

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



NGUYỄN THỊ THANH LOAN

Lớp : LKT 12 – 01 khóa : 12

**PHÁP LUẬT VỀ GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI
ĐIỆN TỬ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY**

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

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

HÀ NỘI - 05/2022

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



NGUYỄN THỊ THANH LOAN

Lớp : LKT 12 – 01 khóa : 12

**PHÁP LUẬT VỀ GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI
ĐIỆN TỬ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY**

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

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

Nơi thực hiện đề tài: Trường Đại học Đại Nam

Thời gian thực hiện đề tài: 21/03/2022 đến 28/05/2022

HÀ NỘI - 05/2022

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan luận văn về đề tài “PHÁP LUẬT VỀ GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY” là công trình nghiên cứu cá nhân của tôi trong thời gian qua. Nội dung lý thuyết trong khóa luận tôi có sử dụng một số tài liệu tham khảo như đã trình bày trong phần tài liệu tham khảo. Các số liệu, chương trình phần mềm và những kết quả trong khóa luận là trung thực và chưa được công bố trong bất kỳ một công trình nào khác. Tôi xin hoàn toàn chịu trách nhiệm và chịu mọi hình thức kỷ luật theo quy định cho lời cam đoan của mình.

Hà Nội, ngày 27 tháng 05 năm 2022

Sinh viên

Nguyễn Thị Thanh Loan

LỜI CẢM ƠN

Thưa thầy cô!

Khóa luận tốt nghiệp chuyên ngành luật kinh tế với đề tài “PHÁP LUẬT VỀ GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY” mà em vừa trình bày chính là kết quả của cả một quá trình trau dồi và nỗ lực không ngừng của bản thân em. Em rất may mắn khi luôn nhận được sự giúp đỡ, hỗ trợ tận tình từ quý thầy cô, gia đình và bạn bè của mình. Qua đây, em xin được gửi lời cảm ơn chân thành nhất đến tất cả mọi người đã luôn giúp đỡ, động viên và khích lệ em trong suốt khoảng thời gian vừa qua. Em xin trân trọng cảm ơn giảng viên TS. Đỗ Thị Minh Thư . Cô là người đã luôn tận tình chỉ dạy, dẫn dắt và tạo điều kiện hết sức để giúp em có thể hoàn thành tốt nhất bài luận văn của mình. Bên cạnh đó, em cũng xin được cảm ơn ban lãnh đạo cùng toàn thể các thầy cô trường Đại học Đại Nam – Khoa Luật đã luôn giúp đỡ và ở bên cạnh chúng em trong suốt 4 năm đại học vừa qua. Xin kính chúc thầy cô thật nhiều sức khỏe và luôn thành công trên con đường giảng dạy của mình.

Em xin chân thành cảm ơn!

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
BQP	Bộ Quốc Phòng
BTP	Bộ Tư pháp
BTTTT	Bộ Thông tin và Truyền thông
CNTT	Công nghệ thông tin
CSDL	Cơ sở dữ liệu
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

Từ	Tiếng anh	Tiếng Việt
AEC	ASEAN Economic Community	Cộng đồng kinh tế ASEAN
B2C	Business to customer	Doanh nghiệp với người tiêu dùng
EDI	Electronic Data Interchange	Trao đổi dữ liệu điện tử
E-MARKETING	Internet marketing hay online marketing	Tiếp thị trực tuyến
SMS	Short Message Services	Dịch vụ tin nhắn ngắn
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

DANH SÁCH BẢNG BIỂU

	Trang
Biểu đồ 1: những trở ngại khách hàng gặp phải khi tham gia thương mại	46
Biểu đồ 2: lý do khiến người dân chưa tham gia mua sắm trực tuyến	47
Biểu đồ 3: tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng website hỗ trợ kinh doanh qua các năm	48
Biểu đồ 4: tỷ lệ cập nhật thông tin lên website	48
Bảng 1: So sánh Giao dịch Thương mại điện tử và Giao dịch Thương mại truyền thống ảnh	26

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	7
CHƯƠNG I: CƠ SỞ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	17
1.1. Một số khái niệm cơ bản	17
1.2. Sự hình thành và phát triển TMĐT	21
1.3. Những yếu tố tác động đến sự phát triển của giao dịch TMĐT	23
1.4. Sự khác biệt giữa giao dịch TMĐT và giao dịch thương mại truyền thống	25
1.5. Sàn giao dịch thương mại điện tử	27
KẾT LUẬN CHƯƠNG I	35
CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG PHÁP LUẬT VỀ GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ Ở VIỆT NAM	36
2.1. Giao dịch TMĐT theo pháp luật Việt Nam	36
2.2. Thực trạng phát triển giao dịch TMĐT ở Việt Nam.	44
2.3. Đánh giá chung	50
KẾT LUẬN CHƯƠNG II	54
ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT CỦA GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	55
3.1 Định hướng hoàn thiện pháp luật của giao dịch thương mại điện tử.	55
3.2 Các giải pháp hoàn thiện pháp luật về giao thương mại ở Việt Nam	59
KẾT LUẬN CHƯƠNG III	66
KẾT LUẬN	67
TÀI LIỆU THAM KHẢO	69

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài .

Hiện nay trên thế giới, với sự phát triển nhanh chóng của khoa học - kỹ thuật nói chung và công nghệ thông tin nói riêng, thì thương mại điện tử đang nắm giữ vai trò rất quan trọng trong đời sống kinh tế - xã hội, chính nó đã góp phần quan trọng thúc đẩy tăng tỷ trọng GDP của những quốc gia có nền kinh tế phát triển.

Thương mại điện tử là sự phát triển của thương mại truyền thống, được cấu thành bởi nhiều thành tố, trong đó có sự áp dụng các thành quả của khoa học - kỹ thuật phục vụ đời sống con người cũng như việc thỏa mãn các nhu cầu khác. Đây là xu hướng tất yếu của sự phát triển trên mọi phương diện về kinh tế - xã hội ở mọi quốc gia trong thời kỳ toàn cầu hóa. Vì vậy, để điều chỉnh các quan hệ xã hội mới vận hành trên nền tảng của công nghệ điện tử và công nghệ viễn thông, đòi hỏi phải có cơ chế điều chỉnh pháp luật phù hợp, tương thích nhằm đảm bảo để các quan hệ về thương mại điện tử phát triển hiệu quả, khả thi, có tính định hướng đúng đắn, lành mạnh và bền vững.

Pháp luật về thương mại điện tử ở nhiều quốc gia tiên tiến đã và đang nắm giữ vai trò quan trọng trong việc điều chỉnh các quan hệ thương mại điện tử. Từ những phân tích khái quát ở trên cho thấy, việc đặt vấn đề nghiên cứu toàn diện và sâu sắc về pháp luật thương mại điện tử ở Việt Nam hiện nay là có ý nghĩa lý luận và thực tiễn trong việc hoàn thiện pháp luật điều chỉnh các quan hệ thương mại điện tử ở nước ta trong giai đoạn hiện nay.

Việc nghiên cứu có hệ thống, toàn diện những vấn đề lý luận và thực tiễn của pháp luật thương mại điện tử sẽ làm rõ những khái niệm pháp lý gắn với những thuật ngữ có nội hàm kỹ thuật cao, tiên lượng những phát sinh có thể xảy ra trong thực tế và trong tương lai, đóng góp những tri thức quý báu đối với khoa học pháp lý nói chung và hoàn thiện hệ thống pháp luật điều chỉnh các hoạt động thương mại điện tử nói riêng, thúc đẩy nền kinh tế xã hội phát triển.

Đây cũng là lý do mà tôi lựa chọn đề tài “Pháp luật về giao dịch thương mại điện tử ở Việt Nam” để làm đề tài khóa luận.

2. Tình hình nghiên cứu.

2.1. Lịch sử nghiên cứu ở Việt Nam liên quan đến TMĐT.

Cùng với sự phát triển của khoa học kỹ thuật, trong đó có mạng Internet và các mạng khác; Việc ứng dụng các thành tựu này trong hoạt động thương mại đã hình thành thương mại điện tử. Ở Việt Nam đã có rất nhiều công trình nghiên cứu về thương mại điện tử ở nhiều góc độ kinh tế cũng như pháp lý khác nhau.

Việc nghiên cứu và tìm hiểu các công trình nghiên cứu liên quan đến đề tài thương mại điện tử có ý nghĩa quan trọng, bởi lẽ, những công trình này là cơ sở cho việc nghiên cứu của đề tài. Mặt khác, nó còn gợi ra những vấn đề tiếp theo cần phải giải quyết, đồng thời đây cũng là tài liệu tham khảo có ý nghĩa trong quá trình triển khai nghiên cứu đề tài .

Tính đến thời điểm hiện nay, đã có rất nhiều công trình nghiên cứu liên quan đến vấn đề thương mại điện tử theo các hướng tích cực khác nhau. Qua tìm hiểu và đánh giá các công trình có thể sắp xếp theo các nhóm như sau:

a, Những bài nghiên cứu lý luận về thực trạng pháp luật trong TMĐT.

- Đề tài: “ Hợp đồng thương mại điện tử” của tác giả Trần Văn Biên, có nghiên cứu về chế định hợp đồng của BLDS, Luật Thương mại, Luật Giao dịch điện tử, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Nghị định về TMĐT và các văn bản pháp luật liên quan đến hợp đồng điện tử. Tác giả đã đánh giá về thực trạng pháp luật về giải quyết tranh chấp hợp đồng điện tử. Đồng thời, tác giả cũng đánh giá thực trạng pháp luật điều chỉnh hợp đồng điện tử còn thiếu, bất cập và cần hoàn thiện để đảm bảo tính thống nhất, minh bạch, khả thi.

- Đề tài: “Thực trạng và giải pháp của thương mại điện tử ở việt nam” – Trần Thị Thu Hiền (2019).

- Đề tài: “ Xây dựng khung pháp lý nhằm phát triển thương mại điện tử ở Việt Nam” của tác giả Lê Hà Vũ. Tác giả đã đánh giá được thực trạng về thương mại điện tử cho thấy, những quy định pháp luật điều chỉnh về những vấn đề tài sản ảo, còn thiếu các quy định về thuế, quản lý thuế điện tử và thanh toán điện tử. Luật sở hữu trí tuệ hiện hành cũng chưa thật sự phù hợp với sự phát triển của thương mại điện tử v.v...

- Đề tài: “ Quản lí nhà nước về thương mại điện tử” của tác giả Đào Anh Tuấn. Tác giả đã nhận định về pháp luật thương mại điện tử chưa được điều chỉnh hết trong các lĩnh vực này sinh trong thương mại điện tử, chưa bảo đảm độ an toàn độ tin cậy của người tiêu dùng đối với thương mại điện tử. Chính sách pháp luật về phát triển nguồn nhân lực của thương mại điện tử chưa được đáp ứng, pháp luật quy định về hoạt động kiểm tra thanh tra thương mại điện tử chưa được chú trọng.

- Đề tài: “Phòng chống tội phạm trong lĩnh vực thương mại điện tử” của tác giả Lại Kiên Cường, luận án đã nghiên cứu về những vấn đề cơ bản như: khái niệm, đặc điểm của tội phạm trong lĩnh vực thương mại điện tử. Trên cơ sở nghiên cứu, luận án đã xây dựng được hệ thống những vấn đề lý luận về hoạt động phòng ngừa tội phạm trong lĩnh vực thương mại điện tử, đồng thời tác giả đã nghiên cứu thực trạng pháp luật về các biện pháp chế tài của pháp luật thương mại điện tử.

- Đề tài: “Ký kết và thực hiện hợp đồng điện tử trong điều kiện Việt Nam hội nhập kinh tế quốc tế” của tác giả Nguyễn Văn Thoan, tác giả đã nghiên cứu chủ yếu dưới góc độ kinh tế của hợp đồng điện tử như các loại hợp đồng điện tử, đưa ra định nghĩa về thương mại điện tử, các chủ thể tham gia các mô hình hợp đồng và vai trò những tác động đối với nền kinh tế và một số kiến nghị về việc xây dựng khung pháp luật để điều chỉnh hợp đồng điện tử định hướng các giải pháp thúc đẩy phát triển thương mại điện tử.

-“Hướng dẫn học tập thương mại điện tử” của tác giả Trần Thanh Điện, tác giả đã phản ánh những vấn đề cơ bản về thương mại điện tử vấn đề an toàn và bảo mật trên mạng các chính sách và pháp luật về thương mại.

- Đề tài: “bất cập trong việc áp dụng chế tài buộc thực hiện đúng hợp đồng minh tạm ngừng thực hiện hợp đồng trong thương mại một số kiến nghị” của tác giả Nguyễn Thanh Tùng

Nhìn chung, các công trình nghiên cứu ở trên đã bước đầu tiếp cận những mức độ khác nhau về lý luận của pháp luật thương mại điện tử, nhưng chưa được hoàn chỉnh cũng như chưa chỉ ra được những đặc thù của pháp luật thương mại điện tử thử so với pháp luật thương mại truyền thống. Các tác giả chưa nghiên cứu các nguyên tắc

nội dung đặc điểm pháp luật thương mại điện tử, cơ chế thực hiện mà chỉ tập trung nghiên cứu những vấn đề lý luận về hợp đồng điện tử.

Khi nghiên cứu về thực trạng pháp luật thương mại điện tử, các tác giả chỉ nghiên cứu về thực trạng của hợp đồng điện tử, đánh giá về hiệu quả quản lý của nhà nước trong việc đấu tranh phòng chống tội phạm trong lĩnh vực này, kết quả nghiên cứu chưa được toàn diện và đầy đủ các nội dung như cơ chế thực hiện pháp luật thương mại điện tử, chưa nghiên cứu về thực trạng bảo đảm thực hiện các nguyên tắc cơ bản của pháp luật thương mại điện tử. Tác giả chỉ nghiên cứu đến các chế tài hành chính trong quản lý nhà nước đấu tranh phòng chống tội phạm trong lĩnh vực thương mại điện tử.

b, Nghiên cứu lý luận về giải pháp, ứng dụng pháp luật thương mại điện tử.

- Đề tài: “Nghiên cứu ứng dụng thương mại điện tử trong các doanh nghiệp Việt Nam” của tác giả TS Lê Linh lương.

- Đề tài: “Thương mại điện tử ở các nước đang phát triển và bài học kinh nghiệm đối với Việt Nam” – Luận văn thạc sĩ kinh tế Nguyễn Ngọc Lan.

- Đề tài: “Ứng dụng thương mại điện tử trong kinh doanh xuất bản phẩm tại công ty cổ phần sách và thiết bị giáo dục trí tuệ” – Khóa luận tốt nghiệp sinh viên Nguyễn Thị Phương Liên.

- Đề tài: “Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ứng dụng thương mại điện tử trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam” của Nguyễn Thị Anh Thư.

- “Giải pháp nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước đảm bảo an toàn trong thương mại điện tử ở Việt Nam” của tác giả Nguyễn Đức Tài, tác giả đã đề xuất một số giải pháp quy định rõ về trách nhiệm quyền hạn của các bên tham gia thương mại điện tử với các hình thức thương mại điện tử, hoàn thiện các quy định pháp luật về thương mại điện tử xuyên biên giới và hoàn thiện các quy định về giải quyết tranh chấp trong thương mại điện tử.

Như vậy, các công trình nghiên cứu liên quan đến thương mại điện tử hay các luận án tiến sĩ đã đưa ra những kiến nghị và ứng dụng để thúc đẩy thương mại điện tử phát triển. Các công trình đều có điểm chung là đã đưa ra các định hướng hoàn thiện pháp luật dựa trên các tiêu chí như: đảm bảo tính thống nhất, đồng bộ, minh bạch, đảm

bảo lợi ích của Nhà nước v.v... Tuy nhiên các công trình chỉ đưa ra phương hướng và đề xuất tổng thể hoàn thiện pháp luật thương mại điện tử trên cơ sở đảm bảo các nguyên tắc và nội dung đặc thù của pháp luật thương mại điện tử.

2.2. Nhận xét về tình hình nghiên cứu.

Qua nghiên cứu tổng quan các công trình nghiên cứu đã công bố liên quan đến pháp luật thương mại điện tử ở trong nước nhóm đưa ra một số nhận xét như sau:

Thứ nhất, các tác giả khi nghiên cứu về thương mại điện tử và pháp luật về thương mại điện tử đều xây dựng những khái niệm thương mại điện tử, các đặc trưng cơ bản nhằm phân biệt với thương mại truyền thống, mục đích điều chỉnh pháp luật đối với thương mại điện tử v.v... Trong nội dung nghiên cứu, các tác giả cũng nhấn mạnh những tác động của thương mại điện tử với sự phát triển kinh tế đặc biệt là những phát sinh liên quan đến thuế, các yếu tố bảo mật và việc bảo đảm an toàn cho các giao dịch Thương mại điện tử.

Thứ hai, kể từ khi thương mại điện tử hình thành và phát triển ở Việt Nam đã có rất nhiều công trình nghiên cứu về thương mại điện tử ở nhiều góc độ khác nhau, nhưng chủ yếu là nghiên cứu góc độ kinh tế xã hội của thương mại điện tử, việc ứng dụng của pháp luật thương mại điện tử. Nhìn chung tất cả các công trình đều tập trung làm rõ các vấn đề lý luận về thương mại điện tử, những yếu tố ảnh hưởng đến thương mại điện tử và những giải pháp hoàn thiện pháp luật thương mại điện tử trong điều kiện Việt Nam hiện hành.

Thứ ba, thương mại điện tử và pháp luật thương mại điện tử không còn lạ lẫm ở Việt Nam nhưng để theo kịp với sự phát triển trong nước cần điều chỉnh pháp luật đối với các quan hệ xã hội phát sinh trong lĩnh vực thương mại điện tử, nhà nước cần phải hoàn thiện pháp luật trên cơ sở cũng như các kết quả khảo sát điều tra xã hội để xây dựng một pháp luật phù hợp. Qua một số công trình kể trên có thể thấy các tác giả đã trình bày được một số khía cạnh của pháp luật thương mại điện tử, quản lý nhà nước về thương mại điện tử một cách tương đối toàn diện, đầy đủ những vấn đề lý luận về thương mại điện tử đối với nước đang phát triển như Việt Nam. Các nghiên cứu pháp luật thương mại điện tử làm rõ được khái niệm, đặc điểm, nguyên tắc của

pháp luật thương mại điện tử trên phương diện lý luận thực trạng cũng như các biện pháp đề xuất hoàn thiện pháp luật thương mại điện tử.

2.3. Những vấn đề cần tiếp tục nghiên cứu.

Trên cơ sở kế thừa những công trình khoa học đã được nghiên cứu, có thể thấy TMĐT là xu thế tất yếu của trong sự phát triển thương mại, có ý nghĩa cực kì quan trọng trong phát triển kinh tế xã hội, nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân và nâng cao khả năng cạnh tranh của nền sản xuất, thương mại trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Để đưa ra các đề xuất kiến nghị giải pháp cho việc hoàn thiện pháp luật thương mại điện tử thì cần phải nghiên cứu đầy đủ những tri thức lý luận về thương mại điện tử và pháp luật thương mại điện tử. Có như vậy mới có cơ sở lý luận vững chắc, sát với thực tiễn để đảm bảo để đảm bảo tính thống nhất, linh hoạt, khả thi của các ngành luật văn bản pháp luật, điều chỉnh hoạt động thương mại của các cá nhân, tổ chức được thực hiện bằng phương diện điện tử.

Tuy nhiên, các công trình khoa học kể trên mới chỉ dừng lại ở việc đề cập đến TMĐT ở một số phương diện như việc ứng dụng, pháp luật TMĐT v.v...chưa thể hiện được sự bao quát, toàn diện. Chưa có bất cứ cá nhân hay tổ chức nào thực hiện việc nghiên cứu một cách trực tiếp, đầy đủ vấn đề pháp luật trong giao dịch TMĐT ở Việt Nam hiện nay.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1 Đối tượng nghiên cứu

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

3.2 Phạm vi nghiên cứu

Phạm vi nghiên cứu của đề tài tập trung nghiên cứu làm rõ các đặc trưng và những nội dung cơ bản về pháp luật giao dịch thương mại điện tử ở Việt Nam, cơ chế bảo đảm thực hiện pháp luật và các biện pháp xử lý vi phạm, giải quyết tranh chấp, không dàn trải theo nền tảng của pháp luật thương mại truyền thống.

