

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC ĐẠI NAM  
KHOA LUẬT**



**HỌ VÀ TÊN HỌC VIÊN  
CÀ THẢO ANH**

*Lớp : LKT 12 – 01 khóa: XII*

**TÊN ĐỀ TÀI  
PHÁP LUẬT VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ, MỘT SỐ BẤT CẬP VÀ KIẾN  
NGHỊ HOÀN THIỆN**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC  
CHUYÊN NGÀNH LUẬT KINH TẾ**

**Giảng viên hướng dẫn: GVC.TS Đỗ Thị Minh Thư**

***HÀ NỘI 2022***

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC ĐẠI NAM  
KHOA LUẬT**



**HỌ VÀ TÊN HỌC VIÊN  
CÀ THẢO ANH**

*Lớp : LKT 12 – 01 khóa: XII*

**TÊN ĐỀ TÀI  
PHÁP LUẬT VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ, MỘT SỐ BẤT CẬP VÀ KIẾN  
NGHỊ HOÀN THIỆN**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC  
CHUYÊN NGÀNH LUẬT KINH TẾ**

**Giảng viên hướng dẫn: GVC.TS Đỗ Thị Minh Thư**

**HÀ NỘI 2022**

## **LỜI CAM ĐOAN**

Tôi xin cam đoan số liệu và kết quả nghiên cứu trong khóa luận này là trung thực và chưa hề được sử dụng để bảo vệ một học vị nào. Mọi sự giúp đỡ cho việc thực hiện luận văn này đã được cảm ơn và các thông tin trích dẫn trong luận văn đã được chỉ rõ nguồn gốc rõ ràng và được phép công bố.

*Hà Nội, ngày 28 tháng 05 năm 2022*

**Sinh viên**

**Cà Thảo Anh**

## LỜI CẢM ƠN

Thương mại điện tử là lĩnh vực hoạt động kinh tế không còn xa lạ với nhiều quốc gia. Người ta không còn phải mất nhiều thời gian, công sức, tiền bạc... cho những giao dịch kinh tế. Việc áp dụng thương mại điện tử trong hoạt động kinh doanh là một xu thế tất yếu của thời đại. Và Việt Nam – trong quá trình hội nhập không nằm ngoài xu hướng phát triển đó. Tuy thương mại điện tử không còn là vấn đề mới mẻ ở Việt Nam, nhưng rất nhiều người Việt Nam thậm chí còn chưa hiểu rõ bản chất, lợi ích của thương mại điện tử chứ chưa nói đến việc áp dụng nó. Do đó, quá trình phát triển thương mại điện tử ở Việt Nam còn gặp rất nhiều khó khăn, vướng mắc đòi hỏi phải có những công trình nghiên cứu khách quan về quy luật vận động và phát triển thương mại điện tử để từ đó xây dựng và triển khai chiến lược phát triển lĩnh vực hoạt động thương mại này. Qua quá trình học tập và tìm hiểu với mong muốn mỗi người dân Việt Nam sẽ hiểu biết ngày một sâu sắc tầm quan trọng của thương mại điện tử, đưa thương mại điện tử vào trong hoạt động phát triển nền kinh tế quốc gia nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh trong điều kiện hội nhập, em đã chọn đề tài “*Pháp luật về thương mại điện tử, một số bất cập và kiến nghị hoàn thiện*” khóa luận tốt nghiệp.

Để hoàn thiện tốt đề tài này, trước hết em xin cảm ơn các thầy cô giáo trong khoa luật trường đại học Đại Nam đặc biệt là cô giáo phụ trách hướng dẫn Cô Đỗ Thị Minh Thư. Đã nhiệt tình hướng dẫn, đóng góp ý kiến, cung cấp số liệu, hồ sơ và chỉ dạy những kinh nghiệm quý báu cho trong quá trình thực hiện báo cáo.

Mặc dù đã cố gắng hoàn thiện song khóa luận và đề tài nghiên cứu, nhưng do thời gian thực tập ngắn do dịch bệnh cùng với sự hiểu biết còn hạn hẹp nên trong báo cáo không thể thiếu những sai sót. Rất mong quý thầy cô có thể đóng góp thêm cho em, để em có thể hoàn thiện báo cáo tốt hơn.

## MỤC LỤC

<b>MỞ ĐẦU .....</b>	<b>8</b>
<b>Chương I: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ Ở VIỆT NAM</b>	<b>16</b>
1.1 . Cơ sở lý luận về thương mại điện tử. ....	16
1.2. Quy định của pháp luật về thương mại điện tử trên thế giới.....	29
1.3 Khung pháp lý về thương mại điện tử một số khu vực trên thế giới. ....	35
1.4. Khung pháp lý về thương mại điện tử tại Việt Nam .....	38
<b>Kết luận chương I: .....</b>	<b>48</b>
<b>Chương II .....</b>	<b>50</b>
<b>THỰC TRẠNG VIỆC ÁP DỤNG PHÁP LUẬT THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ Ở VIỆT NAM.....</b>	<b>50</b>
2.1.Giai đoạn 2011 đến 2015 .....	50
2.2 Giai đoạn 2016 đến 2021 .....	56
2.3 Giai đoạn 2021 đến 2025 .....	61
2.4. Nguyên nhân của hạn chế, bất cập .....	70
2.5 Cơ chế bảo đảm thực hiện pháp luật thương mại điện tử.....	71
<b>Kết luận chương II: .....</b>	<b>78</b>
<b>Chương III : .....</b>	<b>79</b>
<b>CÁC GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ... 79</b>	
<b>Ở VIỆT NAM.....</b>	<b>79</b>
3.1 Định hướng hoàn thiện pháp luật thương mại điện tử ở Việt Nam.....	79
3.2.Các giải pháp hoàn thiện pháp luật thương mại điện tử ở Việt Nam .....	91
<b>Kết luận Chương III:.....</b>	<b>105</b>
<b>KẾT LUẬN .....</b>	<b>107</b>

## DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

### 1. Các từ tiếng Việt viết tắt

Từ	Tiếng Việt
BCA	Bộ Công an
BCT	Bộ Công Thương
BKH	Bộ Kế Hoạch
BLDS	Bộ luật Dân Sự
DN	Doanh nghiệp
NĐ CP	Nghị định Chính Phủ
NHNN	Ngân hàng nhà nước
PL	Pháp luật
QH	Quốc Hội
TANDTC	Tòa án nhân dân tối cao
TM	Thương mại
TMĐT	Thương mại điện tử
TT	Thông tư
TTLT	Thông tư liên tịch
VC	Vận chuyển
VKSNDTC	Viện kiểm sát nhân dân tối cao

## 2. Các từ tiếng Anh viết tắt

<b>Từ</b>	<b>Tiếng anh</b>	<b>Tiếng Việt</b>
B2C	Business to customer	Doanh nghiệp với người tiêu dùng
B2B	Business to Business	Thương mại điện tử giữa doanh nghiệp và doanh nghiệp
EDI	Electronic Data Interchange	Trao đổi dữ liệu điện tử
UNCTAD	United Nation Conference on Trade and Development	Hội nghị Liên Hiệp Quốc về Thương mại và Phát triển
UNCITRAL	United Nations Commission on International Trade Law	Ủy ban Liên Hiệp Quốc về Luật Thương mại quốc tế
WTO	World Trade Organization	Tổ chức Thương mại Thế giới
	Catalogue	tài liệu, ấn phẩm quảng cáo
	Ecommerce	Thương mại điện tử

## MỞ ĐẦU

### 1. Lý do chọn đề tài

Trong những năm gần đây, thị trường thương mại điện tử Việt Nam (TMĐT) ngày càng được mở rộng và hiện đã trở thành phương thức kinh doanh phổ biến được doanh nghiệp, người dân biết đến. Sự đa dạng về mô hình hoạt động, về đối tượng tham gia, về quy trình hoạt động và chuỗi cung ứng hàng hóa, dịch vụ với sự hỗ trợ của hạ tầng Internet và ứng dụng công nghệ hiện đại đã đưa TMĐT trở thành trụ cột quan trọng trong tiến trình phát triển kinh tế số của quốc gia.

Mặc dù gặp những ảnh hưởng tiêu cực trong năm 2020 do đại dịch COVID-19, thương mại điện tử Việt Nam vẫn có những bước tăng tốc mạnh mẽ, trở thành một trong những thị trường TMĐT tăng trưởng nhanh nhất trong khu vực Đông Nam Á. Theo Sách trắng Thương mại điện tử Việt Nam, năm 2020, tốc độ tăng trưởng của TMĐT đạt mức 18%, quy mô đạt 11,8 tỷ USD và là nước duy nhất ở Đông Nam Á có tăng trưởng TMĐT 2 con số. Theo tính toán của các tập đoàn lớn thế giới như Google, Temasek và Bain&Company, nhiều khả năng quy mô của nền kinh tế số Việt Nam sẽ vượt ngưỡng 52 tỷ USD và giữ vị trí thứ 3 trong khu vực ASEAN vào năm 2025.

Đồng thời với đó, TMĐT giúp người tiêu dùng thông qua internet để mua sắm tại các thị trường quốc tế và trở thành “người tiêu dùng toàn cầu”, đồng thời, giúp cho các cá nhân, doanh nghiệp dễ dàng hơn khi giới thiệu và giao sản phẩm của mình đến tay khách hàng quốc tế. Bên cạnh đó, việc tham gia vào hệ thống xuất khẩu, nhập khẩu trực tuyến, các kênh thương mại điện tử xuyên biên giới sẽ tạo cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam giao lưu, cọ sát thực tế để hoàn thiện sản phẩm của mình, nâng cao năng lực doanh nghiệp và giá trị chất lượng hàng hóa xuất xứ từ Việt Nam, đưa thương hiệu hàng Việt đến tay người tiêu dùng nhiều thị trường trên thế giới.

TMĐT xuyên biên giới được phát triển trên nền tảng thương mại quốc tế truyền thống kết hợp với TMĐT đang trở thành trào lưu của các quốc gia có nền tảng thương mại điện tử phát triển như Mỹ, Trung Quốc, EU, Nhật Bản, Hàn Quốc... và lan rộng



tới các quốc gia đang phát triển trong khu vực Đông Nam Á như Indonesia, Thái Lan, Việt Nam...

Tuy thương mại điện tử không còn là vấn đề mới mẻ ở Việt Nam, nhưng rất nhiều người Việt Nam thậm chí còn chưa hiểu rõ bản chất, lợi ích của thương mại điện tử chứ chưa nói đến việc áp dụng nó. Do đó, quá trình phát triển thương mại điện tử ở Việt Nam còn gặp rất nhiều khó khăn, vướng mắc đòi hỏi phải có những công trình nghiên cứu khách quan về quy luật vận động và phát triển thương mại điện tử để từ đó xây dựng và triển khai chiến lược phát triển lĩnh vực hoạt động thương mại này. Xuất phát từ những yêu cầu đó, với mong muốn mỗi người dân Việt Nam sẽ hiểu biết ngày một sâu sắc tầm quan trọng của thương mại điện tử, đưa thương mại điện tử vào trong hoạt động phát triển nền kinh tế quốc gia nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh trong điều kiện hội nhập, em đã chọn đề tài ***“Pháp luật về thương mại điện tử, một số bất cập và kiến nghị hoàn thiện”*** làm khóa luận tốt nghiệp. Nội dung của bài luận sẽ giúp người đọc hiểu rõ khái niệm, yêu cầu, lợi ích và tầm quan trọng của thương mại điện tử nói chung và những định hướng, chỉ ra rõ được một số bất cập trong pháp luật hiện hành từ đó đề xuất kiến nghị hoàn thiện để có những bước đi trong chặng đường phát triển thương mại điện tử ở Việt Nam nói riêng, qua đó sẽ thấy được những vấn đề bức thiết cần làm để nâng cao hiệu quả của thương mại điện tử.

## 2. Giả thiết khoa học

Thương mại điện tử đã thu hút sự quan tâm nghiên cứu của nhiều tổ chức quốc tế trên thế giới và đông đảo các nhà nghiên cứu, các viện nghiên cứu, các trường đại học rất chú ý quan tâm tới thương mại điện tử.

Liên hiệp quốc cũng đã nghiên cứu và phổ biến về “Chính phủ điện tử và Thương mại điện tử” thông qua tài liệu giảng dạy tới các quốc gia do Trung tâm đào tạo phát triển công nghệ thông tin và truyền thông Châu Á- Thái Bình Dương (APCICT) nghiên cứu với mục tiêu truyền đạt các kiến thức cho các nhà lãnh đạo Chính phủ tại các Quốc gia Châu Á- Thái Bình Dương nhằm hoạch định chính sách quản lý và các sáng kiến về chính phủ điện tử và thương mại điện tử một cách hiệu

quả hơn. Ủy ban Châu Âu- Viện bảo vệ và an ninh công dân thuộc Trung tâm nghiên cứu hỗn hợp ISPRA- Italia cũng đã nghiên cứu về: “Chiến lược tin cậy và an toàn B2C trong thương mại điện tử”. Nghiên cứu này đã đi sâu phân tích một cách có hệ thống về mối quan hệ giữa công nghệ, xã hội, kinh tế và chính sách nhằm đem lại sự an toàn và tin tưởng trong thương mại điện tử. Tác giả Stayling Wen là một doanh nhân Đài Loan cũng nghiên cứu và cho ra đời cuốn sách “Tương lai của thương mại điện tử”. Nhiều tác giả khác trên thế giới cũng đã nghiên cứu về mạng xã hội, kinh doanh, công cụ trực tuyến, công cụ tìm kiếm, an ninh mạng, bảo mật, khung pháp lý, công nghệ và cơ sở hạ tầng cho thương mại điện tử của các quốc gia trên thế giới.

Việt Nam đã thống nhất về mặt quản lý nhà nước về thương mại điện tử bằng việc thành lập Cục Thương mại điện tử và công nghệ thông tin thuộc Bộ Công thương. Nhiều công trình nghiên cứu về quản lý hoạt động thương mại điện tử được Cục Thương mại điện tử và công nghệ thông tin cùng các tổ chức, hiệp hội thực hiện. Tuy nhiên, nghiên cứu cụ thể về quản lý nhà nước đảm bảo an toàn trong thương mại điện tử thì chưa có nhiều. Một số công trình nghiên cứu thương mại điện tử về bảo mật, an toàn và pháp lý đã được biết tới như: Đề tài KC01-05 của Ban cơ yếu Chính phủ năm 2004: “Nghiên cứu, xây dựng giải pháp bảo mật thông tin trong thương mại điện tử”. Đề tài: “Pháp luật về thương mại điện tử tại Việt Nam: thực trạng và một số khuyến nghị” của Tiến sĩ Nguyễn Anh Sơn. Công trình: “Luật thương mại quốc tế, các văn bản nền tảng của Ủy ban Liên Hợp Quốc về Luật thương mại quốc tế của UNCITRAL. Các công trình nghiên cứu thương mại điện tử hiện nay có nhiều nhưng chưa có công trình nào nghiên cứu chuyên sâu về hiệu lực quản lý nhà nước đảm bảo an toàn trong thương mại điện tử.

Tổng quan tình hình nghiên cứu như trên có thể đánh giá rằng cần thiết phải có những nghiên cứu cụ thể đánh giá về tính hiệu lực công tác quản lý nhà nước để đảm bảo an toàn trong thương mại điện tử. Với mong muốn đi sâu nghiên cứu vấn đề đó đồng thời dự báo sự phát triển thương mại điện tử, quản lý nhà nước một cách hiệu lực nhằm đảm bảo an toàn, nghiên cứu sinh đã chọn đề tài “*Giải pháp nâng cao hiệu lực quản lý nhà nước đảm bảo an toàn trong thương mại điện tử ở Việt Nam*” để nghiên cứu khóa luận.

### 3. Mục tiêu nghiên cứu

Khóa luận tập trung nghiên cứu pháp luật thương mại điện tử của nước ta trong hệ thống pháp luật trong nước nhằm đánh giá hiệu quả, mức độ hoàn thiện, tính phù hợp với Luật Thương mại 2005 và các quy định pháp luật khác có liên quan. Từ đó xác định nhu cầu và giải pháp hoàn thiện pháp luật về pháp luật thương mại điện tử ở nước ta.

Để thực hiện mục tiêu nghiên cứu tổng quát, khóa luận cần tập trung làm rõ cơ sở lý luận chung pháp luật về thương mại điện tử, phân biệt quy định pháp luật điều chỉnh thương mại nói chung và thương mại điện tử nói riêng .

Để làm rõ nhu cầu hoàn thiện pháp luật, khóa luận cần phân tích và đánh giá thực trạng hoàn thiện pháp luật thương mại điện tử, những yếu tố ảnh hưởng tới thực tiễn giải quyết các vấn đề phát sinh trong thương mại điện tử ở nước ta trong giai đoạn hiện nay. Trên cơ sở đó, khóa luận làm rõ những nội dung hoàn thiện pháp luật về thương mại điện tử trong tình hình mới cho phù hợp với xu hướng phát triển của hoạt động cho nhận con nuôi quốc tế trên thế giới.

### 4. Nhiệm vụ nghiên cứu

Để thực hiện mục đích nghiên cứu, khóa luận có những nhiệm vụ nghiên cứu cụ thể như sau:

**Thứ nhất**, bài nghiên cứu cần làm sáng tỏ cơ sở lý luận chung pháp luật về thương mại điện tử, những vấn đề lý luận cơ bản của pháp luật điều chỉnh việc thương mại điện tử.

**Thứ hai**, bài nghiên cứu cần phân biệt cơ sở lý luận pháp luật dựa trên những chủ thể của quan hệ trong luật thương mại và các văn bản pháp luật có liên quan. Từ đó, khóa luận đưa ra những tiêu chí đánh giá mức độ hoàn thiện của pháp luật về thương mại điện tử, chủ yếu dựa trên tiêu chí bảo đảm quyền của các bên liên quan.

**Thứ ba**, bài nghiên cứu cần phân tích thực trạng pháp luật về thương mại điện tử và đánh giá những tác động của thực trạng hoàn thiện pháp luật tới thực tiễn pháp luật về thương mại điện tử ở Việt Nam.

**Thứ tư**, bài nghiên cứu cần làm rõ quan niệm, ý nghĩa hoàn thiện pháp luật về thương mại điện tử ở Việt Nam từ đó, xác định những nhu cầu hoàn thiện pháp luật.

**Thứ năm**, trên cơ sở nhu cầu hoàn thiện pháp luật, bài nghiên cứu đề xuất một số giải pháp hoàn thiện pháp luật về thương mại điện tử ở Việt Nam trong tình hình mới.

## **5. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là pháp luật thương mại điện tử ở Việt Nam và thực trạng thực hiện pháp luật.

Phạm vi nghiên cứu của khóa luận tập trung nghiên cứu làm rõ các vấn đề lý luận, đặc điểm và nội dung cơ bản về pháp luật thương mại điện tử ở Việt Nam, không dàn trải theo nền tảng của pháp luật thương mại truyền thống.

Nội dung nghiên cứu liên quan đến một số nội dung cơ bản của pháp luật thương mại điện tử, cơ chế bảo đảm thực hiện pháp luật và xử lý vi phạm, giải quyết tranh chấp. Khóa luận chú trọng đến giải quyết tranh chấp giữa các chủ thể giao dịch thương mại điện tử mà không đi sâu vào các biện pháp giải quyết khác.

Việc nghiên cứu pháp luật của các quốc gia khác trên thế giới chỉ mang tính chất tham khảo, so sánh nhằm đánh giá những tiếp thu pháp luật quốc tế 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 thương mại điện tử ở Việt Nam, đề tài chỉ tập trung nghiên cứu pháp luật thương mại điện tử thời điểm Luật Thương mại 2005, Luật Giao dịch điện tử năm 2005 và Luật Công nghệ thông tin năm 2006 cùng hệ thống các văn bản hướng dẫn thi hành về vấn đề này được ban hành cho đến nay.

## **6. Phương pháp nghiên cứu**

Khóa luận được nghiên cứu trên cơ sở lý luận của chủ nghĩa Mác- Lê Nin và tư tưởng Hồ Chí Minh về nhà nước và pháp luật, các quan điểm của Đảng và Nhà nước về đảm bảo an toàn trong thương mại điện tử. Để thực hiện khóa luận, tác giả đã vận dụng đồng thời và hài hòa những phương pháp nghiên cứu chủ đạo trong kinh tế chính trị như phương pháp duy vật biện chứng và phương pháp duy vật lịch sử để làm rõ bản chất của hiệu lực quản lý nhà nước đảm bảo an toàn trong thương mại điện tử, các mối quan hệ biện chứng giữa nội dung của hiệu lực quản lý nhà nước đảm bảo an toàn trong thương mại điện tử.

Phương pháp nghiên cứu tài liệu được sử dụng để để thu thập số liệu, các thông tin về cơ sở lý thuyết, các công trình nghiên cứu trước đây, chủ trương chính sách của Nhà nước về đảm bảo an toàn trong thương mại điện tử, kinh nghiệm của các nước, các số liệu thống kê...

Phương pháp so sánh, đối chứng và dự báo để tiến hành đánh giá hiện trạng, dự báo nguy cơ mất an toàn trong thương mại điện tử và các nhân tố ảnh hưởng tới hiệu lực quản lý nhà nước đảm bảo an toàn trong thương mại điện tử.

Phương pháp áp dụng kỹ thuật tin học để quản lý dữ liệu, phương tiện tính toán. Đồng thời, tác giả vận dụng các phương pháp nghiên cứu khoa học khác như: Phương pháp hệ thống hóa và khái quát hóa; phương pháp phân tích, tổng hợp; phương pháp khảo sát thực tế từ đó đề xuất các giải pháp nâng cao hiệu lực quản lý nhà nước đảm bảo an toàn trong thương mại điện tử ở Việt Nam. Ngoài ra, tác giả còn nghiên cứu và tham khảo kinh nghiệm về quản lý nhà nước để đảm bảo an toàn trong thương mại điện tử của một số nước có nhiều điểm tương đồng với Việt Nam như: Trung Quốc, Hàn Quốc và Singapore để giải quyết các vấn đề về lý luận và thực tiễn mà đề tài đặt ra.

## **7. Phạm vi nghiên cứu**

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là pháp luật thương mại điện tử ở Việt Nam và thực trạng thực hiện pháp luật. Khóa luận nghiên cứu những vấn đề lý luận, đặc điểm, nội dung và thực tiễn thực hiện pháp luật thương mại điện tử nhằm đề xuất hoàn thiện

pháp luật thương mại điện tử và đáp ứng yêu cầu điều chỉnh các quan hệ pháp luật thương mại điện tử ở Việt Nam.

## **8. Những đóng góp mới của khóa luận**

Ý nghĩa khoa học: Khóa luận là một công trình nghiên cứu chuyên khảo đầu tiên đề cập một cách toàn diện và có hệ thống về hiệu lực quản lý nhà nước đảm bảo an toàn trong thương mại điện tử ở Việt Nam.

Về mặt khoa học, khóa luận có những đóng góp sau:

- Hệ thống hóa và góp phần phát triển cơ sở lý luận về hiệu lực quản lý nhà nước nhằm đảm bảo an toàn trong thương mại điện tử.

- Phân tích và làm rõ thực trạng về an toàn trong thương mại điện tử ở Việt Nam và hiệu lực quản lý nhà nước nhằm đảm bảo an toàn trong thương mại điện tử ở Việt Nam. Đề xuất các tiêu chí đánh giá hiệu lực quản lý nhà nước đảm bảo an toàn trong thương mại điện tử ở Việt Nam.

- Đề xuất các giải pháp và khuyến nghị về việc nâng cao hiệu lực quản lý nhà nước đảm bảo an toàn trong thương mại điện tử ở Việt Nam. Trong đó, kiến cụ thể với các cơ quan quản lý nhà nước, với các hiệp hội như: thương mại điện tử, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng đồng thời khuyến nghị với tất cả các chủ thể tham gia.

Ý nghĩa thực tiễn: Khóa luận có thể sử dụng để tham khảo, nghiên cứu, học tập, phục vụ công tác quản lý nhà nước về thương mại điện tử và nâng cao hiệu lực quản lý nhà nước đảm bảo an toàn trong thương mại điện tử ở Việt Nam. Đồng thời, những kiến giải, đề xuất và kết luận trong khóa luận có thể được sử dụng để tiếp tục hoàn thiện Luật Giao dịch điện tử, Luật Công nghệ thông tin, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, cùng các Nghị định của Chính Phủ về thương mại điện tử, về công nghệ thông tin, về an toàn thông tin số.... trong xu thế toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế của đất nước.

## **9. Bố cục của khóa luận**

Ngoài phần Mở đầu, Kết luận và Danh mục tài liệu tham khảo, khóa luận được kết cấu gồm có 3 chương:

**Chương 1:** Cơ sở lý luận về hiệu lực quản lý nhà nước trong thương mại điện tử.

**Chương 2:** Thực trạng về hiệu lực quản lý nhà nước đảm bảo an toàn trong thương mại điện tử ở Việt Nam.

**Chương 3:** Các giải pháp và kiến nghị nâng cao hiệu lực quản lý nhà nước đảm bảo an toàn trong thương mại điện tử ở Việt Nam.

**Kết luận**

## **Chương I: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ Ở VIỆT NAM**

### **1.1 . Cơ sở lý luận về thương mại điện tử.**

#### *1.1.1. Khái niệm thương mại điện tử:*

##### ***Một số thuật ngữ, cách hiểu và khái niệm thương mại điện tử:***

Từ khi các ứng dụng của Internet được khai thác nhằm phục vụ cho mục đích thương mại, nhiều thuật ngữ khác nhau đã xuất hiện để chỉ các hoạt động kinh doanh điện tử trên Internet như: “thương mại điện tử” (electronic commerce hay e-commerce); “thương mại trực tuyến” (online trade); “thương mại điều khiển học” (cyber trade); “thương mại không giấy tờ” (paperless commerce hoặc paperless trade); “thương mại Internet” (Internet commerce) hay “thương mại số hoá” (digital commerce). (electronic commerce), thuật ngữ được dùng phổ biến trong tài liệu của các tổ chức trong và ngoài nước cũng như trong các tài liệu nghiên cứu khác. Ban đầu, khi thuật ngữ “thương mại điện tử” xuất hiện đã có nhiều cách hiểu theo các góc độ nghiên cứu khác nhau như sau: Công nghệ thông tin: Từ góc độ công nghệ thông tin, TMĐT là quá trình phân phối hàng hóa, dịch vụ, thông tin hoặc các thanh toán thông qua các mạng máy tính hoặc bằng các phương tiện điện tử khác. Thương mại: Từ góc độ thương mại, TMĐT cung cấp những khả năng mua, bán hàng hóa, dịch vụ và thông tin thông qua internet và các dịch vụ trực tuyến khác. Quá trình kinh doanh: Từ góc độ quá trình kinh doanh, TMĐT đang thực hiện kinh doanh điện tử bằng cách hoàn thành quá trình kinh doanh thông qua mạng điện tử và với cách ấy sẽ dần thay thế cách thức kinh doanh vật thể thông thường..

Khái niệm thương mại điện tử không đồng nhất với khái niệm giao dịch thương mại điện tử là khái niệm được nhiều người sử dụng. Các hình thức giao dịch cụ thể như: Các giao dịch B2B chỉ các giao dịch giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp, B2C chỉ giao dịch giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng, G2C chỉ giao dịch giữa các cơ quan chính phủ với người tiêu dùng. Bán lẻ điện tử là một khái niệm trong thương mại điện tử chỉ doanh nghiệp áp dụng hình thức bán trưng bày, quảng bá, giới thiệu sản phẩm qua mạng đến người có nhu cầu và giao hàng hóa cụ thể tận tay người tiêu dùng.



Hiện nay, có nhiều quan niệm khác nhau về “thương mại điện tử” với nghĩa rộng hẹp khác nhau, tùy theo cách tiếp cận và mục đích nghiên cứu. Chẳng hạn, theo Ủy ban Liên Hợp quốc về luật Thương mại quốc tế (UNCITRAL) trong “Luật mẫu về thương mại điện tử” thì khái niệm thương mại điện tử được hiểu theo nghĩa rất rộng, bao gồm tất cả các phương tiện điện tử được dùng trong truyền thông như là dữ liệu điện tử, thư điện tử, Internet, máy telecopy và máy fax... được dùng để truyền tải thông tin dưới dạng một thông điệp dữ liệu để tiến hành các hoạt động thương mại. Hiện nay, luật mẫu này đang tiếp tục được bổ sung các công cụ cụ thể hơn để xử lý các vấn đề về giao kết hợp đồng thương mại điện tử và xác minh tính chân thực của các giao dịch thương mại điện tử (Theo UNCITRAL), thuật ngữ thương mại được diễn giải theo nghĩa rộng, bao quát các vấn đề phát sinh từ mọi quan hệ trong bản chất thương mại dù có hay không có hợp đồng.

Ủy ban Châu Âu đưa ra định nghĩa về thương mại điện tử như sau: “Thương mại điện tử được hiểu là việc thực hiện hoạt động kinh doanh qua các phương tiện điện tử. Nó dựa trên việc xử lý và truyền dữ liệu điện tử dưới dạng chữ, âm thanh và hình ảnh. Thương mại điện tử gồm nhiều hành vi trong đó hoạt động mua bán hàng hóa và dịch vụ qua phương tiện điện tử, giao nhận các nội dung kỹ thuật số trên mạng, chuyển tiền điện tử, mua bán cổ phiếu điện tử, vận đơn điện tử, đấu giá thương mại, hợp tác thiết kế, tài nguyên mạng, mua sắm công cộng, tiếp thị trực tiếp tới người tiêu dùng và các dịch vụ sau bán hàng”. Thương mại điện tử được thực hiện đối với cả thương mại hàng hóa và thương mại dịch vụ; các hoạt động như chăm sóc sức khỏe, giáo dục và các hoạt động mới như siêu thị ảo. Tóm lại, theo nghĩa rộng thì thương mại điện tử có thể được hiểu là các giao dịch tài chính và thương mại bằng phương tiện điện tử như: trao đổi dữ liệu điện tử; chuyển tiền điện tử và các hoạt động gửi rút tiền bằng thẻ tín dụng.

Thương mại điện tử theo nghĩa hẹp bao gồm các hoạt động thương mại được thực hiện thông qua mạng Internet. Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) đưa ra các khái niệm về thương mại điện tử theo hướng này. Thương mại điện tử được nói đến ở đây là hình thức mua bán hàng hóa được bày tại các trang web trên Internet với phương thức thanh toán bằng thẻ tín dụng. Có thể nói rằng Thương mại điện tử đang

trở thành một cuộc cách mạng làm thay đổi cách thức mua sắm của con người. Theo Tổ chức Thương mại Thế giới: “Thương mại điện tử bao gồm việc sản xuất, quảng cáo, bán hàng và phân phối sản phẩm được mua bán và thanh toán trên mạng Internet, nhưng được giao nhận một cách hữu hình cả các sản phẩm được giao nhận cũng như những thông tin số hóa thông qua mạng Internet”.

Khái niệm về thương mại điện tử do Tổ chức hợp tác phát triển kinh tế của Liên hợp quốc (UNCTAD) đưa ra là: “Thương mại điện tử được định nghĩa sơ bộ là các giao dịch thương mại dựa trên truyền dữ liệu qua các mạng truyền thông như Internet”.

Theo Nghị định số 52/2013/NĐ-CP, ngày 16/5/2013 của Chính phủ về thương mại điện tử, hoạt động thương mại điện tử được định nghĩa là việc tiến hành một phần hoặc toàn bộ quy trình của hoạt động thương mại bằng phương tiện điện tử có kết nối với mạng Internet, mạng viễn thông di động hoặc mạng mở khác. Qua tổng quan các quan niệm rộng, hẹp khác nhau về thương mại điện tử, có thể tổng hợp đưa ra khái niệm làm cơ sở cho việc nghiên cứu đề tài khóa luận này như sau:

Thương mại điện tử là một lĩnh vực hoạt động thương mại của tất cả các thương nhân, tổ chức, cá nhân bằng cách sử dụng các phương tiện điện tử có kết nối với mạng Internet, mạng viễn thông di động hoặc các mạng mở dưới các hình thức tổ chức hoạt động và loại hình giao dịch thương mại điện tử đa dạng.

### *1.1.2 Khái niệm pháp luật thương mại điện tử*

Sự bùng nổ của công nghệ thông tin đặt chúng ta trước những vận hội và thách thức mới. Công nghệ thông tin đã xâm nhập vào tất cả các lĩnh vực của đời sống xã hội, điều này đã làm thay đổi sâu sắc toàn bộ đời sống kinh tế - xã hội của không chỉ một quốc gia mà là của tất cả các nước trên thế giới. Những lợi thế không thể phủ nhận của thương mại điện tử đòi hỏi phải có sự thích ứng nhanh chóng của nền kinh tế các nước trên thế giới trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế. Tuy nhiên, do những đặc trưng của thương mại điện tử nên những rủi ro có thể gặp phải trong quá trình giao dịch của thương mại điện tử không thể chỉ được khắc phục bằng các giải pháp mang tính công nghệ, kỹ thuật mà đòi hỏi cần phải hình thành được khung pháp lý đầy đủ.

