

CHƯƠNG 1. NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ THÔNG TIN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG VÀ VẤN ĐỀ BẢO VỆ THÔNG TIN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TRONG CÁC GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

1.1. Khái quát chung thông tin của người tiêu dùng và thương mại điện tử

1.1.1. Khái quát về thông tin của người tiêu dùng

1.1.1.1. Khái niệm

Theo khoản 13 Điều 3 Nghị định 52/2013/NĐ-CP được sửa đổi, bổ sung bởi Nghị định 85/2021/NĐ-CP thì “*thông tin cá nhân là các thông tin góp phần định danh một cá nhân cụ thể, bao gồm tên, tuổi, địa chỉ nhà riêng, số điện thoại, thông tin y tế, số tài khoản, thông tin về các giao dịch thanh toán cá nhân và những thông tin khác mà cá nhân mong muốn giữ bí mật*”.

Khái niệm “người tiêu dùng” đã tồn tại khá lâu trong hệ thống pháp luật các nước. Tuy nhiên, mỗi nước lại chọn cho mình một quan điểm riêng về vấn đề này, “người tiêu dùng” được định nghĩa như sau ở một vài quốc gia:

Liên minh châu Âu: Khái niệm NTD của Liên minh châu Âu được giải thích trong Chỉ thị số 1999/44/EC ngày 25/5/1999 về việc mua bán hàng hóa tiêu dùng và các bảo đảm có liên quan (Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council of 25 May 1999 on certain aspects of the sale of consumer goods and associated guarantees). Chỉ thị này giải thích: “*NTD là bất cứ cá nhân nào... tham gia vào các hợp đồng điều chỉnh trong Chỉ thị này... vì mục đích không liên quan tới hoạt động kinh doanh hoặc nghề nghiệp của mình*”.¹

Trung Quốc: Theo Điều 2 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng Trung Quốc năm 2013: “*NTD là người mua, sử dụng hàng hóa, dịch vụ phục vụ cho cuộc sống tiêu dùng hàng ngày và lợi ích của họ được luật này bảo hộ; hoặc trường hợp luật này chưa có quy định thì những luật có liên quan khác quy định bảo hộ quyền lợi NTD*”.²

¹ Francise Rose (ed.), Blackstone’s Statutes on Commercial and Consumer Law 2008-2009, 17th ed. (Oxford: Oxford University Press, 2008) at 539.

² Khoản 2 Điều 2 Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng Trung Quốc 2013.

Hoa Kỳ: Các quy định về bảo vệ NTD ở Hoa Kỳ nằm cả trong pháp luật của liên bang và pháp luật của các bang. Tuy không có một đạo luật chung thống nhất về bảo vệ NTD mà trong đó khái niệm NTD được giải thích rõ ràng, nhưng theo các chuyên gia pháp luật của Hoa Kỳ, khái niệm NTD chỉ được quan niệm là cá nhân NTD.³

Theo từ điển tiếng Việt, tiêu dùng là việc sử dụng của cải, vật chất để thoả mãn các nhu cầu của sản xuất và đời sống⁴. Ở góc độ kinh tế, NTD đóng vai trò quan trọng trong hệ thống kinh tế của các quốc gia, họ là người trả tiền để tiêu thụ hàng hoá, dịch vụ. Nếu không có nhu cầu tiêu dùng, các nhà sản xuất sẽ thiếu đi động lực quan trọng để sản xuất, hay nói cách khác NTD chính là một phần của chuỗi phân phối sản phẩm⁵. Tuy nhiên, NTD là người mua nhưng khác với người mua nguyên liệu hoặc mua hàng để bán lại, họ là những người sử dụng hàng hóa, dịch vụ cuối cùng và làm chúng tiêu hao hoặc biến mất qua việc sử dụng đó⁶.

Nhận diện “người tiêu dùng” là một vấn đề quan trọng trong chính sách và pháp luật về BVQL NTD. Hiện nay, quan niệm về NTD trong pháp luật của các quốc gia trên thế giới có sự đồng nhất trong việc xác định về hành vi, cụ thể: NTD là những chủ thể có hành vi “tiêu dùng” sản phẩm (hàng hóa hoặc dịch vụ). Tuy nhiên, về đối tượng thì pháp luật các nước lại phân hóa thành hai xu hướng:

Thứ nhất, NTD chỉ là cá nhân: đây là cách nhận diện phổ biến của nhiều quốc gia và khu vực lãnh thổ trên thế giới. Khái niệm NTD chỉ giới hạn đối với cá nhân, mà không bao gồm các doanh nghiệp hay tổ chức và còn loại trừ cả trường hợp “người dùng” vì mục đích thương mại⁷. Chẳng hạn: theo pháp luật Hoa Kỳ, NTD là cá nhân tham gia giao dịch với mục đích chủ yếu vì nhu cầu cá nhân hoặc sinh hoạt hộ gia đình⁸; theo pháp luật Nhật Bản, NTD là cá nhân nhưng không bao gồm cá nhân tham gia hợp đồng với mục đích kinh doanh⁹; theo pháp luật Philippines, NTD là cá nhân

³ Nguyễn Văn Cường (2008), Quan niệm về người tiêu dùng trong pháp luật các quốc gia trên thế giới và vấn đề xây dựng khái niệm người tiêu dùng trong Dự thảo Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Viện Khoa học pháp lý – Bộ Tư Pháp.

⁴ Hoàng Phê (2006), Từ điển tiếng Việt, Nhà xuất bản Đà Nẵng, tr.176.

⁵ Robert G. Cross (1997), Revenue management: hard – core tactics for market domination, Nxb.Broadway Books, tr.66-71.

⁶ Nguyễn Thị Vân Anh – Nguyễn Văn Cường (2014), Giáo trình Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia, tr. 13.

⁷ Lauren Krohn (1995), Consumer protection and the law: A dictionary, Nxb. ABC-CLIO Ltd.

⁸ Michael L. Rustad (2007), Everyday Law for Consumers, Paradigm Publishers, tr. 2.

⁹ Điều 2 Luật Hợp đồng tiêu dùng năm 2000 (The Consumer Contract Act).

mua, thuê, nhận, có tiềm năng mua, thuê, nhận hàng hóa, dịch vụ, tín dụng tiêu dùng. Hàng hóa, dịch vụ tiêu dùng phải là hàng hóa, dịch vụ sử dụng chủ yếu cho mục đích sinh hoạt cá nhân, sinh hoạt gia đình, hoặc cho hoạt động nông nghiệp¹⁰.

Cách nhận diện như trên thể hiện rõ vấn đề bảo vệ NTD chỉ hướng tới đối tượng cá nhân, còn tổ chức do có vị thế và điều kiện tốt hơn so với cá nhân trong quan hệ với nhà kinh doanh nên luật bảo vệ NTD không cần thiết phải can thiệp vào quan hệ tiêu dùng của họ. Tuy nhiên, cách tiếp cận này cũng có điểm hạn chế, bởi lẽ tổ chức có nhiều loại, bao gồm cả doanh nghiệp và các cơ quan, tổ chức khác trong xã hội. Các đối tượng này cũng có thể tồn tại quan hệ mua bán nhằm phục vụ hoạt động tiêu dùng thông thường, mà không dừng lại ở mục đích phục vụ hoạt động kinh doanh. Do đó, trong quan hệ tiêu dùng, trong nhiều trường hợp, các tổ chức cũng không hoàn toàn chuyên nghiệp và có sẵn nguồn lực để đối phó với những hành vi vi phạm từ phía nhà kinh doanh.

Thứ hai, NTD bao gồm cá nhân và pháp nhân: đây là cách tiếp cận của một số quốc gia như Ấn Độ, Đài Loan... Chẳng hạn, Luật Bảo vệ NTD của Ấn Độ năm 1986 (Điều 2) có quy định: NTD là bất cứ người nào mua hàng hóa mà không có mục đích để bán lại hoặc vì mục đích thương mại khác. NTD bao gồm doanh nghiệp, cá nhân, hộ gia đình, hợp tác xã, tổ chức xã hội. Có thể thấy, cách xác định phạm vi NTD bao gồm cả pháp nhân là khá rộng, có thể tạo ra nhiều áp lực trong quá trình thực thi pháp luật BVQL NTD. Tuy nhiên, với cách thức tiếp cận này, có thể khắc phục được hạn chế của trường hợp xác định NTD chỉ bao gồm cá nhân.

Ở Việt Nam, NTD được định nghĩa là người mua, sử dụng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ cho mục đích tiêu dùng, sinh hoạt của cá nhân, gia đình, cơ quan, tổ chức và không vì mục đích thương mại (khoản 1 Điều 3 Luật BVQLNTD 2023). Về cơ bản, NTD thuộc đối tượng được BVQL khi thỏa mãn ba yếu tố sau: (i) Về chủ thể, có thể là cá nhân, hộ gia đình hoặc tổ chức; (ii) Mục đích sử dụng hàng hóa, dịch vụ: được sử dụng cho tiêu dùng, sinh hoạt mà không sử dụng cho hoạt động sản xuất, kinh doanh nhằm mục đích sinh lợi; (iii) Cơ sở xác lập quan hệ tiêu dùng: thông qua hợp

¹⁰ Điều 4 Luật Bảo vệ người tiêu dùng của Philippines năm 1992 (Consumer Act of the Philippines).

đồng mua bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ với tổ chức, cá nhân kinh doanh hoặc phát sinh trên cơ sở sử dụng hàng hóa, dịch vụ.

Thông tin cá nhân của người tiêu dùng là thông tin gắn với việc xác định danh tính của cá nhân NTD. Thông tin này rất đa dạng, gồm: Họ tên, tuổi, giới tính, địa chỉ, nghề nghiệp, điện thoại, địa chỉ thư điện tử, số hộ chiếu, số căn cước công dân, thông tin y tế, tài chính, văn hóa, xã hội... của người tiêu dùng.¹¹

1.1.1.2. Đặc điểm thông tin cá nhân của người tiêu dùng

Giải mã những đặc điểm cơ bản của “TTCN của NTD trong TMĐT” cần thiết đặt trong mối liên hệ với hoạt động TMĐT và quan hệ tiêu dùng. Có thể xác định TTCN của NTD trong TMĐT có các đặc điểm cơ bản sau:

Thứ nhất, TTCN của NTD xác định danh tính một người cụ thể

Cá nhân nhằm chỉ một con người cụ thể, là chủ thể phổ biến trong các quan hệ xã hội nói chung và quan hệ dân sự nói riêng. Việc xác định một con người cụ thể có thể dựa trên nhiều yếu tố, trong đó phải kể đến những thông tin tồn tại trong xã hội về người đó, đáng kể nhất là TTCN. Dựa vào những TTCN nhất định, có thể định danh một con người cụ thể (xác định chủ thể của TTCN).

Với đặc thù thực hiện một phần hoặc toàn bộ quy trình trên môi trường mạng, khi thực hiện giao dịch TMĐT, NTD phải cung cấp các thông tin để bên bán xác nhận được khách hàng cụ thể, qua đó xác lập và thực hiện giao dịch. Ngược lại, về phía NTD, các TTCN mà họ cung cấp cho người bán là một loại tài sản đặc biệt, thuộc “sở hữu” của cá nhân đó, buộc người bán và các bên liên quan có trách nhiệm với TTCN đó, và tất nhiên trong đó cũng đi kèm với trách nhiệm bảo mật.

Các TTCN định danh NTD có thể chia thành nhiều nhóm thông tin khác nhau như: (i) Thông tin liên lạc: là những thông tin được sử dụng cho mục đích liên lạc với NTD như họ tên, địa chỉ, số điện thoại, địa chỉ email..; (ii) Thông tin nhận dạng: cho phép xác định trực tiếp một cá nhân NTD cụ thể như số chứng minh nhân dân, số bảo hiểm y tế, số sổ bảo hiểm xã hội..; (iii) Thông tin riêng tư: là những thông tin liên

¹¹ Nguyễn Ngọc Quyên (2019), “Bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng theo pháp luật Việt Nam, Tạp chí Dân chủ Pháp luật”.

quan đến cá nhân mang tính chất riêng tư, thường được NTD bảo mật như hồ sơ tín dụng, thu nhập, hồ sơ bệnh án... và những thông tin khác mà cá nhân muốn giữ bí mật. Trong một xã hội dân sự rộng lớn, các giao dịch được xác lập thường nhật, một cá nhân bất kì cần xác định mình là ai thông qua việc chứng minh tư cách tham gia giao dịch của mình, đặc biệt là phải cung cấp các TTCN cần thiết.

Thứ hai, TTCN của NTD gắn với phạm trù “quyền riêng tư”

Quyền riêng tư là quyền của các cá nhân được phép giữ kín những thông tin, tư liệu, dữ liệu gắn liền với cuộc sống riêng tư của mình, quyền bất khả xâm phạm về thân thể, về nơi ở, về thư tín, điện thoại, điện tín và các thông tin điện tử khác mà không một chủ thể nào có quyền tiếp cận, công khai trừ trường hợp được chính người này đồng ý hoặc bằng quyết định của cơ quan nhà nước có thẩm quyền¹². Sự riêng tư về TTCN là một nội dung của quyền riêng tư, được hiểu là “khả năng kiểm soát của con người khi TTCN của họ được thu thập và sử dụng”¹³. Khi “xã hội công nghiệp” chuyển sang “xã hội công nghệ”, đặc biệt là đối với TMĐT, quyền riêng tư của NTD cũng được quan tâm nhiều hơn. Giao dịch trong TMĐT đòi hỏi sự chia sẻ một lượng lớn TTCN cần thiết cho giao dịch hoặc nhiều trường hợp thông tin bị thu thập bởi doanh nghiệp nhằm phân tích, tìm hiểu các xu hướng tiêu dùng, từ đó quyết định chiến lược kinh doanh. NTD trong nhiều trường hợp thường ít quan tâm đến mục đích đối với TTCN của chủ thể thu thập thông tin hay bên thứ ba, cho nên cũng không có ý thức về sự vi phạm quyền riêng tư. Chính vì sự bất cân xứng của các bên trong quan hệ tiêu dùng, mà việc nhìn nhận về quyền riêng tư của NTD và bên bán cũng thường khác nhau. Đối với NTD, quyền riêng tư là khả năng kiểm soát TTCN của họ bằng việc sử dụng hoặc cho đi khi họ thấy phù hợp. Còn đối với bên bán, quyền riêng tư của NTD là sự tương tác mang tính hai chiều giữa bên bán với NTD. Nếu NTD càng ít quan tâm đến quyền riêng tư thì bên bán càng có cơ hội để khai thác thông tin nhằm phát triển các giao dịch TMĐT của mình¹⁴.

¹² Thái Thị Tuyết Dung (2012), Quyền tiếp cận thông tin và quyền riêng tư ở Việt Nam và một số quốc gia, Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Tp.HCM, tr.115.

¹³ Kyung Han Sohn (2016), “Privacy and security protection under Korean ecommerce law and proposals for its improvements”, Arizona Journal of International and Comparative Law, Vol. 33, No. 1, tr. 237.

¹⁴ Rhys Smith – Jianhua Shao (2007), “Privacy and e-commerce: a consumer-centric perspective”, Electronic Commerce Research, Volume 7, Issue 2, tr. 101-102.

Như vậy, nếu NTD cung cấp TTCN của mình cho bên bán thì bên bán có quyền sử dụng thông tin để phục vụ cho việc xác lập và thực hiện giao dịch TMĐT, hay có thể gọi là quyền tiếp cận thông tin. Tuy nhiên, khi bỏ qua khía cạnh giao dịch, bên bán cũng có nghĩa vụ bảo đảm quyền riêng tư cho NTD thông qua việc bảo đảm an toàn cho TTCN của NTD. Và trong trường hợp quyền riêng tư đối với TTCN của NTD bị xâm phạm thì các chế tài do vi phạm quyền riêng tư của con người trong pháp luật về quyền riêng tư có thể được áp dụng đối với các bên liên quan.

Thứ ba, TTCN của NTD là yếu tố không thể thiếu trong việc giao kết và thực hiện hợp đồng điện tử

Trong TMĐT, hợp đồng được xác lập giữa NTD với tổ chức, cá nhân kinh doanh là hợp đồng điện tử, về phía NTD thì đây là hợp đồng không mang tính thương mại, bởi NTD xác lập hợp đồng để thoả mãn nhu cầu của họ, mà không nhằm mục đích sản xuất, kinh doanh. Việc thiết lập hợp đồng điện tử dưới dạng thông điệp dữ liệu bằng các phương tiện điện tử dẫn đến những yêu cầu về xác định chủ thể của hợp đồng.

Tính phi biên giới, tính vô hình và phi vật chất của hợp đồng điện tử thường khiến bên bán khó khăn để xác định nhân thân của bên mua¹⁵. Để xác định bên mua cụ thể, bên bán thường yêu cầu bên mua cung cấp các TTCN cần thiết, qua đó xác định được một bên chủ thể của hợp đồng là ai. Chẳng hạn, khi mua hàng trên sàn TMĐT, NTD bắt buộc phải tiến hành gửi đơn hàng điện tử, các mẫu đơn hàng này luôn có các yêu cầu cung cấp một số TTCN cần thiết để xác lập giao dịch như họ tên, địa chỉ nhà riêng hoặc nơi làm việc, số điện thoại, địa chỉ email, ngày sinh, thông tin thẻ tín dụng... Ngoài ra, việc cung cấp các loại thông tin liên lạc như địa chỉ, số điện thoại cũng có ý nghĩa rất quan trọng với việc thực hiện nghĩa vụ giao, nhận hàng của các bên trong hợp đồng. Xét từ nguyên tắc giao kết hợp đồng, việc cung cấp và sử dụng TTCN của NTD trong TMĐT cũng là một khía cạnh của nguyên tắc tự nguyện, bình đẳng, thiện chí, hợp tác, trung thực và ngay thẳng trong giao kết hợp đồng, tạo nên tính cân bằng cho hợp đồng điện tử.

¹⁵ Nguyễn Thị Mơ (2006), Cẩm nang pháp luật về giao kết hợp đồng điện tử, Nhà xuất bản Lao động Xã hội, tr. 60.

Thứ tư, TTCN của NTD trong TMĐT thường được lưu trữ dưới dạng “dữ liệu điện tử”

Dữ liệu điện tử là tất cả các mục thông tin, văn bản, hình ảnh, âm thanh hoặc sự kết hợp giữa chúng được lưu trữ bằng các phương tiện điện tử. Hiện nay, các TTCN của NTD thường được các doanh nghiệp lưu trữ dưới dạng dữ liệu điện tử số trên máy tính, gọi là cơ sở dữ liệu. Với việc lưu trữ các thông tin dưới dạng dữ liệu điện tử, chủ thể thu thập thông tin có thể quản lý và sử dụng có hiệu quả lượng thông tin “đồ sộ” từ các khách hàng khác nhau, từ các thông tin liên lạc cơ bản đến thông tin về thói quen tiêu dùng, lịch sử giao dịch, lịch sử truy cập... mà không bị giới hạn cả về thời gian và không gian.

Trong quản trị tiếp thị, các TTCN của NTD được doanh nghiệp thu thập, lưu trữ và sử dụng được gọi là “cơ sở dữ liệu khách hàng”. Đây là các dữ liệu về khách hàng, bao gồm khách hàng tương lai được sử dụng cho mục đích marketing, như: tăng khả năng, doanh số bán hàng hoặc duy trì quan hệ khách hàng. Marketing bằng việc sử dụng cơ sở dữ liệu là quá trình xây dựng, duy trì dữ liệu khách hàng cho mục đích giao dịch và trao đổi¹⁶.

Thứ năm, bảo đảm an toàn TTCN của NTD là một yêu cầu quan trọng trong hoạt động TMĐT

An ninh thông tin là sự BVTT, hệ thống thông tin trên mạng tránh bị truy nhập, sử dụng, tiết lộ, gián đoạn, sửa đổi hoặc phá hoại trái phép nhằm bảo đảm tính nguyên vẹn, tính bảo mật và tính khả dụng của thông tin¹⁷. Trong bối cảnh giao dịch TMĐT trở nên phổ biến và phát triển nhanh chóng, yêu cầu bảo mật và bảo đảm an toàn thông tin trong TMĐT cũng ngày càng được các bên giao dịch quan tâm.

Hoạt động TMĐT của các doanh nghiệp có thể thiệt hại nghiêm trọng bởi tội phạm công nghệ thực hiện các hành vi như ăn cắp thông tin khách hàng, giả mạo quan hệ, chiếm đoạt tài sản... Hoạt động TMĐT trở nên khó khăn để đảm bảo an toàn cho TTCN bởi các hoạt động xâm phạm TTCN ngày càng trở nên tinh vi và đa dạng về phương thức. Cho nên, để đáp ứng yêu cầu bảo mật và an toàn, các bên của giao

¹⁶ Nguyễn Văn Hùng (2014), Cẩm nang thương mại điện tử, Nhà xuất bản Kinh tế Tp. Hồ Chí Minh, tr.229.

