

# PHÁP LUẬT VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VÀ MỘT SỐ VẤN ĐỀ ĐẶT RA

● NGUYỄN ĐĂNG NGHĨA

## TÓM TẮT:

Trong thời đại công nghệ số 4.0, cùng với sự phát triển như vũ bão của Internet, xu hướng kinh doanh trực tuyến hay bán hàng online đã đem lại hiệu quả kinh tế cho rất nhiều ngành nghề kinh doanh tại Việt Nam. Những năm gần đây, “thương mại điện tử” (TMĐT) đã không còn là khái niệm xa lạ trong xã hội hay một lĩnh vực mới mẻ tại nước ta. Năm 2020, đại dịch Covid-19 đã mang đến nhiều biến động đối với nền kinh tế và sự tăng trưởng bứt phá của TMĐT đã góp phần đưa Việt Nam trở thành một trong những thị trường tiềm năng nhất khu vực ASEAN, thể hiện vai trò của Việt Nam trong năm Chủ tịch ASEAN. Tuy nhiên, song hành với những cơ hội phát triển, TMĐT ở Việt Nam cũng gặp không ít những thách thức trong việc xây dựng thị trường TMĐT lành mạnh, bền vững. Trong đó, hệ thống pháp luật về TMĐT đòi hỏi phải không ngừng hoàn thiện để đáp ứng sự phát triển của thị trường.

**Từ khóa:** thương mại điện tử, đại dịch Covid-19, kinh doanh.

## 1. Đặt vấn đề

Khác với sự phát triển mạnh mẽ của thị trường, pháp luật TMĐT ít nhiều còn xa lạ với khá nhiều người. Tuy nhiên, trong thời kỳ hội nhập, lĩnh vực thương mại điện tử ngày càng đóng vai trò quan trọng. Không thể phủ nhận rằng đây đang là một lĩnh vực phát triển mạnh. Hiểu và vận dụng tốt các quy định pháp luật giúp người tham gia nắm bắt thị trường, tránh rủi ro.

## 2. Nội dung nguyên cứu

### 2.1. Thực trạng phát triển TMĐT ở Việt Nam

Với thế mạnh là dân số trẻ cũng như lượng người dùng smartphone chiếm tỷ trọng lớn, lượng người giao dịch TMĐT trên smartphone nhiều, thị trường TMĐT tại Việt Nam hiện tăng trưởng khá nhanh với 35,4 triệu người dùng và tạo ra doanh thu hơn 2,7 tỷ USD trong năm 2019. Báo cáo TMĐT các nước Đông Nam Á năm 2019 của Google,

Temasek và Brain&Company dự đoán, tốc độ tăng trưởng trung bình cho cả giai đoạn 2015-2025 của TMĐT Việt Nam là 29%.

Dự báo đến năm 2025, quy mô TMĐT của Việt Nam sẽ vượt tới ngưỡng 43 tỷ USD và đứng thứ 3 trong khối ASEAN. Bên cạnh những lợi ích TMĐT mang đến như giúp doanh nghiệp mở rộng thị trường, giảm chi phí, tăng lợi nhuận, thanh toán nhanh thì vẫn còn nhiều hạn chế trong việc mua bán trên thị trường trực tuyến như vấn nạn hàng giả, hàng lậu, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ trên các sàn giao dịch TMĐT và mạng xã hội; hoạt động TMĐT có yếu tố nước ngoài phát sinh dưới nhiều hình thức; tranh chấp với đối tác trong TMĐT, đặc biệt các mạng xã hội đang nổi lên là một phương thức giao dịch TMĐT phổ biến nhưng chưa được điều chỉnh,... Các hành vi vi phạm trong TMĐT diễn ra ngày càng phức tạp khiến người tiêu dùng

còn nhiều lo ngại trong việc mua hàng và thanh toán trực tuyến.

Theo Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021-2025 tại Quyết định số 645/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 15 tháng 5 năm 2020, Chính phủ đã đặt các mục tiêu tổng quát đến năm 2025 gồm: Hỗ trợ, thúc đẩy việc ứng dụng rộng rãi TMĐT trong doanh nghiệp và cộng đồng; Thu hẹp khoảng cách giữa các thành phố lớn và các địa phương về mức độ phát triển TMĐT; Xây dựng thị trường TMĐT lành mạnh, có tính cạnh tranh và phát triển bền vững; Mở rộng thị trường tiêu thụ cho hàng hóa Việt Nam trong và ngoài nước thông qua ứng dụng TMĐT; đẩy mạnh giao dịch, TMĐT xuyên biên giới; Trở thành quốc gia có thị trường TMĐT phát triển thuộc nhóm 3 nước dẫn đầu khu vực Đông Nam Á.