Kinh nghiệm của các nước đi trước đã cho thấy rằng, để thúc đẩy thương mại điện tử, Nhà nước phải giữ vai trò tiên phong trên cả hai lĩnh vực: cung ứng dịch vụ điện tử và xây dựng hệ thống văn bản đầy đủ, thống nhất và cụ thể để điều chỉnh các quan hệ xã hội phát sinh trong lĩnh vực thương mại điện tử. Nếu thiếu các quy phạm pháp luật thì các doanh nghiệp, người tiêu dùng buộc phải gánh chịu nhiều rủi ro, thiếu sự an toàn trong giao dịch, điều này đã làm cho những ưu thế rõ nét về thời gian, về tính tiện lợi, về chi phí của thương mại điện tử sẽ không được phát huy một cách đầy đủ.

Sự phát triển mạnh mẽ của thương mại điện tử trong mỗi quốc gia cũng như trên phạm vi quốc tế cùng với các đặc trưng của thương mại điện tử đã đặt ra yêu cầu cần thiết phải có một hệ thống các quy định của pháp luật để điều chỉnh các quan hệ xã hội phát sinh trong các giao dịch thương mại điện tử nhằm bảo vệ hữu hiệu quyền và lợi ích hợp pháp của các chủ thể trong giao dịch thương mại điện tử nhưng đồng thời phải phát huy được những ưu điểm vốn có của thương mại điện tử. Để có thể xây dựng hệ thống pháp luật thương mại điện tử một cách khoa học và phù hợp với tình hình thực tiễn thì trước hết cần làm sáng tỏ khái niệm pháp luật thương mại điện tử. Tuy đã có khá nhiều các công trình nghiên cứu về thương mại điện tử dưới góc độ pháp lý nhưng các công trình này chủ yếu nghiên cứu các khía cạnh của pháp luật thương mại điện tử nên hiện nay mới chỉ có một vài tác giả đưa ra khái niệm pháp luật thương mại điện tử trong các công trình nghiên cứu của mình:

- Theo tác giả Dương Thị Mai Ngọc *"Có thể hiểu pháp luật điều chỉnh hoạt động thương mại điện tử là hệ thống các quy phạm pháp luật do nhà nước ban hành hoặc thừa nhận điều chỉnh các quan hệ phát sinh trong hoạt động thương mại điện tử"*<sup>1</sup>. Khái niệm này đã khái quát được pháp luật thương mại điện tử nhưng còn khá chung chung và tác giả cũng chưa đi sâu phân tích các nội dung của khái niệm pháp luật thương mại điện tử.

- Tác giả Lê Văn Thiệp định nghĩa, *"Pháp luật thương mại điện tử là tổng hợp các nguyên tắc, quy phạm pháp luật do Nhà nước ban hành điều chỉnh các quan hệ xã*

---

<sup>1</sup> Dương Thị Mai Ngọc (2009), *Pháp luật về thương mại điện tử ở Việt Nam - Thực trạng và phương hướng hoàn thiện*, Luận văn thạc sĩ Luật học, Cơ sở đào tạo: Trường Đại học Luật Hà Nội, trang 16.

*hội phát sinh trong quá trình các chủ thể là các cá nhân, tổ chức thực hiện các hoạt động thương mại được thực hiện một phần hay toàn bộ quy trình thương mại bằng các phương tiện điện tử có kết nối với mạng internet, mạng viễn thông di động hay các mạng mở khác"*<sup>2</sup>. Khái niệm pháp luật thương mại điện tử mà tác giả Lê Văn Thiệp đưa ra đã có đầy đủ các nội dung cần thiết. Tuy nhiên, tác giả đã đưa cả khái niệm thương mại điện tử vào trong khái niệm pháp luật thương mại điện tử làm cho khái niệm này khá dài.

Căn cứ vào khái niệm và các đặc trưng của thương mại điện tử như đã phân tích ở trên thì theo cách khái quát nhất, *pháp luật thương mại điện tử là tổng thể các quy phạm pháp luật do Nhà nước ban hành nhằm điều chỉnh các quan hệ xã hội phát sinh giữa các cá nhân, tổ chức với nhau trong quá trình tổ chức và thực hiện các hoạt động thương mại điện tử*. Trong đó, *hoạt động thương mại điện tử được hiểu là việc tiến hành một phần hoặc toàn bộ quy trình của hoạt động thương mại bằng phương tiện điện tử có kết nối với Internet*.

Từ khái niệm pháp luật thương mại điện tử như đã nêu ở trên, pháp luật thương mại điện tử cần được làm sáng tỏ các vấn đề cơ bản sau:

#### (1) *Chủ thể của pháp luật thương mại điện tử*

Thương mại điện tử cũng có bản chất như thương mại truyền thống nên chủ thể chủ yếu của pháp luật thương mại điện tử là các thương nhân có hoạt động thương mại điện tử. Thương nhân có hoạt động thương mại điện tử bao gồm tổ chức kinh tế được thành lập hợp pháp, cá nhân hoạt động thương mại một cách độc lập, thường xuyên và có đăng ký kinh doanh tiến hành một phần hoặc toàn bộ quy trình của hoạt động thương mại bằng phương tiện điện tử có kết nối Internet. Ngoài ra, tổ chức và cá nhân khác có hoạt động liên quan đến hoạt động thương mại điện tử (hoạt động không nhằm mục đích sinh lợi của một bên giao dịch với thương nhân có hoạt động thương mại điện tử) cũng có thể trở thành chủ thể của pháp luật thương mại điện tử nếu lựa

---

<sup>2</sup> Lê Văn Thiệp (2016), *Pháp luật Thương mại điện tử ở Việt Nam hiện nay*, Luận án tiến sĩ Luật học, Cơ sở đào tạo: Học viện Khoa học xã hội - Viện Hàn lâm khoa học xã hội Việt Nam, trang 31.

chọn áp dụng pháp luật thương mại điện tử. Bên cạnh các chủ thể nói trên, chủ thể của pháp luật thương mại điện tử còn là các cơ quan nhà nước có thẩm quyền trong quá trình thực hiện các công việc mang tính tổ chức liên quan đến thương nhân thực hiện giao dịch thương mại điện tử như: đăng ký trang web thương mại điện tử, sàn giao dịch điện tử... *Như vậy*, chủ thể của pháp luật thương mại điện tử bao gồm: thương nhân thực hiện hoạt động thương mại điện tử; cá nhân, tổ chức có liên quan đến hoạt động thương mại điện tử.

## *(2) Phạm vi điều chỉnh của pháp luật thương mại điện tử*

Phạm vi điều chỉnh của pháp luật thương mại điện tử là các hoạt động thương mại điện tử của các thương nhân có hoạt động thương mại điện tử. Trong đó, hoạt động thương mại điện tử là hoạt động nhằm mục đích sinh lợi, bao gồm mua bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ, đầu tư, xúc tiến thương mại và các hoạt động nhằm mục đích sinh lợi khác được tiến hành một phần hoặc toàn bộ quy trình bằng phương tiện điện tử có kết nối với Internet.

*Tóm lại*, căn cứ vào chủ thể và phạm vi điều chỉnh của pháp luật thương mại điện tử thì pháp luật thương mại điện tử sẽ điều chỉnh các quan hệ xã hội phát sinh trong quá trình tổ chức và thực hiện các hoạt động thương mại điện tử giữa các cá nhân, tổ chức với nhau. Như vậy, các quan hệ xã hội do pháp luật thương mại điện tử điều chỉnh bao gồm các quan hệ xã hội phát sinh trong quá trình tổ chức và thực hiện các hoạt động thương mại điện tử giữa các cá nhân, tổ chức với nhau: Các quan hệ xã hội này phát sinh trực tiếp và nhằm đáp ứng yêu cầu đối với hoạt động thương mại điện tử của các cá nhân, tổ chức. Bởi vì chủ thể của các quan hệ xã hội này bình đẳng với nhau về địa vị pháp lý nên hình thức tồn tại của các quan hệ xã hội này là hợp đồng trong thương mại điện tử. Đây là các quan hệ xã hội chủ yếu được pháp luật thương mại điện tử điều chỉnh.

## *Các chủ thể của hoạt động thương mại điện tử*

Chủ thể của hoạt động thương mại điện tử là các chủ thể tham gia vào các loại hình tổ chức hoạt động thương mại điện tử, thực hiện các giao dịch trong thương mại điện tử với những hình thức đa dạng. Có nhiều tiêu chí phân loại các nhóm chủ thể của

hoạt động thương mại điện tử, tùy theo các tiếp cận và mục đích phân loại như: phân loại các nhóm chủ thể của hoạt động thương mại điện tử theo các hình thức tổ chức hoạt động thương mại điện tử, theo các hình thức giao dịch thương mại điện tử, theo mục đích tham gia hoạt động thương mại điện tử, theo lãnh thổ cư trú của chủ thể tham gia hoạt động thương mại điện tử, theo hành vi thương mại của chủ thể tham gia thương mại điện tử. Chẳng hạn, Nghị định số 52/2013/NĐ-CP, ngày 16/5/2013 của Chính phủ về thương mại điện tử đã phân loại các chủ thể tham gia hoạt động thương mại điện tử trên lãnh thổ Việt Nam theo mục đích tham gia hoạt động của các chủ thể gồm 6 nhóm chủ thể: (i) các thương nhân, tổ chức, cá nhân tự thiết lập website thương mại điện tử để phục vụ hoạt động xúc tiến thương mại bán hàng hóa hoặc cung ứng dịch vụ của mình (gọi chung là người sở hữu website thương mại điện tử bán hàng); (ii) các thương nhân, tổ chức thiết lập website thương mại điện tử để cung cấp môi trường cho thương nhân, tổ chức, cá nhân khác tiến hành hoạt động xúc tiến thương mại bán hàng hóa hoặc cung ứng dịch vụ (gọi chung là thương nhân, tổ chức cung cấp dịch vụ thương mại điện tử); (iii) các thương nhân, tổ chức, cá nhân sử dụng website của thương nhân, tổ chức cung cấp dịch vụ thương mại điện tử để phục vụ hoạt động xúc tiến thương mại, bán hàng hóa hoặc cung ứng dịch vụ (gọi chung là người bán); (iv) các thương nhân, tổ chức, cá nhân mua hàng hóa hoặc dịch vụ trên website thương mại điện tử bán hàng và website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử (gọi chung là khách hàng); (v) các thương nhân, tổ chức, cá nhân cung cấp hạ tầng kỹ thuật cho người sở hữu website thương mại điện tử bán hàng và cho thương nhân, tổ chức cung cấp dịch vụ thương mại điện tử (gọi chung là thương nhân, tổ chức, cung cấp hạ tầng); (vi) các thương nhân, tổ chức, cá nhân sử dụng thiết bị điện tử có nối mạng khác để tiến hành hoạt động thương mại.

*\* Các hình thức tổ chức hoạt động thương mại điện tử*

Hình thức tổ chức hoạt động thương mại điện tử là sự biểu hiện cụ thể và là nơi diễn ra các hoạt động thương mại điện tử mà các chủ thể tham gia thương mại điện tử hoặc cơ quan quản lý nhà nước có thể nhận biết, nhận diện được chủ yếu dưới dạng các website thương mại điện tử. Để quản lý hoạt động thương mại điện tử và các quy định quản lý, chính sách và chế tài cụ thể đối với từng hình thức cụ thể. Chẳng hạn,

Nghị định 52/2013/NĐ-CP của Chính phủ về thương mại điện tử đã phân loại hình thức tổ chức hoạt động thương mại điện tử cụ thể và có các chế tài quản lý đối với từng loại hình thức cụ thể, như: (i) website thương mại điện tử bán hàng; (ii) website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử gồm sàn giao dịch thương mại điện tử, website đấu giá trực tuyến, các website khác do Bộ Công thương quy định; (iii) các hình thức hoạt động thương mại điện tử tiến hành trên mạng viễn thông di động (được Bộ Công thương quy định cụ thể).

### *1.1.3 Các loại hình giao dịch trong thương mại điện tử*

Hình thức giao dịch trong thương mại điện tử là các mối quan hệ tương tác trao đổi thông tin và giao kết hợp đồng thương mại điện tử, giao dịch mua bán hàng hóa và dịch vụ giữa các nhóm chủ thể khi tham gia các giao dịch vì mục đích thương mại bằng phương tiện điện tử.

Các hình thức giao dịch trong thương mại điện tử có thể được phân loại theo những tiêu chí khác nhau như căn cứ vào tính chất của các giao dịch thương mại điện tử, căn cứ vào mục đích kinh tế của các chủ thể thực hiện giao dịch thương mại điện tử, căn cứ các hình thức tổ chức hoạt động thương mại điện tử, căn cứ các hình thức giao dịch điện tử... Có thể phân định các hình thức giao dịch thương mại điện tử cụ thể theo các tiêu chí này như sau:

- Căn cứ tính chất của các giao dịch thương mại điện tử có các loại hình: các giao dịch trao đổi thông tin thương mại, các giao dịch ký kết hợp đồng thương mại điện tử, các giao dịch thanh toán trong thương mại điện tử, các giao dịch quản trị hoạt động thương mại điện tử.

- Căn cứ mục đích kinh tế của các chủ thể tham gia giao dịch thương mại điện tử có các loại hình: Giao dịch bán hàng hóa và dịch vụ; Giao dịch mua hàng hóa và dịch vụ.

- Căn cứ địa vị pháp lý của các chủ thể tham gia giao dịch thương mại điện tử, có các loại hình: Giao dịch giữa thương nhân với thương nhân; Giao dịch giữa thương nhân với người tiêu dùng; Giao dịch giữa thương nhân với các tổ chức, cá nhân (không phải là thương nhân).

- Căn cứ vào các nhóm chủ thể của hoạt động thương mại điện tử có các loại hình: Giao dịch của những người sở hữu website thương mại điện tử bán hàng hóa và dịch vụ với những người mua hàng hóa và dịch vụ; Giao dịch của những thương nhân hoặc tổ chức cung ứng dịch vụ thương mại điện tử với những người sử dụng thương mại điện tử; Giao dịch giữa các thương nhân, tổ chức cung cấp hạ tầng kỹ thuật thương mại điện tử với các thương nhân, tổ chức sở hữu website thương mại điện tử và các thương nhân, tổ chức cung cấp dịch vụ thương mại điện tử.

- Căn cứ các hình thức tổ chức hoạt động thương mại điện tử, có các loại hình: Giao dịch trên website thương mại điện tử bán hàng; Giao dịch trên các website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử (các sàn giao dịch thương mại điện tử, các giao dịch trên website đấu giá trực tuyến, các giao dịch trên các website khuyến mại trực tuyến...).

- Căn cứ các hình thức giao dịch điện tử phổ biến thường được quy định trong các đạo luật về giao dịch điện tử, tác động qua lại giữa các chủ thể với nhau trong môi trường mạng máy tính có một số hình thức giao dịch điện tử dưới đây bao hàm trong đó có các giao dịch thương mại điện tử, gồm:

+ *Giao dịch giữa doanh nghiệp và doanh nghiệp (B2B)*: Đây là giao dịch mua bán các sản phẩm hàng hóa và dịch vụ giữa các doanh nghiệp trong quá trình sản xuất kinh doanh kèm theo các dịch vụ tư vấn, bảo trì, nâng cấp sau bán hàng. Doanh nghiệp cần lựa chọn nguồn hàng, đặt hàng từ các nhà cung cấp, nhận hóa đơn và thanh toán. Các quá trình trên trước đây mất rất nhiều thời gian, nhân công do phải làm việc, đàm phán và gặp mặt trực tiếp, nay toàn bộ quá trình trên đều có thể thực hiện tại bất cứ đâu và vào bất cứ thời gian nào được cho là phù hợp với hai bên thông qua mạng Internet. Điều này giúp giảm thiểu chi phí, tận dụng thời gian, nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp.

+ *Giao dịch giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng (B2C)*: Đây là giao dịch mà ở đó người tiêu dùng mua hàng trực tiếp và các doanh nghiệp thực hiện việc bán lẻ qua mạng thông qua website của doanh nghiệp hoặc sàn giao dịch. Các giao dịch B2C không chỉ dừng ở mục tiêu cung cấp sản phẩm tới tận tay người tiêu dùng mà mở rộng thêm các hoạt động dịch vụ như thông tin chất lượng sản phẩm, độ tin cậy thông qua các diễn đàn thuộc sàn giao dịch, ngân hàng, đấu giá, bất



động sản, du lịch. Hình thức bán lẻ điện tử ngày càng được các doanh nghiệp chú ý và đầu tư triển khai áp dụng vì tiếp cận khách hàng nhanh chóng và thuận lợi. Bán hàng trong B2C khác với B2B bởi giá cả thường cố định, doanh nghiệp chỉ cần xây dựng catalog, hệ thống duyệt dễ dàng cho khách hàng thăm quan, tìm kiếm sản phẩm, tìm ra giải pháp thu tiền bằng nhiều hình thức thanh toán để giao hàng nhanh, hiệu quả đến tận khách hàng.

+ *Giao dịch giữa doanh nghiệp và cơ quan chính phủ (B2G)*: Đây là các giao dịch giữa các doanh nghiệp và chính phủ với tư cách là một tổ chức tham gia hoạt động thương mại như mua sắm công, cung ứng dịch vụ thương mại điện tử hoặc cung cấp hạ tầng kỹ thuật thương mại điện tử. Các cơ quan chính phủ có thể thực hiện mua sắm trang thiết bị, hàng hóa dạng kỹ thuật số như phần mềm, ứng dụng cho chính phủ thông qua mạng như người tiêu dùng.

+ *Giao dịch thương mại giữa cá nhân với cá nhân (C2C)*: Đây là các giao dịch thương mại giữa các cá nhân không phải là thương nhân hay tổ chức có nhu cầu mua hoặc bán các hàng hóa dịch vụ mà mình sở hữu bằng phương tiện điện tử hay còn được gọi một cách khác là giao dịch thương mại giữa khách hàng với khách hàng. Hình thức giao dịch thương mại điện tử này cho phép thông qua website của cá nhân tổ chức các sàn đấu giá; Các giao dịch dân sự như tìm việc, cho thuê nhà, cần thuê nhà, mua bán ô tô, xe máy, sửa chữa đồ điện tử... cũng được đưa lên mạng Internet thông qua website cá nhân hoặc trung gian. Giao dịch C2C có nhiều ưu điểm nên số lượng các doanh nghiệp kinh doanh trực tuyến ngày càng nhiều.

### *1.1.3 Luật mẫu về thương mại điện tử của uncitral.*

Nhằm tạo khung pháp lý cho phát triển thương mại điện tử, năm 1996 Ủy ban Luật Thương mại quốc tế của Liên hợp quốc (UNCITRAL) đã soạn thảo một luật mẫu về thương mại điện tử, hình thành những quy định mẫu về thừa nhận giá trị pháp lý của các thông điệp dữ liệu nhằm bảo vệ về mặt pháp lý cho những tổ chức, cá nhân mong muốn tham gia thương mại điện tử. Luật mẫu có thể được sử dụng như một tài liệu tham khảo cho các nước trong quá trình xây dựng pháp luật về thương mại điện tử của mình. Tinh thần của Luật mẫu là bảo đảm những giao dịch thương mại điện tử

được thừa nhận giá trị pháp lý và nếu cần thiết thì sẽ có những hành động thích hợp để tăng cường khả năng thi hành cho những giao dịch bằng phương tiện điện tử. Luật mẫu được soạn thảo dựa trên những nguyên tắc cơ bản sau:

- \* Tài liệu điện tử có thể được coi là có giá trị pháp lý như tài liệu ở dạng văn bản nếu thoả mãn các yêu cầu kỹ thuật nhất định;

- \* Tự do thoả thuận hợp đồng;

- \* Tôn trọng việc sử dụng tự nguyện phương thức truyền thông điện tử;

- \* 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;

- \* Áp dụng về mặt hình thức hơn là quan tâm tới nội dung : luật chỉ áp dụng đối với hình thức hợp đồng mà không đề cập nội dung, trên cơ sở phải thoả mãn những đòi hỏi pháp lý nhất định;

- \* Pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng phải đi trước. Nhiều quốc gia đã thể hiện các nguyên tắc và nội dung của luật mẫu UNCITRAL vào hệ thống pháp luật quốc gia của nước mình.

#### *1.1.4 Luật mẫu về chữ ký số*

Luật mẫu về chữ ký điện tử trong tiếng Anh được gọi là Model Law on Electronic Signatures – MLES, Luật này được Ủy ban Liên hiệp quốc về Luật thương mại quốc tế (UNCITRAL) ban hành vào ngày 5-7-2001 với các mục đích đem lại một khuôn khổ pháp lý điều chỉnh đối với việc sử dụng chữ ký điện tử để phục vụ cho các hoạt động thương mại điện tử đối với các chủ thể tham gia hoạt động thương mại điện tử.

Theo sự ban hành Luật mẫu này thì Luật mẫu về chữ ký điện tử được hiểu là tiêu chuẩn đánh giá kỹ thuật giữa chữ ký điện tử và chữ ký viết tay, nguyên tắc của việc chữ ký điện tử.

\* Vai trò của Luật mẫu về chữ ký điện tử như sau:

– Về phương thức tiếp cận của Luật mẫu: Luật mẫu về chữ ký điện tử tiếp cận các vấn đề công nghệ một cách trung lập và khách quan, do đó mà Luật mẫu về chữ ký điện tử tránh sử dụng những từ ngữ kỹ thuật chuyên ngành dễ gây hiểu lầm cho người áp dụng, người đọc luật.

Luật mẫu về chữ ký điện tử là tổng hợp các quy định cơ bản để xác định trách nhiệm và nghĩa vụ của người ký, người nhận và bên thứ ba tham gia vào quá trình ký điện tử trong quá trình thực hiện các hoạt động thương mại điện tử của các chủ thể.

– Với vai trò là luật mẫu nên Luật mẫu về chữ ký điện tử còn là nguồn luật tham khảo chung cho các quốc gia về điều chỉnh chữ ký điện tử trong các thông điệp dữ liệu để có thể phù hợp với các quốc gia khi tiến hành các hoạt động thương mại điện tử. Bên cạnh Luật mẫu về chữ ký điện tử thì các quốc gia cũng ban hành những văn bản quy phạm pháp luật riêng của quốc gia mình để thực hiện điều chỉnh chữ ký số phù hợp với pháp luật của quốc gia mình.

– Với vai trò là một luật mẫu quy định về chữ ký điện tử và luật mẫu này được chấp nhận về mặt giá trị pháp lý theo quy định của Ủy ban liên hiệp quốc nên Luật mẫu về chữ ký điện tử đã giúp cho hoạt động thương mại giữa các quốc gia ngày càng phát triển về cả quy mô lẫn giá trị của chữ ký điện tử đối với hoạt động thương mại điện tử.

Việc chấp nhận về mặt giá trị pháp lý của chữ ký điện tử cũng đồng nghĩa với việc chấp nhận giá trị pháp lý của các hợp đồng điện tử dựa trên các chữ ký điện tử để thực hiện các giao dịch liên quan đến hoạt động thương mại điện tử.

– Luật mẫu về chữ ký điện tử với vai trò là luật mẫu đã cung cấp các tiêu chuẩn để nhận ra đâu là chữ ký điện tử về mặt pháp lí mà không quan tâm tới công nghệ được sử dụng nhằm mục đích phân biệt được các chữ ký điện tử có giá trị để thực hiện các giao dịch.

#### *1.1.5 Công ước Liên hợp quốc về sử dụng chứng từ điện tử trong hợp đồng thương mại quốc tế:*

Năm 2005, Đại hội đồng Liên hợp quốc tiếp tục thông qua Công ước về sử dụng phương tiện điện tử trong hợp đồng quốc tế. Đây là Công ước đầu tiên xây dựng khuôn khổ pháp lí về kí kết và thực thi hợp đồng điện tử quốc tế. Nền tảng của Công ước này là phê chuẩn việc sử dụng phương tiện điện tử trong thương mại quốc tế. Công ước này có mối quan hệ chặt chẽ với CISG và Luật mẫu về thương mại điện tử 1996. Công ước bao gồm 25 điều khoản được quy định trong 4 chương, và chỉ áp dụng đối với những hợp đồng giữa các bên có trụ sở thương mại ở các nước khác nhau, mà không quan tâm đến quốc tịch của các bên hoặc tính chất thương mại hay dân sự của hợp đồng, với những lĩnh vực được loại trừ trong Điều 2 của Công ước. Công ước là một bước đi tích cực trong việc giải quyết và làm rõ ràng các vấn đề cần thiết, như về thời gian và địa điểm gửi và nhận phương tiện điện tử, cũng như ý nghĩa của hệ thống tự động trong giao kết hợp đồng. Một số vấn đề của Công ước cần được biết như sau:

- Định nghĩa về hợp đồng điện tử được hiểu với ý nghĩa rộng hơn, không chỉ đơn thuần là hợp đồng mua bán hàng hoá mà còn là những cam kết của các bên, ví dụ: thoả thuận về trọng tài.

- Để xác định địa điểm của các bên - đây là vấn đề quan trọng để xác định hợp đồng được kí kết ở đâu. Điều 6 chỉ ra rằng trong trường hợp không xác định được địa điểm kinh doanh, hoặc có nhiều hơn một địa điểm kinh doanh, thì địa điểm kinh doanh sẽ là nơi ‘có mối quan hệ gần gũi nhất với hợp đồng, xét trong từng hoàn cảnh’, tại thời điểm hợp đồng được lập.

- Giá trị pháp lý của phương tiện điện tử được thể hiện tại Điều 8, theo đó một sự liên lạc hoặc một hợp đồng sẽ không bị phủ nhận giá trị pháp lý hoặc hiệu lực thực thi chỉ bởi vì nó được lập dưới dạng một phương tiện điện tử.

- Điều 9 đảm bảo rằng không có một phương tiện hoặc một hợp đồng nào bắt buộc phải được lập hoặc chứng minh bởi một hình thức cụ thể, và Công ước không yêu cầu rằng một phương tiện hoặc hợp đồng phải được thực hiện dưới dạng văn bản hoặc tạo ra một hậu quả khi không có văn bản, và phương tiện điện tử cũng đáp ứng những yêu cầu đó.

- Thời gian và địa điểm để gửi và nhận được quy định trong Điều 10 như sau: Khi một thông tin rời khỏi (gửi đi) và đến hệ thống của người nhận, và có khả năng lấy lại (khôi phục) được (nhận được).

- Công ước chỉ áp dụng đối với các giao dịch điện tử và hợp đồng điện tử giữa ‘doanh nghiệp với doanh nghiệp’ (‘business-to-business’ - viết tắt là ‘B2B’). Những hợp đồng được thực hiện bởi ‘khách hàng với khách hàng’ (‘customer-to-customer’ - viết tắt là ‘C2C’); ‘khách hàng với doanh nghiệp’ (‘customer-to-business’ - viết tắt là ‘C2B’); và ‘doanh nghiệp với khách hàng’ (‘business-to-customer’ - viết tắt là ‘B2C’) nằm ngoài phạm vi điều chỉnh của Công ước này. Công ước đã hướng tới việc tạo thuận lợi cho hài hoà hoá pháp luật của các nước về sử dụng phương tiện điện tử trong hợp đồng quốc tế.

## **1.2. Quy định của pháp luật về thương mại điện tử trên thế giới.**

### *1.2.1 Khung pháp lý về thương mại điện tử của Hoa Kỳ*

Hoa Kỳ là nước đi đầu trong lĩnh vực thương mại điện tử. Hoa Kỳ đã ấn định các nguyên tắc cơ bản cho thương mại điện tử của riêng mình, đồng thời kiến nghị cho nền thương mại điện tử toàn cầu.

Quá trình xây dựng và hoàn thiện môi trường pháp lý cho thương mại điện tử của Hoa Kỳ dựa trên 4 nguyên tắc cơ bản:

- Các bên được tự do xác lập quan hệ hợp đồng với nhau khi thấy phù hợp

- Các quy định phải có tính chất trung lập về mặt công nghệ và phải có tính mở cho tương lai, có nghĩa là không được quy định về một loại công nghệ cụ thể nào đó và không được hạn chế việc sử dụng hay phát triển của các công nghệ tương lai.
- Các quy định hiện hành cần được sửa đổi, bổ sung và ban hành mới trong trường hợp cần thiết để hỗ trợ cho việc sử dụng công nghệ điện tử.
- Các quy định phải công bằng cho cả các doanh nghiệp đã áp dụng rộng rãi các công nghệ mới và các doanh nghiệp còn chưa áp dụng.

Trong thời gian qua, chính quyền Liên bang và chính quyền các bang tại Hoa Kỳ đã sửa đổi, bổ sung nhiều quy định hiện hành và ban hành một số quy định mới, đáp ứng được yêu cầu của các giao dịch thương mại điện tử, nhất là các quy định về luật hợp đồng, bảo vệ người tiêu dùng, thẩm quyền tài phán, chứng cứ pháp lý...

Ngày 01/07/1997, cùng với sự hợp tác của các nhà khoa học, Hoa Kỳ đã thông báo đề án “khung kết cấu thương mại điện tử toàn cầu”, gồm 5 nguyên tắc cơ bản:

- Doanh nghiệp tư nhân giữ vai trò chủ đạo.
- Hạn chế những yêu cầu không cần thiết của Chính phủ đối với thương mại điện tử.
- Chính phủ tham gia thương mại điện tử nhằm tạo lập môi trường luật pháp thương mại điện tử hợp lý, đơn giản, ngắn gọn.
- Chính phủ phải thừa nhận tính độc đáo riêng của mạng Internet.
- Thúc đẩy thương mại điện tử trên cơ sở toàn cầu.

Đề án này đưa ra những ý kiến cụ thể về việc phát triển thương mại điện tử, đây là một bộ phận quan trọng trong chính sách thương mại và công nghệ của Hoa Kỳ.

Ngày 14/05/1998, Ủy ban thương mại nghị viện Hoa Kỳ đã thông qua các dự luật miễn thuế Internet, tạo điều kiện phát triển tự do hoá cho các công ty, xí nghiệp trên toàn Hoa Kỳ.

Tháng 3/1999, công ước thương mại số của kỷ nguyên (HR 1320) cho phép đồng thời thúc đẩy sự mở rộng hơn nữa của thương mại điện tử dựa vào lực lượng thị trường tự do. HR1320 thừa nhận giá trị pháp lý của các thoả thuận điện tử như hợp đồng điện tử... Đây là bước trung gian trong việc thừa nhận giá trị pháp lý của các chứng cứ điện tử.

Nhằm tạo lập một khung pháp lý thống nhất cho giao dịch thương mại điện tử ở Hoa Kỳ, Hội nghị quốc gia của các viên chức về đạo luật thống nhất (NCCUSL) diễn ra năm 1999 đã thông qua Luật thống nhất về Giao dịch điện tử (Uniform Electronic Transactions Act – UETA). Ngày 30/06/2000 tổ chức thông qua Luật Chữ ký điện tử trong thương mại quốc gia và quốc tế (Electronic Signature in Global and National Commerce Act – E-Sign). Ngoài ra, Hoa Kỳ còn cho ra đời nghị định thư về an toàn thương mại điện tử (SET) nhằm bảo vệ các phương thức thanh toán...

### **Luật thống nhất về Giao dịch điện tử (Uniform Electronic Transactions Act – UETA)**

Luật thống nhất về Giao dịch điện tử là một văn bản ngắn gọn, quy định về sự công nhận giá trị pháp lý của các dữ liệu điện tử, chữ ký điện tử và các văn bản điện tử khác. Văn bản này không quy định bất kỳ ưu thế nào cho bất kỳ một phương thức hay công nghệ nào. Luật mẫu về các giao dịch điện tử là một văn bản có tính linh hoạt cao có thể tồn tại lâu dài và là cơ sở pháp lý phù hợp cho các giao dịch thương mại điện tử trong suốt một giai đoạn dài.

