



GIỚI THIỆU ĐỀ TÀI KHOA HỌC

NGHIÊN CỨU, ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT VỀ BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG TRONG MÔI TRƯỜNG KINH TẾ SỐ Ở VIỆT NAM

CHỦ NHIỆM ĐỀ TÀI: PGS, TS. TRẦN THỊ THU PHƯƠNG

Đề tài khoa học cấp Bộ

Cơ quan chủ trì: Trường đại học Thương mại

Thời gian nghiên cứu: Năm 2022-2023

Kinh tế số hiện nay đang trở thành xu thế phát triển tất yếu trên toàn cầu, dựa trên nền tảng công nghệ số và các giao dịch điện tử qua internet. Nhận thức rõ tầm quan trọng của xu thế này, Việt Nam đã ban hành nhiều chủ trương, chính sách lớn như Nghị quyết số 52/NQ-TW của Bộ Chính trị, Quyết định số 749/QĐ-TTg năm 2020 và Quyết định số 411/QĐ-TTg năm 2022, xác định phát triển kinh tế số là nhiệm vụ trọng tâm, hướng tới mục tiêu đến năm 2025, kinh tế số chiếm 20% GDP và đến năm 2030 đạt 30%. Trong bối cảnh hội nhập quốc tế, các cam kết như: Hiệp định Đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), sự phát triển của thương mại điện tử xuyên biên giới càng đòi hỏi Việt Nam phải hoàn thiện hơn nữa các quy định về thương mại điện tử và bảo vệ người tiêu dùng. Với những thách thức trên, nhóm nghiên cứu đã xác định sự cần thiết phải tiếp tục nghiên cứu sâu, đánh giá thực trạng và học hỏi kinh nghiệm quốc tế, từ đó, đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện pháp luật Việt Nam về bảo vệ người tiêu dùng trong môi trường kinh tế số.

Nội dung đề tài gồm 4 chương:

Chương 1: Những vấn đề đặt ra đối với pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng trong môi trường kinh tế số. Nhóm tác giả đưa ra những vấn đề thực tiễn đang đặt ra hiện nay: Pháp luật bảo vệ người tiêu dùng phải kịp thời được hoàn thiện để thích ứng với thực tiễn mới, bảo đảm quyền lợi người tiêu dùng trong môi trường số, đồng thời cân bằng với sự phát triển của thị trường. Pháp luật bảo vệ người tiêu dùng ra đời với mục tiêu cốt lõi là bảo vệ những quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng trong các giao dịch với tổ chức, cá nhân kinh doanh. Dù cách tiếp cận có thể khác nhau giữa các quốc gia nhưng nhìn chung, các hệ thống pháp luật đều tập trung điều chỉnh một số vấn đề cơ bản, đó là: Bảo đảm quyền và nghĩa vụ của người tiêu dùng khi tham gia giao dịch; áp dụng các quy định pháp lý đặc thù để ngăn chặn hành vi lạm dụng vị thế kinh doanh gây bất lợi cho người tiêu dùng; quy định cơ chế xử lý tranh chấp hiệu quả, tạo điều kiện thuận lợi cho người tiêu dùng bảo vệ quyền lợi của mình. Tuy nhiên, sự phát triển nhanh chóng của khoa học công nghệ và sự nổi lên của nền kinh tế số đã đặt ra nhiều thách thức pháp lý mới.

Chương 2: Thực trạng pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng trong môi trường kinh tế số, kinh nghiệm quốc tế và bài học tham khảo. Trong chương này, đề tài đã đi sâu phân tích kinh nghiệm của Mỹ, Liên minh châu Âu (EU) và Trung Quốc trong các mảng nội dung của pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng bao gồm: Pháp luật về bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng; pháp luật về tin nhắn điện tử thương mại nhằm bảo vệ người tiêu dùng; pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong các thương mại điện tử xuyên biên giới; pháp luật về cơ chế giải quyết tranh chấp trực tuyến nhằm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Ở mỗi nội dung, đề tài tìm hiểu các cách tiếp cận của pháp luật, nội dung cơ bản của pháp luật ở các quốc gia, từ đó tập trung phân tích thực trạng của pháp luật Việt Nam để rút ra một số bài học kinh nghiệm nhằm hoàn thiện pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong môi trường kinh tế số hiện nay.

