

BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG DỄ BỊ TỔN THƯƠNG TRONG CÁC GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ: THỰC TRẠNG VÀ MỘT SỐ KIẾN NGHỊ

● NGUYỄN HỮU ĐIỆP

TÓM TẮT:

Bài viết phân tích thực trạng bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng dễ bị tổn thương trong giao dịch thương mại điện tử (TMĐT), như người già, trẻ em và người khuyết tật. Họ thường gặp rủi ro từ gian lận, quảng cáo không trung thực và lạm dụng thông tin cá nhân do thiếu các quy định pháp lý bảo vệ. Từ đó, bài viết đề xuất hoàn thiện hệ thống pháp luật, tăng cường truyền thông và nhận thức về quyền lợi người tiêu dùng, minh bạch thông tin từ doanh nghiệp và xây dựng cơ chế bảo vệ thông tin cá nhân, nhằm tạo môi trường giao dịch an toàn, bảo vệ tốt hơn quyền lợi của người tiêu dùng yếu thế.

Từ khóa: người tiêu dùng dễ bị tổn thương, thương mại điện tử, bảo vệ quyền lợi, gian lận trực tuyến.

1. Đặt vấn đề

Bài viết phân tích thực trạng và đề xuất giải pháp để bảo vệ nhóm người tiêu dùng dễ bị tổn thương - bao gồm người già, trẻ em, người khuyết tật..., và người có hạn chế về tài chính hoặc công nghệ - trong môi trường TMĐT¹. Trong bối cảnh giao dịch trực tuyến ngày càng phổ biến, nhóm người tiêu dùng này phải đối mặt với nhiều rủi ro như gian lận, thông tin sai lệch và thiếu kiến thức để bảo vệ quyền lợi của mình. Họ dễ bị lôi kéo bởi các quảng cáo không trung thực, gặp khó khăn trong việc hiểu rõ các điều khoản giao dịch và dễ gặp phải tình trạng lạm dụng thông tin cá nhân.

Bài viết nhấn mạnh những lỗ hổng pháp lý trong việc bảo vệ người tiêu dùng dễ bị tổn thương, bao gồm việc thiếu các quy định cụ thể và hệ thống hỗ trợ cho nhóm người này khi gặp rủi ro. Ngoài ra, hệ

thống xử lý khiếu nại và truy cứu trách nhiệm đối với các bên tham gia giao dịch TMĐT vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu bảo vệ quyền lợi cho nhóm người này một cách toàn diện.

Dựa trên thực trạng đã phân tích, bài viết đưa ra một số kiến nghị như hoàn thiện hành lang pháp lý, tăng cường truyền thông và nâng cao nhận thức cho người tiêu dùng về quyền lợi của họ, cũng như xây dựng cơ chế bảo vệ thông tin cá nhân hiệu quả hơn. Đồng thời, cần có các quy định cụ thể đối với doanh nghiệp về việc minh bạch thông tin sản phẩm, dịch vụ và các chính sách bảo vệ người tiêu dùng dễ bị tổn thương trong TMĐT. Những giải pháp này nhằm tạo ra một môi trường giao dịch an toàn và công bằng hơn, giúp bảo vệ quyền lợi của tất cả người tiêu dùng, đặc biệt là nhóm dễ bị tổn thương.

2. Thực trạng bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng dễ bị tổn thương trong các giao dịch thương mại điện tử ở Việt Nam hiện nay

Thực trạng bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng dễ bị tổn thương trong giao dịch TMĐT tại Việt Nam hiện nay đang đặt ra nhiều vấn đề cần lưu tâm, đặc biệt trong bối cảnh các quy định pháp luật và thực thi pháp luật còn tồn tại nhiều bất cập. TMĐT phát triển mạnh mẽ đã đem lại nhiều tiện ích nhưng cũng làm phát sinh các rủi ro mới, ảnh hưởng không nhỏ đến người tiêu dùng, đặc biệt là nhóm dễ bị tổn thương². Nhóm này bao gồm người cao tuổi, người khuyết tật, trẻ em, người dân tộc thiểu số, phụ nữ mang thai, người mắc bệnh hiểm nghèo và thành viên các hộ nghèo, là những người có khả năng bị tác động bất lợi do hạn chế về tiếp cận thông tin, sức khỏe, tài sản và khả năng giải quyết tranh chấp.

