

PHÁP LUẬT BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CỦA HÀN QUỐC - BÀI HỌC KINH NGHIỆM CHO VIỆT NAM

● PHÍ MẠNH CƯỜNG - VŨ DIỆP ANH

TÓM TẮT:

Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của thương mại điện tử, tình trạng vi phạm quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng trong thương mại điện tử vẫn diễn ra ngày càng phổ biến. Để bảo vệ một cách hữu hiệu quyền lợi của người tiêu dùng trong thương mại điện tử cần tạo lập môi trường pháp lý phù hợp với các đặc trưng của thương mại điện tử. Việc phân tích có hệ thống các quy định của pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử ở một quốc gia có thương mại điện tử phát triển như Hàn Quốc sẽ giúp Việt Nam có điều kiện thuận lợi để hoàn thiện hơn nữa các quy định của mình, từ đó thúc đẩy sự phát triển của thương mại điện tử ở Việt Nam.

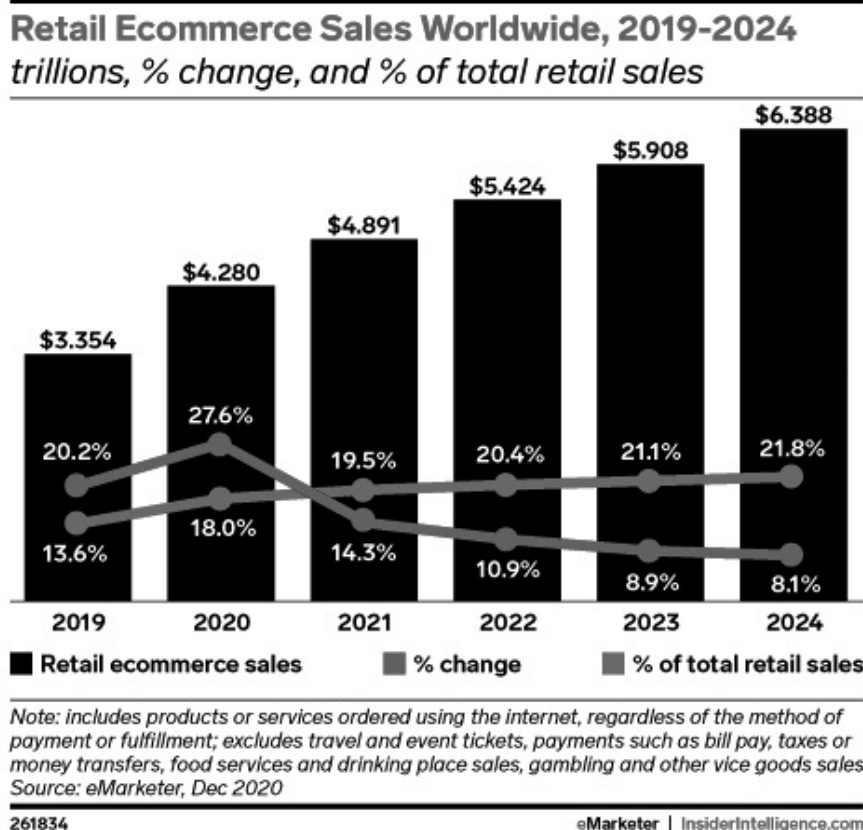
Từ khóa: người tiêu dùng; thương mại điện tử, Hàn Quốc.

1. Đặt vấn đề

Trong giai đoạn hiện nay, các quốc gia đều thừa nhận thương mại điện tử là bước phát triển tất yếu của thương mại truyền thống trong thời đại bùng nổ của công nghệ thông tin và truyền thông. Mặc dù ra đời chưa lâu, nhưng sự phát triển của thương mại điện tử lại rất mạnh mẽ. Sự phát triển và tiềm năng của thương mại điện tử được thể hiện thông qua giá trị và tốc độ tăng trưởng của các giao dịch điện tử. Theo eMarketer, doanh thu thương mại điện tử bán lẻ trên thế giới năm 2021 dự kiến là 4,891 nghìn tỷ đô la Mỹ (USD) và đến năm 2024, con số này là 6,388 nghìn tỷ USD. Ngoài ra,

tiềm năng phát triển thương mại điện tử còn được thể hiện ở tốc độ tăng trưởng doanh thu thương mại điện tử bán lẻ và tỷ trọng giữa doanh thu thương mại điện tử bán lẻ với tổng giá trị thị trường bán lẻ. Về tốc độ tăng trưởng, cũng theo eMarketer, từ năm 2021 đến năm 2024, tốc độ tăng trưởng doanh thu thương mại điện tử bán lẻ trên thế giới từ 8,1%/năm đến 10,9%/năm. Về tỷ trọng giữa doanh thu thương mại điện tử bán lẻ với tổng giá trị thị trường bán lẻ, năm 2021 dự kiến doanh thu thương mại điện tử bán lẻ chiếm 19,5% tổng giá trị thị trường bán lẻ trên thế giới thì đến năm 2024 dự kiến con số này là 21,8%. (Hình 1)

