

HOÀN THIỆN QUY ĐỊNH PHÁP LUẬT VỀ TRÁCH NHIỆM CỦA NHÀ CUNG CẤP DỊCH VỤ NỀN TẢNG SỐ TRONG VIỆC BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG

■ THS. NGUYỄN THỊ THANH BÌNH*

Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023 được Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam khóa XV thông qua tại Kỳ họp thứ 5 ngày 20/6/2023, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2024. Trong đó, tại khoản 1 Điều 28 của Luật quy định:

“Tổ chức, cá nhân kinh doanh sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ có số lượng lớn người tiêu dùng mua, sử dụng thường xuyên, liên tục, có tác động trực tiếp, lâu dài đến người tiêu dùng phải đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung với cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trước khi sử dụng để giao kết với người tiêu dùng.

Căn cứ vào điều kiện kinh tế - xã hội và nhu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong từng thời kỳ, Thủ tướng Chính phủ ban hành, sửa đổi Danh mục sản phẩm, hàng hóa,

dịch vụ phải đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung theo quy định tại Điều này”.

Đây là quy định được kế thừa từ Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010, thực tiễn để thi hành quy định này.

Tuy nhiên, trong những năm gần đây, thương mại điện tử của Việt Nam gia tăng nhanh chóng, đã và đang trở thành kênh mua sắm quan trọng, thường xuyên, phổ biến của người tiêu dùng. Điều này, đặt ra sự cần thiết phải rà soát các quy định pháp luật, đánh giá rủi ro mà người tiêu dùng phải đối mặt khi mua sắm qua môi trường điện tử, từ đó có sự điều chỉnh, bổ sung kịp thời về chính sách, pháp luật, nhằm nâng cao trách nhiệm của chủ doanh nghiệp trong kinh doanh, đồng thời cũng đáp ứng nhu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

* *Khoa Quản lý Xã hội - Học viện Hành chính Quốc gia*

Ngày 13/01/2012, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 02/2012/QĐ-TTg ban hành danh mục hàng hóa, dịch vụ thiết yếu phải đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung (Quyết định số 02/2012/QĐ-TTg¹).

Trong phạm vi bài viết, tác giả xin phân tích thực tiễn hoạt động kinh doanh trên nền tảng thương mại điện tử thời gian vừa qua, cũng như những đề xuất, kiến nghị trong việc rà soát, hoàn thiện, bổ sung quy định pháp luật nhằm nâng cao trách nhiệm của nhà cung cấp dịch vụ nền tảng số trong việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong bối cảnh thương mại điện tử ngày càng phát triển.

1. Tình hình hoạt động của thị trường thương mại điện tử và những thuận lợi, rủi ro cho người tiêu dùng

Theo số liệu tại Báo cáo thương mại điện tử Việt Nam năm 2023 của Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số (Cục TMĐT&KTS) - Bộ Công Thương về thị trường thương mại điện tử bán lẻ Việt Nam cho thấy một số nét chính như sau²:

(i) Thương mại điện tử năm 2022 tiếp tục là một trong những điểm

sáng trong phát triển kinh tế số, với tốc độ tăng trưởng cao đạt 20% và doanh thu thương mại điện tử bán lẻ (B2C) đạt 16,4 tỷ USD, chiếm 7,5% tổng doanh thu bán lẻ hàng hóa, dịch vụ tiêu dùng của cả nước.

(ii) Số lượng người tiêu dùng mua sắm trực tuyến (ước tính) năm 2021 đạt 54,6 triệu người; năm 2022 đạt 57 triệu người; dự báo con số này sẽ tăng lên 59 - 62 triệu người trong năm 2023.

(iii) Về lựa chọn phương thức mua sắm, 48% người tiêu dùng ưu tiên lựa chọn phương thức mua sắm qua mạng; 15% lựa chọn mua sắm truyền thống và 37% không có sự ưu tiên lựa chọn. Ngoài ra, 93% người tiêu dùng mua sắm trực tuyến lựa chọn sẽ tiếp tục duy trì mua sắm qua mạng trong tương lai.

(iv) Về các kênh mua sắm trực tuyến, 70% người tiêu dùng lựa chọn mua sắm qua website thương mại điện tử, 63% người tiêu dùng lựa chọn mua sắm qua các ứng dụng mua hàng trên thiết bị di động; 65% mua sắm qua diễn đàn mạng xã hội.