#### **\* Về luật hợp đồng**

Ở Hoa Kỳ không có một luật đơn nhất điều chỉnh hợp đồng ký kết trên mạng máy tính và nhìn chung luật hợp đồng là do pháp luật của từng bang quy định. Các quy tắc áp dụng đối với các hợp đồng ký kết trên mạng vẫn có thể rất khác nhau giữa các bang mặc dù chính quyền Liên bang đã có nhiều nỗ lực để thống nhất các luật liên quan đến hoạt động thương mại bằng việc ban hành Bộ luật thương mại thống nhất (Uniform Commercial Code – UCC)

Điều 2 Bộ luật thương mại thống nhất (UCC) điều chỉnh các giao dịch thương mại nói chung, gồm cả hai loại giao dịch hàng hoá hữu hình và giao dịch hàng hoá vô hình. Nhưng cho đến nay người ta vẫn chưa biết chắc chắn rằng các toà án có cho áp dụng điều khoản này vào các giao dịch mà đối tượng của nó được giao nhận qua các phương tiện điện tử hay không.

### *1.2.2 Khung pháp lý về thương mại điện tử của Singapore*

Thương mại điện tử ở Singapore đã và đang phát triển mạnh mẽ, ngày càng đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển kinh tế của đất nước này.

Năm 1998 Singapore cho ban hành Luật giao dịch điện tử (Electronic Transaction Act 1998) nhằm mục đích giải quyết vướng mắc, khó khăn về mặt pháp lý khi các chủ thể tham gia vào các giao dịch trong một môi trường phi giấy tờ và không tiếp xúc trực tiếp với nhau.

#### **\* Nguyên tắc cơ bản để xây dựng đạo luật về giao dịch điện tử**

– Tuân theo các tiêu chuẩn quốc tế và mô hình quốc tế để có thể hoà nhập với khung pháp luật thương mại điện tử toàn cầu.

– Tránh các quy định quá chặt chẽ

– Linh hoạt và trung lập về mặt công nghệ để theo kịp môi trường luôn thay đổi

– Quy định rõ ràng, minh bạch và có khả năng tiên liệu trước

#### **\* Mục tiêu của đạo luật**

– Thiết lập một quy tắc thực hành (Code of Conduct) chung để hỗ trợ cho các giao dịch thương mại điện tử.

– Xây dựng cơ sở hạ tầng về công chứng.



– Cho phép nộp đơn, hồ sơ và cấp phép điện tử ở các cơ quan quản lý Nhà nước.

– Làm rõ trách nhiệm của nhà cung cấp dịch vụ mạng đối với nội dung thông tin của bên thứ ba.

Luật giao dịch điện tử của Singapore đã đưa ra những quy tắc thương mại nhằm làm rõ quyền và nghĩa vụ của các bên tham gia trong một giao dịch thương mại điện tử. Những quy tắc nằm trong đạo luật này mang các tính chất đặc trưng của những quy định mẫu quốc tế, đặc biệt là các quy định của luật mẫu UNCITRAL về thương mại điện tử. Quy tắc thực hành chung trong Luật giao dịch điện tử của Singapore cũng chứa đựng các điều khoản điều chỉnh việc ký kết hợp đồng qua các phương tiện điện tử thông qua việc quy định về thời gian, địa điểm gửi và nhận thông tin điện tử. Đạo luật này còn quy định về giá trị pháp lý của các bản ghi và chữ ký điện tử, cùng với độ an toàn của chúng.

Mặt khác, để hỗ trợ cho việc sử dụng chữ ký điện tử, một cơ sở hạ tầng về công chứng đã được xây dựng. Theo đó, cơ quan công chứng sẽ xác nhận một mã khoá chứng thực có mối liên hệ với một cá nhân nhất định. Một cơ quan công chứng có thể xác minh về một cá nhân nào đó trước khi cấp một chứng thực dưới dạng giấy chứng nhận kỹ thuật số. Giấy chứng nhận này có thể dùng để xác minh chữ ký của cá nhân đó.

Như vậy, Luật giao dịch điện tử của Singapore đã tạo một môi trường pháp lý khá phù hợp cho thương mại điện tử và các giao dịch điện tử khác. Đạo luật này đã xoá bỏ được những trở ngại trong các quy định pháp luật hiện hành và tạo được lòng tin cho các doanh nghiệp, cá nhân khi tham gia vào thương mại điện tử. So với các nước khác thì cách làm của Singapore mang tính tổng thể hơn nhiều vì nội dung của luật giao dịch điện tử bao trùm rất nhiều lĩnh vực liên quan. Với việc ban hành đạo luật này và việc sửa đổi bổ sung đối với các văn bản luật khác, Singapore có thể phát

triển mạnh mẽ thương mại điện tử và trở thành một trong những trung tâm thương mại điện tử phát triển trên thế giới.

### *1.2.3. Khung pháp lý về thương mại điện tử của Canada*

Hiện nay, Canada được coi là một trong những nước đi đầu trên thế giới trong việc nghiên cứu và ứng dụng thương mại điện tử. Để tạo một môi trường pháp lý hoàn chỉnh cho các giao dịch thương mại điện tử, Chính phủ Canada đã tiến hành rà soát, sửa đổi các văn bản hiện hành đồng thời ban hành các văn bản mới liên quan đến thương mại điện tử như luật về chữ ký điện tử, chứng cứ điện tử...

Luật về chữ ký điện tử của Canada cho phép các cơ quan liên bang quyền quyết định các yêu cầu của pháp luật hiện hành về hình thức giao dịch có thể được thoả mãn bằng các phương tiện điện tử như thế nào. Chữ ký điện tử có thể được sử dụng trong các giao dịch thương mại điện tử. Vấn đề đặt ra là phải xác định được mối liên hệ giữa chữ ký điện tử với người ký tài liệu điện tử. Để làm được điều này cần phải sử dụng công nghệ phù hợp kết hợp với thiết lập một cơ quan xác nhận để có sự kiểm tra chéo.

Hiện nay, Canada đã có các quy định pháp luật về thu thập, sử dụng và tiết lộ thông tin về cá nhân do các cơ quan nhà nước quản lý. Luật bí mật cá nhân liên bang có hiệu lực từ năm 1982, được áp dụng đối với tất cả các cơ quan nhà nước cấp liên bang và một số doanh nghiệp có quy mô liên bang.

Gần đây, Canada đã ban hành luật bảo vệ thông tin cá nhân và tài liệu điện tử. Đây là một bước tiến mới trong việc bảo vệ thông tin cá nhân. Luật này được áp dụng đối với khu vực tư nhân do pháp luật liên bang điều chỉnh và đối với các thông tin liên quan đến hoạt động mua bán trong phạm vi liên tỉnh và quốc tế.

Về vấn đề thuế, hiện nay Canada đang cùng một số thành viên khác của OECD phát triển chiến lược quốc tế trong đó có các hiệp ước về thuế đối với thương mại điện tử, hướng dẫn xử lý việc chuyển giá, về việc áp dụng thuế tiêu thụ và về hàng rào thuế quan cửa khẩu.

### 1.3 Khung pháp lý về thương mại điện tử một số khu vực trên thế giới.

#### *1.3.1 Khung pháp lý về thương mại điện tử của EU*

Mặc dù đứng sau Hoa Kỳ về hoạt động thương mại điện tử nhưng EU cũng đang ngày càng khẳng định vị trí của mình trên thế giới nhờ sự phát triển của thương mại điện tử. Các nước EU cũng đã nhận thức rõ được tầm quan trọng của việc ban hành các văn bản pháp luật và dưới luật để điều chỉnh hoạt động thương mại mới mẻ này.

Ngày 24/10/1995, Nghị viện và Hội đồng Châu Âu đã ban hành Chỉ thị số 95/46/EC quy định về việc bảo đảm quá trình chuyển giao dữ liệu cá nhân và việc chuyển giao tự do những dữ liệu này.

Ngày 11/03/1996, Quốc hội và Hội đồng Châu Âu ban hành Chỉ thị số 96/9/EC về việc bảo vệ hợp pháp các cơ sở dữ liệu.

Ngày 20/05/1997, Nghị viện và Hội đồng Châu Âu đã đưa ra Chỉ thị số 97/7/EC về bảo vệ người tiêu dùng trong các hợp đồng trên mạng. Nghị định này được ban hành đã tạo lòng tin cho người tiêu dùng khi tham gia vào thương mại điện tử.

Ngày 13/12/1999, EU ban hành Chỉ thị về Chữ ký điện tử, tạo cơ sở pháp lý đầu tiên cho việc sử dụng và công nhận hợp pháp các chữ ký điện tử trong quá trình tiến hành giao dịch điện tử tại EU. Mục đích của Chỉ thị này là thúc đẩy việc sử dụng chữ ký điện tử và góp phần tăng cường nhận thức của mọi người về chữ ký điện tử. Chỉ thị cũng đã thiết lập một khung pháp lý cho chữ ký điện tử và các dịch vụ chứng thực chữ ký điện tử. Chỉ thị còn đặt ra nguyên tắc về trách nhiệm của cơ quan công chứng, chứng nhận. Theo đó nhà cung cấp dịch vụ chứng thực phải chịu trách nhiệm về những tổn thất gây ra cho bất kỳ cá nhân hay tổ chức hợp pháp nào mà đã dựa vào chứng nhận của cơ quan đó để giao kết với các doanh nghiệp khác. Ngoài ra, Chỉ thị còn chấp nhận những chữ ký điện tử được chứng thực bởi những nhà cầm quyền không thuộc liên minh châu Âu. Điều này tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp trong việc ký kết hợp đồng ngoại thương.

Ngày 8/6/2000, Chỉ thị số 2000/31/EC, gọi là “*Chỉ thị về thương mại điện tử*” của Nghị viện và Hội đồng Châu Âu đã được ban hành nhằm thống nhất pháp luật của các nước thành viên, nhằm tạo lập một thị trường chung trong lĩnh vực thương mại điện tử. Cho đến thời điểm hiện nay, đây là văn bản pháp luật quan trọng nhất về thương mại điện tử trong phạm vi EU. Nội dung của Chỉ thị này gồm các vấn đề như các nguyên tắc cần tuân thủ trong thương mại điện tử, các quy định về tính minh bạch và tính trung thực của các giao dịch điện tử...

Ngày 22/05/2001, Nghị viện và Hội đồng Châu Âu đã ban hành Chỉ thị số 2001/29/EC trên tinh thần hoà hợp giữa các khía cạnh về bản quyền và các quyền có liên quan trong xã hội thông tin.

Ủy ban Châu Âu đã tổ chức đàm phán thành công hiệp ước về tội phạm mạng toàn cầu. Hiệp ước này gồm một loạt các tội danh về mạng gồm cả những mảnh lối lừa đảo và xâm nhập máy tính bất hợp pháp. Hiệp ước cũng chỉ rõ trách nhiệm của nhà cung cấp dịch vụ Internet và những quan tâm về bản quyền. Cuối năm 2001, Ủy ban Châu Âu đã công bố những kế hoạch cho ra đời một Chỉ thị đối phó với nạn phân biệt chủng tộc và hải ngoại trên mạng.

### *1.3.2. Khung pháp lý về thương mại điện tử của APEC*

Đứng trước sự phát triển không ngừng của thương mại điện tử, APEC cũng đang từng bước tiến hành ứng dụng thương mại điện tử.

Tháng 11/1997, tại cuộc họp ở Vancouver, APEC đã vạch ra chương trình công tác về thương mại điện tử cho khu vực và thành lập “nhóm công tác chuyên trách về thương mại điện tử” do Singapore và Australia đồng chủ tịch. Mục tiêu là làm cho các nước thành viên hiểu rõ về thương mại điện tử, các hoạt động của nó, triển khai dần vào việc ứng dụng trong từng nước và giữa các nước thành viên trong khu vực.

Tháng 11/1998, APEC tiến hành “chương trình hành động về thương mại điện tử” với các nội dung chủ yếu sau:

– Tập trung nỗ lực phát triển thương mại điện tử ở các doanh nghiệp có điều kiện, có hiểu biết về thương mại điện tử.

– Nâng cao vai trò của chính phủ trong việc tạo môi trường pháp lý.

Hiện nay, APEC đã xây dựng xong chương trình hoạt động chung để thực hiện thương mại điện tử vào năm 2005 đối với các nước phát triển và năm 2010 đối với các nước đang phát triển.

Trong khu vực Châu Á – Thái Bình Dương, Nhật là nước đi đầu trong lĩnh vực thương mại điện tử. Hội đồng phát triển thương mại điện tử của Nhật đang cố gắng đơn giản hóa thủ tục thương mại điện tử ở Nhật, thông qua việc tiến hành xây dựng lòng tin và đưa ra nhiều phương án để tiếp cận với khách hàng. Nhật cũng đã tiến hành nhiều dự án trong lĩnh vực giao dịch này nhằm tạo môi trường điện tử thân thiện ở Nhật. Hiện nay, Nhật đã cho ra đời văn bản pháp luật về chữ ký điện tử nhằm tạo điều kiện cho thương mại điện tử phát triển bền vững.

### *1.3.3. Khung pháp lý về thương mại điện tử của ASEAN*

Mặc dù ASEAN là một khu vực nhỏ trong APEC nhưng là khu vực nhiều tiềm năng. Năm 1992, ASEAN thành lập các tiểu ban điều phối thương mại điện tử. Tháng 9/1998, tiểu ban điều phối thương mại điện tử đã họp và thông qua “các nguyên tắc chỉ đạo thương mại điện tử”. Tiếp theo, ASEAN sẽ phối hợp, chuyển giao công nghệ, hợp tác kỹ thuật để ASEAN có thể chính thức bước vào thế giới kinh tế kỹ thuật số. Hội nghị cấp cao lần thứ 4 ngày 24/11/2000 tại Singapore đã thông qua hiệp định khung về thương mại điện tử ASEAN (E – ASEAN)

Mặt khác, các thành viên cũng tự xây dựng cho mình khung pháp luật riêng phù hợp với hoàn cảnh thực tế của mỗi quốc gia. Singapore là nước đi đầu trong ứng dụng thương mại điện tử và có tốc độ phát triển thương mại điện tử cao nhất trong khu vực. Sau đó là Malaysia. Năm 1996, Malaysia đã thành lập tiểu ban chuyên trách nhằm xây dựng hệ thống pháp luật đáp ứng các yêu cầu của thương mại điện tử, còn được gọi là “đạo luật số hoá”. Năm 1997, Malaysia đã ban hành Luật Chữ ký số (Digital Signature

Act – DSA) tạo hành lang pháp lý về chữ ký điện tử. Năm 1998, Malaysia thành lập tiểu ban chuyên trách và uỷ ban quốc gia về thương mại điện tử. Sau Malaysia là Thái Lan, áp dụng thương mại điện tử từ năm 1998, trang web ra đời đầu tiên năm 1993, tuy nhiên do bị ảnh hưởng nặng nề của cuộc khủng hoảng kinh tế khiến một số công trình về cơ sở hạ tầng kỹ thuật bị đình trệ, nhưng đến nay, Thái Lan đã xây dựng được một số văn bản pháp luật điều chỉnh thương mại điện tử như: luật bảo vệ dữ liệu, luật tội phạm máy tính, luật trao đổi thông tin điện tử, luật chữ ký điện tử. Các chính sách và văn bản pháp luật liên quan tới việc bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng dựa trên các hợp đồng hợp pháp cũng đang dần được hoàn thiện.

Tất cả các nước trong khu vực ASEAN, dù phát triển hay chưa đủ sức phát triển đều thể hiện mối quan tâm đáng kể vào hình thức giao dịch thương mại điện tử.

#### **1.4. Khung pháp lý về thương mại điện tử tại Việt Nam**

##### ***Các quy định, văn bản pháp luật trong thương mại điện tử tại Việt Nam:***

Trước năm 2000, thương mại điện tử còn là thuật ngữ pháp lý mới. Hệ thống pháp luật Việt Nam có quy định nhưng chưa thể hiện được bản chất và tầm quan trọng của thương mại điện tử. Luật Thương mại năm 1997 nhắc tới hình thức hợp đồng bằng phương tiện điện tử như fax, telex, thư điện tử và coi chúng là văn bản (Điều 49). Quy định này chỉ mang tính hình thức và chưa cụ thể hoá các khía cạnh kỹ thuật đủ cho việc áp dụng một cách có hiệu quả. Trong một số vụ án kinh tế liên quan tới giá trị chứng cứ của thư điện tử, bản fax trong giao dịch hợp đồng, nhưng các quy định pháp lý chưa đủ để giải quyết.

Trong giai đoạn 2000 - 2003, một số văn bản pháp lý chuyên ngành đã có những quy định khá cụ thể về giao dịch điện tử như: Bộ luật Hình sự năm 1999, Luật Hải quan năm 2001, Pháp lệnh Quảng cáo năm 2001, những văn bản dưới luật trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng. Tuy nhiên, do nhận thức chưa toàn diện về thương mại điện tử, các chế định pháp lý trên còn thiếu dẫn tới việc khó áp dụng trên thực tiễn.

Nhìn chung, những văn bản được coi là quan trọng nhất nhằm hình thành khung khổ pháp lý đầy đủ cho ứng dụng và phát triển thương mại điện tử đều được khởi động xây dựng trong năm 2004 và được ban hành trong năm 2005, tạo cơ sở hình thành các

văn bản pháp lý chi tiết hơn về những vấn đề như bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, quyền sở hữu trí tuệ, thông tin cá nhân trong thương mại điện tử, cơ chế điều chỉnh các hình thức ứng dụng thương mại điện tử cụ thể, cơ chế xác định chứng cứ và giải quyết tranh chấp. Cho đến nay, khung pháp lý cho hoạt động thương mại điện tử đã được hình thành tương đối đầy đủ với hệ thống các văn bản pháp luật khá toàn diện, phúc đáp các yêu cầu về mặt pháp lý đối với việc phát triển thương mại điện tử ở Việt Nam.

Hai văn bản cốt lõi nhất điều chỉnh hoạt động thương mại là Bộ luật Dân sự và Luật Thương mại đã thừa nhận giá trị pháp lý của giao dịch điện tử thông qua việc thừa nhận thông điệp dữ liệu - hình thức biểu hiện cụ thể của giao dịch điện tử. Bên cạnh Bộ luật Dân sự và Luật Thương mại, người tham gia thương mại điện tử còn phải tuân thủ quy định khác liên quan tới hoạt động kinh doanh, thương mại như Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Luật Sở hữu trí tuệ, Luật Quảng cáo, v.v... Những văn bản luật này cũng dành một số điều cụ thể quy định về giao dịch điện tử.

Khung pháp lý cho giao dịch điện tử nói chung và thương mại điện tử nói riêng được hình thành với hai trụ cột chính là Luật Giao dịch điện tử 2005 và Luật Công nghệ thông tin 2006, tám nghị định hướng dẫn Luật Giao dịch điện tử và các Luật có liên quan, cùng một loạt thông tư quy định chi tiết những khía cạnh cụ thể của giao dịch điện tử trong từng lĩnh vực ứng dụng đặc thù. Luật Giao dịch điện tử 2005 đặt nền tảng pháp lý cơ bản cho các giao dịch điện tử trong xã hội bằng việc thừa nhận giá trị pháp lý của thông điệp dữ liệu, đồng thời quy định khá chi tiết về chữ ký điện tử, một yếu tố đảm bảo độ tin cậy của thông điệp dữ liệu khi tiến hành giao dịch. Nếu Luật Giao dịch điện tử tập trung điều chỉnh các khía cạnh pháp lý của giao dịch điện tử, thì Luật Công nghệ thông tin chủ yếu quy định về hoạt động ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin cùng những biện pháp bảo đảm về mặt chính sách và hạ tầng cho các hoạt động này.

Trong số năm nghị định hướng dẫn Luật Giao dịch điện tử, có ba nghị định tập trung điều chỉnh về thông điệp dữ liệu trong các lĩnh vực kinh tế đặc thù là thương mại, tài chính và ngân hàng. Nghị định về Thương mại điện tử tiếp tục được chi tiết hóa bằng hai thông tư, trong đó một thông tư hướng dẫn về việc cung cấp thông tin và

giao kết hợp đồng trên website thương mại điện tử, một thông tư quy định về quản lý hoạt động của các website thương mại điện tử bán hàng hóa và cung ứng dịch vụ. Hai nghị định hướng dẫn về giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính và ngân hàng cũng được cụ thể hóa bằng một loạt thông tư để điều chỉnh từng nghiệp vụ đặc thù như chứng khoán, thuế, kho bạc, hóa đơn, thanh toán điện tử liên ngân hàng v.v...

Khác với ba nghị định nói trên, Nghị định về chữ ký số số 26/2007/NĐ- CP ngày 15/2/2007 và dịch vụ chứng thực chữ ký số có tính kỹ thuật cao hơn và bao gồm những quy phạm pháp luật khá cụ thể, đặt nền tảng cho việc triển khai dịch vụ chứng thực chữ ký số - giải pháp công nghệ phổ biến nhất hiện nay để đảm bảo tính pháp lý của thông điệp dữ liệu trong các giao dịch kinh tế, thương mại và dân sự. Tương tự, Nghị định về chống thư rác số 77/2012/NĐ- CP ngày 5/10/2012 cũng điều chỉnh khá chi tiết một hoạt động cụ thể của ứng dụng công nghệ thông tin và thương mại điện tử là việc gửi thư điện tử và tin nhắn với số lượng lớn, bao gồm cả thư điện tử và tin nhắn quảng cáo. Bên cạnh các văn bản thuộc hệ thống Luật Giao dịch điện tử, hoạt động thương mại điện tử còn chịu sự điều chỉnh của Luật Công nghệ thông tin cùng những văn bản hướng dẫn thi hành.

Để xử lý vi phạm trong lĩnh vực thương mại điện tử, ngày 15/11/2013 Chính phủ ban hành Nghị định số 185/2013/NĐ-CP quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và bảo vệ người tiêu dùng.

Có thể nói, theo các yêu cầu bảo đảm về mặt pháp lý đối với việc phát triển thương mại điện tử, các văn bản pháp luật điều chỉnh hoạt động thương mại điện tử được Nhà nước ta ban hành trong những năm qua đang dần được đáp ứng. Pháp luật Việt Nam đã ghi nhận các hoạt động kinh doanh, thương mại trên các phương tiện điện tử, quy định kinh doanh dịch vụ thương mại điện tử là một ngành, nghề kinh doanh; thừa nhận giá trị pháp lý của chứng từ điện tử; các quy định về thuế như hướng dẫn giao dịch điện tử trong lĩnh vực thuế, công nhận tổ chức cung cấp dịch vụ giá trị gia tăng về giao dịch điện tử trong hoạt động Hải quan; quy định về vấn đề bảo vệ người tiêu dùng khi tham gia giao dịch thương mại điện tử như trong giao dịch thương mại truyền thống.



Các văn bản liên quan đến vấn đề bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử thời gian qua chủ yếu tập trung vào 2 khía cạnh đặc thù là bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong quá trình giao kết hợp đồng trên Website thương mại điện tử. Bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng bao gồm vấn đề quản lý và sử dụng thông tin cá nhân trong thương mại điện tử, chống thư rác và quản lý thư quảng cáo thương mại, xử lý tội phạm về thông tin cá nhân. Còn bảo vệ người tiêu dùng trong quá trình giao kết hợp đồng trên website thương mại điện tử chủ yếu được giải quyết thông qua các quy định về nghĩa vụ cung cấp thông tin và quy trình giao kết hợp đồng trên môi trường điện tử, nhằm thu hẹp khoảng cách về bất bình đẳng thông tin đối với người tiêu dùng và nâng cao tính minh bạch của môi trường thương mại điện tử.

Nhằm tạo lập môi trường pháp lý an toàn và ổn định cho các hoạt động thương mại điện tử, Nhà nước cũng đã có các quy định cụ thể về quản lý website thương mại điện tử, trong đó quy định về đăng ký, quản lý website thương mại điện tử trên cơ sở tạo lập môi trường kinh doanh minh bạch, cạnh tranh, bảo đảm an toàn thông tin trong giao dịch thương mại điện tử.v...; các quy định về xử lý vi phạm pháp luật trong thương mại điện tử (trong đó có các quy định về xử lý vi phạm hành chính và phòng chống tội phạm trong lĩnh vực này). Ngoài ra, trong thời gian qua. Các văn bản pháp luật về sở hữu trí tuệ phù hợp thông lệ quốc tế và tạo thuận lợi cho sự phát triển của thương mại điện tử; các chính sách, văn bản quy phạm pháp luật khuyến khích các hoạt động kinh doanh dịch vụ trực tuyến và các mô hình thanh toán trực tuyến.

Ví dụ: Tài liệu điện tử được thừa nhận giá trị pháp lý trong Bộ luật Dân sự và Luật Thương mại:

- + *Bộ luật Dân sự - Điều 124. Hình thức giao dịch dân sự*
- + *Luật Thương mại - Điều 15. Nguyên tắc thừa nhận giá trị pháp lý của thông điệp dữ liệu trong hoạt động thương mại.*

Trong hoạt động thương mại, các thông điệp dữ liệu đáp ứng các điều kiện, tiêu chuẩn kỹ thuật theo quy định của pháp luật thì được thừa nhận có giá trị pháp lý tương đương văn bản.

Bên cạnh Bộ luật Dân sự và Luật Thương mại, người tham gia TMĐT còn phải tuân thủ quy định khác liên quan tới hoạt động kinh doanh, thương mại như Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Luật Sở hữu trí tuệ, Luật Quảng cáo, v.v... Những văn bản luật này cũng dành một số điều cụ thể quy định về giao dịch điện tử như:

- *Quy định về hợp đồng điện tử trong Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng:*

- + Điều 14. Hợp đồng giao kết với người tiêu dùng
- + Điều 20. Trách nhiệm cung cấp bằng chứng giao dịch

- *Quy định liên quan tới việc lưu trữ và truyền đạt tác phẩm bằng phương tiện điện tử trong Luật Sở hữu trí tuệ*

- + Điều 4. Giải thích từ ngữ

Sao chép là việc tạo ra một hoặc nhiều bản sao của tác phẩm hoặc bản ghi âm, ghi hình bằng bất kỳ phương tiện hay hình thức nào, bao gồm cả việc lưu trữ thường xuyên hoặc tạm thời tác phẩm dưới hình thức điện tử.

- + Điều 20. Quyền tài sản
- + Điều 22. Quyền tác giả đối với chương trình máy tính, sưu tập dữ liệu

- *Quy định về quảng cáo trên các phương tiện điện tử trong dự thảo Luật Quảng cáo*

Pháp lệnh Quảng cáo coi mạng thông tin máy tính là một phương tiện quảng cáo (Điều 9) và quy định việc thực hiện quảng cáo trên mạng thông tin máy tính phải được Bộ Văn hoá - Thông tin cấp giấy phép (Điều 16). Dự thảo Luật Quảng cáo (cập nhật đến tháng 12 năm 2011) Mục 3. Quảng cáo trên trang tin điện tử Internet và các phương tiện truyền dẫn, phát sóng, phương tiện điện tử

- + Điều 23. Quảng cáo trên trang tin điện tử internet

Diện tích quảng cáo không được vượt quá 15% diện tích các trang thể hiện trên khuôn hình máy tính, trừ các chuyên trang chuyên quảng cáo và trang tin điện tử của doanh nghiệp có nội dung quảng cáo cho chính hàng hoá, dịch vụ của doanh nghiệp đó.

+ Điều 24. Quảng cáo trên các phương tiện truyền dẫn, phát sóng, phương tiện điện tử

1. Tổ chức, cá nhân gửi nội dung các sản phẩm quảng cáo trên các phương tiện truyền dẫn, phát sóng, phương tiện điện tử phải bảo đảm cho người tiếp nhận quảng cáo khả năng từ chối nhận nội dung quảng cáo. Tổ chức, cá nhân không được tiếp tục gửi sản phẩm quảng cáo nếu người tiếp nhận sản phẩm quảng cáo đó thông báo không đồng ý nhận các nội dung quảng cáo.

2. Không được quảng cáo trên điện thoại từ 23 giờ đến 7 giờ.

### ***Các quy định về giao dịch điện tử và công nghệ thông tin***

Khung pháp lý cho giao dịch điện tử nói chung và TMĐT nói riêng được hình thành với hai trụ cột chính là Luật Giao dịch điện tử và Luật Công nghệ thông tin, tám nghị định hướng dẫn Luật, cùng một loạt thông tư quy định chi tiết những khía cạnh cụ thể của giao dịch điện tử trong từng lĩnh vực ứng dụng đặc thù.

Luật Giao dịch điện tử đặt nền tảng pháp lý cơ bản cho các giao dịch điện tử trong xã hội bằng việc thừa nhận giá trị pháp lý của thông điệp dữ liệu, đồng thời quy định khá chi tiết về chữ ký điện tử, một yếu tố đảm bảo độ tin cậy của thông điệp dữ liệu khi tiến hành giao dịch. Nếu Luật Giao dịch điện tử tập trung điều chỉnh các khía cạnh pháp lý của giao dịch điện tử, thì Luật Công nghệ thông tin chủ yếu quy định về hoạt động ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin cùng những biện pháp bảo đảm về mặt chính sách và hạ tầng cho các hoạt động này.

### ***Các quy định về giao dịch điện tử và công nghệ thông tin***

Khung pháp lý cho giao dịch điện tử nói chung và TMĐT nói riêng được hình thành với hai trụ cột chính là Luật Giao dịch điện tử và Luật Công nghệ thông tin, tám nghị định hướng dẫn Luật, cùng một loạt thông tư quy định chi tiết những khía cạnh cụ thể của giao dịch điện tử trong từng lĩnh vực ứng dụng đặc thù.

Luật Giao dịch điện tử đặt nền tảng pháp lý cơ bản cho các giao dịch điện tử trong xã hội bằng việc thừa nhận giá trị pháp lý của thông điệp dữ liệu, đồng thời quy định khá chi tiết về chữ ký điện tử, một yếu tố đảm bảo độ tin cậy của thông điệp dữ liệu khi tiến hành giao dịch. Nếu Luật Giao dịch điện tử tập trung điều chỉnh các khía cạnh pháp lý của giao dịch điện tử, thì Luật Công nghệ thông tin chủ yếu quy định về hoạt động ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin cùng những biện pháp bảo đảm về mặt chính sách và hạ tầng cho các hoạt động này.

### ***Các văn bản thuộc hệ thống Luật Giao dịch điện tử***

Trong số năm nghị định hướng dẫn Luật Giao dịch điện tử Thông tư số 01/2022/TT-BCT của Bộ Công thương: Sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 47/2014/TT-BCT ngày 05/12/2014 của Bộ Công Thương quy định về quản lý website thương mại điện tử và Thông tư số 59/2015/TT-BCT ngày 31/12/2015 của Bộ Công Thương quy định về quản lý hoạt động thương mại điện tử qua ứng dụng trên thiết bị di động, điều chỉnh về thông điệp dữ liệu trong các lĩnh vực kinh tế đặc thù là thương mại, tài chính và ngân hàng. Nghị định về TMĐT tiếp tục được chi tiết hóa bằng hai thông tư, trong đó một thông tư hướng dẫn về việc cung cấp thông tin và giao kết hợp đồng trên website TMĐT, một thông tư quy định về quản lý hoạt động của các website TMĐT bán hàng hóa và cung ứng dịch vụ. Hai Nghị định hướng dẫn về giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính và ngân hàng cũng được cụ thể hóa bằng một loạt thông tư bên dưới để điều chỉnh từng nghiệp vụ đặc thù như chún khoán, thuế, kho bạc, hóa đơn, thanh toán điện tử liên ngân hàng, v.v...

Khác với ba nghị định nói trên, Nghị định về chữ ký số và dịch vụ chứng thực chữ ký số có tính kỹ thuật cao hơn và bao gồm những quy phạm pháp luật khá cụ thể, đặt nền tảng cho việc triển khai dịch vụ chứng thực chữ ký số - giải pháp công nghệ phổ biến nhất hiện nay để đảm bảo tính pháp lý của thông điệp dữ liệu trong các giao dịch kinh tế, thương mại và dân sự. Tương tự, Nghị định về chống thư rác cũng điều chỉnh khá chi tiết một hoạt động cụ thể của ứng dụng CNTT và TMĐT là việc gửi thư điện tử và tin nhắn với số lượng lớn, bao gồm cả thư điện tử và tin nhắn quảng cáo.

Bên cạnh các văn bản thuộc hệ thống Luật Giao dịch điện tử, hoạt động TMĐT còn chịu sự điều chỉnh của Luật Công nghệ thông tin cùng những văn bản hướng dẫn thi hành. Trong số các vấn đề được quy định tại Luật Công nghệ thông tin, có 2 nhóm vấn đề lớn cần đặc biệt lưu ý là các quy định về Internet – nền tảng kỹ thuật của hoạt động TMĐT nói chung, và quy định về ứng dụng CNTT trong cơ quan nhà nước – nền tảng của việc triển khai loại hình TMĐT B2G trong tương lai.