¹⁷ Khoản 1 Điều 3 Luật An toàn thông tin mạng 2015.

dịch điện tử thường áp dụng các kỹ thuật bảo mật như mã hoá, các công nghệ bảo mật như SSL (Secure Sockets Layer), SET (Secure Electronic Transaction) và chữ ký điện tử (Electronic signature), chữ ký số hóa (Digital signature)¹⁸. Hiện nay, vấn đề bảo đảm an toàn TTCN của NTD trong TMĐT được xây dựng trên cơ sở sáu khía cạnh cơ bản sau:

Một là, tính toàn vẹn (integrity): đề cập đến khả năng bảo đảm an ninh cho các thông tin được hiển thị trên website hoặc chuyển nhận các thông tin trên Internet. Các thông tin không được thay đổi bởi người không được phép;

Hai là, tính chống phủ định: là khả năng đảm bảo các bên trong TMĐT không phủ nhận giao dịch mà họ thực hiện;

Ba là, tính xác thực: là khả năng định danh các đối tác tham gia giao dịch trực tuyến;

Bốn là, tính tin cậy: đảm bảo rằng, ngoài những người có quyền, không ai có thể xem các thông điệp và truy cập những dữ liệu có giá trị;

Năm là, tính riêng tư: là khả năng kiểm soát việc sử dụng TTCN mà khách hàng cung cấp về bản thân họ;

Sáu là, tính ích lợi: là khả năng thực hiện các chức năng của một website TMĐT được thực hiện đúng như mong đợi¹⁹.

Thực chất, vấn đề bảo mật và bảo đảm an toàn trong TMĐT nói chung và bảo đảm an toàn cho TTCN của NTD nói riêng cũng là một nội dung quan trọng của pháp luật TMĐT hiện nay.

1.1.1.3. Phân loại

Việc phân loại thông tin NTD trong TMĐT đóng vai trò quan trọng, giúp các doanh nghiệp nắm bắt các nhóm khách hàng tiềm năng, sở thích, hành vi mua sắm, từ đó xây dựng chiến lược marketing, sản phẩm và dịch vụ phù hợp. Giúp các doanh nghiệp tối ưu hóa website, đề xuất sản phẩm chính xác, cá nhân hóa trải nghiệm mua

¹⁸ Trường Đại học kinh tế Quốc dân (2015), Giáo trình thương mại điện tử căn bản, Trần Văn Hoè, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế quốc dân, tr. 30.

¹⁹ Nguyễn Văn Hùng (2014), tldd (16), tr. 250-253.

sắm, từ đó nâng cao tỷ lệ chuyển đổi và doanh thu. Thông tin của NTD trong TMĐT được phân loại thành hai nhóm chính: TTCN và thông tin phi cá nhân.

Thông tin cá nhân là thông tin có thể được sử dụng để xác định danh tính hoặc liên hệ trực tiếp với một cá nhân cụ thể. Ví dụ: Họ tên, địa chỉ, số điện thoại, email, ngày tháng năm sinh, giới tính, số thẻ tín dụng-ghi nợ, thông tin tài khoản ngân hàng, địa chỉ thanh toán, lịch sử mua hàng, hành vi lướt web chi tiết (sản phẩm đã xem, đã mua, v.v.).

Đặc điểm: Mức độ nhạy cảm cao, việc thu thập và sử dụng TTCN cần tuân thủ các quy định nghiêm ngặt về bảo vệ dữ liệu cá nhân; Yêu cầu bảo mật cao, các doanh nghiệp trong TMĐT cần áp dụng các biện pháp bảo mật kỹ thuật và vật lý chặt chẽ để bảo vệ TTCN của khách hàng.

Thông tin phi cá nhân là những thông tin không thể trực tiếp xác định danh tính hoặc liên hệ với một cá nhân cụ thể. Ví dụ: Loại thiết bị, hệ điều hành, trình duyệt web, địa chỉ IP, vị trí địa lý (không cụ thể đến số nhà), thông tin cookie, dữ liệu tổng hợp (thống kê hành vi mua sắm của nhóm khách hàng).

Đặc điểm: Mức độ nhạy cảm thấp, việc thu thập và sử dụng thông tin phi cá nhân thường ít bị ràng buộc bởi các quy định pháp luật; Yêu cầu bảo mật của các doanh nghiệp trong TMĐT có thể áp dụng các biện pháp bảo mật phù hợp với mục đích sử dụng và tính chất của thông tin phi cá nhân.

Phân loại thông tin NTD trong TMĐT là việc làm cần thiết để các doanh nghiệp trong TMĐT hiểu rõ khách hàng, tối ưu hóa hoạt động và tuân thủ pháp luật. Việc phân biệt rõ ràng TTCN và phi cá nhân, đồng thời áp dụng các biện pháp bảo mật phù hợp, sẽ giúp các doanh nghiệp trong TMĐT xây dựng uy tín và niềm tin với khách hàng, từ đó thúc đẩy sự phát triển bền vững.

1.1.2. Khái quát về thương mại điện tử

1.1.2.1. Khái niệm

TMĐT sẽ trở thành đòn bẩy kinh tế cho sự tăng trưởng thương mại ở nhiều quốc gia trong môi trường toàn cầu hóa. Đồng thời, nó sẽ trở thành một nhân tố kinh tế có ý nghĩa toàn cầu. Cơ sở hạ tầng của TMĐT là mạng máy tính, khi nó đã đạt đến

trình độ tiêu chuẩn cho hoạt động kinh doanh và hoạt động của các chính phủ. TMĐT đã trở thành yếu tố xúc tác làm thay đổi cơ cấu hoạt động và quản lý của các tổ chức.

Sự ra đời của TMĐT gắn liền với sự hình thành và phát triển của Internet. Kể từ khi Internet được khai thác để phục vụ cho mục đích thương mại, đã hình thành nhiều thuật ngữ để chỉ về hoạt động kinh doanh như: “thương mại trực tuyến”, “thương mại điều khiển học”, “kinh doanh điện tử”, “thương mại không có giấy tờ” v.v; gần đây “thương mại điện tử” được sử dụng nhiều và trở thành quy ước chung, đưa vào văn bản pháp luật quốc tế, dù rằng các tên gọi khác vẫn có thể được dùng và được hiểu với cùng một nội dung.

TMĐT (Electronic commerce - EC or E-Commerce): theo Kalakota và Whinston (1997) “*TMĐT là quá trình mua, bán và trao đổi sản phẩm, dịch vụ và thông tin thông qua hệ thống máy tính trên nền Internet*” là một khái niệm được dùng để mô tả quá trình mua và bán hoặc trao đổi sản phẩm, dịch vụ và thông tin thông qua mạng máy tính, kể cả Internet. Thuật ngữ “Thương mại” được nhiều người hiểu là một số giao dịch được thực hiện giữa các đối tác kinh doanh. Vì vậy, TMĐT cũng thường được hiểu theo nghĩa hẹp là mua và bán trên mạng, hay mua bán thông qua các phương tiện điện tử.

Thuật ngữ “Thương mại” được hiểu theo nghĩa rộng là các hoạt động kinh tế nhằm mục tiêu sinh lợi của các chủ thể kinh doanh trên thị trường. Vì vậy, “TMĐT” cũng được hiểu tương đương với kinh doanh điện tử và có thể xem xét dưới những góc độ sau đây:

Từ góc độ số hóa: TMĐT có thể thực hiện dưới nhiều hình thức phụ thuộc vào mức độ số hóa của các sản phẩm, dịch vụ mua bán, quá trình mua bán, vận chuyển và giao nhận hàng. Một sản phẩm có thể là sản phẩm vật chất hoặc sản phẩm số hóa, một tổ chức có thể là một cơ quan cụ thể hoặc một cơ quan số hóa và một quá trình cũng có thể là quá trình vật chất hay số hóa. Trong thương mại truyền thống, tất cả các khía cạnh này đều là hữu hình, trong TMĐT thuần túy, tất cả các khía cạnh này đều là số hóa. Mua hàng trực tuyến thông qua phương tiện điện tử là điện thoại thông minh... thông qua mạng máy tính, nhưng thanh toán và quá trình vận chuyển hàng lại được thực hiện bằng phương tiện vận tải truyền thống thì đó không phải là TMĐT

thuần túy nhưng nếu việc mua hàng, giao nhận hàng và thanh toán đều được số hóa thì đó là TMĐT thuần túy.

Từ góc độ các lĩnh vực kinh doanh: TMĐT diễn ra ở hầu khắp các lĩnh vực kinh doanh, thúc đẩy các lĩnh vực đó phát triển, đồng thời tạo nên bản sắc mới của hoạt động kinh doanh trên phạm vi toàn cầu.

Từ góc độ kinh doanh viễn thông: TMĐT là việc chuyển giao thông tin, sản phẩm và dịch vụ hoặc thanh toán thông qua điện thoại, mạng máy tính hay bất kỳ phương tiện điện tử nào khác.

Từ góc độ quá trình kinh doanh: TMĐT là việc ứng dụng công nghệ Internet để tự động hóa các dòng chu chuyển sản phẩm và các giao dịch kinh doanh.

Từ góc độ kinh doanh dịch vụ: TMĐT là phương tiện để các doanh nghiệp, NTD cắt giảm chi phí dịch vụ trong khi vẫn nâng cao chất lượng hàng hóa, tăng tốc độ dịch vụ chuyển giao.

Từ góc độ hỗ trợ trực tuyến: TMĐT cung cấp thông tin khả năng mua và bán sản phẩm trên Internet.

Nhìn một cách tổng quát, các định nghĩa TMĐT được chia thành hai nhóm tùy thuộc vào các quan điểm khác nhau:

Theo nghĩa rộng, TMĐT hiểu theo nghĩa rộng là các giao dịch tài chính và thương mại bằng phương tiện điện tử như: trao đổi dữ liệu điện tử, chuyển tiền điện tử và các hoạt động như gửi, rút tiền bằng thẻ tín dụng. Theo quan điểm này, có hai định nghĩa khái quát được đầy đủ nhất phạm vi hoạt động của TMĐT: Luật mẫu về TMĐT của Ủy ban Liên hợp quốc, về Luật Thương mại quốc tế (UNCITRAL) định nghĩa: “Thuật ngữ thương mại cần được diễn giải theo nghĩa rộng để bao quát các vấn đề phát sinh từ mọi quan hệ mang tính chất thương mại dù có hay không có hợp đồng. Các quan hệ mang tính thương mại bao gồm, nhưng không chỉ bao gồm, các giao dịch sau đây: bất cứ giao dịch nào về cung cấp hoặc trao đổi hàng hóa hoặc dịch vụ; thỏa thuận phân phối; đại diện hoặc đại lý thương mại, ủy thác hoa hồng, cho thuê dài hạn; xây dựng các công trình; tư vấn, kỹ thuật công trình; đầu tư; cấp vốn, ngân hàng; bảo hiểm; thỏa thuận khai thác hoặc tô nhượng, liên doanh và các hình thức về

hợp tác công nghiệp hoặc kinh doanh; chuyên chở hàng hóa hay hành khách bằng đường biển, đường không, đường sắt hoặc đường bộ”. Theo định nghĩa này, có thể thấy phạm vi hoạt động của TMĐT rất rộng, bao quát hầu hết các lĩnh vực hoạt động kinh tế, trong đó hoạt động mua bán hàng hóa và dịch vụ chỉ là một phạm vi rất nhỏ trong TMĐT. Theo Ủy ban châu Âu: *“TMĐT được hiểu là việc thực hiện hoạt động kinh doanh qua các phương tiện điện tử. Nó dựa trên việc xử lý và truyền dữ liệu điện tử dưới dạng chữ, âm thanh và hình ảnh”*. Theo ước tính đến nay, TMĐT có tới trên 1.300 lĩnh vực ứng dụng, trong đó, buôn bán hàng hóa và dịch vụ chỉ là một lĩnh vực ứng dụng. Các điểm đặc biệt của TMĐT so với các kênh phân phối truyền thống là tính linh hoạt cao độ về mặt cung ứng và giảm thiểu lớn phí tổn vận tải với các đối tác kinh doanh. Các phí tổn khác ví dụ như phí tổn điện thoại và đi lại để thu nhập hàng hay phí tổn trình bày giới thiệu cũng được giảm xuống. Mặc dù vậy, tại các dịch vụ vật chất cụ thể, khoảng cách không gian vẫn còn phải được khắc phục và vì thế đòi hỏi một khả năng tiếp vận phù hợp nhất định.

Theo nghĩa hẹp, TMĐT chỉ đơn thuần bó hẹp TMĐT trong việc mua bán hàng hóa và dịch vụ thông qua các phương tiện điện tử, nhất là qua Internet và các mạng liên thông khác. Theo Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), *“TMĐT bao gồm việc sản xuất, quảng cáo, bán hàng và phân phối sản phẩm được mua bán và thanh toán trên mạng Internet, nhưng được giao nhận một cách hữu hình, cả các sản phẩm giao nhận cũng như những thông tin số hóa thông qua mạng Internet”*. Theo Ủy ban TMĐT của Tổ chức hợp tác kinh tế châu Á-Thái Bình Dương, *“TMĐT liên quan đến các giao dịch thương mại trao đổi hàng hóa và dịch vụ giữa các nhóm (cá nhân) mang tính điện tử chủ yếu thông qua các hệ thống có nền tảng dựa trên Internet”*. Các kỹ thuật thông tin liên lạc có thể là email, trao đổi dữ liệu điện tử và Internet có thể được dùng để hỗ trợ TMĐT. Theo Ủy ban châu Âu: *“TMĐT có thể định nghĩa chung là sự mua bán, trao đổi hàng hóa hay dịch vụ giữa các doanh nghiệp, gia đình, cá nhân, tổ chức tư nhân bằng các giao dịch điện tử thông qua mạng Internet hay các mạng máy tính trung gian (thông tin liên lạc trực tuyến). Thuật ngữ bao gồm việc đặt hàng và giao dịch thông qua mạng máy tính, nhưng thanh toán và quá trình vận chuyển hàng hay dịch vụ cuối cùng có thể thực hiện trực tuyến hoặc bằng phương pháp thủ công”*. TMĐT chỉ xảy ra trong môi trường kinh doanh mạng Internet và các phương tiện

điện tử giữa các nhóm (cá nhân) với nhau thông qua các công cụ, kỹ thuật và công nghệ điện tử.

Tóm lại, TMĐT có nhiều định nghĩa theo phạm vi rộng hẹp khác nhau. Về cơ bản TMĐT theo nghĩa hẹp, được hiểu là hoạt động thương mại đối với hàng hóa và dịch vụ thông qua TMĐT và mạng Internet; TMĐT theo nghĩa rộng, được hiểu là toàn bộ mọi hoạt động thương mại và các hoạt động liên quan được thực hiện một phần hay hoàn toàn thông qua các phương tiện điện tử và Internet²⁰.

1.1.2.2. Đặc điểm

Về bản chất, TMĐT vẫn có những nội dung cơ bản như thương mại truyền thống. Nhưng TMĐT khác với thương mại truyền thống ở cách thức thực hiện, đó là thông qua phương tiện điện tử. Chính vì sự khác biệt này khiến cho TMĐT có những đặc trưng riêng biệt, cụ thể là:

Thứ nhất, các bên trong TMĐT không trực tiếp tiếp xúc với nhau mà thực hiện giao dịch qua phương tiện điện tử. Trong các giao dịch thương mại truyền thống các bên phải gặp gỡ nhau trực tiếp để tiến hành đàm phán và ký kết hợp đồng. Còn trong giao dịch TMĐT, nhờ việc sử dụng các phương tiện điện tử có kết nối với mạng toàn cầu, chủ yếu là sử dụng mạng internet, nên các bên tham gia vào giao dịch không phải gặp gỡ nhau trực tiếp mà vẫn có thể đàm phán, giao dịch được với nhau dù cho các bên tham gia giao dịch đang ở bất cứ quốc gia nào²¹. Công nghệ TMĐT cho phép các giao dịch thương mại vượt qua các ranh giới văn hóa, khu vực và quốc gia, thuận tiện và tiết kiệm chi phí hơn nhiều so với thương mại truyền thống. Vì thế, quy mô thị trường tiềm năng cho những người bán hàng gần bằng với quy mô dân số trực tuyến trên thế giới. Internet giúp những người bán hàng tại quốc gia này dễ dàng tiếp cận khách hàng mục tiêu tại quốc gia khác dễ dàng hơn bao giờ hết. Tổng số người dùng hoặc khách hàng tiềm năng mà một doanh nghiệp TMĐT có thể có được thể hiện khả năng tiếp cận khách hàng của doanh nghiệp đó.

²⁰ Nguyễn Văn Hùng – Phan Quan Việt (2019), Giáo trình Thương mại điện tử, Nhà xuất bản Tài Chính, tr 17.

²¹ Đại học ngoại thương Hà Nội (2010), Giáo trình thương mại điện tử, tr 19.

Thứ hai, TMĐT cho phép các bên thực hiện giao dịch suốt 24 giờ trong ngày, tất cả các ngày trong năm và không bị giới hạn bởi khoảng cách địa lý. TMĐT diễn ra trong một thị trường không có biên giới, hay thị trường toàn cầu. Các bên trong giao dịch có thể đang ở những quốc gia khác nhau nhưng chỉ cần một cú nhấp chuột trên website bán hàng là giao dịch có thể thực hiện ngay lập tức. Nhờ vậy mà các doanh nghiệp dễ dàng và nhanh chóng tiếp cận được với khách hàng, tìm kiếm được nhà cung ứng tốt nhất và lựa chọn đối tác kinh doanh phù hợp nhất.

Thứ ba, trong TMĐT thông thường cần ít nhất có ba chủ thể tham gia, bao gồm các bên trực tiếp giao dịch và sự có mặt của bên thứ ba là các nhà cung cấp dịch vụ mạng cùng cơ quan chứng thực²². Chính sự tham gia của bên thứ ba này đã tạo nên sự khác biệt giữa TMĐT và thương mại truyền thống. Trong thương mại truyền thống, có thể có sự tham gia của ba, bốn hoặc thậm chí năm bên, nhưng những chủ thể này đều hướng tới việc thực hiện một hợp đồng thương mại chung. Ngược lại, bên thứ ba trong TMĐT đóng vai trò tạo ra môi trường thuận lợi cho các giao dịch điện tử. Với đặc điểm giao dịch qua các phương tiện điện tử, các nhà cung cấp dịch vụ mạng phải đảm bảo hệ thống luôn hoạt động ổn định để phục vụ nhu cầu giao dịch toàn cầu. Nếu hệ thống mạng gặp sự cố, quá trình giao dịch của các bên sẽ bị ảnh hưởng ngay lập tức. Thêm vào đó, các cơ quan chứng thực có nhiệm vụ đảm bảo rằng các hợp đồng ký kết không thể bị giả mạo hay phủ nhận khi có tranh chấp xảy ra. Mặc dù nhà cung cấp dịch vụ mạng và cơ quan chứng thực không tham gia vào quá trình đàm phán hay ký kết hợp đồng điện tử, nhưng họ giữ vai trò quan trọng trong việc đảm bảo tính hiệu quả và giá trị pháp lý cho các giao dịch điện tử.

Thứ tư, TMĐT yêu cầu các bên tham gia phải có một trình độ công nghệ thông tin nhất định. TMĐT được triển khai dựa trên việc sử dụng các công nghệ kỹ thuật hiện đại như công nghệ điện tử, kỹ thuật số, từ tính, quang học và các hệ thống truyền dẫn không dây. Vì vậy, để thực hiện các hoạt động TMĐT một cách hiệu quả, các bên cần phải nắm vững khả năng sử dụng những công nghệ này, nhằm giảm thiểu những sai sót có thể xảy ra. Đồng thời, việc xây dựng và liên tục nâng cao trình độ

²² Bùi Văn Danh (2011), Thương mại điện tử, Nhà xuất bản Phương Đông, tr16.

công nghệ thông qua phát triển cơ sở hạ tầng như mạng máy tính băng thông rộng hay mạng không dây là điều cần thiết để hỗ trợ TMĐT.

Thứ năm, TMĐT giải phóng thị trường khỏi giới hạn về không gian vật lý và cho phép mua sắm từ mọi loại thiết bị điện tử khác nhau như máy điện thoại, máy tính để bàn, mua sắm tại nhà, tại nơi làm việc hoặc bất cứ đâu. Điều này được gọi là không gian thị trường, một thị trường mở rộng vượt ra khỏi ranh giới truyền thống và bị xóa khỏi vị trí địa lý và thời gian. Tính phổ biến của TMĐT giúp giảm chi phí giao dịch và chi phí tham gia vào thị trường. Để giao dịch, không ai còn phải mất thời gian và tiền bạc để đi đến chợ.