Thị trường TMĐT Việt Nam hiện nay đang bị chi phối bởi các doanh nghiệp nước ngoài. Đáng chú ý một số doanh nghiệp xuất phát điểm là doanh nghiệp Việt Nam nhưng khi thành công thì được nước ngoài mua lại hoặc do pháp nhân nước ngoài nắm cổ phần chi phối.

Điển hình như sàn Tiki vốn là một sàn bản địa Việt Nam, đến cuối năm 2020, vốn ngoại tại sàn này đã chiếm gần 55% và đến năm 2021 sàn này chuyển 90,5% cổ phần cho pháp nhân Tiki Global của Singapore. Như vậy, Tiki đã trở thành doanh nghiệp Singapore. Tương tự, sàn Sendo xuất phát điểm là doanh nghiệp Việt Nam, nhưng đến cuối năm 2020 vốn ngoại tại sàn này đã lên tới hơn 65%.

Như vậy, trong 4 sàn giao dịch TMĐT lớn nhất trên thị trường Việt Nam hiện nay, có đến 3 sàn giao dịch TMĐT có vốn đầu tư nước ngoài.

Việc chi phối thị trường của các sàn TMĐT nước ngoài thể hiện qua số lượt truy cập. Theo số liệu tháng 02/2022, tổng số lượt truy cập trên Shopee là 78,5 triệu lượt, trên Lazada là 14,8 triệu lượt, trên Tiki là 14,1 triệu lượt và Chợ tốt (Việt Nam) là 12,7 triệu lượt. Trong bảng xếp hạng các ứng dụng di động (Android, iOS) mua sắm tại Việt Nam, Shopee cũng là ứng dụng được sử dụng nhiều nhất, xếp sau lần lượt là Lazada, Tiki.

Bên cạnh đó, không chỉ riêng các sàn TMĐT, các nền tảng mạng xã hội phổ biến cũng dần lấn

sâu sang các hoạt động TMĐT và giao dịch trực tuyến. Điển hình như Facebook, Google, Netflix, Youtube, Amazon, TikTok,... các nền tảng này cho phép hiển thị các quảng cáo mua bán hàng hóa, sản phẩm, có thể thực hiện mua bán qua liên kết với các sàn TMĐT, hoặc tích hợp trực tiếp việc đăng tải mua bán sản phẩm trên các nền tảng này.

Như vậy, với tỷ lệ chiếm lĩnh thị trường TMĐT lớn, các sàn TMĐT có sở hữu nước ngoài không những có doanh thu lớn tại thị trường Việt Nam, mà còn nắm giữ một lượng lớn dữ liệu của người Việt Nam, từ các trường thông tin cơ bản như tên, tuổi, địa chỉ, số điện thoại liên hệ đến các thông tin về hành vi mua sắm, sở thích, thói quen và mức sống của người dân Việt Nam.

## **2.2. Hệ thống văn bản quy phạm pháp luật về TMĐT**

TMĐT là một lĩnh vực rất đặc thù, đó là sự kết hợp giữa công nghệ và thị trường, giữa yếu tố thực và yếu tố ảo, giữa thực thể tồn tại với thực thể trong không gian số. Chính vì vậy, khung pháp lý đang tiếp tục được hoàn thiện gắn với thực tiễn. Khung pháp lý cho TMĐT hiện nay gồm: Luật Thương mại, Luật Giao dịch điện tử, Nghị định số 52/2013/NĐ-CP về TMĐT và một số nghị định khác liên quan tới các lĩnh vực trong hoạt động TMĐT như Nghị định số 165/2018/NĐ-CP về giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính; Nghị định số 130/2018/NĐ-CP quy định chi tiết thi hành Luật Giao dịch điện tử chữ ký số và chứng thực chữ ký số; Nghị định số 119/2018/NĐ-CP quy định về hóa đơn điện tử,...

Kể từ khi Nghị định 52 được Chính phủ ban hành, Bộ Công Thương đã trình, ban hành theo thẩm quyền nhiều văn bản quy phạm pháp luật để quy định chi tiết theo yêu cầu của Nghị định; hoàn thiện pháp luật về xử lý vi phạm hành chính; trình Thủ tướng Chính phủ ban hành nhiều cơ chế, chính sách, Chương trình nhằm thúc đẩy sự tăng trưởng, phát triển lĩnh vực TMĐT trên phạm vi toàn quốc. Với bản chất của TMĐT là hoạt động thương mại áp dụng các tiến bộ trong công nghệ thông tin và Internet, hoạt động TMĐT cũng là lĩnh vực chịu nhiều tác động và thay đổi nhanh chóng, năm 2002, Bộ Công Thương đã dự thảo đề

ngợi xây dựng Nghị định sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 52/2013/NĐ-CP về TMĐT.