Nội dung nghiên cứu liên quan đến vi phạm và giải quyết tranh chấp, nghiên cứu 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 tiếp thu có chọn lọc những quan điểm, kinh nghiệm phù hợp với hoàn cảnh, điều kiện kinh tế - xã hội ở Việt Nam.

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 từ 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.

4. Mục tiêu nghiên cứu

Đề tài nghiên cứu những vấn đề lý luận, đặc điểm, nội dung của pháp luật giao dịch thương mại điện tử nhằm đề xuất phương hướng giải pháp hoàn thiện pháp luật giao dịch thương mại điện tử đáp ứng yêu cầu hoàn thiện pháp luật giao dịch thương mại điện tử ở Việt Nam.

Mục tiêu nghiên cứu là mốc chuẩn để người nghiên cứu xây dựng phương pháp nghiên cứu phù hợp, là nhiệm vụ trực tiếp của các hoạt động nghiên cứu.

5. Nhiệm vụ nghiên cứu

Để đạt được mục đích của đề tài, thì nhiệm vụ nghiên cứu đặt ra là:

- Nghiên cứu, làm rõ những vấn đề lý luận của pháp luật về giao dịch thương mại điện tử, làm rõ các đặc trưng cơ bản, cơ chế bảo đảm thực hiện pháp luật về giao dịch thương mại điện tử.

- Nghiên cứu đánh giá về thực trạng pháp luật và cơ chế thực thi pháp luật về giao dịch thương mại điện tử, chỉ ra các hạn chế, bất cập và nguyên nhân là cơ sở thực tiễn cho việc hoàn thiện pháp luật về giao dịch thương mại điện tử ở Việt Nam.

- Đưa ra các kiến nghị về định hướng và giải pháp cụ thể để hoàn thiện pháp luật cũng như nâng cao hiệu quả cơ chế thực thi pháp luật về giao dịch thương mại điện tử ở Việt Nam trong thời gian tới.

6. Giả thuyết 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.

Quốc hội khóa XI đã thông qua Luật giao dịch điện tử, Luật Công nghệ thông tin, Quốc hội khóa XII thông qua Luật Bảo vệ người tiêu dùng. Trên cơ sở đó, Chính phủ cũng ban hành Nghị định thương mại điện tử và nhiều Nghị định khác, cùng các quyết định phê duyệt kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử 2006-2010 (Quyết định số 222/2005/QĐ-TTg), giai đoạn 2011-2015 (Quyết định số 1073/ QĐ-TTg) để xác định rõ kế hoạch thực hiện triển khai thương mại điện tử ở Việt Nam. 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, em đã chọn đề tài “Pháp luật về giao dịch thương mại điện tử ở Việt Nam hiện nay ” để nghiên cứu khóa luận.

7. Phương pháp nghiên cứu

Để thực hiện đề tài này, tôi nghiên cứu vận dụng phương pháp định lượng, phân tích tổng hợp và phương pháp nghiên cứu tài liệu từ đó đánh dấu ưu điểm, hạn chế và giải pháp của pháp luật Việt Nam trong giao dịch TMĐT. Đây là phương pháp luận xuyên suốt quá trình nghiên cứu và hoàn thiện công trình nghiên cứu.

Chính sách của Đảng và Nhà nước về TMĐT cũng là cơ sở lí luận soi sáng cho việc phân tích và nghiên cứu đề tài.

Ngoài ra, tôi nghiên cứu còn sử dụng các phương pháp nghiên cứu cụ thể như:

- Phương pháp phỏng vấn trực tiếp:
 - + Xây dựng câu hỏi và tiến hành phỏng vấn trực tiếp các đối tượng là những cá nhân, tổ chức tham gia giao dịch TMĐT
- Phương pháp trưng cầu ý kiến bằng bảng câu hỏi:
 - + Xây dựng các phiếu điều tra là hệ thống các câu hỏi liên quan đến vấn đề cần nghiên cứu
 - + Thực hiện việc điều tra đối với người tham gia giao dịch.
- Phương pháp thống kê toán học:
 - + Các phương pháp thống kê toán học được sử dụng để xử lý các kết quả điều tra về số lượng lựa chọn, tỷ lệ phần trăm.

8. Những đóng góp mới của nghiên cứu

- Trên cơ sở phân tích một cách khoa học, toàn diện các vấn đề lý luận của pháp luật về thương mại điện tử; đúc rút các bài học kinh nghiệm điều chỉnh pháp luật đối với giao dịch thương mại điện tử ở một số quốc gia trên thế giới, nghiên cứu đã làm rõ nhu cầu điều chỉnh pháp luật trên cơ sở nhận diện các nguyên tắc cũng như nội dung, đặc trưng cơ bản của pháp luật về giao dịch thương mại điện tử ở Việt Nam.

- Nghiên cứu đã đánh giá tổng thể về thực trạng pháp luật và cơ chế thực hiện pháp luật về giao dịch thương mại điện tử ở Việt Nam, làm rõ các yêu cầu cấp thiết của việc hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả thực thi pháp luật về giao dịch thương mại điện tử với những đặc thù về nội dung cũng như phương thức thực hiện ở Việt Nam hiện nay.

- Từ các nghiên cứu lý luận và thực tiễn, nghiên cứu đưa ra các định hướng và giải pháp nhằm hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả thực thi pháp luật về giao dịch thương mại điện tử ở Việt Nam hiện nay.

9. Bố cục đề tài

Ngoài phần mở đầu, kết luận và danh mục tài liệu tham khảo, nghiên cứu được kết cấu làm 3 chương (có kết luận cho từng chương) với những nội dung cơ bản như sau:

Chương I: CƠ SỞ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Chương II: THỰC TRẠNG PHÁP LUẬT VỀ GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ Ở VIỆT NAM

Chương III: ĐỊNH HƯỚNG HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT CỦA GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

CHƯƠNG I

CƠ SỞ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

1.1. Một số khái niệm cơ bản

1.1.1 Khái niệm thương mại điện tử

a, Theo nghĩa hẹp

Thương mại điện tử là quá trình mua, bán, trao đổi hàng hóa, dịch vụ và thông tin thông qua mạng máy tính, bao gồm mạng Internet. Theo nghĩa hẹp, thương mại điện tử đơn giản chỉ là việc tiến hành các hoạt động mua bán hàng hóa và dịch vụ thông qua các phương tiện điện tử và mạng viễn thông. Phương tiện điện tử và mạng viễn thông sử dụng phổ biến trong thương mại điện tử là điện thoại, ti vi, máy fax, mạng truyền hình, mạng internet, mạng intranet, mạng extranet...trong đó máy tính và mạng internet là được sử dụng nhiều nhất để tiến hành các hoạt động thương mại điện tử vì nó có khả năng tự động hóa cao các giao dịch.

b, Theo nghĩa rộng

Thương mại điện tử không chỉ dừng lại ở việc mua bán hàng hóa và dịch vụ, mà nó còn mở rộng ra cả về quy mô và lĩnh vực ứng dụng. Hiện nay có rất nhiều tổ chức đưa ra khái niệm về thương mại điện tử như WTO, AEC , bên cạnh đó còn một số tổ chức khác như: UNCTAD

Dưới góc độ doanh nghiệp, thương mại điện tử bao gồm các hoạt động của doanh nghiệp, theo chiều ngang: “Thương mại điện tử là việc thực hiện toàn bộ hoạt động kinh doanh bao gồm marketing, bán hàng, phân phối và thanh toán thông qua các phương tiện điện tử”.

Khái niệm này đã đề cập đến toàn bộ hoạt động kinh doanh, chứ không chỉ giới hạn ở riêng mua và bán, toàn bộ các hoạt động kinh doanh này được thực hiện thông qua các phương tiện điện tử.

Khái niệm này được viết tắt bởi bốn chữ MSDP, trong đó:

M - Marketing (có trang web, hoặc xúc tiến thương mại qua internet)

S - Sales (có trang web có hỗ trợ chức năng giao dịch, ký kết hợp đồng)

D - Distribution (Phân phối sản phẩm số hóa qua mạng)

P - Payment (Thanh toán qua mạng hoặc thông qua ngân hàng)

Như vậy, đối với doanh nghiệp, khi sử dụng các phương tiện điện tử và mạng vào trong các hoạt động kinh doanh cơ bản như marketing, bán hàng, phân phối, thanh toán thì được coi là tham gia thương mại điện tử.

• Dưới góc độ quản lý nhà nước, thương mại điện tử bao gồm các lĩnh vực:

I - Cơ sở hạ tầng cho sự phát triển thương mại điện tử (I)

M - Thông điệp (M)

B - Các quy tắc cơ bản (B)

S - Các quy tắc riêng trong từng lĩnh vực (S)

A - Các ứng dụng (A)

Mô hình IMBSA này đề cập đến các lĩnh vực cần xây dựng để phát triển thương mại điện tử:

- I - Infrastructure: Cơ sở hạ tầng “Công nghệ thông tin” và truyền thông là yêu cầu đầu tiên để phát triển thương mại điện tử.

- M - Message: Các vấn đề liên quan đến “thông điệp dữ liệu”. Thông điệp chính là tất cả các loại thông tin được truyền tải qua mạng trong thương mại điện tử. Ví dụ như hợp đồng điện tử, các chào hàng, hỏi hàng qua mạng, các chứng từ thanh toán điện tử ... đều được coi là thông điệp, chính xác hơn là “thông điệp dữ liệu”.

- B - Basic Rules: Các quy tắc cơ bản điều chỉnh chung về thương mại điện tử: chính là các luật điều chỉnh các lĩnh vực liên quan đến thương mại điện tử trong một nước hoặc khu vực và quốc tế như các quy định về thương mại của WTO, quy định về sở hữu trí tuệ của Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới WIPO.

- S - Sectorial Rules/ Specific Rules: Các quy tắc riêng, điều chỉnh từng lĩnh vực chuyên sâu của Thương mại điện tử như: chứng thực điện tử, chữ ký điện tử, Ngân hàng điện tử (thanh toán điện tử).

- A - Applications: Được hiểu là các ứng dụng thương mại điện tử, hay các mô hình kinh doanh thương mại điện tử cần được điều chỉnh, cũng như đầu tư, khuyến khích để phát triển, trên cơ sở đã giải quyết được 4 vấn đề trên.

UNCITRAL (UN Conference for International Trade Law)

Luật mẫu về Thương mại điện tử (UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce, 1996): Thương mại điện tử là việc trao đổi thông tin thương mại thông qua các phương tiện điện tử, không cần phải in ra giấy bất cứ công đoạn nào của toàn bộ quá trình giao dịch.

Vấn đề “thông tin” và “thương mại” trong luật mẫu về thương mại điện tử của UNCITRAL được hiểu như sau:

- “Thông tin” được hiểu là bất cứ thứ gì có thể truyền tải bằng kỹ thuật điện tử, bao gồm cả thư từ, các file văn bản, các cơ sở dữ liệu, các bản tính, các bản thiết kế, hình đồ hoạ, quảng cáo, hỏi hàng, đơn hàng, hoá đơn, bảng giá, hợp đồng, hình ảnh động, âm thanh...

- “Thương mại” được hiểu theo nghĩa rộng, bao quát mọi vấn đề nảy sinh từ mọi mối quan hệ mang tính thương mại, dù có hay không có hợp đồng. Các mối quan hệ mang tính thương mại bao gồm, nhưng không giới hạn ở các giao dịch sau đây: bất cứ giao dịch nào về cung cấp hoặc trao đổi hàng hoá hoặc dịch vụ; đại diện hoặc đại lý thương mại; uỷ thác hoa hồng; cho thuê dài hạn; xây dựng các công trình; tư vấn; kỹ thuật công trình; đầu tư cấp vốn; ngân hàng; bảo hiểm; liên doanh và các hình thức khác về hợp tác; chuyên chở hàng hoá hay hành khách bằng đường biển, đường không, đường sắt hoặc đường bộ.

Tóm lại, TMĐT chỉ xảy ra trong môi trường kinh doanh mạng Internet và các phương tiện điện tử giữa các nhóm (cá nhân) với nhau thông qua các công cụ, kỹ thuật và công nghệ điện tử. Ngoài ra, theo nghiên cứu của các nhà khoa học thuộc Đại học Texas (Mỹ), các học giả cho rằng TMĐT và kinh doanh điện tử đều bị bao hàm bởi nền kinh tế Internet.

1.1.2 Khái niệm giao dịch

Điều 121 Bộ luật dân sự 2015 (BLDS) xác định: Giao dịch dân sự là hợp đồng hoặc hành vi pháp lý đơn phương làm phát sinh, thay đổi hoặc chấm dứt quyền, nghĩa vụ dân sự.

Từ quy định này ta thấy giao dịch dân sự được xác định là kết quả của việc làm phát sinh, thay đổi hoặc chấm dứt quyền, nghĩa vụ dân sự của chủ thể trong quan hệ pháp luật dân sự. Giao dịch dân sự là một sự kiện pháp lý (hành vi pháp lý đơn phương

hoặc đa phương – một bên hoặc nhiều bên) làm phát sinh hậu quả pháp lý. Tùy từng giao dịch cụ thể mà làm phát sinh, thay đổi, chấm dứt quan hệ pháp luật dân sự. Giao dịch là hành vi có ý thức của chủ thể nhằm đạt được mục đích nhất định, cho nên giao dịch dân sự là hành vi mang tính ý chí của chủ thể tham gia giao dịch, với những mục đích và động cơ nhất định.

Trong giao dịch dân sự ý chí và sự thể hiện ý chí của chủ thể tham gia giao dịch là vô cùng quan trọng.

Ý chí là nguyện vọng, mong muốn chủ quan bên trong của con người mà nội dung của nó được xác định bởi các nhu cầu về sản xuất, tiêu dùng của bản thân họ. Ý chí phải được thể hiện ra bên ngoài dưới một hình thức nhất định để các chủ thể khác có thể biết được ý chí của chủ thể muốn tham gia đã tham gia vào một giao dịch dân sự cụ thể.

Bởi vậy, giao dịch dân sự phải là sự thống nhất giữa ý chí và bày tỏ ý chí. Thiếu sự thống nhất này, giao dịch dân sự có thể bị tuyên bố là vô hiệu hoặc sẽ vô hiệu. Điều này không chỉ đúng với cá nhân mà đúng với cả pháp nhân, hộ gia đình, tổ hợp tác. Bởi khi xác lập giao dịch dân sự các chủ thể này đều thông qua người đại diện. Người đại diện thể hiện ý chí của pháp nhân, hộ gia đình, tổ hợp tác trong phạm vi thẩm quyền đại diện.

1.1.3 Khái niệm giao dịch thương mại điện tử

Giao dịch trong TMĐT là một hệ thống bao gồm không chỉ các giao dịch liên quan đến mua bán hàng hóa và dịch vụ, tạo thu nhập, mà còn là các giao dịch có khả năng trợ giúp quá trình tạo ra thu nhập: kích thích nhu cầu đối với hàng hóa và dịch vụ, cung ứng dịch vụ trợ giúp bán hàng, trợ giúp người tiêu dùng, hoặc trợ giúp trao đổi thông tin giữa các doanh nghiệp.

Do hoạt động với thông tin số hóa trong các mạng điện tử, TMĐT đem lại nhiều cơ hội mới cho việc tiến hành các hoạt động thương mại. Nó làm cho các nhóm khác nhau hợp tác với nhau được dễ dàng hơn. Các nhóm này có thể là các phòng, ban chia sẻ thông tin trong nội bộ công ty nhằm lập kế hoạch một chiến dịch marketing, các công ty phối hợp cùng nhau thiết kế và chế tạo sản phẩm hoặc dịch vụ mới, hoặc doanh nghiệp chia sẻ thông tin với khách hàng của họ nhằm cải thiện quan hệ khách hàng.

Việc tiến hành các hoạt động thương mại trên các mạng điện tử cũng loại bỏ một số giới hạn vật lý nhất định. Các hệ thống máy tính trên Internet có thể được lắp đặt để cung cấp trợ giúp khách hàng 24/7. Các đơn đặt hàng đối với hàng hóa và dịch vụ của doanh nghiệp cũng có thể được tiếp nhận bất kì khi nào, ở đâu.

TMDT tạo nên các hình thức kinh doanh, các cách thức tiến hành kinh doanh mới. Thí dụ, amazon.com, một công ty bán sách có trụ sở ở Seattle, Washington, không có các cửa hàng thực, tiến hành bán sách của mình qua Internet và phối hợp việc phân phối sách trực tiếp với các nhà xuất bản. Các công ty như Kantara Software.net còn đi một bước xa hơn. Tất cả sản phẩm của họ (các gói phần mềm thương mại) là điện tử, và có thể được bảo quản trong các máy tính mà họ sử dụng để xử lý đơn đặt hàng và phục vụ Web. Tồn kho của họ hoàn toàn là các sản phẩm số hóa.

1.2. Sự hình thành và phát triển TMDT

1.2.1. Trên Thế Giới

Thương mại điện tử tiếp tục phát triển mạnh mẽ trên khắp toàn cầu, đặc biệt là tại các nước đang phát triển nơi bắt nguồn của thương mại điện tử. Các nước phát triển chiếm hơn 90% tổng giá trị giao dịch thương mại điện tử toàn cầu, trong đó riêng phần của Bắc Mỹ và Châu Âu đã lên tới trên 80%. Tốc độ phát triển thương mại điện tử nhanh nhất ở khu vực Bắc Mỹ, tiếp đến là tại khu vực Châu Á– Thái Bình Dương và Tây Âu. Tại Châu Á có hai nước Singapore và Trung Quốc là có tốc độ phát triển thương mại điện tử nhanh chóng và theo kịp với các nước Bắc Mỹ. Những nước còn lại ở Châu Á, thương mại điện tử có phát triển tuy nhiên còn rất là chậm.

Mỹ là nước có trình độ thương mại điện tử phát triển nhất trên thế giới. Hiện này hoạt động thương mại điện tử của Mỹ chiếm khoảng trên 70% tỷ lệ thương mại điện tử của toàn cầu. Doanh số bán lẻ của nước này từ hoạt động bán hàng trực tuyến tăng đều hàng năm và năm sau cao hơn năm trước. B2C là mô hình thương mại điện tử lâu đời và phát triển nhanh nhất. Tuy nhiên trong những năm trở lại đây thì mô hình thương mại điện tử B2B lại phát triển nhanh hơn.

Thương mại điện tử tại các nước Châu Mỹ La tinh phát triển rất nhanh trong những năm vừa qua. Venezuela là nước có tốc độ phát triển thương mại điện tử nhanh nhất trong khu vực, tăng 224% trong vòng hai năm từ 2005 – 2007. Sau Venezuela là

các nước Chile, Mexico, Brazil có tốc độ phát triển thương mại điện tử tương ứng là 183%, 143%, 116%. Hình thức thanh toán trực tuyến phổ biến nhất của nước này đó là thẻ tín dụng. Thương mại điện tử B2B chiếm 80% giá trị giao dịch thương mại điện tử tại Mỹ La tinh. Brazil là nước có tốc độ phát triển nhanh nhất trong khu vực, tiếp theo đó là Mexico, Argentina. Hiện nay, 88% các website thương mại điện tử B2B trong khu vực là của Brazil.

1.2.2. Ở Việt Nam

Việt Nam được đánh giá là một trong những thị trường thương mại điện tử (TMĐT) phát triển nhanh nhất khu vực Đông Nam Á, chỉ xếp sau Indonesia. Việt Nam cũng là một trong hai nước (cùng Indonesia) có tăng trưởng mạnh về lượng truy cập website TMĐT trong khu vực. Với mức tăng trưởng cao và liên tục từ năm 2015 trở lại đây, dự báo năm 2020, quy mô thị trường TMĐT của Việt Nam có thể lên tới 13 tỷ USD. Điều này hoàn toàn có cơ sở khi có đến 68 triệu người dùng internet trên tổng số 97 triệu người Việt Nam, là động cơ thúc đẩy mạnh mẽ TMĐT phát triển mạnh mẽ.