Trước hết, các quy định pháp luật hiện hành về bảo vệ người tiêu dùng tại Việt Nam tuy đã được xây dựng, nhưng vẫn còn thiếu các quy định chi tiết nhằm bảo vệ nhóm người tiêu dùng dễ bị tổn thương trong TMĐT. Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010 là văn bản chính, quy định các quyền và nghĩa vụ cơ bản của người tiêu dùng, như quyền được bảo vệ an toàn, quyền được cung cấp thông tin chính xác và quyền khiếu nại, tố cáo. Tuy nhiên, Luật này vẫn chưa có điều khoản riêng cho nhóm người tiêu dùng dễ bị tổn thương, không phân biệt giữa các nhóm người tiêu dùng với nhau, dẫn đến thiếu tính đặc thù trong bảo vệ quyền lợi cho từng nhóm đối tượng. Việc quy định chung này khiến nhóm người dễ bị tổn thương không nhận được sự bảo vệ đặc biệt cần thiết khi gặp phải các vấn đề trong giao dịch trực tuyến.³

Nhằm khắc phục tình trạng ở trên và bảo vệ quyền lợi của nhóm người tiêu dùng có yếu tố đặc thù, dễ chịu tổn thương hơn các nhóm người tiêu dùng khác trong quá trình giao dịch, Luật mới xác định 07 nhóm người tiêu dùng dễ bị tổn thương, cùng với đó, quy định trách nhiệm đặc thù của tổ chức, cá nhân kinh doanh trong việc bảo vệ quyền lợi của nhóm người tiêu dùng dễ bị tổn thương, bao gồm:

“1. Người tiêu dùng dễ bị tổn thương là người tiêu dùng có khả năng chịu nhiều tác động bất lợi về tiếp cận thông tin, sức khỏe, tài sản, giải quyết tranh

chấp tại thời điểm mua hoặc sử dụng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ, bao gồm:

- a) Người cao tuổi theo quy định của pháp luật về người cao tuổi;*
- b) Người khuyết tật theo quy định của pháp luật về người khuyết tật;*
- c) Trẻ em theo quy định của pháp luật về trẻ em;*
- d) Người dân tộc thiểu số; người sinh sống tại vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi, hải đảo, vùng có điều kiện kinh tế - xã hội khó khăn, vùng có điều kiện kinh tế - xã hội đặc biệt khó khăn theo quy định của pháp luật;*
- đ) Phụ nữ đang mang thai hoặc nuôi con dưới 36 tháng tuổi;*
- e) Người bị bệnh hiểm nghèo theo quy định của pháp luật;*
- g) Thành viên hộ nghèo theo quy định của pháp luật.”⁴*

Cùng với đó văn bản luật này cũng bổ sung trách nhiệm cụ thể của từng UBND cấp tỉnh, huyện và xã. Bổ sung để làm rõ trách nhiệm của các cơ quan quản lý nhà nước, UBND cấp tỉnh trong việc: xây dựng cơ sở dữ liệu thông tin quốc gia về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; thực hiện việc giao nhiệm vụ cho tổ chức xã hội có tôn chỉ, mục đích tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, xây dựng cơ chế phối hợp bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại trung ương và tại địa phương.