### **Các văn bản thuộc hệ thống Luật Công nghệ thông tin**

- Hướng dẫn thực hiện, quản lý và kiểm tra các giao dịch thương mại điện tử trong các hoạt động tài chính, ngân hàng, chữ ký số và dịch vụ chứng thực chữ ký số.
- Bảo vệ và chống thư rác cho tài khoản của khách hàng
- Quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin điện tử trên Internet cho người tiêu dùng

### **Các quy định về thuế, kế toán**

Để có thể tiến hành một chu trình TMĐT trọn vẹn từ khâu đặt hàng đến khâu thanh toán, việc xử lý các hóa đơn, chứng từ điện tử phát sinh từ giao dịch cần được giải quyết triệt để. Do nghiệp vụ thuế và kế toán có những đặc thù riêng, tuân theo các tiêu chuẩn và quy trình nghiệp vụ rất chặt chẽ, nên để đưa một loại hình giao dịch hoàn toàn phi truyền thống như giao dịch TMĐT vào hạch toán thì ngoài sự thừa nhận chính thức của nhà nước về giá trị pháp lý của chứng từ điện tử, còn cần sự thay đổi tương ứng trong các quy định về hóa đơn chứng từ của cả hệ thống pháp luật tài chính hiện hành.

Năm 2005, Luật Giao dịch điện tử ra đời, chỉ có những quy định chung nhất về giá trị pháp lý của thông điệp dữ liệu. Sau đó, Nghị định 27/2007/NĐ-CP về Giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính ban hành năm 2007 có một điều về giá trị pháp lý của chứng từ điện tử, tuy nhiên điều này chỉ nêu khá chung chung: “Hình thức thể hiện, việc gửi, nhận, lưu trữ và giá trị pháp lý của chứng từ điện tử được thực hiện theo Luật Giao dịch điện tử. Chứng từ điện tử trong hoạt động tài chính phải đáp ứng đủ các yêu cầu về quản lý Nhà nước, phù hợp với quy định của pháp luật đối với các chuyên ngành về tài chính”. Nghị định 27 không đưa ra quy định cụ thể nào về giá trị pháp lý của chứng từ, hóa đơn điện tử cũng như các điều kiện cần thiết để chứng từ, hóa đơn điện tử được chấp nhận trong các nghiệp vụ kế toán, kiểm toán, thuế... Do đó, từ năm 2005 cho đến năm 2010, việc sử dụng hóa đơn điện tử trong giao dịch TMĐT giữa các đơn vị kế toán gần như không thể thực hiện được.

Vì vậy, Luật Kế toán năm 2003 bước đầu thừa nhận sự hiện hữu của chứng từ điện tử và quy định “hóa đơn điện tử” là một trong bốn hình thức thể hiện hóa đơn. Tuy nhiên chủ trương “Chính phủ quy định chi tiết về chứng từ điện tử” đã mất một

thời gian dài trước khi được hiện thực hóa vào năm 2011, với sự ra đời của Thông tư số 32/2011/TT-BTC hướng dẫn về khởi tạo, phát hành và sử dụng hóa đơn điện tử bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ. Luật gồm 1 số quy định sau:

- Quy định về chứng từ điện tử và hóa đơn điện tử trong Luật kế toán
- Các nội dung liên quan đến hóa đơn điện tử trong Nghị định 51/2010/NĐ-CP quy định về hóa đơn bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ

### **Các quy định về chế tài và xử lý vi phạm**

Hoạt động giao dịch điện tử nói chung và TMĐT nói riêng chịu sự điều chỉnh của rất nhiều văn bản quy phạm pháp luật. Bên cạnh hệ thống luật về TMĐT và công nghệ thông tin, giao dịch TMĐT còn phải tuân thủ các quy định của Luật Thương mại, Luật Quảng cáo, Luật Cạnh tranh, Luật Bảo vệ người tiêu dùng, cũng như tất cả các quy định khác về hoạt động kinh doanh - thương mại. Do đó, những hành vi vi phạm trong TMĐT tùy theo tính chất có thể bị xử lý theo các văn bản khác nhau.

Chế tài đối với các hành vi vi phạm được chia làm 2 loại: xử phạt hành chính và xử lý hình sự. Ở mức độ thông thường, vi phạm trong giao dịch TMĐT sẽ bị xử lý căn cứ theo các Nghị định về xử phạt vi phạm hành chính nằm dưới các Luật hiện hành về hoạt động kinh doanh - thương mại hoặc CNTT, TMĐT. Những hành vi vi phạm ở mức độ nặng hơn, gây hậu quả nghiêm trọng có thể bị xử lý hình sự căn cứ theo Bộ luật hình sự năm 2015 (sửa đổi 2017)

a. Việc xử lý các vi phạm hành chính trong hoạt động TMĐT, tùy theo tính chất của hành vi vi phạm, sẽ được áp dụng theo quy định tại những văn bản sau:

- Nghị định 85/2021/NĐ-CP sửa đổi Nghị định 52/2013/NĐ-CP
- Nghị định Quy định xử phạt hành chính trong hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ( 6/2008/NĐ-CP)
- Nghị định về xử phạt hành chính trong lĩnh vực CNTT 15/2020/NĐ-CP

- Các luật, nghị định khác quy định về cạnh tranh, quảng cáo, bảo vệ người tiêu dùng

b. Xử phạt hành chính trong lĩnh vực kinh doanh - thương mại

Các vi phạm chung về hoạt động kinh doanh và thương mại trên môi trường điện tử, cũng như hoạt động kinh doanh trong môi trường truyền thống, sẽ bị xử phạt theo Nghị định số 06/2008/NĐ-CP ngày 16/1/2008 về xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, cụ thể là những vi phạm:

- Vi phạm quy định về Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh của thương nhân
- Vi phạm quy định về lưu thông, kinh doanh hàng hoá, dịch vụ trên thị trường
- Vi phạm quy định về hoạt động xúc tiến thương mại;
- Vi phạm quy định về xuất khẩu, nhập khẩu hàng hoá và dịch vụ liên quan đến xuất khẩu, nhập khẩu hàng hoá;
- Vi phạm quy định về hoạt động trung gian thương mại

Ngoài Luật Thương mại, hoạt động kinh doanh TMĐT của doanh nghiệp còn phải tuân thủ pháp luật về cạnh tranh, quảng cáo, bảo vệ người tiêu dùng, bảo đảm an toàn về mật khẩu cũng như tài khoản của người tiêu dùng trên internet hay vi phạm bản quyền trong luật công nghệ thông tin, tác giả...v.v... Do đó, vi phạm của doanh nghiệp liên quan đến các lĩnh vực này còn có thể bị xử phạt hành chính theo những quy định tương ứng trong các nghị định, quy định trong khung pháp lý đối với từng vi phạm.

### **Kết luận chương I:**

Ở Việt Nam, có thể nghiên cứu về mô hình này để áp dụng trong việc tạo ra các chính sách thúc đẩy phát triển thương mại điện tử và đảm bảo an toàn cho các chủ thể tham gia. Với một thị trường có 35 triệu người dùng Internet, rõ ràng đây là một thị trường tốt và có nhiều cơ hội cho sự phát triển của thương mại điện tử. Các doanh nghiệp Việt Nam đang đứng trước cơ hội tăng doanh thu nhờ biết tận dụng lợi thế của thương mại điện tử. Học tập theo mô hình của Hàn Quốc, Việt Nam cũng phát triển các sàn giao dịch thương mại điện tử quốc gia, cũng có thể gọi là “Chợ quốc gia” về giao dịch thương mại điện tử. Các sàn giao dịch nhỏ khác cũng xuất hiện và phát triển theo xu hướng tăng nhanh. Thông qua ví dụ từ mô hình của Singapore, Việt Nam cũng rút ra bài học trong việc xây dựng môi trường thương mại điện tử rộng mở, tạo điều kiện cho mọi thành phần kinh tế tham gia, cũng như sự đảm bảo về độ tin cậy trong các giao dịch và đảm bảo về sự an toàn cho các chủ thể tham gia thương mại điện tử. Rõ ràng, không thể phủ nhận vai trò và tầm quan trọng của quản lý nhà nước trong



việc đảm bảo an toàn thương mại điện tử. Quản lý nhà nước có hiệu lực, hiệu quả sẽ giúp thương mại điện tử phát triển, giúp doanh nghiệp và người tiêu dùng phòng tránh được những nguy cơ tiềm ẩn của tội phạm công nghệ cao. Tất nhiên, để các chủ thể tham gia thương mại điện tử được an toàn, thương mại điện tử phát triển vững chắc thì vẫn còn nhiều vấn đề cần phải làm như: hoàn thiện về thể chế, phát triển nền tảng hạ tầng công nghệ, đẩy mạnh đầu tư, đẩy mạnh tuyên truyền nâng cao nhận thức về an toàn trong thương mại điện tử... Với những quốc gia đang đẩy mạnh phát triển thương mại điện tử như Việt Nam, xây dựng niềm tin, sự an toàn cho các chủ thể tham gia như Hàn Quốc, Singapore hay Trung Quốc sẽ là những bài học kinh nghiệm quý báu cần được quan tâm và đánh giá nghiêm túc.

## Chương II

# THỰC TRẠNG VIỆC ÁP DỤNG PHÁP LUẬT THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ Ở VIỆT NAM

## 2.1. Giai đoạn 2011 đến 2015

### 2.1.1. Tình hình phát triển của thương mại điện tử Việt Nam giai đoạn 2011-2015

Theo thống kê của Trung tâm Internet Việt Nam - VNNIC, tính đến tháng 12/2010 số người sử dụng Internet tại Việt Nam đã lên tới con số 26,7 triệu người, chiếm khoảng 31,1% dân số cả nước. Tổng dung lượng kênh kết nối quốc tế của Việt Nam là 129.877 Mbps, tổng dung lượng kết nối trong nước là 245.857 Mbps. Một số lượng lớn các doanh nghiệp, cơ quan và tổ chức đã có hệ thống mạng và website riêng. Ước tính đến hết tháng 12/2010, có 180.870 tên miền đuôi “.vn”, 5566 tên miền tiếng Việt và 12.645.440 địa chỉ Ipv4 đã được cấp. Tuy nhiên, tại Việt Nam sự phát triển nhanh chóng của Internet chưa kết hợp với các giải pháp an toàn thông tin tương ứng. Các sự cố lớn gần đây với mạng Internet như sự cố phân giải tên miền, lan truyền mã độc, xâm nhập hệ thống, từ chối dịch vụ, tấn công website đều là minh chứng cho điều này và đang trở thành vấn đề lớn cho an toàn thông tin tại Việt Nam.

Theo thống kê của trung tâm ứng cứu khẩn cấp máy tính Việt Nam, trong năm 2010 trung tâm đã xử lý tổng cộng 243 sự cố tấn công mạng trên cả nước, trong đó có 173 vụ website lừa đảo, 8 vụ mã độc, 47 vụ tấn công xâm nhập hệ thống và thay đổi nội dung, 3 vụ tấn công từ chối dịch vụ, 5 vụ tấn công thăm dò và 7 vụ khác phục sự cố khác. Năm 2010, Hiệp hội an toàn thông tin Việt Nam đã tiến hành khảo sát 500 tổ chức, doanh nghiệp nhằm đánh giá mức độ nhận thức và bảo vệ an toàn thông tin trong các tổ chức này. Các câu hỏi tập trung tìm hiểu khả năng nhận biết và các biện pháp phòng chống đối với những mối đe dọa tấn công qua môi trường mạng vào hệ thống thông tin của tổ chức, doanh nghiệp. Kết quả khảo sát cho thấy nhận thức chung về an toàn thông tin của doanh nghiệp chưa cao, thể hiện qua các thông số: Khả năng

nhận biết tấn công còn thấp, không rõ động cơ tấn công; Không định lượng được thiệt hại khi bị tấn công; Đa số không có quy trình thao tác chuẩn để phản hồi lại những cuộc tấn công máy tính và chỉ thông báo nội bộ khi xảy ra sự cố.

Song song với sự phát triển của Internet, hầu hết các tổ chức, doanh nghiệp đã áp dụng các ứng dụng công nghệ thông tin trong các hoạt động quản lý, sản xuất kinh doanh. Các chương trình quản lý công văn, hồ sơ giấy tờ cho đến các hệ thống lớn hơn như áp dụng các phần mềm kế toán, cổng thông tin, hệ thống quản trị chuỗi cung ứng, quản lý quan hệ khách hàng, quản trị nguồn lực doanh nghiệp. Tuy nhiên, các tổ chức, doanh nghiệp còn chưa hiểu biết thật sự về an toàn nội bộ cũng như an toàn thông tin cho các ứng dụng khi triển khai. Hầu hết chưa có chính sách cụ thể cho việc đảm bảo an toàn thông tin, đầu tư chi phí cho an toàn thông tin còn thấp, tỷ lệ cán bộ chuyên trách hay có chứng chỉ liên quan đến an toàn thông tin còn chưa cao. Đa số còn chưa tuân theo hoặc chưa có ý định tuân theo những chỉ dẫn của các chuẩn an toàn thông tin. Việc xây dựng các quy chế về an toàn thông tin, triển khai thực hiện tại các doanh nghiệp, tổ chức chưa được quan tâm thích đáng.

Năm 2011 là năm bản lề đối với thương mại điện tử Việt Nam, đánh dấu việc kết thúc 5 năm triển khai Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT giai đoạn 2006 – 2010 và mở đầu một thời kỳ mới, thực hiện Quyết định số 1073/QĐ-TTg ngày 12 tháng 7 năm 2010 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2011 – 2015. Nhìn lại 5 năm qua, Báo cáo Thương mại điện tử do Bộ Công Thương xuất bản đã đồng hành với từng chặng đường phát triển của thương mại điện tử Việt Nam, phản ánh trung thực và khách quan những bước tiến trong tình hình ứng dụng thương mại điện tử của doanh nghiệp nói riêng, đồng thời ghi nhận những điểm sáng của toàn cảnh thương mại điện tử Việt Nam nói chung qua từng năm.

Khép lại một chặng đường phát triển, Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam 2011 sẽ là ấn phẩm cuối cùng trong chuỗi Báo cáo Thương mại điện tử hàng năm của Bộ Công Thương, chuẩn bị cho sự ra đời của một dạng ấn phẩm mới phù hợp với thực tiễn phong phú và đa dạng hơn của thương mại điện tử giai đoạn mới. Phần trọng tâm

của Báo cáo vẫn là các số liệu điều tra, phân tích về tình hình phát triển thương mại điện tử trong năm 2011, có so sánh với số liệu những năm trước. Đặc biệt, năm 2011 được xây dựng với định hướng phục vụ đối tượng là doanh nghiệp, do đó dành hẳn một chương để hệ thống hóa toàn bộ các quy định pháp luật liên quan đến hoạt động ứng dụng thương mại điện tử trong doanh nghiệp, có đi sâu phân tích một số vấn đề cần lưu ý khi triển khai kinh doanh thương mại điện tử. Bên cạnh đó, vấn đề thanh toán điện tử, một trong những điều kiện cần để nhân rộng ứng dụng thương mại điện tử trong người dân, cũng được đề cập đến trong Báo cáo như một điểm nhấn của thương mại điện tử năm 2011. Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam 2011 sẽ tiếp tục là tài liệu hữu ích không chỉ đối với doanh nghiệp, các nhà đầu tư, các cơ quan quản lý mà còn với tất cả các cá nhân đang quan tâm tới lĩnh vực này.

Thương mại điện tử 2015 của Cục Thương mại Điện tử và Công nghệ thông tin (Bộ Công Thương), các sản phẩm máy tính, điện thoại, thiết bị văn phòng, thời trang và phụ kiện là nhóm mặt hàng được giao dịch nhiều nhất trên các sàn thương mại điện tử với đồng tỷ lệ là 23%; nhóm dịch vụ bất động sản chiếm 12%; thực phẩm và đồ uống 10%, dịch vụ lưu trú và du lịch 8%.

Khảo sát của Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin về tình hình sử dụng các thiết bị di động để mua sắm qua mạng (gần 500 người tại Hà Nội và TP.Hồ Chí Minh) cho kết quả 88% số người tìm kiếm thông tin về hàng hóa, dịch vụ trước khi ra quyết định mua hàng qua các thiết bị di động. Trong đó, 45% số người cho biết có sử dụng các thiết bị di động ít nhất 1 lần/ngày để tìm kiếm thông tin mua hàng, 24% sử dụng ít nhất 1 lần/tuần.

Có 40% người dùng cho biết giá trị đơn hàng mua qua thiết bị di động thường dưới 100.000 đồng. 36% thường mua đơn hàng có giá trị từ 100.000 - 500.000 đồng, 24% người tiêu dùng chi trên 500.000 đồng cho các đơn đặt hàng qua thiết bị di động.

Năm 2015, top 10 sàn thương mại điện tử tham gia khảo sát có tổng doanh thu cao nhất từ hoạt động cung cấp dịch vụ thương mại điện tử như thu phí gian hàng, thu phí thành viên, quảng cáo, phí dựa trên phần trăm đơn hàng bao gồm: lazada.vn,

chodientu.vn, hotdeal.vn, vatgia.com, enbac.com. rongbay.com. sendo.vn, cungmua.com, deca.vn, adayroi.com...

Năm 2014, các hoạt động thực thi pháp luật về TMĐT có nhiều kết quả khả quan và được đánh giá tốt. Thông qua Cổng thông tin quản lý hoạt động TMĐT tại địa chỉ [www.online.gov.vn](http://www.online.gov.vn), tính đến ngày 15/12/2014, đã tiếp nhận hồ sơ, tư vấn và hỗ trợ gần 7.600 doanh nghiệp và 3.300 cá nhân đăng ký tài khoản trên Cổng thông tin quản lý hoạt động TMĐT; xử lý gần 9.000 website thương mại điện tử thực hiện thủ tục thông báo (trong đó, trên 4.600 website đã hoàn tất thủ tục thông báo) và gần 1.000 website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử thực hiện thủ tục đăng ký (trong đó, 336 website đã cung cấp đầy đủ và hợp lệ các hồ sơ và hoàn tất thủ tục); tiếp nhận và xử lý gần 1.000 lượt phản ánh website TMĐT vi phạm từ người tiêu dùng.

Cũng theo Cục Thương mại điện tử và công nghệ thông tin của Bộ Công thương, năm 2015, có 17.120 hồ sơ thực hiện thủ tục thông báo, tức là gần gấp đôi năm 2014 đồng thời có 9.429 website thương mại điện tử bán hàng và 429 sản phẩm dịch vụ TMĐT đã được đăng ký thành công. Như vậy, có thể thấy số lượng tăng một cách nhanh chóng về số lượng các hoạt động tham gia vào thương mại điện tử trong năm 2015.

Trong công tác kiểm tra, xử phạt hành chính đối với các website TMĐT vi phạm pháp luật, Cục cũng chủ trì và phối hợp với Chi cục Quản lý thị trường Thành phố Hà Nội, Chi cục Quản lý thị trường TP.HCM, Phòng phòng chống tội phạm Công nghệ cao Công an TP.Hà Nội (PC50) và các đơn vị liên quan tổ chức hoạt động kiểm tra và xử lý vi phạm đối với các doanh nghiệp sở hữu website thương mại điện tử. Xử lý gần 100 trường hợp vi phạm pháp luật của các website TMĐT.

Tính tới nay, Cục đã chủ trì hoặc phối hợp với Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam xử lý nhiều vụ việc tranh chấp trong TMĐT, tiêu biểu như các vụ việc của Công ty TNHH XNK Trường Việt, Công ty TNHH L'Oréal Việt Nam và Công ty TNHH NuSkin Việt Nam, Công ty CP Truyền thông Việt Nam, Công ty Cổ phần Mẹ mua, v.v...

Đẩy mạnh phối hợp và cung cấp thông tin hỗ trợ cho Chi cục Quản lý thị trường TP.Hà Nội và Chi cục Quản lý thị trường TP.HCM danh sách website vi phạm như: bán rượu, thực phẩm chức năng, website bán hàng giả, đồ chơi trẻ em, danh sách các website đã tiến hành đăng ký thông báo... nhằm phục vụ công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường và xử lý vi phạm trong TMĐT.

### *2.1.2 Một số bất cập trong hệ thống văn bản quy phạm pháp luật về thương mại điện tử giai đoạn 2011 đến 2015.*

Trên thực tế việc ban hành văn bản quy phạm pháp luật còn chưa đồng bộ, nhiều văn bản còn chậm ban hành và thiếu tính khả thi, thiếu cụ thể nên không có hiệu lực, hiệu quả trong thực tiễn. Bên cạnh đó, việc thực hiện kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử cũng gặp những khó khăn nhất định trong tiến trình thực hiện như chỉ số xếp hạng mức độ sẵn sàng cho phát triển và ứng dụng công nghệ thông tin còn thấp, cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin chưa đáp ứng yêu cầu, triển khai ứng dụng công nghệ thông tin các doanh nghiệp nhìn chung còn hạn chế, hiệu quả chưa cao. Việc phát triển nguồn nhân lực và đầu tư cho ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin của các doanh nghiệp chưa được quan tâm đúng mức...

Trong quá trình phát triển, quan hệ tác nhân thương mại điện tử thể hiện sự tương tác của doanh nghiệp với doanh nghiệp; doanh nghiệp với người tiêu dùng; doanh nghiệp với Nhà nước và người tiêu dùng với người tiêu dùng đã được ghi nhận. Qua đó, doanh nghiệp nổi bật lên với vai trò là chủ thể trong mọi mô hình phát triển. Quá trình hình thành và phát triển thương mại điện tử gắn bó chặt chẽ với việc ứng dụng công nghệ hiện đại trong hoạt động công nghiệp, thương mại và không thể tách rời hiện đại hoá lĩnh vực tài chính, ngân hàng. Trao đổi dữ liệu tài chính là phương thức thanh toán hiệu quả giữa các doanh nghiệp có quan hệ đối tác thường xuyên, cho phép cả hai bên đều theo dõi được giá trị giao dịch thực hiện và tiến hành thanh toán bù trừ tài khoản đối ứng. Về mặt này, nước ta vẫn chưa hội tụ đủ điều kiện phát triển do mạng lưới còn phân tán, trang bị và phương tiện kỹ thuật ở trình độ thấp. Trong thanh toán giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp, chúng ta mới sử dụng được chức năng eBanking trên Website ngân hàng trong cùng hệ thống với phạm vi hạn chế.

Phương thức sử dụng phổ biến nhất là thanh toán trực tuyến tại Website bán hàng bằng thẻ thanh toán. Tuy nhiên, việc sử dụng vào thanh toán mua hàng trực tuyến vẫn đang còn hạn chế.

Thanh toán qua dịch vụ trung gian là hình thức tạo thuận lợi trong giao dịch thương mại điện tử giữa người tiêu dùng với nhau. Nhà cung cấp dịch vụ là người phát triển giải pháp thanh toán an toàn, đồng thời đảm bảo vận hành để thanh toán thông suốt. Điều kiện cốt lõi để phát triển dịch vụ này là khả năng kết nối đồng bộ ngân hàng với cổng thanh toán. Do hạ tầng kỹ thuật còn yếu, nước ta chưa đáp ứng được yêu cầu triển khai nên dịch vụ này còn chưa được phổ biến. Cùng với trào lưu mới của thương mại điện tử, thanh toán qua thiết bị di động ngày càng phổ biến. Do tính phức tạp cả về kỹ thuật lẫn quản lý của việc kết nối, phương thức này chủ yếu mới thực hiện trong một số dịch vụ trên nền điện thoại di động. Mặc dù đã có nhiều chuyển biến trong việc hiện đại hoá, song hệ thống tài chính, ngân hàng nước ta vẫn chưa đủ mạnh và chưa thực sự an toàn để đảm bảo yêu cầu thanh toán thương mại điện tử. Cùng với hạn chế về hạ tầng kỹ thuật kết nối mạng, việc tồn tại những hạn chế trong thanh toán điện tử đang là những trở ngại trong công tác quản lý nhà nước đảm bảo an toàn cho các chủ thể tham gia ở nước ta.

Để phát triển thương mại điện tử và nâng cao hiệu lực quản lý nhà nước đảm bảo an toàn trong thương mại điện tử thì những tồn tại về hạ tầng kỹ thuật và khả năng thanh toán điện tử là những nội dung cần sớm khắc phục. Muốn làm được việc này thì 4 yếu tố cấu thành trong hệ thống thương mại điện tử bao gồm doanh nghiệp; hệ thống tài chính - ngân hàng; hạ tầng kỹ thuật viễn thông; tổ chức quản lý và cơ sở pháp lý cần phải được xây dựng và khai thác đồng bộ. Để đưa thương mại điện tử bước sang giai đoạn mới, phát triển về chất, mở rộng ứng dụng trong thực tiễn xã hội thì còn nhiều việc phải làm để tạo được những tiền đề phát triển bền vững. Trong đó, trở ngại lớn là nhận thức của người dân và doanh nghiệp còn thấp; hệ thống thanh toán điện tử còn nhiều bất cập; tập quán kinh doanh chưa tương thích; nhân lực thiếu và yếu về kỹ năng cùng với hạ tầng kỹ thuật chưa đáp ứng. Khắc phục được những bất cập này, chúng ta cần phải có nhiều thời gian, bỏ ra nhiều công sức, tăng cường đầu tư xây

dựng cơ sở vật chất kỹ thuật hiện đại, nâng cao nhận thức và kỹ năng thương mại điện tử cho người dân, cho doanh nghiệp và toàn xã hội. Bên cạnh đó là các yêu cầu đối với nhà nước cần tiếp tục hoàn thiện môi trường pháp lý, đảm bảo thông tin trên các website thương mại điện tử có độ tin cậy cao, cung cấp dịch vụ công trực tuyến. Đặc biệt là yêu cầu nâng cao hiệu quả giải quyết tranh chấp trong các giao dịch thương mại trực tuyến. Đây là vấn đề nổi bật mà các cơ quan quản lý nhà nước cần đặc biệt quan tâm khi các giao dịch thương mại điện tử phát triển nhanh cả về số lượng lẫn quy mô.

## 2.2 Giai đoạn 2016 đến 2021

### 2.2.1 Tình hình phát triển của thương mại điện tử giai đoạn 2016 đến 2021

Tổng quan về thương mại điện tử ở Việt Nam theo thống kê đạt 11,8 tỷ USD từ báo cáo của Cục Thương mại Điện tử và Kinh tế số thuộc Bộ Công Thương. Con số này chiếm 5,5% tổng mức bán lẻ hàng hóa tiêu dùng trên cả nước. Sự phát triển thương mại điện tử ở Việt Nam

Nếu xét thứ hạng trong khu vực Đông Nam Á thì Việt Nam đứng 2 trong top 3 nước có tốc độ tăng trưởng bán lẻ lớn nhất trong khu vực. Đứng đầu là Indonesia.

Trong những năm gần đây, **mô hình kinh doanh** trên toàn cầu tiếp tục thay đổi đáng kể với sự ra đời và phát triển mạnh mẽ của TMĐT. Mô hình kinh tế này đã có những đóng góp lớn cho sự tăng trưởng kinh tế trong bối cảnh thế giới đang bước vào cuộc cách mạng 4.0.

Theo báo cáo tương lai của TMĐT trong ngành hàng tiêu dùng nhanh, [4] thị trường TMĐT toàn cầu sẽ tăng trưởng 30%, trong đó doanh thu của ngành hàng tiêu dùng chiếm 4,6%, đóng góp tới 36% mức tăng trưởng toàn cầu. Hơn nữa, nó sẽ tiếp tục tăng trưởng vượt trội so với mô hình bán lẻ truyền thống. Dự báo đến năm 2025, thị trường hàng tiêu dùng nhanh thông qua TMĐT sẽ trở thành thị trường trị giá 170 tỷ đô và nắm giữ 10% thị phần.

Theo “*Sách trắng Thương mại điện tử Việt Nam 2019*”, doanh thu TMĐT B2C trên toàn cầu cũng đạt các con số tăng trưởng ấn tượng như doanh thu của mô hình



này trong năm 2019 - đạt 2.027 tỷ USD, tỷ lệ tăng trưởng đạt 11,3% cao hơn 2,7% so với năm 2018. Dự báo đến năm 2020 tỷ lệ này sẽ đạt 12% với doanh thu thu được là 2.271 tỷ USD.

Quy mô thị trường kinh tế số của khu vực Đông Nam Á cũng đạt được các bước tiến vượt bậc. Cụ thể, doanh thu của loại hình này năm 2015 trong khu vực chỉ đạt 5,5 tỷ USD nhưng đến năm 2018 đạt 23,2 tỷ USD. Dự báo đến năm 2025 loại hình này sẽ đạt mức doanh thu với con số ấn tượng là 102 tỷ USD.

Hiện nay, Việt Nam được đánh giá là một trong những thị trường TMĐT phát triển nhanh nhất ở Đông Nam Á với tốc độ tăng trưởng trung bình hàng năm hơn 25% và được dự báo quy mô thị trường có khả năng lên tới 13 tỷ USD vào năm 2020. Như vậy, sự tăng trưởng bùng nổ của TMĐT đã đưa Việt Nam trở thành một trong những thị trường tiềm năng nhất khu vực ASEAN. Đây là bước phát triển tất yếu, phù hợp với xu thế của thế giới. Tuy nhiên, bên cạnh những cơ hội, tiềm năng to lớn đó, TMĐT ở nước ta cũng gặp không ít thách thức, khó khăn.

Bài viết đưa ra một bức tranh khái quát toàn cảnh về thực trạng phát triển của TMĐT, cũng như đưa ra một số kiến nghị nhằm thúc đẩy phát triển loại hình kinh tế này tại Việt Nam.

Theo báo cáo của Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam, năm 2019, mức tăng trưởng của TMĐT ở Việt Nam trong 4 năm qua thực sự rất nổi bật. Đây chính là mảnh đất tiềm năng cho các doanh nghiệp muốn khai thác thị trường này, cụ thể:

Về tốc độ tăng trưởng: Song song với sự phát triển vững chắc của nền kinh tế với tốc độ tăng trưởng GDP trên 7%, năm 2018 tiếp tục chứng kiến sự tăng trưởng mạnh mẽ của TMĐT. Dựa trên thông tin khảo sát, Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam ước tính tốc độ tăng trưởng của TMĐT năm 2018 so với năm 2017 đạt trên 30%.

Về quy mô: Năm 2018, TMĐT Việt Nam tiếp tục phát triển toàn diện với tốc độ tăng trưởng trên 30%. Tuy chỉ có xuất phát điểm là xấp xỉ 4 tỷ USD vào năm 2015 nhưng nhờ tốc độ tăng trưởng trung bình trong 3 năm liên tiếp cao nên quy mô thị

trường TMĐT năm 2018 đã lên tới khoảng 7,8 tỷ USD. Nếu tốc độ tăng trưởng của năm 2019 và 2020 tiếp tục ở mức 30% thì tới năm 2020 quy mô thị trường sẽ lên tới 13 tỷ USD. Quy mô này sẽ cao hơn mục tiêu nêu trong Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT giai đoạn 2016 - 2020, theo mục tiêu này, quy mô TMĐT bán lẻ (B2C) sẽ đạt 10 tỷ USD vào năm 2020.

Theo Báo cáo E-Conomy SEA 2018 của Google và Temasek, quy mô thị trường TMĐT Việt Nam năm 2018 là 9 tỷ USD. Báo cáo cũng dự báo tốc độ tăng trưởng trung bình năm của giai đoạn 2015 - 2018 là 25% và thị trường đạt 33 tỷ USD vào năm 2025. Nếu kịch bản này xảy ra, quy mô thị trường TMĐT Việt Nam năm 2025 sẽ đứng thứ ba ở Đông Nam Á, sau Indonesia (100 tỷ USD) và Thái Lan (43 tỷ USD).

Theo báo cáo của Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam, năm 2019, tỷ lệ doanh nghiệp trong mô hình B2C xây dựng website những năm gần đây tuy không thay đổi nhiều, (năm 2018 có 44% cao hơn 1% so với năm 2017 và thấp hơn 1% so với năm 2016), nhưng đa số những doanh nghiệp này đã chú trọng nhiều hơn tới việc chăm sóc, cập nhật thông tin trên hệ thống website của mình. Cụ thể, 47% DN cho biết thường xuyên cập nhật thông tin hàng ngày, 23% DN có cập nhật thông tin hàng tuần. Điều này chứng tỏ, các DN đã chú trọng hơn nhiều đến việc chăm sóc hình ảnh, thương hiệu của mình, sẵn sàng cho việc tăng cường nhiều hơn các hình thức kinh doanh trực tuyến. Năm 2018, trong số các DN được khảo sát, có đến 36% DN cho biết có bán hàng trên mạng xã hội, tăng 4% so với năm 2017; 12% DN có kinh doanh qua sàn TMĐT - tăng 1% so với năm 2017; 17% DN có kinh doanh trên nền tảng di động. Trong giao dịch TMĐT B2C, khảo sát về vấn đề nhận đơn đặt hàng và đặt hàng qua các công cụ trực tuyến có: 84% DN cho biết có nhận đơn đặt hàng và đặt hàng thông qua email; 49% nhận đơn đặt hàng qua mạng xã hội; 45% đối với việc đặt hàng qua website – bao gồm 36% đối với việc nhận đơn đặt hàng, 44% đối với việc đặt hàng; qua sàn TMĐT là 13% đối với việc nhận đơn đặt hàng, 19% đối với việc đặt hàng. Như vậy, các DN của Việt Nam đã quan tâm hơn đến chiến lược kinh doanh online.

