

The Saigon International
University



Khóa luận
tốt nghiệp

Thành phố Hồ Chí Minh - 2024
.....

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Ngành:

Luật kinh tế quốc tế

Đề tài:

**PHÁP LUẬT VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ
TẠI VIỆT NAM**

Giảng viên hướng dẫn:

ThS. NGUYỄN THỊ QUỲNH ANH

Sinh viên:

LÊ THỊ NGỌC TÚ

MSSV: 97382001874



Lewis Campus

Email: admission@siu.edu.vn

Website: www.siu.edu.vn

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài nghiên cứu

Sự bùng nổ của Internet đánh dấu một bước ngoặt lịch sử trong sự phát triển của nhân loại, trở thành nền tảng quan trọng trong mọi hoạt động của xã hội. Internet mang đến những thay đổi to lớn, tác động sâu sắc đến mọi lĩnh vực của đời sống, từ kinh tế, chính trị, văn hóa đến giáo dục, y tế, giải trí,... Ở lĩnh vực thương mại điện tử, nhờ sự phát triển ngày một mạnh mẽ của công nghệ thông tin đã đưa đến sự ra đời của thương mại điện tử. Đây là một phương thức kinh doanh đầy mới mẻ và tiềm năng, mở ra những cơ hội to lớn cho cả doanh nghiệp và người tiêu dùng, góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và thay đổi cách thức mua sắm truyền thống.

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đang tạo ra những biến đổi sâu sắc trong mọi khía cạnh của đời sống kinh tế - xã hội, mang đến cả cơ hội và thách thức to lớn cho các quốc gia trên toàn cầu, thúc đẩy họ xây dựng và thực hiện các chính sách khác nhau nhằm chủ động khai thác những lợi ích từ công nghệ mới mang lại kích thích sự phát triển kinh tế cùng với việc nâng cao năng lực cạnh tranh. Bên cạnh những lợi ích hiệu quả, cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 còn có những thách thức và khó khăn khác nhau: (1) Có thể thay đổi cơ cấu làm việc, gây tình trạng thất nghiệp trong nhóm lao động kỹ năng thấp, từ đó dẫn đến áp lực về bất bình đẳng xã hội; (2) Tạo rủi ro lớn hơn về an toàn, an ninh thông tin do các hoạt động kinh tế - xã hội được thực hiện nhiều hơn trên môi trường số; (3) Thách thức phát triển kinh tế và công nghệ đối với các nước đi sau vì các mô hình kinh doanh mới có thể tạo ra sức cạnh tranh vượt trội và có thể dẫn đến độc quyền trong sản xuất, kinh doanh; (4) Các mối quan hệ kinh tế - xã hội mới trên nền tảng số đã tạo ra thách thức trong việc xây dựng thể chế và pháp luật như: loại tài sản mới, mô hình kinh doanh mới, hoạt động kinh doanh xuyên biên giới. Sự thiếu nhất quán giữa thể chế, luật pháp và thực tiễn kinh tế có thể gây ra xung đột hoặc cản trở sự phát triển; (5) Rủi ro bị tụt lại phía sau đối với những quốc gia chậm phát triển, không kịp tận dụng những lợi ích từ cuộc cách mạng công nghiệp này¹. Bên cạnh sự ảnh hưởng sâu rộng của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, đại dịch Covid-19 cũng đã mang đến nhiều biến động cho nền kinh tế thế giới, trong đó có Việt Nam. Thiệt hại kinh tế do đại dịch Covid-19 gây ra phần lớn là vì đứt gãy chuỗi cung ứng khiến việc sản xuất bị gián đoạn, nhu cầu giảm đi và ít người tiêu dùng đủ khả năng mua hàng hóa cũng như dịch vụ có sẵn trong nền kinh tế toàn cầu. Dù vậy, đó lại được xem là “may mắn” đối với lĩnh vực thương mại điện tử, khi mua sắm trên

¹ Quyết định số 2289/2020/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ.