Hình 1: Doanh thu thương mại điện tử bán lẻ trên thế giới



Nguồn: eMarketer

Hàn Quốc được đánh giá là 1 trong 10 quốc gia có tốc độ tăng trưởng về doanh thu thương mại điện tử bán lẻ lớn nhất thế giới. Sự phát triển của thương mại điện tử ở Hàn Quốc được thể hiện rõ nét thông qua doanh thu của thương mại điện tử, nếu năm 2017 doanh thu của thương mại điện tử ở Hàn Quốc là 52.135 triệu USD thì dự kiến đến năm 2024, con số này là 106.707 triệu USD. Thực tiễn phát triển ở các nước trên thế giới cho thấy, để thúc đẩy thương mại điện tử phát triển, bên cạnh các yếu tố mang tính kỹ thuật như: thiết bị đầu cuối, cơ sở hạ tầng viễn thông,... cần phải tạo lập một môi trường pháp lý vững chắc. Sự phát triển mạnh mẽ của thương mại điện tử ở Hàn Quốc đã chứng minh pháp luật về thương mại điện tử ở Hàn Quốc nói chung và pháp luật bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử ở Hàn Quốc nói riêng đã đáp ứng được các yêu cầu trong

thực tiễn. Việc phân tích có hệ thống các quy định của pháp luật của Hàn Quốc về bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử sẽ giúp Việt Nam hoàn thiện hơn nữa các quy định của mình, từ đó thúc đẩy sự phát triển của thương mại điện tử ở Việt Nam.

2. Nội dung cơ bản của pháp luật bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử của Hàn Quốc và kinh nghiệm cho Việt Nam

Hiện nay, các vấn đề pháp lý về bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử ở Hàn Quốc được quy định trực tiếp trong Luật về bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử (Act on The Consumer Protection in

Electronic Commerce) năm 2017 (sau đây gọi là Luật của Hàn Quốc) và Nghị định hướng dẫn thi hành Luật về bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử (Enforcement Decree of the Act on The Consumer Protection in Electronic Commerce) năm 2017 (sau đây gọi là Nghị định của Hàn Quốc). Còn ở Việt Nam, các vấn đề pháp lý về bảo vệ người tiêu dùng được quy định trực tiếp trong Luật số 52/2010/QH12 về Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010 (sau đây gọi là Luật của Việt Nam); các văn bản hướng dẫn thi hành như: Nghị định số 124/2015/NĐ-CP; Nghị định số 185/2013/NĐ-CP; Nghị định số 99/2011/NĐ-CP... mà chưa có luật về bảo vệ người tiêu dùng trong lĩnh vực thương mại điện tử.

2.1. Quy định về trách nhiệm của người cung cấp hàng hóa/dịch vụ cho người tiêu dùng

Người cung cấp hàng hóa/dịch vụ trong các

giao dịch thương mại điện tử luôn là người có lợi thế hơn so với người tiêu dùng, vì vậy, để bảo vệ hữu hiệu quyền lợi của người tiêu dùng, Luật của Hàn Quốc có quy định cụ thể về trách nhiệm của người cung cấp hàng hóa/dịch vụ.

