

GIẢI PHÁP NGĂN NGỪA VI PHẠM ĐẠO ĐỨC TRONG KINH DOANH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TẠI VIỆT NAM

● **NGÔ THÀNH NAM**

TÓM TẮT:

Trong những năm qua, thương mại điện tử ngày càng mở rộng, trở thành phương thức kinh doanh phổ biến. Với sự đồng bộ và thuận lợi về hành lang pháp lý, hạ tầng internet, công nghệ thông tin và truyền thông, giao thông vận tải, chuỗi cung ứng,... thương mại điện tử mang lại nhiều lợi nhuận cho doanh nghiệp, sự tiện lợi cho người tiêu dùng và đóng góp vào nền kinh tế đất nước. Tuy nhiên, sự phát triển bùng nổ của thương mại điện tử cũng nảy sinh nhiều vi phạm về pháp luật và chuẩn mực đạo đức kinh doanh, gây ảnh hưởng xấu đến môi trường kinh doanh và làm suy giảm niềm tin và lợi ích của người tiêu dùng. Trong bài viết này, tác giả tiến hành phân tích bối cảnh phát triển thương mại điện tử và thực trạng tuân thủ đạo đức trong kinh doanh thương mại điện tử tại Việt Nam, từ đó đưa ra một số giải pháp phù hợp cho các bên liên quan.

Từ khóa: thương mại điện tử, kinh doanh trực tuyến, đạo đức kinh doanh, kinh tế số.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh kinh doanh hiện nay, đặc biệt là trong lĩnh vực thương mại điện tử, đạo đức kinh doanh đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng và duy trì niềm tin của khách hàng. Việc tuân thủ các chuẩn mực đạo đức giúp doanh nghiệp xây dựng uy tín, tạo sự khác biệt so với các đối thủ cạnh tranh và duy trì mối quan hệ bền vững với khách hàng.

Trong khi đó, thương mại điện tử đang phát triển rất mạnh mẽ trên thế giới, trong đó có Việt Nam. Sự phát triển này đóng góp lớn cho sự tăng trưởng kinh tế, nâng cao chất lượng đời sống của người dân, nhưng đồng thời cũng có nhiều hệ lụy. Sự gia tăng của các hoạt động mua sắm trực tuyến đã dẫn đến nhiều vấn đề liên quan đến vi phạm đạo đức như lừa đảo, thông tin sai lệch và bảo mật thông tin cá nhân,... Môi trường kinh doanh thương mại điện tử

có tính phức tạp, đa dạng, liên quan đến nhiều thực thể trong xã hội. Việc ngăn ngừa vi phạm đạo đức kinh doanh trong lĩnh vực này, vì thế, cũng cần xét trên nhiều khía cạnh khác nhau.

Do đó, trong bài viết này, tác giả phân tích thực trạng, từ đó đề xuất các giải pháp ngăn ngừa vi phạm đạo đức trong kinh doanh thương mại điện tử tại Việt Nam cho nhiều bên liên quan. Các giải pháp này không chỉ giúp các doanh nghiệp nâng cao uy tín và thu hút khách hàng mà còn bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng, góp phần tạo ra môi trường kinh doanh lành mạnh, công bằng và bền vững.

2. Thực trạng thương mại điện tử Việt Nam hiện nay

Thương mại điện tử đóng vai trò ngày càng quan trọng trong nền kinh tế Việt Nam, đem lại những

đóng góp to lớn cho sự phát triển kinh tế và xã hội của đất nước.

Theo thống kê từ Bộ Công Thương, doanh thu bán lẻ hàng hóa trực tuyến năm 2023 đạt 16 tỷ USD, tăng 11% so với năm 2022, dự báo đạt 24 tỷ USD vào năm 2025, tăng 22% [2].

Trong năm 2023, Việt Nam được xếp vào top 10 thị trường thương mại điện tử có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất trên toàn cầu. Chỉ tính riêng trên 5 sàn thương mại điện tử, doanh thu từ các giao dịch giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng qua nền tảng internet đã đạt 20,5 tỷ USD, với hơn 2,2 tỷ đơn vị sản phẩm được giao thành công [4].