mạng là cách duy nhất để người tiêu dùng có thể mua những gì mình cần trong giai đoạn giãn cách xã hội. Từ đó, các hoạt động thương mại đang dần chuyển đổi từ hình thức truyền thống thành hình thức ứng dụng công nghệ số. Là một quốc gia có tốc độ tăng trưởng Internet cao, khi có tổng cộng 77,93 triệu người dùng Internet, đạt tỷ lệ sử dụng Internet là 79,1% trên tổng dân số, đã tăng thêm 5,3 triệu (+7,3%) so với năm 2022². Vì vậy, thị trường thương mại điện tử tại Việt Nam được đánh giá là có tiềm năng và sẽ phát triển mạnh mẽ hơn trong tương lai. Tuy nhiên, dù trong những năm vừa qua, thương mại điện tử ở Việt Nam cùng với tiến trình toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế đã có sự phát triển vượt bậc nhưng cũng gặp phải rất nhiều khó khăn gây cản trở như (1) Cơ sở hạ tầng về công nghệ thông tin và viễn thông còn chưa đáp ứng được nhu cầu phát triển; (2) Nguồn nhân lực khan hiếm, thiếu kinh nghiệm và kiến thức về thương mại điện tử, đặc biệt là ứng dụng trí tuệ nhân tạo và sử dụng công nghệ blockchain trong thương mại điện tử; (3) Hệ thống thanh toán điện tử còn tiềm ẩn nhiều hạn chế... Nhưng khó khăn lớn nhất lại chính là việc môi trường pháp lý của thương mại điện tử chưa thực sự đồng bộ bởi vì các văn bản pháp luật liên quan đến thương mại điện tử chưa thể bắt kịp xu thế cũng như yêu cầu phát triển của đất nước trước tình hình đổi mới, đòi hỏi pháp luật Việt Nam cần hoàn thiện hơn nữa về giao dịch điện tử nói chung và thương mại điện tử nói riêng. Để có cơ sở khoa học - thực tiễn nhằm đề xuất những kiến nghị hoàn thiện các quy định của pháp luật Việt Nam về thương mại điện tử thì việc nghiên cứu một cách có hệ thống, toàn diện những vấn đề lý luận và thực tiễn pháp luật về thương mại điện tử tại Việt Nam là vô cùng cần thiết. Đây cũng là lý do mà em lựa chọn đề tài **“Pháp luật về thương mại điện tử tại Việt Nam”** để nghiên cứu và làm khóa luận tốt nghiệp.

2. Tình hình nghiên cứu của đề tài

Hiện nay có rất nhiều nghiên cứu về thương mại điện tử trên thế giới và cả ở Việt Nam. Tuy nhiên, phần lớn các nghiên cứu này chỉ tập trung vào hai góc độ là kinh tế và công nghệ thông tin. Đối với các công trình khoa học nghiên cứu pháp luật về thương mại điện tử tại Việt Nam chủ yếu nghiên cứu các khía cạnh của pháp luật TMĐT. Trong đó có các công trình nghiên cứu cần phải kể đến như:

Bài báo *“Những vấn đề pháp lý về thương mại điện tử ở Việt Nam”* của tác giả Bùi Bích Liên, tạp chí Luật học 6-2000 đã đề cập đến định nghĩa của thương mại điện tử theo nghĩa rộng và hẹp, đưa ra những thách thức pháp lý như việc hệ thống pháp luật Việt Nam chưa có sự ổn định và chặt chẽ dẫn đến hiệu quả thực thi chưa cao, còn thiếu chính sách và pháp luật tạo điều kiện cho việc phát triển của Internet tại Việt

² Internet Việt Nam (2023), “Số liệu mới nhất và xu hướng phát triển”, Công ty Cổ phần Vnetwork.

Nam, vẫn chưa có sự lựa chọn chính thức về phạm vi của thương mại điện tử. Bên cạnh đó, sinh viên đã đưa ra một số giải pháp nhằm xây dựng khung pháp luật về thương mại điện tử ở Việt Nam.

