (UNDP), và Bộ Công Thương.

Các ký hiệu được sử dụng và việc trình bày tài liệu trên bản đồ không ngụ ý thể hiện bất kỳ quan điểm nào của Ban Thư ký Liên Hợp Quốc hoặc UNDP liên quan đến tình trạng pháp lý của bất kỳ quốc gia, vùng lãnh thổ, thành phố, khu vực, hoặc các cơ quan chức năng, hoặc liên quan đến việc phân định biên giới hoặc ranh giới.

MỤC LỤC

MỤC LỤC	2
LỜI NÓI ĐẦU	3
Q&A VỀ BỘ QUY TẮC	5
Q1: Kinh doanh có trách nhiệm là gì?	5
Q2: Bộ Quy tắc hướng dẫn Kinh doanh có trách nhiệm vì Người tiêu dùng trong Thương mại điện tử (dành cho người bán hàng) là gì?	5
Q3: Đối tượng nên đọc Bộ Quy tắc này?	5
Q4: Cấu trúc của Bộ Quy tắc	6
Q5: Cách sử dụng Bộ Quy tắc	7
Q6: Bộ Quy tắc này có bắt buộc không?	7
TÓM TẮT BỘ QUY TẮC	8
HƯỚNG DẪN CHI TIẾT	12
Tiêu chuẩn I: Nguồn hàng	12
Tiêu chí 1: Lựa chọn mặt hàng kinh doanh	12
Tiêu chí 2: Lựa chọn nhà cung cấp	15
Tiêu chuẩn II: Vận hành	16
Tiêu chí 3: Xây dựng văn hóa kinh doanh có trách nhiệm vì người tiêu dùng	16
Tiêu chí 4: Bảo vệ môi trường	16
Tiêu chuẩn III: Bán hàng	18
Tiêu chí 5: Quảng cáo, đăng tải thông tin sản phẩm	18
Tiêu chí 6: Đóng gói, vận chuyển, thanh toán và giao hàng	21
Tiêu chí 7: Hậu mãi	21
Tiêu chí 8: Xử lý khiếu nại và tham gia giải quyết tranh chấp với khách hàng, người tiêu dùng	23
Tiêu chuẩn IV: Tuân thủ pháp luật và kinh doanh, cạnh tranh lành mạnh	24
Tiêu chí 9: Tuân thủ pháp luật	24
Tiêu chí 10: Kinh doanh, cạnh tranh lành mạnh	26
PHỤ LỤC 1:	27
PHỤ LỤC 2:	30

LỜI NÓI ĐẦU

Bán hàng trên các nền tảng thương mại điện tử đang phát triển rất mạnh mẽ trên toàn thế giới cũng như tại Việt Nam trong những năm trở lại đây. Hình thức kinh doanh này có nhiều ưu điểm và được đón nhận rộng rãi. Nhiều người bán hàng đã chuyển hướng từ kinh doanh truyền thống sang bán qua sàn thương mại điện tử hoặc kết hợp cả hai.

Chương trình Phát triển Liên Hợp Quốc tại Việt Nam (UNDP Việt Nam) phối hợp với Cục Cảnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng (Cục CT&BVNTD), Bộ Công Thương đồng hành thực hiện sáng kiến “*Thúc đẩy Kinh doanh có trách nhiệm trong Thương mại điện tử tại Việt Nam*” nhằm khuyến khích hoạt động thương mại điện tử phát triển một cách lành mạnh, bền vững. ***Bộ Quy tắc hướng dẫn Kinh doanh có trách nhiệm vì Người tiêu dùng trong Thương mại điện tử (dành cho người bán hàng)*** là một trong những hoạt động có ý nghĩa trong khuôn khổ sáng kiến này.

Bộ Quy tắc này tập hợp những hướng dẫn giúp người bán hàng kinh doanh bền vững và hiệu quả hơn, giảm thiểu các tác động tiêu cực đến môi trường và xã hội từ hoạt động kinh doanh. Bộ Quy tắc này được xây dựng dựa trên cơ sở Nguyên tắc hướng dẫn về kinh doanh và quyền con người của Liên hợp quốc (UNGPs).

Chúng tôi hiểu rằng, việc tuân thủ các Quy tắc này có thể làm gia tăng một phần nhỏ chi phí hoặc thời gian cho những người bán hàng. Tuy nhiên, kinh doanh có trách nhiệm có thể mang lại nhiều lợi ích cho người bán hàng trên mạng, ví dụ như giữ chân được khách hàng và người lao động; tránh bị xử phạt bởi cơ quan nhà nước; cải thiện quan hệ với các đối tác; đóng góp cho cộng đồng và môi trường nơi kinh doanh. Do đó, chúng tôi rất mong những người kinh doanh có thể cùng nhau thực hiện Bộ Quy tắc này.

Chúng tôi hy vọng Bộ Quy tắc này không chỉ giúp cho hoạt động kinh doanh của các thương nhân phát triển, mang lại thu nhập bền vững cho bản thân mà còn giúp mang lại các giá trị tốt hơn cho người tiêu dùng, cộng đồng và xã hội. Chúng tôi đã cố gắng xây dựng Bộ Quy tắc với bố cục đơn giản, dễ tra cứu; ngôn từ thân thiện, dễ hiểu để dành cho mọi người. Tuy nhiên, chúng tôi cũng nhận thức được rằng Bộ Quy tắc chắc chắn không thể đáp ứng được tất cả các nhu cầu của đa dạng các đối tượng và sẽ cần hoàn thiện hơn trong tương lai.

LỜI CẢM ƠN

Bộ Quy tắc hướng dẫn Kinh doanh có trách nhiệm vì Người tiêu dùng trong Thương mại điện tử (dành cho người bán hàng) (*sau đây gọi tắt là Bộ Quy tắc*) là kết quả của lần đầu tiên hợp tác chặt chẽ và có ý nghĩa giữa Chương trình Phát triển Liên Hợp Quốc (UNDP) tại Việt Nam và Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng (Cục CT&BVNTD), Bộ Công Thương trong sáng kiến “Thúc đẩy kinh doanh có trách nhiệm trong Thương mại điện tử tại Việt Nam”.

Bộ Quy tắc được thiết kế và xây dựng bởi nhóm chuyên gia, gồm: Ông Nguyễn Văn Huân (Điều phối viên chương trình Kinh doanh và Quyền con người, UNDP Việt Nam), ông Nguyễn Minh Đức (Chuyên gia tư vấn UNDP), và bà Nguyễn Thị Hồng Vân (Chuyên gia tư vấn UNDP).

Bộ Quy tắc đã luôn nhận được sự quan tâm, hướng dẫn, chỉ đạo của các cơ quan, tổ chức là UNDP Việt Nam và Bộ Công Thương, đặc biệt là ông Patrick Haverman (Phó Trưởng đại diện thường trú, UNDP Việt Nam), bà Diana Torres (Trợ lý Đại diện thường trú kiêm Trưởng phòng Quản trị và Tham gia, UNDP Việt Nam), và bà Nguyễn Quỳnh Anh (Phó Cục trưởng Cục CT&BVNTD, Bộ Công Thương).

Xin chân thành cảm ơn ông Yuji Shinohara (Chuyên gia quản trị, UNDP Việt Nam), bà Vương Hồng Ngọc (Điều phối Chương trình Thanh niên, UNDP Việt Nam), ông Phan Thế Thắng (Phó Trưởng phòng Bảo vệ người tiêu dùng, Cục CT&BVNTD, Bộ Công Thương), bà Lê Thị Hà (Trưởng phòng Chính sách, Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số, Bộ Công Thương), ... đã đóng góp ý kiến trong quá trình xây dựng và phát triển Bộ Quy tắc.

Xin gửi lời cảm ơn sâu sắc tới các cơ quan, tổ chức, như: Cục CT&BVNTD, Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số (iDEA), Vụ Pháp chế thuộc Bộ Công Thương, Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM), Hội Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam (VICOPRO) vì những đóng góp giá trị trong việc giúp Bộ Quy tắc đáp ứng yêu cầu đa dạng và phù hợp với đối tượng thụ hưởng và các bên liên quan.

Trang bìa Bộ Quy tắc và đồ họa hình ảnh được thiết kế bởi bà Đỗ Nguyệt Hà (Chuyên viên truyền thông Chương trình Kinh doanh có trách nhiệm). Ông Phạm Văn Hùng đã giúp thu thập và xác minh một số dữ liệu, thông tin.

Q&A VỀ BỘ QUY TẮC

Q1: Kinh doanh có trách nhiệm là gì?

Kinh doanh có trách nhiệm (RBPs) là hoạt động kinh doanh tuân thủ pháp luật và thực hiện các biện pháp đánh giá, ngăn ngừa, giảm thiểu và khắc phục các tác động bất lợi của hoạt động kinh doanh đối với con người, môi trường và xã hội. RBPs góp phần đóng góp cho xã hội và sự phát triển bền vững. Kinh doanh có trách nhiệm là khi các doanh nghiệp vẫn bảo đảm mục tiêu có lợi nhuận, nhưng không mù quáng bất chấp, mà luôn đề tâm điều chỉnh hoạt động kinh doanh sao cho giảm thiểu tác động xấu đến người khác. Nói cách khác, kinh doanh có trách nhiệm chính là “bán hàng có tâm”, có tâm với khách hàng, có tâm với người lao động, có tâm với môi trường và xã hội.

Bất kỳ một doanh nghiệp hay cá nhân kinh doanh nào cũng đều có thể thực hành các nguyên tắc chung về kinh doanh có trách nhiệm. Chúng tôi xây dựng Bộ Quy tắc này nhằm cụ thể hoá các nguyên tắc chung về kinh doanh có trách nhiệm dành riêng cho lĩnh vực thương mại điện tử.

Q2: Bộ Quy tắc hướng dẫn Kinh doanh có trách nhiệm vì Người tiêu dùng trong Thương mại điện tử (dành cho người bán hàng) là gì?

Bộ Quy tắc là tập hợp các chỉ dẫn khuyến khích người bán hàng thương mại điện tử kinh doanh có trách nhiệm. Các chỉ dẫn này bao gồm những hướng dẫn tuân thủ các quy định của pháp luật và hướng dẫn nâng cao mang tính tự nguyện áp dụng.

Chúng tôi hiểu rằng, người bán hàng đương nhiên phải tuân thủ các quy định của pháp luật, nhưng không phải ai cũng biết cách tra cứu văn bản pháp quy để tuân thủ cho đúng. Chính vì vậy, đối với các nội dung mang tính pháp luật bắt buộc, bộ quy tắc này sẽ hướng dẫn nguyên lý chung và cách tìm kiếm các quy định thường gặp để giúp người bán dễ dàng tuân thủ.

Các hướng dẫn nâng cao mang tính tự nguyện áp dụng được lựa chọn tập hợp từ kinh nghiệm thực tiễn tốt đã được thực hiện trong lĩnh vực thương mại điện tử hoặc các lĩnh vực khác có liên quan nhằm đáp ứng kỳ vọng của xã hội. Những quy tắc được lựa chọn theo hướng phù hợp với những người bán hàng nhỏ lẻ trên các nền tảng hoặc website thương mại điện tử.

Q3: Đối tượng nên đọc Bộ Quy tắc này?

Các cá nhân, cửa hàng nhỏ lẻ, các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ trong thương mại điện tử là đối tượng chính mà Bộ Quy tắc này hướng đến. Những người bán hàng này có thể tìm thấy ở đây các hướng dẫn đơn giản, dễ hiểu phù hợp với công việc kinh doanh hàng ngày như lựa chọn mặt hàng kinh doanh, đăng tải thông tin sản phẩm, đóng gói và giao hàng, hậu mãi và cả những vấn đề như quan hệ với tài xế giao hàng, với sàn thương mại điện tử và hàng xóm nơi kinh doanh.