Thứ sáu, công nghệ TMĐT cho phép tương tác hai chiều giữa các công ty và NTD (B2C) hay giữa những NTD với nhau (C2C). Tính tương tác cho phép người bán hàng thu hút người mua theo những cách tương tự như trải nghiệm trực tiếp. Các tính năng bình luận, diễn đàn cộng đồng và mạng xã hội với chức năng thích và chia sẻ (like, share) đều cho phép NTD tương tác tích cực với người bán hàng và với những NTD khác. Một số hình thức tương tác ít rõ ràng hơn là các thiết kế tối ưu, ví dụ như các website thay đổi định dạng tùy thuộc vào loại thiết bị của người xem, hình ảnh sản phẩm thay đổi khi chuột di chuyển qua chúng, khả năng phóng to hoặc xoay hình ảnh... Tất cả những điều này làm rút ngắn giới hạn từ việc giao dịch gián tiếp của TMĐT.

1.1.2.3. Phân loại

Có nhiều tiêu chí khác nhau để phân loại TMĐT, như: Phân loại theo phương tiện điện tử được sử dụng, TMĐT thực hiện qua điện thoại, TMĐT qua máy tính và mạng internet; Phân loại theo thành phần tham gia: có ba chủ thể chính tham gia vào TMĐT bao gồm: Chính phủ (G)²³, Doanh nghiệp (B)²⁴, NTD (C)²⁵. Theo đó các loại hình TMĐT phổ biến với các đặc trưng khác nhau, cụ thể:

(i) TMĐT giữa Doanh nghiệp với Doanh nghiệp (B2B)²⁶

²³ G là viết tắt của “Government”

²⁴ B là viết tắt của “Business”

²⁵ C là viết tắt của “Consumer”

²⁶ Business to Business

B2B là loại hình giao dịch qua các phương tiện điện tử giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp. Các giao dịch B2B chủ yếu là giao dịch mua hàng từ nhà cung cấp, được thực hiện trên các hệ thống ứng dụng TMĐT hoặc qua các sàn giao dịch TMĐT B2B... Các doanh nghiệp có thể chào hàng, tìm kiếm bạn hàng, đặt hàng, ký kết hợp đồng, thanh toán qua các hệ thống này. Ở mức độ cao, các giao dịch này có thể diễn ra một cách tự động, ví dụ như www.alibaba.com. TMĐT B2B đem lại lợi ích rất thực tế cho các doanh nghiệp, đặc biệt giúp các doanh nghiệp giảm các chi phí về thu thập thông tin tìm hiểu thị trường, quảng cáo, tiếp thị, đàm phán, tăng cường các cơ hội kinh doanh.

(ii) TMĐT giữa Doanh nghiệp với NTD (B2C²⁷)

Doanh nghiệp sử dụng các phương tiện điện tử để bán sản phẩm tới NTD. NTD thông qua các phương tiện điện tử để lựa chọn, mặc cả, đặt hàng, thanh toán và nhận hàng. Mô hình B2C chủ yếu là mô hình bán lẻ qua mạng như www.amazon.com, qua đó doanh nghiệp thường thiết lập website, hình thành cơ sở dữ liệu về hàng hóa, dịch vụ, tiến hành các quy trình tiếp thị, quảng cáo và phân phối trực tiếp tới NTD.

TMĐT B2C đem lại lợi ích cho cả doanh nghiệp lẫn NTD, cụ thể như: Doanh nghiệp tiết kiệm nhiều chi phí bán hàng do không cần phòng trưng bày hay thuê người giới thiệu bán hàng, chi phí quản lý cũng giảm hơn; NTD sẽ cảm thấy thuận tiện vì không phải tới tận cửa hàng, ngồi ở bất cứ nơi đâu, bất cứ khi nào cũng có khả năng lựa chọn và so sánh nhiều mặt hàng cùng một lúc, cũng như tiến hành việc mua hàng.

(iii) TMĐT giữa NTD với NTD (C2C²⁸)

C2C là mô hình TMĐT giữa những cá nhân với nhau. Sự phát triển của các phương tiện điện tử, đặc biệt là Internet làm cho nhiều cá nhân có thể tham gia hoạt động thương mại với tư cách người bán hoặc người mua. Một cá nhân có thể tự thiết lập website để kinh doanh những mặt hàng do mình làm ra hoặc sử dụng một website có sẵn để đấu giá món hàng mình có. Giá trị giao dịch từ hoạt động TMĐT C2C chỉ chiếm khoảng 10% tổng giá trị giao dịch từ hoạt động TMĐT. Ebay.com là một ví dụ thành công nhất trên thế giới cho mô hình TMĐT C2C.

²⁷ Business to Consumer

²⁸ Consumer to Consumer

(iv) TMĐT giữa Doanh nghiệp với Chính phủ (B2G²⁹)

B2G là mô hình doanh nghiệp cung cấp các sản phẩm và dịch vụ cho chính phủ. Trong mô hình này, chính phủ đóng vai trò như khách hàng và quá trình trao đổi thông tin cũng được tiến hành qua các phương tiện điện tử.³⁰

1.2. Vai trò và ý nghĩa của việc bảo vệ thông tin người tiêu dùng trong môi trường thương mại điện tử

1.2.1. Vai trò của việc bảo vệ thông tin người tiêu dùng trong thương mại điện tử

Xây dựng niềm tin và uy tín: Khi các doanh nghiệp TMĐT chú trọng BVTT NTD, họ xây dựng được niềm tin và uy tín trong mắt khách hàng. Khi NTD cảm thấy TTCN của họ được bảo vệ an toàn, họ sẽ cảm thấy tin tưởng hơn vào các nền tảng TMĐT, từ đó sẵn sàng chia sẻ thông tin và tiến hành giao dịch. Điều này giúp tăng cường mối quan hệ lâu dài với khách hàng và khẳng định vị thế của doanh nghiệp trên thị trường.

Phát triển bền vững: Việc bảo vệ TTCN là yếu tố cốt lõi để xây dựng một môi trường TMĐT lành mạnh và phát triển bền vững. Khi NTD tin tưởng, họ sẽ trở thành khách hàng trung thành và sẵn sàng giới thiệu cho người khác.

Ngăn chặn các hành vi lừa đảo: Bảo vệ TTCN giúp ngăn chặn các hoạt động lừa đảo, đánh cắp thông tin, bảo vệ tài sản của NTD.

Tuân thủ pháp luật và quy định: BVTT NTD cũng giúp các doanh nghiệp tuân thủ các quy định pháp lý về bảo vệ dữ liệu cá nhân. Điều này tránh được các khoản phạt và hậu quả pháp lý mà doanh nghiệp có thể phải đối mặt nếu vi phạm các quy định này.

1.2.2. Ý nghĩa của việc bảo vệ thông tin người tiêu dùng trong thương mại điện tử

Bảo vệ quyền riêng tư: TTCN của NTD bao gồm thông tin nhạy cảm như tên, địa chỉ, số điện thoại, thẻ tín dụng. Việc BVTT này giúp đảm bảo NTD không bị xâm

²⁹ Business to Government

³⁰ Trần Thị Thập – Nguyễn Trần Hưng (2020), Thương mại điện tử căn bản, Nhà xuất bản Thông tin và truyền thông, tr. 32.

phạm quyền riêng tư, không bị spam email, hoặc không bị lộ TTCN cho các bên thứ ba không có quyền.

Phòng ngừa rủi ro và lừa đảo: BVTT NTD giúp ngăn chặn các hoạt động lừa đảo, gian lận trong môi trường TMĐT. Các TTCN bị lộ ra ngoài có thể dẫn đến các hành vi phạm tội như đánh cắp tài khoản, gian lận thẻ tín dụng, và các hành vi phạm pháp khác.

Tăng cường an ninh thông tin: BVTT NTD cũng đồng nghĩa với việc tăng cường an ninh thông tin cho hệ thống của doanh nghiệp. Những biện pháp bảo mật thích hợp sẽ giảm thiểu nguy cơ bị tấn công mạng và mất mát thông tin quan trọng.

1.3. Lịch sử hình thành và phát triển của pháp luật về bảo vệ thông tin người tiêu dùng ở Việt Nam

Ở Việt Nam không có luật bảo vệ dữ liệu cá nhân và không có luật riêng về BVTT của NTD nên các vấn đề BVTT NTD được quy định chủ yếu trong Luật BVQL NTD, Luật giao dịch điện tử, Luật an ninh mạng, pháp luật về dân sự. Việc bảo vệ TTCN của NTD trong bối cảnh TMĐT ngày càng phát triển tại Việt Nam đã trở thành một vấn đề cấp bách, đòi hỏi một khuôn khổ pháp lý chặt chẽ và đầy đủ. Quá trình hình thành và phát triển của hệ thống pháp luật này đã trải qua nhiều giai đoạn, phản ánh sự thích ứng của hệ thống pháp luật Việt Nam với những biến động của xã hội và công nghệ. Có thể chia lịch sử hình thành và phát triển 3 giai đoạn sau đây:

Giai đoạn trước năm 2010

Nhìn chung, trước năm 2010 hệ thống pháp luật về BVTT NTD tại Việt Nam còn khá mới và chưa đầy đủ với nhiều khoảng trống cần khắc phục. Trong giai đoạn này việc bảo vệ quyền riêng tư và thông tin của NTD vẫn là một thách thức lớn.

Cụ thể, chưa có một văn bản pháp luật chuyên biệt và toàn diện về BVTT NTD. Các quy định liên quan chủ yếu được phân tán trong các văn bản pháp luật khác nhau như Bộ luật Dân sự, Luật BVQL NTD, v.v. Điều này dẫn đến việc nhận thức và thực thi pháp luật trong lĩnh vực này còn hạn chế, thể hiện sự thiếu đồng bộ và sự chưa đầy đủ trong hệ thống pháp luật.

Luật Giao dịch điện tử 2005 có đề cập đến một số điều khoản liên quan đến BVTT của NTD trong giao dịch điện tử. Mặc dù nhận thức về tầm quan trọng của việc BVTT NTD đã được nâng cao trong giai đoạn này, nhưng việc thiếu một văn bản pháp luật chuyên biệt và toàn diện về vấn đề này vẫn là một hạn chế lớn.

Giai đoạn từ 2010 đến 2018

Giai đoạn từ 2010 đến 2018, hệ thống pháp luật về BVTT NTD ở Việt Nam đã trải qua những bước phát triển quan trọng và đáng kể:

Năm 2010, Quốc hội thông qua Luật BVQL NTD, đánh dấu sự ra đời của văn bản pháp luật đầu tiên quy định riêng về BVQL NTD. Luật này bao gồm một chương riêng về “BVTT của NTD”, quy định rõ trách nhiệm của các tổ chức và cá nhân trong việc bảo vệ TTCN của NTD.

Năm 2013, hai Nghị định quan trọng đã được ban hành để cụ thể hóa các quy định liên quan: Nghị định 52/2013/NĐ-CP về TMĐT quy định cụ thể về nghĩa vụ bảo vệ TTCN của NTD đối với các doanh nghiệp kinh doanh trực tuyến. Nghị định 72/2013/NĐ-CP về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng có bổ sung quy định về bảo vệ TTCN của người sử dụng dịch vụ Internet.

Trong giai đoạn này, các cơ quan quản lý Nhà nước đã tích cực tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra và xử lý các vi phạm liên quan đến BVTT NTD. Sự nhận thức của cả NTD và doanh nghiệp về tầm quan trọng của việc bảo vệ TTCN đã được nâng cao rõ rệt. Những bước tiến này đã đánh dấu một sự phát triển rõ nét trong pháp luật về BVTT NTD tại Việt Nam, từ việc ban hành các văn bản pháp luật chuyên biệt đến việc tăng cường thực thi và nâng cao nhận thức.

Giai đoạn từ 2018 đến nay:

Từ năm 2018 đến nay, pháp luật về BVTT NTD tại Việt Nam đã tiếp tục được củng cố và mở rộng, phản ánh sự phát triển mạnh mẽ trong lĩnh vực này:

Năm 2018, Quốc hội thông qua Luật An ninh mạng, trong đó quy định các biện pháp bảo vệ TTCN trên không gian mạng, bao gồm việc thu thập, lưu trữ, sử dụng và chia sẻ TTCN. Các tổ chức và cá nhân phải tuân thủ các quy định nhằm bảo đảm an ninh và bảo mật TTCN trên mạng.

Năm 2020, Nghị định 98/2020/NĐ-CP quy định xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và BVQL NTD. Theo đó, hành vi vi phạm thông tin của NTD trong TMĐT có thể bị phạt đến 30.000.000 đồng (Điều 65). Bên cạnh đó, sàn TMĐT hay website TMĐT còn có thể bị đình chỉ hoạt động từ 6 tháng đến 12 tháng và áp dụng biện pháp khắc phục hậu quả là “nộp lại số tiền thu lợi bất chính”.

Năm 2021, Nghị định 85/2021/NĐ-CP được ban hành, sửa đổi, bổ sung một số điều của nghị định số 52/2013/NĐ-CP của chính phủ về TMĐT. Nghị định này cập nhật các quy định về nghĩa vụ của các doanh nghiệp trong việc bảo vệ TTCN của NTD trong các giao dịch TMĐT. Nghị định này nhấn mạnh trách nhiệm của các doanh nghiệp trong việc bảo đảm an toàn TTCN của NTD khi thực hiện giao dịch trực tuyến.

Năm 2023, Luật BVQLNTD đã được ban hành mới với nhiều quy định liên quan đến BVTT NTD. Các quy định này nhằm đảm bảo quyền lợi của NTD trong bối cảnh công nghệ thông tin và thương mại điện tử đang phát triển mạnh mẽ.

Trong giai đoạn này, các cơ quan quản lý Nhà nước đã tích cực tăng cường thanh tra, kiểm tra và xử lý vi phạm về BVTT NTD. Nhận thức của NTD và doanh nghiệp về tầm quan trọng của bảo vệ TTCN tiếp tục được nâng cao. Các tranh chấp, khiếu nại liên quan đến BVTT NTD được giải quyết ngày càng hiệu quả hơn. Đánh dấu sự phát triển mạnh mẽ của pháp luật về BVTT NTD ở Việt Nam, với việc ban hành các luật, nghị định chuyên biệt và tăng cường thực thi pháp luật.

Như vậy, pháp luật về BVTT NTD ở Việt Nam đã được hình thành và ngày càng được hoàn thiện, đáp ứng nhu cầu bảo vệ TTCN trong bối cảnh phát triển của công nghệ số và TMĐT.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Bảo vệ TTCN của NTD là một yếu tố thiết yếu trong TMĐT, không chỉ để đảm bảo quyền lợi cá nhân mà còn để duy trì niềm tin và sự an toàn trong các giao dịch trực tuyến. Trong bối cảnh số hóa ngày càng gia tăng, việc quản lý và bảo vệ dữ liệu trở thành một thách thức quan trọng đối với các tổ chức và pháp luật.

Ở chương này, tác giả đã làm rõ các vấn đề mang tính chất lý luận quan trọng về bảo vệ TTCN của NTD trong TMĐT. Cụ thể là đưa ra các khái niệm, đặc điểm, phân loại thông tin của NTD và TMĐT. Nêu ra những vai trò và ý nghĩa của việc BVTT NTD trong môi trường TMĐT. Tiếp đó, nêu ra những lịch sử hình thành và phát triển của pháp luật về BVTT NTD ở Việt Nam để có cái nhìn tổng quan về bảo vệ NTD dùng trong TMĐT.

CHƯƠNG 2: QUY ĐỊNH PHÁP LUẬT VỀ XỬ LÝ HÀNH VI VI PHẠM BẢO VỆ THÔNG TIN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TRONG CÁC GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ Ở VIỆT NAM

2.1. Quy định pháp luật về bảo vệ thông tin của người tiêu dùng trong các giao dịch thương mại điện tử

2.1.1. Quyền được bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng trong thương mại điện tử

Pháp luật Việt Nam đã ghi nhận vấn đề bảo vệ bí mật đời sống riêng tư và bí mật cá nhân là một quyền hiến định, từ các bản Hiến pháp 1959, 1980, 1992 và hiện hành là Hiến pháp 2013. Điều 21 của Hiến pháp 2013 quy định: *“Mọi người có quyền bất khả xâm phạm về đời sống riêng tư, bí mật cá nhân và bí mật gia đình; có quyền bảo vệ danh dự, uy tín của mình. Thông tin về đời sống riêng tư, bí mật cá nhân, bí mật gia đình được pháp luật bảo đảm an toàn”*. BLDS 2015 đã cụ thể hóa những nội dung nêu trên, theo đó: đời sống riêng tư, bí mật cá nhân, bí mật gia đình là bất khả xâm phạm và được pháp luật bảo vệ; Việc thu thập, lưu giữ, sử dụng, công khai thông tin liên quan đến đời sống riêng tư, bí mật cá nhân phải được người đó đồng ý; Thư tín, điện thoại, điện tín, cơ sở dữ liệu điện tử và các hình thức trao đổi thông tin riêng tư khác của cá nhân được bảo đảm an toàn và bí mật; Các bên trong hợp đồng không được tiết lộ thông tin về đời sống riêng tư, bí mật cá nhân, bí mật gia đình của nhau mà mình đã biết được trong quá trình xác lập, thực hiện hợp đồng, trừ trường hợp có thoả thuận khác³¹. Như vậy, quyền được bảo vệ đời sống riêng tư, bí mật cá nhân trước hết là một quyền con người cơ bản được khẳng định trong Hiến pháp 2013. Dưới góc độ của BLDS 2015, đây là một quyền công dân được pháp luật tôn trọng và bảo vệ. Bên cạnh các hình thức giao dịch truyền thống, BLDS 2015 cũng bảo vệ quyền bí mật đời tư đối với cả hình thức giao dịch điện tử, bảo hộ về mặt pháp lý và tạo điều kiện thuận lợi cho các cá nhân, tổ chức giao dịch điện tử trong bối cảnh sử dụng Internet và các phương tiện điện tử trở nên tất yếu³². Đây chính là những quy định đặt nền tảng cho quyền được bảo vệ TTCN trong các văn bản pháp luật chuyên ngành.

³¹ Điều 38 Bộ luật Dân sự 2015.

³² Đinh Thị Lan Anh (2015), “Bảo vệ thông tin cá nhân trong thương mại điện tử theo pháp luật Việt Nam”, Tạp chí Dân chủ & Pháp luật, số 7, tr. 30.

Trong nền kinh tế thị trường, NTD có vai trò quan trọng, mang tính quyết định sự tồn tại và phát triển của một doanh nghiệp, một thương hiệu. Có thể nói NTD chính là động lực để thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế và là trọng tâm của kế hoạch kinh tế³³. Chính vì vậy, bảo vệ TTCN của NTD trong TMĐT trở thành một trong những yêu cầu cấp thiết. Tuy nhiên, hiện tại chưa có một văn bản pháp luật nào quy định rõ về “quyền được bảo vệ TTCN của NTD trong TMĐT”, và việc xác định đây là một quyền cơ bản của NTD trong TMĐT đòi hỏi phải có sự so sánh, đối chiếu nhiều văn bản khác nhau, cụ thể:

Theo Luật BVQLNTD 2023, tổ chức, cá nhân kinh doanh tự mình hoặc ủy quyền, thuê bên thứ ba thực hiện việc thu thập, lưu trữ, sử dụng, chỉnh sửa, cập nhật, hủy bỏ thông tin của NTD phải bảo đảm an toàn, an ninh thông tin của NTD theo quy định của Luật này và quy định khác của pháp luật có liên quan³⁴. Tuy nhiên, quy định trên còn mang tính chất khái quát, chỉ mới dừng lại ở việc phải bảo đảm an toàn, an ninh thông tin của NTD khi tham gia giao dịch nói chung, tuy có bao hàm nhưng chưa đề cập cụ thể đến vấn đề BVTT NTD trong TMĐT. Điều 21 Luật CNTT 2023 cũng xác định rõ: “Tổ chức, cá nhân thu thập, xử lý và sử dụng TTCN của người khác trên môi trường mạng phải được người đó đồng ý, trừ trường hợp pháp luật có quy định khác”. Như vậy, TTCN trong TMĐT trước hết được bảo vệ thông qua một nguyên tắc cơ bản yêu cầu mọi hành vi thu thập, quản lý và sử dụng TTCN bởi các chủ thể khác trong TMĐT phải được sự đồng ý trước của cá nhân đó. Thêm vào đó, khoản 5 Điều 7 Luật ATTTM 2015 cũng nhấn mạnh một trong các hành vi bị nghiêm cấm là: “Thu thập, sử dụng, phát tán, kinh doanh trái pháp luật TTCN của người khác; lợi dụng sơ hở, điểm yếu của hệ thống thông tin để thu thập, khai thác TTCN”.

Với một số quy định trên của pháp luật chuyên ngành, có thể kết luận rằng, quyền được bảo vệ TTCN của NTD trong TMĐT là một quyền cơ bản của công dân nói chung và của NTD nói riêng được pháp luật bảo hộ. Quy định về quyền được bảo vệ TTCN của NTD đã đảm bảo được tính hợp lý bởi sự phù hợp với các quy định của pháp luật quốc tế, tương thích với Hiến pháp 2013 và BLDS 2015. Mặt khác, đây

³³ Hội đồng phối hợp phổ biến, giáo dục pháp luật của chính phủ (2011), “Chủ đề pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng”, Đặc sản tuyên truyền pháp luật, số 06, tr. 6.