Sự phát triển mạnh mẽ của thương mại điện tử là do các yếu tố thúc đẩy:

- *Chính sách của Nhà nước*: Luật Giao dịch điện tử, Luật Công nghệ thông tin và các văn bản pháp lý liên quan đã tạo ra hành lang pháp lý đầy đủ cho thương mại điện tử. Chính phủ liên chính, kiến tạo đã đưa ra các chính sách hỗ trợ, thúc đẩy sự phát triển của thương mại điện tử, bao gồm: ưu tiên phát triển hạ tầng công nghệ thông tin và truyền thông, đặc biệt là đường truyền internet và công nghệ mạng không dây tốc độ cao 4G, 5G; hạ tầng giao thông, cảng biển. “Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030” với mục tiêu phát triển Chính phủ số, kinh tế số, xã hội số [5]; Quyết định số 319/QĐ-TTg ngày 29/3/2023 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt “Đề án chống hàng giả và bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử đến năm 2025” cũng là những hành động cụ thể, quyết liệt góp phần quan trọng cho sự phát triển lành mạnh của thương mại điện tử tại Việt Nam [6].

- *Sự phổ biến của internet và thiết bị điện tử*: Tỷ lệ người dùng Internet tham gia mua sắm trực tuyến đạt 78% vào năm 2023. Số lượng người tiêu dùng mua sắm trực tuyến liên tục tăng qua các năm, đạt các mức 54,6; 57,0 và 61 triệu người vào các năm 2021-2023 [2]. Chính sự gia tăng đáng kể trong số người sử dụng internet và điện thoại thông minh đã tạo ra một nền tảng rộng lớn cho sự phát triển của thương mại điện tử. Ngoài ra, khả năng kết nối của internet, nền tảng mạng xã hội, công nghệ phát video trực tuyến giúp bên bán dễ dàng tiếp cận khách hàng ở mọi nơi trên thế giới mà không bị giới hạn bởi địa lý.

- *Tiện ích và sự thuận tiện cho người tiêu dùng*: Theo số liệu điều tra, có 57% người tiêu dùng quan tâm hàng đầu đến sự đa dạng của hàng hóa, 32% quan tâm đến chính sách khuyến mại [2]. Với sự đa

dạng của các sản phẩm giao dịch thương mại điện tử và các nền tảng mạng xã hội gồm Lazada, Sendo, Tiki, Tiktok, Zalo, Facebook đã giúp người tiêu dùng có nhiều khả năng lựa chọn khi mua sắm trực tuyến. Khách hàng có thể mua sắm từ bất kỳ đâu và vào bất kỳ thời điểm nào, chỉ cần có kết nối internet với nhiều sự lựa chọn hàng hóa đa dạng, nhiều chính sách giảm giá, khuyến mại. Điều này giúp tiết kiệm thời gian và nỗ lực so với việc mua sắm tại các cửa hàng truyền thống.

- *Sự phát triển của dịch vụ thanh toán trực tuyến*: Các phương thức thanh toán trực tuyến như thẻ tín dụng, ví điện tử, chuyển khoản ngân hàng đã trở nên phổ biến và an toàn hơn. Điều này làm giảm rào cản trong quá trình thanh toán trực tuyến và tăng cường sự tin tưởng của người tiêu dùng.

3. Những vấn nạn về đạo đức kinh doanh trong thương mại điện tử

Theo kết quả khảo sát, 48% người tiêu dùng trực tuyến quan tâm đến hàng hóa chính hãng, chất lượng; 40% quan tâm đến uy tín của bên bán. Tuy nhiên, 54% khách hàng cho rằng chất lượng hàng hóa trực tuyến kém so với quảng cáo, mô tả. Ngoài ra, 21% khách hàng thì đánh giá chất lượng dịch vụ vận chuyển và giao hàng kém. [2]

Chính bản thân tác giả cũng đã nhiều lần không hài lòng khi nhận hàng hóa kém xa chất lượng so với hình ảnh, video và văn bản mô tả của bên bán trên sàn giao dịch thương mại điện tử. Trong khi đó, các đánh giá của người tiêu dùng trên gian hàng của người bán lại là 4 đến 5 sao hoặc các lời phản hồi tích cực. Chứng tỏ những đánh giá này là ảo, được tạo lập nhằm đánh lừa người mua.

Hơn nữa, lý do chưa mua hàng trực tuyến vì sợ lộ thông tin cá nhân hay chất lượng hàng hóa khó kiểm định chiếm 29%; do không tin tưởng bên bán chiếm 24% [2].

Những số liệu này chứng tỏ việc vi phạm đạo đức kinh doanh của bên bán hàng trực tuyến là những nguyên nhân rất quan trọng thu hút khách hàng hay gây mất lòng tin và sự không hài lòng của người tiêu dùng.