Lưu ý rằng, đây không phải là Bộ Quy tắc hướng dẫn thực hiện các công việc kinh doanh hàng ngày nhằm đem lại lợi nhuận. Chúng tôi tin rằng người bán hàng giỏi hơn chúng tôi rất nhiều trong việc mang lại doanh thu và tiết giảm chi phí. Tuy nhiên, trong nhiều lúc xao nhãng, người bán hàng có thể vô tình gây tác động tiêu cực đến môi trường, xã hội, và người tiêu dùng từ những hoạt động kinh doanh đó. Bộ Quy tắc này giúp người bán đề tâm hơn đến những hành động nhỏ nhưng ý nghĩa lớn của mình.

Các doanh nghiệp lớn bán hàng qua thương mại điện tử cũng có thể tham khảo nội dung của Bộ Quy tắc này để củng cố thêm vấn đề trách nhiệm xã hội và phát triển bền vững của doanh nghiệp mình. Chúng tôi cũng hiểu rằng việc vận hành một doanh nghiệp lớn có những điểm khác biệt tương đối với các cá nhân và doanh nghiệp nhỏ, vì vậy, không phải nội dung nào trong Bộ quy tắc cũng phù hợp với doanh nghiệp lớn, và có nhiều nội dung doanh nghiệp lớn có thể thực hiện lại chưa được đưa vào Bộ Quy tắc này. Dù vậy, chúng tôi vẫn hy vọng rằng đây là tài liệu tham khảo (dù một phần hoặc toàn phần) trong quá trình thực hiện hoạt động kinh doanh hoặc trong quá trình tự xây dựng các quy định về trách nhiệm xã hội và phát triển bền vững của doanh nghiệp.

Ngoài ra, các đối tượng khác cũng có thể tham khảo, sử dụng các nội dung trong Bộ Quy tắc này, bao gồm:

- **Người tiêu dùng:** có thể dựa trên Bộ Quy tắc này để đánh giá và lựa chọn hàng hoá và dịch vụ của những người bán hàng kinh doanh có trách nhiệm. Ví dụ, khi băn khoăn so sánh sản phẩm cùng loại của một số shop bán hàng trên mạng, ngoài các yếu tố về giá cả và hậu mãi, người tiêu dùng có thể ưu tiên mua hàng của một shop có cam kết thực hành kinh doanh có trách nhiệm nói chung, hoặc cam kết sử dụng bao gói tái chế, vận chuyển thân thiện với môi trường hoặc không sử dụng lao động trẻ em nói riêng. Thông qua đó, người tiêu dùng cũng đã thể hiện trách nhiệm của mình đối với cộng đồng.

- **Các sàn thương mại điện tử** có thể tham khảo Bộ Quy tắc này để đánh giá và xếp hạng người bán trên sàn của mình. Hiện nay, hầu hết các sàn thương mại điện tử đã xây dựng các điều khoản và quy định điều chỉnh hành vi của người bán hàng, tập trung chủ yếu nhằm bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng và quyền lợi của chính sàn thương mại điện tử. Bộ Quy tắc này có thể giúp các sàn rà soát và bổ sung thêm các quy định của mình nhằm giúp cho toàn bộ chuỗi giá trị của hoạt động kinh doanh mang lại tác động tích cực hơn cho xã hội. Các sàn thương mại điện tử cũng có thể thực hiện các chương trình mua sắm, kích cầu dựa trên các người bán đã thực hiện tốt các hướng dẫn trong Bộ Quy tắc.

- **Các doanh nghiệp cung cấp giải pháp hỗ trợ** như dịch vụ phần mềm, ứng dụng quản lý cửa hàng, bên vận tải, logistics, dịch vụ xuất nhập khẩu: có thể tham khảo các nội dung trong Bộ quy tắc này, và áp dụng vào sản phẩm, dịch vụ của mình để hỗ trợ người bán trên sàn tuân thủ các quy tắc này, chẳng hạn ứng dụng quản lý bán hàng có thể thống kê chi tiết các thông tin về thời gian trả lời khách hàng, đơn hàng hoàn hủy không có lý do chính đáng; hoặc các đơn vị vận chuyển có thể áp dụng chính sách phù hợp với các hàng hóa có yêu cầu điều kiện vận chuyển đặc biệt, hay hàng hóa từ động, thực vật hoang dã.

Q4: Cấu trúc của Bộ Quy tắc

Bộ Quy tắc được sắp xếp theo nhóm, chia theo quy trình kinh doanh trong chuỗi cung ứng: (1) nguồn hàng; (2) vận hành; (3) bán hàng; và (4) tuân thủ pháp luật và kinh doanh, cạnh tranh lành mạnh, bao gồm 10 tiêu chí với các hướng dẫn thực hiện cơ bản.

Các hướng dẫn thực hiện cơ bản được chia thành 3 nhóm và đánh giá theo mức độ tuân thủ sau:

- Mức độ tuân thủ **Cần làm** được áp dụng cho các nội dung thực hiện được coi là thiết yếu và cần được tuân thủ ngay lập tức do yêu cầu bắt buộc của quy định pháp luật trong nước và tiêu chuẩn quốc tế hoặc bối cảnh hiện tại của Việt Nam. Các hướng dẫn “cần làm” này được thể hiện bằng màu đỏ.

- Mức độ tuân thủ **Nên làm** là các quy tắc giúp ngăn ngừa và giảm nhẹ các tác động tiêu cực của hoạt động kinh doanh mà không bắt buộc theo pháp luật. Áp dụng cho các nội dung thực hiện được coi là quan trọng và cần được tuân thủ theo một lộ trình nhất định, đang trong quá trình tuân thủ. Các khuyến nghị “nên làm” được thể hiện bằng màu xanh lá.
- Mức độ **Khuyến khích làm** là các khuyến nghị giúp gia tăng giá trị cho xã hội, môi trường. Các khuyến nghị hay thông lệ này không bắt buộc áp dụng, mà chỉ coi là gợi ý tham khảo, người bán có thể thực hiện hoặc không, tùy theo hoàn cảnh và điều kiện cụ thể của mình. Đây là các khuyến nghị hoặc các thực tiễn tốt giúp người bán nâng cao trách nhiệm với cộng đồng, xã hội và môi trường. Các khuyến nghị “khuyến khích làm” được thể hiện bằng màu cam.

Q5: Cách sử dụng Bộ Quy tắc

Người bán hàng nhỏ lẻ trên các nền tảng thương mại điện tử (website, mạng xã hội, sàn thương mại điện tử) có thể sử dụng Bộ Quy tắc như một cuốn cẩm nang hướng dẫn tuân thủ trong hoạt động kinh doanh của mình.

Người bán hàng không nhất thiết phải thực hiện toàn bộ các hướng dẫn trong này, mà điều quan trọng là họ có thể theo dõi, đặt mục tiêu và nỗ lực hoàn thành từng hướng dẫn trong Bộ Quy tắc. Cụ thể, trước khi tham gia, người bán hàng nên tự đánh giá mức độ đạt được các hướng dẫn, sau đó tự đặt mục tiêu và thực hiện nhằm đạt thêm các hướng dẫn khác trong Bộ Quy tắc này. Khuyến khích người bán theo dõi thường xuyên để điều chỉnh các tiêu chí, mục tiêu và cách thực hiện cho phù hợp

Việc sử dụng Bộ Quy tắc này có ý nghĩa khi người bán thể hiện sự tiến bộ trong việc thực hiện các hướng dẫn này.

Trong bối cảnh thế giới đang chuyển dịch theo hướng các hoạt động kinh doanh có trách nhiệm, người bán hàng được đặc biệt khuyến khích tích cực thông tin về việc tuân thủ Bộ Quy tắc và bất kỳ tiến triển nào của mình trong việc tuân thủ Bộ Quy tắc tới người dùng và các bên liên quan, chẳng hạn: công bố việc tuân thủ và các tiến độ trên kênh bán hàng. Điều này có thể giúp nâng cao danh tiếng, thu hút nhiều khách hàng hơn và hỗ trợ các lợi ích lâu dài.

Q6: Bộ Quy tắc này có bắt buộc không?

Bộ Quy tắc này không phải là một văn bản pháp lý mang tính bắt buộc áp dụng. Việc áp dụng Bộ Quy tắc này, dù là đối tượng sử dụng nào, cũng hoàn toàn tự nguyện. Người sử dụng cũng hoàn toàn có thể chỉ lựa chọn một số phần của Bộ Quy tắc để áp dụng, phù hợp với yêu cầu và định hướng của họ.

Tuy nhiên, cần lưu ý rằng, một số hướng dẫn liệt kê lại các trách nhiệm pháp lý bắt buộc, và do đó người bán có trách nhiệm tuân thủ theo quy định pháp luật (không phải do Bộ quy tắc này viết là bắt buộc). Nếu pháp luật bãi bỏ quy định này, tương ứng, hướng dẫn đó sẽ trở thành hướng dẫn tự nguyện.

TÓM TẮT BỘ QUY TẮC

Tiêu chuẩn – Tiêu chí		Nội dung thực hiện cơ bản	Mức độ tuân thủ
Nguồn hàng	Lựa chọn mặt hàng kinh doanh	Không kinh doanh những mặt hàng, dịch vụ cấm kinh doanh, không kinh doanh ngành nghề cấm đầu tư kinh doanh theo quy định pháp luật	Cần làm
		Chỉ kinh doanh những mặt hàng bảo đảm an toàn cho người sử dụng theo các quy định của pháp luật về chất lượng sản phẩm hàng hoá.	Cần làm
		Bảo đảm an toàn vệ sinh đối với thực phẩm, đồ ăn, thức uống.	Cần làm
		Không kinh doanh hàng mạo nhãn hiệu, xuất bản phẩm sao chép lậu.	Cần làm
		Không nhập hàng hoá mà bạn biết là có nguồn gốc bất hợp pháp như hàng nhập lậu, trộm cắp, khai thác trái phép.	Cần làm
	Lựa chọn nhà cung cấp	Lựa chọn nhập hàng của các đối tác có uy tín, kinh doanh có trách nhiệm vì người tiêu dùng, đảm bảo hợp tác lâu dài, bền vững và đóng góp vào sự phát triển chung của xã hội	Nên làm
Vận hành	Xây dựng văn hóa kinh doanh có trách nhiệm vì người tiêu dùng	Phổ biến văn hóa về kinh doanh có trách nhiệm vì người tiêu dùng đến toàn bộ nhân viên	Nên làm
		Đào tạo, tập huấn nhân viên về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng	Nên làm
	Bảo vệ môi trường	Tiết kiệm điện và nước, ưu tiên sử dụng thiết bị tiết kiệm điện.	Có thể làm
		Giảm thiểu rác thải trong quá trình đóng gói hàng hóa thương mại điện tử.	Nên làm
		Giảm thiểu khí thải gây ô nhiễm không khí và hiệu ứng nhà kính trong hoạt động thương mại điện tử.	Có thể làm