Bên cạnh đó, Nghị định số 52/2013/NĐ-CP về TMĐT là một văn bản quan trọng trong việc quy định các hoạt động TMĐT tại Việt Nam, bao gồm quyền và nghĩa vụ của các bên tham gia giao dịch trực tuyến. Tuy nhiên, Nghị định này cũng không có quy định riêng dành cho người tiêu dùng dễ bị tổn thương. Việc thiếu quy định chi tiết về việc bảo vệ quyền lợi cho nhóm người này khiến cho các sàn giao dịch TMĐT khó có cơ chế bảo vệ cụ thể, dẫn đến tình trạng nhóm người tiêu dùng yếu thế dễ bị lợi dụng bởi các hành vi kinh doanh không lành mạnh như quảng cáo sai lệch, lừa đảo và chiếm đoạt thông tin cá nhân.

Về mặt bảo mật thông tin, Luật An ninh mạng năm 2018 ra đời nhằm bảo vệ an ninh quốc gia, quyền lợi của tổ chức và cá nhân trong không gian mạng. Trong đó, Luật có quy định về việc bảo vệ thông tin cá nhân và bảo mật an toàn thông tin khi

tham gia vào các hoạt động trực tuyến. Tuy nhiên, Luật An ninh mạng lại không quy định cụ thể các biện pháp bảo vệ cho nhóm người tiêu dùng dễ bị tổn thương. Điều này làm cho nhóm người này, vốn có khả năng tiếp cận công nghệ kém, dễ dàng trở thành nạn nhân của các hành vi chiếm đoạt thông tin, tài khoản, hay lừa đảo qua mạng mà không có cơ chế bảo vệ cụ thể từ pháp luật. Ngoài ra còn có, Luật Giao dịch điện tử năm 2023 cùng với các văn bản hướng dẫn thi hành...

Bên cạnh các quy định pháp luật nêu trên, thực trạng thực thi các quy định về bảo vệ người tiêu dùng dễ bị tổn thương trong TMĐT tại Việt Nam cũng gặp nhiều khó khăn. Trước hết, việc thực thi Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng chưa đạt hiệu quả cao trong thực tế. Các cơ quan chức năng như: Cục Quản lý Cạnh tranh và Bảo vệ Người tiêu dùng thuộc Bộ Công Thương có vai trò giám sát và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, nhưng việc kiểm tra và xử lý các vi phạm trong TMĐT vẫn còn hạn chế. Nguồn lực cho việc giám sát các giao dịch trực tuyến không đủ để phát hiện và ngăn chặn kịp thời các hành vi vi phạm, đặc biệt là các hành vi ảnh hưởng đến nhóm người dễ bị tổn thương.

Một vấn đề khác là các sàn giao dịch TMĐT thường chưa thực hiện đúng trách nhiệm trong việc cung cấp thông tin và bảo vệ người tiêu dùng dễ bị tổn thương. Dù các sàn TMĐT lớn đã có các quy định về kiểm soát chất lượng sản phẩm và cung cấp thông tin minh bạch, nhưng vẫn chưa đủ cụ thể và mạnh mẽ. Nhiều trường hợp, các sản phẩm không đảm bảo chất lượng, không đúng như quảng cáo vẫn được bày bán trên các sàn giao dịch, ảnh hưởng đến quyền lợi của người tiêu dùng. Đối với nhóm người dễ bị tổn thương, họ thường thiếu khả năng phân biệt sản phẩm chất lượng và kém chất lượng, dẫn đến bị thiệt hại về tài chính và sức khỏe.

Trong khi đó, quy định về bảo mật thông tin cá nhân cũng chưa được thực thi đầy đủ. Theo quy định của Luật An ninh mạng, các tổ chức cung cấp dịch vụ trực tuyến phải bảo mật thông tin cá nhân của người dùng, nhưng trên thực tế, việc bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng vẫn còn nhiều bất cập. Nhiều doanh nghiệp không thực hiện đúng quy định về bảo mật, dẫn đến tình trạng rò rỉ thông tin cá nhân. Điều này gây ra rủi ro cao cho người tiêu dùng dễ bị tổn thương, vì họ dễ bị lừa

đảo qua mạng và bị lợi dụng thông tin cá nhân vào mục đích xấu mà không nhận thức đầy đủ cách bảo vệ bản thân.