Tình trạng hàng giả, hàng kém chất lượng, hàng nhập lậu và hàng không rõ nguồn gốc xuất xứ được rao bán tràn lan trên mạng internet và các nền tảng giao dịch trực tuyến đang trở thành vấn đề nhức nhối của xã hội [3]. Điều này không chỉ ảnh hưởng đến quyền lợi của người tiêu dùng mà còn tác động tiêu cực đến môi trường đầu tư kinh doanh và gây thất thu ngân sách.

Trong nửa đầu năm 2024, Cục Quản lý thị trường Thành phố Hồ Chí Minh đã kiểm tra và xử lý 54 vụ vi phạm liên quan đến thương mại điện tử. Ngoài ra, cơ quan chức năng còn xử lý các hành vi vi phạm như kinh doanh hàng hóa nhập lậu, hàng không rõ nguồn gốc xuất xứ và hàng hóa vi phạm quyền đối với nhãn hiệu [1].

Từ những thực tế trên, cần có những giải pháp đồng bộ, phù hợp và hiệu quả cho nhiều bên liên quan để ngăn ngừa kịp thời những hành vi vi phạm đạo đức kinh doanh; tạo điều kiện thuận lợi thúc đẩy sự phát triển nhanh, lành mạnh, bền vững của thương mại điện tử tại Việt Nam.

4. Giải pháp ngăn ngừa hành vi vi phạm đạo đức kinh doanh

Trước các vấn nạn về đạo đức kinh doanh trong thương mại điện tử tại Việt Nam hiện nay, bài nghiên cứu đề xuất một số giải pháp nhằm ngăn ngừa hành vi vi phạm đạo đức kinh doanh trong thời gian tới. Cụ thể:

- *Tăng cường công tác tuyên truyền, giáo dục về pháp luật và đạo đức kinh doanh:* Các cơ sở đào tạo cần đưa nội dung về pháp luật và đạo đức kinh doanh vào giảng dạy trong các ngành học có liên quan đến kinh doanh thương mại điện tử; đồng thời các hiệp hội nghề nghiệp về thương mại điện tử cũng cần có các hội thảo chuyên đề, phổ biến, tuyên truyền về pháp luật và đạo đức kinh doanh cho các hội viên; cơ quan có thẩm quyền, tổ chức liên quan cần nghiên cứu soạn thảo và công bố bộ quy tắc ứng xử trong kinh doanh thương mại điện tử như là các chuẩn mực cụ thể để soi rọi, giúp nâng cao nhận thức và thống nhất hành động để xây dựng cộng đồng kinh doanh thương mại điện tử có đạo đức, có tinh thần trách nhiệm với xã hội.

- *Định danh bán hàng trực tuyến:* Cơ quan Nhà nước có thẩm quyền cần thiết phải áp dụng các chính sách và triển khai sớm việc định danh điện tử cho tất cả cá nhân, hộ gia đình, tổ chức và doanh nghiệp tham gia bán hàng trực tuyến, không chỉ trên các sàn giao dịch điện tử mà còn trên các nền tảng mạng xã hội và các trang web khác. Điều này giúp nâng cao công tác quản lý và gia tăng khả năng phòng chống gian lận, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Việc định danh này giúp cung cấp một hồ sơ bán hàng công khai để lưu giữ mọi đánh giá và phản hồi từ khách hàng. Điều này giúp người tiêu dùng có cơ sở để đưa ra quyết định mua hàng từ người bán, đồng thời tăng cường sự trung thực và minh bạch trong hoạt động kinh doanh; là căn cứ để xử lý đích danh các đối

trợng vi phạm pháp luật, giúp đảm bảo sự công bằng và xây dựng lòng tin.

- *Cơ chế đánh giá sản phẩm từ bên độc lập:* Khuyến khích các tổ chức, cá nhân độc lập có uy tín và chuyên môn đánh giá sản phẩm và công bố công khai, cụ thể kết quả đánh giá đó giúp người tiêu dùng có căn cứ để cân nhắc, lựa chọn trước khi mua hàng trực tuyến. Đồng thời, cần quy định mọi hàng hóa được niêm yết để bán hàng trực tuyến đều phải có kết quả đánh giá từ bên độc lập. Đây cũng là tiền đề để hình thành các công ty, tổ chức đánh giá sản phẩm độc lập, tương tự như kiểm toán độc lập trong lĩnh vực tài chính kế toán. Ngoài ra, cần có các biện pháp kỹ thuật để phân tích, thẩm định lại các đánh giá, phản hồi từ khách hàng trên các sàn giao dịch thương mại điện tử nhằm ngăn chặn các đánh giá ảo; đưa ra dấu hiệu cảnh báo cho người tiêu dùng và xử lý các gian hàng tạo lập kết quả đánh giá gian dối.