Bên cạnh những quy định mới về chủ thể và cơ chế quản lý hoạt động TMĐT, quy định về hoạt động TMĐT có yếu tố nước ngoài cũng được đề ra để giải quyết những vướng mắc, bất cập; cụ thể: Bổ sung quy định chủ thể của hoạt động TMĐT, thu gọn đối tượng ứng dụng TMĐT phải thực hiện thủ tục hành chính; Công khai thông tin hàng hóa, người mua trên sàn TMĐT, minh bạch hóa thông tin cho người tiêu dùng, phòng chống gian lận thương mại; Quy định rõ hoạt động TMĐT trên mạng xã hội, mạng xã hội được tổ chức hoạt động tương tự như một hình thức TMĐT truyền thống; Sửa đổi quy định về cách thức hiện diện của thương nhân, tổ chức nước ngoài hoạt động TMĐT trên lãnh thổ Việt Nam.

Đồng thời, xây dựng các chương trình, chính sách, giải pháp khuyến khích hoạt động đánh giá tín nhiệm website thương mại điện tử, hoàn thiện nền tảng tín nhiệm TMĐT.

Trong bối cảnh của Covid-19 và sự phát triển bùng nổ của thị trường mua sắm trực tuyến, để góp phần vào việc xây dựng thị trường TMĐT lành mạnh tại Việt Nam, Cục TMĐT và Kinh tế số đưa ra giải pháp về phát triển hệ sinh thái TMĐT. Cụ thể, trong 5 năm tới, bên cạnh việc xây dựng các chương trình, chính sách đánh giá tín nhiệm website thương mại điện tử, giải pháp “Nền tảng tín nhiệm thương mại điện tử” là công cụ đánh giá các chủ thể kinh doanh TMĐT. Xếp hạng tín nhiệm này sẽ công bố rộng rãi tới người tiêu dùng.

Hiện nay, việc xây dựng tín nhiệm tiêu chuẩn trong TMĐT là điều cần thiết để gia tăng niềm tin của khách hàng vào các hoạt động mua bán, thanh toán trong môi trường TMĐT. Mô hình về hoàn thiện nền tảng tín nhiệm (Circle of Trust) trong giai đoạn 2015 - 2025 bao gồm: xây dựng hệ thống thanh toán đảm bảo ESCROW; giải quyết tranh chấp trực tuyến TrustON; ứng dụng Chứng từ điện tử trong thương mại; ứng dụng dịch vụ chuyển phát tiêu chuẩn trong TMĐT và triển khai các chuỗi sự kiện phát triển TMĐT và hỗ trợ nhà sản xuất, hàng Việt uy tín trong nước.

### **2.3. Một số bất cập về hoạt động TMĐT**

Các cơ quan chức năng đã thiết lập hành lang pháp lý cho các giao dịch TMĐT được tiến hành một cách minh bạch, trên cơ sở cạnh tranh lành mạnh, qua đó tạo điều kiện để TMĐT phát triển, góp phần nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp và xây dựng các tập quán thương mại hiện đại cho Việt Nam.

Sự ra đời của Luật Đầu tư số 67/2014/QH13 và Luật Doanh nghiệp số 68/2014/QH13 cùng Thông tư số 47/2014/TT-BCT quy định về quản lý website TMĐT, Thông tư số 39/2014/TT-NHNN hướng dẫn về dịch vụ trung gian thanh toán, tạo điều kiện cho hoạt động TMĐT có những thay đổi đáng kể, khắc phục những lỗ hổng pháp lý thời điểm trước như thông tin đăng ký, thiếu quy phạm quản lý kinh doanh TMĐT trên các mạng xã hội,...

Tuy nhiên, một số vấn đề vẫn chưa được đề cập đúng mức, như: Thiếu chế tài cho các hành vi vi phạm kinh doanh TMĐT qua mạng xã hội và nền tảng thiết bị di động. Bên cạnh website TMĐT, các mạng xã hội, đặc biệt là Facebook, được sử dụng rất phổ biến ở Việt Nam. Hiện nay, số người sử dụng các diễn đàn mạng xã hội để mua sắm trực tuyến cũng gia tăng. Số doanh nghiệp sử dụng nền tảng di động như kênh liên lạc giữa nhà bán lẻ và người tiêu dùng ngày càng tăng. Do đó, quản lý các mạng xã hội kinh doanh TMĐT cũng như nền tảng di động cũng không kém phần cấp thiết.