Hơn nữa, việc giải quyết tranh chấp trong TMĐT cho nhóm người tiêu dùng dễ bị tổn thương gặp nhiều khó khăn. Theo Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, khi có tranh chấp xảy ra, người tiêu dùng có quyền khiếu nại và yêu cầu hỗ trợ giải quyết từ các cơ quan chức năng. Tuy nhiên, các thủ tục khiếu nại, tố cáo thường phức tạp, đặc biệt đối với người tiêu dùng dễ bị tổn thương. Họ thường không có đủ kiến thức pháp lý để thực hiện các thủ tục cần thiết, hoặc không có khả năng tiếp cận dịch vụ pháp lý. Trong nhiều trường hợp, người tiêu dùng dễ bị tổn thương phải chấp nhận mất mát vì không có sự hỗ trợ kịp thời từ các cơ quan quản lý.

Ngoài ra, mức độ nhận thức của người tiêu dùng về quyền lợi của họ trong TMĐT vẫn còn hạn chế. Người cao tuổi, người khuyết tật và những người thiếu hiểu biết về công nghệ thường không nắm rõ các quy định pháp luật và các biện pháp tự bảo vệ trong giao dịch trực tuyến. Họ không nhận thức được quyền khiếu nại hoặc không biết cách phân biệt các trang web, ứng dụng không an toàn. Việc thiếu nhận thức này khiến họ dễ bị lừa đảo, mua phải hàng kém chất lượng hoặc mất mát tài sản.

Như vậy, thực trạng bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng dễ bị tổn thương trong TMĐT tại Việt Nam hiện nay còn gặp nhiều hạn chế về cả quy định pháp luật lẫn việc thực thi pháp luật. Các quy định như Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Nghị định số 52/2013/NĐ-CP về TMĐT và Luật An ninh mạng chưa thực sự bao quát và thiếu các quy định cụ thể dành riêng cho nhóm người tiêu dùng dễ bị tổn thương. Trong khi đó, các cơ quan chức năng và các sàn giao dịch TMĐT chưa có đủ biện pháp mạnh mẽ để giám sát và bảo vệ người tiêu dùng, dẫn đến việc nhóm người dễ bị tổn thương vẫn chưa được đảm bảo quyền lợi đầy đủ khi tham gia giao dịch TMĐT.

3. Một số kiến nghị hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả thực hiện pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng dễ bị tổn thương trong các giao dịch thương mại điện tử

Thứ nhất, quy định rõ về trách nhiệm của các tổ chức, các nhân kinh doanh đối với quyền lợi người tiêu dùng dễ bị tổn thương trong các giao dịch TMĐT.

Để hoàn thiện pháp luật bảo vệ người tiêu dùng dễ bị tổn thương trong giao dịch TMĐT, cần kiến nghị cụ thể các sửa đổi, bổ sung hoặc áp dụng phù hợp các quy định sau: Cần chi tiết hóa các quy định trong khoản 3 Điều 8 về “người tiêu dùng dễ bị tổn thương” bằng cách đưa ra định nghĩa rõ ràng cho từng nhóm đối tượng như người cao tuổi, người khuyết tật, người dân tộc thiểu số, và người thiếu hiểu biết pháp luật. Sự cụ thể này giúp các tổ chức, cá nhân kinh doanh nhận diện và thực hiện trách nhiệm phù hợp với từng nhóm. Ví dụ, người khuyết tật cần được cung cấp thông tin sản phẩm dưới dạng dễ tiếp cận, còn người dân tộc thiểu số có thể cần hỗ trợ ngôn ngữ.