³⁴ Khoản 1 Điều 15 Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2023.

cũng là một quy định hợp lý xuất phát từ tầm quan trọng và tính cấp thiết của việc phải bảo vệ TTCN của NTD. Tuy nhiên, đây không phải là một quyền tuyệt đối, “bất khả xâm phạm” mà TTCN của NTD vẫn có thể được thu thập, sử dụng không cần sự đồng ý của chủ thể thông tin trong trường hợp cơ quan nhà nước có thẩm quyền yêu cầu hoặc trong một số trường hợp cụ thể được pháp luật quy định³⁵.

2.1.2. Trách nhiệm bảo vệ thông tin người tiêu dùng của các tổ chức cung cấp sản phẩm, dịch vụ trên sàn thương mại điện tử

Người bán tham gia vào hoạt động TMĐT bao gồm: các thương nhân, tổ chức, cá nhân tự thiết lập website TMĐT để phục vụ hoạt động xúc tiến thương mại, bán hàng hóa hoặc cung ứng dịch vụ của họ (gọi là người sở hữu website TMĐT bán hàng); và các thương nhân, tổ chức, cá nhân sử dụng website của các thương nhân hoặc tổ chức cung cấp dịch vụ TMĐT để phục vụ việc xúc tiến thương mại, bán hàng hóa hoặc cung ứng dịch vụ của họ (gọi là người bán trên website TMĐT).

Điều 4 Nghị định 52/2013/NĐ-CP về TMĐT được sửa đổi, bổ sung bởi Nghị định 85/2021/NĐ-CP quy định về các hành vi bị cấm trong hoạt động TMĐT cụ thể các hành vi: “*Đánh cắp, sử dụng, tiết lộ, chuyển nhượng, bán các thông tin liên quan đến bí mật kinh doanh của thương nhân, tổ chức, cá nhân khác hoặc TTCN của NTD trong TMĐT khi chưa được sự đồng ý của các bên liên quan, trừ trường hợp pháp luật có quy định khác; Giả mạo hoặc sao chép giao diện website TMĐT của thương nhân, tổ chức, cá nhân khác để kiếm lợi hoặc để gây nhầm lẫn, gây mất lòng tin của khách hàng đối với thương nhân, tổ chức, cá nhân đó*”³⁶.

Điều 68 Nghị định 52/2013/NĐ-CP về TMĐT được sửa đổi, bổ sung bởi Nghị định 85/2021/NĐ-CP quy định trách nhiệm bảo vệ TTCN của NTD: “*Trong quá trình hoạt động kinh doanh TMĐT, nếu thương nhân, tổ chức, cá nhân thực hiện việc thu thập TTCN của NTD thì phải tuân thủ các quy định tại Nghị định này và những quy định pháp luật liên quan về bảo vệ TTCN. Trường hợp thương nhân, tổ chức, cá nhân hoạt động kinh doanh TMĐT ủy quyền cho bên thứ ba thực hiện việc thu thập, lưu trữ TTCN của NTD: Hợp đồng giữa hai bên phải quy định rõ trách nhiệm của mỗi bên trong việc tuân thủ các quy định tại Nghị định này và những quy định pháp luật*

³⁵ Khoản 3 Điều 21 Luật công nghệ thông tin 2023.

³⁶ Khoản 4 Điều 4 Nghị định 52/2013/NĐ-CP được sửa đổi, bổ sung bởi Nghị định 85/2021/NĐ-CP.

liên quan về bảo vệ TTCN; Nếu hợp đồng giữa hai bên không quy định rõ trách nhiệm của mỗi bên thì thương nhân, tổ chức, cá nhân hoạt động kinh doanh TMĐT chịu trách nhiệm trong trường hợp việc thu thập, lưu trữ và sử dụng TTCN của NTD vi phạm các quy định tại Nghị định này và những quy định pháp luật liên quan về bảo vệ TTCN”.

Các tổ chức cung cấp sản phẩm, dịch vụ trên sàn TMĐT có trách nhiệm thông báo khi thu thập, sử dụng thông tin của NTD cụ thể: “*Tổ chức, cá nhân kinh doanh phải thông báo rõ ràng, công khai, bằng hình thức phù hợp với NTD về mục đích, phạm vi thu thập, sử dụng thông tin, thời hạn lưu trữ thông tin của NTD trước khi thực hiện và phải được NTD đồng ý, trừ trường hợp quy định tại khoản 3 Điều này. Tổ chức, cá nhân kinh doanh phải thiết lập phương thức rõ ràng để NTD lựa chọn phạm vi thông tin đồng ý cung cấp và bày tỏ sự đồng ý hoặc không đồng ý, trừ trường hợp quy định tại khoản 3 Điều này, điểm b và điểm c khoản 3 Điều 18 của Luật này. Tổ chức, cá nhân kinh doanh không phải thực hiện nghĩa vụ quy định tại khoản 1 Điều này trong trường hợp thu thập thông tin đã được NTD công khai hoặc trường hợp khác theo quy định của pháp luật*”³⁷. Theo đó, các tổ chức cung cấp sản phẩm, dịch vụ trong TMĐT phải bảo đảm an toàn, an ninh thông tin của NTD được quy định tại điều 19 luật BVQLNTD 2023 như sau: “*Tổ chức, cá nhân kinh doanh phải bảo đảm an toàn, an ninh thông tin của NTD mà họ thu thập, lưu trữ, sử dụng và có biện pháp ngăn ngừa các hành vi sau đây: Đánh cắp hoặc tiếp cận thông tin trái phép; Sử dụng thông tin trái phép; Chỉnh sửa, cập nhật, hủy bỏ thông tin trái phép. Tổ chức, cá nhân kinh doanh phải tiếp nhận và giải quyết phản ánh, yêu cầu, khiếu nại của NTD liên quan đến việc thông tin bị thu thập trái phép, sử dụng sai mục đích, phạm vi đã thông báo. Trong trường hợp hệ thống thông tin bị tấn công làm phát sinh nguy cơ mất an toàn, an ninh thông tin của NTD, tổ chức, cá nhân kinh doanh hoặc bên lưu trữ thông tin liên quan phải thông báo cho cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền trong thời hạn 24 giờ kể từ thời điểm phát hiện hệ thống thông tin bị tấn công và thực hiện các biện pháp cần thiết để bảo đảm an toàn, an ninh thông tin của NTD*

³⁷ Điều 17 luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2023.

theo quy định của pháp luật về an ninh mạng, an toàn thông tin mạng, giao dịch điện tử và quy định khác của pháp luật có liên quan”.

Đối với người bán là người sở hữu website TMĐT bán hàng, các giao dịch diễn ra trên chính website mà họ thiết lập. Vì vậy, trước tiên các chủ sở hữu website TMĐT bán hàng phải có trách nhiệm trong việc bảo vệ TTCN của NTD như một thương nhân, tổ chức cung cấp dịch vụ TMĐT và cũng phải thực hiện các nghĩa vụ của người bán trên website TMĐT.

Hiện nay, hoạt động kinh doanh trên các sàn TMĐT tiếp tục tăng trưởng ổn định. Theo khảo sát của VECOM, năm 2022 có 23% doanh nghiệp bán sản phẩm trên các sàn TMĐT³⁸. Vì vậy, thương nhân và tổ chức thiết lập mạng xã hội, cũng như người bán trên mạng xã hội, phải thực hiện các trách nhiệm tương tự như của thương nhân, tổ chức cung cấp dịch vụ sàn giao dịch TMĐT và người bán trên sàn giao dịch TMĐT theo quy định pháp luật. Thời gian gần đây, nhiều đơn vị hoạt động trong lĩnh vực TMĐT đã mở rộng môi trường kinh doanh từ hình thức trực tuyến “truyền thống” qua các website sang các ứng dụng dành riêng cho nền tảng di động, và xu hướng bán hàng qua các ứng dụng di động ngày càng trở nên phổ biến.

2.1.3. Trách nhiệm bảo vệ người tiêu dùng của tổ chức bảo vệ người tiêu dùng và của nhà nước.

Trách nhiệm bảo vệ NTD của tổ chức bảo vệ NTD

Bên cạnh hệ thống cơ quan quản lý nhà nước thì các tổ chức xã hội cũng tham gia vào công tác BVQL NTD Việt Nam. Các tổ chức xã hội này được thành lập theo quy định của pháp luật và hoạt động theo điều lệ. Trách nhiệm của tổ chức xã hội trong việc tham gia BVQL NTD được quy định từ điều 49 đến điều 52 Luật BVQL NTD năm 2023.

Tổ chức xã hội tham gia BVQL NTD gồm có tổ chức xã hội thành lập và hoạt động theo quy định của pháp luật về hội được tham gia hoạt động BVQL NTD; Tổ chức xã hội tham gia BVQL NTD bao gồm tổ chức xã hội tôn chỉ, mục đích tham gia BVQL NTD và các tổ chức xã hội khác tham gia BVQL NTD. Khi tham gia BVQL NTD, các tổ chức xã hội thực hiện bằng các hoạt động sau đây: “Hướng dẫn, giúp đỡ,

³⁸ Hiệp hội thương mại điện tử Việt Nam (2023), Hà Nội.

tư vấn NTD khi có yêu cầu; Cung cấp cho cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền thông tin về hành vi vi phạm pháp luật của tổ chức, cá nhân kinh doanh; Tham gia đóng góp ý xây dựng chủ trương, chính sách, pháp luật, kế hoạch, chương trình, dự án, đề án về BVQL NTD; Tuyên truyền, phổ biến, giáo dục chủ trương, chính sách, pháp luật về quyền lợi NTD và chủ trương, chính sách, pháp luật có liên quan; Tham gia hỗ trợ thương lượng, hoà giải tranh chấp giữa NTD và tổ chức, cá nhân kinh doanh theo quy định của pháp luật khi có yêu cầu; Độc lập khảo sát, thử nghiệm, công bố kết quả khảo sát, thử nghiệm do mình thực hiện về chất lượng sản phẩm, hàng hoá, dịch vụ do mình thực hiện. Thông tin, cảnh báo cho NTD về hàng hóa, dịch vụ theo quy định của pháp luật. Phản ánh, đánh giá mức độ tin cậy của tổ chức, cá nhân kinh doanh trên không gian mạng. Thông tin, cảnh báo cho NTD về sản phẩm, hàng hoá dịch vụ và chịu trách nhiệm trước pháp luật về việc thông tin, cảnh cáo của mình, kiến nghị cơ quan nhà nước có thẩm quyền xử lý vi phạm pháp luật về BVQL NTD; Đại diện cho NTD thực hiện khởi kiện vụ án dân sự về BVQL NTD khi có yêu cầu và ủy quyền theo quy định của pháp luật; Tự mình khởi kiện vụ án dân sự về BVQL NTD vì lợi ích công cộng khi đáp ứng điều kiện quy định tại khoản 2 Điều này; Tổ chức đào tạo nâng cao nhận thức và kiến thức tiêu dùng cho NTD”³⁹.

Khi thực hiện nhiệm vụ được cơ quan nhà nước giao, tổ chức xã hội tham gia BVQL NTD được Nhà nước hỗ trợ kinh phí và các điều kiện khác theo quy định của pháp luật. Theo đó, trong lĩnh vực BVQL NTD hiện nay tại Việt Nam đã có Hội Khoa học và kỹ thuật về tiêu chuẩn hoá chất lượng Việt Nam, gọi tắt là Hội Tiêu chuẩn và Bảo vệ NTD Việt Nam và Hội bảo vệ NTD Việt Nam. Hội Tiêu chuẩn và Bảo vệ NTD Việt Nam là một tổ chức xã hội - nghề nghiệp, tự nguyện, không vì mục đích lợi nhuận của những người hoạt động trong các lĩnh vực tiêu chuẩn, chất lượng và BVQL NTD nhằm mục đích: Tập hợp, đoàn kết, giúp đỡ hội viên nâng cao trình độ nghề, xây dựng và áp dụng các biện pháp kỹ thuật, công nghệ trong lĩnh vực tiêu chuẩn, chất lượng và BVQL của NTD Việt Nam. Hội Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam là tổ chức xã hội phi lợi nhuận hoạt động trong lĩnh vực liên quan đến bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; tự nguyện thành lập, nhằm mục đích tập hợp, đoàn kết hội viên, bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của hội viên; tham gia bảo vệ quyền lợi người

³⁹ Khoản 1 Điều 50 Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2023

tiêu dùng, góp phần vào việc phát triển kinh tế - xã hội của đất nước, xây dựng một thị trường kinh doanh lành mạnh và bền vững, một xã hội văn minh, mỗi người tiêu dùng Việt Nam là một nhà tiêu dùng thông thái. Ngày 22/8/2018, Vinastas đã tổ chức Đại hội và ra Nghị quyết thông qua Đề án thành lập Hội Bảo vệ Người tiêu dùng tách từ Vinastas. Phần còn lại sẽ đổi tên thành Hội Khoa học và Kỹ thuật về Tiêu chuẩn và Chất lượng Việt Nam và vẫn lấy tên là Vinastas. Hội chịu sự quản lý nhà nước của Bộ Công Thương và các Bộ, ngành có liên quan về lĩnh vực Hội hoạt động theo quy định của Pháp luật.

Trách nhiệm bảo vệ NTD của Nhà nước

Nhà nước đã có những chính sách về BVQL NTD quy định tại Điều 7 luật BVQLNTD 2023: “Tạo điều kiện thuận lợi để NTD, cơ quan, tổ chức, cá nhân khác thực hiện đầy đủ quyền, nghĩa vụ và phát huy sự chủ động trong hoạt động BVQL NTD, khuyến khích, tôn vinh NTD, tổ chức, cá nhân khác tham gia BVQL NTD; Khuyến khích, hỗ trợ tổ chức, cá nhân kinh doanh nghiên cứu, ứng dụng, phát triển khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo trong hoạt động BVQL NTD; Tạo điều kiện thuận lợi huy động các nguồn lực đầu tư cơ sở vật chất, phát triển nhân lực cho cơ quan, tổ chức thực hiện công tác BVQL NTD và cơ quan, tổ chức có liên quan và khuyến khích, đẩy mạnh xã hội hóa công tác tư vấn, hỗ trợ, tuyên truyền, phổ biến chính sách, pháp luật, kiến thức, hướng dẫn kỹ năng về BVQL NTD; BVQL NTD gắn với thúc đẩy thực hành kinh doanh có trách nhiệm, đa dạng hóa các kênh phân phối hiện đại, xây dựng nền kinh tế độc lập, tự chủ; Đẩy mạnh hội nhập, mở rộng hợp tác quốc tế, chia sẻ thông tin, kinh nghiệm trong việc BVQL NTD; Nâng cao đạo đức kinh doanh, hình thành văn hóa tiêu dùng an toàn, văn minh, lành mạnh và bền vững; xử lý nghiêm, kịp thời các hành vi xâm phạm quyền lợi NTD; Thúc đẩy sản xuất và tiêu dùng bền vững, bao gồm các hoạt động sau đây: Khuyến khích, thúc đẩy đầu tư, sản xuất, lưu thông, phân phối, xuất khẩu, nhập khẩu sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ, công nghệ thân thiện môi trường hướng đến kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn nhằm nâng cao lợi ích của NTD. Hỗ trợ tổ chức, cá nhân ứng dụng, phát triển khoa học, công nghệ tiên tiến, mã số, mã vạch, truy xuất nguồn gốc để sản xuất, cung cấp sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ an toàn, bảo đảm chất lượng, nâng cao năng lực cạnh tranh

của sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ. Tham gia chủ động và có trách nhiệm vào các hoạt động thúc đẩy sản xuất, tiêu dùng bền vững của khu vực và thế giới”.

Trách nhiệm quản lý nhà nước về BVQL NTD thuộc về các cơ quan sau: Chính phủ; Bộ Công Thương; Bộ, cơ quan ngang Bộ khác trong phạm vi nhiệm vụ, quyền hạn của mình; Ủy ban nhân dân các cấp.

Đầu tiên là Chính phủ thống nhất quản lý nhà nước về BVQL NTD.

Thứ hai, trách nhiệm của Bộ Công Thương: “Ban hành theo thẩm quyền hoặc trình cơ quan nhà nước có thẩm quyền ban hành và tổ chức thực hiện chính sách, pháp luật, chiến lược, kế hoạch, dự án, đề án, chương trình, hoạt động cấp quốc gia về BVQL NTD; Thúc đẩy sản xuất và tiêu dùng bền vững hướng đến kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn; Khuyến khích, thúc đẩy đầu tư, sản xuất, phân phối, xuất khẩu, nhập khẩu sản phẩm, công nghệ thân thiện môi trường, thực hành kinh doanh có trách nhiệm vì NTD phù hợp với lộ trình hội nhập quốc tế và thực hiện các điều ước quốc tế có liên quan. Tổ chức thực hiện tuyên truyền, phổ biến, giáo dục kiến thức và pháp luật về BVQL NTD; Tư vấn, hỗ trợ và nâng cao nhận thức về BVQL NTD; Đào tạo nguồn nhân lực, bồi dưỡng nghiệp vụ phục vụ công tác BVQL NTD. Tổ chức hoạt động khảo sát, thử nghiệm; Công bố kết quả khảo sát, thử nghiệm chất lượng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ; Thông tin, cảnh báo cho NTD về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ trong lĩnh vực được phân công quản lý. Xây dựng cơ sở dữ liệu thông tin quốc gia về BVQL NTD. Thực hiện việc giao nhiệm vụ cho tổ chức xã hội có tôn chỉ, mục đích tham gia BVQL NTD theo quy định tại khoản 2 Điều 53 của Luật này và quy định của luật khác có liên quan. Quản lý hoạt động BVQL NTD của tổ chức xã hội tham gia BVQL NTD, tổ chức hòa giải về BVQL NTD theo quy định của pháp luật. Xây dựng cơ chế phối hợp với các Bộ, cơ quan ngang Bộ có liên quan để triển khai các hoạt động về BVQL NTD theo thẩm quyền. Yêu cầu các Bộ, cơ quan ngang Bộ, Ủy ban nhân dân cấp tỉnh báo cáo định kỳ, đột xuất về công tác BVQL NTD, tổng hợp báo cáo cơ quan nhà nước có thẩm quyền. Kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung theo thẩm quyền. Thanh tra, kiểm tra, giải quyết khiếu nại, tố

cáo và xử lý vi phạm pháp luật về BVQL NTD theo thẩm quyền. Thực hiện hợp tác quốc tế về BVQL NTD”⁴⁰.

Thứ ba, trách nhiệm của các Bộ, cơ quan ngang Bộ: “Thực hiện trách nhiệm quy định tại các khoản 1, 2, 3, 5, 6, 10 và 11 Điều 75 của Luật này trong lĩnh vực được phân công quản lý; phối hợp với Bộ Công Thương thực hiện trách nhiệm quy định tại khoản 4 và khoản 9 Điều 75 của Luật này. Chủ trì, phối hợp với Bộ Công Thương xây dựng và triển khai thực hiện các hoạt động về BVQL NTD theo thẩm quyền trong lĩnh vực được phân công quản lý”⁴¹.

Thứ tư, trách nhiệm của Ủy ban nhân dân các cấp:

(i) Ủy ban nhân dân cấp tỉnh có trách nhiệm sau đây:

Thực hiện trách nhiệm quy định tại các khoản 1, 2, 3, 5, 6, 9, 10 và 11 Điều 75 của Luật này theo thẩm quyền tại địa phương; phối hợp với Bộ Công Thương thực hiện trách nhiệm quy định tại khoản 4 Điều 75 của Luật này. Ban hành quy chế phối hợp quản lý nhà nước về BVQL NTD và tiếp nhận, giải quyết phản ánh, yêu cầu, khiếu nại của NTD tại địa phương. Hướng dẫn chuyên môn, nghiệp vụ để cơ quan quản lý nhà nước về BVQL NTD cấp huyện thực hiện các nội dung liên quan đến BVQL NTD. Tham gia hợp tác quốc tế về BVQL NTD theo phân công, phân cấp hoặc hợp tác quốc tế với địa phương của các quốc gia có chung đường biên giới theo quy định của pháp luật.

(ii) Ủy ban nhân dân cấp huyện có trách nhiệm sau đây:

Thực hiện trách nhiệm quy định tại khoản 10 Điều 75 của Luật này theo thẩm quyền tại địa phương. Tuyên truyền, phổ biến, giáo dục kiến thức và pháp luật về BVQL NTD; tư vấn, hỗ trợ và nâng cao nhận thức về BVQL NTD tại địa phương. Kiểm tra hoạt động của tổ chức xã hội tham gia BVQL NTD thuộc thẩm quyền quản lý tại địa phương. Quản lý theo thẩm quyền đối với các chợ, trung tâm thương mại trên địa bàn về BVQL NTD khi NTD mua, sử dụng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ tại các địa điểm này. Hướng dẫn chuyên môn, nghiệp vụ để Ủy ban nhân dân cấp xã thực hiện các biện pháp cần thiết để BVQL NTD khi NTD mua, sử dụng sản phẩm, hàng

⁴⁰ Điều 75 luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2023.