Chưa kể, hiện nay chưa có quy định quản lý TMĐT trên nền tảng di động cũng như chế tài tương ứng với hành vi vi phạm; quy định chưa rõ ràng đối với danh sách các website TMĐT khuyến cáo người tiêu dùng thận trọng; thiếu hướng dẫn chi tiết về quy trình giao kết hợp đồng mua hàng trực tuyến.

Thông tư số 47/2014/TT-BCT quy định, các công ty có trang web bán hàng, các trang mạng xã hội phải đăng ký trên sàn giao dịch điện tử và các trang mạng xã hội phải có trách nhiệm quản lý thông tin, hoạt động của người đăng ký trên trang mạng xã hội của mình. Mọi hoạt động kinh doanh TMĐT phải đăng ký với Cục Thương mại điện tử thuộc Bộ Công Thương. Cơ quan thuế phối hợp, lấy thông tin trên Cục Thương mại điện tử để theo dõi

các doanh nghiệp, các tổ chức sở hữu website cung cấp dịch vụ thương mại điện tử, từ đó rà soát các hợp đồng, thỏa thuận hợp tác để thu thuế. Thông qua đó, cơ quan thuế kiểm tra chứng từ liên quan đến các khoản thu chi của các doanh nghiệp này. Thông tin nguồn dữ liệu quản lý kê khai hoạt động thương mại điện tử, cơ quan thuế sẽ nắm bắt hoạt động kinh doanh qua sàn, nhất là các trường hợp xây dựng kho hàng trên mạng của các cá nhân, doanh nghiệp để áp dụng các biện pháp quản lý thuế. Thế nhưng, hiện nay việc kê khai đăng ký với Cục Thương mại điện tử không nhiều. Nguyên nhân, do Thông tư quy định trách nhiệm đăng ký là của doanh nghiệp mà không siết trách nhiệm kiểm tra, giám sát của cơ quan nhà nước. Do vậy, đến nay rất nhiều doanh nghiệp “né” trách nhiệm đăng ký vẫn không bị xử lý. Đó cũng là lý do ngành Thuế thất thu vì không có nguồn dữ liệu doanh nghiệp điện tử để tính thuế.

Bên cạnh đó, mặc dù Thông tư số 47/2014/TT-BCT quy định rất rõ trách nhiệm của doanh nghiệp kinh doanh TMĐT cũng như trách nhiệm của các cơ quan nhà nước của từng ngành nhưng đến nay việc thu thuế vẫn còn khoảng trống. Theo Luật Quản lý thuế thì tổ chức, cá nhân phát sinh nghĩa vụ thuế khi có hoạt động thương mại hoặc làm công, mua bán tài sản, không phân biệt giao dịch thương mại được thực hiện theo phương thức truyền thống hay theo phương thức điện tử. Có nghĩa là bất kể doanh nghiệp hay cá nhân có đăng ký kinh doanh hay không, miễn có hoạt động mua bán phát sinh thu nhập thì có trách nhiệm thực hiện đăng ký, kê khai, nộp thuế. Với người bán hàng là cá nhân thì được miễn nộp các loại thuế giá trị gia tăng, thuế thu nhập cá nhân nếu mức doanh thu cả năm không vượt quá 100 triệu đồng. Tuy nhiên, đã mua bán phải kê khai, khi kê khai mới xác định có phải nộp thuế hay không. Thế nhưng, hầu hết những cá nhân kinh doanh trên các trang TMĐT hiện nay không

kê khai. Thậm chí nhiều doanh nghiệp kinh doanh trên mạng không có địa điểm kinh doanh, không tài khoản ngân hàng rõ ràng. Không ít doanh nghiệp, cá nhân có cả website điện tử bán hàng nhưng không thông báo cho Cục Thương mại điện tử và không kê khai, hoặc kê khai thuế không đầy đủ. Bên cạnh đó, việc xử lý các tranh chấp liên quan hiện nay của Bộ luật Tố tụng Dân sự và các văn bản liên quan không có quy định nào về chứng cứ điện tử và cách thức thu thập chứng cứ điện tử khiến cho cơ quan tố tụng và các bên đương sự gặp khó khăn và vướng mắc khi xác định chứng cứ để giải quyết các tranh chấp.