“*Pháp luật về giao kết và thực hiện hợp đồng trên Website thương mại điện tử ở Việt Nam*” là luận văn thạc sĩ của Trịnh Thị Thu Thảo năm 2015 đã trình bày đến những vấn đề chung về hợp đồng trên Website thương mại điện tử ở Việt Nam như khái niệm, đặc điểm về chủ thể, đối tượng, hình thức và nội dung. Tiếp đến là pháp luật quốc gia, điều ước quốc tế và tập quán thương mại quốc tế điều chỉnh hợp đồng trên Website thương mại điện tử. Bên cạnh đó, tác giả còn đề cập đến thực trạng cũng như các biện pháp hoàn thiện pháp luật về giao kết và thực hiện hợp đồng trên Website thương mại điện tử tại Việt Nam.

“*Pháp luật thương mại điện tử ở Việt Nam hiện nay*” là luận văn tiến sĩ của Lê Văn Thiệp năm 2016 trình bày những vấn đề lý luận về thương mại điện tử và những vấn đề lý luận, đặc điểm, nội dung, thực tiễn thực hiện pháp luật thương mại điện tử, đưa ra giải pháp hoàn thiện pháp luật thương mại điện tử và đáp ứng yêu cầu điều chỉnh các mối quan hệ pháp lý về thương mại điện tử tại Việt Nam.

Dù vậy, có thể nói thực tế tại Việt Nam chưa có công trình nghiên cứu nào phân tích được pháp luật thương mại điện tử một cách có hệ thống trong bối cảnh Việt Nam cũng như các quốc gia thế giới đang bước vào cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Trong đó, TMĐT đang đóng vai trò ngày càng quan trọng trong nền kinh tế toàn cầu và Việt Nam cũng không ngoại lệ. Với quan điểm TMĐT được xem là một trong những lĩnh vực tiên phong của nền kinh tế số thì việc nghiên cứu pháp luật về thương mại điện tử một cách có hệ thống, trên cơ sở so sánh pháp luật TMĐT Việt Nam với nước ngoài và đánh giá thực trạng áp dụng pháp luật TMĐT tại Việt Nam là rất quan trọng để góp phần xây dựng và hoàn thiện cơ sở pháp lý về TMĐT là việc làm có ý nghĩa thực tiễn và mang tính thời sự.

3. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

3.1. Mục đích nghiên cứu

Mục đích của khóa luận là nghiên cứu và làm sáng tỏ những vấn đề lý luận cũng như thực trạng pháp luật TMĐT ở Việt Nam từ đó xác định yêu cầu và đề xuất những giải pháp cụ thể góp phần hoàn thiện pháp luật TMĐT tại Việt Nam trong giai đoạn hiện nay.

3.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Với mục đích đã nêu trên, nhiệm vụ nghiên cứu đặt ra là: (i) Xác định và làm rõ những vấn đề lý luận của pháp luật về TMĐT, các đặc trưng cơ bản, nội dung cơ

bản của pháp luật về TMĐT; (ii) Nghiên cứu đánh giá về thực trạng pháp luật và xác định những hạn chế, bất cập và nguyên nhân làm cơ sở thực tiễn hoàn thiện pháp luật về TMĐT ở Việt Nam; (iii) Đưa ra những định hướng và giải pháp cụ thể nhằm góp phần hoàn thiện quy định pháp luật về TMĐT ở Việt Nam trong thời gian tới.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

4.1. Đối tượng nghiên cứu của đề tài

Đối tượng nghiên cứu của đề tài chủ yếu là các quy định về thông điệp dữ liệu, chữ ký điện tử, hợp đồng điện tử, thanh toán điện tử và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tập trung ở Luật Giao dịch điện tử 2005, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2010, Nghị định số: 52/2013/NĐ-CP và một số văn bản pháp luật liên quan ở Việt Nam, Quốc tế cũng như ở một số quốc gia khác.