Chương 3: Giải pháp hoàn thiện pháp luật Việt Nam về bảo vệ người tiêu dùng trong môi trường kinh tế số. Chương này nhấn mạnh: Bằng cách cải tiến toàn diện cả về nội dung lẫn cơ chế thực thi pháp luật, Việt Nam có thể thiết lập được môi trường kinh tế số an toàn, tin cậy, đồng thời bảo vệ tốt hơn quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng trong bối cảnh mới. Cụ thể: 1) Bảo đảm quyền tiếp cận thông tin minh bạch, quyền được bảo mật thông tin cá nhân và quyền được giải quyết tranh chấp nhanh chóng, hiệu quả; 2) Hoàn thiện theo hướng mở rộng phạm vi điều chỉnh, bao gồm cả các hành vi mới phát sinh như chia sẻ dữ liệu cá nhân đổi lấy dịch vụ hoặc sản phẩm số; 3) Xây dựng các quy định cụ thể nhằm bảo vệ người tiêu dùng khi tham gia vào các giao dịch có tính chất phức tạp và rủi ro như: Tài sản mã hóa, dịch vụ fintech và các mô hình kinh tế chia sẻ; 4) Thiết lập cơ chế xử phạt đủ mạnh đối với các hành vi vi phạm cũng như phát triển hệ thống giải quyết tranh chấp trực tuyến phù hợp với đặc điểm giao dịch số. Ví dụ như cơ chế thử nghiệm có kiểm soát (sandbox) được đề xuất như một giải pháp pháp lý sáng tạo, cho phép các doanh nghiệp thử nghiệm sản phẩm, dịch vụ mới trong khuôn khổ pháp lý linh hoạt nhưng vẫn đảm bảo quyền lợi người tiêu dùng.

Chương 4: Một số kiến nghị nhằm hoàn thiện pháp luật Việt Nam về bảo vệ người tiêu dùng trong môi trường kinh tế số. Chương này tập trung đưa ra hệ thống kiến nghị cụ thể nhằm hoàn thiện pháp luật bảo vệ người tiêu dùng trong nền kinh tế số tại Việt Nam. *Trước hết*, cần rà soát, sửa đổi và bổ sung các quy định hiện hành nhằm khắc phục những khoảng trống pháp lý liên quan đến bảo vệ thông tin cá nhân, xử lý tin nhắn rác, thương mại điện tử xuyên biên giới và giải quyết tranh chấp trực tuyến. *Thứ hai*, cần tiếp tục hoàn thiện các quy định về bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử, đặc biệt là quy định trách nhiệm của các chủ thể tham gia vào chuỗi cung ứng dịch vụ, bao gồm cả các nền tảng thương mại điện tử lớn và các đối tác nước ngoài. *Thứ ba*, cần nghiên cứu kinh nghiệm quốc tế để ban hành các quy định cụ thể về xử lý tranh chấp thương mại điện tử xuyên biên giới, trong đó, có thể xem xét thiết lập cơ chế công nhận và thi hành phán quyết của các cơ quan giải quyết tranh chấp trực tuyến quốc tế. *Thứ tư*, nâng cao hiệu quả thực thi pháp luật, bổ sung chế tài xử lý vi phạm đủ sức răn đe đối với các hành vi vi phạm quyền lợi người tiêu dùng trong môi trường số, đồng thời đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý nhà nước, tăng cường hoạt động thanh tra, kiểm tra, phát hiện và xử lý kịp thời các vi phạm. *Thứ năm*, để bảo vệ người tiêu dùng hiệu quả, cần kết hợp hoàn thiện pháp luật với nâng cao nhận thức xã hội thông qua tuyên truyền, phổ biến pháp luật nhằm giúp người tiêu dùng hiểu rõ và chủ động bảo vệ quyền lợi của chính mình ■

THẠC NGỌC giới thiệu