- *Chỉ số uy tín và giám sát cộng đồng:* Cơ quan, tổ chức liên quan cần nghiên cứu xây dựng hệ tiêu chí đánh giá và tính toán chỉ số uy tín tổng hợp về bán hàng trực tuyến cho mỗi thực thể được định danh. Kết quả đánh giá hàng năm được công bố công khai trên gian hàng và gửi về chính quyền địa phương, khu dân cư để thực hiện giám sát cộng đồng. Điều này giúp nâng cao tính tự trọng và ý thức tự giác trong việc tuân thủ pháp luật, đạo đức kinh doanh của người kinh doanh thương mại điện tử.

5. Kết luận

Trong bối cảnh thương mại điện tử phát triển mạnh mẽ tại Việt Nam, việc duy trì đạo đức kinh doanh không chỉ là yêu cầu cần thiết mà còn là yếu tố then chốt để xây dựng lòng tin và uy tín với khách hàng. Những vấn đề đạo đức như lừa đảo, thông tin sai lệch và vi phạm bảo mật thông tin cá nhân đã trở thành thách thức lớn đối với môi trường kinh doanh trực tuyến.

Các giải pháp đề xuất trong bài viết, từ việc tuyên truyền giáo dục về pháp luật và đạo đức kinh doanh, định danh bán hàng trực tuyến, cơ chế đánh giá sản phẩm từ bên độc lập, đến xây dựng chỉ số uy tín và giám sát cộng đồng, đều hướng tới mục tiêu tạo ra một môi trường thương mại điện tử minh bạch, công bằng và bền vững.

Việc thực hiện đồng bộ các giải pháp này không chỉ giúp bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng, nâng cao uy tín của doanh nghiệp mà còn thúc đẩy sự phát triển lành mạnh của ngành thương mại điện tử tại Việt Nam■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Anh Tuấn (2024). Ngăn chặn buôn lậu, gian lận trong hoạt động thương mại điện tử. Truy cập tại: <https://nhandan.vn/ngan-chan-buon-lau-gian-lan-trong-hoat-dong-thuong-mai-dien-tu-post814224.html>.
2. Bộ Công Thương (2023). Sách trắng thương mại điện tử Việt Nam năm 2023. Truy cập tại: <https://valoma.vn/wp-content/uploads/2024/05/BCTMDT2023-file-31-1-pdf.pdf>
3. Đông Mai (2023). "Muôn hình vạn trạng" gian lận trên môi trường thương mại điện tử. Truy cập tại: <https://thoibaotaichinhvietnam.vn/muon-hinh-van-trang-gian-lan-tren-moi-truong-thuong-mai-dien-tu-135955-135955.html>
4. Minh Phương (2023). Minh bạch định danh người bán hàng online, lợi đủ đường. Truy cập tại <https://dangcongsan.vn/cung-ban-luan/minh-bach-dinh-danh-nguoi-ban-hang-online-loi-du-duong-667422.html>
5. Thủ tướng Chính phủ (2020). Quyết định số 749/QĐ-TTg về việc phê duyệt “Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2023, định hướng đến năm 2030”
6. Thủ tướng Chính phủ (2023). Quyết định số 319/QĐ-TTg về việc phê duyệt "Đề án chống hàng giả và bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử đến năm 2025".

Ngày nhận bài: 3/4/2024

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 18/4/2024

Ngày chấp nhận đăng bài: 6/5/2024

Thông tin tác giả:

NGÔ THÀNH NAM

Khoa Kinh tế và Quản lý, Trường Đại học Điện lực

SOLUTIONS FOR PREVENTING ETHICAL VIOLATIONS IN E-COMMERCE BUSINESS IN VIETNAM

● NGO THANH NAM

Faculty of Economics and Management, Electric Power University

ABSTRACT:

Recently, e-commerce has rapidly expanded and become a prevalent mode of business. Supported by a cohesive legal framework, internet infrastructure, information and communication technology, transportation, and supply chains, e-commerce offers substantial profits for businesses, convenience for consumers, and contributes to the national economy. However, the explosive growth of e-commerce has also led to numerous legal and ethical violations, adversely affecting the business environment and diminishing consumer trust and benefits. This article analyzes the development context of e-commerce and the current state of ethical compliance in e-commerce business in Vietnam, and proposes several solutions for relevant stakeholders.

Keywords: e-commerce, online business, business ethics, digital economy.