(v) Về nhóm doanh nghiệp dẫn đầu thị trường, cũng theo Báo cáo của Cục TMĐT&KTS, nhóm doanh

ngành dẫn đầu thị trường cung cấp dịch vụ thương mại điện tử hiện nay là những doanh nghiệp có yếu tố nước ngoài và có tên tuổi trên thị trường như Công ty TNHH Shopee (website/ứng dụng mua sắm trực tuyến Shopee); Công ty TNHH Grab (website/ứng dụng đặt xe Grab); Công ty TNHH Woowa Brothers Việt Nam (website/ứng dụng đặt, giao đồ ăn Baemin);... Do là nhóm doanh nghiệp dẫn đầu thị trường, nhóm doanh nghiệp này hiện có số lượng lớn (ước tính xấp xỉ 60 triệu) người tiêu dùng lựa chọn khi mua sắm qua mạng, cũng như có sức ảnh hưởng lớn đến thói quen, hành vi mua sắm của người tiêu dùng.

Như vậy, thương mại điện tử tại Việt Nam hiện đang duy trì ở mức độ tăng trưởng cao, đã và đang trở thành kênh mua sắm hiện đại, quan trọng và thường xuyên của người tiêu dùng bên cạnh kênh mua sắm truyền thống nhiều năm qua. Với tốc độ phát triển vượt bậc, thị trường thương mại điện tử Việt Nam đã mang lại nhiều lợi ích cho cộng đồng, xã hội, đặc biệt là lợi ích cho doanh nghiệp và người tiêu dùng - vốn là hai chủ thể chính trong các giao dịch mua sắm tiêu dùng.

Tuy nhiên, với đặc thù là giao dịch mua sắm trực tuyến/trên không gian mạng, người tiêu dùng không được tiếp xúc trực tiếp và kiểm tra chất lượng sản phẩm (cho đến khi đã đồng ý giao kết hợp đồng/đồng ý giao dịch), cũng như không được thực sự tham gia vào quá trình soạn thảo các mẫu hợp đồng, điều khoản giao kết mà hoàn toàn do doanh nghiệp đơn phương soạn thảo, áp dụng với người tiêu dùng.

Môi trường hợp đồng điện tử cung cấp cho doanh nghiệp thêm nhiều cơ hội để đưa ra các điều kiện giao dịch chung theo nhiều cách khác so với hình thức dùng bản in sẵn. Với cách thức giao kết hợp đồng dạng nhấp chuột (click-wrap), doanh nghiệp có thể đưa ra các điều khoản dưới dạng các hộp văn bản cuộn (scrollable textbox), yêu cầu người dùng nhấp chuột vào biểu tượng “Tôi đồng ý” để thể hiện sự đồng ý của họ. Với cái gọi là thỏa thuận duyệt gói (browse-wrap), các điều khoản và điều kiện được thể hiện tại một siêu liên kết (hyper) thường nằm ở cuối màn hình và người dùng có thể đồng ý chỉ bằng cách duyệt trang web.

Vì vậy, dưới góc độ bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, bên cạnh nhiều

lợi ích thiết thực, mua sắm trong giao dịch thương mại điện tử cũng tiềm ẩn những rủi ro như: Vấn nạn hàng giả, hàng nhái, nguy cơ bị lộ thông tin cá nhân, tranh chấp phát sinh từ những giao kết tiêu dùng không rõ ràng, thậm chí mang tính áp đặt, có lợi cho doanh nghiệp hay hành vi khác của doanh nghiệp gây thiệt hại, vi phạm quyền lợi của người tiêu dùng.

2. Chính sách, pháp luật hiện hành liên quan đến thương mại điện tử, kinh doanh trên nền tảng số và tình hình thi hành pháp luật về thương mại điện tử liên quan đến bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Khung pháp lý cơ bản về thương mại điện tử tại Việt Nam hiện nay bao gồm các văn bản quy phạm pháp luật, chủ yếu như sau: Luật Giao dịch điện tử năm 2023; các văn bản hướng dẫn thi hành Luật Giao dịch điện tử và Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Ngoài ra, lĩnh vực thương mại điện tử còn được điều chỉnh trong các văn bản quy phạm pháp luật khác có liên quan như: Luật Thương mại năm 2005; Luật Công nghệ thông tin năm 2006; Luật Viễn thông năm 2009; Luật Bảo

vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023; Luật Quảng cáo năm 2012; Luật Doanh nghiệp năm 2020; Bộ luật Dân sự năm 2015; Luật Quản lý ngoại thương năm 2017; Luật An ninh mạng năm 2018...