Tuy nhiên, việc thực hiện vẫn ở mức thấp chưa xứng tầm với quy mô và tiềm năng của TMĐT, nhiều DN vừa và nhỏ vẫn chưa sẵn sàng cho sự thay đổi này.

Thói quen mua hàng của người tiêu dùng Việt Nam cũng có những thay đổi tích cực. Từ việc chỉ quen với giao dịch kinh doanh truyền thống, mặt đối mặt, được cầm, ngắm và có thể được thử sản phẩm, thì nay họ đã dần tiếp cận và yêu thích hình thức mua sắm trực tuyến.

Theo “Sách trắng Thương mại điện tử Việt Nam 2019”, có đến 70% người dùng Internet tham gia mua sắm trực tuyến ít nhất một lần trong năm, 61% người dùng sử dụng Internet cho mục đích tìm kiếm thông tin mua hàng, với tỉ lệ người dùng có thời lượng truy cập Internet từ 3-5 tiếng một ngày lên đến 30%. Các mặt hàng được người tiêu dùng trực tuyến ưa chuộng là quần áo, giày dép, mỹ phẩm (61%), sau đó đến sách, văn phòng phẩm, quà tặng, thiết bị đồ gia dụng (46%), đồ công nghệ và điện tử (43%),... Giá trị mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng trên 5 triệu đồng chiếm tỉ lệ cao nhất - 35%, từ 3 triệu đồng đến 5 triệu đồng chiếm 22%, từ 1 triệu đồng đến 3 triệu đồng chiếm tỷ lệ 26%. Các kết quả này cho thấy, ngày càng có nhiều người tiêu dùng sẵn sàng tham gia và yêu thích mua sắm trực tuyến. Đây cũng là dấu hiệu đáng mừng cho sự phát triển TMĐT của Việt Nam.

### *2.2.2 Một số bất cập của pháp luật thương mại điện tử giai đoạn 2016-2021*

Bên cạnh những thành tựu đáng kể đã đạt được của TMĐT Việt Nam, báo cáo của Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam năm 2019 cũng chỉ ra vẫn còn nhiều cản trở cho sự bứt phá trong giai đoạn tới.

Đơn cử như dịch vụ logistics - giao hàng chặng cuối - hoàn tất đơn hàng còn nhiều hạn chế. Dù có đến trên 70% người mua hàng trực tuyến sử dụng hình thức thanh toán dịch vụ thu hộ người bán (COD) nhưng tỷ lệ người mua hoàn trả sản phẩm đã đặt hàng trực tuyến còn cao. Ước tính, tỷ lệ trung bình tổng giá trị của các sản phẩm hoàn trả so với tổng giá trị đơn hàng lên tới 13%, có DN phải chịu tỷ lệ này ở mức 26%. Điều này gây khó khăn rất lớn cho các phần lớn các DN hiện nay.

Thêm vào đó, lòng tin của người tiêu dùng vào giao dịch mua bán trực tuyến còn thấp. Kết quả báo cáo cho thấy, tỷ lệ người mua hàng trực tuyến lựa chọn hình thức thanh toán tiền mặt khi nhận hàng COD còn rất cao - đến 88%. Đây cũng là một vấn đề rất lớn đang tồn tại với TMĐT Việt Nam. Báo cáo cũng thống kê được, chỉ có 48% người được hỏi hài lòng với phương thức mua hàng trực tuyến, tức là vẫn còn một tỷ lệ lớn đối tượng khách hàng tiềm năng mà các nhà cung cấp dịch vụ TMĐT phải chinh phục. Nguyên nhân lớn nhất ảnh hưởng đến tâm lý người dùng vẫn là chất lượng hàng hóa. Điều này cũng được thể hiện rất rõ trong báo cáo điều tra lý do người tiêu dùng chưa chọn mua sắm trực tuyến, trong đó: 46% vì lý do khó kiểm định chất lượng hàng hóa, 33% vì lý do không tin tưởng đơn vị bán hàng. Cùng với đó, báo cáo của Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số - Bộ Công Thương cho biết, có đến 83% người được khảo sát quan ngại sản phẩm kém chất lượng so với quảng cáo. Và còn nhiều lý do khác, như: giá cả không rẻ hơn khi mua ngoài cửa hàng trong khi đã được khuyến mãi; thông tin cá nhân bị rò rỉ; mua hàng ở cửa hàng dễ và nhanh gọn hơn; người tiêu dùng chưa có thẻ ngân hàng để thanh toán; cách thức mua hàng qua mạng vẫn phức tạp với nhiều người.

Chính sách pháp luật thiếu tính đồng bộ cũng là một nguyên nhân quan trọng cho các trở ngại này. Điển hình như bảo vệ thông tin cá nhân có tầm quan trọng đặc biệt đối với TMĐT. Hiện nay, nước ta đã có một số văn bản quy phạm pháp luật (Bộ luật Dân sự, Bộ luật Hình sự, Luật Bảo vệ người tiêu dùng, Luật Công nghệ thông tin, Luật An toàn Thông tin mạng, Luật An ninh mạng,...) và nhiều văn bản dưới luật có liên quan khác đề cập tới khía cạnh bảo vệ dữ liệu cá nhân và các điều khoản yêu cầu doanh nghiệp TMĐT phải tuân thủ. Tuy nhiên, trong thực tế, việc thực thi pháp luật nhằm bảo vệ người tiêu dùng trên môi trường TMĐT còn gặp nhiều vấn đề, đôi lúc chưa phân định rõ ràng trách nhiệm cũng như các quy định chế tài còn chưa rõ ràng và chưa đủ mạnh để xử lý vi phạm. Có thể thấy, nguy cơ bị thu thập, sử dụng, phát tán, kinh doanh trái pháp luật thông tin cá nhân là rất cao, điển hình có đến 34% trong 568 đơn thư khiếu nại gửi đến Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng với nội dung chủ

yếu tập trung vào việc DN thu thập trái phép thông tin của người tiêu dùng. Đây cũng là một trong những nguyên nhân làm suy giảm lòng tin của người tiêu dùng với TMĐT.

## **2.3 Giai đoạn 2021 đến 2025**

### *2.3.1 Tình hình phát triển của thương mại điện tử giai đoạn 2021 định hướng phát triển đến 2025.*

Theo báo cáo của Cục Thương mại Điện tử và Kinh tế số thuộc Bộ Công Thương, thị trường thương mại điện tử ở Việt Nam đạt 11,8 tỷ USD, chiếm 5,5% tổng mức bán lẻ hàng hóa tiêu dùng trên cả nước. Gần hai năm trở lại đây, dịch Covid-19 gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến tốc độ tăng trưởng nhiều ngành, nghề, lĩnh vực, trên quy mô toàn cầu. Nhưng thương mại điện tử vẫn tăng trưởng tốt nhờ vào tính đặc thù và những lợi ích thiết thực. Thương mại điện tử ở Việt Nam không những thuận xu hướng, mà còn tăng trưởng vượt bậc....

PGS.TS Doãn Hồng Nhung cho rằng, với xu thế phát triển kinh tế thương mại phát triển như vũ bão của công nghệ thông tin và sự đa dạng của hoạt động thương mại, pháp luật thương mại điện tử hiện nay chưa đáp ứng được các đòi hỏi của thực tiễn.

Trong kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021-2025, chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ đã chỉ rõ hoàn thiện khung pháp lý là một trong các mục tiêu tổng quát đến năm 2025. Thương mại điện tử du nhập và phát triển nhanh chóng ở Việt Nam trước yêu cầu pháp lý để phát triển thương mại điện tử đã đang tiếp tục được hoàn thiện gắn với thực tiễn. Nghiên cứu và tạo điều kiện thuận lợi cho sự tham gia và hoạt động của thương mại điện tử; phù hợp với các yêu cầu đặc thù của hoạt động thương mại điện tử và thực tế hoạt động thương mại điện tử hiện nay; đảm bảo quyền lợi của người tiêu dùng; và đảm bảo tính tương thích với pháp luật quốc tế.

*“Hoàn thiện pháp luật về thương mại điện tử phải đảm bảo đủ hai nguyên tắc sau: Mở rộng không gian cho thương mại điện tử phát triển trên nguyên tắc người*

*dân được làm những gì pháp luật không cấm; Bảo đảm an toàn về giao dịch cho các bên trong thương mại điện tử”, PGS.TS Doãn Hồng Nhung đề xuất.*

PGS. TS Doãn Hồng Nhung khẳng định trên cả khía cạnh quy định pháp luật và thực tiễn thực hiện pháp luật, việc hoàn thiện pháp luật về thương mại điện tử phải giải quyết được các vấn đề về cả thể chế và thiết chế. Do đó, theo PGS.TS Doãn Hồng Nhung pháp luật thương mại điện tử phải đáp ứng các yêu cầu pháp lý sau: (1) Khuôn khổ pháp lý phải đảm bảo cho sự tham gia của mô hình kinh doanh ứng dụng công nghệ; (2) Khuôn khổ pháp lý phải đảm bảo yêu cầu về tính dự liệu cho sự phát triển và xâm nhập của thương mại điện tử; (3) Thương mại điện tử phải phù hợp với các yêu cầu đặc thù của hoạt động thương mại điện tử và thực tế hoạt động thương mại điện tử; (4) Đảm bảo nguyên tắc thừa nhận giá trị pháp lý của thông điệp dữ liệu trong hoạt động thương mại; (5) Trong hoạt động thương mại, các thông điệp dữ liệu đáp, ứng các điều kiện, tiêu chuẩn kỹ thuật theo quy định của pháp luật thì được thừa nhận có giá trị pháp lý tương đương văn bản. Hoàn thiện pháp luật kinh tế, thương mại, ngân hàng, chứng khoán; (6) Cần có quy chế pháp lý riêng cho việc quản lý mạng xã hội và website, sàn giao dịch thương mại điện tử; (7) Pháp luật thương mại điện tử Việt Nam phải đảm bảo tính tương thích với pháp luật quốc tế;...

Theo dự đoán của Google, Temasek và Bain & Company, tới năm 2025, thương mại điện tử của Việt Nam có thể sẽ đạt quy mô thị trường khoảng 29 tỷ USD, tăng trưởng 34%, mức cao nhất trong khu vực.

Thị trường thương mại điện tử Việt Nam hiện đang đứng thứ 3 Đông Nam Á về quy mô với mức doanh thu đạt 7 tỷ USD trong năm 2020, chỉ đứng sau Indonesia (32 tỷ USD) và Thái Lan (9 tỷ USD).

Theo dự đoán của Google, Temasek và Bain & Company, tới năm 2025, thương mại điện tử của Việt Nam có thể sẽ đạt quy mô thị trường khoảng 29 tỷ USD, tăng trưởng 34%, mức cao nhất trong khu vực.

Hiện nay, các doanh nghiệp thương mại điện tử Việt Nam với những thương hiệu như Thế giới Di động, Tiki, Sendo, Lazada, Shopee, Bách hóa Xanh và FPT Shop... đang tích cực đổi mới để đón đầu xu hướng trong bối cảnh hội nhập.

Sự phát triển không ngừng của thương mại điện tử Việt Nam trong thời gian qua đã đóng góp lớn vào phát triển kinh tế. Song thực tiễn lại đang phát sinh một số vấn đề bất cập. Theo đó, nhiều khung khổ pháp lý và quy phạm pháp luật liên quan tới lĩnh vực này đã không còn phù hợp, khó đáp ứng các yêu cầu về quản lý; thậm chí, gây nên không ít vướng mắc, khó khăn cho các doanh nghiệp trong quá trình thực thi.

Theo Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013 của Chính phủ về thương mại điện tử (sau đây gọi là Nghị định số 52), “Hoạt động thương mại điện tử là việc tiến hành một phần hoặc toàn bộ quy trình của hoạt động thương mại bằng phương tiện điện tử có kết nối với mạng Internet, mạng viễn thông di động hoặc các mạng mở khác”<sup>3</sup>. Như vậy, có thể hiểu thương mại điện tử là mua bán hàng hóa và dịch vụ thông qua các phương tiện điện tử và Internet. Số liệu thống kê cho thấy, thị trường thương mại điện tử Việt Nam đầu năm 2020 đạt 5 tỷ USD, tốc độ tăng trưởng lên tới 81%. Số lượng người tham gia mua sắm trực tuyến trên các nền tảng thương mại điện tử cũng tăng vọt. Năm 2019, cả nước có 39,9 triệu người tham gia mua sắm trực tuyến, tăng 11,8% so với năm 2018 và tăng trưởng gần gấp đôi chỉ sau 3 năm. Giá trị mua sắm trực tuyến bình quân đầu người đạt 202 USD, tăng 8,6%<sup>4</sup>. Điều này chứng minh sự phát triển mạnh mẽ của các hoạt động thương mại điện tử, khẳng định vị trí ngày càng quan trọng đối với nền kinh tế Việt Nam. Sự ra đời của Luật giao dịch điện tử năm 2005 và Luật Công nghệ thông tin năm 2006 đã đặt nền tảng pháp lý cho giao dịch điện tử nói chung và thương mại điện tử nói riêng. Luật giao dịch điện tử năm 2006 quy định về thông điệp dữ liệu, chữ ký điện tử và chứng thực chữ ký điện tử, giao kết và thực hiện hợp đồng điện tử, giao dịch điện tử của cơ quan nhà nước; an ninh, an toàn, bảo vệ, bảo mật trong giao dịch điện tử; giải quyết tranh chấp và xử lý vi phạm trong giao dịch điện tử. Trong khi đó, Luật công nghệ thông tin năm 2006 quy định chung về hoạt động ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin cùng những

biện pháp bảo đảm hạ tầng công nghệ cho các hoạt động này. Cho đến nay, hệ thống luật và văn bản dưới luật về thương mại điện tử đã được xây dựng, ban hành tương đối đầy đủ, tạo nên khung pháp lý cơ bản cho các giao dịch trong lĩnh vực này. Cụ thể, để hướng dẫn, quản lý hoạt động giao dịch và các hoạt động liên quan đến thương mại điện tử, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013 của Chính phủ về thương mại điện tử với mục tiêu thiết lập hành lang pháp lý cho các giao dịch thương mại điện tử được tiến hành một cách minh bạch, tạo điều kiện để thương mại điện tử phát triển, cũng như tạo thói quen tiêu dùng, mua sắm hiện đại của người dân. Bên cạnh đó, còn một số văn bản khác như: Nghị định số 72/2013/NĐ-CP ngày 15/7/2013 của Chính phủ về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng; Nghị định số 98/2020/NĐ-CP ngày 26/08/2020 của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và quyền lợi người tiêu dùng; Thông tư số 47/2014/TT-BCT ngày 05/12/2014 của Bộ Công thương quy định về quản lý website thương mại điện tử; Thông tư số 59/2015/TT-BCT ngày 31/12/2015 của Bộ Công thương quy định về quản lý hoạt động thương mại điện tử qua ứng dụng trên thiết bị di động; Thông tư số 21/2018/TT-BCT ngày 21/08/2018 của Bộ Công thương sửa đổi một số điều của Thông tư số 4747/2014/TT-BCT ngày 05/12/2014 của Bộ Công thương quy định về quản lý website thương mại điện tử và Thông tư số 59/2015/TT-BCT ngày 31/12/2015 của Bộ Công thương quy định về quản lý hoạt động thương mại điện tử qua ứng dụng trên thiết bị di động. Ngoài ra, do thương mại điện tử không phải là một lĩnh vực hoạt động riêng biệt mà là phương thức tiến hành hoạt động kinh doanh, thương mại nên việc giải quyết các tranh chấp trong lĩnh vực thương mại điện tử còn chịu sự điều chỉnh của một số luật như: Luật quản lý thuế năm 2019, Luật quảng cáo năm 2012, Luật đầu tư năm 2020, Luật doanh nghiệp năm 2020, Luật Bảo vệ người tiêu dùng năm 2010, Luật Viễn thông năm 2009, Luật An ninh mạng năm 2019, Bộ luật dân sự năm 2015, Luật hình sự năm 2015, sửa đổi, bổ sung năm 2017..., cũng như tất cả các quy định khác về hoạt động kinh doanh, thương mại.



### 2.3.2 Một số bất cập trong hệ thống văn bản quy phạm pháp luật về thương mại điện tử.

Các văn bản quy phạm pháp luật trên đã tạo cơ sở pháp lý cụ thể, rõ ràng để thực hiện các giao dịch thương mại điện tử, tuy nhiên, chưa theo kịp sự phát triển, biến đổi của lĩnh vực này, vẫn còn một số vấn đề bất cập, không mang tính bao quát, toàn diện nên tạo điều kiện cho một số đối tượng lợi dụng thực hiện hành vi vi phạm pháp luật. Cụ thể như sau:

Thứ nhất, các quy định hiện hành chưa gắn chặt trách nhiệm của chủ sàn thương mại điện tử đối với đối tác bán hàng trên sàn. Theo Khoản 3, 4 Điều 36 Nghị định số 52 về trách nhiệm của thương nhân, tổ chức cung cấp dịch vụ sàn giao dịch thương mại điện tử quy định: “Trách nhiệm của thương nhân, tổ chức cung cấp dịch vụ thương mại điện tử:...3. Yêu cầu thương nhân, tổ chức, cá nhân là người bán trên sàn giao dịch thương mại điện tử cung cấp thông tin theo quy định tại Điều 29 Nghị định này khi đăng ký sử dụng dịch vụ. 4. Có cơ chế kiểm tra, giám sát để đảm bảo việc cung cấp thông tin của người bán trên sàn giao dịch thương mại được thực hiện chính xác, đầy đủ...”. Đồng thời, theo quy định tại Khoản 2 Điều 37 Nghị định số 52: “Trách nhiệm của người bán trên sàn giao dịch thương mại điện tử: ...2. Cung cấp đầy đủ thông tin về hàng hóa, dịch vụ theo quy định từ Điều 30 đến Điều 34 Nghị định này khi bán hàng hóa hoặc cung ứng dịch vụ trên sàn giao dịch thương mại điện tử...”.

Như vậy, người bán trên sàn giao dịch thương mại điện tử có trách nhiệm cung cấp thông tin về hàng hóa, dịch vụ để khách hàng có thể xác định các đặc tính của hàng hóa, dịch vụ nhằm tránh sự hiểu nhầm khi quyết định giao kết hợp đồng, đồng thời cung cấp thông tin về giá cả, về điều kiện giao dịch chung, về vận chuyển và giao nhận. Ngược lại, chủ sàn thương mại điện tử có trách nhiệm kiểm tra, giám sát việc cung cấp những thông tin đó; tuy nhiên Nghị định chưa làm rõ các đặc tính nói trên bao gồm những thông tin gì; quy định trách nhiệm của chủ sàn vẫn mang tính chất chung chung, chưa phân cấp cụ thể.

Do vậy, dẫn đến việc nhiều sàn thương mại điện tử đã thả lỏng việc xét duyệt hồ sơ của đối tượng tham gia sàn; có quy chế đăng tải thông tin sản phẩm, nhưng theo hướng tạo điều kiện cho đối tác bán hàng trên sàn, để tăng doanh thu từ việc thu phí giao dịch. Lợi dụng sơ hở đó, một số đối tượng lợi dụng bán hàng hóa không rõ nguồn gốc xuất xứ, hàng hóa không rõ nguồn gốc xuất xứ, hàng giả, hàng nhái tràn lan trên sàn thương mại điện tử gây thiệt hại cho người tiêu dùng. Năm 2019, lực lượng quản lý thị trường cả nước đã thực hiện kiểm tra 2.403 vụ việc, xử lý 2.213 vụ việc vi phạm hành chính, xử phạt 16 tỷ đồng, trị giá hàng vi phạm gần 41 tỷ đồng liên quan đến hành vi vi phạm về thương mại điện tử và các hành vi lợi dụng thương mại điện tử để kinh doanh hàng hóa nhập lậu, hàng không rõ nguồn gốc xuất xứ, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, hàng giả.

Thứ hai, nhiều mô hình thương mại điện tử mới xuất hiện, đa dạng về cách thức hoạt động, phức tạp về chủ thể tham gia và chưa được điều chỉnh bởi các khuôn khổ pháp luật hiện hành. Theo Điều 6 Thông tư số 47/2014/TT-BCT ngày 5/12/2014 của Bộ Công thương về quản lý website thương mại điện tử đã quy định: “1. Các mạng xã hội có một trong những hình thức hoạt động quy định tại điểm a, điểm b, điểm c Khoản 2 Điều 35 Nghị định số 52/2013/NĐ-CP phải tiến hành đăng ký với Bộ Công thương dưới hình thức sàn giao dịch thương mại điện tử. 2. Thương nhân, tổ chức thiết lập mạng xã hội quy định tại Khoản 1 Điều này phải thực hiện các trách nhiệm của thương nhân, tổ chức cung cấp dịch vụ sàn giao dịch thương mại điện tử theo quy định của pháp luật. 3. Người bán trên các mạng xã hội quy định tại Khoản 1 Điều này phải tuân thủ những quy định tại Điều 37 Nghị định số 52/2013/NĐ-CP” Như vậy, các mạng xã hội có tính năng như sàn giao dịch thương mại điện tử phải tuân thủ các quy định về sàn giao dịch thương mại điện tử tại Nghị định số 52. Tuy nhiên, các quy định tại Nghị định số 52 chủ yếu điều chỉnh các hình thức thương mại điện tử thông dụng, qua sàn thương mại điện tử, trong khi đó, hoạt động thương mại điện tử trên mạng xã hội, trên thiết bị di động có những đặc điểm không tương đồng với sàn giao dịch thương mại, như: mạng xã hội khá đa dạng ở cách thức đăng bài, có thể là trên trang

cá nhân hoặc trên chuyên trang của facebook; mặt khác cách thức giao kết hợp đồng, thỏa thuận mua bán hay phương thức thanh toán cũng đa dạng, không thông qua sàn. Do vậy, việc áp dụng quy định chung như hiện nay, chưa phù hợp.

Thứ ba, quy định về quy trình giao kết hợp đồng chưa hoàn chỉnh. Tại Mục 2 của Nghị định số 52/2013/NĐ-CP dành 8 điều (từ Điều 15 đến Điều 23) quy định về quy trình giao kết hợp đồng giữa người bán hàng trực tuyến với người mua, nhưng chưa có quy định về nội dung hợp đồng mẫu, trong khi các giao dịch này đang phát triển ngày càng nhanh chóng và tự phát khiến cho người tiêu dùng gặp nhiều bất lợi, rủi ro khi có tranh chấp xảy ra. Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2011 tuy đã có đưa ra một số quy định về hợp đồng mẫu nhưng chủ yếu chỉ điều chỉnh các hợp đồng mẫu giao kết theo phương thức truyền thống mà chưa tính đến hợp đồng điện tử. Tại Điều 23 Nghị định số 52/2013/NĐ-CP quy định: “Bộ Công thương có trách nhiệm quy định cụ thể về quy trình giao kết hợp đồng trực tuyến trên website thương mại điện tử do thương nhân, tổ chức, cá nhân lập ra để mua hàng hóa, dịch vụ.” nhưng cho đến nay vẫn chưa có hướng dẫn chi tiết cụ thể. Ngoài ra, về nguyên tắc, dù giao dịch được thực hiện bằng phương thức gì thì những nguyên tắc chung, cơ bản nhất áp dụng trong giao dịch, hợp đồng vẫn đương nhiên được áp dụng. Tuy nhiên, đối với hợp đồng thương mại điện tử, các bên tham gia hoàn toàn trao đổi, đàm phán nội dung hợp đồng, ký kết từ xa thông qua phương tiện điện tử, do vậy, việc công chứng hợp đồng thương mại điện tử có thực hiện được không khi theo quy định, những người có yêu cầu công chứng phải trực tiếp xuất hiện trước mặt công chứng viên để đề xuất nội dung yêu cầu công chứng? Điều 63 Nghị định số 52 có quy định về hoạt động chứng thực hợp đồng điện tử, nhưng vẫn còn chung chung, chưa quy định cụ thể quy trình, thủ tục, yêu cầu chứng thực hợp đồng điện tử. Luật công chứng năm 2014 cũng chưa đề cập đến việc công chứng hợp đồng, giao dịch điện tử. Đây vẫn còn là lỗ hổng pháp lý tạo ra nhiều rủi ro cho người tiêu dùng khi thực hiện giao dịch qua hợp đồng thương mại điện tử. Thứ tư, chưa có quy định cụ thể về quản lý hoạt động đầu tư nước ngoài, bán hàng thương mại điện tử xuyên biên giới. Thương mại điện tử Việt Nam đang là

lĩnh vực thu hút mạnh các nhà đầu tư, vì có tốc độ tăng trưởng hằng năm đứng thứ ba trong các nước Đông Nam Á. Hiện nay, cả 04 sàn giao dịch thương mại điện tử lớn nhất (Shopee, Lazada, Tiki và Sendo) đều có sự tham gia của các nhà đầu tư nước ngoài, trong đó nhà đầu tư Trung Quốc nắm tỷ trọng lớn tại 3 sàn.

Hoạt động đầu tư phần lớn được thực hiện dưới hình thức đầu tư gián tiếp thông qua công ty con tại một quốc gia thứ ba, hoặc dưới các hình thức hợp tác kinh doanh khác ngoài việc góp cổ phần. Việc nhà đầu tư nước ngoài chi phối lĩnh vực thương mại điện tử có thể dẫn đến nhiều hệ lụy tiêu cực đối với hệ thống thương mại, thị trường sản xuất nội địa và vấn đề an ninh thông tin quốc gia:

Thứ nhất, từ lượng lớn cơ sở dữ liệu của hàng triệu người tham gia giao dịch trên sàn thương mại điện tử, nhà đầu tư nước ngoài có thể khai thác, kiểm soát nhiều thông tin quan trọng, có tác động đáng kể đến lĩnh vực sản xuất tiêu dùng trong tương lai.

Thứ hai, thông qua việc tham gia quản lý các sàn giao dịch thương mại điện tử, nhà đầu tư nước ngoài có thể tác động đến chính sách chung của sàn theo hướng tạo thuận lợi cho người bán nước ngoài tham gia bán hàng trên sàn, từ đó tăng tỷ trọng hàng nhập khẩu trong các kênh phân phối trực tiếp đến người tiêu dùng, giảm tỷ lệ hàng nội địa, có thể dẫn đến triệt tiêu hoạt động sản xuất trong nước, đồng thời gây khó khăn cho cơ quan chức năng trong việc kiểm soát chất lượng và quản lý thuế. Tuy nhiên, tại Nghị định số 52 không có quy định về việc quản lý hoạt động đầu tư nước ngoài vào doanh nghiệp kinh doanh sàn giao dịch thương mại điện tử Việt Nam. Ngoài ra, tại Nghị định số 09/2018/NĐ-CP ngày 15/1/2018 của Chính phủ quy định chi tiết Luật Thương mại và Luật Quản lý ngoại thương về hoạt động mua bán hàng hóa và các hoạt động liên quan trực tiếp đến mua bán hàng hóa của nhà đầu tư nước ngoài, tổ chức kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam quy định để thực hiện hoạt động cung cấp dịch vụ thương mại điện tử, tổ chức kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài phải có giấy phép kinh doanh. Tuy nhiên, chưa có văn bản nào quy định cụ thể

về các biện pháp giám sát nhằm bảo đảm sự cạnh tranh bình đẳng giữa doanh nghiệp nội địa với doanh nghiệp nước ngoài trên các hệ thống thương mại điện tử, cũng như nhằm đảm bảo sự bình đẳng về quản lý giữa mô hình phân phối truyền thống và mô hình phân phối thương mại điện tử. Điều này gây khó khăn nhất định cho các cơ quan quản lý nhà nước trong lĩnh vực này, đặc biệt khi liên quan đến thương mại điện tử có yếu tố nước ngoài.

Thứ năm, các chế tài xử phạt vi phạm trong lĩnh vực thương mại điện tử chưa có tính răn đe cao. Tại Nghị định số 98/2020/NĐ-CP ngày 26/08/2020 của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và quyền lợi người tiêu dùng (sau đây gọi tắt là Nghị định số 98) có quy định cụ thể từ Điều 63 đến Điều 66 về chế tài xử lý đối với các hành vi vi phạm về thương mại điện tử. Tuy nhiên, các mức phạt tiền đều không vượt quá 50.000.000 đồng (ví dụ như: Theo Khoản 6, Điều 63 quy định phạt tiền từ 40 - 50 triệu đồng với hành vi lừa đảo khách hàng trên website thương mại điện tử hoặc ứng dụng di động hoặc Lợi dụng thương mại điện tử để kinh doanh hàng giả, hàng hóa dịch vụ xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ hoặc hàng hóa, dịch vụ cấm kinh doanh khác;...). Cùng với việc phạt tiền, các website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử vi phạm sẽ bị đình chỉ hoạt động từ 6 -12 tháng, bị tịch thu tang vật và phương tiện, thu hồi tên miền ‘.vn’ được sử dụng để thực hiện hành vi vi phạm, buộc chủ website phải khắc phục hậu quả và nộp lại số lợi bất hợp pháp có được do thực hiện hành vi vi phạm về thương mại điện tử. Đây là mức xử phạt hành chính đối với một trong những hành vi sai phạm trong lĩnh vực thương mại điện tử do cá nhân thực hiện. Như vậy, chế tài xử lý vi phạm trong lĩnh vực thương mại điện tử cũng mới chỉ dừng lại ở mức xử phạt vi phạm hành chính với mức phạt tiền so với khoản lợi nhuận từ hành vi bất chính gây ra không quá lớn. Do vậy, ít có tính răn đe đối với các đối tượng vi phạm, phạm tội, sẵn sàng tiếp tục thực hiện các hoạt động vi phạm pháp luật để chạy theo lợi nhuận.

## 2.4. Nguyên nhân của hạn chế, bất cập

- *Nguyên nhân chủ quan*

Trước kia, chúng ta quản lý theo mô hình cũ tập trung bao cấp, nay chuyển theo mô hình quản lý mới bằng pháp luật. Quá trình chuyển đổi quản lý này cũng cần phải có thời gian để làm quen với tư duy quản lý mới. Đó là các lĩnh vực nói chung, riêng về lĩnh vực công nghệ thông tin và thương mại điện tử, do mới mẻ, đặc thù công nghệ phát triển nhanh nên phát sinh nhiều vấn đề mới trong thương mại điện tử khiến phạm vi điều chỉnh của pháp luật mở ra quá rộng, năng lực của cơ quan quản lý nhà nước không bao quát hết các lĩnh vực hoạt động.

Thứ hai là, thương mại điện tử phát triển một cách bùng nổ, đa dạng và toàn diện trong xu thế toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế khiến quản lý nhà nước về thương mại điện tử nói chung và quản lý nhà nước đảm bảo an toàn trong thương mại điện tử nói riêng không theo kịp được hay nói một cách khác là quản lý không theo kịp với sự phát triển của công nghệ. Bởi vậy mà, các quyết định quản lý mặc dù có hiệu lực về mặt thời gian nhưng nhiều văn bản quy phạm pháp luật lại không có hiệu lực thi hành, có nghĩa là không phù hợp với thực tiễn hoặc luật chưa quy định tới. Về nguyên tắc, tất cả các chủ thể tham gia thương mại điện tử đều có thể làm những điều pháp luật không cấm. Tuy nhiên, không phải ai cũng dám “lợi dụng kẽ hở của pháp luật” để tiến hành trục lợi từ thương mại điện tử. Đó chính là những bất cập nảy sinh trong quá trình thực thi quản lý đối với lĩnh vực thương mại điện tử hiện nay ở Việt Nam.

- *Nguyên nhân khách quan*

Thứ nhất là, tư duy quản lý nhà nước chưa theo kịp sự phát triển và xu thế toàn cầu hóa của thế giới. Khuynh hướng chủ đạo trong tư duy quản lý nhà nước để đảm bảo an toàn trong thương mại điện tử vẫn là tập trung quyền lực trong tay các cơ quan quản lý nhà nước cấp trung ương mà chưa phân cấp xuống cơ sở.