Bán hàng	Quảng cáo	Không tạo logo, hình ảnh, tên gọi, tên miền gây nhầm lẫn với các thương hiệu nổi tiếng. Không được sử dụng thông tin, hình ảnh, địa chỉ liên lạc của các thương hiệu để lừa dối người mua hàng.	Cần làm
		Cung cấp đầy đủ, chính xác thông tin về tên gọi, chất lượng, số lượng, nguồn gốc, giá cả, giá vận chuyển, hướng dẫn sử dụng và các thông tin khác về đơn hàng.	Cần làm
		Hình ảnh, video giới thiệu hàng hoá phải giống với hàng hoá thật nhất có thể.	Nên làm
		Khi trả tiền cho người nổi tiếng để quảng cáo thì cần thể hiện rõ đây là nội dung quảng cáo.	Nên làm
		Bảo đảm các hình ảnh, video, miêu tả sản phẩm là do mình làm ra hoặc được phép sử dụng; không ăn cắp ảnh, video của đối thủ cạnh tranh.	Nên làm
		Không dùng hình ảnh, video có nội dung phân biệt đối xử, dung tục, bạo lực.	Cần làm
		Không quảng cáo làm phiền, gây khó chịu cho khách hàng.	Nên làm
		Sử dụng hình ảnh, video phù hợp với lứa tuổi khi bán hàng hoá cho trẻ em.	Cần làm
		Ưu tiên dùng hình ảnh, thông tin thể hiện văn hoá bản địa, mang giá trị nhân văn.	Có thể làm
		Không thực hiện các hành vi gian lận như tự mình hoặc nhờ người quen nhận xét, đánh giá tốt cho gian hàng của mình.	Nên làm
		Tư vấn tận tình cho khách hàng, không vì muốn bán nhiều mà tư vấn thái quá cho khách.	Nên làm
	Đóng gói, vận chuyển, thanh toán và giao hàng	Đóng gói hàng hoá phù hợp với sản phẩm nhằm tiết kiệm chi phí và đảm bảo yêu cầu bảo quản sản phẩm trong quá trình vận chuyển, lưu trữ và bảo quản.	Cần làm
		Đảm bảo thanh toán thuận tiện và an toàn cho khách hàng, người tiêu dùng	Cần làm
		Giao đúng hàng hoá như mô tả.	Cần làm

		Đối xử tử tế với tài xế như bố trí chỗ ngồi chờ, cho phép sử dụng nhà vệ sinh, cung cấp nước uống.	Nên làm
		Xây dựng và thực hiện chính sách bảo hành đối với sản phẩm, dịch vụ.	Cần làm
	Hậu mãi	Phản hồi nhanh, tận tình và hỗ trợ khách hàng, người tiêu dùng và các bên liên quan khác tối đa.	Nên làm
		Xây dựng quy trình chăm sóc khách hàng, người tiêu dùng trực tuyến.	Nên làm
		Xây dựng chính sách và quy trình xử lý sản phẩm có khuyết tật.	Cần làm
		Cam kết bảo mật các thông tin cá nhân của khách hàng, người tiêu dùng.	Cần làm
	Xử lý khiếu nại và tham gia giải quyết tranh chấp với khách hàng, người tiêu dùng	Cung cấp thông tin liên hệ để xử lý khiếu nại hoặc yêu cầu của khách hàng, người tiêu dùng.	Cần làm
		Xây dựng và công bố công khai quy trình xử lý khiếu nại hoặc yêu cầu của khách hàng, người tiêu dùng và các bên liên quan khác.	Cần làm
		Thiện chí, thân thiện trong quá trình giải quyết tranh chấp	Nên làm
		Tích cực, chủ động xử lý khiếu nại hoặc tranh chấp	Nên làm
		Trung thực khi cung cấp bằng chứng, thông tin	Cần làm
Tuân thủ pháp luật và Kinh doanh, cạnh tranh lành mạnh	Tuân thủ pháp luật	Làm thủ tục đăng ký doanh nghiệp hoặc đăng ký hộ kinh doanh (trừ trường hợp không phải đăng ký); xin các loại giấy phép kinh doanh có điều kiện cho từng ngành nghề tương ứng.	Cần làm
		Kê khai và nộp thuế đầy đủ.	Cần làm
		Tuân thủ đầy đủ các quy định khác của pháp luật	Cần làm
	Kinh doanh, cạnh tranh lành mạnh	Không thực hiện các hành vi phá hoại việc kinh doanh của đối thủ cạnh tranh như cố tình đặt, huỷ đơn, yêu cầu đổi trả hàng của đối thủ; cố tình đánh giá xấu sản phẩm của đối thủ.	Nên làm

		Không cố tình gợi ý khách hàng giao dịch không qua sàn; thông đồng với người mua hoặc bên vận chuyển để giả tạo giao dịch.	Nên làm
--	--	--	---------

DRAFT

HƯỚNG DẪN CHI TIẾT

Tiêu chuẩn I: Nguồn hàng

Tiêu chí 1: Lựa chọn mặt hàng kinh doanh

Trong thương mại điện tử, lựa chọn mặt hàng kinh doanh đáp ứng đúng nhu cầu và thị hiếu của khách hàng là yếu tố quan trọng để thành công. Người bán hàng có thể nhập toàn bộ hàng hoá từ nhà cung cấp, có thể nhập hàng thô rồi gia công, đóng gói thành phẩm để bán hoặc nhập nguyên vật liệu để tự sản xuất. Dù dưới hình thức nào, người bán cũng cần lưu ý trong toàn bộ quá trình sản xuất hàng hóa phải đáp ứng một số yêu cầu sau.

Không kinh doanh những mặt hàng, dịch vụ cấm kinh doanh, không kinh doanh ngành nghề cấm đầu tư kinh doanh theo quy định pháp luật

Người bán không được kinh doanh các loại hàng hoá, dịch vụ bị cấm, không kinh doanh ngành nghề cấm đầu tư kinh doanh theo quy định của pháp luật, bao gồm các mặt hàng được liệt kê tại Luật Đầu tư và Nghị định 59/2006/NĐ-CP. Các mặt hàng bị cấm có thể kể đến như vũ khí quân dụng, quân trang, ma túy, hóa chất bảng 1, pháo nổ, đồ chơi, mê tín dị đoan, động thực vật hoang dã quý hiếm, và các dịch vụ mại dâm, đánh bạc, đòi nợ thuê...¹

Kinh doanh những mặt hàng bảo đảm an toàn cho người sử dụng theo các quy định của pháp luật về chất lượng sản phẩm hàng hoá

Chất lượng của hàng hoá là một trong những yếu tố quan trọng nhất mà khách hàng quan tâm. Do vậy, người bán có trách nhiệm kiểm tra các thông tin về chất lượng hàng hóa và thông tin cho người tiêu dùng.

Đa phần các hàng hóa được quản lý theo quy định của Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hóa. Các mặt hàng gây mất an toàn, tiềm ẩn khả năng gây hại cho người, động vật, thực vật, tài sản, môi trường được gọi tắt là hàng hóa nhóm 2. Hàng hóa nhóm 2 được quản lý theo các quy định chất lượng tối thiểu mà hàng hóa bắt buộc phải đáp ứng. Ngược lại, các hàng hóa không có khả năng gây mất an toàn gọi là hàng hóa nhóm 1.

Các loại hàng hóa nhóm 2 tương đối đa dạng và được chia về cho các bộ chuyên ngành quản lý. Mỗi bộ lại ban hành một thông tư quy định danh mục hàng hóa nhóm 2 của riêng bộ mình. Ví dụ, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn quy định hàng hóa nhóm 2 của họ gồm thuốc thú y, thức ăn chăn nuôi, thuốc bảo vệ thực vật, phân bón...² Bộ Khoa học và Công nghệ quản lý một số mặt hàng nhóm 2 như mũ bảo hiểm cho người đi xe máy, các loại đồ chơi trẻ em, bình đun nước, bình nóng lạnh, máy lọc nước, máy sấy tóc, nồi cơm điện, quạt điện, bàn là, lò vi sóng, lò nướng, máy khoan cầm tay, đèn LED...³ Khi kinh doanh một mặt hàng, bạn cần kiểm tra các danh mục này để xem hàng hóa của bạn có thuộc diện bị quản lý hay không. Người bán có thể tham khảo danh mục các hàng hóa trên thông qua các văn bản pháp luật được liệt kê ở Phụ lục 2.

Nếu kinh doanh hàng hóa nhóm 2, hàng hóa đó buộc phải đáp ứng chất lượng tối thiểu. Chất lượng tối thiểu này được quy định tại các quy chuẩn kỹ thuật tương ứng với mỗi mặt hàng. Thông thường, nhà sản xuất hoặc nhà nhập khẩu đã phải bảo đảm hàng hóa đáp ứng

¹ Điều 6 Luật Đầu tư và Nghị định 59/2006/NĐ-CP

² Thông tư 16/2021/TT-BNNPTNT

³ Quyết định 3810/QĐ-BKHCN năm 2019, Quyết định 3115/QĐ-BKHCN năm 2020 sửa đổi Quyết định 3810/QĐ-BKHCN

được các quy chuẩn kỹ thuật hoặc có số đăng ký lưu hành thì mới được phép xuất xưởng hoặc nhập khẩu. Nếu tự sản xuất hoặc nhập khẩu hàng hoá để bán thì hàng hoá bắt buộc phải đáp ứng các quy chuẩn kỹ thuật trên. Người bán sẽ phải thuê các đơn vị có chức năng chứng nhận, kiểm định hàng hoá để làm thủ tục này và làm hồ sơ với cơ quan nhà nước.

Trong trường hợp không tự nhập khẩu hoặc sản xuất hàng hoá mà chỉ mua lại của bên bán buôn rồi bán lẻ theo hình thức thương mại điện tử thì người bán cần yêu cầu nhà sản xuất, nhập khẩu cung cấp chứng minh rằng hàng hoá của họ đã được làm thủ tục kiểm tra chất lượng và có xác nhận của đơn vị có thẩm quyền. Người bán cần kiểm tra xem hàng hóa đó có dấu hợp quy trên nhãn hàng hóa chưa. Ngoài ra, người bán cần yêu cầu cung cấp tài liệu về chất lượng sản phẩm, hàng hóa, có thể là một trong các giấy tờ sau: Giấy chứng nhận phù hợp quy chuẩn hoặc Thông báo kết quả kiểm tra nhà nước về chất lượng hàng hóa nhập khẩu (với hàng hóa nhập khẩu), hoặc Kết quả tự thực hiện đánh giá kèm Thông báo tiếp nhận hồ sơ công bố hợp quy. Bạn được khuyến khích cung cấp cho người tiêu dùng các giấy tờ này.

Nếu kinh doanh các hàng hóa nhóm 1, hàng hóa không cần đáp ứng chất lượng tối thiểu. Tuy vậy, nhiều nhà sản xuất sẽ công bố tiêu chuẩn áp dụng cho sản phẩm của họ. Đây không phải là những tiêu chuẩn bắt buộc theo quy định của pháp luật nhưng sẽ giúp người tiêu dùng dễ dàng nhận biết và lựa chọn mua hàng có chất lượng tốt. Khi đó, người bán cũng cần yêu cầu nhà sản xuất, nhập khẩu cung cấp các tài liệu liên quan đến chất lượng hàng hóa, chẳng hạn Kết quả tự thực hiện đánh giá hoặc Kết quả thử nghiệm của các Trung tâm thử nghiệm. Việc cung cấp cho người tiêu dùng các giấy tờ này cũng được khuyến khích.

Riêng một số mặt hàng như thuốc, trang thiết bị y tế, thuốc bảo vệ thực vật, mỹ phẩm... không có quy chuẩn kỹ thuật, mà thực hiện thủ tục đăng ký lưu hành hoặc công bố lưu hành. Các thủ tục này sẽ được người nhập khẩu hoặc người sản xuất thực hiện. Với tư cách là người bán thì không cần thực hiện các thủ tục này. Tuy nhiên, người bán cần yêu cầu nhà sản xuất, nhập khẩu cung cấp các tài liệu chứng minh rằng họ đã thực hiện thủ tục này. Ví dụ, với sản phẩm mỹ phẩm, tài liệu là số tiếp nhận Phiếu công bố mỹ phẩm (kèm theo Phiếu công bố mỹ phẩm). Với sản phẩm thuốc, tài liệu là giấy phép lưu hành. Người bán cũng có thể chủ động tra cứu tại các trang web của Bộ Y tế công khai các sản phẩm và nhà sản xuất, nhà nhập khẩu đã thực hiện thủ tục đăng ký hoặc công bố lưu hành⁴.

Bảo đảm an toàn vệ sinh đối với thực phẩm, đồ ăn, thức uống.