Cùng với xu thế phát triển công nghệ trên thế giới, TMĐT ở Việt Nam cũng đang từng bước hình thành và tăng trưởng mạnh mẽ. Thời gian qua, Nhà nước đã có nhiều chính sách hỗ trợ lĩnh vực còn tương đối mới mẻ này, tuy nhiên, quá trình phát triển TMĐT ở Việt Nam trong thời kỳ Cách mạng công nghiệp lần thứ 4 vẫn còn nhiều vấn đề cần phải bàn thảo.

Năm 2019, thị trường TMĐT Việt Nam chia tay những “ông lớn” như: Adayroi hay Lotte.vn, nhưng không vì thế mà sức hút ở lĩnh vực này kém đi. Theo báo cáo eConomy SEA 2019 do Google và Temasek công bố, quy mô thị trường TMĐT Việt Nam đầu năm 2020 đạt 5 tỷ USD, tốc độ tăng trưởng lên tới 81%. Đáng chú ý, Sách trắng TMĐT Việt Nam năm 2019 được Cục TMĐT và kinh tế số (Bộ Công Thương) phát hành cho thấy, tăng trưởng của thị trường TMĐT Việt Nam đang ở mức cao nhất trong 3 năm trở lại đây.

Đặc biệt, vai trò của TMĐT cũng trở nên quan trọng hơn khi tỷ trọng doanh thu từ TMĐT trên tổng mức bán lẻ hàng hóa cả nước năm 2019 đạt 4,2%, tăng 0,6% so với năm 2018. Số lượng người tham gia mua sắm trực tuyến trên các nền tảng TMĐT 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 gần gấp đôi chỉ sau 3 năm. Giá trị mua sắm trực tuyến bình quân đầu người đạt 202 USD, tăng 8,6%. Trong số 10 sàn TMĐT có tổng số lượt truy cập website cao nhất tại thị trường Đông Nam Á 6 tháng đầu năm 2019, có tới 5 là của các doanh nghiệp (DN) Việt Nam – gồm Tiki, Sendo, thegioididong, Điện Máy Xanh và FPT Shop.

Theo các chuyên gia, thị trường TMĐT Việt Nam đang diễn ra theo hai xu hướng. Một là, cuộc chơi dành cho các ông lớn TMĐT với những khoản đầu tư khổng lồ nhằm tranh giành thị phần; Hai là, sự xuất hiện ngày càng nhiều các ý tưởng khởi nghiệp với công nghệ đột phá cung cấp dịch vụ cho những DN đầu ngành. Theo Bảng xếp hạng các DN TMĐT hàng đầu tại Việt Nam do iPrice insights cập nhật vào ngày 03/3/2020 cho thấy, Shopee Việt Nam tiếp tục dẫn đầu trong cả năm 2019 về lượng truy cập website (đạt trung bình 38 triệu lượt/tháng). Theo sau lần lượt là Thegioididong với 28 triệu lượt/tháng, Sendo với 27,2 triệu lượt/tháng, Lazada với 27 triệu lượt/tháng và Tiki với 24,5 triệu lượt/tháng.

1.3. Những yếu tố tác động đến sự phát triển của giao dịch TMĐT

1.3.1. Nhân tố xã hội

Các hành vi được xã hội chấp nhận và chấp nhận xung quanh việc sử dụng internet. Những chuẩn mực được chấp nhận chung này được gọi là tiêu chuẩn đạo đức.: Ví dụ: không được xúc phạm các tổ chức, cá nhân, không được phép sử dụng internet và các mục đích gian lận,...

Các quốc gia đang phát triển các đạo luật liên quan đến đạo đức ủng hộ việc sử dụng internet đúng cách. Bất kỳ tổ chức nào cũng nên biết về các luật này và phát triển các chương trình tiếp thị của họ sau khi cân nhắc chúng thấu đáo

Trong số những người dùng internet, mối quan tâm lớn nhất đi kèm với yếu tố riêng tư. Quyền riêng tư được mô tả như một quyền đạo đức mỗi cá nhân, được hưởng

từ sự xâm nhập vào các vấn đề cá nhân của họ. Người dùng internet có danh tính trực tuyến thông qua đó họ thực hiện giao dịch tài chính và cá nhân. Người tiêu dùng rất quan tâm đến việc bảo vệ danh tính trực tuyến này.

Thương mại điện tử hiệu quả đòi hỏi một tổ chức để bảo vệ thông tin liên lạc, hồ sơ người tiêu dùng và thông tin hành vi tiêu dùng, v.v. Các tổ chức không nên chia sẻ hoặc sử dụng thông tin cá nhân mà không có sự đồng ý trước của người tiêu dùng.

Nửa còn lại của vấn đề pháp lý và đạo đức liên quan đến chính tổ chức và sự bảo vệ của chính nó chống lại hack hoặc gián điệp công nghiệp.

1.3.2. Nhân tố kỹ thuật, công nghệ

Các công nghệ kỹ thuật số hiện đại đang phát triển một cách đột phá. Nó buộc các tổ chức phải xem xét lại các chiến lược của mình một cách thường xuyên hơn. Sự ra đời của internet đã chứng kiến sự gia tăng của các nhà bán lẻ trực tuyến, gây ảnh hưởng mạnh mẽ tới vai trò chức năng của các cửa hàng truyền thống

Thách thức lớn nhất đối với tổ chức kinh doanh ngày nay là tiếp cận môi trường công nghệ hiện tại và tìm ra giải pháp nào là tốt nhất để chống lại đối thủ cạnh tranh.

Ngoài truy cập internet cố định tại nhà, công nghệ mới hơn là kết nối bằng di động. Những kết nối di động này thông qua điện thoại, thiết bị hỗ trợ internet, TiVi kỹ thuật số và radio kỹ thuật số. Với sự sẵn có của rất nhiều thiết bị kỹ thuật số, sự hội tụ công nghệ đang phát triển nhanh.

Trong thời đại công nghệ, quyền riêng tư, bảo mật cũng là mối quan tâm lớn đối với tổ chức cũng như người dùng internet. Nỗi sợ bảo mật ngăn cản việc áp dụng ở quy mô lớn đối với các mô hình thương mại điện tử. Bất kỳ hệ thống bảo mật nào cũng cần đảm bảo và xác minh những điều sau:

Xác thực danh tính của người dùng

- Quyền riêng tư và bảo mật của thương mại điện tử của các bên
- Khả năng hoàn thành giao dịch
- Khả năng kết nối liên tục, không bị gián đoạn

1.3.3. Nhân tố kinh tế

Sự phát triển kinh tế chung của đất nước sẽ quyết định tần suất của các hoạt động thương mại điện tử. Các tổ chức doanh nghiệp sẽ nhắm mục tiêu nền kinh tế phát triển để giao dịch

dựa trên internet nhiều hơn so với một quốc gia đang phát triển. Toàn cầu hóa đã khuyến khích sự phát triển của một thị trường quốc tế duy nhất cho các giao dịch thương mại. Nó đã làm giảm sự khác biệt xã hội và văn hóa giữa các quốc gia. Điều này đã thúc đẩy văn hóa tiêu chuẩn hóa giá cả và giảm thiểu các trung gian.

Sự khác biệt về ngôn ngữ và văn hóa đặt ra một vấn đề đặc biệt đối với các công ty nhỏ hơn vì họ không có đủ nguồn tài chính để phát triển một thương mại điện tử cụ thể trong khu vực.

1.3.4. Nhân tố chính trị

Môi trường chính trị và luật pháp trong khu vực hoặc quốc gia được xác định thông qua chính phủ, dư luận xã hội và các nhóm vận động người tiêu dùng.

Chính phủ cần đưa ra một biện pháp kiểm soát để giám sát sự phát triển internet. Nhưng khi internet thúc đẩy sự hợp tác toàn cầu, các cơ quan chính phủ trên khắp các quốc gia cần hợp tác để đảm bảo an toàn cho các giao dịch thương mại điện tử. Các quốc gia đang kiểm tra cấu trúc thuế hiện tại để đảm bảo rằng các hoạt động thương mại điện tử không làm giảm thu thuế của chính quyền địa phương và các cơ quan.

1.4. Sự khác biệt giữa giao dịch TMDT và giao dịch thương mại truyền thống

Giao dịch thương mại truyền thống và giao dịch TMDT có nhiều điểm khác biệt cơ bản. Để hiểu rõ sự khác biệt này, xem xét chu trình mua bán một sản phẩm cụ thể:

STT	Các bước trong chu trình bán hàng	Thương mại truyền thống	Thương mại điện tử
1	Tìm kiếm thông tin sản phẩm	Tạp chí, tờ rơi, catalog	Trang Web
2	Yêu cầu mua sản phẩm, chuyển yêu cầu đã chấp nhận	Dạng ấn phẩm	Thư tín điện tử
3	Kiểm tra catalog, giá cả	Catalog	Catalog trực tuyến
4	Kiểm tra tồn kho và khẳng định giá cả	Fax, điện thoại	Catalog trực tuyến
5	Lập đơn đặt hàng (người mua)	Dạng ấn phẩm	Email, Web
6	Theo dõi đơn đặt hàng	Dạng ấn phẩm	Cơ sở dữ liệu trực tuyến

7	Kiểm tra tồn kho	Ấn phẩm, Fax, điện thoại	CSDL trực tuyến, Web
8	Lịch trình phân phối	Dạng ấn phẩm	Email, catalog trực tuyến
9	Lập hóa đơn	Dạng ấn phẩm	CSDL trực tuyến
10	Phân phối sản phẩm	Nhà vận chuyển	Nhà vc, mạng internet
11	Xác nhận biên lai	Dạng ấn phẩm	Thư tín điện tử
12	Gửi hóa đơn (người cung ứng)	Thư tín truyền thông	Thư tín điện tử
13	Nhận hóa đơn (người mua)	Thư tín truyền thông	EDI
14	Lịch trình thanh toán	Dạng ấn phẩm	EDI, CSDL online
15	Gửi thanh toán (người mua)	Thư tín truyền thông	EDI
16	Nhận thanh toán (người cung ứng)	Thư tín truyền thông	EDI

Bảng 1: So sánh giao dịch TMĐT và giao dịch TM truyền thống

Qua bảng so sánh trên, có thể thấy rất nhiều bước thực hiện giống nhau, tuy nhiên cách thức mà thông tin được nhận và chuyển tải lại khác nhau.

Về mặt công nghệ, giao dịch trên cơ sở giấy tờ truyền thống và giao dịch dựa trên cơ sở máy vi tính khác nhau về nguyên tắc, thao tác thực hiện và những quy định về luật pháp. Từ đó nảy sinh các vấn đề mới trong giao dịch TMĐT.

Nếu việc tạo ra, gửi và nhận một tài liệu trên giấy phức tạp, mất nhiều thời gian và chi phí, thì việc tạo, gửi và nhận các tài liệu trên cơ sở dữ liệu trong máy vi tính rất thuận tiện, nhanh chóng và ít tốn kém (nhanh hơn 720 lần và rẻ hơn 355 lần). Tuy vậy, một tài liệu trên giấy khi được ký (bản gốc), đã mang tính duy nhất, và không thể sao chép. Một tài liệu trên máy vi tính không có các tính chất này, nó có thể dễ dàng tạo ra các bản sao giống hệt và không thể phân biệt các bản sao này với bản gốc được.

Những khác nhau này dẫn đến yêu cầu khác nhau về phương pháp, về thủ tục (cách thức) thực hiện và các chức năng về luật pháp khác nhau với giao dịch truyền thống (trên giấy) và giao dịch TMĐT (trên cơ sở dữ liệu trong máy tính).

1.5. Sàn giao dịch thương mại điện tử

1.5.1 Khái niệm và vai trò sàn giao dịch thương mại điện tử

Sàn giao dịch Thương mại điện tử là một thị trường trực tuyến, một địa điểm họp chợ được thực hiện trên mạng internet mà ở đó những người tham gia có thể tìm kiếm thông tin về thị trường và sản phẩm, thiết lập các quan hệ cũng như tiến hành đàm phán tiền giao dịch... Sàn giao dịch Thương mại điện tử còn thực hiện các giao dịch điện tử hàng hóa và dịch vụ, chuyển giao thông tin trực tuyến, chuyển tiền điện tử, đấu giá điện tử, đấu thầu điện tử và hợp tác thiết kế, mua bán hàng hóa công cộng, tiếp thị trực tuyến đến khách hàng và thực hiện các giao dịch sau bán hàng...

Như vậy sàn giao dịch thương mại điện tử thực chất là các website mua bán hàng hóa và dịch vụ. Nó được xây dựng không nhằm giới thiệu, quảng bá hay bán hàng của một công ty riêng lẻ, cũng không để bổ sung cho hệ thống phân phối sẵn có của công ty thương mại dịch vụ nào đó đó mà tạo ra một khoảng không gian chung nhằm kết nối nhiều người mua và người bán lại với nhau mà không bị giới hạn bởi không gian và thời gian đơn vị quản lý website không trực tiếp tham gia vào giao dịch không chịu trách nhiệm về việc phân phối sản phẩm và quảng bá sản phẩm trên website họ chỉ chịu trách nhiệm duy trì môi trường kỷ luật cho người mua và người bán đồng thời điều phối các hoạt động diễn ra trong môi trường đó đó Chính vì vậy khi tham gia vào các sàn giao dịch Thương mại điện tử các nhà cung cấp hàng hóa dịch vụ sẽ nắm quyền chủ động tương đối cao với những thông tin sản phẩm của mình và có thể tự do tương tác với khách hàng là doanh nghiệp hoặc cá nhân cùng tham gia ra sàn giao dịch với chi phí thấp hơn rất nhiều so với phương thức truyền thống.

Sàn giao dịch Thương mại điện tử có vai trò to lớn trong thương mại hàng hóa và dịch vụ nói riêng và trong hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp nói chung cho yêu cầu tiếp cận và xử lý thông tin trực tiếp nhanh chóng giữa doanh nghiệp với nhà cung cấp và sự doanh nghiệp với khách hàng trong quá trình mua bán và kinh doanh dịch vụ lên các phương thức giao dịch khác nhau đã được ứng dụng sàn giao dịch Thương mại điện tử trở thành một công cụ rất mạnh để bán và quảng cáo hàng hóa hóa đồng thời cho phép các doanh nghiệp Tiết kiệm được nhiều chi phí cắt giảm yêu cầu đối với các cửa hàng kho hàng vật lý ý đơn giản hóa quá trình so sánh và lựa chọn sản phẩm

tạo ra các cơ hội để doanh nghiệp Lựa Chọn đầu vào tốt hơn quản lý việc ắc cùng tiêu hàng hóa tốt hơn thay đổi mẫu mã sản phẩm và đưa ra thị trường nhanh hơn.

1.5.2. Đặc trưng sàn giao dịch TMDT

Sàn giao dịch Thương mại điện tử vẫn tuân theo nguyên lý và phương thức hoạt động của sàn giao dịch truyền thống nhưng do sử dụng những lợi thế của Công nghệ thông tin và kỹ thuật điện tử nên ngoài những đặc trưng chung của sàn giao dịch hàng hóa còn một số điểm khác biệt cơ bản:

- Sàn giao dịch Thương mại điện tử là một tổ chức kinh doanh dịch vụ đóng vai trò là người mẫu giới tất cả các giao dịch thực hiện qua sàn giao dịch Thương mại điện tử đều có sự tham gia của người bán người mua và nhân viên môi giới do đó sàn giao dịch được thiết lập, xây dựng và vận hành bởi một bộ máy điều hành gồm một số bộ phận quy mô của bộ phận điều hành sàn giao dịch lớn hay nhỏ phụ thuộc vào số lượng thành viên cũng như số lượng các giao dịch mua bán hàng hóa dịch vụ được thực hiện thông qua sàn giao dịch

- Các phương thức giao dịch tại sàn giao dịch Thương mại điện tử rất phong phú bao gồm những phương thức mua bán thực và giao dịch chống điều này có nghĩa là tại sàn giao dịch điện tử người tham gia của có thể tiến hành thực hiện các nghiệp vụ như giao dịch ngay giao dịch kỳ hạn giao dịch tương lai giao dịch quyền chọn tổ thầu Đấu Giá

- Sàn giao dịch điện tử thiết lập các quy tắc cho các thành viên của mình và có thể áp dụng các hình thức thưởng phạt đối với những thành viên vi phạm thành viên của sàn giao dịch có thể là các cá nhân hay các tổ chức kinh doanh có bất kỳ nước nào trên thế giới miễn là đáp ứng được các điều kiện và quy định mà sàn giao dịch yêu cầu

- Số lượng người mua, người bán, nhà cung cấp tham gia rất lớn

- Những người tham gia vừa có thể là người mua vừa có thể là người bán hoặc cả hai là có quyền tự do khai thác các cơ hội mua bán hàng hóa dịch vụ trên sàn giao dịch

- Thể hiện quan hệ cung cầu hàng hóa của thị trường xóa hình thành trên sàn giao dịch là giá chung cho sản phẩm trên thị trường.

Ngoài các đặc trưng trên sàn giao dịch Thương mại điện tử còn một số đặc trưng riêng:

- Tất cả các quy trình giao dịch mua bán hàng hóa dịch vụ đàm phán thương lượng thanh toán đều được thực hiện trực tuyến trên mạng internet
- Giao dịch tại sàn giao dịch vào bất cứ lúc nào bất cứ nơi nào trên thế giới
- Chúng loại hàng hóa dịch vụ mua bán rất đa dạng và phong phú bao gồm cả hàng hóa hữu hình lẫn hàng hóa vô hình
- Ngoài các nghiệp vụ giống như sàn giao dịch hàng hóa thông thường như giao dịch ngay sau khi kỳ hạn giao dịch tương lai giao dịch quyền chọn Đấu thầu Đấu giá sàn giao dịch Thương mại điện tử cần thực hiện chức năng cung cấp thông tin và kết nối khách hàng thông tin được cung cấp sàn giao dịch điện tử rất phong phú và hữu ích Nó không chỉ là thông tin về thị trường sản phẩm và doanh nghiệp tham gia mua bán mà sàn giao dịch Thương mại điện tử còn cung cấp thông tin về hệ thống pháp luật các chính sách và tập quán thương mại của nhiều nước trong khu vực và trên thế giới
- Các thành viên tham gia sàn giao dịch được quyền khai thác thông tin thị trường, sản phẩm, chính sách và pháp luật của các nước trong khu vực và trên thế giới cũng như là sử dụng các công cụ hỗ trợ để xây dựng gian hàng trực tuyến.

1.5.3. Phân loại sàn giao dịch TMĐT

Cách thức mà thông tin được nhận và chuyển tải lại khác nhau:

Về mặt công nghệ, giao dịch trên cơ sở giấy tờ truyền thống và giao dịch dựa trên cơ sở máy vi tính khác nhau về nguyên tắc thao tác thực hiện và những quy định về luật pháp. Từ đó nảy sinh các vấn đề mới trong giao dịch TMĐT.

Nếu việc tạo ra, gửi và nhận một tài liệu trên giấy phức tạp, mất nhiều thời gian và chi phí, thì việc tạo, gửi và nhận các tài liệu trên cơ sở dữ liệu trong máy vi tính rất thuận tiện, nhanh chóng và ít tốn kém (nhanh hơn 720 lần và rẻ hơn 355 lần). Tuy vậy, một tài liệu trên giấy khi được ký (bản gốc), đã mang tính duy nhất, và không thể sao chép. Một tài liệu trên máy vi tính không có các tính chất này, nó có thể dễ dàng tạo ra các bản sao giống hệt và không thể phân biệt các bản sao này với bản gốc được.

Những khác nhau này dẫn đến yêu cầu khác nhau về phương pháp, về thủ tục (cách thức) thực hiện và các chức năng về luật pháp khác nhau với giao dịch truyền thống (trên giấy) và giao dịch TMĐT (trên cơ sở dữ liệu trong máy tính).

1.5.4. Các phương thức giao dịch trên sàn giao dịch TMĐT

Các phương thức giao dịch tại sàn giao dịch thương mại điện tử rất phong phú, bao gồm những phương thức mua bán thực và giao dịch khống. Điều này có nghĩa là tại sàn giao dịch điện tử, Người tham gia cũng có thể tiến hành thực hiện các nghiệp vụ như: Giao dịch ngay, giao dịch kỳ hạn, giao dịch tương lai, giao dịch quyền chọn, đấu thầu, đấu giá...v.v.