Việc tuân thủ pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng về hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung trong lĩnh vực thương mại điện tử:

- Thực hiện chức năng quản lý nhà nước về kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung theo pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, thời gian qua, Bộ Công Thương đã thực hiện hoạt động giám sát chuyên đề về theo dõi thi hành pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng về kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung đối với một số doanh nghiệp trong lĩnh vực thương mại điện tử. Theo đó, trên cơ sở thu thập tài liệu là các hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung do doanh nghiệp ban hành và áp dụng với khách hàng (trong đó có người tiêu dùng) trong giao dịch điện tử nhận thấy, đánh giá về mức độ tuân thủ pháp luật của một số doanh nghiệp trong các điều kiện giao dịch chung do

doanh nghiệp ban hành còn chưa cao, trong đó có nhiều nội dung/điều khoản được doanh nghiệp quy định theo hướng có lợi cho doanh nghiệp, thậm chí có nhiều nội dung/điều khoản vi phạm quy định của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

- Một số nhóm nội dung vi phạm chủ yếu bao gồm:

+ Nhóm điều khoản vi phạm về tính rõ ràng, dễ hiểu theo quy định tại khoản 2 Điều 23 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023. Ví dụ: có những câu chữ, những cụm từ được ghi trong hợp đồng là: “Theo quy định/theo yêu cầu của công ty trong từng thời kỳ... theo đánh giá của Công ty, các chi phí khác, các biện pháp khác”. Việc quy định những cụm từ nêu trên đã dẫn đến hệ quả pháp lý là loại trừ trách nhiệm của doanh nghiệp hoặc chứa đựng nội dung quy phạm dẫn chiếu quá rộng lớn mà người tiêu dùng khó có thể chứng minh được tính chất lỗi khi tham gia vào các giao dịch này.

+ Nhóm điều khoản không được phép quy định trong hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung theo quy định tại Điều 25 Luật Bảo vệ

quyền lợi người tiêu dùng năm 2023. Ví dụ, có những câu chữ, những cụm từ được ghi trong hợp đồng là: “Bạn phải hoàn toàn chịu trách nhiệm với mọi hoạt động dưới tên đăng nhập/tên truy cập... của mình, ngay cả những hoạt động hoặc những việc đó không do bạn thực hiện. Công ty không chịu bất cứ tổn thất, trách nhiệm hoặc thiệt hại nào phát sinh từ việc sử dụng trái phép nào liên quan đến mật khẩu đăng nhập/truy cập từ việc không tuân thủ điều này của người sử dụng”. Với quy định như vậy, quyền bình đẳng trong giao dịch dân sự bị xâm phạm, nhà cung cấp thương mại điện tử đơn phương xác định khách hàng là chủ thể hoàn toàn chịu trách nhiệm với mọi hoạt động bằng tài khoản của mình, kể cả trong trường hợp khách hàng không tự đăng nhập. Điều này đã loại trừ trách nhiệm của doanh nghiệp kể cả trong trường hợp lỗi xuất phát từ doanh nghiệp như không bảo đảm an ninh mạng nội bộ, bị hacker hoặc do lỗi kỹ thuật.

+ Các nhóm nội dung vi phạm về bảo mật thông tin của người tiêu dùng; vi phạm về trách nhiệm bảo hành hàng hóa; vi phạm về việc xác định thời điểm áp dụng của điều

kiện giao dịch chung. Trong các nhóm vi phạm trên, có thể thấy, phổ biến nhất là các nội dung/điều khoản chung chung, thiếu rõ ràng trong chính sách của doanh nghiệp cung cấp dịch vụ thương mại điện tử, đặc biệt không có sự phân định cụ thể liên quan đến phạm vi quyền và trách nhiệm của từng bên trong giao dịch, ví dụ như bên bán hàng, bên mua hàng (người tiêu dùng), bên cung cấp dịch vụ thương mại điện tử, bên giao hàng, bên vận chuyển, bên cung cấp dịch vụ kết nối vận chuyển trực tuyến, bên cung cấp dịch vụ kết nối cho vay (mô hình kinh tế chia sẻ). Với đặc thù của loại hình dịch vụ này là sự tham gia của nhiều hơn hai chủ thể kinh doanh, việc tồn tại những quy định thiếu tính rõ ràng, thậm chí không công bằng sẽ dẫn đến những rủi ro, ảnh hưởng đến quyền lợi chính đáng của người tiêu dùng.