⁴¹ Điều 76 luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2023.

hóa, dịch vụ của các cá nhân hoạt động thương mại ngoài phạm vi chợ, trung tâm thương mại. Báo cáo kết quả thực hiện quản lý nhà nước về BVQL NTD trên địa bàn theo định kỳ hoặc theo yêu cầu của cơ quan nhà nước có thẩm quyền cấp trên. Ban hành quy chế phối hợp quản lý nhà nước về BVQL NTD tại các cơ quan nhà nước cấp huyện.

(iii) Ủy ban nhân dân cấp xã có trách nhiệm sau đây:

Thực hiện trách nhiệm quy định tại điểm b khoản 2 Điều này tại địa phương. Kiểm tra hoạt động của các ban quản lý chợ, thương nhân kinh doanh chợ trên địa bàn trong việc thực hiện nội dung BVQL NTD trong nội quy của chợ theo quy định của pháp luật. Trong trường hợp không có Ban quản lý chợ, thương nhân kinh doanh chợ thì Ủy ban nhân dân cấp xã có trách nhiệm thực hiện các biện pháp để BVQL NTD trong phạm vi chợ. Quản lý, kiểm tra hoạt động của các cá nhân hoạt động thương mại độc lập, thường xuyên, không phải đăng ký kinh doanh hoạt động tại địa phương ngoài phạm vi chợ, trung tâm thương mại để BVQL NTD. Tiếp nhận thông báo của tổ chức hoạt động bán hàng không tại địa điểm giao dịch thường xuyên và kiểm tra, theo dõi hoạt động bán hàng không tại địa điểm giao dịch thường xuyên trên địa bàn theo quy định của Luật này. Xử lý vi phạm về BVQL NTD theo thẩm quyền và theo quy định của pháp luật. Tuyên truyền, khuyến khích để cá nhân hoạt động thương mại trong phạm vi chợ, trung tâm thương mại; tạo điều kiện để cá nhân hoạt động kinh doanh trong phạm vi chợ⁴².

2.2. Các hình thức xử lý vi phạm bảo vệ thông tin của người tiêu dùng

2.2.1. Xử phạt vi phạm hành chính

Vi phạm quy định về bảo vệ TTCN trong TMĐT là một trong những nội dung bị xử phạt hành chính trong TMĐT được quy định tại Điều 78 Nghị định số 52/2013/NĐ-CP và được quy định cụ thể trong Nghị định 98/2020/NĐ-CP ngày 26 tháng 8 năm 2020 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 BVQL NTD.

⁴² Điều 77 luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2023.

Theo Điều 46 Nghị định 98/2020/NĐ-CP ngày 26 tháng 8 năm 2020 về hành vi vi phạm về BVTT của NTD bao gồm:

Phạt tiền từ 10.000.000 đồng đến 20.000.000 đồng đối với một trong các hành vi vi phạm sau đây: Không thông báo rõ ràng, công khai với NTD về mục đích trước khi thực hiện hoạt động thu thập, sử dụng thông tin của NTD theo quy định; Sử dụng thông tin của NTD không phù hợp với mục đích đã thông báo với NTD mà không được NTD đồng ý theo quy định; Không bảo đảm an toàn, chính xác, đầy đủ đối với thông tin của NTD khi thu thập, sử dụng, chuyển giao theo quy định; Không tự điều chỉnh hoặc không có biện pháp để NTD cập nhật, điều chỉnh thông tin khi phát hiện thấy thông tin không chính xác theo quy định; Chuyển giao thông tin của NTD cho bên thứ ba khi chưa có sự đồng ý của NTD theo quy định, trừ trường hợp pháp luật có quy định khác.

Phạt tiền gấp hai lần các mức tiền phạt quy định tại khoản 1 Điều này đối với trường hợp thông tin có liên quan là thông tin thuộc về bí mật cá nhân của NTD.

Theo Điều 65 Nghị định 98/2020/NĐ-CP ngày 26 tháng 8 năm 2020, biện pháp xử lý hành chính được áp dụng đối với các hành vi vi phạm về TTCN trong hoạt động TMĐT bao gồm:

Biện pháp xử phạt chính: Tùy vào từng hành vi cụ thể, tính chất và mức độ vi phạm mà mức phạt tiền được áp dụng từ 1 triệu đồng đến 30 triệu đồng. Cụ thể:

Phạt tiền từ 1.000.000 đồng đến 5.000.000 đồng đối với một trong các hành vi sau đây: Xây dựng chính sách bảo vệ TTCN không đúng quy định; Không hiển thị cho NTD chính sách bảo vệ TTCN tại vị trí dễ thấy trên website TMĐT.

Phạt tiền từ 5.000.000 đồng đến 10.000.000 đồng đối với một trong các hành vi vi phạm sau đây: Không hiển thị rõ ràng cho người tiêu dùng chính sách bảo vệ thông tin cá nhân trước hoặc tại thời điểm thu thập thông tin; Không tiến hành kiểm tra, cập nhật, điều chỉnh, hủy bỏ thông tin cá nhân khi có yêu cầu của chủ thể thông tin; Không có cơ chế để chủ thể thông tin bày tỏ sự đồng ý một cách rõ ràng khi tiến hành thu thập thông tin, thông qua các chức năng trực tuyến trên website, thư điện tử, tin nhắn, hoặc những phương thức khác theo thỏa thuận giữa hai bên; Không có cơ chế riêng để chủ thể thông tin được lựa chọn việc cho phép hoặc không cho phép sử

dụng thông tin cá nhân của họ trong những trường hợp: chia sẻ, tiết lộ, chuyển giao thông tin cho một bên thứ ba hoặc sử dụng thông tin cá nhân để gửi quảng cáo, giới thiệu sản phẩm và các thông tin có tính thương mại khác.

Phạt tiền từ 10.000.000 đồng đến 20.000.000 đồng đối với một trong các hành vi vi phạm sau đây: Không thiết lập cơ chế tiếp nhận và giải quyết khiếu nại của NTD liên quan đến việc TTCN bị sử dụng sai mục đích hoặc phạm vi đã thông báo; Không xây dựng, ban hành hoặc không thực hiện chính sách đảm bảo an toàn, an ninh cho việc thu thập và sử dụng TTCN của NTD; Không công bố trên website chính sách về bảo mật thông tin thanh toán cho khách hàng trên website có chức năng thanh toán trực tuyến.

Phạt tiền từ 20.000.000 đồng đến 30.000.000 đồng đối với một trong các hành vi vi phạm sau đây: Thu thập TTCN của NTD mà không được sự đồng ý trước của chủ thể thông tin; Thiết lập cơ chế mặc định buộc NTD phải đồng ý với việc TTCN của mình bị chia sẻ, tiết lộ hoặc sử dụng cho mục đích quảng cáo và các mục đích thương mại khác; Sử dụng TTCN của NTD không đúng với mục đích và phạm vi đã thông báo.

Mức tiền phạt trên áp dụng đối với hành vi vi phạm hành chính do cá nhân thực hiện. Trường hợp hành vi vi phạm hành chính do tổ chức thực hiện thì phạt tiền gấp hai lần mức tiền phạt quy định đối với cá nhân .

Biện pháp xử phạt bổ sung: Có thể áp dụng biện pháp xử phạt bổ sung đình chỉ hoạt động TMĐT từ 06 tháng đến 12 tháng trong trường hợp vi phạm nhiều lần hoặc tái phạm đối với các hành vi thu thập TTCN của NTD mà không được sự đồng ý trước của chủ thể thông tin; Thiết lập cơ chế mặc định buộc NTD phải đồng ý với việc TTCN của mình bị chia sẻ, tiết lộ hoặc sử dụng cho mục đích quảng cáo và các mục đích thương mại khác; Sử dụng TTCN của NTD không đúng với mục đích và phạm vi đã thông báo.

Biện pháp khắc phục hậu quả: Các hành vi bị áp dụng biện pháp xử phạt bổ sung còn có thể bị buộc nộp lại số lợi bất hợp pháp có được do thực hiện những hành vi nêu trên.

Thêm vào đó, Khoản 2 Điều 78 Nghị định số 52/2013/NĐ-CP được sửa đổi bổ sung bởi Nghị định 85/2021/NĐ-CP về TMĐT cũng quy định: “Ngoài việc xử phạt vi phạm hành chính, cơ quan quản lý còn xem xét tùy theo tính chất, mức độ vi phạm của thương nhân, tổ chức đề ra quyết định đình chỉ hoạt động hoặc hủy bỏ đăng ký website cung cấp dịch vụ TMĐT”.

Với những quy định nêu trên có thể thấy pháp luật Việt Nam đã có những quy định tương đối đầy đủ về các hành vi vi phạm liên quan đến TTCN của NTD, tuy nhiên vẫn còn một số bất cập trong việc áp dụng quy định pháp luật hiện nay. Một số quy định còn mang tính chất chung chung, việc áp dụng trên thực tế có thể phụ thuộc vào ý chí chủ quan của người có thẩm quyền xử lý. Như việc xác định như thế nào là “không đảm bảo an toàn” cho TTCN của NTD hay vị trí nào được xem là “không dễ thấy” khi hiển thị chính sách BVTT để quyết định áp dụng chế tài xử lý hành chính. Mặt khác, mức xử phạt tiền đối với hành vi mua bán trái phép TTCN của NTD còn quá thấp so với lợi nhuận “khung” mà chủ thể vi phạm có thể thu được trên thực tế, nên chưa đủ sức răn đe và đảm bảo hiệu quả phòng ngừa vi phạm. Đây là một bất cập đã tồn tại từ lâu, điển hình như những vụ việc mua bán TTCN của NTD thu lợi bất chính hàng trăm triệu như vụ việc 3 người kinh doanh TTCN thu lợi 250 triệu đồng vào năm 2011⁴³, thậm chí thu lợi tiền tỷ như vụ việc của công ty cổ phần Datanium vào năm 2012 nhưng chỉ bị xử lý với mức xử phạt tiền tối đa là 5 triệu đồng⁴⁴. Pháp luật hiện hành đã tăng mức xử phạt tiền lên gấp nhiều lần nhưng vẫn chưa tương xứng với hành vi của chủ thể vi phạm. Đặc biệt hơn, bối cảnh các công nghệ mới về thu thập dữ liệu người dùng càng tiên tiến và giá trị kinh tế cao của dữ liệu khách hàng thì hành vi thu thập và sử dụng trái phép TTCN của NTD trở nên càng phổ biến. So với lợi nhuận chủ thể vi phạm có thể thu được, mức phạt trên vẫn chưa đủ sức răn đe, dẫn tới tình trạng mua bán trái phép TTCN của NTD vẫn diễn ra tràn lan và công khai với quy mô dữ liệu ngày càng lớn.

2.2.2. Xử lý vi phạm dân sự

⁴³ Trần Duy, “Xử lý 3 người mua, bán thông tin cá nhân trái phép”, <https://thanhnien.vn/xu-ly-3-nguoi-mua-ban-thong-tin-ca-nhan-trai-phep-185213147.htm>, truy cập ngày 8/8/2024.

⁴⁴ Quốc Thắng, “Bán thông tin cá nhân thu bạc tỷ chỉ bị phạt 5 triệu”, <https://vnexpress.net/ban-thong-tin-ca-nhan-thu-bac-ty-chi-bi-phat-5-trieu-2392515.html>, truy cập ngày 8/8/2024.

Trách nhiệm dân sự đối với hành vi vi phạm TTCN của NTD được thiết lập trên các cơ sở quan trọng sau: Điều 584 BLDS 2015 quy định: “Người nào có hành vi xâm phạm tính mạng, sức khỏe, danh dự, nhân phẩm, uy tín, tài sản, quyền, lợi ích hợp pháp khác của người khác mà gây thiệt hại thì phải bồi thường, trừ trường hợp Bộ luật này, luật khác có liên quan quy định khác”; Khoản 2 Điều 38 BLDS 2015 quy định: “Việc thu thập, lưu giữ, sử dụng, công khai thông tin liên quan đến đời sống riêng tư, bí mật cá nhân phải được người đó đồng ý”. Như vậy, đây chính là những cơ sở pháp lý quan trọng để áp dụng chế tài dân sự, cụ thể hơn là trách nhiệm bồi thường thiệt hại của những chủ thể có hành vi vi phạm TTCN của NTD.

NTD có TTCN bị vi phạm có thể yêu cầu bồi thường thiệt hại thông qua các phương thức giải quyết tranh chấp bằng con đường hòa giải, thương lượng với thương nhân, tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ hoặc tiến hành khởi kiện vụ án dân sự ra Trọng tài thương mại Tòa án để buộc thương nhân, tổ chức, cá nhân có hành vi vi phạm TTCN của NTD thực hiện trách nhiệm bồi thường thiệt hại theo quy định của pháp luật. Việc khởi kiện ra trước Tòa án được hướng dẫn từ Điều 70 đến Điều 73 Luật BVQLNTD 2023. Về trình tự, thủ tục khởi kiện và những nội dung khác được thực hiện theo các quy định của pháp luật tố tụng dân sự.

Trách nhiệm bồi thường thiệt hại do hành vi vi phạm TTCN của NTD phát sinh khi có đủ các căn cứ sau đây: Có hành vi vi phạm về bảo vệ TTCN của NTD như: Tiết lộ, sử dụng, công khai trái phép TTCN của NTD, không tuân thủ các quy định về thu thập, lưu trữ, sử dụng và bảo vệ TTCN. NTD bị thiệt hại về tài sản, danh dự, uy tín, quyền, lợi ích hợp pháp và thiệt hại về tinh thần, sức khỏe do hành vi vi phạm gây ra. Có những hành vi vi phạm quy định của pháp luật, đồng thời xâm phạm đến quyền và lợi ích hợp pháp của các chủ thể được pháp luật bảo vệ. Phải có mối quan hệ nhân quả giữa hành vi trái pháp luật gây ra thiệt hại và thiệt hại thực tế, tức là thiệt hại xảy ra phải là kết quả tất yếu của hành vi trái pháp luật và ngược lại hành vi trái pháp luật là nguyên nhân gây ra thiệt hại.

2.2.3. Xử lý hình sự

Trong số những trách nhiệm pháp lý được pháp luật quy định áp dụng với hành vi xâm phạm quyền lợi NTD nói chung và vi phạm TTCN của NTD trong TMĐT nói

riêng, trách nhiệm hình sự là chế tài nghiêm khắc và mang tính răn đe cao nhất, thể hiện thái độ của Nhà nước đối với các hành vi xâm phạm quyền lợi của NTD. Pháp luật hình sự bảo vệ NTD bằng cách xác định những hành vi xâm phạm quyền lợi của NTD là tội phạm và các hình thức trách nhiệm pháp lý hình sự có thể được áp dụng đối với người phạm tội (bao gồm hình phạt và các biện pháp cưỡng chế hình sự khác).

BLHS 2015 không quy định tội phạm cụ thể đối với hành vi vi phạm TTCN của NTD. Tuy nhiên, nếu hành vi vi phạm TTCN của NTD đi kèm với một hành vi khác được mô tả trong cấu thành tội phạm hoặc gắn với hậu quả hay tình tiết nhân thân xấu, hành vi gây nguy hiểm đáng kể cho xã hội thì có thể phải chịu trách nhiệm hình sự theo quy định của pháp luật. Tổ chức, cá nhân kinh doanh vi phạm việc BVTT của NTD còn có thể bị xử lý hình sự theo Điều 288 BLHS năm 2015 về tội đưa hoặc sử dụng trái phép thông tin trên mạng máy tính, mạng viễn thông Cụ thể:

Người nào thực hiện một trong các hành vi sau đây, thu lợi bất chính từ 50.000.000 đồng đến dưới 200.000.000 đồng hoặc gây thiệt hại từ 100.000.000 đồng đến dưới 500.000.000 đồng hoặc gây dư luận xấu làm giảm uy tín của cơ quan, tổ chức, cá nhân, thì bị phạt tiền từ 30.000.000 đồng đến 200.000.000 đồng, phạt cải tạo không giam giữ đến 03 năm hoặc bị phạt tù từ 06 tháng đến 03 năm: Mua bán, trao đổi, tặng cho, sửa chữa, thay đổi hoặc công khai hóa thông tin riêng hợp pháp của cơ quan, tổ chức, cá nhân trên mạng máy tính, mạng viễn thông mà không được phép của chủ sở hữu thông tin đó. Hành vi khác sử dụng trái phép thông tin trên mạng máy tính, mạng viễn thông⁴⁵.

Chế tài hình sự là chế tài nghiêm khắc nhất đối với tổ chức, cá nhân kinh doanh khi có hành vi vi phạm pháp luật bảo vệ NTD. Khi hành vi vi phạm của tổ chức, cá nhân kinh doanh gây nguy hiểm cho NTD, cho xã hội, đến mức bị coi là tội phạm trong Bộ luật Hình sự thì tổ chức, cá nhân kinh doanh sẽ phải chịu chế tài hình sự.

Người nào sử dụng mạng máy tính, mạng viễn thông hoặc phương tiện điện tử thực hiện một trong những hành vi sau đây, nếu không thuộc một trong các trường hợp quy định tại Điều 173 và Điều 174 của BLHS 2015 thì bị phạt cải tạo không giam giữ đến 03 năm hoặc phạt tù từ 06 tháng đến 03 năm: Sử dụng thông tin về tài khoản,

⁴⁵ Khoản 1 Điều 288 Bộ luật Hình sự 2015.

thẻ ngân hàng của cơ quan, tổ chức, cá nhân để chiếm đoạt tài sản của chủ tài khoản, chủ thẻ hoặc thanh toán hàng hóa, dịch vụ; Làm, tàng trữ, mua bán, sử dụng, lưu hành thẻ ngân hàng giả nhằm chiếm đoạt tài sản của chủ tài khoản, chủ thẻ hoặc thanh toán hàng hóa, dịch vụ; Truy cập bất hợp pháp vào tài khoản của cơ quan, tổ chức, cá nhân nhằm chiếm đoạt tài sản; Lừa đảo trong TMĐT, thanh toán điện tử nhằm chiếm đoạt tài sản; Thiết lập, cung cấp trái phép dịch vụ viễn thông, internet nhằm chiếm đoạt tài sản⁴⁶.

Người nào thu thập, tàng trữ, trao đổi, mua bán, công khai hóa trái phép thông tin về tài khoản ngân hàng của người khác với số lượng từ 20 tài khoản đến dưới 50 tài khoản hoặc thu lợi bất chính từ 20.000.000 đồng đến dưới 50.000.000 đồng, thì bị phạt tiền từ 20.000.000 đồng đến 100.000.000 đồng hoặc phạt cải tạo không giam giữ đến 03 năm. Phạm tội thuộc một trong những trường hợp sau đây, thì bị phạt tiền từ 100.000.000 đồng đến 200.000.000 đồng hoặc phạt tù từ 03 tháng đến 02 năm: Thu thập, tàng trữ, trao đổi, mua bán, công khai hóa trái phép thông tin về tài khoản ngân hàng của người khác với số lượng từ 50 tài khoản đến dưới 200 tài khoản; Có tổ chức; Có tính chất chuyên nghiệp; Thu lợi bất chính từ 50.000.000 đồng đến dưới 200.000.000 đồng; Tái phạm nguy hiểm. Phạm tội thuộc một trong những trường hợp sau đây, thì bị phạt tiền từ 200.000.000 đồng đến 500.000.000 đồng hoặc phạt tù từ 02 năm đến 07 năm: Thu thập, tàng trữ, trao đổi, mua bán, công khai hóa trái phép thông tin về tài khoản ngân hàng của người khác với số lượng 200 tài khoản trở lên; Thu lợi bất chính 200.000.000 đồng trở lên. Người phạm tội còn có thể bị phạt tiền từ 10.000.000 đồng đến 50.000.000 đồng, cấm đảm nhiệm chức vụ, cấm hành nghề hoặc làm công việc nhất định từ 01 năm đến 05 năm hoặc tịch thu một phần hoặc toàn bộ tài sản⁴⁷.

Đối với các tội phạm nêu trên, tùy theo tính chất và mức độ nguy hiểm cho xã hội của hành vi mà áp dụng những hình thức trách nhiệm pháp lý hình sự với mức độ khác nhau.

Cũng như đối với việc áp dụng trách nhiệm dân sự, dù pháp luật đã xây dựng một hành lang pháp lý khá cụ thể để điều chỉnh nhưng trên thực tế số lượng các vụ

⁴⁶ Khoản 1 Điều 290 Bộ luật Hình sự 2015.