- Theo chủ thể tham gia sàn giao dịch:

- Sàn giao dịch chung (public emarketplace): Đây là sàn giao dịch do các tập đoàn ngành nghề lớn hay những nhà đầu tư độc lập sở hữu và nó được mở cho tất cả các doanh nghiệp. Hầu như mọi doanh nghiệp, mọi cá nhân đều có thể trở thành thành viên và thực hiện các giao dịch thương mại trên các sàn giao dịch này.

- Sàn giao dịch riêng (private emarketplace): Đây là sàn giao dịch bị hạn chế về số lượng thành viên tham gia. Người sở hữu sàn giao dịch có quyền quyết định các điều kiện, tiêu chuẩn mà theo đó nó sẽ được thực hiện làm căn cứ để lựa chọn thành viên tham gia.

- Theo Đối tượng ngành hàng kinh doanh trên sàn giao dịch:

- sàn giao dịch thương mại điện tử chuyên môn hoá: Đây là hình thức được các doanh nghiệp là nhà sản xuất, nhà phân phối hoặc người mua, người bán một hoặc một số loại hàng hóa hoặc dịch vụ cụ thể của một ngành hàng nhất định nào đó áp dụng. Loại hình sàn giao dịch này tập trung kinh doanh các sản phẩm của một ngành cụ thể, chẳng hạn như sắt thép, thiết bị điện tử hoặc các sản phẩm hóa chất, v.v. Và chủ yếu phục vụ cho số lượng người mua, người bán nhất định thông qua kết nối, đưa họ đến với nhau. Ngoài ra sàn giao dịch chuyên môn hóa còn cung cấp các thông tin liên quan đến ngành hàng kinh doanh cũng như các dịch vụ có giá trị khác chẳng hạn như cơ hội việc làm diễn đàn doanh nghiệp và thậm chí là các chương trình nghị sự diễn ra trong ngành.

- Sàn giao dịch thương mại điện tử tổng hợp: là các sàn giao dịch thương mại điện tử kinh doanh với số lượng lớn các hàng hóa và dịch vụ từ nhiều ngân hàng khác nhau.

1.5.5. Lợi ích kinh doanh thông qua sàn giao dịch TMĐT

Kinh doanh thông qua sàn giao dịch là không thích mang lại nhiều lợi ích cho cả doanh nghiệp và khách hàng.

a, Đối với doanh nghiệp

Sàn giao dịch điện tử tạo ra một sân chơi bình đẳng cho tất cả các doanh nghiệp. Các công ty đủ lớn hay nhỏ đều có thể truy cập như nhau đến các khách hàng và đều có thể tạo ra sự hiện diện internet như nhau. Lợi ích của sàn giao dịch đối với doanh nghiệp là:

- Tăng nhanh thu:

- Mở rộng hệ thống khách hàng và tăng khả năng tiếp cận với thị trường thế giới. Người bán chỉ cần tham gia vào sàn giao dịch điện tử thì ngay lập tức trở thành người chơi mang tính quốc tế và đồng thời được quyền tiếp cận với một số lượng khách hàng tiềm năng trên toàn thế giới mà không bị hạn chế về mặt địa lý cũng như thời gian. Do đó các công ty kinh doanh thông qua sàn giao dịch điện tử làm tăng hiệu quả tìm kiếm và tác động tới người tiêu dùng trong việc giao dịch Đàm phán với đối tác thương mại và trong phát triển sản phẩm mới v.v...

- Tăng doanh số từ những khách hàng hiện tại các khách hàng hiện tại sẽ có điều kiện để tiếp cận dễ dàng hơn, nhanh chóng hơn với các thông tin về sản phẩm của doanh nghiệp. Nhanh chóng buôn bán hàng hóa dịch vụ hoặc yêu cầu sự trợ giúp. Theo dõi tiến độ xử lý đơn hàng của mình nếu cần từ đó trong phản hồi yêu cầu, ý kiến của mình cũng như nhanh chóng nhận được những dịch vụ hỗ trợ khách hàng tốt hơn, có chất lượng cao hơn.

- Tăng doanh số bán từ những dịch vụ tạo ra giá trị khác: Khi sàn giao dịch được sử dụng như một kênh bán hàng mới của doanh nghiệp thì cái gì cũng có sẵn có thể được sử dụng để tạo ra các dịch vụ khác có giá trị cho khách hàng với mong muốn tâm sự thỏa mãn của khách hàng và mang lại lợi nhuận cho doanh nghiệp.

- Tiết kiệm chi phí:

- Tiết kiệm chi phí sản xuất kinh doanh, việc ứng dụng những công nghệ mới cho phép doanh nghiệp thực hiện tất cả các công đoạn của quá trình sản xuất kinh doanh trực tiếp qua mạng internet bao gồm quản lý kinh phân phối, xử lý đơn hàng, giao hàng cho đến thanh toán... Điều này sẽ cho phép các doanh nghiệp có thể cắt giảm một cách đáng kể các chi phí sản xuất, chi phí văn phòng, hành chính. Chẳng hạn, khi doanh nghiệp có thể cách giảm 5 % chi phí bảo hành, bảo trì thông qua việc

ứng dụng các giải pháp kinh doanh điện tử, Hay doanh nghiệp có thể giảm 20%-40% chi phí cho việc phân phối sản phẩm và đặc biệt bằng việc tự động hóa trong việc xử lý các đơn Đặt hàng mà chi phí xử lý đặt hàng có thể giảm xuống từ 70 USD xuống còn 6 USD... Điều quan trọng hơn, với góc độ chiến lược. Đó là các nhân viên có năng lực được giải phóng nhiều công đoạn sự vụ để tập trung vào nghiên cứu phát triển, từ đó tập trung vào nghiên cứu phát triển mang lại lợi ích lâu dài hơn.

- Tiết kiệm chi phí bán hàng: thông qua các phương internet/ web một nhân viên bán hàng có thể giao dịch được với khách hàng khác nhau cùng một thời điểm, các catalogue điện tử trên trang web phong phú hơn và được cập nhật thường xuyên hơn so với catalogue in ấn thông thường. Do vậy doanh nghiệp có thể dễ dàng thực hiện được 25-30 % chi phí bán hàng.

- Tiết kiệm chi phí giao dịch: trong kinh doanh truyền thống để xác định được thị trường mục tiêu doanh nghiệp cần phải tiến hành điều tra, Thăm dò hàng tháng và tiêu tốn hàng nghìn USD cho chi phí quảng cáo. Thông qua công nghệ internet/web, doanh nghiệp nhanh chóng xác định và định vị thị trường với chi phí thấp nhất nhưng đem lại hiệu quả cao nhất. Theo tính toán, thời gian giao dịch qua internet chỉ bằng 7 % thời gian giao dịch qua fax và bằng 0,5 phần nghìn thời gian giao dịch qua bưu điện chuyển phát nhanh, còn chi phí thanh toán qua internet chỉ bằng 10 % đến 20 % chi phí thanh toán theo cách truyền thống.

Việc tiết kiệm thời gian và chi phí nhanh chóng làm cho thông tin về hàng hóa tiếp cận với người tiêu dùng. Do đó doanh nghiệp cần sớm nắm bắt nhu cầu của thị trường, cắt giảm số lượng và thời gian cũng như kịp thời thay đổi phương án sản xuất, bám sát với nhu cầu thị trường, rút ngắn chu kỳ sản xuất.

- Thông tin phong phú:

Thông qua sàn giao dịch điện tử, các doanh nghiệp hay cá nhân tham gia có thể nhanh chóng nắm bắt được thị hiếu, nhu cầu của thị trường, tạo dựng cùng cố các mối quan hệ bạn hàng. Từ đó giúp doanh nghiệp chủ động hơn trong việc tìm kiếm nguồn hàng và tiến hành giao dịch cũng như tăng thuận lợi cho việc xây dựng chiến lược sản xuất và kinh doanh phù hợp với xu thế phát triển của thị trường trong nước, khu vực và quốc tế. Mặt khác, các doanh nghiệp còn có thể sử dụng internet để tìm kiếm thông tin,

chia sẻ thông tin, lên kế hoạch như: bán hàng, sản xuất v.v... Và mua bán trực tuyến các công đoạn sản xuất kinh doanh của mình trên cơ sở tự động hóa các hoạt động.

- Tạo điều kiện thuận lợi về không gian và thời gian trong việc thiết lập và củng cố các mối quan hệ kinh doanh: việc tham gia vào các sàn giao dịch thương mại điện tử tạo điều kiện thuận lợi trong việc thiết lập và củng cố các mối quan hệ bạn hàng, đối tác. Thay vì phải gặp nhau trực tiếp, các đối tác có thể trao đổi thông qua mạng internet một cách trực tiếp và liên tục với nhau, nhờ đó sự hợp tác và sự quản lý được tiến hành nhanh chóng, thuận lợi; tạo điều kiện tìm kiếm các bạn hàng mới, các cơ hội kinh doanh mới trên phạm vi toàn quốc; khu vực và thế giới và có nhiều cơ hội để lựa chọn.

- Nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng: thông qua việc ứng dụng các thành tựu của công nghệ thông tin, các doanh nghiệp có thể cung cấp các dịch vụ khách hàng một cách có hiệu quả hơn. Doanh nghiệp có thể theo dõi toàn bộ quy trình xử lý đơn hàng từ việc thanh toán cho đến khi giao hàng và do đó doanh nghiệp có cơ hội để tạo ra các dịch vụ có chất lượng cao để thỏa mãn tốt hơn các nhu cầu khách hàng và kết quả là lợi nhuận kinh doanh, uy tín của doanh nghiệp sẽ tăng lên.

- Tạo điều kiện để doanh nghiệp truyền bá phổ biến hình ảnh sản phẩm, doanh nghiệp với bạn hàng quốc tế: trong thực tế, khả năng để các doanh nghiệp mà đặc biệt là những doanh nghiệp quy mô vừa và nhỏ bỏ ra một số tiền lớn để quảng cáo, giới thiệu sản phẩm, hình ảnh của công ty với các bạn hàng thế giới thông qua các phương thức kinh doanh truyền thống rất là hạn chế. Chính vì vậy hiện nay hầu hết các doanh nghiệp kinh doanh quốc tế đều lựa chọn phương thức giới thiệu sản phẩm thông qua việc tham gia các sàn giao dịch điện tử sẵn có trên mạng internet với chi phí hợp lý và phù hợp với khả năng tài chính của các doanh nghiệp.

b) Đối với khách hàng

- Sàn giao dịch thương mại điện tử mang đến cho khách hàng một phong cách mua hàng mới, phong cách mua hàng trực tiếp thông qua mạng internet, vừa tiết kiệm được thời gian, vừa tiết kiệm được chi phí đi lại, giảm bớt các ếch tắc giao thông, đặc biệt là ở các đô thị.

- Khách hàng có phạm vi lựa chọn mặt hàng rộng rãi hơn, phong phú hơn. Sự tôn trọng ở mức cao hơn, họ có điều kiện thuận lợi hơn để giao tiếp với nhiều nhà sản xuất khác nhau khi lựa chọn hàng hóa dịch vụ.

- Do tham gia vào sàn giao dịch, khách hàng có thể giao dịch trực tiếp với người sản xuất, bỏ qua nhiều khâu trung gian nên có thể mua hàng nhanh hơn và với giá cả rẻ hơn.

KẾT LUẬN CHƯƠNG I

Trong chương 1, nghiên cứu đề tài đã khái quát một cách cụ thể, rõ ràng về các vấn đề liên quan đến giao dịch TMĐT. Qua những phân tích, đánh giá về khái niệm, đặc điểm và vai trò của sàn giao dịch TMĐT cho thấy tầm quan trọng và cần thiết của sàn giao dịch TMĐT với sự phát triển của thương mại. Cùng với sự phát triển TMĐT trên thế giới là cơ sở để góp phần thúc đẩy sự phát triển TMĐT ở Việt Nam, cơ hội mở ra những cánh cửa đầy triển vọng cũng như những thách thức giúp cho các doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh trong môi trường của sự hội nhập.

CHƯƠNG II

THỰC TRẠNG PHÁP LUẬT VỀ GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ Ở VIỆT NAM

2.1. Giao dịch TMDT theo pháp luật Việt Nam

2.1.1. Căn cứ pháp lý

Trong hệ thống pháp luật Việt Nam hiện nay, chúng ta đã xây dựng được một loạt các văn bản quy phạm pháp luật điều chỉnh hoạt động thương mại điện tử. Năm 2005, Quốc hội thông qua ba luật có tính chất đặt nền tảng pháp lý cho Thương mại điện tử, đó là Luật thương mại, Bộ luật Dân sự và Luật giao dịch điện tử.

Ngoài những văn bản trên, hoạt động Thương mại điện tử, các hoạt động liên quan đến Thương mại điện tử nói chung và việc giải quyết các tranh chấp trong lĩnh vực Thương mại điện tử còn chịu sự điều chỉnh của một số luật như; Luật Công nghệ thông tin năm 2006; Luật viễn thông năm 2009; Bộ luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Bộ luật Hình sự năm 1999 số 37/2009/QH12; Luật Bảo vệ người tiêu dùng năm 2010; Luật Quảng cáo 2012; Luật đầu tư 2014; Luật Doanh nghiệp 2014.

2.1.2. Điều kiện để doanh nghiệp thiết lập website.

Sàn giao dịch thương mại điện tử được hiểu là website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử (gọi chung là website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử). Thông qua Sàn giao dịch thương mại điện tử các thương nhân, tổ chức, cá nhân không phải chủ sở hữu website có thể tiến hành một phần hoặc toàn bộ quá trình mua bán hàng hóa, dịch vụ.

Điều kiện để doanh nghiệp thiết lập website cung cấp dịch vụ Sàn giao dịch thương mại điện tử được hoạt động bao gồm:

Thứ nhất: là doanh nghiệp được thành lập theo quy định của pháp luật đã được cấp đăng ký kinh doanh.

Như vậy, điều kiện đầu tiên để doanh nghiệp thiết lập Sàn giao dịch thương mại điện tử là phải có Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh do Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh, thành phố nơi doanh nghiệp đặt địa chỉ trụ sở chính cấp phép.

Thứ hai: có website thuộc sở hữu của doanh nghiệp.

Trên “Trang chủ” của website cần phải hiển thị đầy đủ các thông tin sau:

➤ Xây dựng và công bố công khai trên website quy chế hoạt động của sàn giao dịch thương mại điện tử; theo dõi và bảo đảm việc thực hiện quy chế đó trên sàn giao dịch thương mại điện tử.

➤ Quy chế hoạt động sàn giao dịch thương mại điện tử phải bao gồm các nội dung sau:

a) Quyền và nghĩa vụ của thương nhân, tổ chức cung cấp dịch vụ sàn giao dịch thương mại điện tử;

b) Quyền và nghĩa vụ của người sử dụng dịch vụ sàn giao dịch thương mại điện tử;

c) Mô tả quy trình giao dịch đối với từng loại giao dịch có thể tiến hành trên sàn giao dịch thương mại điện tử;

d) Hoạt động rà soát và thẩm quyền xử lý của thương nhân, tổ chức cung cấp dịch vụ sàn giao dịch thương mại điện tử khi phát hiện các hành vi kinh doanh vi phạm pháp luật trên sàn giao dịch;

đ) Quyền và nghĩa vụ của các bên trong các giao dịch được thực hiện trên sàn giao dịch thương mại điện tử;

e) Giới hạn trách nhiệm của thương nhân, tổ chức cung cấp dịch vụ sàn giao dịch thương mại điện tử trong những giao dịch thực hiện trên sàn;

g) Các quy định về an toàn thông tin, quản lý thông tin trên sàn giao dịch thương mại điện tử;

h) Cơ chế giải quyết khiếu nại, tranh chấp giữa các bên liên quan đến giao dịch tiến hành trên sàn giao dịch thương mại điện tử;

i) Chính sách bảo vệ thông tin cá nhân của người sử dụng dịch vụ sàn giao dịch thương mại điện tử;

k) Biện pháp xử lý với các hành vi xâm phạm quyền lợi người tiêu dùng trên sàn giao dịch thương mại điện tử;

l) Biện pháp xử lý vi phạm đối với những người không tuân thủ quy chế hoạt động của sàn giao dịch thương mại điện tử.

Thông tin của người bán trên sàn giao dịch thương mại điện tử:

▪ Tên và địa chỉ trụ sở của thương nhân, tổ chức hoặc tên và địa chỉ thường trú của cá nhân.

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

▪ Số điện thoại hoặc một phương thức liên hệ trực tuyến khác.

+ Thiết lập cơ chế cho phép thương nhân, tổ chức, cá nhân tham gia sàn giao dịch thương mại điện tử thực hiện được quy trình giao kết hợp đồng nếu website có chức năng đặt hàng trực tuyến, cụ thể:

- Thông báo mời đề nghị giao kết hợp đồng;
- Cung cấp các điều khoản của hợp đồng khi sử dụng chức năng đặt hàng trực tuyến trên website thương mại điện tử;

- Đề nghị giao kết hợp đồng;

- Rà soát và xác nhận nội dung hợp đồng;

- Trả lời đề nghị giao kết hợp đồng;

- Chấm dứt đề nghị giao kết hợp đồng;

- Thời điểm giao kết hợp đồng khi sử dụng chức năng đặt hàng trực tuyến trên website thương mại điện tử;

- Thủ tục chấm dứt hợp đồng đối với hợp đồng dịch vụ thương mại điện tử và các dịch vụ trực tuyến khác;

- Giao kết hợp đồng trên website thương mại điện tử mua hàng:

➤ Lưu trữ thông tin cá nhân của chủ thể tham gia sàn giao dịch thương mại điện tử, bao gồm:

a) Mục đích thu thập thông tin cá nhân;

b) Phạm vi sử dụng thông tin;

c) Thời gian lưu trữ thông tin;

d) Những người hoặc tổ chức có thể được tiếp cận với thông tin đó;

đ) Địa chỉ của đơn vị thu thập và quản lý thông tin, bao gồm cách thức liên lạc để người tiêu dùng có thể hỏi về hoạt động thu thập, xử lý thông tin liên quan đến cá nhân mình;

e) Phương thức và công cụ để người tiêu dùng tiếp cận và chỉnh sửa dữ liệu cá nhân của mình trên hệ thống thương mại điện tử của đơn vị thu thập thông tin.

f) Cơ chế tiếp nhận và giải quyết khiếu nại của người tiêu dùng liên quan đến việc thông tin cá nhân bị sử dụng sai mục đích hoặc phạm vi đã thông báo.

Lưu ý: Chính sách này phải được hiển thị rõ ràng cho người tiêu dùng trước hoặc tại thời điểm thu thập thông tin.

➤ Công bố công khai cơ chế giải quyết các tranh chấp phát sinh trong quá trình giao dịch trên sàn giao dịch thương mại điện tử. Khi khách hàng trên sàn giao dịch thương mại điện tử phát sinh mâu thuẫn với người bán hoặc bị tổn hại lợi ích hợp pháp, phải cung cấp cho khách hàng thông tin về người bán, tích cực hỗ trợ khách hàng bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của mình.

➤ Hiển thị đầy đủ thông tin về chủ sở hữu website cung cấp dịch vụ Sàn giao dịch thương mại điện tử (Ví dụ: chân trang chủ), bao gồm: Tên đơn vị, địa chỉ, điện thoại, email và Số giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh, ngày cấp, nơi cấp.

➤ Sử dụng ngôn ngữ Tiếng Việt cho website Sàn giao dịch thương mại điện tử.

Thứ ba: Có đề án cung cấp dịch vụ trong đó nêu rõ các nội dung sau:

+ Mô hình tổ chức hoạt động, bao gồm hoạt động cung cấp dịch vụ, hoạt động xúc tiến, tiếp thị dịch vụ cả trong và ngoài môi trường trực tuyến;

+ Phân định quyền và trách nhiệm giữa doanh nghiệp cung cấp dịch vụ thương mại điện tử với các bên sử dụng dịch vụ.