4.2. Phạm vi nghiên cứu của đề tài

Chính vì sự non trẻ nhưng lại đầy tiềm năng nên pháp luật TMĐT ở Việt Nam chính là một lĩnh vực pháp lý tồn tại nhiều vấn đề cần phải luận giải cả về lý luận đến thực tiễn. Nhưng phạm vi nghiên cứu của đề tài chỉ tập trung vào những vấn đề lý luận về TMĐT và pháp luật TMĐT cùng nội dung cơ bản của pháp luật TMĐT ở Việt Nam, từ đó phân tích những điểm còn hạn chế và chưa phù hợp với xu thế thực tiễn hiện nay cũng như với pháp luật quốc tế để xác định các yêu cầu nhằm đề xuất các giải pháp góp phần hoàn thiện pháp luật TMĐT tại Việt Nam. Với nhiều nội dung phức tạp và liên quan đến pháp luật ở những lĩnh vực chuyên sâu khác nên khóa luận chỉ đề cập đến những vấn đề liên quan đến đặc trưng của TMĐT trong phần nội dung cơ bản pháp luật về: thông điệp dữ liệu, chữ ký điện tử, hợp đồng điện tử, thanh toán điện tử và bảo vệ người tiêu dùng trong TMĐT.

5. Phương pháp nghiên cứu

Để làm rõ các vấn đề nghiên cứu, khóa luận đã sử dụng các phương pháp khác nhau như phương pháp phân tích, tổng hợp nhằm làm sáng tỏ những vấn đề lý luận về TMĐT và pháp luật TMĐT tại Việt Nam. Ngoài ra, để có thể tìm ra những điểm giống và khác nhau cũng như nêu lên những hạn chế, bất cập của TMĐT ở Việt Nam, khóa luận đã sử dụng các phương pháp nghiên cứu như phương pháp so sánh, phân tích và đối chiếu dựa trên các quy định của pháp luật TMĐT ở Việt Nam với các quy định của pháp luật TMĐT của Uncitral và một số quốc gia trên thế giới.

6. Những đóng góp mới của khóa luận

Dựa trên cơ sở phân tích, đánh giá một cách khoa học những vấn đề pháp lý về TMĐT và nội dung cơ bản của pháp luật TMĐT tại Việt Nam cũng như pháp luật

về TMĐT của Uncitral và pháp luật về TMĐT của một số quốc gia trên thế giới nhằm làm rõ nhu cầu cần hoàn thiện của pháp luật TMĐT ở Việt Nam.

Bên cạnh đó, khóa luận đã xác định những hạn chế tồn tại trong thực trạng thực hiện nội dung của TMĐT về thông điệp dữ liệu, chữ ký điện tử, hợp đồng thương mại, thanh toán trong TMĐT và bảo vệ người tiêu dùng trong TMĐT nhằm làm rõ các yêu cầu cấp thiết của công tác hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả thực thi pháp luật về TMĐT tại Việt Nam.

Qua các nghiên cứu lý luận và thực trạng, khóa luận đưa ra các định hướng và nghiên cứu giải pháp cho những vấn đề pháp lý phát sinh nhằm góp phần hoàn thiện pháp luật. Từ đó, đánh giá những giải pháp nêu trên đã được áp dụng trong các văn bản pháp luật mới hay chưa.

7. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của khóa luận

Về mặt khoa học, khóa luận là một công trình khoa học nghiên cứu về những vấn đề pháp lý đảm bảo sự an toàn, hợp pháp cho các quan hệ TMĐT, góp phần làm rõ đặc trưng, bản chất pháp lý của TMĐT.

Về mặt thực tiễn, kết quả nghiên cứu của khóa luận sẽ là công trình cung cấp cơ sở khoa học cho việc ban hành, sửa đổi, bổ sung các văn bản pháp luật về TMĐT. Góp phần xây dựng hệ thống pháp luật TMĐT đồng bộ, thống nhất, phù hợp với thực tiễn. Bên cạnh đó, công trình còn góp phần tạo ra môi trường pháp lý thuận lợi cho phát triển TMĐT.