⁴⁷ Điều 291 Bộ luật Hình sự 2015.

việc liên quan đến hành vi vi phạm TTCN của NTD bị truy cứu trách nhiệm hình sự không nhiều. Thông thường, các vụ việc mới chỉ dừng lại ở mức độ bị xử lý hành chính. Pháp luật hiện hành đã xây dựng một hành lang pháp lý tương đối hoàn thiện và đầy đủ về các chế tài áp dụng đối với các hành vi vi phạm pháp luật về bảo vệ TTCN của NTD, từ các chế tài hành chính, chế tài dân sự đến chế tài hình sự nếu hành vi cấu thành tội phạm theo quy định của BLHS 2015. Tuy nhiên, thực tế những năm gần đây, các vụ việc vi phạm TTCN của NTD không có chiều hướng giảm mà vẫn gia tăng cả về số lượng và mức độ. Như vậy, không có những vụ việc bị xử lý dân sự và hình sự nguyên nhân không phải do chế tài hành chính đã đủ sức răn đe đối với các tổ chức, cá nhân có hành vi vi phạm TTCN của NTD. Để khắc phục tình trạng trên, không chỉ cần yêu cầu NTD có ý thức hơn trong việc tự bảo vệ mình mà còn đòi hỏi chế tài mạnh mẽ của các cơ quan nhà nước có thẩm quyền trong việc quản lý hoạt động và xử lý các hành vi vi phạm TTCN của NTD.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

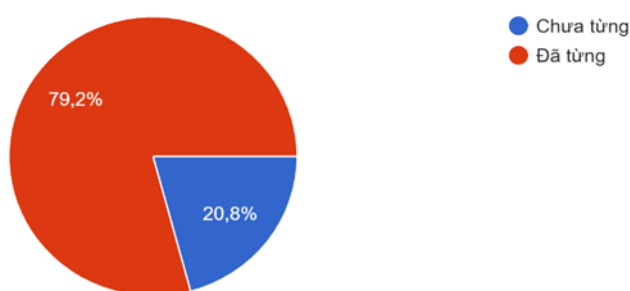
Qua việc tìm hiểu nghiên cứu những quy định pháp luật về xử lý hành vi vi phạm về BVTT của NTD trong các giao dịch TMĐT tôi nhận thấy đây là một nội dung quan trọng trong pháp luật nước ta. Chương 2 đã cung cấp cái nhìn tổng quan về các quy định pháp luật liên quan đến xử lý hành vi vi phạm BVTT của NTD trong các giao dịch TMĐT ở Việt Nam. Qua việc phân tích các văn bản pháp lý hiện hành, có thể đánh giá rằng hệ thống pháp luật Việt Nam đã có những bước tiến đáng kể trong việc xây dựng khung pháp lý nhằm BVQL của NTD, đặc biệt là trong lĩnh vực TMĐT. Tuy nhiên, thực tế cho thấy vẫn còn nhiều bất cập và hạn chế trong việc thực thi các quy định này. Những hành vi vi phạm thường xuyên xảy ra, dẫn đến mối lo ngại lớn cho NTD về sự an toàn và bảo mật TTCN của họ. Việc thiếu hụt các cơ chế xử phạt hiệu quả và đồng bộ giữa các cơ quan chức năng cũng như việc nâng cao ý thức của doanh nghiệp về trách nhiệm bảo vệ TTCN vẫn đang là thách thức lớn. Ở chương 2, tác giả đã trình bày những vấn đề sau: Một là, quy định pháp luật về BVTT của NTD trong các giao dịch TMĐT. Cụ thể là quy định quyền được bảo vệ TTCN của NTD, trách nhiệm BVTT NTD của các tổ chức cung cấp sản phẩm-dịch vụ trên sàn TMĐT, trách nhiệm bảo vệ NTD của tổ chức bảo vệ NTD và của nhà nước; Hai là, các hình thức xử lý vi phạm BVTT của NTD. Cụ thể là các hình thức xử lý vi phạm hành chính, dân sự và hình sự.

CHƯƠNG 3: THỰC TRẠNG VÀ MỘT SỐ KIẾN NGHỊ VỀ BẢO VỆ THÔNG TIN CÁ NHÂN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TRONG CÁC GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

3.1. Thực trạng vi phạm thông tin của người tiêu dùng trong các giao dịch thương mại điện tử hiện nay

Trong nền kinh tế thị trường, thông tin khách hàng được nhiều tổ chức, cá nhân thu thập, lưu trữ và sử dụng để phục vụ cho nhiều mục đích khác nhau như tiếp thị sản phẩm, nghiên cứu thị trường. Tuy nhiên, một số cá nhân tổ chức lại xem TTCN của NTD là một “mặt hàng” có thể mua bán... Hiện nay, các hành vi xâm phạm trái phép các TTCN trong TMĐT ngày càng trở nên phổ biến và tinh vi. Để có số liệu khách quan từ thực tiễn, tác giả đã thực hiện khảo sát trên 100 NTD ở các độ tuổi và giới tính khác nhau. Theo kết quả khảo sát từ 100 NTD tại TP HCM thì vấn đề lộ TTCN của NTD vẫn diễn ra thường xuyên và khá phổ biến, cụ thể:

Thứ nhất, nhiều người sử dụng Internet ngày nay phàn nàn về tình trạng họ đã từng lộ TTCN sau khi thực hiện các giao dịch trực tuyến. Điều này thể hiện ở việc họ liên tục nhận được các cuộc gọi quảng cáo, tin nhắn rác hoặc những ưu đãi nghi vấn từ các đơn vị không liên quan chiếm lên tới 79,2% trên tổng số người dùng tham gia khảo sát. Vấn đề này cho thấy rằng TTCN như số điện thoại, email của người dùng đã bị lộ lọt và bị sử dụng trái phép.



Tỷ lệ người tiêu dùng bị gọi điện làm phiền khi lộ thông tin

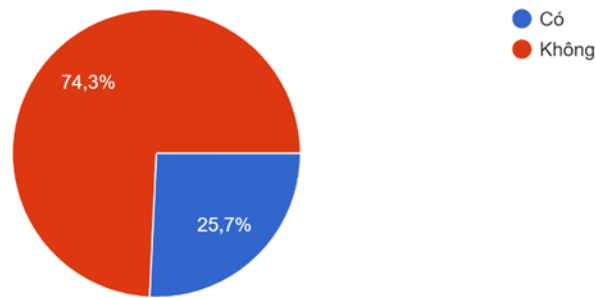
Việc lộ TTCN không chỉ gây khó chịu, phiền toái cho người dùng mà còn có thể dẫn đến những hậu quả nghiêm trọng hơn. Trước hết, nó có thể dẫn đến mất an toàn tài chính của người dùng khi thông tin thẻ ngân hàng, tài khoản ngân hàng bị lộ. Kẻ xấu có thể lợi dụng những thông tin này để thực hiện các giao dịch trái phép,

chiếm đoạt tài sản của nạn nhân. Bên cạnh đó, danh tính của người dùng cũng có thể bị đánh cắp, dẫn đến nhiều rủi ro khác như bị giả mạo, lừa đảo. Ngoài ra, việc lộ TTCN còn có thể khiến người dùng trở thành nạn nhân của các hành vi tội phạm khác như tống tiền, doạ nạt trực tuyến. Những hậu quả nghiêm trọng này không chỉ gây thiệt hại về tài chính mà còn ảnh hưởng đến sự an toàn, an ninh, quyền riêng tư và danh dự của người dùng. Do đó, vấn đề bảo vệ TTCN trong môi trường mạng ngày càng trở nên cấp thiết. Các cơ quan chức năng cần có những biện pháp nghiêm ngặt để ngăn chặn và xử lý nghiêm các hành vi làm lộ, lạm dụng TTCN. Đồng thời, người dùng cũng cần nâng cao cảnh giác, áp dụng các biện pháp bảo mật khi tham gia các giao dịch trực tuyến để bảo vệ TTCN của mình.

Ví dụ hiện nay, nhiều người bày tỏ sự bức xúc khi liên tục bị làm phiền bởi những cuộc gọi, tin nhắn không mong muốn với nội dung mời chào vay tiền, môi giới, giới thiệu sản phẩm, hay thậm chí là lừa đảo, bán dâm. Cụ thể: Chị Hải, một nhà báo tại Hà Nội, chia sẻ rằng chị nhận được các cuộc gọi mời chào dịch vụ vào bất cứ thời điểm nào trong ngày, có thể là đầu giờ sáng, giữa trưa, thậm chí tối muộn; Anh Lê Trung, một nhân viên văn phòng tại quận Đống Đa, Hà Nội chia sẻ. Ngày nào tôi cũng bị làm phiền bởi những cuộc gọi rác. Trung bình, mỗi ngày có khoảng 7-9 cuộc gọi đến với đủ lời mời chào khác nhau. Những cuộc gọi này đến từ cả đầu số cố định và di động, chặn cũng không hết.⁴⁸

Thứ hai, nhận thức chung về các quyền và bảo vệ của NTD còn hạn chế, nhiều NTD chưa biết hoặc chưa hiểu rõ về các quyền và bảo vệ pháp lý dành cho họ. Họ không nắm rõ những quy định về quyền khiếu nại, đòi bồi thường trong trường hợp bị thiệt hại. NTD không biết đến Luật bảo vệ NTD và luật Giao dịch điện tử chiếm đến 74,3% (theo biểu đồ khảo sát dưới đây).

⁴⁸ Thế Anh (2024), “Cuộc gọi rác, tin nhắn lừa đảo vẫn hoành hành tại Việt Nam”, Báo Dân trí.



Nhận thức của người tiêu dùng về Luật bảo vệ người tiêu dùng và Luật Giao dịch điện tử 2023

Thứ ba, nhiều NTD cũng phản ánh về tình trạng các website TMĐT không niêm yết đầy đủ thông tin về chính sách bảo mật và quyền riêng tư của khách hàng. Nhiều website chỉ dừng lại ở các thông tin chung chung, mà không cung cấp chi tiết về các biện pháp họ áp dụng để BVTT người dùng. Điều này khiến NTD cảm thấy lo lắng và không an tâm khi thực hiện giao dịch. Khi không được cung cấp đầy đủ thông tin về cách bảo vệ quyền riêng tư, người mua hàng sẽ lo ngại về việc TTCN của họ có thể bị lạm dụng hoặc rò rỉ. Điều này dẫn đến tình trạng giảm lòng tin của NTD đối với các website TMĐT.

Vấn đề này cũng nêu ra những thách thức mà các doanh nghiệp kinh doanh trực tuyến phải đối mặt. Việc xây dựng và duy trì niềm tin của NTD là điều kiện tiên quyết cho sự phát triển lâu dài của TMĐT. Các doanh nghiệp cần phải chủ động công khai và minh bạch hơn về các chính sách bảo mật, quyền riêng tư của khách hàng. Họ cần phải đưa ra những cam kết cụ thể về cách bảo vệ TTCN của người dùng, từ đó giúp xây dựng lòng tin và sự an tâm cho NTD.

Thứ tư, nhiều người dùng phản ánh rằng khi gặp vấn đề liên quan đến việc lộ TTCN, họ gặp khó khăn trong việc liên hệ và trình báo với các cơ quan chức năng có thẩm quyền. Sự thiếu minh bạch và độ phản hồi chậm chạp từ phía các cơ quan chức năng là một vấn đề lớn. Nhiều người dùng cho biết họ cảm thấy bất lực và mất niềm tin khi không thể nhận được sự hỗ trợ kịp thời và hiệu quả từ các cơ quan này. Điều này cho thấy rằng các cơ quan cần phải cải thiện đáng kể về việc tiếp nhận và xử lý các phản ánh, khiếu nại của người dân. Vấn đề bảo mật TTCN đang trở thành một

mối quan tâm lớn của NTD. Trong thời đại kỹ thuật số, TTCN của mọi người trở nên dễ bị xâm phạm hơn bao giờ hết. Khi xảy ra sự cố lộ thông tin, người dùng cần được hỗ trợ kịp thời và hiệu quả để bảo vệ quyền và lợi ích của mình. Tuy nhiên, điều này không thể xảy ra nếu các cơ quan chức năng không đáp ứng được yêu cầu của người dân. Vì vậy, các cơ quan chức năng cần phải nâng cao trách nhiệm giải trình, tăng cường sự minh bạch trong hoạt động, đồng thời cải thiện năng lực tiếp nhận và xử lý các vấn đề liên quan đến bảo mật TTCN. Chỉ khi các cơ quan này thực sự đáp ứng được nhu cầu của người dân, thì niềm tin của NTD mới có thể được xây dựng lại. Ví dụ vụ việc của anh Huỳnh Thanh Phát đã gửi đơn phản ánh từ ngày 26/01/2024 đến nay vẫn đang trong quá trình xử lý, việc giải quyết chậm chạp của cơ quan chức năng sẽ làm NTD mất niềm tin vào việc giải quyết bằng phương thức khiếu nại⁴⁹.

Nguyên nhân của tình trạng vi phạm thông tin NTD trong giao dịch TMĐT có thể đến từ nhiều phía. Bên cạnh sự thiếu ý thức bảo mật thông tin của một số người dùng, vấn đề còn nằm ở sự thiếu kiểm soát chặt chẽ từ phía các doanh nghiệp và cơ quan quản lý. Nhiều doanh nghiệp chưa thực sự coi trọng việc BVTT khách hàng, mà chỉ tập trung vào việc thu hút khách hàng và tăng doanh số.

Để giải quyết vấn đề này, cần có sự vào cuộc tích cực từ cả ba bên: NTD, doanh nghiệp và cơ quan quản lý. NTD cần nâng cao ý thức bảo mật TTCN, hạn chế chia sẻ quá nhiều thông tin nhạy cảm. Doanh nghiệp phải cam kết và thực hiện nghiêm túc các biện pháp BVTT khách hàng, đồng thời minh bạch hóa chính sách quyền riêng tư. Các cơ quan quản lý cần hoàn thiện khung pháp lý, tăng cường giám sát và xử lý nghiêm các hành vi vi phạm. Chỉ khi cả ba bên cùng có trách nhiệm và nỗ lực, mới có thể ngăn chặn được tình trạng vi phạm thông tin NTD trong giao dịch TMĐT tại Việt Nam, qua đó tăng cường niềm tin của người dân vào các kênh mua sắm trực tuyến.

Trong những năm gần đây, Việt Nam đã chứng kiến một số vụ việc nghiêm trọng liên quan đến việc lộ TTCN của NTD, dưới đây là một số vụ việc tiêu biểu:

⁴⁹ Hội bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam, “Tiếp nhận khiếu nại của người tiêu dùng”, [Công Tư vấn & Khiếu nại \(nguoitieudung.org.vn\)](https://congtyvan.com.vn), truy cập ngày 10/08/2024.

Các vụ việc trên cho thấy nguy cơ lộ TTCN của NTD ở Việt Nam là rất cao. Điều này không chỉ ảnh hưởng nghiêm trọng đến quyền riêng tư của người dân, mà còn gây mất niềm tin của họ vào các sàn TMĐT. Để giải quyết vấn đề này, các doanh nghiệp TMĐT cần tăng cường đầu tư vào an ninh mạng, đồng thời các cơ quan quản lý cần hoàn thiện khung pháp lý về bảo vệ dữ liệu cá nhân. Chỉ khi có những biện pháp bảo vệ hiệu quả, NTD mới có thể yên tâm khi giao dịch trên các sàn TMĐT.

3.2. Một số kiến nghị về bảo vệ thông tin của người tiêu dùng trong các giao dịch thương mại điện tử

3.2.1. Về khía cạnh pháp lý

BVTT NTD trong TMĐT là một vấn đề quan trọng. Từ góc độ pháp lý, các doanh nghiệp cần tuân thủ các quy định về bảo vệ dữ liệu cá nhân, đảm bảo tính minh bạch và quyền lợi của khách hàng.

Thứ nhất, quy định điều khoản bắt buộc về bảo vệ TTCN của NTD trong các hợp đồng. Cần quy định rõ ràng trong luật pháp rằng mọi hợp đồng giữa NTD và doanh nghiệp TMĐT phải bao gồm điều khoản về bảo vệ TTCN. Điều khoản này phải được xem xét là điều khoản cơ bản của hợp đồng giao kết với người tiêu dùng bên cạnh những điều khoản cơ bản khác theo quy định của pháp luật về hợp đồng. Điều khoản này phải bao gồm các nội dung tối thiểu như: Mục đích thu thập thông tin, phạm vi sử dụng thông tin, thời gian lưu trữ thông tin, biện pháp bảo mật, quyền của NTD...

Thứ hai, thời gian lưu trữ TTCN của NTD bởi nhà sản xuất, nhà cung cấp dịch vụ trong các giao dịch TMĐT nên được giới hạn tối đa là 05 năm kể từ thời điểm kết thúc giao dịch hoặc kể từ thời điểm NTD ngừng sử dụng dịch vụ. Quy định này góp phần hạn chế tình trạng làm lộ thông tin của người tiêu dùng trong quá trình chuyển đổi doanh nghiệp hoặc có sự thay đổi về nhân sự, cơ cấu tổ chức hoặc trong trường hợp doanh nghiệp bị sáp nhập, mua bán hay giải thể, phá sản. Quy định thời gian lưu trữ tối đa 05 năm là phù hợp, bởi lẽ, đối với các hàng hoá cần được bảo hành hoặc kèm theo các dịch vụ chăm sóc khách hàng thì nhà sản xuất cần phải có thông tin của người tiêu dùng. Bên cạnh đó, thời gian 05 là phù hợp với những sự thay đổi của thị trường kinh doanh trong trường hợp nhà sản xuất, cung cấp dịch vụ muốn có số liệu

để khảo sát và so sánh sự thay đổi trong thị trường kinh doanh. Cần lưu ý rằng, các hoạt động sử dụng thông tin của NTD cần phải được sự đồng ý của NTD.

Thứ ba, cần cân nhắc ban hành Luật Thương mại điện tử. Trong những năm gần đây, thương mại điện tử đã phát triển mạnh mẽ và trở thành một phần không thể thiếu của nền kinh tế Việt Nam. Sự bùng nổ của các nền tảng trực tuyến và sự thay đổi trong hành vi tiêu dùng đã tạo ra những thách thức mới về quản lý, giám sát và BVQL các bên liên quan trong các giao dịch thương mại điện tử. Hiện nay, các quy định pháp lý về TMĐT tại Việt Nam chủ yếu được quy định trong một số luật hiện hành như Luật Thương mại 2005, Luật Giao dịch điện tử 2005, và các văn bản dưới luật. Tuy nhiên, những quy định này chưa đầy đủ và chưa đáp ứng được nhu cầu quản lý thực tiễn vì TMĐT có những đặc thù riêng.

Thứ tư, yêu cầu các doanh nghiệp TMĐT phải tuân thủ các tiêu chuẩn, quy định về bảo vệ TTCN của khách hàng. Quy định rõ trách nhiệm của doanh nghiệp trong việc bảo mật, lưu trữ và sử dụng thông tin của NTD. Bắt buộc doanh nghiệp phải công khai chính sách bảo vệ TTCN và có cơ chế tiếp nhận, giải quyết khiếu nại từ NTD một cách minh bạch, đầy đủ và kịp thời.

Thứ năm, tăng cường quyền lợi của NTD cụ thể là quy định rõ quyền của NTD trong việc truy cập, chỉnh sửa, xóa bỏ TTCN của mình. Cho phép NTD kiểm soát việc sử dụng, chia sẻ TTCN của mình với bên thứ ba. Tạo cơ chế giải quyết khiếu nại hiệu quả khi xảy ra vi phạm về bảo vệ TTCN.

Thứ sáu, cần tăng mức phạt tiền đối với hành vi vi phạm BVTT của NTD. Cụ thể là đề xuất mức phạt là 100 triệu đồng đối với trường hợp sử dụng và thu thập TTCN từ 50 đến 100 người, trên 100 người tăng mức phạt lên gấp đôi, ngoài ra còn xác định thêm mức bồi thường thiệt hại về tinh thần do bị ảnh hưởng đến quyền riêng tư. Mức phạt đối với hành vi vi phạm BVTT của NTD hiện nay tối đa là 30 triệu đồng. Nếu so với khoản lợi nhuận có thể đem lại khi bán những thông tin về NTD ra bên ngoài thì mức phạt này là quá nhỏ, không đủ sức răn đe tổ chức, cá nhân kinh doanh. Hơn thế nữa, chi phí mà tổ chức, cá nhân kinh doanh phải bỏ ra để bảo mật những thông tin của NTD cũng lớn hơn con số phạt này thì họ có thể sẵn sàng chịu phạt mà không phải tốn công sức, tiền của bảo mật thông tin. Vì vậy, cần phải tăng mức tiền

phạt nhằm đảm bảo cho quyền được BVTT của NTD được thực hiện trên thực tế, mức phạt tiền cao cũng khiến cho tổ chức, cá nhân kinh doanh có trách nhiệm hơn trong việc thu thập, sử dụng và lưu trữ thông tin của NTD.

3.2.2. Về góc độ nhận thức của các chủ thể trong các giao dịch thương mại điện tử

Đối với NTD để có thể bảo vệ tốt nhất quyền lợi chính đáng của mình, NTD cũng cần lưu ý một số điều khi thực hiện giao dịch điện tử, mua sắm trực tuyến như:

Thứ nhất, nâng cao ý thức và kiến thức về bảo mật TTCN, NTD cần hiểu rõ các rủi ro liên quan đến việc chia sẻ TTCN trên các nền tảng TMĐT, chẳng hạn như rò rỉ dữ liệu, lừa đảo, trộm cắp danh tính. NTD cần tìm hiểu và áp dụng các biện pháp bảo mật cơ bản như sử dụng mật khẩu mạnh, kích hoạt xác thực hai bước.