Nên bổ sung các điều khoản yêu cầu doanh nghiệp lớn và vừa xây dựng quy trình riêng, đơn giản hóa thủ tục giải quyết khiếu nại cho nhóm tiêu dùng yếu thế, giúp họ dễ dàng bảo vệ quyền lợi mà không bị ràng buộc bởi các thủ tục phức tạp. Đồng thời, Luật nên quy định rõ các hình thức hỗ trợ như đường dây nóng riêng, ứng dụng trực tuyến hỗ trợ người tiêu dùng yếu thế trong việc khiếu nại và giải quyết tranh chấp.

Khoản 3 Điều 8 cần được bổ sung yêu cầu doanh nghiệp công khai các chính sách bảo vệ người tiêu dùng dễ bị tổn thương qua nhiều kênh như trang web, ứng dụng và tại điểm kinh doanh. Các thông tin công khai này phải được diễn đạt dễ hiểu, ngắn gọn và phù hợp với đặc điểm của từng nhóm yếu thế, tạo điều kiện cho họ dễ dàng nắm bắt quyền lợi.

Nên bổ sung trong các văn bản hướng dẫn dưới luật yêu cầu các doanh nghiệp có chương trình đào tạo định kỳ về giao dịch với người tiêu dùng dễ bị tổn thương, đặc biệt cho các nhân viên trực tiếp phục vụ khách hàng. Việc này giúp tránh phân biệt đối xử và đảm bảo sự hỗ trợ cần thiết trong quá trình giao dịch.

Cần bổ sung các điều khoản về thanh tra, kiểm tra định kỳ và các chế tài cụ thể trong nghị định hướng dẫn, với mức xử phạt nghiêm minh đối với các hành vi vi phạm quyền lợi người tiêu dùng yếu thế. Các biện pháp xử lý này sẽ nâng cao tính tuân thủ của doanh nghiệp và tạo môi trường kinh doanh an toàn hơn cho người tiêu dùng dễ bị tổn thương.

Thứ hai, hoàn thiện quy định về cơ chế giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng dễ bị tổn

thương và tổ chức, cá nhân kinh doanh trong các giao dịch TMĐT.

Để hoàn thiện pháp luật bảo vệ người tiêu dùng dễ bị tổn thương trong giao dịch TMĐT, cần kiến nghị cụ thể các sửa đổi, bổ sung hoặc áp dụng phù hợp các quy định sau:

Cần chi tiết hóa các quy định trong khoản 3 Điều 8 về “người tiêu dùng dễ bị tổn thương” bằng cách đưa ra định nghĩa rõ ràng cho từng nhóm đối tượng như người cao tuổi, người khuyết tật, người dân tộc thiểu số và người thiếu hiểu biết pháp luật. Sự cụ thể này giúp các tổ chức, cá nhân kinh doanh nhận diện và thực hiện trách nhiệm phù hợp với từng nhóm. Ví dụ, người khuyết tật cần được cung cấp thông tin sản phẩm dưới dạng dễ tiếp cận, còn người dân tộc thiểu số có thể cần hỗ trợ ngôn ngữ.

Nên bổ sung các điều khoản yêu cầu doanh nghiệp lớn và vừa xây dựng quy trình riêng, đơn giản hóa thủ tục giải quyết khiếu nại cho nhóm tiêu dùng yếu thế, giúp họ dễ dàng bảo vệ quyền lợi mà không bị ràng buộc bởi các thủ tục phức tạp. Đồng thời, Luật nên quy định rõ các hình thức hỗ trợ như đường dây nóng riêng, ứng dụng trực tuyến hỗ trợ người tiêu dùng yếu thế trong việc khiếu nại và giải quyết tranh chấp.

Khoản 3 Điều 8 cần được bổ sung yêu cầu doanh nghiệp công khai các chính sách bảo vệ người tiêu dùng dễ bị tổn thương qua nhiều kênh như trang web, ứng dụng và tại điểm kinh doanh. Các thông tin công khai này phải được diễn đạt dễ hiểu, ngắn gọn và phù hợp với đặc điểm của từng nhóm yếu thế, tạo điều kiện cho họ dễ dàng nắm bắt quyền lợi.