Thứ tư: Đã đăng ký thiết lập website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử và được Bộ Công Thương xác nhận đăng ký với biểu tượng đăng ký như sau:

➤ Hồ sơ đăng ký cung cấp dịch vụ Sàn giao dịch thương mại điện tử gồm

➤ Đơn đăng ký website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử

➤ Bản sao có chứng thực giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh, giấy chứng nhận đầu tư hoặc giấy phép đầu tư (đối với thương nhân);

➤ Đề án cung cấp dịch vụ;

Lưu ý: Đề án hoạt động có chữ ký, dấu của người đứng đầu tổ chức, doanh nghiệp đề nghị cấp giấy phép, bao gồm các nội dung chính:

• Mô hình tổ chức hoạt động, bao gồm hoạt động cung cấp dịch vụ, hoạt động xúc tiến, tiếp thị dịch vụ cả trong và ngoài môi trường trực tuyến;

- Phân định quyền và trách nhiệm giữa doanh nghiệp cung cấp dịch vụ thương mại điện tử với các bên sử dụng dịch vụ.

- Quy chế quản lý hoạt động của website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử;

Lưu ý: Quy chế hoạt động có chữ ký, dấu của người đứng đầu tổ chức, doanh nghiệp đề nghị cấp giấy phép, bao gồm các nội dung chính:

- Quyền và nghĩa vụ của thương nhân, tổ chức cung cấp dịch vụ sàn giao dịch thương mại điện tử;

- Quyền và nghĩa vụ của người sử dụng dịch vụ sàn giao dịch thương mại điện tử;

- Mô tả quy trình giao dịch đối với từng loại giao dịch có thể tiến hành trên sàn giao dịch thương mại điện tử;

- Hoạt động rà soát và thẩm quyền xử lý của thương nhân, tổ chức cung cấp dịch vụ sàn giao dịch thương mại điện tử khi phát hiện các hành vi kinh doanh vi phạm pháp luật trên sàn giao dịch;

- Quyền và nghĩa vụ của các bên trong các giao dịch được thực hiện trên sàn giao dịch thương mại điện tử;

- Giới hạn trách nhiệm của thương nhân, tổ chức cung cấp dịch vụ sàn giao dịch thương mại điện tử trong những giao dịch thực hiện trên sàn;

- Các quy định về an toàn thông tin, quản lý thông tin trên sàn giao dịch thương mại điện tử;

- Cơ chế giải quyết khiếu nại, tranh chấp giữa các bên liên quan đến giao dịch tiến hành trên sàn giao dịch thương mại điện tử;

- Chính sách bảo vệ thông tin cá nhân của người sử dụng dịch vụ sàn giao dịch thương mại điện tử;

- Biện pháp xử lý với các hành vi xâm phạm quyền lợi người tiêu dùng trên sàn giao dịch thương mại điện tử;

- Biện pháp xử lý vi phạm đối với những người không tuân thủ quy chế hoạt động của sàn giao dịch thương mại điện tử.

- Cơ chế xử lý, thời hạn xử lý khi nhận được phản ánh về hành vi kinh doanh vi phạm pháp luật trên website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử.

➤ Mẫu hợp đồng dịch vụ hoặc thỏa thuận hợp tác giữa doanh nghiệp sở hữu website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử với thương nhân, tổ chức, cá nhân tham gia mua bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ trên website đó.

➤ Các điều kiện giao dịch chung áp dụng cho hoạt động mua bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ trên website (nếu có).

- Quy trình đăng ký sàn giao dịch thương mại điện tử
- Việc tiếp nhận, xử lý hồ sơ đăng ký website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử được Bộ Công Thương thực hiện trực tuyến tại Cổng thông tin Quản lý hoạt động thương mại điện tử tại địa chỉ online.gov.vn

- Để khai báo hồ sơ, doanh nghiệp truy cập vào Cổng thông tin Quản lý hoạt động thương mại điện tử và tiến hành các bước sau:

Bước 1: Doanh nghiệp đăng ký tài khoản đăng nhập hệ thống bằng việc cung cấp những thông tin sau:

- Tên doanh nghiệp;
- Số đăng ký kinh doanh của doanh nghiệp;
- Lĩnh vực kinh doanh/hoạt động;
- Địa chỉ trụ sở của doanh nghiệp;
- Các thông tin liên hệ.

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

- Nếu thông tin đăng ký tài khoản đầy đủ, doanh nghiệp được cấp một tài khoản đăng nhập hệ thống và tiến hành tiếp Bước 3;
- Nếu đăng ký tài khoản bị từ chối hoặc yêu cầu bổ sung thông tin, doanh nghiệp phải tiến hành đăng ký lại hoặc bổ sung thông tin theo yêu cầu.

Bước 3: Sau khi được cấp tài khoản đăng nhập hệ thống, doanh nghiệp tiến hành đăng nhập, chọn chức năng Đăng ký website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử, tiến hành khai báo thông tin theo mẫu và đính kèm hồ sơ đăng ký.

Bước 4: Trong thời hạn 7 ngày làm việc, doanh nghiệp nhận thông tin phản hồi của Bộ Công Thương qua địa chỉ thư điện tử đã đăng ký về một trong các nội dung sau:

- Xác nhận hồ sơ đăng ký đầy đủ, hợp lệ và yêu cầu doanh nghiệp thực hiện tiếp Bước 5;

– Thông báo hồ sơ đăng ký không hợp lệ hoặc yêu cầu bổ sung thông tin. Khi đó doanh nghiệp quay về Bước 3 để khai báo lại hoặc bổ sung các thông tin, hồ sơ theo yêu cầu.

Bước 5: Sau khi nhận được thông báo xác nhận hồ sơ đầy đủ và hợp lệ, doanh nghiệp gửi về Bộ Công Thương (Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin) bộ hồ sơ đăng ký hoàn chỉnh (bản giấy).

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

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

Như vậy, thời hạn để đăng ký thiết lập Website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử hợp lệ là 10 ngày làm việc.

Kết quả của việc đăng ký Sàn giao dịch thương mại điện tử:

Bộ Công Thương sẽ gửi cho thương nhân, tổ chức qua địa chỉ thư điện tử đã đăng ký một đoạn mã để gắn lên website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử, thể hiện thành biểu tượng đăng ký. Khi chọn biểu tượng này, người sử dụng được dẫn về phần thông tin đăng ký tương ứng của thương nhân, tổ chức tại Cổng thông tin Quản lý hoạt động thương mại điện tử.

2.1.3. Ưu điểm và nhược điểm

a, Ưu điểm

- Pháp luật về giao dịch thương mại điện tử nhằm thể chế hóa các quan điểm, chủ trương của Đảng và Nhà nước về phát triển hạ tầng thương mại nói chung và phát triển thương mại điện tử nói riêng;
- Pháp luật về giao dịch thương mại điện tử là cơ sở pháp lý để thực hiện quản lý nhà nước về hoạt động thương mại điện tử, để các chủ thể tham gia hoạt động thương mại điện tử hiểu rõ về quyền, nghĩa vụ và trách nhiệm của mình; đồng thời là căn cứ để xử lý các hành vi vi phạm trong lĩnh vực thương mại điện tử;

- Pháp luật về giao dịch thương mại điện tử góp phần thúc đẩy hoàn thiện các quy định khác của pháp luật có liên quan;
- Pháp luật về giao dịch thương mại điện tử góp phần nâng cao nhận thức của cơ quan, tổ chức, cá nhân trong sản xuất, kinh doanh, phát triển kinh tế;
- Pháp luật về giao dịch thương mại điện tử góp phần thúc đẩy hội nhập kinh tế quốc tế;
- Hỗ trợ giao dịch trong dịch vụ công;
- Đẩy mạnh việc triển khai thương mại điện tử, giao dịch bằng phương tiện điện tử và học hóa hoạt động của cơ quan nhà nước;
- Bảo đảm sự bình đẳng và an toàn trong giao dịch điện tử;
- Bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của cơ quan, tổ chức, cá nhân, lợi ích của nhà nước, lợi ích công cộng;
- Căn cứ vào điều kiện phát triển kinh tế - xã hội và tình hình cụ thể, cơ quan nhà nước xác định một lộ trình hợp lý sử dụng phương tiện điện tử trong các loại hình giao dịch TMĐT;
- Cơ quan, tổ chức, cá nhân có quyền lựa chọn phương thức giao dịch với cơ quan nhà nước nếu cơ quan nhà nước đó đồng thời chấp nhận giao dịch theo phương thức truyền thống và phương tiện điện tử.

b, Nhược điểm

PL về Giao dịch Điện Tử năm 2005 chưa theo kịp sự phát triển của thị trường. Cụ thể, quy định pháp luật hiện tại chưa rõ ràng về giá trị pháp lý, giá trị chứng cứ của thông điệp dữ liệu; chưa rõ ràng về tính pháp lý và trường hợp áp dụng chữ ký điện tử, đồng thời thiếu quy định về giao kết và hợp đồng điện tử.

PL chưa kiểm soát được các giao dịch TMĐT có hợp pháp, có đúng theo quy định của pháp luật Việt Nam hiện nay.

PL chưa có quy định chặt chẽ về sản phẩm được giao dịch trong TMĐT. Chính vì điều đó đã giúp những cá nhân, tổ chức giao dịch thương mại những sản phẩm không rõ nguồn gốc như: hàng nhái, hàng nhậu lậu...

Ví dụ điển hình:

- Người bán hàng online qua sàn TMĐT không đóng thuế. [46]

- Các kênh bán hàng livestream trên Facebook những sản phẩm mác xách tay Mỹ, Nhật, Hàn... không có giấy tờ, mới bị cơ quan quản lí thị trường ra quân tịch thu từ đầu năm 20021. [47]

- Phát hiện kho hàng lậu “khủng” bán live stream các thương hiệu Gucci, chanel, Adidas... tại Lào Cai. [48]

Ngoài ra, còn có rủi ro về vấn đề pháp lý, rủi ro pháp lý của hợp đồng giao dịch TM gồm:

- Do hợp đồng điện tử mang tính khi biên giới, vì vậy khi xảy ra tranh chấp rất khó xác định được địa điểm giao kết hợp đồng, đặc biệt là trong các giao dịch quốc tế.

- Do tính phi vật chất, vô hình của hợp đồng, vì vậy khi tranh chấp trước tòa và cơ quan tranh tụng việc chứng minh bản gốc chữ ký gốc sẽ khó khăn hơn. Đây được coi là chứng cứ và nghĩa vụ chứng minh của các bên khi giải quyết trước cơ quan tranh chấp. Một rủi ro nữa là đến từ bên thứ ba lưu trữ, chứng thực dữ liệu. Việc mất dữ liệu là một vấn đề rất lớn và thường xuyên xảy ra. Vấn đề làm thế nào để có được một chữ ký điện tử đáng tin cậy và vấn đề bảo mật hợp đồng.

- Bên cạnh đó, do là môi trường ảo do vậy các đối tác sẽ rất khó khăn trong việc xác định năng lực pháp lý của đối tác giao kết. Vấn đề lộ thông tin cho hacker mạng tấn công và bị mất thông tin thẻ tín dụng cũng là một trong những rủi ro cho các bên trong việc giao kết và thực hiện hợp đồng giao dịch TMĐT. Vấn đề lừa đảo trong hoạt động luôn được đặt ra và đưa tới những rủi ro rất lớn mà pháp luật Việt Nam chưa bao quát hết được.

2.2 Thực trạng phát triển giao dịch TMĐT ở Việt Nam.

2.2.1. Tình hình sử dụng internet ở Việt Nam

Số lượng người dùng internet ở Việt Nam 2020 là 68,17 triệu người. Tăng 6,2 triệu người so với năm 2019, tăng đến 10%. Số người dùng internet được xem là ở mức cao trên thế giới, tuy nhiên tỉ lệ người dùng vẫn ở mức trung bình. Việt Nam có đến 46 triệu người dùng mạng xã hội, chiếm 48% dân số.

Theo khảo sát của Cục Thương mại điện tử và Công nghệ (TMĐT và CNTT) có 10% số người tham gia khảo sát cho biết, thời lượng sử dụng internet mỗi ngày là dưới 3 giờ. 36% số người tham gia khảo sát sử dụng internet từ 3 - 5 giờ mỗi ngày.

Máy tính xách tay và điện thoại di động tiếp tục là phương tiện phổ biến nhất được người truy cập internet sử dụng, với tỷ lệ tương ứng là 75% và 65%. Số lượng người dân truy cập internet qua các thiết bị khác như máy tính bảng cũng tăng mạnh với 19% từ năm 2014 đến năm 2016.

Máy tính để bàn từng là phương tiện phổ biến nhất năm 2010, chiếm 84% lượng người sử dụng; năm 2016 chỉ còn 33% người tham gia khảo sát tiếp cận qua phương tiện này. 90% số người khảo sát cho biết địa điểm truy cập internet thường xuyên là tại nhà. Địa điểm phổ biến thứ hai là nơi làm việc chiếm 48%. Các địa điểm công cộng, trường học, cửa hàng internet chiếm tỷ lệ tương ứng là 22%, 16% và 5%.

Cập nhật thông tin tiếp tục là mục đích sử dụng internet hàng ngày phổ biến nhất, đạt 68,17 triệu người dùng internet tại Việt Nam vào tháng 08 năm 2020 tăng 6,2 triệu so với năm 2019. Đa số người tham gia khảo sát sử dụng internet hàng ngày để tham gia các diễn đàn, mạng xã hội (81,2%), truy cập e-mail (73,8%), xem phim ảnh, nghe nhạc (64,8%) và nghiên cứu học tập (63,9%). Đối với các hoạt động như mua bán cá nhân, phần lớn người khảo sát có tần suất hoạt động hàng tháng (36,2%).

2.2.2 Tình hình tham gia giao dịch thương mại điện tử

Kết quả khảo sát của Cục TMĐT và CNTT với người dân có mua sắm trực tuyến năm 2020 cho thấy:

- 87% cho biết họ sẽ thực hiện việc nghiên cứu sản phẩm/dịch vụ thông qua các kênh online trước khi đưa ra quyết định mua hàng;
- 77% khẳng định đã thực hiện việc mua hàng ít nhất một lần qua Internet;
- 38% mua sắm online trên máy tính/laptop;
- 62% mua sắm online trên các thiết bị di động.

Loại hàng hóa được mua trực tuyến phổ biến là đồ công nghệ và điện tử chiếm 60%, tăng 25% so với năm 2019. Các mặt hàng được người tiêu dùng trực tuyến ưa chuộng khác là quần áo, giày dép, mỹ phẩm (60%), sau đó đến đồ gia dụng (34%), sách và văn phòng phẩm (31%)...

2.2.3. Hiệu quả ứng dụng giao dịch thương mại điện tử

Theo kết quả điều tra khảo sát năm 2020, có 6% người mua hàng trực tuyến trả lời rất hài lòng với phương thức mua hàng này; 41% người mua trả lời hài lòng, tăng

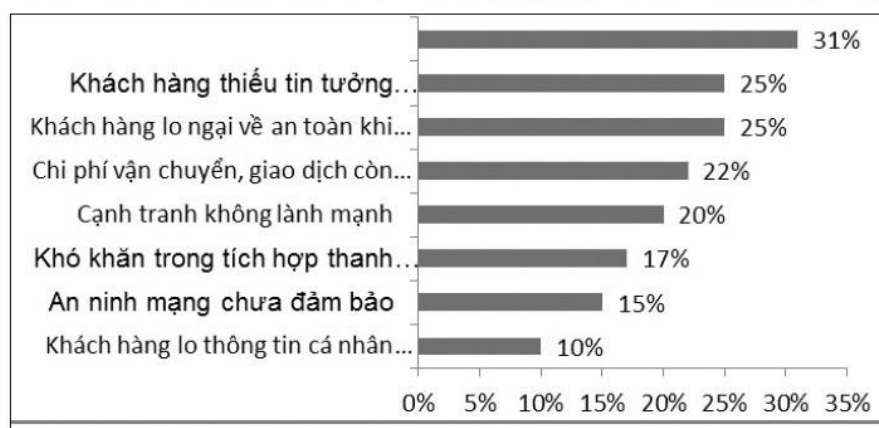
đáng kể so với tỷ lệ 29% của năm 2019; 48% người mua cho biết cảm thấy bình thường và chỉ 5% số người được hỏi trả lời không hài lòng.

Giá trị sản phẩm dịch vụ người mua hàng chọn mua nhiều nhất là mức từ 1 đến 3 triệu đồng, chiếm 29%. Theo sau là mức trên 5 triệu đồng với 26% người chọn mua và mức được ít người chọn mua nhất là từ 3 đến 5 triệu đồng với 11%.

Theo kết quả khảo sát, 31% website TMĐT gặp khó khăn do nguồn nhân lực chưa đáp ứng được yêu cầu của phát triển TMĐT, 25% website đánh giá việc khách hàng thiếu tin tưởng vào chất lượng hàng hóa hoặc lo ngại về vấn đề an toàn khi thanh toán trực tuyến gây cản trở cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, 22% website cho rằng chi phí cho dịch vụ vận chuyển giao nhận còn cao.

Bên cạnh đó, cạnh tranh không lành mạnh giữa các doanh nghiệp cũng gây khó khăn cho 20% website. Các trở ngại khác, như: khách hàng lo ngại về vấn đề thông tin cá nhân bị tiết lộ, mua bán; an ninh mạng chưa đảm bảo; khó khăn trong việc tích hợp thanh toán điện tử gây trở ngại ít hơn, ảnh hưởng tới khoảng 10 - 17% website TMĐT.

Biểu đồ 1: Những trở ngại khách hàng gặp phải khi tham gia TMĐT



Trong số 38% người tham gia khảo sát chưa tham gia mua sắm trực tuyến và khi được hỏi về nguyên nhân chưa mua sắm trực tuyến, 50% cho biết không tin tưởng đơn vị bán hàng, 37% quan niệm mua tại cửa hàng tiện lợi và rẻ hơn, 26% không có thẻ tín dụng hoặc thẻ thanh toán qua mạng, 25% lo sợ lộ thông tin cá nhân.

Biểu đồ 2: Lý do khiến người dân chưa tham gia mua sắm trực tuyến

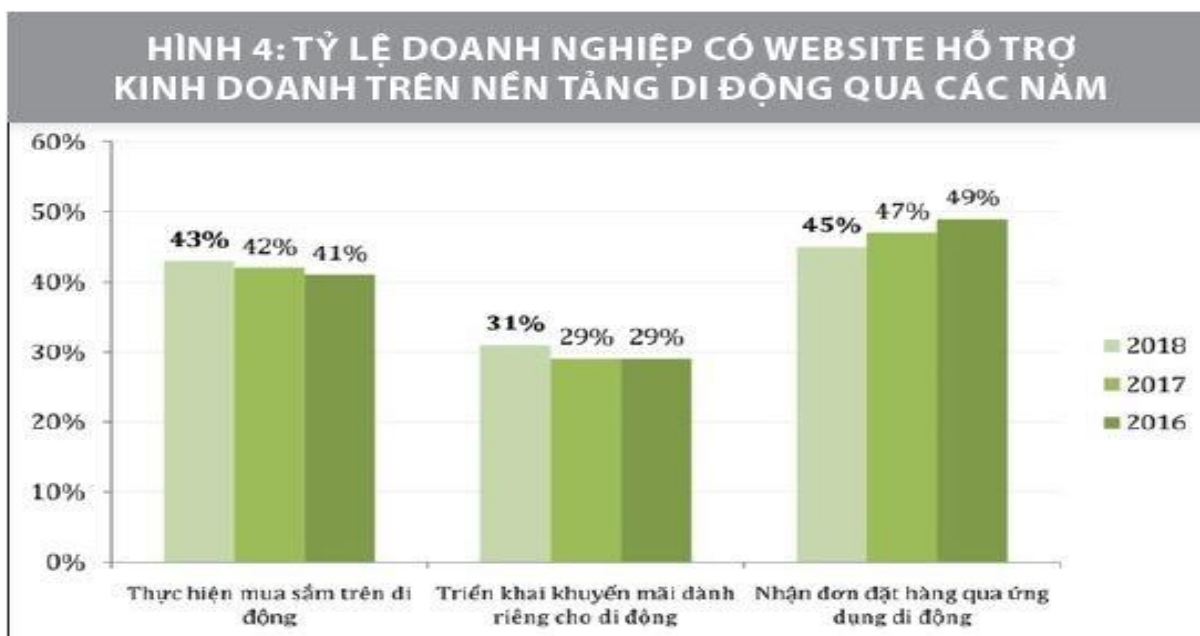


Lý do khiến người dân chưa tham gia mua sắm trực tuyến, bao gồm: khó kiểm định chất lượng hàng hóa (20%), không tin tưởng người bán hàng (50%), không có đủ thông tin để ra quyết định (24%), không có thể tín dụng hoặc các loại thẻ thanh toán qua mạng (42%), cảm thấy mua ở cửa hàng dễ dàng và nhanh hơn (38%), cách thức mua hàng trực tuyến quá rắc rối (26%).