Thứ hai, rèn luyện thói quen an toàn khi giao dịch trực tuyến bằng cách kiểm tra kỹ lưỡng độ tin cậy của các website, ứng dụng trước khi thực hiện giao dịch, như kiểm tra giấy phép kinh doanh, chính sách bảo mật. Chỉ cung cấp TTCN cần thiết cho giao dịch và không chia sẻ thông tin nhạy cảm nếu không cần thiết. Nên sử dụng các phương thức thanh toán an toàn như thẻ tín dụng ảo, ví điện tử.

Thứ ba, tăng cường công tác tuyên truyền, phổ biến kiến thức về bảo vệ TTCN. Giúp hiểu rõ quyền và trách nhiệm của mình trong việc quản lý, bảo vệ TTCN.

Đối với Doanh nghiệp cần có trách nhiệm hơn trong BVTT NTD như:

Thứ nhất, nâng cao trách nhiệm của doanh nghiệp trong BVTT NTD, cam kết và thực hiện nghiêm túc các chính sách bảo mật thông tin của khách hàng cụ thể: Xây dựng và công bố công khai các chính sách bảo mật thông tin rõ ràng, bao gồm phạm vi thu thập, mục đích sử dụng, biện pháp bảo vệ dữ liệu cá nhân. Cam kết bảo vệ TTCN của khách hàng một cách tuyệt đối, không được sử dụng trái phép hoặc chia sẻ thông tin với bên thứ ba khi không có sự đồng ý của khách hàng. Đảm bảo thực hiện nghiêm túc các chính sách bảo mật thông tin đã công bố, không được vi phạm dưới bất kỳ hình thức nào.

Thứ hai, áp dụng các biện pháp an ninh mạng hiện đại để bảo vệ dữ liệu NTD. Đầu tư và triển khai các giải pháp an ninh mạng tiên tiến như mã hóa dữ liệu, phân

quyền truy cập, hệ thống phát hiện và ngăn chặn tấn công mạng. Thường xuyên cập nhật, kiểm tra và nâng cấp các biện pháp bảo mật để đảm bảo an toàn cho dữ liệu NTD. Xây dựng và vận hành đội ngũ chuyên gia an ninh mạng để giám sát, phát hiện và xử lý kịp thời các sự cố liên quan đến an toàn thông tin.

Thứ ba, cần có cơ chế xử lý sự cố và bồi thường thiệt hại khi xảy ra vi phạm dữ liệu. Xây dựng kế hoạch ứng phó sự cố rò rỉ, mất cắp dữ liệu NTD, đảm bảo khả năng phản hồi nhanh chóng và hiệu quả. Cam kết bồi thường thiệt hại cho NTD khi xảy ra các sự cố liên quan đến vi phạm dữ liệu cá nhân của họ. Hỗ trợ và hướng dẫn NTD các bước khắc phục, ngăn chặn hậu quả khi có sự cố xảy ra.

Thứ tư, hợp tác với các bên liên quan để nâng cao hiệu quả BVTT. Hợp tác với cơ quan quản lý nhà nước: Phối hợp chặt chẽ với các cơ quan quản lý như Bộ Công Thương, Bộ Thông tin và Truyền thông để thực hiện các quy định, chính sách liên quan; Chia sẻ thông tin, hỗ trợ cơ quan quản lý trong việc giám sát, xử lý các vi phạm về an ninh thông tin. Liên kết với các tổ chức, chuyên gia an ninh mạng: Hợp tác với các tổ chức, chuyên gia an ninh mạng uy tín để được tư vấn, hỗ trợ về các biện pháp bảo mật, công nghệ BVTT hiện đại; Tham gia các diễn đàn, hội thảo chuyên ngành nhằm cập nhật xu hướng, chia sẻ kinh nghiệm về BVTT NTD.

Thứ năm, tăng cường tương tác và phản hồi với NTD. Tạo kênh liên lạc thuận tiện, khuyến khích NTD phản ánh các vấn đề về bảo mật, an toàn thông tin. Lắng nghe ý kiến, phản hồi của NTD và nhanh chóng giải quyết các khiếu nại, sự cố liên quan. Chủ động tuyên truyền, hướng dẫn NTD về các biện pháp bảo mật, quyền lợi của họ trong bảo vệ TTCN.

3.2.3. Về phía cơ quan nhà nước

Thứ nhất, xây dựng và cập nhật các quy định pháp lý. Cơ quan nhà nước nên thiết lập và cập nhật các quy định pháp lý rõ ràng liên quan đến bảo vệ TTCN, đảm bảo các doanh nghiệp TMĐT tuân thủ các tiêu chuẩn bảo mật. Cung cấp hướng dẫn chi tiết cho các doanh nghiệp về cách thu thập, lưu trữ, và xử lý TTCN để bảo đảm tính bảo mật và minh bạch.

Thứ hai, tăng cường và giám sát kiểm tra. Thành lập cơ quan chuyên trách để giám sát việc tuân thủ các quy định về bảo mật thông tin và xử lý các vi phạm liên

quan. Thực hiện các đợt kiểm tra và thanh tra định kỳ đối với các nền tảng TMĐT để đảm bảo rằng các biện pháp bảo mật đang được thực hiện đúng cách.

Thứ ba, thúc đẩy sự minh bạch và công khai. Yêu cầu doanh nghiệp TMĐT nên công khai chính sách bảo mật và thông báo rõ ràng về cách TTCN được thu thập, sử dụng và bảo vệ. Đảm bảo rằng NTD có quyền truy cập, xem xét, và yêu cầu sửa đổi hoặc xóa bỏ TTCN của họ khi cần thiết.

Thứ tư, đề xuất các biện pháp an ninh mới. Đề xuất và khuyến khích các doanh nghiệp áp dụng công nghệ bảo mật tiên tiến như mã hóa, xác thực hai yếu tố và các giải pháp bảo mật khác. Tạo điều kiện thuận lợi cho việc nghiên cứu và phát triển các công nghệ bảo mật mới để BVTT NTD.

Thứ năm, cải thiện Cơ chế Giải quyết Tranh chấp. Tạo ra cơ chế dễ dàng và hiệu quả để NTD có thể khiếu nại và yêu cầu giải quyết các vấn đề liên quan đến bảo mật thông tin. Đảm bảo rằng các tranh chấp liên quan đến bảo mật thông tin được xử lý nhanh chóng, công bằng và hiệu quả.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Trong bối cảnh TMĐT phát triển mạnh mẽ, việc bảo vệ TTCN của NTD trở thành một trong những vấn đề cấp thiết và được quan tâm hàng đầu. Ở chương 3 tác giả đã trình bày thực trạng về bảo vệ TTCN của NTD trong TMĐT, nêu rõ những thách thức mà NTD đang phải đối mặt, bao gồm sự gia tăng các vụ rò rỉ dữ liệu, lạm dụng TTCN và thiếu minh bạch từ phía các nhà cung cấp dịch vụ.

Để nâng cao mức độ bảo vệ TTCN, chúng ta cần thực hiện một số kiến nghị thiết thực. Đầu tiên, cần xây dựng và hoàn thiện khung pháp lý chặt chẽ hơn về bảo vệ thông tin nhằm tạo ra hành lang pháp lý rõ ràng cho các bên liên quan. Thứ hai, các doanh nghiệp cần tăng cường các biện pháp bảo mật, sử dụng công nghệ mã hóa và xác thực đa yếu tố để bảo vệ dữ liệu cá nhân của khách hàng. Cuối cùng, nâng cao nhận thức của NTD về quyền lợi và trách nhiệm của họ trong việc bảo vệ TTCN cũng là một yếu tố quan trọng giúp giảm thiểu rủi ro.

Bảo vệ TTCN của NTD trong TMĐT không chỉ là nhiệm vụ của các doanh nghiệp mà còn là trách nhiệm chung của toàn xã hội. Chỉ khi có sự hợp tác giữa chính phủ, doanh nghiệp và NTD, chúng ta mới có thể xây dựng một môi trường TMĐT an toàn và đáng tin cậy.

KẾT LUẬN

Trong bối cảnh TMĐT ở Việt Nam đang phát triển nhanh chóng và mạnh mẽ, vấn đề bảo vệ TTCN của NTD đã trở thành một vấn đề quan trọng và cấp thiết. Qua quá trình nghiên cứu về hành vi vi phạm trong lĩnh vực này, mặc dù có nhiều quy định pháp luật được ban hành nhằm BVQL của NTD, nhưng thực tế vẫn còn không ít kẽ hở trong việc thực thi và giám sát. Các hành vi vi phạm như thu thập, sử dụng và tiết lộ TTCN mà không có sự đồng ý của NTD diễn ra ngày càng phổ biến. Điều này không chỉ ảnh hưởng đến quyền lợi của NTD mà còn gây ra những hậu quả nghiêm trọng cho uy tín của các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực TMĐT. Để khắc phục tình trạng này, cần hoàn thiện hệ thống pháp luật hiện hành là rất quan trọng để bảo đảm tính khả thi và hiệu lực của các quy định về bảo vệ TTCN. Các cơ quan chức năng cần tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra và xử lý nghiêm minh các hành vi vi phạm, đồng thời nâng cao trách nhiệm của doanh nghiệp trong việc BVTT của NTD. Ngoài ra, việc tuyên truyền và nâng cao nhận thức của NTD về quyền lợi và trách nhiệm của mình cũng đóng vai trò then chốt. Khi NTD hiểu rõ hơn về quyền lợi của họ, họ sẽ tự tin hơn trong việc yêu cầu các doanh nghiệp tuân thủ các quy định bảo vệ TTCN. Việc bảo vệ TTCN của NTD trong các giao dịch TMĐT ở Việt Nam không chỉ là nhiệm vụ của các cơ quan quản lý nhà nước mà còn là trách nhiệm của toàn xã hội. Chỉ khi tất cả các bên liên quan hợp tác chặt chẽ, chúng ta mới có thể tạo ra một môi trường TMĐT an toàn và đáng tin cậy, góp phần thúc đẩy sự phát triển bền vững của nền kinh tế số Việt Nam. Trong bối cảnh phát triển nhanh chóng của TMĐT tại Việt Nam, vấn đề BVTT của NTD ngày càng trở nên cấp thiết. Qua quá trình nghiên cứu và phân tích, tác giả đã chỉ ra một số điểm quan trọng liên quan đến việc bảo vệ TTCN của NTD trong các giao dịch TMĐT, cụ thể như sau:

Chương 1 đã cung cấp các cơ sở lý luận, bao gồm khái niệm về thông tin của NTD và TMĐT. Qua đó, khóa luận đã làm rõ vai trò và ý nghĩa của việc BVTT NTD, không chỉ là quyền lợi chính đáng mà còn là yếu tố quan trọng trong việc xây dựng lòng tin và thúc đẩy sự phát triển bền vững của TMĐT. Bên cạnh đó, lịch sử hình thành và phát triển của pháp luật về BVTT NTD tại Việt Nam đã được trình bày, giúp hiểu rõ hơn về những nỗ lực và thách thức trong quá trình hoàn thiện khung pháp lý.

Chương 2 đã tập trung vào việc phân tích các quy định pháp luật hiện hành về BVTT NTD trong TMĐT. Các quyền và trách nhiệm của các bên liên quan, bao gồm NTD, các tổ chức cung cấp sản phẩm, dịch vụ và cơ quan nhà nước, đã được làm rõ. Đồng thời, khóa luận cũng đã phân tích các hình thức xử lý vi phạm, từ xử phạt hành chính, vi phạm dân sự đến xử lý hình sự, qua đó khẳng định tầm quan trọng của việc thực thi pháp luật một cách nghiêm túc và hiệu quả.

Chương 3 đã trình bày thực trạng vi phạm thông tin NTD trong các giao dịch TMĐT tại Việt Nam. Những dẫn chứng cụ thể từ các vụ việc đã xảy ra cho thấy sự gia tăng về số lượng và mức độ nghiêm trọng của các hành vi vi phạm, đồng thời chỉ ra những lỗ hổng trong khung pháp lý và thực tiễn thực thi. Trên cơ sở đó, khóa luận đã đề xuất một số kiến nghị nhằm hoàn thiện khung pháp lý, nâng cao nhận thức của các chủ thể trong giao dịch TMĐT và tăng cường vai trò của cơ quan nhà nước trong việc BVTT của NTD.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

A. Văn bản quy phạm pháp luật

1. Hiến pháp 2013 (Số 18/2013/L-CNT) ngày 28/11/2013.
2. Bộ luật Dân sự 2015 (Luật số 91/2015/QH13) ngày 24/11/2015.
3. Bộ luật Hình sự 2015 (Luật số 100/2015/QH13) ngày 27/11/2015.
4. Luật An toàn thông tin mạng 2015 (Luật số 86/2015/QH13) ngày 19/11/2015.
5. Luật Giao dịch điện tử 2023 (Luật số 20/2023/QH15) ngày 22/6/2023.
6. Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2023 (Luật số 19/2023/QH15) ngày 20/6/2023.
7. Luật Công nghệ thông tin 2023 (Số 27/VBHN-VPQH) ngày 02/8/2023.
8. Nghị định số 98/2020/NĐ-CP ngày 26/8/2020 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.
9. Nghị định số 85/2021/NĐ-CP ngày 25/9/2021 về sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013 của Chính phủ về thương mại điện tử.
10. Luật Bảo vệ người tiêu dùng của Philippines năm 1992 (Consumer Act of the Philippines).
11. Luật Hợp đồng tiêu dùng năm 2000 (The Consumer Contract Act) Luật số 61 ngày 12 tháng 5 năm 2000.
12. Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng Trung Quốc 2013.

B. Tài liệu tham khảo

❖ Tài liệu tiếng Việt

13. Bùi Văn Danh (2011), “Thương mại điện tử”, Nxb Phương Đông.
14. Đại học ngoại thương Hà Nội (2010), Giáo trình thương mại điện tử.
15. Đinh Thị Lan Anh (2015), “Bảo vệ TTCN trong TMĐT theo pháp luật Việt Nam”, Tạp chí Dân chủ & Pháp luật.
16. Hiệp hội thương mại điện tử Việt Nam (2023), Hà Nội.
17. Hoàng Phê (2006), Từ điển tiếng Việt, Nxb. Đà Nẵng.
18. Hội đồng phối hợp phổ biến, giáo dục pháp luật của chính phủ (2011), “Chủ đề pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng”, Đặc sản tuyên truyền pháp luật.

19. Nguyễn Ngọc Quyên (2019), Bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng theo pháp luật Việt Nam, Tạp chí Dân chủ Pháp luật.
20. Nguyễn Thị Mơ (2006), Cẩm nang pháp luật về giao kết hợp đồng điện tử, Nxb. Lao động Xã hội.
21. Nguyễn Thị Vân Anh – Nguyễn Văn Cương (2014), Giáo trình Luật Bảo vệ quyền lợi NTD, Nxb. Chính trị Quốc gia.
22. Nguyễn Văn Cương (2008), Quan niệm về người tiêu dùng trong pháp luật các quốc gia trên thế giới và vấn đề xây dựng khái niệm người tiêu dùng trong Dự thảo Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Viện Khoa học pháp lý – Bộ Tư Pháp.
23. Nguyễn Văn Hùng – Phan Quan Việt (2019), “Giáo trình Thương mại điện tử, Nxb. Tài Chính”.
24. Nguyễn Văn Hùng (2014), Cẩm nang TMĐT, Nxb. Kinh tế Tp. Hồ Chí Minh.
25. Thái Thị Tuyết Dung (2012), Quyền tiếp cận thông tin và quyền riêng tư ở Việt Nam và một số quốc gia, Nxb. Đại học Quốc gia Tp.HCM.
26. Trần Thị Thập – TS. Nguyễn Trần Hưng (2020), “Thương mại điện tử căn bản”, Nxb. Thông tin và truyền thông.
27. Trường Đại học kinh tế Quốc dân (2015), Giáo trình TMĐT căn bản, Trần Văn Hoà, Nxb. Đại học Kinh tế quốc dân.

❖ *Tài liệu tiếng Anh*

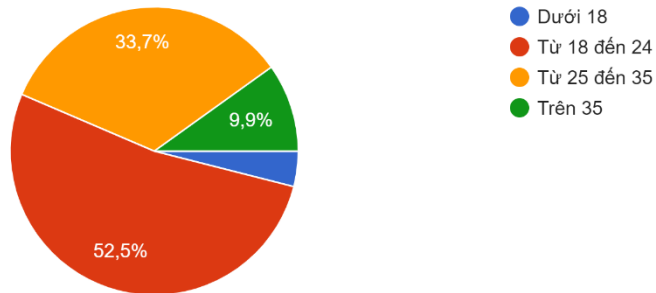
28. Francise Rose (ed.), Blackstone’s Statutes on Commercial and Consumer Law 2008-2009, 17th ed. (Oxford: Oxford University Press, 2008).
29. Kyung Han Sohn (2016), “Privacy and security protection under Korean ecommerce law and proposals for its improvements”, Arizona Journal of International and Comparative Law.
30. Lauren Krohn (1995), Consumer protection and the law: A dictionary, Nxb. ABC-CLIO Ltd.
31. Michael L. Rustad (2007), Everyday Law for Consumers, Paradigm Publishers.
32. Rhys Smith – Jianhua Shao (2007), “Privacy and e-commerce: a consumer-centric perspective”, Electronic Commerce Research.

PHỤ LỤC

Bảng khảo sát trên 100 người tiêu dùng ở các độ tuổi và giới tính khác nhau về bảo vệ thông tin người tiêu dùng trên các sàn giao dịch thương mại điện tử.

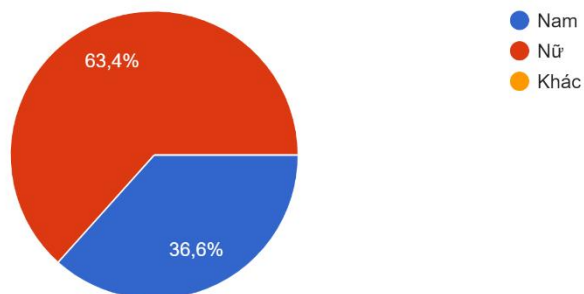
Bạn bao nhiêu tuổi?

101 câu trả lời



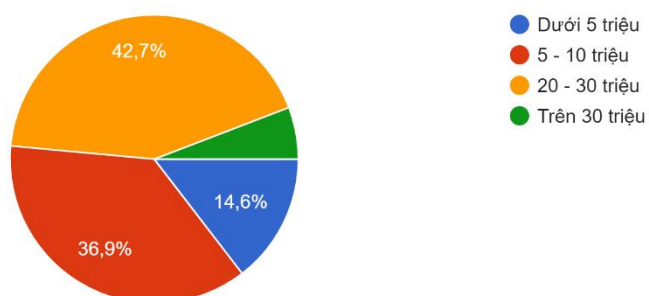
Giới tính của bạn là gì?

101 câu trả lời



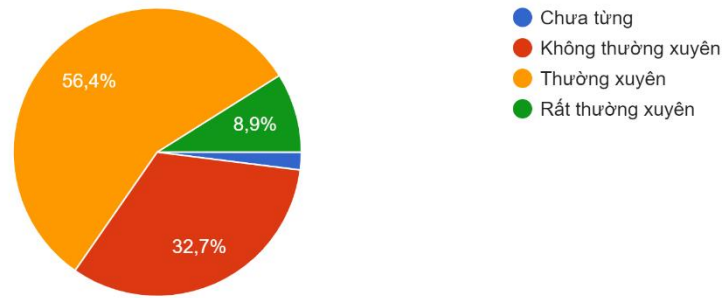
Thu nhập trung bình hàng tháng của bạn là bao nhiêu?

101 câu trả lời



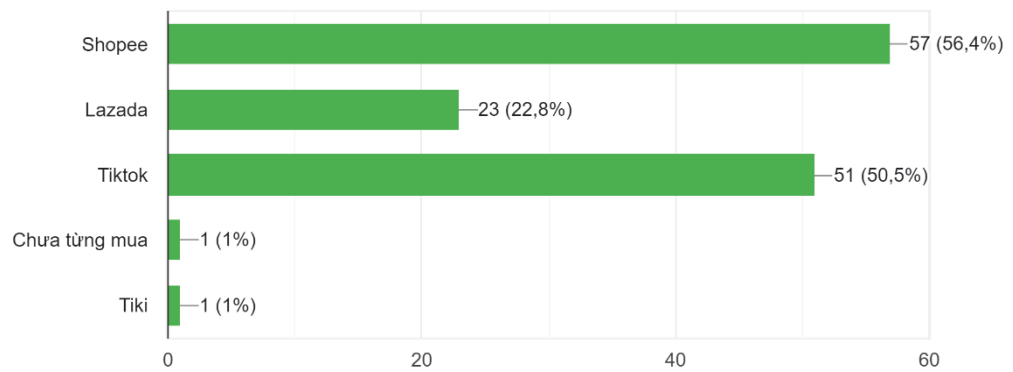
Bạn có thường xuyên mua sắm online không?