### **3. Kết luận**

Như vậy, TMĐT không chỉ tác động đối với hoạt động thương mại mà còn tác động lên các hoạt động khác của nền kinh tế, chính trị, văn hóa,... Do đó, pháp luật về TMĐT là công cụ để cơ quan nhà nước có thẩm quyền áp dụng khi giải quyết các tranh chấp liên quan. Để TMĐT phát huy thế mạnh đồng thời tạo cơ chế thuận lợi cho việc giải quyết các tranh chấp, cần bổ sung thêm các quy định về công nhận giá trị pháp lý của chứng cứ điện tử; cách thức quản lý các mạng xã hội kinh doanh TMĐT cũng như nền tảng di động; đưa ra các chế tài tương ứng với hành vi vi phạm; xây dựng và thừa nhận tính pháp lý cho cơ chế giải quyết tranh chấp trực tuyến.

Pháp luật về TMĐT cũng cần nâng cao nhận thức và ý thức pháp luật của các chủ thể trong quan hệ TMĐT. Tuyên truyền việc tuân thủ pháp luật TMĐT của các chủ thể tham gia quan hệ TMĐT; Tăng cường xử lý vi phạm của các tổ chức, cá nhân hoạt động kinh doanh bán sản phẩm hàng hóa trên các sàn giao dịch TMĐT, trên các trang web bán hàng, trên các trang mạng xã hội nước ngoài (Facebook, Youtube, Zalo,...). Đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao trình độ của đội ngũ công chức trong các cơ quan quản lý nhà nước về TMĐT ■

### **TÀI LIỆU THAM KHẢO:**

1. Quốc hội (2015). *Luật số 91/2015/QH13: Bộ luật Dân sự, ban hành ngày 24 tháng 11 năm 2015.*
2. Quốc hội (2005). *Luật số 36/2005/QH11: Luật Thương mại, ban hành ngày 04 tháng 6 năm 2005.*

3. Quốc hội (2005). *Luật số 51/2005/QH11: Luật Giao dịch điện tử, ban hành ngày 29 tháng 11 năm 2005.*
4. Chính phủ (2013). *Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16 tháng 5 năm 2013 về thương mại điện tử.*
5. Ban chỉ đạo 35 - Bộ Công Thương (2021). Phát triển thương mại điện tử trở thành một trong những lĩnh vực tiên phong của nền kinh tế số. Truy cập tại: [https://moit.gov.vn/bao-ve-nen-tang-tu-tuong-cua-dang/phan-trien-thuong-mai-dien-tu-tro-thanh-mot-trong-nhung-linh.html](https://moit.gov.vn/bao-ve-nen-tang-tu-tuong-cua-dang/phan-trien-thuong-mai-dien-tu-tro-thanh-mot-trong-nhung-linh-vc-tien-phong-cua-nen-kinh-te-so)
6. TH (2022). Phát triển thương mại điện tử phải đảm bảo an toàn, an ninh mạng. Truy cập tại: <https://baohinhphu.vn/phan-trien-thuong-mai-dien-tu-phai-dam-bao-an-toan-an-ninh-mang-10222051614034901.htm>
7. Lê Anh, Vũ Hà (2021). Hoàn thiện pháp luật về thương mại điện tử ở Việt Nam trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0. Truy cập tại: <https://quochoi.vn/hoatdongcuaquochoi/cackyhoppquochoi/quochoikhoaXIII/Pages/danh-sach-ky-hop.aspx?ItemID=61441&CategoryId=0>

**Ngày nhận bài: 26/3/2022**

**Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 22/4/2022**

**Ngày chấp nhận đăng bài: 15/5/2022**

*Thông tin tác giả:*

**ThS. NGUYỄN ĐĂNG NGHĨA**

**Khoa Luật, Trường Đại học Mở TP. Hồ Chí Minh**

## **REGULATIONS ON E-COMMERCE ACTIVITIES AND SOME ISSUES**

● Master. **NGUYEN DANG NGHIA**

Faculty of Law, Ho Chi Minh City Open University

### **ABSTRACT:**

In the Industry 4.0 era, along with the rapid development of the Internet, online businesses have positively contributed to Vietnam's economy. In recent years, e-commerce has become a popular business concept and a strongly growing sector in Vietnam. The COVID-19 pandemic has brought many changes to the economy and has fueled the explosive growth of e-commerce sector, making Vietnam one of the most potential e-commerce markets in the ASEAN region. The successful development of e-commerce sector also demonstrates Vietnam's role in the ASEAN Chairmanship 2020. However, the e-commerce sector in Vietnam still faces many challenges in order to grow healthy and sustainably. In which, regulations on e-commerce activities should be constantly improved, adjusted and supplemented to meet the market development.

**Keywords:** e-commerce, the Covid-19 pandemic, business.