3. Sự cần thiết và kiến nghị bổ sung nhóm giao dịch hàng hóa, dịch vụ hình thành trên nền tảng số trong lĩnh vực thương mại điện tử vào danh mục phải đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung

Theo báo cáo của Bộ Công Thương, thương mại toàn cầu có dấu hiệu suy giảm trong năm 2023 và quý I/2024, kéo theo chi phí về vận chuyển hàng cũng gia tăng. Trong bối cảnh đó, thương mại điện tử và kinh tế số Việt Nam tiếp tục là một trong những điểm sáng trong phát triển kinh tế - xã hội.

Tổng giá trị hàng hóa (GMV) của Việt Nam dự kiến đạt tỷ lệ tăng trưởng kép năm ở mức 20%, từ 30 tỷ USD vào năm 2023 lên gần 45 tỷ USD vào năm 2025. Đặc biệt, tăng trưởng GMV trong 2 năm tới của kinh tế số tại Việt Nam sẽ được dẫn dắt bởi lĩnh vực thương mại điện tử.

Về phía người tiêu dùng, ước tính số lượng người tiêu dùng mua sắm trực tuyến năm 2022 đạt 57 triệu người. Trong đó, 70% người tiêu dùng lựa chọn kênh mua sắm trực tuyến thông qua website thương mại điện tử; 65% người tiêu dùng mua sắm qua mạng xã hội và 63% người tiêu dùng mua sắm qua ứng dụng mua hàng trên thiết bị di động.

Như vậy, với tốc độ số hóa và ứng dụng công nghệ thông tin ngày càng cao, TMĐT hay kinh doanh trên không gian mạng ngày càng được hầu hết các doanh nghiệp và người

dân lựa chọn trong các giao dịch kinh doanh, trong đó có kinh doanh tiêu dùng.

Trong bối cảnh đó, việc thiếu vắng cơ chế kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung mà doanh nghiệp cung cấp dịch vụ thương mại điện tử, đặc biệt là những doanh nghiệp dẫn đầu thị trường, soạn thảo trước khi áp dụng với người tiêu dùng có thể dẫn đến nhiều rủi ro khi mà người tiêu dùng không được trực tiếp tiếp xúc, kiểm tra sản phẩm, hàng hóa, cũng không được thực sự tham gia thỏa thuận về các nội dung của hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung mà doanh nghiệp áp dụng trong giao dịch.

Điều này có thể dẫn đến hệ quả là, khi đã chấp nhận giao dịch, người

tiêu dùng có thể (có nguy cơ) phải nhận những hàng hóa, dịch vụ không mong muốn và cũng không thể yêu cầu doanh nghiệp bảo hành, đổi, trả hàng hóa, lấy lại tiền... một khi đã bị ràng buộc bởi những điều khoản bất lợi do doanh nghiệp ban hành.

Do vậy, đề xuất bổ sung “dịch vụ nền tảng số trung gian quy mô lớn hoặc rất lớn cung cấp dịch vụ thương mại điện tử” vào trong danh mục phải đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung theo Quyết định của Thủ tướng Chính phủ là cần thiết, nhằm tạo cơ chế kiểm soát hoạt động thương mại điện tử lành mạnh, đáp ứng yêu cầu phát triển, đồng thời đáp ứng yêu cầu thực hành kinh doanh có trách nhiệm của doanh nghiệp trong giai đoạn tới □

1. Quyết định số 35/2015/QĐ-TTg ngày 20/8/2015 của Thủ tướng Chính phủ về việc sửa đổi, bổ sung Quyết định số 02/2012/QĐ-TTg ngày 13/01/2012 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Danh mục hàng hóa, dịch vụ thiết yếu phải đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung (Quyết định số 35/2015/QĐ-TTg); Quyết định số 38/2018/QĐ-TTg ngày 05/9/2018 của Thủ tướng Chính phủ sửa đổi Quyết định số 35/2015/QĐ-TTg; Quyết định số 25/2019/QĐ-TTg ngày 13/8/2019 của Thủ tướng Chính phủ sửa đổi Quyết định số 35/2015/QĐ-TTg.

2. Báo cáo số 32/BC-BCT ngày 21/12/2024 về tổng kết kết quả kiểm soát thực hiện hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung theo quy định của Luật Bảo vệ người tiêu dùng năm 2010.