Nên bổ sung trong các văn bản hướng dẫn dưới luật yêu cầu các doanh nghiệp có chương trình đào tạo định kỳ về giao dịch với người tiêu dùng dễ bị tổn thương, đặc biệt cho các nhân viên trực tiếp phục vụ khách hàng. Việc này giúp tránh phân biệt đối xử và đảm bảo sự hỗ trợ cần thiết trong quá trình giao dịch.

Thứ ba, hoàn thiện quy định về xử lý vi phạm pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng dễ bị tổn thương trong các giao dịch TMĐT.

Để hoàn thiện quy định về xử lý vi phạm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng dễ bị tổn thương trong TMĐT, các điều khoản cụ thể sau đây trong Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023 và các

văn bản hướng dẫn thi hành có thể được sửa đổi hoặc bổ sung:

Bổ sung Khoản 1, Điều 66 - Về mức xử phạt đối với hành vi vi phạm quyền lợi người tiêu dùng: Khoản này quy định các mức xử phạt đối với hành vi xâm phạm quyền lợi người tiêu dùng nói chung. Để tăng tính răn đe, có thể sửa đổi, bổ sung quy định mức xử phạt tăng nặng với các hành vi vi phạm liên quan đến người tiêu dùng dễ bị tổn thương, như lợi dụng điểm yếu hoặc hoàn cảnh của họ để thực hiện các hành vi gian lận, lừa đảo, hoặc từ chối giải quyết khiếu nại.

Khoản 2, Điều 67 - Về trách nhiệm khắc phục hậu quả. Điều này quy định các biện pháp khắc phục hậu quả mà doanh nghiệp phải thực hiện khi vi phạm quyền lợi người tiêu dùng. Cần bổ sung thêm các yêu cầu cụ thể, như buộc doanh nghiệp bồi thường toàn bộ thiệt hại cho người tiêu dùng dễ bị tổn thương, đặc biệt trong trường hợp doanh nghiệp gây thiệt hại lớn hoặc cố tình vi phạm nhiều lần.

Bổ sung tại Điều 68 - Về giám sát đặc biệt và công khai vi phạm. Cần sửa đổi, bổ sung để quy định rằng các cơ quan có thẩm quyền như Bộ Công Thương, Cục Quản lý cạnh tranh có trách nhiệm thực hiện giám sát chặt chẽ đối với các giao dịch TMĐT liên quan đến người tiêu dùng dễ bị tổn thương. Ngoài ra, nên bổ sung quy định công khai danh sách doanh nghiệp vi phạm lên các trang thông tin chính thức để người tiêu dùng dễ bị tổn thương có thể tham khảo và tránh giao dịch với các đơn vị này.

Khoản 3, Điều 8 - Quy định bổ sung trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh. Để tăng cường trách nhiệm bảo vệ người tiêu dùng yếu thế, cần bổ sung thêm quy định yêu cầu các sàn TMĐT báo cáo định kỳ về các biện pháp bảo vệ người tiêu dùng dễ bị tổn thương và các trường hợp tranh chấp đã giải quyết, nhằm đảm bảo sự tuân thủ liên tục và nhất quán từ phía doanh nghiệp.

4. Kết luận

Việc bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng dễ bị tổn thương trong TMĐT tại Việt Nam là một nhiệm vụ quan trọng, đòi hỏi sự quan tâm và nỗ lực từ cả cơ quan quản lý nhà nước và các doanh nghiệp. Thực tế cho thấy, mặc dù có các quy định như Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Nghị định số 52/2013/NĐ-CP về TMĐT và Luật An ninh mạng, Luật TMĐT... hệ thống pháp lý hiện hành vẫn còn nhiều thiếu sót và chưa đáp ứng đủ nhu cầu bảo vệ nhóm người tiêu dùng yếu thế. Những người này, do hạn chế về khả năng tiếp cận thông tin và thiếu hiểu biết pháp lý, thường là mục tiêu dễ bị tổn thương trước các hành vi gian lận và lạm dụng thông tin.