- *Quy định về việc cung cấp thông tin về người cung cấp hàng hóa/dịch vụ.* Các giao dịch thương mại điện tử thông qua các phương tiện điện tử nên các thông tin về người cung cấp hàng hóa/dịch vụ là cơ sở đầu tiên cho việc bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng. Điều 10 Luật của Hàn Quốc có quy định các thông tin về người cung cấp hàng hóa/dịch vụ được công bố cho người tiêu dùng như: Tên thương mại và tên của người đại diện theo pháp luật; Địa chỉ của địa điểm kinh doanh; Số điện thoại và địa chỉ thư điện tử; Số đăng ký kinh doanh... Bên cạnh việc công bố thông tin cho người tiêu dùng, người cung cấp hàng hóa/dịch vụ còn phải báo cáo các thông tin như: Tên giao dịch; địa chỉ thư điện tử, tên miền Internet, vị trí đặt máy chủ.... cho Ủy ban Thương mại công bằng và cho người đứng đầu đơn vị hành chính cấp tỉnh (Điều 12 Luật của Hàn Quốc). Việc báo cáo các thông tin như đã kể trên, đặc biệt là thông tin về vị trí đặt máy chủ sẽ tạo điều kiện cho việc bảo vệ một cách hữu hiệu quyền lợi của người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử. Đối với Việt Nam, Điều 12 Luật của Việt Nam có quy định trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ trong việc cung cấp thông tin về hàng hóa, dịch vụ cho người tiêu dùng. Như vậy, Việt Nam chỉ có quy định về cung cấp thông tin liên quan đến hàng hóa, dịch vụ mà không có quy định về cung cấp thông tin của các chủ thể cung cấp hàng hóa/dịch vụ. Điều này sẽ ảnh hưởng đến việc bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng trong các giao dịch thương mại điện tử.

- *Quy định về trách nhiệm của người cung cấp hàng hóa/dịch vụ trong vấn đề tiếp cận các tài liệu giao dịch của người tiêu dùng.* Trong thương mại điện tử, các tài liệu liên quan đến giao dịch chủ yếu được lưu trữ trên hệ thống của người cung cấp hàng hóa/dịch vụ. Chính vì vậy, việc tiếp cận các

tài liệu liên quan đến giao dịch là một yếu tố quan trọng trong việc bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng trong các giao dịch thương mại điện tử. Về vấn đề này, Luật của Hàn Quốc đã có các quy định rất cụ thể: Khoản 1 Điều 5 Luật của Hàn Quốc có quy định, người cung cấp hàng hóa/dịch vụ không được yêu cầu bất cứ quyền gì phát sinh từ tài liệu điện tử khi tài liệu này không được gửi vào địa chỉ đã được chỉ định trước; Khoản 2 Điều 5 Luật của Hàn Quốc quy định, trong trường hợp người cung cấp hàng hóa/dịch vụ sử dụng chữ ký số trong giao dịch thì các thông tin cần thiết liên quan đến chữ ký số đó phải được cung cấp cho người tiêu dùng; Điều 6 Luật của Hàn Quốc quy định, người cung cấp hàng hóa/dịch vụ có trách nhiệm lưu giữ các tài liệu liên quan đến các giao dịch thương mại điện tử và các tài liệu này phải được cung cấp cho người tiêu dùng theo cách thức thuận tiện cho người tiêu dùng. Ngoài ra, người cung cấp hàng hóa/dịch vụ chỉ được lưu giữ các thông tin cá nhân để xác định chủ thể giao dịch như tên, địa chỉ, địa chỉ thư điện tử,... Người cung cấp hàng hóa/dịch vụ phải chịu trách nhiệm trước pháp luật về việc sử dụng thông tin của người tiêu dùng một cách trái pháp luật (Điều 11 Luật của Hàn Quốc). Ở Việt Nam, vấn đề này được quy định khá chung chung ở khoản 2 Điều 20 Luật của Việt Nam, trong trường hợp giao dịch bằng phương tiện điện tử thì tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ có trách nhiệm tạo điều kiện cho người tiêu dùng truy nhập, tải, lưu giữ và in hóa đơn, chứng từ, tài liệu. Như vậy, cách quy định của Hàn Quốc sẽ bảo vệ người tiêu dùng tốt hơn so với cách quy định của Việt Nam.

- *Quy định về trách nhiệm của người cung cấp hàng hóa/dịch vụ trong việc sử dụng các công nghệ thích hợp trong các giao dịch thương mại điện tử.* Điều 7 Luật của Hàn Quốc quy định, người cung cấp hàng hóa/dịch vụ phải sử dụng công nghệ (thiết bị hoặc thủ tục) để hạn chế các lỗi nhập liệu của người tiêu dùng như thủ tục xác nhận hoặc chỉnh sửa nội dung trước khi tính phí cho đơn hàng; Điều 8 Luật của Hàn Quốc quy

định, trong trường hợp thanh toán điện tử, các thông tin cơ bản của giao dịch như loại hàng hóa/dịch vụ, giá cả, thời hạn... phải được người tiêu dùng xác nhận. Ngoài ra, người cung cấp hàng hóa/dịch vụ phải có trách nhiệm bảo mật các thông tin liên quan đến hoạt động thanh toán điện tử và người tiêu dùng được phép truy cập dữ liệu về thanh toán điện tử bất kỳ lúc nào. Về vấn đề này, Luật của Việt Nam chưa có quy định nên pháp luật của Việt Nam cần có sự bổ sung để bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử tốt hơn.