Thực phẩm chỉ là một trong những mặt hàng phải đáp ứng chất lượng tối thiểu như trên đã trình bày. Tuy nhiên, do đây là mặt hàng có rất nhiều đơn vị cung cấp đa dạng và có quy định quản lý riêng nên chúng tôi dành riêng một mục để hướng dẫn bạn một cách chi tiết hơn.

Thực phẩm tươi sống là thực phẩm chưa qua chế biến như thịt, trứng, cá, thủy hải sản, rau củ quả tươi... Các loại thực phẩm tươi sống phải đảm bảo yêu cầu vệ sinh an toàn, gồm có (1) tuân thủ hướng dẫn sử dụng thuốc bảo vệ thực vật, đặc biệt là vấn đề thời gian từ khi phun thuốc đến khi thu hoạch; (2) không sử dụng chất cấm trong thức ăn chăn nuôi; (3) tuân thủ hướng dẫn sử dụng thuốc thú y, hoá chất, chế phẩm nuôi trồng thủy sản; (4) không

⁴ Đối với mỹ phẩm: <https://hqmc-cbmp.ehealth.gov.vn:8002/Pages/lookupCosPermitManager.zul?sessionId=CB131194E45D0261A1FDE95668CA4078.jvm1>

Đối với dược phẩm: <http://dichvucong.dav.gov.vn/congbothuoc/index>

sử dụng động vật chết do hoặc nghi là do nhiễm bệnh làm thực phẩm; (5) sử dụng chất bảo quản thực phẩm đúng quy cách.

Người sản xuất có trách nhiệm đảm bảo tuân thủ các yêu cầu trên. Người bán cần kiểm tra nguồn gốc, xuất xứ của thực phẩm, không nhập thực phẩm mà đã biết là không đáp ứng các yêu cầu trên. Khi bảo quản thực phẩm tươi sống, người bán cần đáp ứng các yêu cầu về (1) nhiệt độ thích hợp; (2) phòng tránh côn trùng, nấm mốc, bụi bẩn; (3) để riêng các loại thực phẩm, đặc biệt cần tách thực phẩm có thể ăn sống như rau với các loại cần chế biến như thịt, cá.

Thực phẩm bao gói sẵn là thực phẩm được bao gói và ghi nhãn hoàn chỉnh, sẵn sàng để bán trực tiếp cho mục đích chế biến tiếp hoặc sử dụng để ăn ngay, ví dụ như mỳ tôm, bánh kẹo, sữa, đồ đóng hộp... Loại thực phẩm này cần đáp ứng quy chuẩn kỹ thuật và thủ tục công bố hợp quy tương tự như hàng hoá nhóm 2 đã trình bày trên.

Thực phẩm bán mang đi (takeaway, ship/giao hàng) trở nên phổ biến hơn nhờ thương mại điện tử và dịch vụ vận chuyển nhanh tại các đô thị. Người chế biến thực phẩm bán mang đi cần đảm bảo các nguyên tắc về an toàn vệ sinh thực phẩm như sau:

- Yêu cầu về nguyên liệu: (1) không sử dụng nguyên liệu chế biến thực phẩm bị ôi thiu, mốc hỏng, không rõ nguồn gốc xuất xứ hoặc hết thời hạn sử dụng; (2) sử dụng nguồn nước sạch, nước đá sạch; (3) không sử dụng các phụ gia thực phẩm bị cấm hoặc không được phép lưu hành tại Việt Nam;
- Yêu cầu về bảo quản, đóng gói: (4) tách biệt thực phẩm đã qua chế biến và thực phẩm tươi sống; (5) tránh để thực phẩm tiếp xúc với hoá chất độc hại, nguồn ô nhiễm, côn trùng, chuột; (6) bao gói thực phẩm sạch sẽ, được rửa sạch và để ráo nước; (7) bảo quản thực phẩm ở nhiệt độ, môi trường phù hợp.
- Yêu cầu về chế biến: (8) bảo đảm đủ nhiệt độ và thời gian đun nấu thực phẩm; (9) người trực tiếp tiếp xúc với thực phẩm không được mắc bệnh truyền nhiễm, rửa tay thường xuyên và dùng găng tay, khẩu trang, mũ trùm đầu;
- Yêu cầu về nơi chế biến: (10) thường xuyên dọn dẹp vệ sinh nơi bảo quản và chế biến thực phẩm; (11) sử dụng chất tẩy rửa an toàn; (12) các dụng cụ nấu nướng, chế biến phải được vệ sinh sạch sẽ; (13) thu gom rác thải, dọn dẹp thường xuyên, không để nước đọng trên sàn nhà; (14) sử dụng và vệ sinh máy thổi mỡ thường xuyên; (15) bếp phải thoáng mát, đủ ánh sáng, không có gián chuột.

Không kinh doanh hàng giả mạo nhãn hiệu, xuất bản phẩm sao chép lậu

Hàng hoá giả mạo nhãn hiệu là hàng hoá, bao bì của hàng hoá có gắn nhãn hiệu, dấu hiệu trùng hoặc khó phân biệt với nhãn hiệu đang được bảo hộ dùng cho chính mặt hàng đó mà không được phép của chủ sở hữu nhãn hiệu. Người bán hàng không được bán các sản phẩm hàng hóa giả mạo nhãn hiệu đã được bảo hộ bản quyền. Hai ví dụ sau đây sẽ giúp bạn hiểu rõ hơn nội dung của quy tắc này.

Ví dụ minh họa 1: Hàng hóa nhái các nhãn hiệu nổi tiếng.

Một số hàng hóa có xu hướng sao chép lại từ các sản phẩm của thương hiệu nổi tiếng. Các hàng hóa này có thể sao chép gần như toàn bộ thiết kế của sản phẩm đó

và được gắn thương hiệu đó lên, chẳng hạn hàng giả túi xách hàng hiệu, hoặc các sản phẩm giày, quần áo giả các thương hiệu nổi tiếng. Các hàng hóa này là hàng hóa nhái lại các nhãn hiệu nổi tiếng, và do đó là hàng hóa vi phạm pháp luật.

Ví dụ minh họa 2: Hàng hóa sử dụng thương hiệu hoặc hình ảnh được bảo hộ bản quyền mà không xin phép.

Một số nhà sản xuất có thể cung cấp hàng hóa được gắn, đính hoặc in chìm logo của các thương hiệu nổi tiếng, như Channel, Louis Vuitton (L&V)... hoặc sử dụng các hình ảnh được bảo hộ bản quyền như hình chuột Mickey, các nàng công chúa Disney hoặc hình ảnh các siêu anh hùng Marvel... Các sản phẩm trên, nếu không được xin phép và trả tiền bản quyền theo luật, là các sản phẩm vi phạm pháp luật.

Người bán được khuyến khích kiểm tra các thông tin trên với nhà cung cấp trước khi nhập hàng để tránh các rủi ro pháp lý liên quan.

Hàng hoá sao chép lậu là bản sao sách, tài liệu, phim, nhạc được sản xuất mà không được phép của chủ thể quyền tác giả hoặc quyền liên quan. Người bán không được bán các hàng hóa trên nếu biết hoặc có căn cứ chắc chắn để xác định đó là hàng hóa sao chép lậu.

Không nhập hàng hoá mà bạn biết là có nguồn gốc bất hợp pháp như hàng nhập lậu, trộm cắp, khai thác trái phép

Người bán không được nhập và kinh doanh loại hàng hóa mà bạn biết rằng hàng hóa đó có nguồn gốc bất hợp pháp như hàng nhập lậu, trộm cắp, khai thác trái phép. Một trường hợp điển hình cần lưu ý là các hàng hóa xách tay. Hàng hóa xách tay thường là hàng hóa nhập lậu, không được khai báo hải quan, do đó là hàng hóa bất hợp pháp không được kinh doanh.

Trong nhiều trường hợp, người bán không thể biết được hàng hoá nhà cung cấp có nguồn gốc hợp pháp hay bất hợp pháp. Tuy nhiên, nếu có nghi ngờ về tính hợp pháp của nguồn gốc hàng hoá (như hàng nhập lậu, trộm cắp, khai thác trái phép) thì người bán cần kiểm tra lại trước khi quyết định nhập hàng. Tuỳ từng hoàn cảnh có thể dùng nhiều cách khác nhau để kiểm tra về nguồn gốc hàng hoá như hỏi trực tiếp người cung cấp về nguồn gốc hàng hoá hoặc yêu cầu người bán cam kết hoặc cung cấp tài liệu chứng minh về nguồn gốc hàng hoá.

Tiêu chí 2: Lựa chọn nhà cung cấp

Lựa chọn nhập hàng của các đối tác có uy tín, kinh doanh có trách nhiệm vì người tiêu dùng, đảm bảo hợp tác lâu dài, bền vững và đóng góp vào sự phát triển chung của xã hội.

Việc lựa chọn nhà cung cấp có thể dựa trên các tiêu chí chính như:

- Uy tín của nhà cung cấp: Khi đánh giá nhà cung cấp, uy tín của nhà cung cấp đó là yếu tố đầu tiên và cũng là yếu tố quyết định tới việc có lựa chọn hợp tác với nhà cung cấp hay không.
- Chất lượng của sản phẩm/dịch vụ cung cấp: Doanh nghiệp bạn cần đến sản phẩm/dịch vụ của nhà cung cấp để có thể kinh doanh tốt. Chính vì thế mà nhà cung cấp phải đảm bảo chất lượng của sản phẩm/ dịch vụ cung cấp đáp ứng được yêu cầu của doanh nghiệp.

- Hiệu suất cung cấp sản phẩm/dịch vụ: Các yếu tố đánh giá hiệu suất cung cấp sản phẩm dịch vụ của nhà cung ứng như thời gian thực hiện đơn hàng, độ tin cậy của giao hàng, giao hàng chắc chắn, thông tin trao đổi, khả năng thích ứng, tính linh hoạt, mức độ dịch vụ.
- Giá cả sản phẩm/dịch vụ và phương thức thanh toán: Giá cả sản phẩm/dịch vụ và phương thức thanh toán là tiêu chí không thể thiếu trong bảng tiêu chí đánh giá nhà cung cấp. Tiêu chí này ảnh hưởng đến khả năng mua và lợi nhuận của doanh nghiệp.
- Dịch vụ khách hàng của nhà cung cấp: Dịch vụ mà nhà cung cấp dành cho doanh nghiệp bạn giúp hỗ trợ cho việc cung cấp sản phẩm/dịch vụ tốt nhất. Đặc biệt trong những trường hợp gặp vấn đề phát sinh như lỗi sản phẩm, không đảm bảo chất lượng, thiếu đơn...
- Tính lâu dài và bền vững của nhà cung cấp: Mối quan hệ lâu dài với nhà cung cấp tốt giúp quá trình vận hành của doanh nghiệp bạn đi vào ổn định, giảm thiểu những chi phí tìm kiếm nhà cung cấp mới cũng như những rủi ro tiềm tàng khi không hiểu về cách làm việc, chất lượng sản phẩm của một nhà cung cấp khác.
- Rủi ro tài chính của nhà cung cấp: Sự ổn định về mặt tài chính của nhà cung cấp sẽ xác định liệu nhà cung cấp có tiếp tục là đối tác đáng tin cậy hay không và việc cung cấp đó sẽ không bị gián đoạn do những hậu quả từ rủi ro tài chính gây ra.

Tiêu chuẩn II: Vận hành

Tiêu chí 3: Xây dựng văn hóa kinh doanh có trách nhiệm vì người tiêu dùng

Người bán hàng cần thể hiện rõ ràng với nhân viên của mình về sự kỳ vọng xây dựng văn hóa kinh doanh có trách nhiệm vì lợi ích của người tiêu dùng trong suốt quy trình vận hành hoạt động bán hàng. Nhân viên được hiểu là người lao động được người bán hàng thuê theo hình thức làm công, bao gồm cả chính thức, tạm thời, sinh viên làm thêm, thời vụ hoặc hình thức khác.