Thứ hai là, hạ tầng về công nghệ để đảm bảo an toàn trong thương mại điện tử còn thiếu, chưa đồng bộ và nhiều bất cập. Trình độ hiểu biết về pháp luật còn hạn chế nên việc thực hiện Luật Giao dịch điện tử, Luật Công nghệ thông tin, Luật Bảo vệ

quyền lợi người tiêu dùng và các Nghị định còn chậm và nhiều hạn chế. Việc ban hành văn bản quy phạm pháp luật chưa đồng bộ, nhiều quy phạm thiếu tính cụ thể, nhiều hành vi chưa có quy phạm pháp luật điều chỉnh, có chính sách đã bộc lộ hạn chế, bất cập nhưng chậm được sửa đổi.

Thứ ba là, bộ máy quản lý nhà nước về thương mại điện tử còn nhiều bất cập chưa theo kịp nhu cầu phát triển và còn chông chéo, phân tán. Chưa xây dựng cơ quan dự báo sự phát triển công nghệ thông tin và thương mại điện tử để có sự chuẩn bị cho các dự án Luật được nghiên cứu, ban hành và triển khai thực hiện sớm. Năng lực cán bộ quản lý về thương mại điện tử cả về số lượng và chất lượng đều không tương xứng với khối lượng công việc và đối tượng quản lý.

Thứ tư là, công tác kiểm tra, giám sát việc thi hành pháp luật về thương mại điện tử còn kém hiệu quả. Những yếu kém trong quản lý nhà nước để đảm bảo an toàn trong thương mại điện tử là nguyên nhân cơ bản dẫn đến tình trạng buông lỏng quản lý, nhờn pháp luật của các chủ thể tham gia. Nếu không có giải pháp kiên quyết có tính đột phá thì việc đảm bảo an toàn cho các hoạt động thương mại điện tử sẽ ngày càng trở nên bất cập kéo theo sự chậm phát triển so với thế giới và đất nước sẽ ngày càng tụt hậu so với yêu cầu hội nhập quốc tế.

## **2.5 Cơ chế bảo đảm thực hiện pháp luật thương mại điện tử**

### **2.5.1. Vai trò của cơ chế bảo đảm thực hiện pháp luật thương mại điện tử**

Các quy định của pháp luật điều chỉnh hoạt động TMĐT không tự nó đi vào cuộc sống mà cần có những cơ chế thực hiện bằng những hình thức phù hợp thì các quy định mới đạt được hiệu quả thực tế.

Hoạt động TMĐT không chỉ bao gồm các cá nhân, tổ chức tham gia mua, bán hàng hóa dịch vụ thông qua các phương tiện điện tử, mà còn có bên thứ ba là các nhà cung cấp hạ tầng viễn thông, công nghệ thông tin v.v...Để các chủ thể này tuân thủ, thực hiện đầy đủ các quyền và nghĩa vụ của mình trên cơ sở quy định của pháp luật, thì rất cần sự phối hợp chặt chẽ của các chủ thể áp dụng pháp luật khi thực hiện chức năng nhiệm vụ của mình. Nếu các cơ quan nhà nước có thẩm quyền, trong quá trình áp

dụng pháp luật vận dụng sáng tạo các quy định của pháp luật, tuyên truyền, phổ biến, giải thích pháp luật một cách đầy đủ thì sẽ tạo điều kiện tốt nhất cho những đối tượng chịu sự điều chỉnh của pháp luật TMĐT tuân thủ một cách tự giác, thực hiện một cách chủ động các quyền và nghĩa vụ của mình khi thực hiện hay tham gia các giao dịch TMĐT.

Mặt khác, chính các chủ thể áp dụng và thực thi pháp luật mới trực tiếp giải quyết những mối quan hệ thực tiễn, trên cơ sở đó nắm bắt được tâm tư, nguyện vọng của các cá nhân, tổ chức về những bất cập, thiếu phù hợp hoặc lạc hậu của các quy định pháp luật để có ý kiến phản hồi góp ý cho các cơ quan xây dựng luật nhằm điều chỉnh cho phù hợp để đảm bảo tính khả thi.

Việc tuân thủ pháp luật, thực hiện đúng quy định của pháp luật của các chủ thể như: Bao gồm các cá nhân, tổ chức là chủ sở hữu các Website bán hàng, gian hàng trên Sàn giao dịch điện tử hoặc kinh doanh trên các trang mạng xã hội, quảng cáo trên các phương tiện truyền thông nhằm mục đích thương mại, người mua hàng hóa, dịch vụ v.v... sẽ đảm bảo không chỉ quyền lợi cho chính họ mà còn đảm bảo trật tự an toàn xã hội, tạo niềm tin cho các cá nhân tổ chức tham gia TMĐT, thúc đẩy các giao dịch này phát triển. Mặt khác, khi các quy định pháp luật điều chỉnh quan hệ này được thực hiện hiệu quả sẽ tiết kiệm được nhiều chi phí xã hội, các vụ tranh chấp hay xử lý vi phạm vốn gây tốn kém thời gian, tiền bạc và gây bức xúc đối với người dân sẽ hạn chế hơn khi cơ chế thực hiện pháp luật không nhịp nhàng, hiệu quả.

### **2.5.2. Các chủ thể bảo đảm thực hiện pháp luật thương mại điện tử**

Ở Việt Nam, để thực hiện có hiệu quả vai trò quản lý nhà nước trong lĩnh vực thương mại điện tử cũng như bảo đảm cho các quan hệ pháp luật TMĐT vận hành đúng hướng, bảo đảm an toàn cho các giao dịch, đảm bảo trật tự xã hội cũng như bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử, các thành tố của cơ chế điều chỉnh pháp luật TMĐT bao gồm các nhóm chủ thể sau:

***Thứ nhất, nhóm các chủ thể quản lý nhà nước về thương mại điện tử:***



#### a. Bộ Công thương

i) Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin là tổ chức trực thuộc Bộ Công thương, thực hiện chức năng tham mưu, giúp Bộ trưởng quản lý nhà nước và tổ chức thực thi pháp luật trong lĩnh vực hoạt động thương mại điện tử, ứng dụng công nghệ thông tin v.v... Trong lĩnh vực thương mại điện tử, Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin có trách nhiệm xây dựng và trình cơ quan có thẩm quyền ban hành các văn bản quy phạm pháp luật hướng dẫn về hoạt động thương mại điện tử;

Trong chức năng nhiệm vụ của mình, Bộ Công thương có thẩm quyền thanh tra, kiểm tra hoạt động của các chủ thể chịu sự quản lý của pháp luật thương mại điện tử, xử lý các vi phạm nếu phát hiện trong quá trình thanh tra, kiểm tra.

#### ii) Hội bảo vệ người tiêu dùng

Là cơ quan trực thuộc Bộ Công thương thực hiện việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng nói chung trong đó có người tiêu dùng trong thương mại điện tử.

Hội bảo vệ người tiêu dùng được có cơ cấu tổ chức từ trung ương đến địa phương để thực hiện chức năng, nhiệm vụ của mình. Hội trực tiếp tiếp nhận các thông tin, phản hồi từ người tiêu dùng về các vấn đề chất lượng hàng hóa dịch vụ, quảng cáo sản phẩm, thanh toán trong các quan hệ pháp luật thương mại, phản ánh những hành vi vi phạm pháp luật trong hoạt động thương mại điện tử như: Lừa dối khách hàng, xâm phạm quyền bảo hộ sở hữu trí tuệ, mua bán hàng giả, hàng nhái tới các cơ quan có thẩm quyền để xử lý theo quy định của pháp luật.

#### b. Bộ Thông tin và Truyền thông

Bộ Thông tin và Truyền thông là cơ quan thuộc chính phủ thực hiện các chức năng nhà nước trên nhiều lĩnh vực trong đó có thương mại điện tử. Theo quy định của pháp luật, Bộ thông tin và truyền thông có chức năng quản lý nhà nước về hạ tầng viễn thông và truyền thông quốc gia, quản lý các hoạt động quảng cáo trên mạng viễn thông cũng như các loại hình báo chí. Bộ Thông tin và truyền thông còn có trách nhiệm hướng dẫn, tổ chức thực hiện các quy định về bảo đảm an toàn, an ninh hạ tầng

thông tin truyền thông và ban hành các giải pháp bảo đảm an toàn hạ tầng thông tin và truyền thông.

Trong hoạt động thương mại điện tử, Bộ Thông tin và truyền thông là cơ quan cấp pháp đăng ký tên miền của các website phải đăng ký trong đó có website thương mại điện tử của bên bán hàng hóa, cung cấp dịch vụ cũng như các tổ chức, cá nhân, thương nhân sở hữu website cung cấp môi trường cho các chủ thể khác hoạt động thương mại điện tử như sàn giao dịch điện tử, các mạng xã hội có hoạt động thương mại điện tử. Ngoài ra, Bộ Thông tin truyền thông còn có chức năng thanh tra, kiểm tra và xử lý vi phạm trong lĩnh vực công nghệ thông tin liên quan đến các hoạt động thương mại điện tử.

#### c. Ủy ban nhân dân các cấp

Ủy ban nhân dân cấp tỉnh và thành phố trực thuộc trung ương thực hiện chức năng quản lý nhà nước đối với hoạt động thương mại điện tử tại địa phương. Chỉ đạo các cơ quan chuyên môn trong việc tuyên truyền, phổ biến pháp luật, chấp hành các quy định pháp luật về thương mại điện tử. Tại các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương, quản lý nhà nước về hoạt động thương mại điện tử được giao cho Sở Công thương thực hiện, cơ quan này có trách nhiệm thanh tra, kiểm tra các hoạt động thương mại điện tử trên địa bàn mình quản lý.

### ***Thứ hai, nhóm các chủ thể tham gia giao dịch thương mại điện tử***

d. Đối với người sở hữu Website thương mại điện tử bán hàng: Bao gồm các cá nhân, tổ chức là chủ sở hữu các Website bán hàng, gian hàng trên Sàn giao dịch điện tử hoặc kinh doanh trên các trang mạng xã hội, quảng cáo trên các phương tiện truyền thông nhằm mục đích thương mại. Để các cá nhân tổ chức có thể vận hành được các hoạt động mua bán hàng hóa trên các phương tiện điện tử còn có các cá nhân, tổ chức cung cấp dịch vụ sàn giao dịch thương mại điện tử.

e. Người kinh doanh bán hàng qua các phương tiện điện tử:

Người kinh doanh bán hàng trong thương mại điện tử là những người có hàng hóa, dịch vụ cần trao đổi, mua bán nhằm mục đích kinh doanh được thực hiện bằng các phương tiện điện tử phổ biến như: Bán hàng qua điện thoại, quảng cáo trên các phương tiện điện tử, thực hiện một phần hay toàn bộ nghĩa vụ thanh toán bằng phương tiện điện tử như: Thanh toán bằng thẻ tín dụng, chuyển khoản qua Ngân hàng, hoặc thanh toán qua trung gian.

Các cá nhân bán hàng qua các phương tiện điện tử cũng có đầy đủ các quyền và nghĩa vụ phát sinh trong hoạt động mua bán hàng hóa, dịch vụ như các chủ thể kinh doanh thương mại ở các hình thức khác

f. Đối với người mua hàng trong thương mại điện tử:

Là những cá nhân, tổ chức có nhu cầu mua sắm hàng hóa, dịch vụ theo nhu cầu của mình và được thực hiện bằng phương tiện điện tử.

Pháp luật cũng quy định rõ các quyền và nghĩa vụ của người mua hàng trong thương mại điện tử như các chủ thể khác trong thương mại truyền thống.

***Thứ ba, Tổ chức xã hội trong hoạt động thương mại điện tử***

Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM) là một tổ chức phi Chính phủ với hội viên là các doanh nghiệp, tổ chức và cá nhân trực tiếp kinh doanh bằng thương mại điện tử; hoặc ứng dụng thương mại điện tử phục vụ hoạt động sản xuất, kinh doanh; hoặc nghiên cứu hay cung cấp các dịch vụ về thương mại điện tử. Hiệp hội hoạt động trên cơ sở tự nguyện, phi lợi nhuận, nhằm mục đích tập hợp, đoàn kết, hợp tác, hỗ trợ, bảo vệ các hội viên để phát triển lĩnh vực thương mại điện tử ở Việt Nam. Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam hoạt động trong phạm vi cả nước, theo pháp luật của nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam.

Ngoài việc tiến hành các hoạt động trao đổi chuyên môn về TMĐT, Hội còn thực hiện các tuyên truyền phổ biến pháp luật đến các Hội viên, đồng thời giúp các chủ thể tham gia hoạt động TMĐT giải quyết những khó khăn, vướng mắc cũng như

giải quyết các tranh chấp giữa các Hội viên. Với tư cách là Tổ chức xã hội nghề nghiệp, Hiệp hội còn thống kê các số liệu, tiếp thu ý kiến của các Hội viên để kịp thời kiến nghị tới các cơ quan quản lý nhà nước trong lĩnh vực TMĐT để điều chỉnh các chính sách liên quan một cách hữu hiệu.

Như vậy, trong cơ chế thực hiện pháp luật TMĐT, các cơ quan quản lý nhà nước phải xây dựng được cơ chế phối hợp chặt chẽ, hoạt động chủ động và sáng tạo khi vận dụng pháp luật để thực hiện chức năng nhiệm vụ của mình thì mới đảm bảo hiệu quả, mới đưa các quy định của pháp luật TMĐT vào thực tiễn cuộc sống.

### ***Thứ tư, các cơ quan giải quyết tranh chấp và xử lý vi phạm***

Khi các hoạt động thương mại điện tử có phát sinh tranh chấp, việc giải quyết tranh chấp của các chủ thể sẽ được giải quyết bằng hình thức khiếu nại trực tiếp để giải quyết các tranh chấp trên các phương tiện điện tử có kết nối internet, mạng viễn thông di động hay các mạng mở khác. Nếu các bên không thể giải quyết được các tranh chấp thì có thể lựa chọn các biện pháp khác như: Trọng tài thương mại, Tòa án nhân dân các cấp để giải quyết theo thủ tục tố tụng. Tuy nhiên, thời gian để giải quyết các vụ án kinh doanh thương mại sẽ kéo dài, nhiều thủ tục phức tạp nên không được nhiều chủ thể lựa chọn. Mặt khác, giá trị của các giao dịch thương mại điện tử thường không có giá trị lớn nên các cá nhân, tổ chức, thương nhân thường ít chọn biện pháp giải quyết này.

Trong trường hợp phải xử lý hình sự thì các cơ quan tiến hành tố tụng như: Cơ quan Công an, Viện Kiểm sát nhân dân, Tòa án nhân dân sẽ tiến hành khởi tố, điều tra, truy tố, xét xử theo quy định của pháp luật.

Hiện nay, cơ chế phát hiện các hành vi vi phạm pháp luật trong lĩnh vực thương mại điện tử chủ yếu là tố cáo tội phạm của các cá nhân, tổ chức, thương nhân bị thiệt hại do các hành vi của tội phạm gửi tới cơ quan chức năng. Việc tố giác gần như không xảy ra vì nếu không tham gia các hoạt động thương mại điện tử thì các các

nhân, tổ chức không thể phát hiện. Các cơ quan chức năng chưa tự mình phát hiện được hầu hết các vi phạm hay tội phạm, do vậy công tác xử lý vi phạm hay xử lý hình sự chưa đáp ứng được các yêu cầu của thực tiễn.

## Kết luận chương II:

Thương mại điện tử đang phát triển mạnh mẽ trên khắp thế giới và Việt Nam cũng không nằm ngoài xu hướng này. Đặc biệt trong bối cảnh kinh tế khó khăn, đây được xem là lối thoát cho nhiều công ty Việt Nam. Nhưng cũng chính vì “chân ướt chân ráo” mới bước chân vào lĩnh vực này nên không tránh khỏi những vướng mắc, vì vậy trong bài viết này chúng ta cùng tìm hiểu những trở ngại của thương mại điện tử Việt Nam để cùng nhau tìm ra giải pháp. Với sự bùng nổ của thương mại điện tử, dịch vụ internet, kết nối 3G và thiết bị di động, thì hạn chế của thương mại điện tử ở Việt Nam vẫn chưa đáp ứng kịp thời tốc độ phát triển nhanh chóng của internet. Thị trường hiện đang phát triển rất sôi động với nhiều hình thức như **B2B**, **B2C**, **C2C**, thương mại di động... Tuy nhiên, chúng ta vẫn còn nhiều việc phải làm để đảm bảo mua sắm trực tuyến và niềm tin của người tiêu dùng.

Thương mại điện tử là một lĩnh vực mới dựa trên công nghệ thông tin, đặc biệt là Internet, nhưng do hệ thống cơ sở thông tin không đồng bộ nên người tiêu dùng đôi khi bị tổn hại và mất niềm tin vào lĩnh vực này.

Để khắc phục trở ngại của thương mại điện tử, Việt Nam cần hoàn thiện hệ thống pháp luật các dịch vụ hợp lý và phát triển các giải pháp ứng dụng phù hợp cho các công ty, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ nhằm tạo dựng lòng tin của khách hàng.

### Chương III :

## CÁC GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ Ở VIỆT NAM

### 3.1 Định hướng hoàn thiện pháp luật thương mại điện tử ở Việt Nam

Chủ đề của Chiến lược Phát triển kinh tế - xã hội 10 năm 2021 - 2030 trong Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng Cộng sản Việt Nam: “*Khoi dậy khát vọng phát triển đất nước, phát huy mạnh mẽ giá trị văn hóa, con người Việt Nam và sức mạnh thời đại, huy động mọi nguồn lực, phát triển nhanh và bền vững trên cơ sở khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số; phấn đấu đến năm 2030 là nước đang phát triển có công nghiệp hiện đại, thu nhập trung bình cao và đến năm 2045 trở thành nước phát triển, thu nhập cao.*”<sup>4</sup> Ngày 15/05/2020, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 645/QĐ-TTg về việc Phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021 - 2025 với các quan điểm: (1) Thương mại điện tử là một trong các lĩnh vực tiên phong của nền kinh tế số, nơi các công nghệ tiên tiến của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư được ứng dụng rộng rãi để tăng hiệu quả của chu trình kinh doanh, góp phần hiện đại hóa hệ thống phân phối, nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, đẩy mạnh phát triển thị trường trong nước và xuất khẩu; (2) Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021 - 2025 gắn kết chặt chẽ với các chiến lược, chính sách về chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, định hướng phát triển kinh tế số và chuyển đổi số quốc gia; (3) Doanh nghiệp là lực lượng nòng cốt triển khai ứng dụng thương mại điện tử trong khi nhà nước đóng vai trò quản lý, thiết lập hạ tầng và tạo môi trường cho thương mại điện tử phát triển; (4) Việc hỗ trợ, tạo động lực phát triển cho thương mại điện tử được thực hiện theo mô hình: lựa chọn và hỗ trợ có trọng

---

<sup>4</sup> Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII - Tập I*, NXB Chính trị quốc gia sự thật, trang 105.

tâm trọng điểm một số lĩnh vực/địa phương phát triển thương mại điện tử để đóng vai trò đầu tàu, dẫn dắt, tạo sự lan tỏa trong xã hội. Các mục tiêu tổng quát của Kế hoạch: (1) Hỗ trợ, thúc đẩy việc ứng dụng rộng rãi thương mại điện tử trong doanh nghiệp và cộng đồng; (2) Thu hẹp khoảng cách giữa các thành phố lớn và các địa phương về mức độ phát triển thương mại điện tử; (3) Xây dựng thị trường thương mại điện tử lành mạnh, có tính cạnh tranh và phát triển bền vững; (4) Mở rộng thị trường tiêu thụ cho hàng hóa Việt Nam trong và ngoài nước thông qua ứng dụng thương mại điện tử; đẩy mạnh giao dịch, thương mại điện tử xuyên biên giới; (5) Trở thành quốc gia có thị trường thương mại điện tử phát triển thuộc nhóm 3 nước dẫn đầu khu vực Đông Nam Á<sup>5</sup>. Các vấn đề nêu trên là định hướng chính trị, pháp lý cho công tác hoàn thiện quy định pháp luật thương mại điện tử ở Việt Nam hiện nay.

Về phương diện lý luận, công tác hoàn thiện pháp luật nói chung và pháp luật thương mại điện tử ở Việt Nam nói riêng phải có sự phù hợp với thực tiễn của nền kinh tế và trình độ phát triển khoa học công nghệ, đặc biệt là công nghệ thông tin. Công tác hoàn thiện pháp luật thương mại điện tử ở Việt Nam hiện nay một mặt nhằm khắc phục kịp thời những hạn chế của pháp luật thương mại điện tử đang gây khó khăn, cản trở sự phát triển thương mại điện tử ở Việt Nam. Mặt khác, công tác hoàn thiện pháp luật thương mại điện tử ở Việt Nam cần hướng tới việc tạo lập môi trường pháp lý đầy đủ và chặt chẽ nhằm đáp ứng yêu cầu phát triển thúc đẩy thương mại điện tử ở Việt Nam phát triển nhanh chóng và bền vững. Bên cạnh đó, thương mại điện tử gắn chặt chẽ với sự phát triển mạnh mẽ của khoa học công nghệ, nhất là công nghệ thông tin nên công tác hoàn thiện pháp luật thương mại điện tử phải được xác định là một quá trình liên tục, lâu dài với các bước đi phù hợp với trình độ phát triển của khoa học công nghệ trong nước cũng như trên thế giới.

Với góc độ tiếp cận như vậy, từ những cơ sở lý luận và thực tiễn ở Việt Nam, tác giả cho rằng công tác hoàn thiện pháp luật thương mại điện tử ở Việt Nam cần được thực hiện theo các định hướng sau:

---

<sup>5</sup> Quyết định số 645/2022/QĐ-TTg ngày 15/05/2020 của Thủ tướng Chính phủ.



### 3.1.1. Hoàn thiện pháp luật thương mại điện tử ở Việt Nam phải phù hợp với quan điểm của Đảng Cộng sản Việt Nam

Pháp luật thương mại điện tử với tư cách là một bộ phận của thượng tầng chính trị, pháp lý phải có sự phù hợp với tính chất và trình độ phát triển của nền kinh tế. Bên cạnh đó, “Đảng Cộng sản Việt Nam - Đội tiên phong của giai cấp công nhân, đồng thời là đội tiên phong của nhân dân lao động và của dân tộc Việt Nam, đại biểu trung thành lợi ích của giai cấp công nhân, nhân dân lao động và của cả dân tộc, lấy chủ nghĩa Mác - Lê nin và tư tưởng Hồ Chí Minh làm nền tảng tư tưởng, là lực lượng lãnh đạo Nhà nước và xã hội.”<sup>6</sup> Chính vì vậy, công tác hoàn thiện pháp luật thương mại điện tử ở Việt Nam tất yếu phải phù hợp với quan điểm của Đảng Cộng sản Việt Nam về nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa.

Quá trình đổi mới cơ chế kinh tế ở Việt Nam có bản chất là chuyển từ cơ chế kế hoạch hóa tập trung, bao cấp sang cơ chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Việc đổi mới cơ chế kinh tế ở Việt Nam nhằm phát triển mạnh mẽ nền kinh tế hàng hóa nhiều thành phần kinh tế có sự quản lý của Nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa. Quá trình đổi mới này bắt nguồn từ thực tiễn của nền kinh tế và sự đổi mới tư duy kinh tế của Đảng Cộng sản Việt Nam. Hiện nay, Đảng ta đã xác định: “Kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa là mô hình kinh tế tổng quát của nước ta trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội. Đó là nền kinh tế thị trường hiện đại, hội nhập quốc tế, vận hành đầy đủ, đồng bộ theo các quy luật của kinh tế thị trường, có sự quản lý của Nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa, do Đảng Cộng sản Việt Nam lãnh đạo; bảo đảm định hướng xã hội chủ nghĩa vì mục tiêu “dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh” phù hợp với từng giai đoạn phát triển của đất nước.”<sup>7</sup>

<sup>6</sup> Khoản 1 Điều 4 Hiến pháp của nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam năm 2013.

<sup>7</sup> Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII - Tập 1*, NXB Chính trị quốc gia sự thật, trang 128.

Nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam có thể được xem xét, phân tích và đánh giá ở nhiều phương diện và ở các mức độ khác nhau nhằm xác định cơ sở cho công tác hoạch định chính sách phát triển kinh tế, xã hội, an ninh quốc phòng và công tác xây dựng, hoàn thiện pháp luật thuộc các lĩnh vực khác nhau. Để thực hiện nhiệm vụ nghiên cứu của luận án này, tác giả chỉ tập trung phân tích các vấn đề của nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam có ảnh hưởng trực tiếp đến pháp luật thương mại điện tử. Trên cơ sở đó xây dựng các giải pháp hoàn thiện pháp luật thương mại điện tử.

Thực tiễn 35 năm đổi mới cơ chế kinh tế và kết quả phân tích quá trình mang tính quy luật của việc chuyển từ cơ chế kinh tế kế hoạch hóa tập trung, bao cấp sang cơ chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, có thể nhận thấy cơ chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam có ảnh hưởng đến công tác hoàn thiện pháp luật thương mại điện tử ở Việt Nam thông qua các đặc điểm sau:

- *Thứ nhất*, cơ chế kinh tế thị trường ở Việt Nam được chuyển đổi từ cơ chế kinh tế kế hoạch hóa tập trung, bao cấp. Xem xét cả về lý luận cũng như thực tiễn, cơ chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa có bản chất khác biệt với cơ chế kinh tế kế hoạch hóa tập trung, bao cấp. Nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa chỉ có thể vận hành thông suốt, hiệu quả khi và chỉ khi được thiết lập trên cơ sở tôn trọng và tuân thủ đầy đủ các quy luật, các nguyên tắc của cơ chế thị trường. Mặc dù đã qua 35 năm đổi mới, nhưng hiện nay thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa được đánh giá vẫn chưa đồng bộ, chưa đầy đủ để bảo đảm cho thị trường được vận hành thông suốt và đem lại hiệu quả cao. Một trong những thị trường được nhận định là chậm phát triển, vận hành còn nhiều vướng mắc là thị trường khoa học, công nghệ<sup>8</sup>. Do thương mại điện tử hoạt động dựa trên nền tảng cơ sở là khoa học công nghệ, đặc biệt là công nghệ thông tin nên khi thị trường khoa học, công nghệ chậm phát triển, vận hành còn nhiều vướng mắc đã cản trở rất lớn đến việc phát triển

---

<sup>8</sup> Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII - Tập 2*, NXB Chính trị quốc gia sự thật, trang 67.

thương mại điện tử ở Việt Nam. Chính vì vậy, công tác hoàn thiện pháp luật thương mại điện tử ở Việt Nam cần cần đổi mới mạnh mẽ tư duy để góp phần xây dựng, hoàn thiện đồng bộ thể chế kinh tế thị trường, định hướng xã hội chủ nghĩa ở

Việt Nam. Để có thể làm được như vậy, các quy định của pháp luật thương mại điện tử cần phù hợp với các nguyên tắc, các quy luật của cơ chế thị trường; phát huy được tính chủ động, sáng tạo của các chủ thể tham gia vào các giao dịch thương mại điện tử.

- *Thứ hai*, nền kinh tế thị trường ở Việt Nam là nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Từ khi bắt đầu chuyển đổi cơ chế kinh tế từ cơ chế kinh tế kế hoạch hóa, tập trung, bao cấp sang cơ chế kinh tế thị trường, Đảng và Nhà nước ta luôn kiên định lập trường định hướng xã hội chủ nghĩa trong xây dựng và phát triển kinh tế. Tại Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII, Đảng ta một lần nữa đã khẳng định vấn đề này: “*Kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa là mô hình kinh tế tổng quát của nước ta trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội.*”<sup>9</sup> Với nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, Việt Nam vừa tiếp thu được những nhân tố hợp lý của cơ chế thị trường nhưng cũng vừa phát huy được những mặt ưu việt của chế độ xã hội chủ nghĩa. Thực tiễn phát triển ở Việt Nam đã chứng minh cho việc lấy ổn định chính trị làm điều kiện để thúc đẩy kinh tế - xã hội là một việc làm đúng đắn và phù hợp với Việt Nam. Tuy nhiên, việc chuyển đổi cơ chế kinh tế từ cơ chế kinh tế kế hoạch hóa, tập trung, bao cấp sang cơ chế kinh tế thị trường định hướng xã hội ở Việt Nam chưa có tiền lệ trong lịch sử, mặt khác nhận thức định hướng xã hội chủ nghĩa trong cơ chế thị trường còn gặp nhiều khó khăn, đôi lúc gặp phải các ý kiến trái chiều. Chính vì vậy, khi đánh giá kết quả thực hiện Nghị quyết của Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII và 35 năm thực hiện công cuộc đổi mới, Đảng ta đã thẳng thắn thừa nhận: “*Thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa còn nhiều vướng mắc, bất cập. Năng lực xây dựng thể chế còn hạn chế; chất lượng luật pháp và chính sách trên một số lĩnh vực còn thấp. Môi trường đầu tư kinh doanh chưa thực sự*

---

<sup>9</sup> Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII - Tập I*, NXB Chính trị quốc gia sự thật, trang 128.

*thông thoáng, minh bạch. Chưa tạo được đột phá trong huy động, phân bổ và sử dụng có hiệu quả các nguồn lực phát triển. Thể chế phát triển, điều phối kinh tế vùng chưa được quan tâm và chậm được cụ thể hoá bằng pháp luật nên liên kết vùng còn lỏng lẻo.<sup>10</sup>* Bên cạnh những khó khăn thì Việt Nam đã có những bước tiến quan trọng, lý luận về đường lối đổi mới, về chủ nghĩa xã hội và con đường đi lên chủ nghĩa xã hội ở nước ta ngày càng hoàn thiện và từng bước được hiện thực hoá. Đất nước đã đạt được những thành tựu to lớn, có ý nghĩa lịch sử, phát triển mạnh mẽ, toàn diện so với những năm trước đổi mới. Thực tế cho thấy lập trường về chủ nghĩa xã hội ở nước ta hết sức vững chắc và con đường đi lên chủ nghĩa xã hội ở nước ta ngày một rõ ràng hơn. Vấn đề này đặt ra yêu cầu đối với công tác hoàn thiện pháp luật thương mại điện tử là các quy định của pháp luật thương mại điện tử phải phù hợp với các quy luật, các nguyên tắc của cơ chế thị trường nhưng đồng thời cũng phải phát huy được tối đa các mặt ưu việt của chế độ xã hội chủ nghĩa.

- *Thứ ba*, kinh tế nhà nước giữ vai trò chủ đạo trong nền kinh tế thị trường, định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam. Nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam có nhiều hình thức sở hữu, nhiều thành phần kinh tế, trong đó: Kinh tế nhà nước giữ vai trò chủ đạo; kinh tế tập thể, kinh tế hợp tác không ngừng được củng cố, phát triển; kinh tế tư nhân là một động lực quan trọng; kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài được khuyến khích phát triển phù hợp với chiến lược, quy hoạch và kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội. Kinh tế nhà nước là công cụ, lực lượng vật chất quan trọng để Nhà nước giữ ổn định kinh tế vĩ mô, định hướng, điều tiết, dẫn dắt thúc đẩy phát triển kinh tế, xã hội, khắc phục các khuyết tật của cơ chế thị trường. Các nguồn lực kinh tế của Nhà nước được sử dụng phù hợp với chiến lược, quy hoạch, kế hoạch phát triển đất nước và cơ bản được phân bổ theo cơ chế thị trường. Doanh nghiệp nhà nước tập trung vào lĩnh vực then chốt, địa bàn quan trọng, quốc phòng, an ninh; hoạt động theo cơ chế thị trường, quản trị hiện đại theo chuẩn mực quốc tế; lấy hiệu quả kinh tế làm tiêu chí đánh giá chủ yếu, cạnh tranh bình đẳng với doanh nghiệp thuộc

---

<sup>10</sup> Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII - Tập I*, NXB Chính trị quốc gia sự thật, trang 80.

các thành phần kinh tế<sup>11</sup>. Từ khi bắt đầu chuyển đổi cơ chế kinh tế từ cơ chế kinh tế kế hoạch hóa, tập trung, bao cấp sang cơ chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa cho đến nay, Đảng và Nhà nước luôn thực hiện chính sách phát triển nền kinh tế hàng hóa nhiều thành phần, trong đó kinh tế nhà nước giữ vai trò chủ đạo. Việc duy trì vai trò chủ đạo của thành phần kinh tế nhà nước là một bảo đảm cần thiết nhằm tạo ra một lực lượng vật chất quan trọng giúp Nhà nước ổn định kinh tế vĩ mô, khắc phục các khuyết tật của cơ chế thị trường để nền kinh tế thị trường ở Việt Nam phát triển theo đúng định hướng xã hội chủ nghĩa mà Đảng Cộng sản Việt Nam đã đề ra. Tuy nhiên, vai trò chủ đạo trong nền kinh tế thị của thành phần kinh tế nhà nước không có nghĩa là mọi ngành nghề, mọi lĩnh vực, mọi địa bàn đều phải có doanh nghiệp nhà nước. Doanh nghiệp nhà nước chỉ tập trung vào các lĩnh vực then chốt; các địa bàn quan trọng; đảm bảo quốc phòng, an ninh và được hoạt động theo cơ chế thị trường. Điều này sẽ chi phối công tác hoàn thiện pháp luật thương mại điện tử theo hướng các lĩnh vực không ảnh hưởng đến an ninh, quốc phòng, trật tự xã hội mà các thành phần kinh tế làm có hiệu quả hơn thì phải có các quy định để khuyến khích, động viên các thành phần kinh tế tham gia phát triển hoạt động thương mại điện tử.