- *Quy định về trách nhiệm của người cung cấp hàng hóa trong việc giao hàng.* Điều 15 Luật của Hàn Quốc quy định, người cung cấp hàng hóa phải có trách nhiệm giao hàng trong vòng 7 ngày kể từ ngày người tiêu dùng đặt hàng; Trong trường hợp người tiêu dùng đã thanh toán trước một phần hoặc toàn bộ giá trị của đơn hàng thì việc giao hàng phải được thực hiện trong thời hạn 3 ngày làm việc, kể từ ngày người tiêu dùng thanh toán một phần hoặc toàn bộ giá trị của đơn hàng, trừ trường hợp các bên có thỏa thuận khác về thời điểm cung cấp hàng hóa. Nếu người cung cấp hàng hóa không giao được hàng thì phải thông báo cho người tiêu dùng về lý do chậm trễ và hoàn lại tiền hoặc thực hiện các biện pháp cần thiết để hoàn lại tiền trong thời hạn 3 ngày làm việc kể từ ngày người tiêu dùng thanh toán trước một phần hoặc toàn bộ giá trị của đơn hàng. Ngoài ra, Điều 17 Luật của Hàn Quốc còn quy định cụ thể về thời hạn và điều kiện để hủy bỏ đơn hàng. Về vấn đề này, Luật của Việt Nam chưa có quy định nên pháp luật của Việt Nam cần có sự bổ sung để có thể bảo vệ hữu hiệu quyền lợi của người tiêu dùng trong các giao dịch thương mại điện tử.

- *Quy định về các hành vi bị cấm đối với người cung cấp hàng hóa/dịch vụ.* Bên cạnh các quy định về trách nhiệm của người cung cấp hàng hóa/dịch vụ như đã nêu ở trên, để bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng, Điều 21 Luật của Hàn Quốc còn quy định các hành vi bị cấm: Thu hút khách hàng, giao kết hợp đồng, can thiệp vào việc hủy đơn

hàng hoặc chấm dứt hợp đồng bằng cách cung cấp thông tin sai lệch hoặc bằng phương tiện lừa đảo; Thay đổi hoặc tắt số điện thoại, tên miền Internet... nhằm mục đích can thiệp vào việc hủy bỏ đơn hàng; Đơn phương cung cấp hàng hóa... mà không có yêu cầu của người tiêu dùng; Sử dụng thông tin của người tiêu dùng một cách trái phép... Mặc dù, Điều 10 Luật của Việt Nam có quy định các hành vi cấm, nhưng quy định này chỉ phù hợp với thương mại truyền thống, chưa đáp ứng được các đòi hỏi trong các giao dịch thương mại điện tử. Vì vậy, để có thể bảo vệ hữu hiệu quyền lợi của người tiêu dùng trong thương mại điện tử, Việt Nam cần có các quy định phù hợp với các đặc trưng của thương mại điện tử.

2.2. Quy định về vai trò của cơ quan nhà nước trong việc bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng

Trong các giao dịch thương mại điện tử, người tiêu dùng luôn được coi là bên yếu thế. Chính vì vậy, cơ quan nhà nước có vai trò đặc biệt quan trọng trong việc bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng trong các giao dịch thương mại điện tử. Theo quy định trong Luật của Hàn Quốc, vai trò của cơ quan nhà nước trong việc bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng trong thương mại điện tử được thể hiện thông qua các khía cạnh sau:

- *Thực hiện hoạt động điều tra của cơ quan hành chính.* Điều 26 Luật của Hàn Quốc có quy định, trong trường hợp Ủy ban Thương mại công bằng hoặc người đứng đầu đơn vị hành chính cấp tỉnh phát hiện các hành vi vi phạm quy định của Luật về bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử thì các chủ thể này có thể tiến hành các cuộc điều tra cần thiết. Trong trường hợp, người đứng đầu đơn vị hành chính cấp tỉnh tiến hành cuộc điều tra thì phải thông báo trước cho Ủy ban Thương mại công bằng. Kết thúc cuộc điều tra, Ủy ban Thương mại công bằng hoặc người đứng đầu đơn vị hành chính cấp tỉnh phải gửi thông báo bằng văn bản cho các bên có liên quan đến kết quả điều tra. Ủy ban Thương mại công bằng có thể công bố các vi phạm của người cung cấp hàng hóa/dịch vụ để ngăn ngừa, hạn chế thiệt hại cho

người tiêu dùng. Chủ thể tiến hành cuộc điều tra có thể đưa ra các khuyến nghị nhằm sửa chữa các lỗi vi phạm (Điều 31 Luật của Hàn Quốc) hoặc đưa ra các biện pháp khắc phục hành vi vi phạm (Điều 32 Luật của Hàn Quốc).