Phổ biến văn hóa về kinh doanh có trách nhiệm vì người tiêu dùng đến toàn bộ nhân viên

Việc xây phổ biến văn hóa kinh doanh có trách nhiệm, tôn trọng quyền và lợi ích của người tiêu dùng sẽ là nền tảng giúp người bán hàng vận hành hoạt động kinh doanh trong đó mỗi nhân viên đều có ý thức thực hiện công việc của mình có trách nhiệm và vì người tiêu dùng.

Đào tạo, tập huấn nhân viên về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Để nhân viên của mình thực hiện nhiệm vụ được giao một cách có trách nhiệm và suy xét đến lợi ích của người tiêu dùng, người bán hàng nên tổ chức các hoạt động đào tạo, tập huấn cho nhân viên về quy định có liên quan về bảo vệ người tiêu dùng cũng như các quy tắc ứng xử, thực hành tốt được nêu trong bộ quy tắc này.

Việc đào tạo, tập huấn cần được thực hiện thường xuyên, nhất là trong trường hợp người bán hàng mở rộng hoạt động kinh doanh sang các mặt hàng mới, đối tượng mới, địa điểm mới hoặc đối với những nhân viên mới được tuyển dụng.

Tiêu chí 4: Bảo vệ môi trường

Bảo vệ môi trường là trách nhiệm của mọi người, trong đó có cả những người bán hàng thương mại điện tử.

Giảm thiểu rác thải trong quá trình đóng gói hàng hóa thương mại điện tử

Hiện nay, hoạt động thương mại điện tử và giao nhận hàng hoá đang sử dụng một lượng lớn túi ni lông hoặc các loại bao bì nhựa dùng một lần khác. Đây là các vật liệu rất tiện lợi và chi phí thấp khi đóng gói hàng hoá. Tuy nhiên, loại vật liệu này thường không được thu gom, tái chế một cách đúng đắn đã gây nhiều tác động tiêu cực đến môi trường và hệ sinh thái. Do đó, người bán được khuyến khích thực hành các biện pháp giảm thiểu sử dụng rác thải trong quá trình đóng gói hàng hóa. Một số biện pháp được gợi ý như sau:

- Thay thế bao bì nhựa, ni-lông bằng các bao bì có khả năng phân hủy sinh học, bao bì được làm từ vật liệu tái chế. Với hàng hóa thực phẩm có thể sử dụng các vật liệu từ thiên nhiên như lá chuối, lá rong... (nếu có thể);
- Thay thế sử dụng bóng sộp chèn sản phẩm sang giấy thùng carton đã qua sử dụng;
- Tái sử dụng hộp carton hoặc các bao bì khác (miễn hợp vệ sinh);
- Thay thế băng keo, băng dính nhựa sang dạng giấy;
- Thiết kế lại cách thức bao gói sản phẩm để tránh sử dụng nhiều lớp đóng gói không cần thiết;
- Cung cấp các tùy chọn sử dụng bao bì, cốc giấy, ống hút thân thiện với môi trường cho người tiêu dùng. Các tùy chọn có thể thêm phí (hoặc không) tùy vào người bán;
- Lưu ý bản thân và nhân viên phục vụ không bỏ dụng cụ ăn uống nếu người mua đã lựa chọn không cần chúng;
- Sử dụng hóa đơn điện tử (e-invoice) thay vì hóa đơn giấy.

Giảm thiểu khí thải gây ô nhiễm không khí và hiệu ứng nhà kính trong hoạt động thương mại điện tử

Tình trạng ô nhiễm không khí và ách tắc giao thông tại một số thành phố lớn hiện nay đã đến mức báo động. Bên cạnh đó, khí thải từ phương tiện giao thông còn là nguyên nhân dẫn đến tình trạng biến đổi khí hậu. Người bán có thể đóng góp để giải quyết vấn đề này bằng cách giảm việc sử dụng các phương tiện giao thông gây khí thải. Một số biện pháp được gợi ý như sau:

- Nỗ lực trong việc giảm thiểu trả hàng không cần thiết. Đương nhiên, người bán có trách nhiệm đáp ứng yêu cầu trả hàng vì đây là một quyền lợi chính đáng của người tiêu dùng. Tuy nhiên, trong hoạt động thương mại điện tử, nhiều quyết định mua hàng được đưa ra khá ngẫu hứng và dẫn đến tỷ lệ trả hàng khá cao, đặc biệt là ở một số hình thức mua sắm như mua hàng qua livestream, qua các đợt săn flash sale. Bạn được khuyến khích thực hiện các biện pháp sau để hạn chế tình trạng trả hàng không cần thiết: (i) cung cấp thật chính xác và chi tiết về hàng hóa, video hướng dẫn sử dụng, kể cả sau khi đơn hàng đã được đặt; (ii) vận chuyển hàng hóa thông minh và có trách nhiệm để tránh đổ, bể, hư hỏng hàng hóa; (iii) trong khả năng, ưu tiên cung cấp các ưu đãi với hình thức mua sắm thanh toán trước (hay không ưu đãi với hình thức giao hàng thu tiền - COD).

- Trong hiểu biết và khả năng cho phép, sử dụng phương tiện vận chuyển ít phát thải carbon nhất như các loại phương tiện giao thông chạy bằng điện, giao thông công cộng, xe đạp.
- Thường xuyên rửa xe, bảo dưỡng phương tiện giao thông để giảm ô nhiễm không khí đô thị. Nếu bạn tự ship hàng hoá của mình thì cần lưu ý rửa xe, bảo dưỡng phương tiện giao thông. Việc này vừa giúp tăng tuổi thọ ô tô, xe máy của bạn vừa giúp giảm khói bụi ô nhiễm không khí trong đô thị.
- Khuyến khích nhân viên sử dụng giao thông công cộng khi đi làm hoặc điều chỉnh cách tổ chức công việc để có thể làm việc tại nhà. Một số doanh nghiệp hiện nay đã bắt đầu có chính sách hỗ trợ chi phí cho những nhân viên đi làm bằng phương tiện giao thông công cộng.

Tiết kiệm điện và nước, ưu tiên sử dụng thiết bị tiết kiệm điện

Tiết kiệm nước và điện giúp giảm việc sử dụng các loại tài nguyên thiên nhiên không tái tạo, giảm tác động đến môi trường. Người bán có thể sử dụng các thiết bị tiết kiệm điện như bóng đèn tiết kiệm điện, điều hoà nhiệt độ, tủ lạnh, tủ đông tiết kiệm điện...

Người bán có thể tham khảo các hướng dẫn chi tiết qua cuốn Cẩm nang “Tiết kiệm điện trong văn phòng và nhà xưởng”⁵.

Tiêu chuẩn III: Bán hàng

Tiêu chí 5: Quảng cáo, đăng tải thông tin sản phẩm

Không tạo logo, hình ảnh, tên gọi, tên miền gây nhầm lẫn với các thương hiệu nổi tiếng. Không được sử dụng thông tin, hình ảnh, địa chỉ liên lạc của các thương hiệu để lừa dối người mua hàng

Việc quảng cáo dựa trên các logo, hình ảnh, tên gọi, tên miền, địa chỉ liên lạc giống với các thương hiệu nổi tiếng sẽ gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng. Điều này không phù hợp với nguyên tắc kinh doanh trung thực, có trách nhiệm.

Cung cấp đầy đủ, chính xác thông tin về tên gọi, chất lượng, số lượng, nguồn gốc, giá cả, giá vận chuyển hướng dẫn sử dụng và các thông tin khác về đơn hàng

Khi đăng thông tin quảng cáo về hàng hoá của mình, người bán cần cung cấp đầy đủ, chính xác thông tin về hàng hoá, bao gồm các thông tin được ghi trên nhãn hàng hoá bao gồm: tên hàng hoá; tên và địa chỉ tổ chức, cá nhân chịu trách nhiệm về hàng hoá; xuất xứ hàng hoá; các nội dung khác theo tính chất của mỗi loại hàng hoá được quy định tại Phụ lục I Nghị định 43/2017/NĐ-CP (trừ các thông tin riêng biệt theo từng sản phẩm như ngày sản xuất, hạn sử dụng, số khung, số máy...); chất lượng, số lượng, giá cả và các thông tin khác về đơn hàng. Với các hàng hoá như hàng thực phẩm (đồ ăn vặt, đồ ăn chế biến sẵn, nguyên liệu nấu ăn...), mỹ phẩm, thuốc men, thực phẩm chức năng..., người bán cần lưu ý cung cấp đầy đủ thành phần sản phẩm và bảng thành phần dinh dưỡng (nếu có), được ghi trên

nhãn hàng hóa. Người bán có thể ghi lại các thông tin này trong phần miêu tả sản phẩm hoặc cung cấp ảnh chụp nhãn hàng hóa.

Ngoài những thông tin về tính năng, giá cả của hàng hoá mà người tiêu dùng quan tâm, người bán cũng nên thể hiện rõ những vấn đề mà người tiêu dùng thường nhầm lẫn, không nên khiến khách hàng hiểu nhầm về hàng hóa của bạn bằng cách cố tình im lặng hoặc sử dụng từ ngữ đa nghĩa. Một số trường hợp pháp luật có quy định về tên gọi hàng hoá (ví dụ phân biệt giữa “thuốc” và “thực phẩm chức năng”), hay chỉ áp dụng tên gọi nếu đáp ứng chỉ tiêu nhất định (ví dụ nước mắm chỉ được sử dụng với nước chấm có độ đậm từ 10g/l trở lên). Người bán nên lưu ý sử dụng tên gọi hàng hoá phù hợp để tránh vi phạm.

Nếu hàng hoá có khuyết tật nhỏ hoặc các điều kiện giao hàng, đổi trả bất lợi cho người mua hơn so với thông lệ thì người bán cũng nên thể hiện rõ trong thông tin đăng tải về hàng hoá của mình. Đối với hàng hoá đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng, quy chuẩn kỹ thuật nên được thể hiện trong thông tin quảng cáo đăng tải.

Người bán cần cung cấp đầy đủ các điều khoản của hợp đồng điện tử và tạo điều kiện để khách hàng xem xét toàn bộ hợp đồng trước khi giao kết trên sàn giao dịch điện tử. Người bán cần công bố các loại phí và mức phí cho khách hàng trước khi khách hàng sử dụng dịch vụ.

Không được bán các sản phẩm đã hết hạn sử dụng⁶. Người bán nên cố gắng đảm bảo rằng hàng hóa vẫn còn thời hạn sử dụng hợp lý kể từ thời điểm người mua nhận được hàng. Người bán cần công khai (hoặc trao đổi) với người mua về hạn sử dụng của sản phẩm, chẳng hạn: nêu rõ cam kết về thời hạn sử dụng của sản phẩm (ví dụ: hàng hóa sẽ còn thời hạn ít nhất 6 tháng), hoặc trao đổi với người mua về thời hạn sử dụng còn lại của sản phẩm với người mua, và nhận được sự đồng ý của người mua về thời hạn này.

Hình ảnh, video giới thiệu hàng hoá phải giống với hàng hoá thật nhất có thể

Vì rất nhiều lý do, hình ảnh hàng hoá quảng cáo không thể giống hệt với hàng hoá được bán. Khi chụp ảnh quảng cáo, bất kỳ ai cũng muốn sao cho hình ảnh sản phẩm thật đẹp, bắt mắt, thu hút người mua. Do đó, việc chọn góc chụp, bố trí ánh sáng, phông nền, chỉnh sửa ảnh được nhiều chủ cửa hàng thực hiện. Mặc dù vậy, người bán vẫn cần trung thực khi chụp ảnh hay quay video giới thiệu hàng hoá, không nên đánh lừa người tiêu dùng. Ví dụ, không nên sử dụng sản phẩm chất lượng tốt để quay phim, chụp ảnh nhưng lại bán hàng chất lượng thấp hơn.