101 câu trả lời



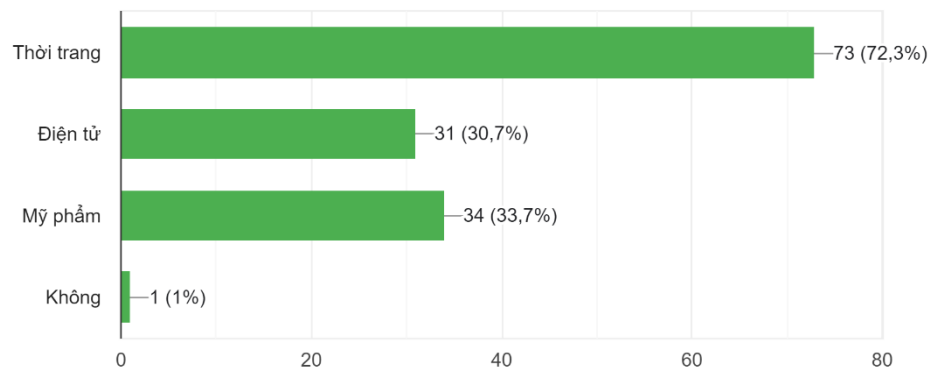
Bạn thường mua sắm trên các trang thương mại điện tử nào?

101 câu trả lời



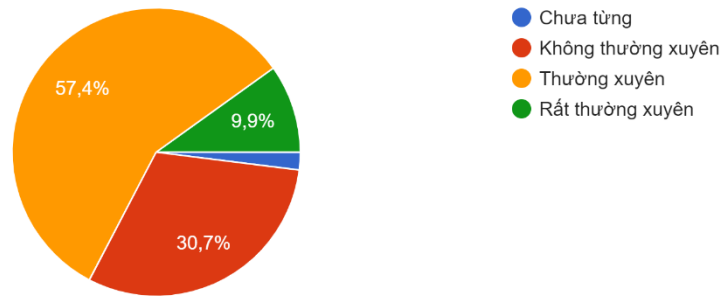
Bạn thường xuyên mua sắm các mặt hàng gì trên thương mại điện tử?

101 câu trả lời



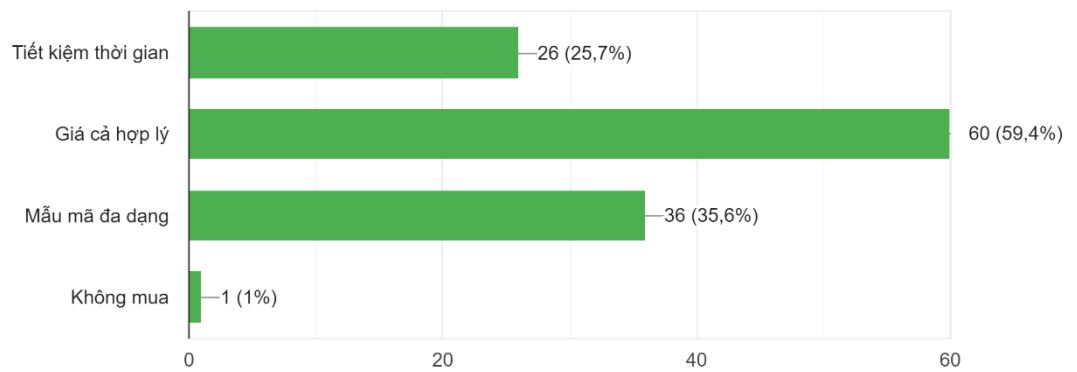
Mức độ thường xuyên mua sắm trên thương mại điện tử của bạn như thế nào?

101 câu trả lời



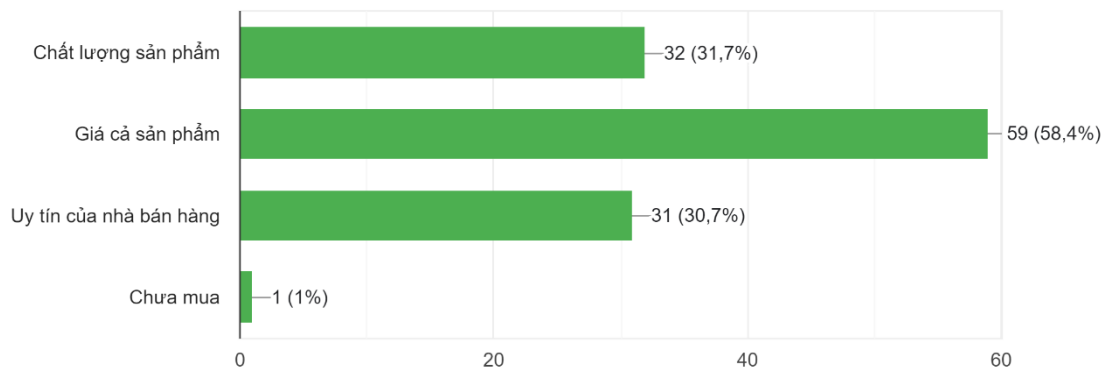
Lý do chính khiến bạn chọn mua sắm trên thương mại điện tử là gì?

101 câu trả lời



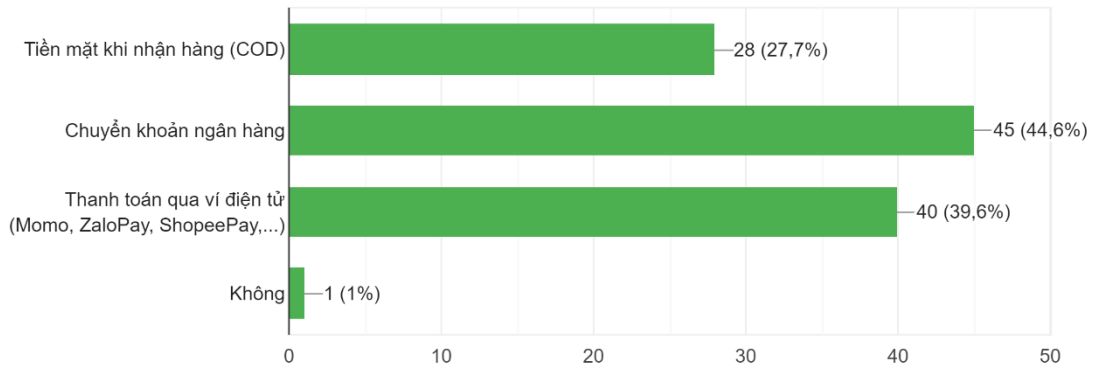
Khi mua sắm online, bạn thường quan tâm đến những yếu tố nào?

101 câu trả lời



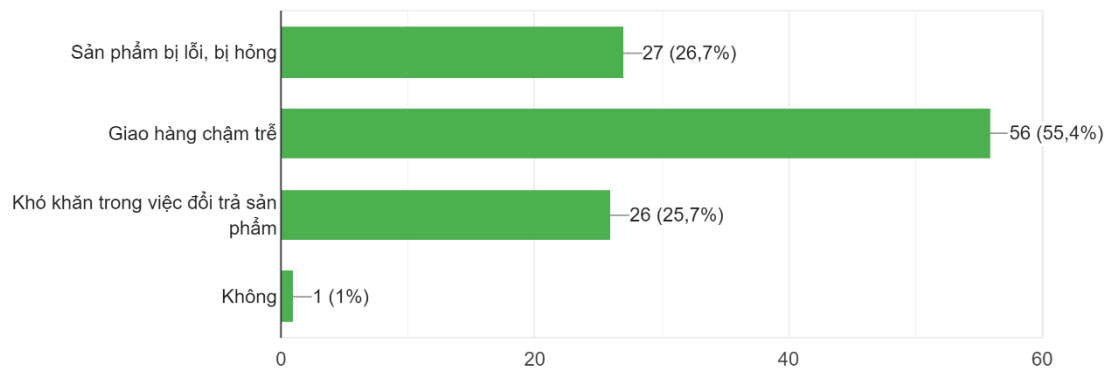
Bạn thường thanh toán bằng hình thức nào khi mua sắm online?

101 câu trả lời



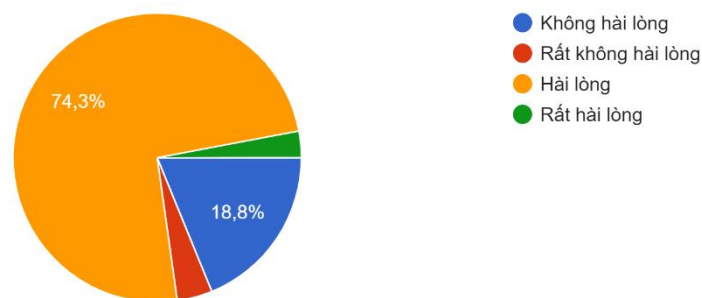
Bạn đã từng gặp phải những vấn đề nào khi mua sắm online chưa?

101 câu trả lời



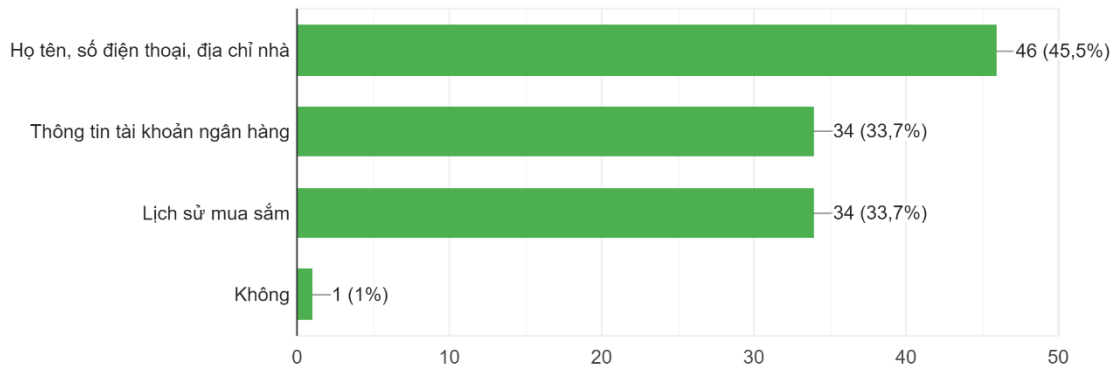
Bạn hài lòng với chất lượng dịch vụ thương mại điện tử hiện nay như thế nào?

101 câu trả lời



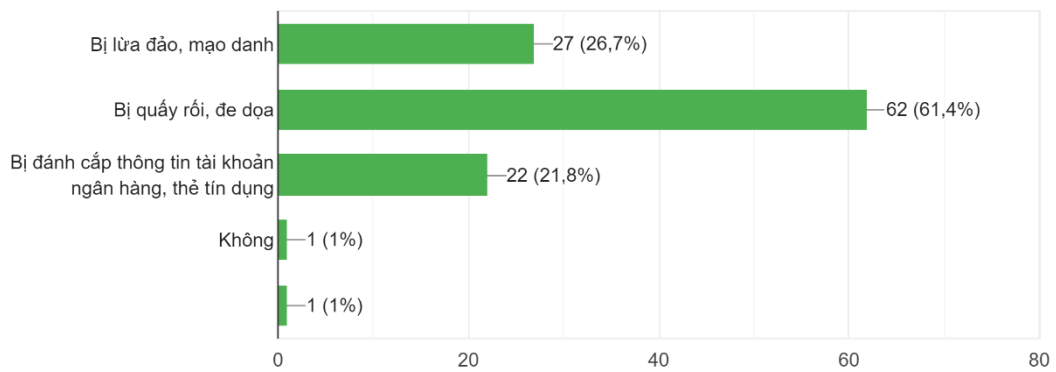
Bạn có biết thông tin cá nhân nào của bạn có thể bị thu thập khi mua sắm online?

101 câu trả lời



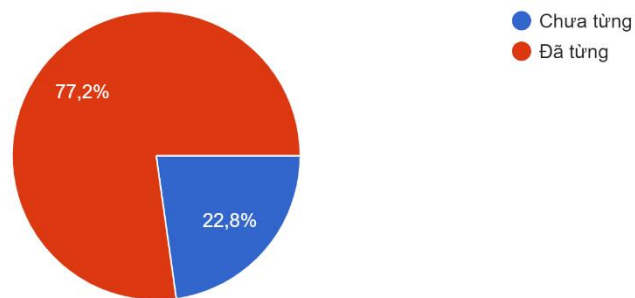
Theo bạn, những rủi ro nào có thể xảy ra khi thông tin cá nhân bị lộ?

101 câu trả lời



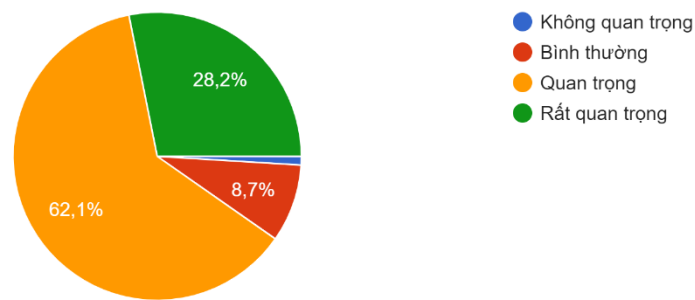
Bạn đã từng gặp phải trường hợp nào thông tin cá nhân bị lộ khi mua sắm online chưa?

101 câu trả lời



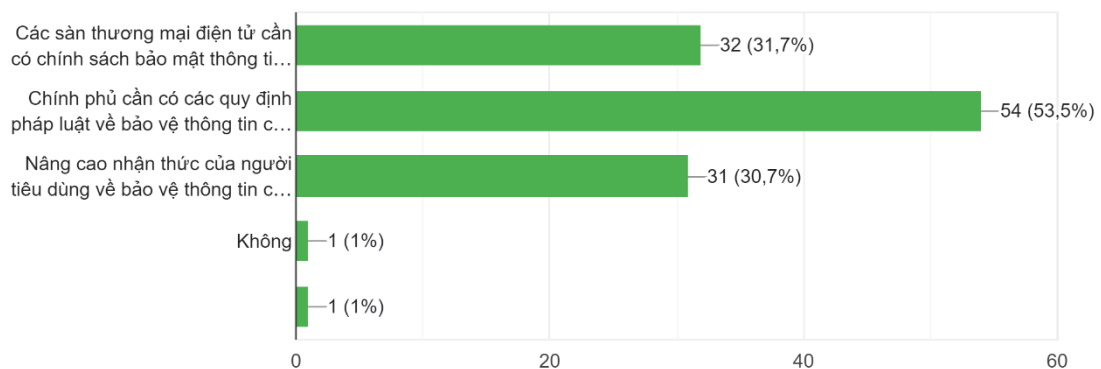
Bạn đánh giá mức độ quan trọng của việc bảo vệ thông tin cá nhân khi mua sắm online như thế nào?

101 câu trả lời



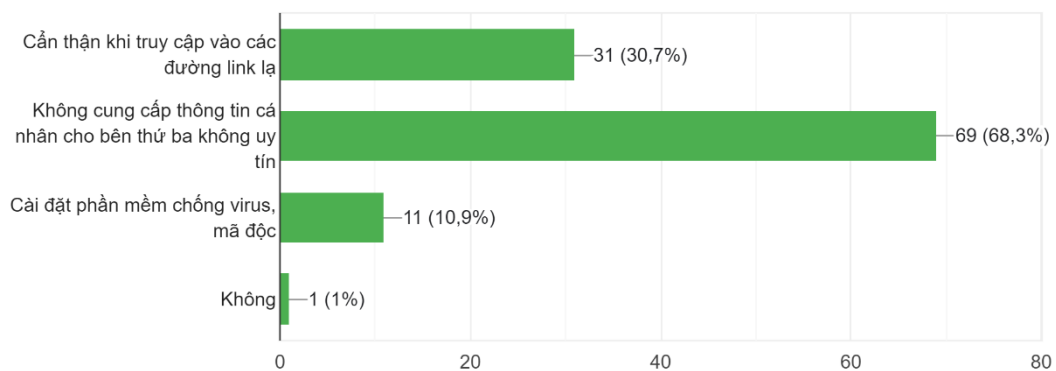
Theo bạn, những giải pháp nào có thể giúp nâng cao an ninh thông tin cho người tiêu dùng khi mua sắm online?

101 câu trả lời



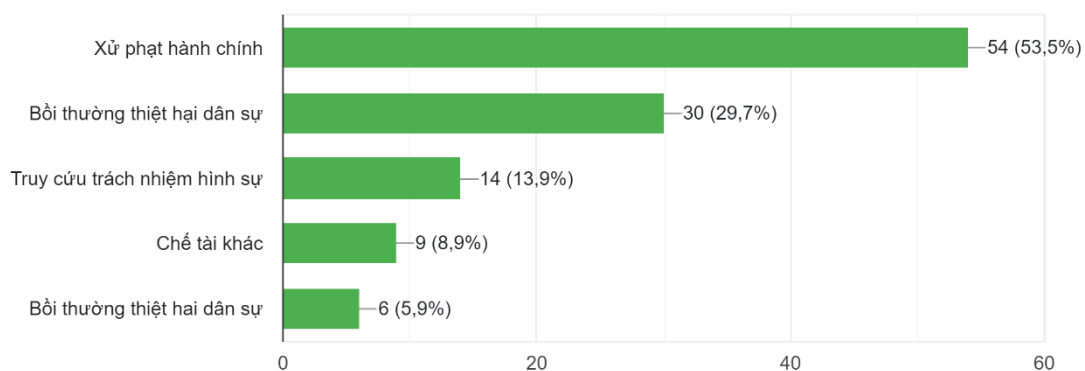
Khi mua sắm online, bạn thường thực hiện những biện pháp nào để bảo vệ thông tin cá nhân?

101 câu trả lời



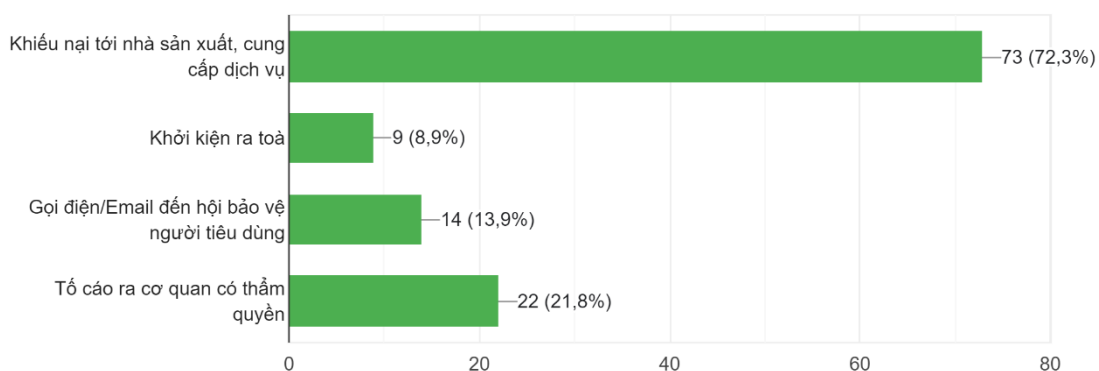
Hành vi vi phạm thông tin cá nhân của người tiêu dùng có thể bị xử lý bằng những hình thức nào?

101 câu trả lời



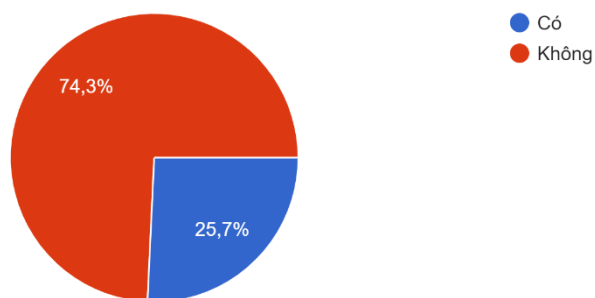
Người tiêu dùng có thể thực hiện việc tự bảo vệ mình bằng cách nào?

101 câu trả lời



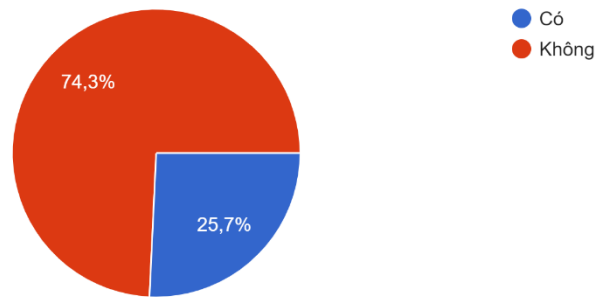
Bạn có biết đến Luật bảo vệ người tiêu dùng 2023?

101 câu trả lời



Bạn có biết đến Luật Giao dịch điện tử 2023?

101 câu trả lời



Bạn đã từng bị gửi email hoặc gọi điện làm phiền bởi một số nhóm người lạ khi bị lộ thông tin cá nhân chưa?

101 câu trả lời