Như đã trình bày ở trên, Đảng Cộng sản Việt Nam là lực lượng lãnh đạo Nhà nước và xã hội. Đảng phải lãnh đạo toàn diện đối với các lĩnh vực của đời sống xã hội và toàn bộ hệ thống chính trị, các đoàn thể nhân dân, các tổ chức xã hội hợp pháp. Không một tổ chức, một lĩnh vực nào của đời sống xã hội mà Đảng không lãnh đạo, không phải chịu trách nhiệm<sup>12</sup>. Một trong các nội dung lãnh đạo của Đảng là xây dựng chủ trương, đường lối. Đảng đề ra cương lĩnh chính trị, chiến lược, đường lối, chính sách lớn trên các lĩnh vực như kinh tế, văn hóa, xã hội, khoa học, giáo dục, an ninh, quốc phòng... Đây được coi là những quan điểm, nguyên tắc, tư tưởng chỉ đạo của Đảng để Nhà nước và các tổ chức khác trong hệ thống chính trị vận dụng, thể chế hóa

<sup>11</sup> Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII - Tập 1*, NXB Chính trị quốc gia sự thật, trang 129.

<sup>12</sup> Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh (2020), *Giáo trình Trung cấp lý luận Chính trị - Hành chính, Những vấn đề cơ bản về Đảng Cộng sản và Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam*, NXB Lý luận chính trị, trang 86.

thành hiến pháp, pháp luật, chính sách, cụ thể hóa thành chương trình, kế hoạch công tác và tổ chức thực hiện phù hợp với chức năng của từng tổ chức<sup>13</sup>. Chính vì vậy, công tác hoàn thiện pháp luật thương mại điện tử ở Việt Nam giai đoạn hiện nay phải là sự thể chế hóa Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 10 năm 2021 - 2030 mà Đảng Cộng sản Việt Nam đã đề ra.

Một trong các quan điểm phát triển trong Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 10 năm 2021 - 2030 là: *“Phát triển nhanh và bền vững dựa chủ yếu vào khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số. Phải đổi mới tư duy và hành động, chủ động nắm bắt kịp thời, tận dụng hiệu quả các cơ hội của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư gắn với quá trình hội nhập quốc tế để cơ cấu lại nền kinh tế, phát triển kinh tế số, xã hội số, coi đây là nhân tố quyết định để nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh.”*<sup>14</sup> Đây chính là một trong những tư tưởng chỉ đạo cho công tác hoàn thiện pháp luật thương mại điện tử ở Việt Nam hiện nay.

Xuất phát từ các vấn đề nêu trên, công tác hoàn thiện pháp luật thương mại điện tử phải góp phần thúc đẩy sự phát triển của khoa học công nghệ, phát huy tính chủ động, sáng tạo, đổi mới và tận dụng một cách có hiệu quả nhất các cơ hội do cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư mang lại. Bên cạnh đó, công tác hoàn thiện pháp luật thương mại điện tử cũng cần bảo đảm hài hòa lợi ích của nhà nước, của doanh nghiệp và của người tiêu dùng để bảo đảm đúng định hướng xã hội chủ nghĩa mà Đảng Cộng sản Việt Nam đã đề ra.

---

<sup>13</sup> Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh (2020), *Giáo trình Trung cấp lý luận Chính trị - Hành chính, Những vấn đề cơ bản về Đảng Cộng sản và Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam*, NXB Lý luận chính trị, trang 87.

<sup>14</sup> Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII - Tập I*, NXB Chính trị quốc gia sự thật, trang 214.

### 3.1.2. *Hoàn thiện pháp luật thương mại điện tử ở Việt Nam phải quan tâm các yếu tố chi phối đến pháp luật thương mại điện tử*

Ngoài các yếu tố ảnh hưởng giống với pháp luật thương mại truyền thống như: sự phát triển của kinh tế - xã hội; chế độ chính trị; tập quán, thói quen thương mại... thì pháp luật thương mại điện tử còn bị chi phối bởi các yếu tố sau:

#### 3.1.2.1. *Quyền tự do hợp đồng:*

Trong nền kinh tế thị trường, do được thiết lập trên nền tảng pháp lý của quyền tự do kinh doanh, quan hệ thương mại và đầu tư có phương thức hình thành chủ yếu

thông qua các quan hệ hợp đồng<sup>15</sup>. Hợp đồng nói chung và hợp đồng trong lĩnh vực thương mại nói riêng đều có bản chất là sự tự do, tự nguyện bày tỏ và thống nhất ý chí nhằm xác lập, thay đổi hay chấm dứt các quyền và nghĩa vụ pháp lý giữa các bên chủ thể đối với nhau. Một trong các quyền của các bên chủ thể trong quá trình đàm phán và giao kết hợp đồng là quyền thỏa thuận và thống nhất về hình thức của hợp đồng theo quy định của pháp luật. Về vấn đề hình thức của hợp đồng, pháp luật của các nước trên thế giới cũng như ở Việt Nam đều cho phép các bên chủ thể có quyền thỏa thuận với nhau về hình thức của hợp đồng (trừ một số trường hợp pháp luật có quy định cụ thể về hình thức của hợp đồng). Việc ứng dụng ngày càng mạnh mẽ và sâu rộng của công nghệ thông tin vào lĩnh vực thương mại đã làm phát sinh một đã làm phát sinh một hình thức mới của hợp đồng đó là thông điệp dữ liệu. Với các ưu điểm vốn có của mình như nhanh chóng, thuận tiện, giảm thiểu chi phí..., mà hình thức giao dịch điện tử đã, đang và sẽ được sử dụng rộng rãi trong các giao dịch nói chung và các giao dịch trong thương mại nói riêng.

Việc sử dụng rộng rãi hình thức thông điệp dữ liệu vào các giao dịch trong đời sống xã hội đã có những tác động đến pháp luật của các quốc gia. Do đó, để bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của các chủ thể trong các giao dịch điện tử, để bảo đảm trật

---

<sup>15</sup> TS. Nguyễn Thị Dung (2008), *Pháp luật về hợp đồng trong thương mại và đầu tư - Những vấn đề pháp lý cơ bản*, NXB Chính trị quốc gia, trang 7.

tự quản lý của nhà nước (đặc biệt là trong lĩnh vực thương mại), cũng như để phù hợp với xu hướng chung trên toàn thế giới thì pháp luật của hầu hết các quốc gia đều thừa nhận thông điệp dữ liệu có giá trị pháp lý như hợp đồng được giao kết theo hình thức bằng văn bản. Điều này đã tạo điều kiện thuận lợi cho các bên chủ thể thực hiện quyền tự do lựa chọn cách thức ký giao kết hợp đồng.

### 3.1.2.2. Sự phát triển của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư

Hiện nay, khi nói đến thương mại điện tử nhiều người sẽ có liên hệ ngay đến Internet và cho rằng thương mại điện tử gắn liền với Internet. Tuy nhiên, trên thực tế có nhiều quan điểm khác nhau về thương mại điện tử, nhưng tựu trung lại có hai quan điểm về thương mại điện tử là: Thương mại điện tử được hiểu theo nghĩa rộng và thương mại điện tử được hiểu theo nghĩa hẹp. *Hiểu theo nghĩa rộng*, thương mại điện tử bao gồm các giao dịch tài chính và thương mại bằng phương tiện điện tử như: trao đổi dữ liệu điện tử (Electronic Data Interchange); chuyển tiền điện tử (Electronic Fund Transfer) và các hoạt động gửi rút tiền bằng thẻ tín dụng (Electronic Credit Card). *Hiểu theo nghĩa hẹp*, thương mại điện tử chỉ bao gồm những hoạt động thương mại được thực hiện thông qua Internet mà không tính đến các phương tiện điện tử khác như điện thoại, fax, telex... Theo quan điểm này, thương mại điện tử sẽ bị hạn chế trong phạm vi các giao dịch với khách hàng và thực hiện thanh toán thông qua Internet. Như vậy, cho dù tiếp cận theo nghĩa rộng hay theo nghĩa hẹp thì *để thương mại điện tử có thể phát triển được, yêu cầu về hạ tầng công nghệ thông tin và truyền thông là không thể thiếu*<sup>16</sup>. Đối với thương mại điện tử, công nghệ thông tin và truyền thông đóng vai trò là môi trường, là điều kiện thiết yếu về cơ sở vật chất, kỹ thuật nhằm bảo đảm cho các giao dịch trong thương mại điện tử được diễn ra thông suốt và an toàn.

Đứng trước sự phát triển như vũ bão của công nghệ thông tin và truyền thông, để có thể điều chỉnh có hiệu quả các quan hệ xã hội phát sinh trong hoạt động thương

---

<sup>16</sup> Trường Đại học Ngoại Thương (2013), *Giáo trình Thương mại điện tử căn bản*, NXB Bách Khoa - Hà Nội, trang 47.



mại điện tử thì pháp luật của các quốc gia phải luôn có sự cập nhật để có thể bắt kịp với sự phát triển của công nghệ thông tin và truyền thông, đặc biệt là các quy định về bảo đảm an toàn trong các giao dịch thương mại điện tử. Sự tương thích của pháp luật với sự phát triển công nghệ thông tin và truyền thông không chỉ dừng lại ở trong phạm vi quốc gia mà còn trên phạm vi toàn cầu do đặc điểm không biên giới trong các giao dịch thương mại điện tử.

### *3.1.2.3. Xu hướng phát triển của thương mại quốc tế và các hoạt động thương mại điện tử có yếu tố nước ngoài*

Mặc dù hiện nay trên thế giới đã xuất hiện một quan điểm cổ vũ cho chủ nghĩa bảo hộ trong thương mại, đồng thời cũng không thể phủ nhận áp lực cạnh tranh khi tham gia vào thương mại quốc tế (đặc biệt là đối với các quốc gia đang phát triển).

Nhưng thực tiễn đã chứng minh, các quốc gia (cho dù quốc gia phát triển hay đang phát triển) chỉ có thể khai thác một cách tốt nhất lợi thế tương đối và lợi thế tuyệt đối của mình để phát triển kinh tế - xã hội nếu quốc gia đó tham gia vào thương mại quốc tế. Lợi ích của việc tham gia thương mại quốc tế đã khiến cho hầu hết các quốc gia trên thế giới hội nhập ngày càng sâu rộng vào nền kinh tế thế giới. Với tất cả những gì mà thương mại quốc tế mang lại thì có thể khẳng định thương mại quốc tế không chỉ có vai trò quan trọng đối với kinh tế thế giới trong thời điểm hiện tại mà còn là xu thế tất yếu trong tương lai.

Tuy nhiên, để có thể tham gia ngày càng sâu rộng vào thương mại quốc tế thì đòi hỏi hệ thống pháp luật của các quốc gia có sự tương thích với nhau và phù hợp với pháp luật thương mại quốc tế. Điều này càng trở nên đặc biệt quan trọng đối với pháp luật thương mại điện tử do tính “*không biên giới*” trong các giao dịch thương mại điện tử.

### *3.1.3. Hoàn thiện pháp luật thương mại điện tử ở Việt Nam phải đảm bảo các yêu cầu của thương mại điện tử*

Mặc dù có khá nhiều công trình nghiên cứu về pháp luật thương mại điện tử nhưng chưa có tác giả nào đề cập đến các yêu cầu của pháp luật thương mại điện tử. Tuy nhiên, để có thể bảo vệ một cách hữu hiệu quyền và lợi ích của các chủ thể khi thực hiện các giao dịch trong thương mại điện tử nhưng đồng thời vẫn có thể thúc đẩy sự phát triển của thương mại điện tử thì việc xây dựng khung pháp luật điều chỉnh các quan hệ thương mại điện tử phải đáp ứng những yêu cầu cơ bản sau:

#### *3.1.3.1. Tận dụng lợi ích của thương mại điện tử*

Bên cạnh những lợi ích không thể phủ nhận được thì những thách thức và rủi ro trong các giao dịch của thương mại điện tử cũng làm cho những nhà hoạch định chính sách phải tỏ ra lo ngại. Quan điểm đó dễ dẫn đến tình trạng các quy phạm pháp luật được ban hành không phát huy những ưu thế vốn có của các giao dịch điện tử.

Yêu cầu của nguyên tắc này đòi hỏi Nhà nước phải có những quy định phù hợp với các đặc trưng của thương mại điện tử. Mục đích của nguyên tắc này là tránh sự xơ cứng trong khung pháp luật điều chỉnh hoạt động thương mại điện tử, cũng như tránh việc buộc các chủ thể sử dụng thương mại điện tử phải tuân thủ quá nhiều thủ tục phiền hà. Sự đòi hỏi quá cao trong quản lý sẽ làm cho các doanh nghiệp mất lợi thế trong các giao dịch quốc tế, cũng như ngăn cản việc tiếp cận các cơ hội của thương mại điện tử.

#### *3.1.3.2. Cân bằng giữa lợi ích của Nhà nước và phát triển thương mại điện tử*

Lợi ích của Nhà nước thể hiện ở việc quy định chính sách thuế, hải quan nhưng đây là những vấn đề rất nan giải trong điều kiện hoạt động thương mại điện tử không biên giới. Áp lực của chính sách đánh thuế công bằng như đối với thương mại truyền thống có thể đưa đến hậu quả là các quy định về thuế quan sẽ trở nên quá chi tiết hoặc rơi vào tình trạng đánh thuế hai lần, gây cản trở cho sự phát triển của thương mại điện tử. Chính vì vậy, hệ thống pháp luật điều chỉnh hoạt động thương mại điện tử không

những phù hợp với các đặc trưng của thương mại điện tử để tạo điều kiện cho thương mại điện tử phát triển mà còn phải chú ý đến lợi ích của Nhà nước, lợi ích chung của toàn xã hội.

### *3.1.3.3. Bảo vệ lợi ích của người tiêu dùng*

Trong một môi trường giao dịch mới mẻ như thương mại điện tử, việc tạo niềm tin và an toàn cho người sử dụng là một yêu cầu hết sức quan trọng. Một thị trường rất rộng lớn, đa dạng đồng nghĩa với việc người tiêu dùng có nhiều cơ hội để lựa chọn cho phù hợp với nhu cầu của mình nhưng đồng thời cũng phải chịu nhiều rủi ro hơn so với thương mại truyền thống. Thương mại điện tử có thể phát triển được hay không phụ thuộc một phần rất lớn vào lòng tin của người tiêu dùng đối với hình thức giao dịch này. Chính vì vậy, các quy định của pháp luật thương mại điện tử cần tạo ra cơ chế để có thể bảo vệ một cách có hiệu quả quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng.

## **3.2. Các giải pháp hoàn thiện pháp luật thương mại điện tử ở Việt Nam**

Căn cứ vào các định hướng của công tác hoàn thiện pháp luật thương mại điện tử và trên cơ sở phân tích hạn chế đối với các quy định của pháp luật thương mại điện tử, luận án đề xuất các giải pháp sau nhằm hoàn thiện pháp luật thương mại điện tử ở Việt Nam giai đoạn hiện nay.

### *3.2.1. Hoàn thiện pháp luật về thông điệp dữ liệu*

- *Thứ nhất*, ban hành các quy định của pháp luật về thông điệp dữ liệu an toàn, tin cậy.

Bên cạnh việc pháp luật thừa nhận thông điệp dữ liệu có giá trị làm chứng cứ thì pháp luật Việt Nam cũng có quy định giá trị chứng cứ của thông điệp dữ liệu phụ thuộc vào độ tin cậy của cách thức khởi tạo, lưu trữ, truyền gửi; cách thức bảo đảm và duy trì tính toàn vẹn của thông điệp dữ liệu; cách thức xác định người khởi tạo và các yếu tố khác. Để tạo điều kiện thuận lợi cho việc sử dụng thông điệp dữ liệu làm chứng cứ bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp thì pháp luật Việt Nam cần có quy định cụ thể về

tiêu chí để đánh giá về độ an toàn, tin cậy để xác định giá trị chứng cứ của thông điệp dữ liệu. Ngoài ra, cũng cần có quy định cụ thể về tiêu chí đánh giá độ an toàn, tin cậy của thông điệp dữ liệu nhằm tạo ra cơ sở pháp lý giải quyết tính huống nếu có sự mâu thuẫn giữa thông điệp dữ liệu và chứng cứ truyền thống. Tuy nhiên để tạo sự ổn định đối với các quy định pháp luật trong bối cảnh phát triển nhanh chóng của khoa học công nghệ, nhất là công nghệ thông tin thì luật chỉ cần quy định các vấn đề mạng tính nguyên tắc chung còn các quy định cụ thể mang tính kỹ thuật thì nên được quy định ở các văn bản dưới luật.

- *Thứ hai*, quy định rõ trách nhiệm của người tạo và người gửi thông điệp dữ liệu.

Theo quy định của pháp luật Việt Nam thì người khởi tạo thông điệp dữ liệu là người tạo ra thông điệp dữ liệu hoặc người gửi thông điệp dữ liệu trước khi thông điệp dữ liệu được lưu trữ. Quy định này của pháp luật bên cạnh ưu điểm là có tính khái quát thì cũng làm phát sinh rủi ro đối với vấn đề xác định trách nhiệm giữa người tạo và người gửi thông điệp dữ liệu. Về góc độ kỹ thuật, bằng mắt thường không phải lúc nào người gửi thông điệp dữ liệu cũng có thể kiểm soát được toàn bộ nội dung của thông điệp dữ liệu đó mà nhiều trường hợp để có thể biết được toàn bộ nội dung của thông điệp dữ liệu cần có các phần mềm hoặc thao tác kỹ thuật nhất định. Chính vì vậy, pháp luật Việt Nam cần có quy định cụ thể để ràng buộc trách nhiệm của các bên chủ thể trong trường hợp người tạo ra thông điệp dữ liệu về mặt thực tế và người gửi thông điệp dữ liệu (người khởi tạo thông điệp dữ liệu xét về mặt pháp lý) là hai chủ thể khác nhau.

- *Thứ ba*, bổ sung quy định của pháp luật về các vấn đề liên quan đến số hóa tài liệu.

Hiện nay có rất nhiều trường hợp các cá nhân, tổ chức tiến hành số hóa tài liệu, có nghĩa là chuyển các thông tin trên các chất liệu khác nhau thành thành tệp (file) trong máy tính. Trong khi đó, theo quy định của pháp luật Việt Nam hiện nay, thông

điệp dữ liệu là thông tin được tạo ra, được gửi đi, được nhận và được lưu trữ bằng phương tiện điện tử. Chính vì vậy, các tài liệu sau khi được số hóa cũng có thể coi là một thông điệp dữ liệu. Tuy nhiên pháp luật Việt Nam chưa có sự quy định rõ ràng đối với loại thông điệp dữ liệu này. Chính vì vậy, để ổn định các quan hệ xã hội trong các giao dịch thương mại điện tử cũng như đáp ứng đòi hỏi của thực tiễn thì pháp luật Việt Nam cần có các quy định liên quan đến thông điệp được tạo ra thông qua quá trình số hóa như: chủ thể được thực hiện số hóa; phương thức chuyển đổi, công nghệ sử dụng trong quá trình số hóa; các điều kiện mà thông điệp dữ liệu được tạo ra thông qua quá trình số hóa phải đáp ứng được; giá trị pháp lý của các thông điệp được tạo ra thông qua quá trình số hóa trong mối tương quan với bản gốc...

### 3.2.2. Hoàn thiện pháp luật về chữ ký điện tử

- *Thứ nhất*, về khái niệm chữ ký số và chữ ký điện tử.

Trong luật Giao dịch điện tử năm 2005 đề cập đến chữ ký điện tử nhưng trong các văn bản hướng dẫn thi hành lại đề cập đến chữ ký số. Mặc dù về mặt kỹ thuật, chữ ký số là một dạng của chữ ký điện tử. Chữ ký số là thuật ngữ chỉ một loại chữ ký điện tử sử dụng kỹ thuật đặc biệt - kỹ thuật mã hoá, trong đó đòi hỏi phải ứng dụng mã khoá công cộng với khoá dài tối thiểu tới 1024 bit để “kỹ” trên thông điệp dữ liệu. Vậy khi chủ thể thực hiện giao dịch thương mại điện tử sử dụng chữ ký điện tử (về mặt kỹ thuật chưa sử dụng chế độ mã hóa tối thiểu 1024 bit) thì có cần tuân thủ đầy đủ các quy định của pháp luật về chữ ký số không? nếu phát sinh rủi ro thì xác định trách nhiệm pháp lý như thế nào?... Vấn đề này được coi là rủi ro khi chưa có sự thống nhất về mặt thuật ngữ trong các quy định của pháp luật Việt Nam về chữ ký điện tử. Pháp luật Việt Nam cần thống nhất sử dụng thuật ngữ “*chữ ký số*” thay cho thuật ngữ “*chữ ký điện tử*” để tránh những rủi ro pháp lý không cần thiết và vấn đề này hoàn toàn phù hợp với xu thế hiện nay của lĩnh vực công nghệ thông tin.

- *Thứ hai*, về vấn đề chứng thực chữ ký điện tử.

Theo quy định của Luật Giao dịch điện tử năm 2005, chữ ký điện tử có giá trị pháp lý như chữ ký tay nếu tuân thủ đầy đủ quy định về phương pháp tạo chữ ký mà chữ ký đó không bắt buộc phải chứng thực. Quy định này của pháp luật đã tạo ra hạn chế khi không có quy định nào của pháp luật đưa ra căn cứ để xác định độ tin cậy, mức độ phù hợp của phương pháp tạo chữ ký điện tử. Do đó, pháp luật của Việt Nam cần có các quy định cụ thể để có thể xác định được độ tin cậy của chữ ký điện tử, chứng tỏ sự chấp thuận của người ký đối với nội dung của thông điệp dữ liệu. Về vấn đề này, để không gây xáo trộn trong các quy định của pháp luật thì pháp luật Việt Nam cần quy định chữ ký điện tử cần phải được chứng thực. Bởi vì, chữ ký điện tử đáp ứng đầy đủ quy định của Điều 24 Luật Giao dịch điện tử năm 2005 thì chứng thực chỉ là vấn đề thủ tục. Ngoài ra, chứng thực chữ ký điện tử có thể coi là một giải pháp có tính tổng quát vì kể cả pháp luật có đưa ra các quy định cụ thể về điều kiện xác định độ tin cậy của chữ ký điện tử thì không phải lúc nào các chủ thể cũng có thể dễ dàng thực hiện việc xác định độ tin cậy của chữ ký điện tử.

- *Thứ ba*, bổ sung hướng dẫn về chữ ký điện tử.

Như đã phân tích ở phần trên, hiện nay pháp luật Việt Nam mới chỉ có các hướng dẫn về chữ ký số<sup>17</sup> mà chưa có các quy định hướng dẫn đối với các hình thức khác của chữ ký điện tử. Chính vì vậy, trong thời gian tới đây cần bổ sung các quy định đối với các hình thức khác của chữ ký điện tử như chữ ký điện tử tồn tại dưới dạng sinh trắc học, nhận dạng giọng nói... nhằm ổn định và thúc đẩy hoạt động thương mại điện tử phát triển. Điều này càng trở nên cần thiết khi có ngày càng nhiều điện thoại di động, ứng dụng mobile banking sử dụng nhận dạng vân tay, khuôn mặt... để thiết lập bảo mật.

- *Thứ tư*, về việc xác thực chéo chữ ký số.

Thương mại điện tử xuyên biên giới được phát triển trên nền tảng thương mại quốc tế truyền thống kết hợp với thương mại điện tử. Trong bối cảnh của cuộc cách

---

<sup>17</sup> Nghị định số 130/2018/NĐ-CP của Chính phủ.

mạng công nghiệp lần thứ tư, thương mại điện tử xuyên biên giới đã nhanh chóng trở thành nhân tố cốt lõi của nền kinh tế toàn cầu. Điều này được thể hiện thông qua tốc độ tăng trưởng trung bình hàng năm của thương mại điện tử xuyên biên giới là trên 27% (cao hơn cả tốc độ tăng trưởng của thương mại điện tử nội địa)<sup>18</sup>. Sự phát triển của thương mại điện tử xuyên biên giới đã đặt ra yêu cầu cấp thiết là Việt Nam cần sớm có các quy định cụ thể về việc công nhận xác thực chéo chữ ký số giữa các tổ chức chứng thực chữ ký số cộng đồng ở Việt Nam và các tổ chức chứng thực chữ ký số nước ngoài.

### 3.2.3. Hoàn thiện pháp luật về hợp đồng thương mại điện tử

*Thứ nhất*, về chủ thể trong quan hệ hợp đồng thương mại điện tử.

Theo quy định của pháp luật Việt Nam ngoài hai chủ thể như trong hợp đồng thương mại truyền thống, hợp đồng điện tử còn xuất hiện chủ thể thứ ba. Về mặt pháp lý, chủ thể thứ ba này không được coi là chủ thể của quan hệ hợp đồng điện tử mà chỉ là chủ thể tạo ra cơ sở hạ tầng, các điều kiện bảo đảm cho quá trình giao kết hợp đồng điện tử. Về mặt kỹ thuật, chủ thể thứ ba này có thể làm ảnh hưởng đến quá trình giao kết cũng như nội dung của hợp đồng điện tử. Tuy nhiên, pháp luật của Việt Nam lại không có quy định ràng buộc trách nhiệm pháp lý của chủ thể thứ ba đối với các bên chủ thể của hợp đồng điện tử khi làm ảnh hưởng (cố ý hoặc vô ý) đến quá trình giao kết hoặc nội dung của hợp đồng điện tử. Điều này đã tạo ra hạn chế đối với các bên chủ thể khi giao kết hợp đồng điện tử. Về vấn đề này, pháp luật Việt Nam cần có các quy định cụ thể để ràng buộc trách nhiệm của chủ thể thứ ba thông qua việc quy định quy chuẩn về cơ sở hạ tầng (yêu cầu đối với phần cứng, phần mềm và đường truyền) cũng như quy chế tiếp cận thông tin của chủ thể thứ ba nhằm bảo vệ hữu hiệu quyền và lợi ích hợp pháp của các bên chủ thể khi giao kết hợp đồng điện tử.

*Thứ hai*, về hợp đồng thương mại điện tử vô hiệu.

---

<sup>18</sup> <https://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/phat-trien-thuong-mai-dien-tu-xuyen-bien-gioi-ha-u-covid19-va-goi-mo-chinh-sach-cho-viet-nam-329827.html> (Truy cập ngày 20/11/2020).

Với cách tiếp cận, hợp đồng điện tử chỉ là một loại hợp đồng thì các trường hợp vô hiệu của hợp đồng truyền thống cũng được áp dụng đối với hợp đồng điện tử. Tuy nhiên, hợp đồng điện tử được giao kết dựa trên nền tảng kỹ thuật của công nghệ thông tin và truyền thông nên yếu tố kỹ thuật có ảnh hưởng rất lớn đến hợp đồng điện tử. Như vậy, quy định của pháp luật Việt Nam hiện nay sẽ tạo ra những hạn chế khi hợp đồng được hình thành do lỗi kỹ thuật (do virus hoặc do tấn công mạng). Những hạn chế này càng trở nên nghiêm trọng khi thương mại điện tử ngày một phát triển (doanh nghiệp áp dụng công nghệ tự động trong các giao dịch thương mại điện tử). Bên cạnh các vấn đề nêu trên, các hợp đồng vô hiệu có thể có sự khác nhau về tính chất và mức độ ảnh hưởng đến các lợi ích mà pháp luật cần bảo vệ<sup>19</sup>. Về vấn đề này, pháp luật Việt Nam cần có quy định cụ thể về hợp đồng điện tử vô hiệu, đặc biệt là do các yếu tố về mặt kỹ thuật. Cũng tương tự như vấn đề hợp đồng điện tử vô hiệu, pháp luật của Việt Nam về giao kết hợp đồng trên trang web thương mại điện tử cũng không có các quy định về thay đổi, rút lại hoặc hủy bỏ đề nghị giao kết hợp đồng<sup>20</sup>. Vấn đề này cũng tạo ra những rủi ro nhất định đối với các chủ thể thực hiện giao dịch thương mại điện tử.

#### 3.2.4. Hoàn thiện pháp luật về thanh toán trong thương mại điện tử

*Thứ nhất, cần luật hóa về thanh toán trong thương mại điện tử.*

Vấn đề thanh toán điện tử là một trong vấn đề được các chủ thể thực hiện giao dịch thương mại điện tử quan tâm hàng đầu nhưng các quy định về thanh toán điện tử của Việt Nam lại được quy định tập trung dưới dạng các thông tư. Điều này sẽ khiến cho các chủ thể thực hiện giao dịch thương mại điện tử lo ngại về tính ổn định của các quy định về thanh toán điện tử. Chính vì vậy, các quy định về thanh toán điện tử cần được quy định ở cấp độ nghị định hoặc luật để hạn chế các rủi ro về mặt pháp lý khi có sự thay đổi đột ngột của các thông tư.

---

<sup>19</sup> TS. Nguyễn Thị Dung (2008), *Pháp luật về hợp đồng trong thương mại và đầu tư - Những vấn đề pháp lý cơ bản*, NXB Chính trị quốc gia.

<sup>20</sup> Trịnh Thị Thu Thảo (2015), *Pháp luật về giao kết và thực hiện hợp đồng trên website thương mại điện tử ở Việt Nam*, Luận văn Thạc sĩ Luật học.



*Thứ hai, về nghĩa vụ của bên trung gian trong quá trình thanh toán.*

Theo quy định của pháp luật Việt Nam thì thanh toán điện tử được thực hiện qua các trung gian thanh toán. Nhưng pháp luật Việt Nam không có các quy định cụ thể về nghĩa vụ của các trung gian thanh toán phải kịp thời đưa ra các thông tin, hướng dẫn, cảnh báo cho khách hàng. Điều này đã làm cho khách hàng của các trung gian thanh toán có thể phải gánh chịu những rủi ro khi tốc độ thay đổi về công nghệ ngày càng nhanh chóng và không phải khách hàng nào cũng có điều kiện và khả năng để tự mình cập nhật sự phát triển của công nghệ, đặc biệt là công nghệ thông tin.

### *3.2.5. Hoàn thiện pháp luật về bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ trong thương mại điện tử*

*Thứ nhất, về quyền tác giả.*

Theo quy định của pháp luật Việt Nam thì quyền tác giả phát sinh khi tác phẩm được hoàn thành mà không cần tác phẩm đó đã công bố hay chưa công bố, đã đăng ký hay chưa đăng ký. Điều này đã tạo ra rủi ro lớn cho các tác giả khi Việt Nam chưa có các quy định hữu hiệu của pháp luật để bảo vệ quyền tác giả trong thương mại điện tử. Vấn đề này càng trở nên nghiêm trọng đối với các tác phẩm được số hóa. Chính vì vậy, Việt Nam cần có các quy định cụ thể để bảo vệ có hiệu quả quyền tác giả trong hoạt động thương mại điện tử, chẳng hạn như quyền tác giả đối với giao diện của các trang web thương mại điện tử. Các quy định của pháp luật Việt Nam cần thường xuyên cập nhật để phù hợp với xu thế phát triển công nghệ trên thế giới, ví dụ: công nghệ Blockchain xuất hiện từ năm 2009 - 2010 trên thế giới và hiện nay được nhiều nước sử dụng nhằm bảo vệ quyền tác giả trong môi trường Internet nói chung và trong thương mại điện tử nói riêng nhưng Việt Nam hoàn toàn vẫn chưa có các quy định về vấn đề này. Riêng đối với giao diện của các trang web thương mại điện tử thì pháp luật Việt Nam cần quy định cụ thể về việc bảo vệ quyền tác giả đối với trang web thương mại điện tử tương tự như việc bảo vệ quyền tác giả đối với tác phẩm mỹ thuật ứng dụng vì giao diện của các trang web thương mại điện tử cũng có thể được thể hiện bởi các đường nét, màu sắc, hình khối, bố cục với tính năng hữu ích và điều này hoàn toàn phù hợp với tác phẩm mỹ thuật ứng dụng được quy định tại Khoản 2 Điều 13

Nghị định số 22/2018/NĐ-CP ngày 23/02/2018 Quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật Sở hữu trí tuệ năm 2005 và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Sở hữu trí tuệ năm 2009 về quyền tác giả, quyền liên quan.