2.2.4. Tình hình vận hành website thương mại điện tử

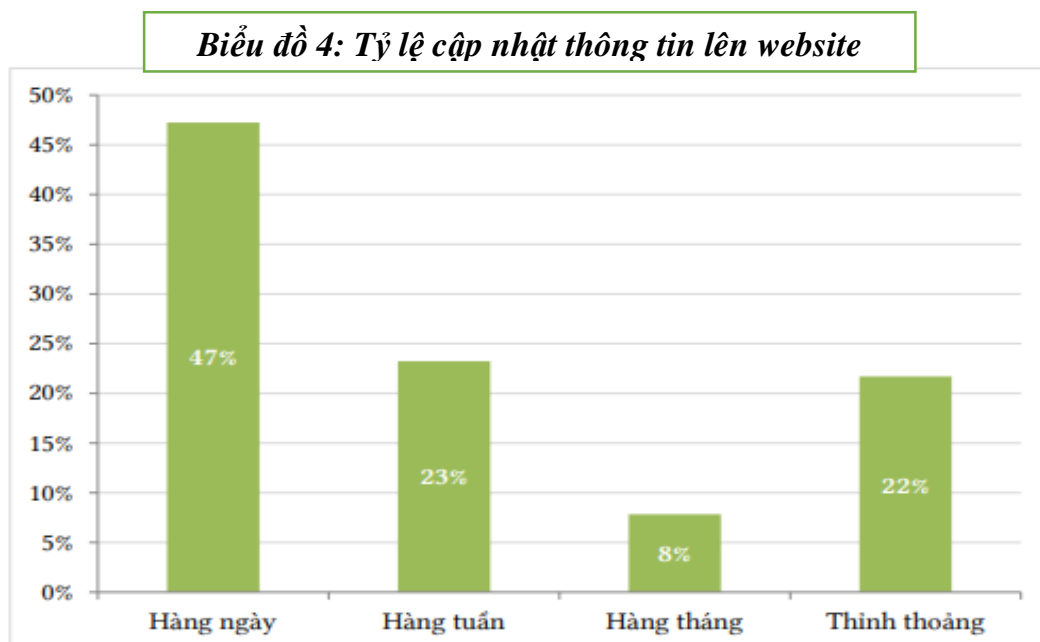
Theo cuộc khảo sát được tiến hành hàng năm của Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam năm cuối năm 2018, thì tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng website không thay đổi nhiều so với các năm trước.

Biểu đồ 3: Tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng website hỗ trợ kinh doanh qua các năm.



Nguồn: Báo cáo Chỉ số thương mại điện tử Việt Nam 2019

Tuy nhiên, phần lớn doanh nghiệp đã chú trọng tới việc cập nhật thông tin thường xuyên lên website, đã có 54% doanh nghiệp cập nhật thông tin lên website hàng ngày so với tỷ lệ 50% năm 2019.



Các hình thức quảng cáo website TMĐT, mạng xã hội với ưu điểm số lượng người sử dụng cao, chi phí thấp đã trở thành một công cụ hữu hiệu để các doanh nghiệp sử dụng để quảng bá website TMĐT của mình (50%).

Tiếp đến là công cụ tìm kiếm (47%) và báo điện tử (35%). Tuy nhiên, khi được hỏi về hiệu quả của việc quảng cáo website TMĐT qua các hình thức, 39% doanh nghiệp đánh giá cao việc quảng cáo qua các công cụ tìm kiếm, tiếp theo là mạng xã hội (28%).

2.2.5. Tình hình hoạt động của các website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử

Các website cung cấp dịch vụ TMĐT tham gia khảo sát bao gồm ba loại hình website: nhóm sàn giao dịch TMĐT với tỷ lệ 88%; nhóm website khuyến mại trực tuyến chiếm 16%; và nhóm website đấu giá trực tuyến là 2%.

85% website cung cấp dịch vụ TMĐT tham gia khảo sát có nguồn vốn do doanh nghiệp tự đầu tư. Website có vốn đầu tư nước ngoài chiếm 10%, số website còn lại được đầu tư từ nguồn ngân sách nhà nước hoặc từ nguồn khác chiếm số lượng ít, tương ứng 5% và 2%.

Phí quảng cáo là nguồn thu chính của đa số website cung cấp dịch vụ TMĐT (70%). 56% website thu phí dựa trên giá trị đơn hàng. Các loại phí khác như phí tin nhắn, phí thành viên, phí tư vấn và phí dịch vụ gia tăng khác chiếm tỷ lệ nhỏ, dao động từ 13 - 27%. 81% các website tham gia khảo sát có cung cấp tiện ích lọc và tìm kiếm sản phẩm trên website.

76% có tích hợp chat yahoo hoặc skype, hỗ trợ trực tuyến đối với người tiêu dùng. Tích hợp mạng xã hội và tin nhắn SMS trên website cũng là tiện ích mới được doanh nghiệp quan tâm trong thời gian gần đây, với tỷ lệ tương ứng 53% và 50%.

Nhóm 5 mặt hàng được giao dịch nhiều nhất trên các website cung cấp dịch vụ TMĐT bao gồm: thời trang (44%); máy tính và mạng (43%); quần áo, giày dép, mỹ phẩm (43%); điện thoại (41%); hàng điện lạnh, thiết bị gia dụng (25%).

Tỷ lệ doanh nghiệp có quy mô dưới 10 nhân sự chiếm 53% trong số doanh nghiệp tham gia khảo sát. Số doanh nghiệp có từ 10 - 20 nhân sự và từ 20 - 100 nhân sự có tỷ lệ tương ứng 27% và 16%. Số doanh nghiệp có trên 100 nhân sự đạt khoảng 4%.

Trong số doanh nghiệp sở hữu website cung cấp dịch vụ TMĐT được khảo sát, khoảng 30% website đã hỗ trợ và tích hợp chức năng thanh toán trực tuyến. 27% chấp nhận thanh toán qua thẻ Visa, Master Card, 25% qua đơn vị thanh toán trung gian và 10% tin nhắn SMS.

45% website hỗ trợ dịch vụ giao hàng và thu tiền sau (Cash on delivery - COD). Hình thức chấp nhận thanh toán khi mua hàng trực tiếp tại công ty là phổ biến, chiếm 75%. Trong khi đó, hình thức thanh toán bằng chuyển khoản vẫn được nhiều doanh nghiệp triển khai với tỷ lệ là 77%.

2.3. Đánh giá chung

2.3.1. Những kết quả đạt được

Pháp luật Việt Nam ngày càng đổi mới và cải thiện để theo kịp thời đại công nghệ số 4.0. Sau đây là một số điểm mới liên quan đến hoạt động thương mại điện tử theo quy định của pháp luật hiện hành:

- Điểm mới liên quan đến hoạt động thương mại điện tử theo Luật Đầu tư năm và Luật Doanh nghiệp năm 2014
 - Luật đầu tư năm 2014 có 07 Chương, 76 Điều với nhiều nội dung mới bảo đảm hành lang pháp lý mở rộng thu hút đầu tư, xây dựng môi trường đầu tư minh bạch, đảm bảo quyền lợi của các chủ thể trong hoạt động đầu tư, đem lại lợi ích tốt nhất cho sự phát triển kinh tế - xã hội. Điểm mới nổi bật trong Luật Đầu tư năm 2014 là các vấn đề liên quan đến nguyên tắc về quyền tự do đầu tư kinh doanh của công dân trong các ngành, nghề cấm đầu tư kinh doanh và Danh mục ngành, nghề đầu tư kinh doanh có điều kiện theo pháp luật loại trừ, theo đó các nhà đầu tư chỉ được quyền thực hiện hoạt động đầu tư, kinh doanh trong những ngành, nghề mà pháp luật cho phép sang nguyên tắc được tự do đầu tư, kinh doanh tất cả các ngành, nghề mà Luật không cấm hoặc quy định phải có điều kiện.
 - Luật Doanh nghiệp năm 2014 có nhiều điểm mới so với Luật Doanh nghiệp năm 2005, thể hiện theo tinh thần Hiến pháp năm 2013 về quyền tự do kinh doanh của công dân, của doanh nghiệp. Theo đó, những gì luật pháp không cấm thì người dân, doanh nghiệp được tự do đầu tư, kinh doanh.
 - Điểm mới liên quan đến hoạt động thương mại điện tử theo Thông tư số 47/2014/TT-BCT.
 - Ngày 11/12/2014, Ngân hàng Nhà nước ban hành Thông tư số 39/2014/TT-NHNN hướng dẫn về dịch vụ trung gian thanh toán. Thông tư này có hiệu lực thi hành từ ngày 01/3/2015, nhằm hướng dẫn một số quy định về dịch vụ trung gian thanh toán

được quy định tại Nghị định số 101/2012/NĐ-CP ngày 22/11/2013 của Chính phủ về thanh toán không dùng tiền mặt.

- Thông tư số 39/2014/TT-NHNN làm rõ các loại hình dịch vụ trung gian thanh toán, đồng thời đưa ra các quy định cụ thể đối với hoạt động cung ứng dịch vụ trung gian thanh toán, bao gồm: Quản lý rủi ro, đảm bảo an toàn, bảo mật; đảm bảo khả năng thanh toán; hoạt động cung ứng dịch vụ trung gian thanh toán phải thực hiện các quy định sau:

- ✓ Xây dựng và thực hiện các nguyên tắc quản lý rủi ro trong hoạt động ngân hàng điện tử;

- ✓ Bảo đảm an toàn, bảo mật hệ thống công nghệ thông tin trong hoạt động ngân hàng; an toàn, bảo mật cho việc cung cấp dịch vụ ngân hàng điện tử;

- ✓ Tuân thủ các quy định về việc lập, sử dụng, bảo quản, lưu trữ chứng từ điện tử theo quy định của pháp luật về giao dịch điện tử trong hoạt động Ngân hàng.

2.3.2. Những hạn chế còn tồn tại

Hiện nay chúng ta đang thiết lập hành lang pháp lý cho các giao dịch Thương mại điện tử được tiến hành một cách minh bạch, trên cơ sở cạnh tranh lành mạnh, qua đó tạo điều kiện để Thương mại điện tử phát triển, góp phần nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp và xây dựng các tập quán thương mại hiện đại cho Việt Nam.

Sự ra đời của Luật Đầu tư số 67/2014/QH13 và Luật Doanh nghiệp số 68/2014/QH13 cùng Thông tư số 47/2014/TT- BCT quy định về quản lý website Thương mại điện tử, Thông tư số 39/2014/TT-NHNN hướng dẫn về dịch vụ trung gian thanh toán, tạo điều kiện cho hoạt động giao dịch thương mại điện tử có những thay đổi đáng kể, khắc phục những lỗ hổng pháp lý thời điểm trước như thông tin đăng ký, thiếu quy phạm quản lý kinh doanh Thương mại điện tử trên các mạng xã hội...

Tuy nhiên, một số vấn đề vẫn chưa được đề cập đúng mức như: Thiếu chế tài cho các hành vi vi phạm kinh doanh Thương mại điện tử qua mạng xã hội và nền tảng thiết bị di động. Bên cạnh website Thương mại điện tử, các mạng xã hội, đặc biệt là Facebook, được sử dụng rất phổ biến ở Việt Nam. Hiện số người sử dụng các diễn đàn mạng xã hội để mua sắm trực tuyến cũng gia tăng. Số doanh nghiệp sử dụng nền tảng di động như kênh liên lạc giữa nhà bán lẻ và người tiêu dùng ngày càng tăng. Do đó,

quản lý các mạng xã hội kinh doanh Thương mại điện tử cũng như nền tảng di động cũng không kém phần cấp thiết.

Hiện nay chưa có quy định quản lý Thương mại điện tử trên nền tảng di động cũng như chế tài tương ứng với hành vi vi phạm; quy định chưa rõ ràng đối với danh sách các website Thương mại điện tử khuyến cáo người tiêu dùng thận trọng; thiếu hướng dẫn chi tiết về quy trình giao kết hợp đồng mua hàng trực tuyến; Thông tư số 47/2014/TT-BCT quy định, các công ty có trang web bán hàng, các trang mạng xã hội phải đăng ký trên sàn giao dịch điện tử và các trang mạng xã hội phải có trách nhiệm quản lý thông tin, hoạt động của người đăng ký trên trang mạng xã hội của mình.

Mọi hoạt động kinh doanh thương mại điện tử phải đăng ký với Cục Thương mại điện tử thuộc Bộ Công thương. Cơ quan thuế phối hợp, lấy thông tin trên Cục Thương mại điện tử để theo dõi các doanh nghiệp, các tổ chức sở hữu website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử, từ đó rà soát các hợp đồng, thỏa thuận hợp tác để thu thuế. Thông qua đó, cơ quan thuế kiểm tra chứng từ liên quan đến các khoản thu chi của các doanh nghiệp này. Thông tin nguồn dữ liệu quản lý kê khai hoạt động thương mại điện tử, cơ quan thuế sẽ nắm bắt hoạt động kinh doanh qua sàn, nhất là các trường hợp xây dựng kho hàng trên mạng của các cá nhân, doanh nghiệp để áp dụng các biện pháp quản lý thuế. Thế nhưng, hiện nay việc kê khai đăng ký với Cục Thương mại điện tử không nhiều.

Nguyên nhân, do Thông tư quy định trách nhiệm đăng ký là của doanh nghiệp mà không siết trách nhiệm kiểm tra, giám sát của cơ quan nhà nước. Do vậy, đến nay rất nhiều doanh nghiệp “né” trách nhiệm đăng ký vẫn không bị xử lý. Đó cũng là lý do ngành thuế thất thu vì không có nguồn dữ liệu doanh nghiệp điện tử để tính thuế. Bên cạnh đó, Mặc dù Thông tư số 47/2014/TT-BCT quy định rất rõ trách nhiệm của doanh nghiệp kinh doanh thương mại điện tử cũng như trách nhiệm của các cơ quan nhà nước của từng ngành nhưng đến nay việc thu thuế vẫn còn khoảng trống.

Theo Luật Quản lý thuế thì tổ chức, cá nhân phát sinh nghĩa vụ thuế khi có hoạt động thương mại hoặc làm công, mua bán tài sản, không phân biệt giao dịch thương mại được thực hiện theo phương thức truyền thống hay theo phương thức điện tử. Có nghĩa là bất kể doanh nghiệp hay cá nhân có đăng ký kinh doanh hay không, miễn có hoạt động mua bán phát sinh thu nhập thì có trách nhiệm thực hiện đăng ký, kê khai,

nộp thuế. Với người bán hàng là cá nhân thì được miễn nộp các loại thuế giá trị gia tăng, thuế thu nhập cá nhân nếu mức doanh thu cả năm không vượt quá 100 triệu đồng. Tuy nhiên, đã mua bán phải kê khai, khi kê khai mới xác định có phải nộp thuế hay không. Thế nhưng, hầu hết những cá nhân kinh doanh trên các trang thương mại điện tử hiện nay không kê khai.

Thậm chí nhiều doanh nghiệp kinh doanh trên mạng không có địa điểm kinh doanh, không tài khoản ngân hàng rõ ràng. Không ít doanh nghiệp, cá nhân có cả website điện tử bán hàng nhưng không thông báo cho Cục Thương mại điện tử và không kê khai hoặc kê khai thuế không đầy đủ; việc xử lý các tranh chấp liên quan hiện nay Bộ luật tố tụng Dân sự và các văn bản liên quan không có quy định nào về chứng cứ điện tử và cách thức thu thập chứng cứ điện tử khiến cho cơ quan tố tụng và các bên đương sự gặp khó khăn và vướng mắc khi xác định chứng cứ để giải quyết các tranh chấp.

Có thể thấy các văn bản pháp luật hiện tại chưa phản ánh đầy đủ thực tiễn kinh doanh trực tuyến nhưng thực tế thương mại điện tử không chỉ tác động đối với hoạt động thương mại mà còn tác động lên các hoạt động khác của nền kinh tế, chính trị, văn hóa... Do đó, pháp luật về Thương mại điện tử là công cụ để cơ quan nhà nước có thẩm quyền áp dụng khi giải quyết các tranh chấp liên quan. Để Thương mại điện tử phát huy thế mạnh của mình đồng thời tạo cơ chế thuận lợi cho việc giải quyết các tranh chấp, cần bổ sung thêm các quy định về công nhận giá trị pháp lý của chứng cứ điện tử; cách thức quản lý các mạng xã hội kinh doanh Thương mại điện tử cũng như nền tảng di động; đưa ra các chế tài tương ứng với hành vi vi phạm; xây dựng và thừa nhận tính pháp lý cho cơ chế giải quyết tranh chấp trực tuyến.

KẾT LUẬN CHƯƠNG II

Qua đó, có thể thấy pháp luật Việt Nam quy định rất chi tiết các vấn đề liên quan đến TMĐT nói chung và giao dịch trong TMĐT nói riêng. Nhưng ở đó vẫn còn một số kẽ hở, sự quản lý chưa chặt chẽ của cơ quan chức năng và do nhu cầu của người tiêu dùng. Chính vì thế các đối tượng có cơ hội tham gia giao dịch TMĐT trái với pháp luật mà không bị quản lý, ràng buộc. Hiện nay, tuy các quy định pháp luật của nước ta đã từng bước đi vào đời sống và đạt được những thành tựu, nhưng cần phải có những giải pháp và điều chỉnh quy định pháp luật phù hợp hơn nữa để việc áp dụng pháp luật trong giao dịch TMĐT đạt hiệu quả hơn, giúp nền tảng TMĐT ngày càng phát triển hơn.

CHƯƠNG III

ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT CỦA GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

3.1 Định hướng hoàn thiện pháp luật của giao dịch thương mại điện tử.

3.1.1 Yêu cầu điều chỉnh pháp luật đối với giao dịch thương mại điện tử

Theo sự học hỏi thực tế của nhiều nước trên thế giới, để thúc đẩy thương mại điện tử phát triển thì vai trò của nhà nước phải được thể hiện rõ nét trên hai lĩnh vực: (i) Cung ứng dịch vụ điện tử và (ii) Xây dựng một hệ thống pháp luật đầy đủ, thống nhất và cụ thể để điều chỉnh các mối quan hệ giao dịch thương mại điện tử. Nếu như chúng ta thiếu đi một cơ sở pháp lý vững chắc cho hoạt động giao dịch thương mại điện tử, thì các doanh nghiệp và người tiêu dùng sẽ rất lúng túng trong việc giải quyết những vấn đề liên quan và về phía các cơ quan nhà nước cũng rất khó có cơ sở để kiểm soát những hoạt động giao dịch trong kinh doanh thương mại điện tử. Hơn thế nữa, giao dịch thương mại điện tử là một lĩnh vực phát triển rất nhanh, nên việc tạo niềm tin cho các chủ thể tham gia và các mối quan hệ trong giao dịch thương mại điện tử là một việc làm có tính cấp thiết, vì vậy pháp luật cần có những quy tắc được thống nhất một cách chặt chẽ.

Trong quá trình hội nhập kinh tế thế giới, Việt Nam đang tích cực tham gia và ủng hộ sự phát triển của thương mại điện tử, có thể thấy rõ là giao dịch thương mại điện tử đã làm thay đổi đi những cách thức kinh doanh, giao dịch truyền thống và đem lại những lợi ích to lớn cho xã hội. Nhưng bên cạnh đó, chúng ta cần thừa nhận rằng những rủi ro trong quá trình giao dịch, kinh doanh trên mạng xã hội, đòi hỏi phải có cơ chế điều chỉnh pháp luật phù hợp để đảm bảo an toàn cho các loại giao dịch, đồng thời hòa nhập và theo kịp các nước trong khu vực và trên thế giới. Bởi vậy, yêu cầu điều chỉnh pháp luật đối với giao dịch thương mại điện tử xuất phát từ các vấn đề sau đây:

Thứ nhất, điều chỉnh pháp luật đối với giao dịch TMĐT phải xuất phát từ quan điểm và các nguyên tắc nền tảng của pháp luật giao dịch thương mại truyền thống.