Khi trả tiền cho người nổi tiếng để quảng cáo thì cần thể hiện rõ đây là nội dung quảng cáo

Nếu thuê người nổi tiếng để quảng cáo cho sản phẩm của mình thì cần thể hiện rõ đây là nội dung quảng cáo, tránh để người tiêu dùng hiểu nhầm đây là việc người nổi tiếng chủ động đánh giá sản phẩm. Việc này có thể được thực hiện bằng một ghi chú nhỏ trong nội dung quảng cáo (ví dụ: hiển thị dòng chữ “được tài trợ”) hoặc bằng các hình thức khác phù hợp.

Bảo đảm các hình ảnh, video, miêu tả sản phẩm là do mình làm hoặc được phép sử dụng; không ăn cắp ảnh, video của đối thủ cạnh tranh

⁶ Điều 8 Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hoá 2007

Việc quay phim, chụp ảnh sản phẩm đôi khi mất nhiều thời gian và chi phí, bởi vậy, nhiều chủ shop sẽ tìm cách sử dụng luôn những hình ảnh video có sẵn trên mạng hoặc hình ảnh, video do đối thủ cạnh tranh đã từng làm. Người bán không nên làm điều này.

Không dùng hình ảnh, video, lời lẽ có nội dung phân biệt đối xử dung tục, bạo lực

Khi chuẩn bị nội dung quảng cáo, không nên dùng hình ảnh, video hay lời lẽ có nội dung dung tục, bạo lực; các nội dung có tính chất kỳ thị dân tộc, vùng miền, xúc phạm tôn giáo, gây định kiến về giới, người khuyết tật.

Quảng cáo không được so sánh trực tiếp giá cả, chất lượng, hiệu quả sử dụng sản phẩm, dịch vụ của bạn với của người khác; không được sử dụng từ ngữ “nhất”, “duy nhất”, “tốt nhất”, “số một”... mà không có căn cứ chứng minh⁷.

Không quảng cáo làm phiền, gây khó chịu cho khách hàng, người tiêu dùng

Bạn không nên quảng cáo làm phiền hoặc gây khó chịu cho khách hàng với các hình thức như gọi điện thoại, nhắn tin làm phiền hoặc sử dụng các phần mềm comment, gửi email, tin nhắn tự động.

Sử dụng hình ảnh, video phù hợp với lứa tuổi trẻ em

Đối với các mặt hàng dành cho trẻ em hoặc quảng cáo tại những nơi thường có trẻ em (như trong các trò chơi điện tử, video clip dành cho trẻ em), bạn cần sử dụng hình ảnh, video phù hợp với lứa tuổi.

Ưu tiên dùng hình ảnh, thông tin thể hiện văn hoá bản địa, mang giá trị nhân văn

Khuyến khích sử dụng những hình ảnh, thông tin thể hiện văn hoá bản địa hoặc mang giá trị nhân văn trong nội dung quảng cáo của mình. Ví dụ, khi quay phim, chụp ảnh sản phẩm, có thể sử dụng bối cảnh là những địa danh nổi tiếng của một vùng miền, nhân vật mặc trang phục truyền thống, trang phục dân tộc. Người bán nên cung cấp thêm thông tin cho người tiêu dùng về nguồn gốc, lịch sử, phong tục của cộng đồng dân cư gắn với sản phẩm, dịch vụ. Ví dụ, có thể miêu tả cách thức trồng cà phê hữu cơ của người nông dân địa phương khi bán cà phê.

Không thực hiện các hành vi gian lận như tự mình hoặc nhờ người quen nhận xét, đánh giá tốt cho gian hàng của mình

Cần tôn trọng và cung cấp thông tin chính xác và đầy đủ ý kiến phản hồi, nhận xét, đánh giá của người tiêu dùng trực tuyến về sản phẩm, dịch vụ, hoặc gian hàng của mình. Hành vi tự mình hoặc nhờ người quen nhận xét, đánh giá tốt hoặc chấm điểm cao cho gian hàng của mình trên các sàn thương mại điện tử hoặc các nền tảng trung gian khác là một hành vi gian lận, khiến người tiêu dùng hiểu nhầm về chất lượng hàng hoá. Người bán không nên cung cấp những ý kiến phản hồi không đúng, chưa xác thực, thiếu kiểm chứng hoặc gây nhầm lẫn về giá cả, chất lượng sản phẩm, dịch vụ, phong cách phục vụ, công dụng của sản phẩm. Không nên xoá những đánh giá xấu về sản phẩm của mình hoặc tự tạo những đánh giá xấu về sản phẩm của đối thủ cạnh tranh.

Tư vấn tận tình, trung thực và đầy đủ cho khách hàng, người tiêu dùng

Nên tư vấn tận tình, trung thực và đầy đủ cho khách hàng. Không nên vì muốn bán nhiều mà tư vấn thái quá cho khách hoặc nói quá lên về khả năng giao hàng sớm.

⁷ Điều 8 Luật Quảng cáo 2012

Tiêu chí 6: Đóng gói, vận chuyển, thanh toán và giao hàng

Đóng gói hàng hoá phù hợp với sản phẩm nhằm tiết kiệm chi phí và đảm bảo yêu cầu bảo quản sản phẩm trong quá trình vận chuyển, lưu trữ và bảo quản.

Nên thiết kế bao bì hàng hoá phù hợp với kích cỡ và đặc tính của sản phẩm, tránh đóng gói quá mức gây lãng phí. Đồng thời, để đảm bảo có trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng, hàng hoá cần được đóng gói để đảm bảo tránh bị hư hại trong quá trình bốc dỡ thủ công, vận chuyển, và quy trình đổi trả (nếu cần). Bên cạnh đó, người bán cần tìm hiểu kỹ và thực hiện nghiêm túc các quy định về đóng gói và dán tem đúng quy cách theo yêu cầu của nhà vận chuyển và của sản phẩm giao dịch.

Một số loại hàng hóa yêu cầu các điều kiện đặc biệt để đảm bảo duy trì chất lượng. Người bán có trách nhiệm áp dụng các biện pháp trong quá trình vận chuyển, lưu giữ, bảo quản⁸. Chẳng hạn, khi bán hàng thực phẩm đông lạnh, cần có tủ lạnh hoặc thiết bị làm lạnh phù hợp để bảo quản hàng. Khi vận chuyển cho người mua, cần có biện pháp đóng kiện hàng đảm bảo duy trì nhiệt độ thấp thích hợp như đóng hàng trong hộp xốp giữ lạnh.

Người bán có trách nhiệm thông báo cho người mua điều kiện phải thực hiện khi vận chuyển, lưu giữ, bảo quản và sử dụng hàng hóa. Ví dụ: bảo quản lạnh, để nơi râm mát...

Đảm bảo thanh toán thuận tiện và an toàn

Người bán nên cung cấp những lựa chọn thanh toán phổ biến và thuận tiện cho khách hàng cùng với những hướng dẫn đầy đủ và chi tiết. Cần có các cơ chế đảm bảo giao dịch thanh toán an toàn và minh bạch, bảo vệ người tiêu dùng trong không gian mạng.

Giao đúng hàng hoá như mô tả

Cần giao đúng hàng hoá như mô tả khi quảng cáo cũng như khi tư vấn cho khách hàng. Nếu hàng hoá và các điều kiện bán hàng có điểm khác so với nội dung đã quảng cáo, đăng tải, người bán cần nêu rõ và được khách hàng xác nhận trước khi chốt đơn.

Đối xử tử tế với tài xế

Người bán nên bố trí chỗ để xe, chỗ ngồi đợi lấy hàng cho shipper, cho phép shipper sử dụng nhà vệ sinh, cung cấp nước uống nếu tài xế có nhu cầu. Đây là những việc rất nhỏ nhưng sẽ giúp các tài xế đỡ mệt mỏi, giảm tai nạn giao thông và giảm việc các tài xế tiêu tiền bừa bãi gây ô nhiễm đô thị.

Tiêu chí 7: Hậu mãi

Bán hàng xong không phải là xong ngay. Bạn cần duy trì các dịch vụ hậu mãi để có thể giữ chân khách hàng. Đây là vấn đề được rất nhiều người tiêu dùng thương mại điện tử quan tâm.

Xây dựng và thực hiện chính sách bảo hành đối với sản phẩm, dịch vụ

Cần xây dựng, công bố công khai và hướng dẫn khách hàng, người tiêu dùng về quy trình, chính sách bảo hành cho sản phẩm, dịch vụ mình cung cấp. Nội dung tối thiểu của chính sách bảo hành bao gồm: thời hạn, nội dung, phạm vi, phương thức và các trường hợp loại

⁸ Điều 16 Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hoá 2007

trừ trách nhiệm bảo hành. Người bán cần thực hiện chính xác, đầy đủ nghĩa vụ bảo hành sản phẩm, dịch vụ do mình cung cấp theo quy định của pháp luật. Cụ thể:

- Cần cung cấp cho khách hàng sản phẩm, linh kiện, phụ kiện tương tự để sử dụng tạm thời hoặc có hình thức giải quyết khác được người tiêu dùng chấp nhận trong thời gian thực hiện bảo hành.
- Trong trường hợp hết thời gian thực hiện bảo hành mà không sửa chữa được hoặc không khắc phục được lỗi, bạn cần có chính sách đổi trả, thay thế hoặc thu hồi và trả lại tiền cho người tiêu dùng.
- Trong trường hợp ủy quyền cho tổ chức, cá nhân khác thực hiện việc bảo hành, hoặc nghĩa vụ bảo hành thuộc phạm vi của đối tác kinh doanh, người bán cần hướng dẫn và hỗ trợ khách hàng tận tình để đảm bảo quyền lợi của khách hàng.

Phản hồi nhanh, tận tình và hỗ trợ khách hàng, người tiêu dùng và các bên liên quan khác tối đa

Khi khách hàng có các yêu cầu như đổi trả, hoàn tiền, yêu cầu bảo hành, sửa chữa hàng hoá bị lỗi hỏng hoặc không đúng với quảng cáo, cửa hàng của bạn cần phản hồi nhanh chóng, tận tình và hỗ trợ khách hàng tối đa trong phạm vi có thể. Người bán nên có quy chế nội bộ phân công trách nhiệm giải quyết khiếu nại, tranh chấp, có cơ chế báo cáo, có người có thẩm quyền giải quyết khiếu nại, tranh chấp. Trong trường hợp yêu cầu của người khiếu nại vượt quá thẩm quyền của nhân viên tiếp nhận thì phải có quy trình để nhân viên đó liên hệ với quản lý cấp cao hơn để xử lý. Khi trả lời yêu cầu của người khiếu nại thì cần thông báo về thời gian giải quyết, trong trường hợp cần thêm thời gian thì cũng phải thông báo rõ ràng. Người bán nên phản hồi, xử lý khiếu nại một cách minh bạch, khách quan, kịp thời trong vòng 48 giờ sau khi nhận được yêu cầu từ người dùng. Trong trường hợp cần thêm thời gian để xác minh vụ việc thì phải thông báo rõ ràng với người khiếu nại về thời gian trả lời, giải quyết khiếu nại.

Xây dựng quy trình chăm sóc khách hàng trực tuyến

Để có thể có được các khách hàng trung thành bạn cần nỗ lực tối đa để đem lại sản phẩm, dịch vụ, và trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng, người bán nên xây dựng quy trình chăm sóc khách hàng trực tuyến, dịch vụ sau bán một cách chu đáo, ví dụ:

- Gửi thư cảm ơn tới khách hàng sau khi mua sản phẩm/ dịch vụ.
- Chủ động liên lạc lại để khảo sát, thu thập lại phản hồi của khách hàng sau khi trải nghiệm sản phẩm.
- Chủ động duy trì việc trao đổi thông tin và cung cấp các nội dung hữu ích tới khách hàng.
- Quảng bá trước thông tin về sản phẩm mới, cung cấp ưu đãi tới những khách hàng trung thành.