*Thứ hai, về tên miền.*

Trong thương mại điện tử thì tên miền cũng như tên thương mại, nhãn hiệu trong thương mại truyền thống là đều dùng để phân biệt sản phẩm hoặc chủ thể kinh doanh này với sản phẩm hoặc chủ thể kinh doanh khác. Trong Luật Sở hữu trí tuệ, nếu tên thương mại, nhãn hiệu là đối tượng quyền sở hữu công nghiệp thì tên miền không phải là đối tượng quyền sở hữu công nghiệp mà chỉ được quy định là hành vi cạnh tranh không lành mạnh. Góc độ khác, theo quy định của Thông tư số 24/2015/TT-BTTTT ngày 18/08/2015 của Bộ Thông tin và Truyền thông thì tên miền Việt Nam (.vn) là tài nguyên quốc gia. Trong khi đó, theo thông lệ quốc tế thì tài nguyên quốc gia không thuộc đối tượng của Luật Sở hữu trí tuệ. Như vậy, có thể thấy các quy định của pháp luật Việt Nam về tên miền chưa có sự phù hợp về nội dung quy định cũng như cách tiếp cận. Điều này sẽ tạo ra những hạn chế khi giải quyết các tranh chấp khi tên miền giống với nhãn hiệu hoặc tên thương mại. Về vấn đề này, pháp luật Việt Nam cần có các quy định cụ thể để bảo đảm sự phù hợp và thống nhất liên quan đến tên miền nhằm tạo điều kiện cho thương mại điện tử ở Việt Nam phát triển mạnh mẽ hơn nữa.

### *3.2.6. Hoàn thiện pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử*

*Thứ nhất, bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng.*

Để có thể bảo vệ hữu hiệu thông tin cá nhân của người tiêu dùng trên môi trường mạng thì trước hết phải có cơ sở pháp lý rõ ràng và thống nhất. Hiện nay, vấn đề liên quan đến thông tin cá nhân trong các văn bản luật khác nhau được quy định không thống nhất. Đề cập đến thông tin cá nhân có văn bản dùng "*thông tin riêng*" hoặc "*bí mật đời tư*" trong Bộ luật Dân sự; "*thông tin về bí mật đời tư*" trong Luật

Giao dịch điện tử; "*thông tin của người tiêu dùng*" trong Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng<sup>21</sup>. Vì các văn bản quy phạm pháp luật khác nhau lại sử dụng các khái

niệm khác nhau nên không tạo ra sự thống nhất và gây khó khăn trong việc áp dụng trong thực tiễn. Hiện nay, các văn bản pháp luật có quy định nghĩa vụ của người bán phải có nghĩa vụ bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng trong hoạt động thương mại nói chung và trong thương mại điện tử nói riêng. Tuy nhiên, các quy định còn khá chung chung và chưa thực sự bảo vệ được thông tin của người tiêu dùng trên thực tế. Chính vì vậy, cần thiết phải có các quy định cụ thể của pháp luật đối với người bán hàng trong các giao dịch thương mại điện tử để bảo vệ thông tin của người tiêu dùng như: điều kiện về cơ sở hạ tầng công nghệ - viễn thông; điều kiện về nhân sự vận hành hệ thống kỹ thuật; điều kiện về công nghệ áp dụng; điều kiện về quy chế vận hành... Các điều kiện này được áp dụng đối với tất cả những người bán hàng có ứng dụng thương mại điện tử. Bên cạnh việc quy định các điều kiện mà người bán hàng có ứng dụng thương mại điện tử phải áp dụng thì pháp luật Việt Nam cũng cần bổ sung các chế tài cần thiết để xử lý hành vi làm lộ thông tin của người tiêu dùng vì hiện nay pháp luật Việt Nam mới chỉ có chế tài về hành vi đánh cắp, tiếp cận, thay đổi, phá hủy thông tin trái phép. Để bảo vệ hữu hiệu quyền lợi của người tiêu dùng và làm lành mạnh hóa môi trường kinh doanh thương mại điện tử ở Việt Nam trong giai đoạn hiện nay thì các chế tài đối với hành vi làm lộ thông tin người tiêu dùng phải đủ sức răn đe đối với các cá nhân, tổ chức vô ý hoặc cố ý làm lộ thông tin của người tiêu dùng.

*Thứ hai, bổ sung các dữ liệu thuộc về thông tin của người tiêu dùng.*

Như đã trình bày ở phần trên, hiện nay có ngày càng nhiều điện thoại di động, ứng dụng sử dụng các dữ liệu về khuôn mặt, vân tay, móng mắt... để đóng vai trò làm dữ liệu bảo mật (mở ứng dụng, mở thiết bị, xác thực giao dịch...). Trong khi đó pháp

---

<sup>21</sup> Đinh Thị Lan Anh (2015), *Bảo vệ thông tin cá nhân trong thương mại điện tử theo pháp luật Việt Nam*, Tạp chí Dân chủ và Pháp luật số 7(280)-2015

luật Việt Nam chưa có những quy định cụ thể về vấn đề này. Đối với các giao dịch thương mại điện tử, các dữ liệu về nhận dạng khuôn mặt, vân tay, mống mắt còn

“*nhạy cảm*” hơn nhiều so với các thông tin như tên, tuổi, địa chỉ... Chính vì vậy, pháp luật Việt Nam cần sớm có các quy định cụ thể đối với các dữ liệu nêu trên nhằm bảo vệ hữu hiệu quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng.

*Thứ ba, xử lý hiện tượng thư rác, tin nhắn rác, cuộc gọi quảng cáo.*

Về vấn đề này, pháp luật Việt Nam đã có các quy định<sup>22</sup> được đánh giá là biện pháp mạnh để chống lại hiện tượng tin nhắn rác, thư điện tử rác, cuộc gọi rác nhằm bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng. Tuy nhiên, pháp luật Việt Nam cần có những hướng dẫn cụ thể về các vấn đề sau: (1) Cần quy định rõ quy định về tin nhắn rác được áp dụng đối với tin nhắn thông qua mạng viễn thông và tin nhắn thông qua mạng xã hội như zalo, viber, facebook ..... nhằm bảo vệ chặt chẽ quyền lợi của người tiêu dùng đồng thời tạo cơ sở rõ ràng cho công tác quản lý tin nhắn rác; (2) Quy định về bộ tiêu chí nhằm nhận diện tin nhắn rác, thư điện tử rác và cuộc gọi rác để người tiêu dùng có thể dễ dàng và nhanh chóng nhận diện được. Đồng thời đây cũng là căn cứ để tiến hành quản lý đối với các cá nhân, tổ chức gửi tin nhắn rác, thư điện tử rác hoặc thực hiện cuộc gọi rác; (3) Cần quy định rõ việc đồng ý trước của người sử dụng chỉ được áp dụng cho một sản phẩm hoặc một dịch vụ cụ thể của doanh nghiệp mà người sử dụng đã đồng ý chứ không áp dụng đối với tất cả các hàng hóa hoặc dịch vụ của doanh nghiệp. Việc quy định cụ thể về vấn đề này là cần thiết vì hiện nay, đại đa số các doanh nghiệp là kinh doanh nhiều loại hàng hóa hoặc dịch vụ khác nhau nên nếu không có sự quy định cụ thể thì sẽ ảnh hưởng đến người sử dụng khi phải nhận các tin nhắn, thư điện tử hoặc cuộc gọi về những sản phẩm hoặc dịch vụ mà mình không mong muốn; (4) Cần quy định rõ khoảng thời gian hợp lý để người quảng cáo kiểm tra danh sách không quảng cáo để bảo vệ quyền lợi của người quảng cáo. Tránh tình trạng người quảng cáo bị phạt “*oan*” khi người sử dụng vừa cập nhật lên danh

---

<sup>22</sup> Nghị định số 91/2020/NĐ-CP của Chính phủ.

sách không quảng cáo lại nhận được tin nhắn quảng cáo ngay sau đó. (5) Cần có quy định rõ về tin nhắn đăng ký quảng cáo đầu tiên và duy nhất. Quy định này nhằm xử lý tình huống người quảng cáo chỉ soạn một tin nhắn nhưng do nội dung dài nên người sử dụng lại nhận được nhiều hơn một tin nhắn.

*Thứ tư*, về việc cung cấp thông tin đối với hàng hóa trong thương mại điện tử.

Vấn đề cung cấp thông tin đối với hàng hóa trong thương mại điện tử đã được pháp luật Việt Nam quy định nhưng mới chỉ quy định về nội dung thông tin chứ chưa có quy định cụ thể, rõ ràng về hình thức trình bày thông tin (vị trí đặt thông tin, cỡ chữ, font chữ, màu chữ...) chính vì vậy trên thực tế có nhiều trường hợp người tiêu dùng rất khó tiếp cận được các thông tin mà người bán đưa ra. Về vấn đề này cần có quy định cụ thể hơn. Bên cạnh đó thì các cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền cũng phải thường xuyên kiểm tra để nhanh chóng phát hiện và xử lý kịp thời hiện tượng cung cấp thông tin không đầy đủ hoặc không chính xác. Ngoài ra, người tiêu dùng trước khi thực hiện các giao dịch thương mại điện tử cần tìm hiểu đầy đủ, chính xác các thông tin liên quan đến sản phẩm để tránh bị nhầm lẫn.

*Thứ năm*, cần có các quy định về trách nhiệm đối với các thông tin từ chatbots.

Việc sử dụng chatbots ngày càng trở nên phổ biến trong các trang web thương mại điện tử đã đặt ra yêu cầu cần có quy định rõ ràng, chặt chẽ về nghĩa vụ của chủ sở hữu trang web thương mại điện tử đối với các thiệt hại của người tiêu dùng do các thông tin từ chatbots. Điều này là cần thiết và phù hợp với xu hướng hiện nay là việc tích hợp ngày càng sâu rộng trí tuệ nhân tạo vào các hoạt động thương mại điện tử.

### 3.2.7. Các giải pháp nâng cao hiệu quả thực thi của pháp luật thương mại điện tử

#### 3.2.7.1. Đối với cơ quan nhà nước

Nhằm nâng cao hơn nữa hiệu quả thực thi của pháp luật thương mại điện tử ở Việt Nam, bên cạnh việc không ngừng hoàn thiện các quy định của pháp luật về mặt nội dung thì nhà nước cần đồng thời thực hiện các giải pháp sau:

*Thứ nhất*, nâng cao hơn nữa năng lực thực thi pháp luật thương mại điện tử cho

các cơ quan nhà nước. Để bảo đảm hiệu quả thực thi của pháp luật thương mại điện tử thì các quy định của pháp luật là chưa đủ mà còn đòi hỏi năng lực thực thi của các cơ quan nhà nước. Bởi vì, thương mại điện tử là một vấn đề phức tạp nó đòi hỏi cơ quan thực thi pháp luật không chỉ am hiểu về pháp luật, về thương mại mà còn am hiểu về khoa học công nghệ, đặc biệt là công nghệ thông tin và truyền thông. Trong khi đó, sự phát triển của công nghệ thông tin và truyền thông trên thế giới cũng như ở Việt Nam đang và sẽ diễn ra một cách nhanh chóng, đặc biệt trong bối cảnh cả thế giới đã bước vào cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư.

*Thứ hai*, tăng cường công tác tuyên truyền và phổ biến pháp luật thương mại điện tử cho cơ quan nhà nước, các tổ chức xã hội/hiệp hội, các doanh nghiệp và các tầng lớp nhân dân. Tuyên truyền và phổ biến pháp luật thương mại điện tử là một giải pháp hữu hiệu cho việc nâng cao ý thức pháp luật và văn hóa pháp lý cho cơ quan nhà nước, các tổ chức xã hội/hiệp hội, các doanh nghiệp và các tầng lớp nhân dân. Thực tế cho thấy, trong một số trường hợp người dân còn lúng túng, không biết cách xử lý để bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp của mình trong các giao dịch thương mại điện tử do không biết, không hiểu các quy định của pháp luật thương mại điện tử. Mặt khác, để có thể hiểu và áp dụng các quy định của pháp luật thương mại điện tử trong thực tế đòi hỏi người dân cần có thiết thức nhất định về công nghệ thông tin và truyền thông. Điều này càng khẳng định vai trò quan trọng của công tác tuyên truyền và phổ biến pháp luật thương mại điện tử.

### *3.2.7.2. Đối với các tổ chức xã hội/hiệp hội, doanh nghiệp và người tiêu dùng*

*Thứ nhất*, nâng cao năng lực của các tổ chức xã hội/hiệp hội, doanh nghiệp và người tiêu dùng về pháp luật thương mại điện tử. Việc nâng cao năng lực của các tổ chức xã hội/hiệp hội, doanh nghiệp và người tiêu dùng về pháp luật thương mại điện tử không chỉ góp phần bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp của các doanh nghiệp, của người tiêu dùng có tham gia vào các hoạt động thương mại điện tử mà còn giúp ổn định các quan hệ xã hội trong các giao dịch thương mại điện tử từ đó thúc đẩy sự phát triển bền vững của thương mại điện tử ở Việt Nam. Để đạt được điều này, các tổ chức xã hội/hiệp hội, doanh nghiệp và người tiêu dùng cần hưởng ứng tích cực hơn nữa các

phong trào tuyên truyền, phổ biến và giáo dục pháp luật thương mại điện tử. Các tổ chức xã hội/hiệp hội, doanh nghiệp cần có ý thức hơn trong việc bồi dưỡng kiến thức pháp luật nói chung và pháp luật thương mại điện tử nói riêng cho đội ngũ nhân sự của mình, đặc biệt là nhân sự của bộ phận pháp chế.

*Thứ hai*, nâng cao hơn nữa vai trò phản biện xã hội của các tổ chức xã hội/hiệp hội, doanh nghiệp đối và người tiêu dùng với các quy định của pháp luật thương mại điện tử, đặc biệt là trong các bản dự thảo. Thông qua công tác phản biện xã hội của các tổ chức xã hội/hiệp hội, doanh nghiệp và người tiêu dùng sẽ cung cấp cho các cơ quan nhà nước có thẩm quyền các thông tin, tư liệu, các ý kiến phân tích, đánh giá đối với các quy định của pháp luật thương mại điện tử. Điều này sẽ giúp cho các quy định của pháp luật thương mại điện tử phù hợp với thực tế và nhanh chóng đi vào đời sống. Ngoài ra, thông qua kết quả của công tác phản biện xã hội, cơ quan nhà nước có thẩm quyền cũng sẽ biết được ý thức pháp luật, sự hiểu biết của các tổ chức xã hội/hiệp hội, của doanh nghiệp và người tiêu dùng đối với pháp luật thương mại điện tử để từ đó có những điều chỉnh cần thiết trong quá trình xây dựng, ban hành chính sách.





### **Kết luận Chương III:**

Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16 tháng 5 năm 2013 của Chính phủ về TMĐT là công cụ pháp lý quan trọng đối với TMĐT. Cho đến nay, sự phát triển của TMĐT phát sinh những vấn đề mới dẫn tới yêu cầu sửa đổi Nghị định 52, bao gồm:

Vấn nạn hàng giả, hàng không rõ nguồn gốc xuất xứ và hàng kém chất lượng trên môi trường điện tử. Hiện nay, các sàn giao dịch TMĐT là nơi tập trung phần lớn giao dịch TMĐT B2C và C2C, đồng thời cũng là nơi mà vấn nạn hàng giả, hàng vi phạm sở hữu trí tuệ, hàng không rõ nguồn gốc xuất xứ được phản ánh rõ nét nhất. Thực tiễn cho thấy mọi hoạt động từ xét duyệt thông tin người bán, đăng tải thông tin hàng hóa, giao dịch, thanh toán đều thông qua đơn vị vận hành sàn giao dịch TMĐT. Trong khi đó, nhiều sàn do có doanh thu từ việc thu phí giao dịch, đã thả lỏng việc xét duyệt hồ sơ của đối tượng tham gia sàn, dẫn đến hàng hóa không rõ nguồn gốc xuất xứ, hàng giả, hàng nhái tràn lan trên mạng mà không có biện pháp kiểm soát; nhiều mặt hàng còn đăng tải bằng ngôn ngữ bản địa như tiếng Trung, tiếng Hàn... khiến người tiêu dùng lúng túng khi tiếp cận thông tin.

Hoạt động TMĐT trên mạng xã hội đang bùng nổ và khó kiểm soát. Để đảm bảo tính thống nhất của hệ thống văn bản quy phạm pháp luật, phù hợp với yêu cầu của thực tiễn, cần có những yêu cầu cụ thể đối với đơn vị quản lý mạng xã hội có tính năng như sàn giao dịch thương mại điện tử trong văn bản ở mức Nghị định thay vì ở Thông tư như hiện nay.

Khó khăn trong quản lý hoạt động TMĐT có yếu tố nước ngoài. Hiện nay, số lượng người bán nước ngoài trên các sàn TMĐT Việt Nam đang gia tăng về số lượng. Thực tiễn trên đang đặt ra yêu cầu hoàn thiện hệ thống pháp luật để nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước đối với hoạt động phân phối trong TMĐT, đảm bảo môi trường cạnh tranh lành mạnh và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch trực tuyến.

Khó khăn trong việc quản lý hoạt động đầu tư nước ngoài vào doanh nghiệp kinh doanh sàn giao dịch thương mại điện tử Việt Nam. Với tốc độ tăng trưởng hàng năm thuộc top 03 quốc gia dẫn đầu khu vực Đông Nam Á, TMĐT Việt Nam đang là lĩnh

vực thu hút mạnh các nhà đầu tư, đặc biệt là đầu tư nước ngoài. Thực tiễn cho thấy, hoạt động đầu tư được thực hiện chủ yếu thông qua đầu tư gián tiếp thông qua công ty con tại một quốc gia thứ ba, hoặc thông qua các hình thức hợp tác kinh doanh khác ngoài việc góp cổ phần. Với những nguồn đầu tư gián tiếp, việc định danh, quản lý và giám sát doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài trong lĩnh vực TMĐT gặp nhiều khó khăn. Mặt khác, hiện nay chưa có văn bản nào quy định cụ thể về các biện pháp giám sát nhằm đảm bảo sự cạnh tranh bình đẳng giữa doanh nghiệp nội địa với doanh nghiệp nước ngoài trên các hệ thống TMĐT do tổ chức kinh tế có vốn nước ngoài nắm giữ, cũng như đảm bảo sự bình đẳng về quản lý giữa mô hình phân phối truyền thống và mô hình phân phối TMĐT.

Bộ Công Thương đã nghiên cứu, lập dự thảo Hồ sơ đề nghị xây dựng Nghị định sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định 52 và đã tổng hợp ý kiến ban soạn thảo về định hướng xây dựng nghị định. Nghị định dự kiến sẽ điều chỉnh những vấn đề lớn cùng quan điểm xây dựng như sau:

Tiếp tục khuyến khích TMĐT, xem xét bổ sung một số biện pháp quản lý với đối tượng mới (mạng xã hội, thương nhân có yếu tố nước ngoài);

Mở rộng đối tượng áp dụng, bao trùm cả thương nhân, tổ chức nước ngoài không có hiện diện tại Việt Nam nhưng phát sinh doanh thu từ TMĐT trên lãnh thổ Việt Nam;

Quy định chặt chẽ hơn về những thông tin bắt buộc phải có khi bán hàng trên sàn giao dịch TMĐT, tăng trách nhiệm của chủ sàn trong việc gỡ bỏ thông tin hàng hóa vi phạm; Bổ sung quy định riêng với mạng xã hội có hoạt động giao dịch TMĐT;

Sửa đổi, bổ sung theo hướng siết chặt quản lý như đối với thương nhân nước ngoài hoạt động thương mại tại Việt Nam; Kiểm soát hoạt động đầu tư nước ngoài vào lĩnh vực TMĐT là phù hợp với thực tiễn hiện nay, đảm bảo an ninh quốc gia, cam kết quốc tế và Luật đầu tư (sửa đổi).

## KẾT LUẬN

Một trong những nguyên nhân quan trọng dẫn đến hiệu lực quản lý nhà nước đảm bảo an toàn cho thương mại điện tử còn chưa cao là do thể chế về quản lý còn chưa hoàn thiện, các chủ thể tham gia chưa quan tâm nhiều đến các quy định liên quan, dẫn đến ý thức kém và thiếu hiểu biết trong việc chấp hành pháp luật về thương mại điện tử. Bên cạnh đó, bộ máy thực thi công tác quản lý còn chưa hoàn thiện và yếu kém, công tác thanh, kiểm tra, các chế tài còn hạn chế dẫn đến tình trạng tình trạng công tác quản lý nhà nước còn thiếu hiệu lực và chưa hiệu quả.

Do hoạt động thương mại điện tử được thực hiện trên môi trường điện tử nên việc giám sát việc thực thi các văn bản quy phạm pháp luật trong lĩnh vực này là một thách thức lớn đối với các cơ quan quản lý nhà nước. Nguồn lực giám sát còn hạn chế, tần suất các hoạt động thanh tra, kiểm tra chuyên ngành thấp, hiệu quả chưa cao, chưa có cơ chế giám sát trực tuyến các hoạt động trên môi trường điện tử. Nhiều quy định về mức xử phạt đối với các hành vi vi phạm trong lĩnh vực thương mại điện tử còn thấp, chưa đủ mạnh để răn đe, tạo ra sự tuân thủ tốt trong xã hội. Bên cạnh đó, xây dựng cơ chế giải quyết tranh chấp trong thương mại điện tử là một trong những mục tiêu ưu tiên của các cơ quan quản lý nhà nước trong thời gian tới. Việc hình thành cơ chế giải quyết tranh chấp sẽ giúp các chủ thể tham gia tin tưởng đối với việc mua sắm trực tuyến, thanh toán điện tử... góp phần nâng cao hiệu lực công tác quản lý đảm bảo sự an toàn trong thương mại điện tử.

Qua nghiên cứu, Khóa luận đã góp phần giải quyết các vấn đề mang tính lý luận và thực tiễn sau:

*Thứ nhất*, Khóa luận đã nêu bật được vai trò và sự cần thiết về việc cần phải nâng cao tính hiệu lực quản lý nhà nước đảm bảo an toàn cho các chủ thể tham gia thương mại điện tử. Khóa luận đưa ra quan điểm định hướng về công tác quản lý nhà nước đó là cần hoàn thiện về thể chế và nâng cao hiệu quả, hiệu lực thực thi công tác quản lý, xây dựng các tiêu chí đánh giá hiệu lực quản lý nhà nước đảm bảo an toàn cho các chủ thể tham gia thương mại điện tử.

*Thứ hai*, Khóa luận nghiên cứu về kinh nghiệm quốc tế về nâng cao hiệu lực quản lý nhà nước đảm bảo an toàn trong thương mại điện tử, ví dụ về Singapore và Hàn Quốc, Trung Quốc là các quốc gia đã rất thành công trong việc phát triển thương mại điện tử, trong quản lý nhà nước đảm bảo an toàn cho các chủ thể tham gia giao dịch thương mại điện tử.

*Thứ ba*, Khóa luận đã tổng kết các chính sách được áp dụng để phát triển thương mại điện tử và sự an toàn đối với các chủ thể khi tham gia giao dịch thương mại điện tử. Từ đó, đánh giá được thực trạng về an toàn, thực trạng hiệu lực quản lý nhà nước đảm bảo an toàn đối với các chủ thể tham gia giao dịch thương mại điện tử ở Việt Nam.

*Thứ tư*, trên cơ sở nghiên cứu cơ sở lý luận, đánh giá thực trạng, những quan điểm định hướng và mục tiêu phát triển thương mại điện tử, những dự báo về xu hướng phát triển công nghệ, về an toàn thông tin, về những thách thức đối với các cơ quan xây dựng chính sách, các cơ quan thực thi, khóa luận đề xuất các giải pháp và kiến nghị với Chính phủ, với Bộ, Ngành, Địa phương về việc nâng cao hiệu lực quản lý nhà nước đảm bảo an toàn trong thương mại điện tử ở Việt Nam giai đoạn 2011-2015 và tầm nhìn 2025 trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế.

*Thứ năm*, khóa luận cũng mới chỉ phân nào giải quyết được một phần vấn đề nghiên cứu về hiệu lực quản lý nhà nước đảm bảo an toàn trong thương mại điện tử chứ chưa thể giải quyết được những vấn đề theo hướng hiệu quả quản lý nhà nước. Những vấn đề rộng hơn, bao quát hơn sẽ được nghiên cứu sinh tiếp tục nghiên cứu, làm rõ trong những công trình tiếp theo. Mặc dù đã hết sức cố gắng song phạm vi đề tài rộng, khả năng và trình độ hiểu biết của nghiên cứu sinh còn hạn chế nên cùng với quá trình nghiên cứu khoa học một cách hết sức nghiêm túc của nghiên cứu sinh, mong rằng khóa luận sẽ đem lại sự hữu ích trong việc nghiên cứu, tham khảo và vận dụng vào thực tiễn những giải pháp nâng cao hiệu lực quản lý nhà nước đảm bảo an toàn thương mại điện tử ở Việt Nam trong xu thế toàn cầu hóa và hội nhập sâu, rộng với Thế giới./.

## DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

### A. Các văn kiện của Đảng và văn bản pháp luật

#### Văn kiện, Nghị quyết của Đảng

1 - Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII* - Tập 1, NXB Chính trị quốc gia sự thật.

2 - Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII* - Tập 2, NXB Chính trị quốc gia sự thật.

3 - Nghị quyết số 52-NQ/TW ngày 27 tháng 9 năm 2019 của Bộ Chính trị về một số Chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư.

#### Văn bản pháp luật Việt Nam

4 - Quốc hội (2013), Hiến pháp.

5 - Quốc hội (2005), Luật số 36/2005/QH11 ngày 14 tháng 6 năm 2005 về Thương mại.

6 - Quốc hội (2005), Luật số 50/2005/QH11 ngày 29 tháng 11 năm 2005 về Sở hữu trí tuệ.

7 - Quốc hội (2005), Luật số 51/2005/QH11 ngày 29 tháng 11 năm 2005 về Giao dịch điện tử.

8 - Quốc hội (2006), Luật số 67/2006/QH11 ngày 29 tháng 6 năm 2006 về Công nghệ thông tin.

9 - Quốc hội (2009), Luật số 36/2009/QH12 ngày 19 tháng 6 năm 2009 sửa đổi, bổ sung một số điều của luật Sở hữu trí tuệ.

10 - Quốc hội (2010), Luật số 59/2010/QH12 ngày 17 tháng 11 năm 2010 về Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

11 - Quốc Hội (2015), Luật số 91/2015/QH13 ngày 24 tháng 11 năm 2015 Bộ luật Dân sự.

12 - Quốc Hội (2019), Luật số 42/2019/QH14 ngày 14 tháng 6 năm 2019 về sửa đổi, bổ sung một số điều của luật Kinh doanh bảo hiểm, luật Sở hữu trí tuệ.

13 - Nghị định số 35/2007/NĐ-CP ngày 08 tháng 3 năm 2007 của Chính phủ về giao dịch điện tử trong ngân hàng.

14 - Nghị định số 99/2011/NĐ-CP ngày 27 tháng 10 năm 2011 của Chính phủ Quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

15 - Nghị định số 101/2012/NĐ-CP ngày 22 tháng 11 năm 2012 của Chính phủ về thanh toán không dùng tiền mặt.

16 - Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16 tháng 5 năm 2013 của Chính phủ về Thương mại điện tử.

17 - Nghị định số 80/2016/NĐ-CP ngày 01 tháng 7 năm 2016 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 101/2012/NĐ-CP ngày 22 tháng 11 năm 2012 của Chính phủ về thanh toán không dùng tiền mặt.

18 - Nghị định số 22/2018/NĐ-CP ngày 23 tháng 02 năm 2018 của Chính phủ Quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật Sở hữu trí tuệ năm 2005 và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Sở hữu trí tuệ năm 2009 về quyền tác giả, quyền liên quan.

19 - Nghị định số 130/2018/NĐ-CP ngày 27 tháng 9 năm 2018 của Chính phủ Quy định chi tiết thi hành Luật Giao dịch điện tử về chữ ký số và dịch vụ chứng thực chữ ký số.

20 - Nghị định số 91/2020/NĐ-CP ngày 14 tháng 8 năm 2020 của Chính phủ Chống tin nhắn rác, thư điện tử rác, cuộc gọi rác

21 - Nghị định số 85/2021/NĐ-CP ngày 25 tháng 9 năm 2021 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16 tháng 5 năm 2013 của Chính phủ về Thương mại điện tử.

22 - Quyết định số 645/2020/QĐ-TTg ngày 15 tháng 5 năm 2020 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021-2025.

23 - Quyết định số 2289/2020/QĐ-TTg ngày 31 tháng 12 năm 2020 của Thủ tướng Chính phủ ban hành Chiến lược Quốc gia về cách mạng công nghiệp lần thứ tư đến năm 2030.

24 - Thông tư số 10/2008/TT-BTTTT ngày 24 tháng 12 năm 2008 của Bộ Thông tin và Truyền thông Quy định về giải quyết tranh chấp tên miền quốc gia Việt Nam “VN”.

25 - Thông tư số 39/2014/TT-NHNN ngày 11 tháng 12 năm 2014 của Ngân hàng nhà nước Hướng dẫn về dịch vụ trung gian thanh toán.

26 - Thông tư số 47/2014/TT-BTC ngày 05 tháng 12 năm 2014 của Bộ Công thương quy định về quản lý website thương mại điện tử.

27 - Thông tư số 24/2015/TT-BTTTT ngày 18 tháng 8 năm 2015 của Bộ Thông tin và Truyền thông Quy định về quản lý và sử dụng tài nguyên Internet.

28 - Thông tư số 59/2015/TT-BCT ngày 31 tháng 12 năm 2015 của Bộ Công thương quy định về quản lý hoạt động thương mại điện tử qua ứng dụng trên thiết bị di động.

29 - Thông tư liên tịch số 14/2016/TTLT-BTTTT-BKHCN ngày 08 tháng 6 năm 2016 của Bộ Thông tin và Truyền thông - Bộ Khoa học và Công nghệ Hướng dẫn trình tự, thủ tục thay đổi, thu hồi tên miền vi phạm pháp luật sở hữu trí tuệ.

30 - Thông tư số 19/2016/TT-NHNN ngày 30 tháng 6 năm 2016 của Ngân hàng Nhà nước về hoạt động thẻ ngân hàng.

31 - Thông tư số 35/2016/TT-NHNN ngày 29 tháng 12 năm 2016 của Ngân hàng Nhà nước Quy định về an toàn, bảo mật cho việc cung cấp dịch vụ ngân hàng trên internet.

32 - Thông tư số 2/2018/TT-BCT ngày 20 tháng 8 năm 2018 của Bộ Công thương sửa đổi một số điều của Thông tư số 47/2014/TT-BTC ngày 05 tháng 12 năm 2014 của Bộ Công thương quy định về quản lý website thương mại điện tử và Thông tư số 59/2015/TT-BCT ngày 31 tháng 12 năm 2015 của Bộ Công thương quy định về quản lý hoạt động thương mại điện tử qua ứng dụng trên thiết bị di động.

33 - Thông tư số 35/2018/TT-NHNN ngày 24 tháng 12 năm 2018 của Ngân hàng nhà nước sửa đổi, bổ sung một số điều của thông tư số 35/2016/TT-NHNN ngày 29 tháng 12 năm 2016 của Ngân hàng Nhà nước Quy định về an toàn, bảo mật cho việc cung cấp dịch vụ ngân hàng trên internet.

34 - Thông tư số 06/2019/TT-BTTTT này 19 tháng 7 năm 2019 của Bộ Thông

tin và Truyền thông sửa đổi, bổ sung một số điều của thông tư số 24/2015/TT-BTTTT ngày 18 tháng 8 năm 2015 Quy định về quản lý và sử dụng tài nguyên Internet.

35 - Thông tư số 23/2019/TT-NHNN ngày 22 tháng 11 năm 2019 của Ngân hàng Nhà nước sửa đổi, bổ sung một số điều của thông tư số 39/2014/TT-NHNN ngày 11 tháng 12 năm 2014 Hướng dẫn về dịch vụ trung gian thanh toán.

36 - Thông tư số 22/2020/TT-NHNN ngày 31 tháng 12 năm 2020 của Ngân hàng Nhà nước sửa đổi, bổ sung một số điều của thông tư số 19/2016/TT-NHNN ngày 30 tháng 6 năm 2016 của Ngân hàng Nhà nước về hoạt động thẻ ngân hàng.