Pháp luật là điều chỉnh các quan hệ trong xã hội, vì vậy pháp luật cần phản ánh được các quy luật và nguyên lý của thị trường, lấy sự bình đẳng trong hoạt động kinh tế làm phương châm điều chỉnh pháp luật. Để các hoạt động giao dịch trong thương

mai điện tử diễn ra có trật tự, cần phải thiết kế và xây dựng một hệ thống các văn bản pháp luật hoàn chỉnh, đồng bộ và có tính thống nhất cao.

Quan hệ trong giao dịch thương mại điện tử bắt nguồn từ các quan hệ trong giao dịch Thương mại truyền thống, vì vậy, việc điều chỉnh pháp luật đối với giao dịch thương mại điện tử cần xuất phát từ các quan điểm nguyên tắc của quan hệ giao dịch thương mại truyền thống. Pháp luật phải bảo đảm cho các chủ thể kinh doanh thuộc mọi thành phần kinh tế bình đẳng trước pháp luật trong hoạt động giao dịch thương mại; đảm bảo cho các bên hoàn toàn tự nguyện, tự do thỏa thuận để xác lập các quan hệ giao dịch thương mại không trái với các quy định của pháp luật. Trong hoạt động giao dịch 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 v.v... Bên cạnh đó, pháp luật cần xác định rõ nghĩa vụ của các chủ thể kinh doanh bảo vệ quyền lợi chính đáng của người tiêu dùng.

Thứ hai, điều chỉnh pháp luật đối với giao dịch thương mại điện tử xuất phát từ các yếu tố đặc thù của hoạt động thương mại điện tử.

Giao dịch điện tử là sự phát triển của giao dịch truyền thống được cấu thành bởi nhiều thành tố trong đó có sự tác dụng các thành quả của khoa học kỹ thuật phục vụ đời sống con người cũng như thỏa mãn các nhu cầu khác của xã hội. Để điều chỉnh các quan hệ xã hội khi vận hành trên nền tảng công nghệ điện tử và công nghệ viễn thông, đòi hỏi phải có cơ chế điều chỉnh pháp luật phù hợp, bảo đảm các quan hệ về giao dịch TMĐT phát triển hiệu quả, khả thi, có tính định hướng đúng đắn và bền vững.

Pháp luật về giao dịch TMĐT cần đảm bảo cho một giao dịch kinh doanh an toàn trên nền tảng mạng theo các yêu cầu sau:

- Đảm bảo tính an toàn trong giao dịch TMĐT.

Bởi lẽ an toàn và tin cậy là các yếu tố mà những người tham gia giao dịch thương mại điện tử phải cân nhắc khi quyết định tham gia. Để xây dựng được sự tin tưởng của người tham gia, trước hết, phải xây dựng được một hệ tầng viễn thông an toàn và các phương tiện để bảo vệ thông tin. Bên cạnh đó, cần phải có một hành lang pháp lý đầy đủ phân định rõ trách nhiệm của các chủ thể tham gia giao dịch thương mại điện tử. Đây là vấn đề quan trọng cốt yếu mà pháp luật về giao dịch thương mại điện tử phải chú trọng.

- Đảm bảo tính an toàn trong giao dịch TMĐT.

Bởi lẽ an toàn và tin cậy là các yếu tố mà những người tham gia giao dịch thương mại điện tử phải cân nhắc khi quyết định tham gia. Để xây dựng được sự tin tưởng của người tham gia, trước hết, phải xây dựng được một hệ tầng viễn thông an toàn và các phương tiện để bảo vệ thông tin. Bên cạnh đó, cần phải có một hành lang pháp lý đầy đủ phân định rõ trách nhiệm của các chủ thể tham gia giao dịch thương mại điện tử. Đây là vấn đề quan trọng cốt yếu mà pháp luật về giao dịch thương mại điện tử phải chú trọng.

- Đảm bảo tính minh bạch trong giao dịch TMĐT.

Trong giao dịch thương mại điện tử, người bán và người mua giao tiếp trong thế giới ảo, không gặp trực tiếp, vì vậy, pháp luật giao dịch thương mại điện tử cần quy định để đảm bảo sự tin tưởng và minh bạch trong các giao dịch. Trên các website người bán phải đăng tải những thông tin trung thực, rõ ràng và được cập nhật một cách thường xuyên. Bên cạnh đó, người bán cũng phải đảm bảo sử dụng công nghệ truyền tin an toàn, đảm bảo tính tin cậy về hệ thống hoạt động, đồng thời phải đảm bảo sự tin tưởng trong vấn đề chứng thực như chữ ký điện tử, hợp đồng điện tử v.v...

- Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng giao dịch TMĐT.

Do trong giao dịch thương mại điện tử cả người mua và người bán không gặp nhau, nên dễ xảy ra các rủi ro và người bị thiệt thòi là người tiêu dùng vì họ phải trả tiền trước cho các sản phẩm, dịch vụ họ mua mà chưa biết được chất lượng sản phẩm và việc giao hàng có được diễn ra đúng như người bán cam kết. Vì vậy vấn đề bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử được rất được quan tâm so với quan hệ giao dịch thương mại truyền thống.

3.1.2 Phương hướng

a, Hoàn thiện pháp luật nhằm tăng cường ứng dụng thương mại điện tử vào đời sống kinh tế - xã hội.

Việc xây dựng pháp luật phải đáp ứng được vai trò quản lý của nhà nước và đảm bảo được quyền lợi người tiêu dùng trong TMĐT, đảm bảo an toàn, bình đẳng và phát huy các lợi thế của các giao dịch điện tử sẽ thúc đẩy TMĐT phát triển.

b, Hoàn thiện pháp luật để nâng cao khả năng cạnh tranh và hội nhập của doanh nghiệp Việt Nam thông qua giao dịch điện tử

Kể từ khi đổi mới kinh tế và thực hiện chính sách ngoại giao đa phương, Việt Nam đã gia nhập và trở thành thành viên của nhiều tổ chức quốc tế như:

Thành viên Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN), Diễn đàn Hợp tác Kinh tế châu Á – Thái Bình Dương (Asia-Pacific Economic Cooperation, viết tắt là APEC) Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) v.v... Và cho đến nay, Việt Nam đã ký Hiệp định Đối tác Kinh tế Xuyên Thái Bình Dương (TPP -TransPacific Strategic Economic Partnership Agreement). Ngoài ra, Việt Nam đã ký kết các Hiệp định thương mại tự do (FTA) với các quốc gia như Nhật Bản (đối tác kinh tế toàn diện), Chi Lê, vùng lãnh thổ (Liên minh kinh tế Á Âu), đang đàm phán ký các Hiệp định thương mại tự do khác trong thời gian tới đây. Các thỏa thuận thương mại của Việt Nam với các bên tạo ra sự tương đồng về luật chơi trên các thị trường khác nhau. Việc hoàn thiện pháp luật thương mại điện tử của Việt Nam sẽ tạo cơ hội thúc đẩy phương thức giao dịch thương mại tiên tiến, vận dụng công nghệ cao đối với giao dịch hàng hóa và dịch vụ.

c, Đảm bảo các nguyên tắc cơ bản của pháp luật thương mại điện tử cũng như tính đặc thù của pháp luật thương mại điện tử ở Việt Nam.

Việc xây dựng, ban hành các văn bản quy phạm pháp luật điều chỉnh quan hệ xã hội phát sinh trong hoạt động giao dịch TMĐT cần đảm bảo các nguyên tắc cơ bản sau:

Thứ nhất, nguyên tắc tương đương thuộc tính

Đây là nguyên tắc quan trọng vì là căn cứ để xử lý các tranh chấp hay xử lý vi phạm. Việc xây dựng pháp luật phải chú trọng và quy định rõ, kể cả các biện pháp để đảm bảo thực hiện trên thực tế.

Thứ hai, nguyên tắc tự do thỏa thuận hợp đồng

Việc đảm bảo nguyên tắc tự do thỏa thuận trong các giao dịch thương mại điện tử sẽ đảm bảo tính thống nhất, đồng bộ của các ngành luật trong hệ thống pháp luật Việt Nam đang điều chỉnh quan hệ pháp luật thương mại điện tử.

Thứ ba, nguyên tắc trong việc sử dụng tự nguyện phương thức truyền thống điện tử

Đây là những quyền cơ bản của công dân cũng như quyền của các thương nhân, tổ chức tham gia vào các giao dịch TMĐT. Như vậy, việc xây dựng, ban hành, thực

hiện pháp luật TMĐT phải tôn trọng nguyên tắc này để các cá nhân, tổ chức thực hiện đầy đủ các quyền cơ bản của mình.

Thứ tư, nguyên tắc tự nguyện lựa chọn phương tiện điện tử để thực hiện giao dịch

Pháp luật phải tôn trọng sự tự nguyện lựa chọn một loại hay nhiều loại phương tiện điện tử để thực hiện các giao dịch thương mại nhằm đáp ứng các nhu cầu của các cá nhân tổ chức tham gia các hoạt động thương mại điện tử

Thứ năm, bảo đảm sự bình đẳng và an toàn giao dịch điện tử

Để tạo thế bình đẳng về thân phận pháp lý trong các quan hệ pháp luật thì đương nhiên chỉ có thể thực hiện bằng biện pháp pháp lý.

Thứ sáu, nguyên tắc bảo vệ người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử

Những rủi ro trong hoạt động thương mại điện tử là rất lớn nên ngay trong Luật Mẫu về thương mại điện tử cũng khuyến nghị các quốc gia thành viên về vấn đề: Pháp luật bảo vệ người tiêu dùng phải đi trước, coi đây là nguyên tắc chủ đạo trong hoạt động thương mại điện tử.

d, Đảm bảo tính thống nhất, đồng bộ với pháp luật thương mại Việt Nam và tương thích với các cam kết quốc tế

Do đặc điểm thương mại điện tử là việc sử dụng các phương tiện điện tử để thực hiện việc mua bán hàng hóa dịch vụ, tức nó mang bản chất của thương mại truyền thống nhưng có nhiều chủ thể, phương tiện tham gia vào chuỗi các giao dịch đó như hoạt động thương mại, quảng cáo, thanh toán, dịch vụ thông tin viễn thông, hạ tầng thông tin viễn thông, nguồn nhân lực công nghệ thông tin v.v... Như vậy, các quan hệ xã hội phát sinh trong mỗi lĩnh vực lại chịu sự điều chỉnh của một ngành luật khác nhau dẫn đến yêu cầu phải đảm bảo tính thống nhất, đồng bộ giữa các ngành luật trong hệ thống pháp luật Việt Nam.

3.2 Các giải pháp hoàn thiện pháp luật về giao thương mại ở Việt Nam.

3.2.1 Sửa đổi, bổ sung các quy định về nội dung của giao dịch điện tử.

Nhằm đáp ứng yêu cầu phát triển của thương mại điện tử, góp phần phát triển kinh tế xã hội, nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân, đồng thời hướng tới sự phù hợp với pháp luật. Để giải quyết tốt các tranh chấp trong giao dịch thương mại điện tử trong thời gian tới chúng ta cần rà soát bổ sung hoàn thiện nội dung của pháp

luật giao dịch thương mại điện tử. Do từ trước đến nay giải tranh chấp và vấn đề liên quan của giao dịch TMĐT đều được giải quyết theo pháp luật TMĐT, Luật giao dịch điện tử và các nghị định về TMĐT. Vì vậy, nhà nước cần bổ sung các điều luật liên quan đến giao dịch TMĐT vào Luật Giao dịch điện tử năm 2005 hoặc có thể ban hành riêng một “Luật” riêng về giao dịch TMĐT.

Thứ nhất, bổ sung thêm các điều luật liên quan giao dịch TMĐT

Với những hành vi bị cấm quy định tại điều 9 Luật Giao dịch điện tử 2005 chưa thể hiện hết các hành vi có thể gây hại đến lợi ích của nhà nước cũng như các cá nhân, tổ chức, thương nhân tham gia hoạt động giao dịch thương mại điện tử. Do vậy cần bổ sung thêm các hành vi bị cấm khác như:

- Sử dụng phương tiện điện tử để liên lạc trái với ý muốn hoặc không có sự đề xuất của cá nhân, tổ chức.
- Thiết lập các website có tính năng tạo ra các nhóm kín trên mạng Internet mạng viễn thông di động để thực hiện hoạt động giao dịch thương mại điện tử.

Thứ hai, bổ sung thêm các nguyên tắc trong hoạt động giao dịch thương mại điện tử

- Thừa nhận giá trị pháp lý của chứng từ điện tử

Bao gồm việc thừa nhận giá trị pháp lý của hóa đơn, chứng từ kế toán ở dạng điện tử khi đáp ứng các tiêu chuẩn cụ thể để hỗ trợ doanh nghiệp thực hiện các nghiệp vụ thuế và kế toán khi triển khai hoạt động mua, bán trực tuyến hàng hóa; thừa nhận giá trị pháp lý của hồ sơ, đơn, giấy xác nhận ở dạng chứng từ điện tử khi đăng ký kinh doanh, đăng ký đầu tư, đấu thầu mua sắm qua các phương tiện điện tử; thừa nhận giá trị pháp lý của các chứng từ điện tử như hóa đơn thuế hóa đơn thanh toán và loại giấy tờ có giá trị.

- Tôn trọng việc sử dụng tự nguyện phương thức trực giao dịch điện tử

Việc quy định nguyên tắc này sẽ đảm bảo quyền được tham gia vào các giao dịch TMĐT. Và việc lựa chọn là quyền tự nhiên, được pháp luật ghi nhận, làm căn cứ để giải quyết tranh chấp xảy ra trong giao dịch thương mại điện tử.

- Tự do thỏa thuận về việc lựa chọn loại công nghệ để thực hiện giao dịch điện tử

Trong giao dịch thương mại điện tử có rất nhiều phương tiện điện tử để có thể sử dụng như: máy tính kết nối internet, điện thoại thông minh, v.v... Như vậy, dù các cá nhân hay tổ chức sử dụng hình thức nào thì cũng đều có giá trị pháp lý, làm phát sinh quyền và nghĩa vụ theo quy định của pháp luật. Việc quy định này sẽ đảm bảo tính thống nhất giữa Bộ luật dân sự, Luật Thương mại, Luật Giao dịch điện tử.

- Đảm bảo sự bình đẳng và an toàn trong hoạt động giao dịch thương mại điện tử

Nguyên tắc này sẽ tạo ra sự cạnh tranh lành mạnh giữa các cá nhân tổ chức doanh nghiệp trong giao dịch truyền thống với cá nhân tổ chức doanh nghiệp trong giao dịch điện tử. Các cá nhân tổ chức sẽ được hưởng các quyền và lợi ích hợp pháp cũng như phải thực hiện các nghĩa vụ theo quy định của pháp luật. Nguyên tắc này sẽ là căn cứ pháp lý để các cơ quan quản lý nhà nước trong lĩnh vực thuế, quản lý ngành sẽ xây dựng, ban hành các quy định phù hợp để bảo vệ lợi ích của Nhà nước, lợi ích của cá nhân, tổ chức tham gia hoạt động giao dịch.

Thứ ba, bảo đảm an toàn thông tin trong giao dịch thương mại điện tử

Việc bảo đảm an toàn thông tin trong giao dịch thương mại điện tử bao gồm hệ thống các quy định pháp luật về an toàn thông tin trong giao dịch thương mại điện tử; các tiêu chuẩn, quy định kỹ thuật quốc gia áp dụng đối với các bên tham gia giao dịch thương mại điện tử phù hợp với quy mô các quy định pháp luật về bảo vệ thông tin cá nhân, đảm bảo thông tin cá nhân trong giao dịch thương mại điện tử được bảo vệ về mặt pháp luật theo chuẩn quốc tế và các cam kết quốc tế của Việt Nam.

Pháp luật về giao dịch TMĐT phải sử dụng các quy định mang tính kỹ thuật buộc các chủ thể bán hàng hóa, dịch vụ bằng phương tiện điện tử phải xây dựng, thiết kế các phần mềm hay biện pháp kỹ thuật để đảm bảo an toàn cho các giao dịch khi thực hiện. Đối với bên thứ ba - cung cấp dịch vụ thông tin, phải đáp ứng được các tiêu chuẩn kỹ thuật để đảm bảo hệ thống lưu trữ, truyền dẫn thông tin, dữ liệu vận hành ổn định an toàn. Pháp luật phải quy định về trách nhiệm cơ chế thực hiện các hành vi xâm phạm an toàn thông tin mạng nói chung và thông tin phục vụ cho giao dịch thương mại điện tử nói riêng theo hướng dẫn cụ thể, chặt chẽ và minh bạch hơn.

Thứ tư, bảo vệ người tiêu dùng khi tham gia giao dịch thương mại điện tử theo chuẩn mực quốc tế như trong giao dịch thương mại truyền thống

Nếu không có người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử thì thương mại điện tử không tồn tại, việc bảo vệ người tiêu dùng không chỉ đảm bảo các quyền và lợi ích hợp pháp của họ, quan trọng hơn là đảm bảo trật tự an toàn, tạo niềm tin của người tiêu dùng đối với hệ thống pháp luật cũng như đối với vai trò của giao dịch thương mại điện tử. Pháp luật phải quy định đầy đủ cũng như đảm bảo tính khả thi của nguyên tắc từ khi xây dựng, phải tuyên truyền phổ biến, ban hành và thực thi trên thực tế một cách hiệu quả.

Như vậy, để đảm bảo quyền và lợi ích hợp pháp cho các cá nhân, tổ chức hay doanh nghiệp khi tham gia hoạt động giao dịch thương mại điện tử, cần bổ sung thêm quy định đối với các chủ thể là chủ sở hữu các website bán hàng, cung cấp dịch vụ phải có chính sách hỗ trợ tài chính như bảo hiểm đối với khách hàng để tránh những rủi ro cho khách hàng.

Thứ năm, xây dựng ban hành luật giao dịch thương mại điện tử

Cần nghiên cứu để xây dựng ban hành luật giao dịch thương mại điện tử trên cơ sở tổng hợp các nguyên tắc, quy phạm pháp luật trong các ngành luật cùng điều chỉnh quan hệ xã hội. Việc xây dựng ban hành triển khai Luật Giao dịch Thương mại điện tử song hành cùng các nghị định và luật của thương mại điện tử sẽ đảm bảo tính tập trung, thống nhất, đồng bộ, minh bạch, hiệu quả và khả thi cao hơn, tránh tình trạng chồng chéo, không rõ ràng khi thực hiện. Đồng thời, sẽ giúp cho công tác tuyên truyền, phổ biến pháp luật thương mại điện tử sẽ tập trung, dễ hiểu, tạo điều kiện thuận lợi cho người dân có thêm nhiều hiểu biết pháp luật khi tham gia các hoạt động giao dịch thương mại điện tử.

3.2.2 Hoàn thiện cơ chế bảo đảm thực hiện pháp luật giao dịch thương mại điện tử

Thứ nhất, tăng cường năng lực và hiệu quả công tác của cơ quan quản lý nhà nước về giao dịch thương mại điện tử

Hiện nay, Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin là các đơn vị trực thuộc Bộ Công thương thực hiện chức năng tham mưu quản lý nhà nước và tổ chức thực thi pháp luật trong lĩnh vực hoạt động thương mại điện tử... Với vai trò là cơ quan quản lý nhà nước về thương mại điện tử, các cơ quan cần tăng cường hơn trong nhiệm vụ hoàn thiện hạ tầng cho Giao dịch Thương mại điện tử; phổ biến pháp

luật về Giao dịch thương mại điện tử nhằm nâng cao nhận thức của xã hội; phối hợp với các đơn vị liên quan để giải quyết tranh chấp, xử lý các vi phạm trong Giao dịch thương mại điện tử.