Người bán cần xây dựng đội ngũ hỗ trợ chăm sóc khách hàng, sẵn sàng tiếp nhận phản nàn và giải quyết triệt để các khiếu nại mọi lúc mọi nơi. Mở rộng các kênh, phương tiện hỗ trợ khách hàng để người tiêu dùng có thể tiếp cận một cách dễ dàng nhất.

Xây dựng chính sách và quy trình xử lý sản phẩm có khuyết tật

Sản phẩm có khuyết tật là sản phẩm không bảo đảm an toàn cho người tiêu dùng, có khả năng gây thiệt hại cho tính mạng, sức khỏe, tài sản của người tiêu dùng, kể cả trường hợp sản phẩm đó được sản xuất theo đúng tiêu chuẩn hoặc quy chuẩn kỹ thuật hiện hành nhưng chưa phát hiện được khuyết tật tại thời điểm hàng hoá được cung cấp cho người tiêu dùng. Việc xây dựng chính sách và quy trình xử lý sản phẩm có khuyết tật thể hiện trách nhiệm của bạn đối với chất lượng hàng hoá mình cung cấp và nỗ lực của bạn để đảm bảo quyền lợi của người tiêu dùng. Người bán cần tiến hành nhanh chóng và kịp thời mọi biện pháp cần thiết để ngừng cung cấp sản phẩm có khuyết tật ra thị trường, công bố công khai và tiến hành thu hồi triệt để các sản phẩm có khuyết tật, đồng thời có những nỗ lực cần thiết để bảo vệ quyền lợi của khách hàng trong quá trình thu hồi lại sản phẩm khuyết tật. Người bán cần thực hiện đầy đủ nghĩa vụ bồi thường thiệt hại trong trường hợp sản phẩm có khuyết tật do mình cung cấp gây thiệt hại đến tính mạng, sức khỏe, tài sản của người tiêu dùng theo quy định của pháp luật⁹.

Cam kết bảo mật các thông tin cá nhân của khách hàng, người tiêu dùng

Người bán cần cam kết và có biện pháp bảo mật các thông tin cá nhân của khách hàng, người tiêu dùng. Thông tin cá nhân là các thông tin có thể giúp định danh khách hàng, người tiêu dùng như tên, số điện thoại, email, địa chỉ, hình ảnh hoặc các thông tin khác mà từ đó có thể suy ra được danh tính của khách hàng. Khi bạn muốn thu thập thông tin cá nhân của khách hàng, người bán cần được sự đồng ý của khách hàng. Cần có biện pháp cho phép khách hàng, người tiêu dùng chỉnh sửa và xóa thông tin cá nhân khi họ muốn. Việc bảo mật thông tin cá nhân của khách hàng phải bao gồm cả việc giám sát nhân viên của bạn thực hiện việc này. Cần tiến hành bồi thường thiệt hại cho khách hàng, người tiêu dùng do lỗi kỹ thuật của hệ thống, lỗi để lộ thông tin khách hàng. Đồng thời, người bán cần phối hợp với khách hàng và các đối tác thực hiện các biện pháp quản lý rủi ro, bảo đảm tin cậy, bảo mật khi sử dụng, cung cấp dịch vụ.

Tiêu chí 8: Xử lý khiếu nại và tham gia giải quyết tranh chấp với khách hàng, người tiêu dùng

Việc bán hàng không phải lúc nào cũng diễn ra suôn sẻ. Trong một số trường hợp, khách hàng có thể không hài lòng về sản phẩm, và sẽ có khiếu nại và thậm chí là tranh chấp xảy ra. Người cần lưu ý những nội dung sau khi xử lý khiếu nại và tham gia giải quyết tranh chấp với khách hàng:

Cung cấp thông tin liên hệ để xử lý khiếu nại hoặc yêu cầu của khách hàng, người tiêu dùng

Cung cấp đầy đủ và rõ ràng thông tin liên hệ, thời gian phản hồi, hướng dẫn quy trình giải quyết khiếu nại, tranh chấp hoặc yêu cầu khác của khách hàng.

Xây dựng và công bố công khai quy trình xử lý khiếu nại hoặc yêu cầu của khách hàng, người tiêu dùng và các bên liên quan khác

Xây dựng, công bố công khai, và hướng dẫn khách hàng về quy trình tiếp nhận và giải quyết phản ánh, yêu cầu, khiếu nại của người tiêu dùng và các bên liên quan khác có thể bị ảnh hưởng bởi hoạt động kinh doanh ở vị trí dễ nhìn thấy trên gian hàng trực tuyến. Đồng thời, người bán cần tổ chức tiếp nhận, phân công nhiệm vụ giải quyết phản ánh, yêu cầu, khiếu nại của người tiêu dùng theo đúng quy trình đã công bố.

⁹ Điều 22-24 Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2010

Thiện chí, thân thiện trong quá trình giải quyết tranh chấp

Các bất đồng với khách hàng có thể khiến tâm trạng bạn không tốt. Tuy nhiên, người bán nên giữ bình tĩnh hết mức có thể, nhẹ nhàng giải thích kỹ lưỡng cho khách hàng hiểu các vấn đề chưa rõ. Việc giải thích hoặc nêu lại chính sách bán hàng cũng là cần thiết nếu khách hàng chưa đọc kỹ và hiểu rõ các vấn đề này. Không nên sử dụng các từ ngữ mang tính chất công kích, xúc phạm hoặc thóa mạ khách hàng.

Trong bất kỳ trường hợp nào, người bán không được đưa thông tin, hình ảnh của khách hàng đang có khiếu nại, tranh chấp lên mạng xã hội, dù có mục đích chia sẻ câu chuyện hay bêu rêu hay vì mục đích khác. Việc này là vi phạm quyền riêng tư, và có thể xúc phạm đến danh dự, nhân phẩm của khách hàng.

Tích cực, chủ động xử lý khiếu nại hoặc tranh chấp

Người bán nên chủ động và nhanh chóng xử lý khiếu nại của khách hàng, người tiêu dùng đảm bảo thời gian phản hồi như đã cam kết. Trường hợp có lỗi đến từ người bán, người bán nên cố gắng đề xuất các giải pháp, trong khả năng của mình, phù hợp với nhu cầu và mong muốn của khách hàng. Các giải pháp có thể được cân nhắc như (i) hoàn hàng trả tiền; (ii) đổi hàng hóa cùng loại hoặc hàng hóa khác; (iii) nhận quà tặng hoặc voucher giảm giá hoặc bất kỳ giải pháp nào phù hợp.

Trong trường hợp người tiêu dùng lựa chọn sử dụng các phương thức giải quyết tranh chấp (thương lượng, hòa giải, trọng tài, Tòa án hoặc khác), người bán được khuyến khích tham gia vào quá trình này một cách chủ động, tích cực bằng cách xác nhận tham gia, chủ động hoàn thành các giấy tờ liên quan và cung cấp tài liệu, chứng cứ.

Người bán nên thực hiện đầy đủ và đúng thời hạn như cam kết hoặc như kết quả giải quyết tranh chấp. Bạn không nên né tránh hoặc trì hoãn việc thực hiện các cam kết này.

Trung thực khi cung cấp bằng chứng, thông tin

Các thông tin, bằng chứng là căn cứ quan trọng để giải quyết tranh chấp. Vì vậy, người bán nên cung cấp các tài liệu, thông tin chính xác và trình bày đúng sự thật các tình tiết của tranh chấp. Nhiều trường hợp các bên trong tranh chấp cố tình che giấu thông tin, che giấu chứng cứ bất lợi cho mình. Người bán không nên làm điều này.

Tiêu chuẩn IV: Tuân thủ pháp luật và kinh doanh, cạnh tranh lành mạnh

Tiêu chí 9: Tuân thủ pháp luật

Người bán, cũng giống như các thương nhân khác khi kinh doanh trên thị trường, đều phải tuân thủ đầy đủ các quy định pháp luật liên quan đến hoạt động kinh doanh của mình, bao gồm quy định về lao động, môi trường, an toàn thực phẩm và các quy định khác có liên quan. Bạn cần lưu ý đến các vấn đề sau để tuân thủ tốt pháp luật:

- Các quy định về giấy phép hoạt động và các giấy phép khác (tùy thuộc vào ngành nghề kinh doanh): có các giấy phép này trước khi tiến hành kinh doanh;
- Quy định về hành vi bị cấm (thường nằm ở chương đầu của các văn bản luật): không được thực hiện các hành vi này;
- Các quy định về nghĩa vụ của doanh nghiệp, cá nhân kinh doanh: thực hiện đầy đủ, nghiêm túc các yêu cầu này.

Người bán có thể tham khảo cách tra cứu quy định pháp luật được chúng tôi đưa vào Phụ lục 1 của Bộ Quy tắc này. Dù vậy, hãy luôn nhớ rằng, người được phép làm bất kỳ việc gì trong hoạt động kinh doanh, miễn là pháp luật không cấm hành vi đó.

Dưới đây là ba trong số những yêu cầu tuân thủ pháp luật quan trọng mà người bán cần lưu ý:

Làm các thủ tục đăng ký doanh nghiệp hoặc đăng ký hộ kinh doanh (trừ trường hợp không phải đăng ký)

Người bán có trách nhiệm tuân thủ các quy định pháp luật liên quan đến hoạt động sản xuất kinh doanh của mình, bao gồm cả các thủ tục cấp phép và cung cấp thông tin theo quy định của pháp luật, chẳng hạn: (1) Giấy đăng ký kinh doanh, Giấy đăng ký hộ kinh doanh (trừ trường hợp không phải đăng ký)¹⁰; (2) Giấy phép trong lĩnh vực kinh doanh có điều kiện; (3) Giấy chứng nhận đủ điều kiện an toàn thực phẩm (với thực nhân mở quán ăn, quán cà phê); Giấy phép bán lẻ rượu; (4) Phương án chữa cháy (đã được phê duyệt); (5) Thông báo thiết lập website thương mại điện tử bán hàng (nếu có); Bạn cần cung cấp các thông tin về giấy chứng nhận kinh doanh hoặc mã số thuế cá nhân; số điện thoại hoặc phương thức liên hệ khác cho sàn thương mại điện tử (nếu kinh doanh qua sàn);

Xin các loại giấy phép kinh doanh có điều kiện cho từng ngành nghề tương ứng

Những ngành nghề đầu tư kinh doanh có điều kiện được quy định tại Phụ lục 4 của Luật Đầu tư. Người bán có thể tra cứu để xem ngành nghề mình kinh doanh có thuộc diện phải đáp ứng các điều kiện đầu tư kinh doanh không. Ví dụ như kinh doanh rượu, thuốc lá, thực phẩm, in ấn, thức ăn thủy sản, thức ăn chăn nuôi, thuốc bảo vệ thực vật, thuốc thú y, phân bón, giống cây trồng, giống vật nuôi, dược phẩm, sản xuất mỹ phẩm, thuốc diệt côn trùng, chuột, trang thiết bị y tế, vàng... Nếu kinh doanh một trong những ngành nghề này thì cần đáp ứng các điều kiện theo quy định của pháp luật và xin giấy phép, giấy chứng nhận đủ điều kiện hoặc chứng chỉ hành nghề tương ứng. Người bán có thể dễ dàng tra cứu các quy định này bằng cách tìm kiếm theo từ khoá: điều kiện kinh doanh + tên ngành nghề.