- *Thẩm quyền của tòa án.* Bên cạnh việc tiến hành cuộc điều tra của Ủy ban Thương mại công bằng hoặc của người đứng đầu đơn vị hành chính cấp tỉnh thì vai trò của cơ quan nhà nước trong việc bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng còn được thể hiện thông qua hoạt động của tòa án. Điều 36 Luật của Hàn Quốc có quy định, tòa án cấp quận nơi người tiêu dùng có địa chỉ hoặc người tiêu dùng cư trú (trong trường hợp người tiêu dùng không có địa chỉ) tại thời điểm nộp đơn, có thẩm quyền giải quyết vụ tranh chấp.

Đối với vai trò của cơ quan nhà nước trong việc bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng thì pháp luật của Việt Nam có cách quy định tương đồng với pháp luật của Hàn Quốc là thông qua cơ quan hành chính và tòa án. Tuy nhiên, về quy định cụ thể lại có sự khác nhau. Đối với cơ quan hành chính, ở Hàn Quốc là người đứng đầu cơ quan hành chính cấp tỉnh hoặc Ủy ban Thương mại công bằng thì ở Việt Nam chỉ là cơ quan quản lý

nhà nước về bảo vệ người tiêu dùng cấp huyện (Điều 26 Luật của Việt Nam). Đối với cơ quan tòa án, ở Hàn Quốc là tòa án cấp huyện thì ở Việt Nam phải tuân theo quy định về tổ tụng dân sự. Ngoài ra, các tranh chấp của người tiêu dùng ở Việt Nam còn có thể được giải quyết thông qua thương lượng; hòa giải hoặc trọng tài (Điều 30 Luật của Việt Nam).

3. Kết luận

Thương mại điện tử trên thế giới cũng như ở Việt Nam đã và đang tiếp tục phát triển mạnh mẽ, đồng thời đây cũng là một trong các trụ cột của xã hội thông tin và kinh tế tri thức. Chính vì vậy, việc hoàn thiện quy định của pháp luật Việt Nam về thương mại điện tử là một đòi hỏi cấp bách trong giai đoạn hiện nay. Mặc dù pháp luật Việt Nam đã tạo ra cơ sở pháp lý quan trọng cho việc bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng qua Luật số 59/2010/QH12 về Bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng năm 2010. Tuy nhiên, do có các đặc trưng khác biệt với thương mại truyền thống, nên để có thể thúc đẩy hơn nữa các giao dịch trong thương mại điện tử, Việt Nam cần có thêm văn bản luật về bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Quốc hội (2010). *Luật số 59/2010/QH12 ngày 17/11/2010 về Bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng của Việt Nam năm 2010.*
2. Act on The Consumer Protection in Electronic Commerce of Korea 2017. Retrieved from: https://www.kca.go.kr/download/eng/laws/6_Act%20on%20the%20Consumer%20Protection%20in%20Electronic%20Commerce,%20etc.pdf
3. Enforcement Decree of the Act on The Consumer Protection in Electronic Commerce of Korea 2017.
4. <https://www.trade.gov/knowledge-product/korea-ecommerce>
5. <https://www.statista.com/outlook/243/125/ecommerce/south-korea#market-revenue>
6. <https://www.emarketer.com/content/global-ecommerce-2019>.

Ngày nhận bài: 5/5/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 22/5/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 10/6/2022

Thông tin tác giả:

1. PHÍ MẠNH CƯỜNG

2. VŨ DIỆP ANH

Trường Đại học Mỏ - Địa chất

SOUTH KOREA'S LAW ON CONSUMER PROTECTION IN E-COMMERCE AND LESSONS LEARNT FOR VIETNAM

● **PHI MANH CUONG¹**

● **VU DIEP ANH¹**

¹Hanoi University of Mining and Geology

ABSTRACT:

Along with the strong development of e-commerce, the acts of violating consumer interests in e-commerce have tended to increase, and to be more sophisticated and serious. In order to effectively protect the interests of consumers in e-commerce, it is necessary to create a legal environment that is suitable for the characteristics of e-commerce. This paper analyzes South Korea's law on consumer protection in e-commerce in order to gain lessons learnt for the development of e-commerce in Vietnam.

Keywords: consumer, e-commerce, South Korea.