Bên cạnh đó, cần chú trọng nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước về Giao dịch thương mại điện tử. Ngày nay, số lượng website bán hàng phát triển rất nhanh nhưng có đăng ký rất ít, ngoài ra trên facebook, zalo cũng được các cá nhân tổ chức sử dụng để thực hiện hành vi Giao dịch thương mại điện tử như quảng cáo, mua bán hàng hóa, dịch vụ hoặc thanh toán điện tử, nên nằm ngoài Tầm kiểm soát của cơ quan chức năng. Để hạn chế các tranh chấp trong lĩnh vực này thì công tác quản lý của cơ quan nhà nước có thẩm quyền có vai trò đặc biệt quan trọng, làm tốt công tác quản lý nhà nước, công tác thanh tra, kiểm tra và xử lý vi phạm trong lĩnh vực này sẽ triệt tiêu tận gốc những những tranh chấp trong Giao dịch Thương mại điện tử hay những hành vi lợi dụng giao dịch TMĐT để lừa đảo.

Ngoài ra, cần nâng cao vai trò và hiệu quả hoạt động của các tổ chức xã hội bảo vệ người tiêu dùng trong việc hỗ trợ thông tin, hướng dẫn và cảnh báo người tiêu dùng về những nguy cơ xâm hại quyền lợi khi giao dịch điện tử nhằm nâng cao nhận thức cũng như trách nhiệm của người tiêu dùng trong việc thực thi pháp luật bảo vệ quyền lợi của họ khi tham gia giao dịch T.thương mại điện tử v.v...

Thứ hai, đào tạo bồi dưỡng nâng cao trình độ của đội ngũ công chức trong các cơ quan quản lý nhà nước

Để đáp ứng được nhu cầu điều chỉnh pháp luật đối với hoạt động giao dịch Thương mại điện tử trong tình hình mới khi nhu cầu xã hội phát triển nhanh chóng, thì đủ ngũ cán bộ cần có chuyên môn sâu về công nghệ thông tin cũng như các kiến thức pháp luật cần thiết đặc biệt là pháp luật có liên quan đến Giao dịch Thương mại điện tử, nhằm đáp ứng được công tác quản lý nhà nước về thương mại điện tử ở trung ương và địa phương.

Thứ ba, tăng cường hợp tác quốc tế về giao dịch Thương mại điện tử

Tuy Việt Nam đã được triển khai thực hiện chính sách phát triển công nghệ thông tin - viễn thông từ rất sớm, nhưng so với các nước phát triển thì chúng ta còn đi sau một quãng đường rất dài. Từ lẽ đó, nhà nước cần có cơ chế khuyến khích các tổ

chức xã hội nghề nghiệp các doanh nghiệp hợp tác với các đối tác nước ngoài tạo môi trường phát triển in thương mại điện tử quốc tế tăng cường hoạt động kinh doanh trực tuyến thông qua biên giới và chuyển giao công nghệ.

Điều hình là chúng ta nên hợp tác, giao kết, mua bán trực tiếp với các cá nhân, tổ chức ở nước ngoài để làm gia tăng hơn và phong phú hơn cho các mặt hàng sản phẩm dịch vụ. Hiện nay, mới có trang thương mại điện tử Shoppe thực hiện điều này, khi giao kết cho trực tiếp cá nhân, tổ chức ở Trung Quốc, Hàn Quốc, Indonexia... bán và ship trực tiếp sản phẩm từ nước ngoài về Việt Nam.

Thứ tư, nâng cao nhận thức và ý thức pháp luật của các chủ thể trong Giao dịch Thương mại điện tử

Việc nâng cao nhận thức và ý thức của các cá nhân, tổ chức tham gia vào hoạt động giao dịch thương mại điện tử phải được tuyên truyền, phổ biến giáo dục thường xuyên, liên tục với nhiều hình thức đa dạng và dễ hiểu để đạt được hiệu quả cao.

Thứ năm, xây dựng chính sách chương trình hỗ trợ cho cộng đồng

Phải có những chính sách phù hợp, xây dựng thương hiệu điện tử, mở rộng mô hình thanh toán điện tử khi giao dịch, áp dụng chữ kí điện tử nhằm giúp doanh nghiệp thay đổi phương thức sản xuất, ứng dụng cách thức quản lý và điều hành tiên tiến.

3.2.3. Nâng cao năng lực cơ chế giải quyết tranh chấp và sửa đổi bổ sung chế tài xử lý vi phạm trong Giao dịch thương mại điện tử

a, Xây dựng cơ chế phát hiện vi phạm trong hoạt động giao dịch thương mại điện tử

Việc xử lý các vi phạm trong hoạt động giao dịch Thương mại điện tử có vai trò quan trọng ngoài việc bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của các bên tham gia, nó còn làm cơ sở răn đe và phòng ngừa nâng cao ý thức của các chủ thể tham gia. Trên thực tế, việc phát hiện các vi phạm bằng cách thanh tra chuyên ngành còn rất hạn chế, chủ yếu là tiếp nhận thông tin vi phạm từ những người tham gia ra hoặc do báo chí, do vậy cơ chế chưa đáp ứng được các yêu cầu về xử lý vi phạm.

Nếu xây dựng được cơ chế phát hiện vi phạm pháp luật trong hoạt động giao dịch Thương mại điện tử phù hợp, hiệu quả thì mới thực hiện tiếp bước xử lý vi phạm.

b, Sửa đổi, chế tài xử lý đối với các hành vi vi phạm pháp luật về Giao dịch Thương mại điện tử

Để đảm bảo tính răn đe và phòng ngừa đối với các vi phạm pháp luật trong hoạt động giao dịch Thương mại điện tử các cơ quan quản lý nhà nước cần phải xây dựng, ban hành và hoàn thiện pháp Luật liên quan để đảm bảo rằng các vi phạm pháp luật trong lĩnh vực này bị phát hiện nhanh chóng. Đồng thời, cần sửa đổi, bổ sung các hình phạt nặng hơn đối với các hành vi vi phạm. Song hành với đó cần xây dựng các chế tài nghiêm khắc đối với đội ngũ cán bộ công chức trong các cơ quan quản lý nhà nước về thương mại điện tử không hoàn thành nhiệm vụ thiếu trách nhiệm hay cố ý làm trái lại dụng trong công tác thanh tra, kiểm tra xử lý vi phạm trong hoạt động giao dịch thương mại điện tử để làm phát phát huy trách nhiệm cá nhân của cán bộ công chức trong lĩnh vực này.

c, Nâng cao năng lực cơ chế giải quyết tranh chấp trong Giao dịch thương mại điện tử

Cần xây dựng cơ chế trình tự thủ tục đơn giản để giải quyết các tranh chấp bằng trọng tài trong hoạt động thương mại điện tử:

- Xây dựng cơ chế giải quyết tranh chấp thông qua các công cụ trực tuyến trong thương mại điện tử
- Quy định cơ chế đại diện thông qua hội bảo vệ người tiêu dung
- Xem xét quy định về thẩm quyền thủ tục rút gọn để giải quyết tranh chấp theo quy định của bộ luật tố tụng dân sự và các luật liên quan

KẾT LUẬN CHƯƠNG III

Suy cho cùng, mục đích của việc nghiên cứu các vấn đề lý luận về pháp luật Giao dịch thương mại điện tử, nghiên cứu đánh giá về thực trạng pháp luật giao dịch thương mại điện tử cũng là nhằm đưa ra các giải pháp để hoàn thiện pháp luật Giao dịch thương mại điện tử, thúc đẩy sự phát triển của thương mại điện tử, đáp ứng nhu cầu của xã hội trong bối cảnh hội nhập nền kinh tế quốc tế. Bởi vậy, việc nghiên cứu để đưa các định hướng hoàn thiện hành lang pháp lý rõ ràng, đầy đủ rất quan trọng và quyết định để các chủ thể tham gia hoạt động giao dịch TMĐT nhận thức rõ về nhiệm vụ và trách nhiệm của mình.

Một hệ thống giao dịch TMĐT phát triển không chỉ nhờ công nghệ, giải pháp kỹ thuật mà đòi hỏi cần phải có một khung pháp lý vững chắc. Như vậy, nhà nước có vai trò quan trọng trong việc tạo điều kiện thuận lợi cho các DN, cá nhân cung ứng dịch vụ và xây dựng hệ thống các văn bản đầy đủ, thống nhất và chặt chẽ để điều chỉnh quan hệ trong giao dịch TMĐT. Nếu thiếu các chế tài, quy phạm PL, các cá nhân, tổ chức hay DN, người tiêu dùng phải gánh chịu những rủi ro và thiếu sự an toàn trong giao dịch điện tử.

KẾT LUẬN

Sau khi thực hiện nghiên cứu đề tài nghiên cứu “ Pháp luật về giao dịch thương mại điện tử ở Việt nam hiện nay”, cho phép tôi rút ra một số kết luận chủ yếu sau :

1. Theo tổ chức thương mại thế giới ,thương mại điện tử gồm sản xuất , quảng cáo , bán hàng và phân phối sản phẩm bằng phương tiện điện tử có kết nối Internet , mạng viễn Thông và các mạng khác, các sản phẩm giao nhận , những thông tin số hoá thông qua mạng Internet và đặc biệt là giao dịch TMĐT. Giao dịch thương mại điện tử là mới hình kinh doanh có mức tăng trưởng nhanh và ngày càng phổ biến . Việc áp dụng giao dịch thương mại điện tử trong hoạt động kinh doanh là xu thế tất yếu trên thế giới và Việt Nam cũng không ngoài xu thế phát triển đó . Việc ứng dụng Internet để mở rộng sản xuất ,kinh doanh đang được nhiều doanh nghiệp Việt Nam quan tâm. Đối tượng và phạm vi điều chỉnh của pháp luật giao dịch thương mại điện tử là các quan hệ thương mại trên các phương tiện điện tử , các vấn đề liên quan mà pháp luật giao dịch thương mại truyền thống không đề cập , bởi vậy, cơ chế điều chỉnh và nội dung pháp luật thương mại điện tử có những đặc trưng riêng . Điều này thể hiện pháp luật phải bảo đảm tính an toàn , hợp pháp, và minh bạch trong hoạt động giao dịch thương mại điện tử...

2. Pháp luật Việt Nam những năm qua 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 ... Có thể nói , các văn bản điều chỉnh liên quan đến hoạt động giao dịch thương mại điện tử mà nhà nước ban hành , đang dần đáp ứng nhu cầu về mặt pháp lý cho việc phát triển thương mại điện tử . Tuy nhiên , để những quy định pháp luật triển khai hiện quả cần có sự hợp tác của doanh nghiệp và người dân. Doanh nghiệp cần làm nhiều hơn mức chuẩn mực chung mà pháp luật quy định để xây dựng lòng tin của người tiêu dùng . Điều này đòi hỏi sự nỗ lực liên tục và lâu dài từ phía doanh nghiệp để xây dựng uy tín và thương hiệu . Bản thân người tiêu dùng góp phần theo dõi , giám sát đảm bảo quyền và lợi ích của mình.

3. Xét cho cùng , mục đích nghiên cứu các vấn đề lý luận giao dịch thương mại điện tử , đánh giá thực trạng pháp luật giao dịch điện tử chính là nhằm đưa ra giải pháp để hoàn thiện pháp luật giao dịch thương mại điện tử nhằm thúc đẩy sự phát triển thương mại điện tử . Đáp ứng nhu cầu xã hội , nâng cao khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp trong bối cảnh hội nhập quốc tế . Việc xây dựng hoàn thiện khung pháp luật ở nước ta cần tiếp cận và hài hoà với các quy định của pháp luật các nước đồng thời cần tiếp cận các chuẩn mực quốc tế . Tuy nhiên, quá trình hoàn thiện pháp luật giao dịch thương mại điện tử cần phải tính những đặc điểm văn hoá, thói quen của người Việt Nam và trình độ phát triển khoa học ở nước ta. Ngoài ra việc xây dựng hoàn thiện pháp luật giao dịch thương mại điện tử đòi hỏi phải có sự chỉ đạo thống nhất, phối hợp chặt chẽ, trình độ hợp lý, có sự quyết liệt cần thiết cho hoạt động lập pháp và lập quy.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt:

1. Đào Anh Tuấn “Quản lý nhà nước về thương mại điện tử” luận án tiến sĩ tại Đại học Kinh tế Quốc dân năm 2014.
2. Hướng dẫn thi hành Nghị định 27/2007/NĐ-CP ngày 23/02/2007
3. Hướng dẫn thi hành Nghị định số 90/2008/NĐ-CP ngày 13/8/2008
4. Hướng dẫn Nghị định số 27/2007/NĐ-CP ngày 23/2/2007 về giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính
5. Hướng dẫn thi hành Nghị định số 26/2007/NĐ-CP quy định chi tiết thi hành Luật Giao dịch điện tử về chữ ký số và Dịch vụ chứng thực chữ ký số
6. Hướng dẫn thi hành Nghị định số 26/2007/NĐ-CP quy định chi tiết thi hành Luật Giao dịch điện tử về chữ ký số và Dịch vụ chứng thực chữ ký số
7. Hướng dẫn Nghị định số 35/2007/NĐ-CP ngày về giao dịch điện tử trong hoạt động Ngân hàng
8. Hướng dẫn Nghị định số 27/2007/NĐ-CP về giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính
9. Hướng dẫn thi hành Nghị định số 27/2007/NĐ-CP về giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính
10. Hướng dẫn thi hành Nghị định số 27/2007/NĐ-CP về giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính
11. Hướng dẫn thi hành Nghị định số 27/2007/NĐ-CP về giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính
12. Hướng dẫn thi hành các quy định về tội phạm trong lĩnh vực thương mại điện tử của Bộ luật hình sự.
13. Hướng dẫn thi hành Nghị định số 101/2012/NĐ-CP về thanh toán không dùng tiền mặt.
14. Luật giao dịch thương mại điện tử 2005 51/2005/QH11
15. Lê Hà Vũ, “ Xây dựng khung pháp lý nhằm phát triển thương mại điện tử ở Việt Nam”, luận văn thạc sĩ trường Đại học Luật Hà Nội năm 2006.
16. Lại Kiên Cường “Phòng ngừa tội phạm trong lĩnh vực thương mại điện tử của lực lượng Công an Nhân dân” Học viện Cảnh sát Nhân dân- Bộ Công an năm 2014.

17. Lê Linh lương “Nghiên cứu ứng dụng thương mại điện tử trong các doanh nghiệp Việt Nam” luận án tiến sĩ kinh tế tại đại học Bách Khoa Hà Nội năm 2003.
18. Nguyễn Văn Thoan “Ký kết và thực hiện hợp đồng điện tử trong điều kiện Việt Nam hội nhập kinh tế quốc tế” luận án tiến sĩ kinh tế tại Đại học Ngoại thương năm 2010.
19. Nguyễn Thị Phương Liên, “Ứng dụng thương mại điện tử trong kinh doanh xuất bản phẩm tại công ty cổ phần sách và thiết bị giáo dục trí tuệ” luận văn tốt nghiệp.
20. Nguyễn Thị Anh Thư, “Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ứng dụng thương mại điện tử trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam” , luận án tiến sĩ kinh tế tại Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh năm 2006.
21. Nguyễn Ngọc Lan, “Thương mại điện tử ở các nước đang phát triển và bài học kinh nghiệm đối với Việt Nam” luận văn.
22. Nguyễn Thanh Tùng “Bất cập trong việc áp dụng chế tài buộc thực hiện đúng hợp đồng minh tạm ngừng thực hiện hợp đồng trong thương mại một số kiến nghị” (tạp chí luật học số 7/2015).
23. Nguyễn Đức Tài, “Giải pháp nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước đảm bảo an toàn trong thương mại điện tử ở Việt Nam”, luận án tiến sĩ chuyên ngành thương mại tại Viện nghiên cứu thương mại bộ Công Thương năm 2013.
24. ND 08/2018/NĐ-CP sửa bổ sung một số nghị định về điều kiện kinh doanh lĩnh vực công thương
25. Trần Văn Biên, “Hợp đồng điện tử theo Pháp luật Việt Nam”, Nxb Tư pháp, Hà Nội năm 2012.
26. Trần Thị Thu Hiền, “ Thương mại điện tử và thực trạng, giải pháp ở Việt Nam” khóa luận, Đại học Ngoại Thương năm 2015.
27. Trần Thanh Điện “Tài liệu hướng dẫn học tập thương mại điện tử” của Đại học Cần Thơ nghiên cứu và biên soạn năm 2013.
28. Thông tư quy định việc quản lý hoạt động kinh doanh trên mạng xã hội nhưng lại không có các chế tài cụ thể cho hành vi vi phạm đối với kinh doanh trên mạng xã hội tại Nghị định 185/2013/NĐ-CP.
29. Thay thế Nghị định số 64/2001/NĐ-CP về hoạt động thanh toán qua các tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán

30. Thay thế Thông tư số 12/2013/TT-BCT quy định thủ tục thông báo, đăng ký và công bố thông tin liên quan đến website thương mại điện tử và hướng dẫn thi hành Nghị định số 52/2013/NĐ-CP về Thương mại điện tử
31. Trách nhiệm của thương nhân, tổ chức cung cấp dịch vụ thương mại điện tử được quy định tại Điều 4 Thông tư số 47/2014/TT-BCT ngày 05/12/2014.
32. TT 59/2015/TT-BCT quản lý hoạt động TMDT qua ứng dụng trên thiết bị di động
33. TT 12/2013/TT-BCT về thủ tục đăng ký, thông báo, công bố web thương mại điện tử
34. Xem Công báo ngày 08/12/2014 của Bộ Tư pháp tại Cổng thông tin điện tử của Bộ Tư pháp
35. Xem Công báo ngày 03/12/2014 của Bộ Tư pháp tại Cổng thông tin điện tử của Bộ Tư pháp.
36. Xem Nghị định 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013 về Thương mại điện tử

Danh mục các Website tham khảo:

- 38.<https://quangcaotruuctuyen24h.vn/nguoi-dung-internet-vietnam/>
- 39.<https://magenest.com/vi/goc-nhin-toan-canh-2019-kinh-te-internet-thuong-mai-dien-tu-viet-nam/>
- 40.<https://dtmconsulting.vn/bao-cao-chi-so-thuong-mai-dien-tu-2019-cua-vecom/>
- 41.<https://www.theindochinaproject.com/giai-phap-dam-bao-an-toan-thong-tin-nham-phat-trien-giao-dich-thuong-mai-dien-tu-mo-hinh-doanh-nghiep-voi-doanh-nghiep-b2-b-tom-tat/>
- 42.https://congytruyenthong.com.vn/thuc-trang-thuong-mai-dien-tu-o-viet-nam-190.html?fbclid=IwAR2NVBuxkKB1jRKbmMnN7q7hJDfVV_bK-V_uIkYEkt6dhmmyzmC61ibhSk4
- 43.<http://vpluatsutranluat.vn/>
- 44.<https://trogiup.chotot.com/nguoi-mua/quy-che-hoat-dong-san-giao-dich-thuong-mai-dien-tu-tren-website-cho-tot/>
- 45.<https://xemtailieu.com/tai-lieu/phap-luat-ve-dieu-kien-giao-dich-chung-trong-hoat-dong-thuong-mai-o-viet-nam-2241280.html>
- 46.<https://tuoitre.vn/truy-vet-nguoi-ban-hang-online-qua-san-thuong-mai-dien-tu-ngan-hang-de-thu-thue-20210406221103553.htm>

47. <http://vietq.vn/them-lo-hang-my-xach-tay-khung-khong-giay-to-ban-livestram-qua-facebook-bi-bat-giu-d184061.html>.
48. <https://danviet.vn/phat-hieu-kho-hang-lau-khung-ban-live-stream-cac-thuong-hieu-gucci-chanel-adidas-tai-lao-cai-20200708021647959.htm>
49. <https://quangcaotructuyen24h.vn/nguoi-dung-internet-vietnam/>
50. <https://magenest.com/vi/goc-nhin-toan-canhh-2019-kinh-te-internet-thuong-mai-dien-tu-viet-nam/>
51. <https://dtmconsulting.vn/bao-cai-chi-so-thuong-mai-dien-tu-2019-cua-vecom/>