Kê khai và nộp thuế đầy đủ

Người bán có trách nhiệm thực hiện nghĩa vụ thuế đầy đủ và đúng thời hạn theo quy định pháp luật. Trường hợp nhập khẩu hàng hóa từ nước ngoài, bạn cần làm thủ tục hải quan, nộp thuế nhập khẩu theo quy định và giữ hóa đơn, chứng từ kèm theo. Các cá nhân kinh doanh trên sàn thương mại điện tử hoặc trên mạng xã hội đều có nghĩa vụ đóng thuế cho Nhà nước. Các loại thuế, phí cần đóng bao gồm: lệ phí môn bài, thuế thu nhập cá nhân, thuế giá trị gia tăng, thuế tiêu thụ đặc biệt (nếu có). Cá nhân kinh doanh online được khuyến khích liên hệ với Chi cục Thuế địa phương nếu kinh doanh trực tuyến lần đầu hoặc chưa thực hiện khai thuế trước đây.

Ngoài ra, người bán có thể thực hiện các bước sau: (1) Đăng ký mã số thuế nếu chưa có (có thể làm trực tuyến); (2) Cung cấp thông tin về mã số thuế cho sàn thương mại điện tử (nếu kinh doanh qua sàn) hoặc Bộ Công Thương (nếu thiết lập website thương mại điện tử bán hàng có chức năng đặt hàng trực tuyến); (3) Hoàn thiện hồ sơ khai thuế cho năm sau (Mẫu số 01/CNKD ban hành theo Thông tư 40/2021/TT-BTC) và nộp chậm nhất vào ngày 15/12 (bạn nên cố gắng kê khai doanh thu chính xác nhất có thể); (4) Nộp thuế theo thông

¹⁰ Khoản 2 Điều 79 Nghị định 01/2021/NĐ-CP quy định hộ gia đình sản xuất nông, lâm, ngư nghiệp, làm muối; bán quà vật; kinh doanh thời vụ hoặc làm dịch vụ không thuộc ngành nghề kinh doanh có điều kiện có thu nhập thấp (theo mức quy định của Ủy ban nhân dân tỉnh) không phải đăng ký hộ kinh doanh.

báo của cơ quan thuế; (5) Liên hệ với chi cục thuế địa phương để được hướng dẫn làm thủ tục nộp thuế nếu không nhận được thông báo nộp thuế;

Tiêu chí 10: Kinh doanh, cạnh tranh lành mạnh

Không thực hiện các hành vi phá hoại việc kinh doanh của đối thủ cạnh tranh

Khi cạnh tranh với đối thủ, không ít người bán hàng online đã có những hành vi phá hoại hoạt động kinh doanh của đối thủ như cố tình đặt, huỷ đơn, yêu cầu đổi trả hàng của đối thủ; cố tình đánh giá xấu sản phẩm của đối thủ, Đây đều là những hành vi cạnh tranh không lành mạnh và người bán không nên thực hiện.

Không cố tình gợi ý khách hàng giao dịch không qua sàn; thông đồng với người mua hoặc bên vận chuyển để giả tạo giao dịch.

Khi quan hệ với đối tác trong kinh doanh, nhiều trường hợp việc gian lận có thể mang lại lợi nhuận lớn hơn. Ví dụ, người bán giao dịch trực tiếp với khách hàng mà không qua sàn, qua app nhằm tiết kiệm chi phí phải trả cho sàn hoặc app. Một ví dụ khác là thông đồng với người mua hoặc bên vận chuyển để giả tạo giao dịch. Một số trường hợp khác, khi nhân viên của nhà cung cấp đề nghị người bán thông đồng để giảm các khoản tiền phải nộp về cho công ty, nhân viên đó và bạn có thể cùng chia nhau khoản lợi này. Người bán không nên thực hiện những hành vi gian lận như vậy.

PHỤ LỤC 1:

HƯỚNG DẪN ĐƠN GIẢN CÁCH TRA CỨU

QUY ĐỊNH PHÁP LUẬT

Chúng tôi hiểu rằng việc tra cứu các quy định pháp luật không hề dễ dàng. Dưới đây, chúng tôi trình bày một số cách để tra cứu quy định pháp luật có thể có ích cho hoạt động kinh doanh của người bán hàng.

Lưu ý rằng, đây là các hướng dẫn đơn giản, có thể được thực hiện nhanh và cho kết quả ở một mức độ chính xác nhất định. Nếu muốn bảo đảm rằng mình tìm đúng và đầy đủ các quy định pháp luật liên quan, người bán vẫn cần hỏi ý kiến hoặc sử dụng dịch vụ của những người có chuyên môn pháp lý.

1. Tra cứu đơn giản

Cách nhanh nhất khi cần tìm hiểu một quy định pháp luật là bạn sử dụng google với từ khoá: quy định pháp luật + vấn đề cần tìm. Ví dụ, người bán muốn biết pháp luật về kinh doanh mỹ phẩm có thể tìm kiếm: quy định pháp luật mỹ phẩm.

2. Cơ sở dữ liệu quốc gia về văn bản pháp luật

Hiện nay, có khá nhiều cơ sở dữ liệu pháp luật được cung cấp miễn phí trên mạng. Ở đây, chúng tôi giới thiệu việc tra cứu trên Cơ sở dữ liệu quốc gia về văn bản pháp luật tại địa chỉ <http://vbpl.com.vn>.

Người bán có thể sử dụng chức năng tìm kiếm theo từ khoá tùy chọn. Chức năng tìm kiếm nâng cao có thể giúp bạn lựa chọn phương pháp tìm kiếm, bao gồm: Từ khoá là “chính xác cụm từ trên” hoặc “có tất cả từ trên”; Tìm trong “trích yếu” là tên văn bản hoặc “tất cả” là bao gồm cả tên và nội dung văn bản; Loại văn bản mong muốn như luật, nghị định, thông tư...; và các tùy chọn khác.

Ví dụ, tìm kiếm “mỹ phẩm” với lựa chọn “chính xác cụm từ trên” và tìm trong “trích yếu” sẽ cho ra tất cả các văn bản pháp luật có tên bao gồm chữ “mỹ phẩm”. Đúng đầu trong danh sách này là Nghị định 93/2016/NĐ-CP quy định về điều kiện sản xuất mỹ phẩm.

3. Văn bản sửa đổi, thay thế, hết hiệu lực

Quy định vẫn còn hiệu lực cho đến khi có một văn bản pháp luật khác sửa đổi hoặc thay thế.

Một quy định chỉ mất hiệu lực trong một hoặc hai trường hợp sau:

- Một văn bản pháp luật sửa đổi, bổ sung hoặc bãi bỏ trực tiếp điều, khoản chứa nội dung quy định đó. Nếu văn bản pháp luật sửa đổi, bổ sung văn bản chứa quy định đó, nhưng không đề cập đến điều, khoản chứa nội dung quy định, quy định vẫn còn hiệu lực;
- Một văn bản pháp luật bãi bỏ văn bản pháp luật chứa quy định đó. Trong trường hợp này, quy định mất hiệu lực. Đối tượng sẽ cần thực hiện theo quy định trong văn bản pháp luật mới.

Nếu tình trạng hiệu lực là “Còn hiệu lực” nghĩa là các quy định vẫn còn được áp dụng

Hiệu lực: Còn hiệu lực Ngày có hiệu lực: 01/01/2018	
BỘ CÔNG THƯƠNG Số: 33/2017/TT-BCT	
CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM <u>Độc lập - Tự do - Hạnh phúc</u> Hà Nội, ngày 28 tháng 12 năm 2017	
BỘ CÔNG THƯƠNG ----- Số: 33/2017/TT-BCT	CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM <u>Độc lập - Tự do - Hạnh phúc</u> ----- Hà Nội, ngày 28 tháng 12 năm 2017





Nếu tình trạng hiệu lực là “Hết hiệu lực một phần” nghĩa là các văn bản này đã được sửa đổi, bổ sung. Người bán cần kiểm tra xem điều, khoản chứa nội dung quy định có bị sửa đổi, bổ sung hay không.

Hiệu lực: Hết hiệu lực một phần Ngày có hiệu lực: 01/01/2016	
BỘ CÔNG THƯƠNG Số: 41/2015/TT-BCT	CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM <u>Độc lập - Tự do - Hạnh phúc</u> Hà Nội, ngày 24 tháng 11 năm 2015
THÔNG TƯ Quy định Danh mục sản phẩm, hàng hóa có khả năng gây mất an toàn thuộc trách nhiệm quản lý của Bộ Công Thương	

Nếu tình trạng hiệu lực là “Hết hiệu lực toàn bộ” nghĩa là văn bản này không còn hiệu lực nữa. Người bán cần kiểm tra văn bản thay thế, có thể xem trong phần “Lược đồ”

Toàn văn	Thuộc tính	Lịch sử	VB liên quan	Lược đồ	Bản PDF	Tải về	Bản in
Hiệu lực: Hết hiệu lực toàn bộ Ngày có hiệu lực: 25/05/2012 Ngày hết hiệu lực: 01/01/2016							
BỘ CÔNG THƯƠNG Số: 08/2012/TT-BCT		CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM <u>Độc lập - Tự do - Hạnh phúc</u> Hà Nội, ngày 9 tháng 4 năm 2012					
THÔNG TƯ Ban hành Danh mục sản phẩm, hàng hóa có khả năng gây mất an toàn thuộc trách nhiệm quản lý của Bộ Công Thương							

Văn bản thay thế được hiển thị trong phần “Lược đồ”

Văn bản hiện thời  <ul style="list-style-type: none"> ■ Thông tư 08/2012/TT-BCT Ban hành Danh mục sản phẩm, hàng hóa có khả năng gây mất an toàn thuộc trách nhiệm quản lý của Bộ Công Thương 	Văn bản HD, QĐ chi tiết (0) 
Văn bản căn cứ (4)  <ul style="list-style-type: none"> ■ Nghị định 132/2008/NĐ-CP Quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật chất lượng sản phẩm, hàng hóa [Thuộc tính] [VB Liên quan] [Toàn văn] ■ Luật 05/2007/QH12 Chất lượng sản phẩm, hàng hoá [Thuộc tính] [VB Liên quan] [Toàn văn] ■ Nghị định 189/2007/NĐ-CP Quy 	Văn bản quy định hết hiệu lực (1)  <ul style="list-style-type: none"> ■ Thông tư 41/2015/TT-BCT Quy định Danh mục sản phẩm, hàng hóa có khả năng gây mất an toàn thuộc trách nhiệm quản lý của Bộ Công Thương(Văn bản thay thế) [Thuộc tính] [VB Liên quan] [Toàn văn]

DRAFT

PHỤ LỤC 2:

DANH MỤC VĂN BẢN PHÁP LUẬT LIÊN QUAN ĐẾN HÀNG HÓA CÓ KHẢ NĂNG GÂY MẤT AN TOÀN (HÀNG HÓA NHÓM 2)

- Bộ Công Thương:

[Thông tư 41/2015/TT-BCT](#), [Thông tư 29/2016/TT-BCT](#), [Thông tư 33/2017/TT-BCT](#). Để dễ dàng tra cứu, bạn có thể tra cứu văn bản tổng hợp nội dung của các văn bản trên: [Văn bản hợp nhất 13/VBHN-BCT 2018](#);

Ngoài ra, bạn cũng cần lưu ý một số mặt hàng sau: sản phẩm dệt may ([Thông tư 21/2017/TT-BCT](#)); thuốc lá điều ([Thông tư 23/2015/TT-BYT](#))

- Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn: [Thông tư 16/2021/TT-BNNPTNT](#)
- Bộ Khoa học và Công nghệ: [Quyết định 3810/QĐ-BKHCN năm 2019](#); [Quyết định 3115/QĐ-BKHCN năm 2020](#) sửa đổi Quyết định 3810/QĐ-BKHCN;
- Bộ Thông tin và Truyền thông: [Thông tư 02/2022/TT-BTTTT](#)
- Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội: [Thông tư 01/2021/TT-BLĐTBXH](#)
- Bộ Xây dựng: [Thông tư 19/2019/TT-BXD](#)
- Bộ Giao thông vận tải: [Thông tư 12/2022/TT-BGTVT](#)