Việc hoàn thiện khung pháp lý và nâng cao nhận thức của người tiêu dùng là điều cần thiết nhằm tạo ra một môi trường giao dịch an toàn và công bằng hơn. Điều này không chỉ giúp bảo vệ tốt hơn cho nhóm người dễ bị tổn thương, mà còn góp phần vào sự phát triển bền vững của TMĐT tại Việt Nam, xây dựng niềm tin vào thị trường trực tuyến và khuyến khích cộng đồng tham gia mua sắm trực tuyến an toàn ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

¹Quốc hội Nước CHXHCN Việt Nam (2023). Điều 8, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023

²Trần Ngọc, Vũ Thị, Hoàng Mai và cộng sự (2023). Tác động của rào cản công nghệ đến ý định sử dụng thương mại di động. Tạp chí Khoa học Thương mại, Trường Đại học Thương mại, số 180, 101. DOI: 10.54404/jts.2023.180v.08

³Phạm Xuân Kiên, Trần Quốc Thông, Trần Thị Xuân Châu, Nguyễn Thị Mỹ Linh (2022). Tác động của các nhân tố rủi ro lên ý định mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng Việt Nam: Một nghiên cứu tại Thành phố Hồ Chí Minh. DOI: 10.56097/binhduonguniversityjournalofscienceandtechnology.v5i3.66

⁴Quốc hội Nước CHXHCN Việt Nam (2023). Khoản 1, Điều 8, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Quốc hội Nước CHXHCN Việt Nam (2015). Luật An toàn thông tin mạng số 86/2015/QH13.

2. Quốc hội Nước CHXHCN Việt Nam (2018). Luật An ninh mạng số 24/2018/QH14.
3. Quốc hội Nước CHXHCN Việt Nam (2018). Luật Cạnh tranh số 23/2018/QH14.
4. Quốc hội Nước CHXHCN Việt Nam (2023). Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng số 19/2023/QH15.
5. Quốc hội Nước CHXHCN Việt Nam (2023). Luật Giao dịch điện tử số 20/2023/QH15.
6. Quốc hội Nước CHXHCN Việt Nam (2010). Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng số 59/2010/QH12.
7. Chính phủ Nước CHXHCN Việt Nam (2013). Nghị định số 185/2013/NĐ-CP ngày 15/11/2013 của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Ngày nhận bài: 7/8/2024

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 19/8/2024

Ngày chấp nhận đăng bài: 9/9/2024

Thông tin tác giả:

NGUYỄN HỮU ĐIỆP

Cao học Luật Kinh tế, Trường Đại học Ngân hàng TP. Hồ Chí Minh

Trung tâm Phát triển Công nghiệp hỗ trợ - Sở Công Thương TP. Hồ Chí Minh

Email: nhdiep.sct@tphcm.gov.vn

PROTECTING THE RIGHTS OF VULNERABLE CONSUMERS IN E-COMMERCE TRANSACTIONS: CURRENT SITUATION AND SOME RECOMMENDATIONS

● **NGUYEN HUU DIEP**

Student of Master Law Economics, Ho Chi Minh University of Banking
Ho Chi Minh City Center for Supporting Industries Development (CSID)

ABSTRACT:

This paper examines the current state of safeguarding the rights of vulnerable consumers in e-commerce transactions, focusing on groups such as the elderly, children, and individuals with disabilities. These consumers often encounter risks including fraud, misleading advertisements, and the misuse of personal information, exacerbated by gaps in protective legal frameworks. The paper proposes strategies to enhance consumer protection, including strengthening legal regulations, raising awareness and education about consumer rights, promoting business transparency, and implementing robust mechanisms for personal data protection. These measures aim to foster a safer e-commerce environment and ensure the rights of vulnerable consumers are effectively upheld.

Keywords: vulnerable consumers, e-commerce, consumer rights protection, online fraud.