8. Kết cấu của khóa luận

Ngoài phần mở đầu, kết luận và danh mục tài liệu tham khảo, nội dung của khóa luận được kết cấu (có kết luận cho từng chương) gồm ba chương:

Chương 1: Những vấn đề lý luận về thương mại điện tử và pháp luật thương mại điện tử.

Chương 2: Thực trạng pháp luật thương mại điện tử ở Việt Nam và một số quốc gia trên thế giới.

Chương 3: Thực tiễn áp dụng pháp luật về thương mại điện tử và kiến nghị hoàn thiện pháp luật.

CHƯƠNG 1: NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VÀ PHÁP LUẬT VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

1.1. Những vấn đề lý luận về thương mại điện tử

1.1.1. Khái niệm thương mại điện tử

Sự phát triển bùng nổ của Internet thực sự đã đưa nhân loại bước vào một kỷ nguyên mới. Trước đây, Internet chỉ được dùng với mục đích quân sự và nghiên cứu. Tuy nhiên bây giờ Internet được dùng trong mọi mục đích. Với sự thay đổi và phát triển không ngừng, công nghệ thông tin đã và đang có những bước đột phá lớn nhằm hỗ trợ mạnh mẽ cho quá trình toàn cầu hóa. Trong lĩnh vực thương mại, việc sử dụng các phương tiện điện tử thực hiện các giao dịch đã tạo ra một phương thức kinh doanh mới. Có nhiều thuật ngữ dùng để chỉ hoạt động thương mại được thực hiện bằng các phương tiện điện tử như “Kinh doanh điện tử” (Electronic-Business), “Thương mại trực tuyến” (Online-Trade), “Thương mại điều khiển học” (Cyber-Trade) nhưng phổ biến nhất vẫn là thuật ngữ “TMĐT” (Electronic-Commerce).

Vừa là một hiện tượng kinh tế-xã hội, vừa là sản phẩm của sự phát triển khoa học công nghệ mà đặc biệt là công nghệ thông tin, TMĐT là đối tượng nghiên cứu của nhiều tổ chức, ngành khoa học như kinh tế, thương mại, công nghệ và pháp lý. Dưới góc độ của khoa học pháp lý, TMĐT là một khái niệm pháp lý cơ bản. Vì vậy, việc làm sáng tỏ khái niệm TMĐT có ý nghĩa vô cùng quan trọng nhằm tạo ra tiền đề cho việc xây dựng và hoàn thiện hệ thống pháp luật về TMĐT.

Theo tổ chức Thương mại thế giới WTO định nghĩa: “*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 được giao nhận cũng như những thông tin số hóa thông qua mạng Internet*”³. Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế OECD định nghĩa: “*Thương mại điện tử gồm các giao dịch thương mại liên quan đến các tổ chức và cá nhân dựa trên việc xử lý và truyền đi các dữ kiện đã được số hóa thông qua các mạng mở (như Internet) hoặc các mạng đóng có cổng thông với mạng mở*”⁴. Cho đến hiện tại có rất nhiều định nghĩa khác nhau về TMĐT do các tổ chức trên thế giới đưa ra, trong đó định nghĩa của OECD được một số tổ chức khác tham chiếu và dựa vào đó để giải thích cụ thể các đặc điểm của TMĐT. Tuy nhiên, tất cả các cách hiểu đều thống nhất ở một điểm chung rằng TMĐT

³ WTO. Electronic Commerce. [Online].

https://www.wto.org/english/thewto_e/minist_e/mc11_e/briefing_notes_e/bfecom_e.htm. 2017.

⁴ OECD. (1997). Measuring Electronic Commerce. OECD Digital Economy Papers, No. 27, OECD Publishing, Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/237203566348>

là việc thực hiện các giao dịch thương mại thông qua các phương tiện điện tử, chỉ khác nhau ở cách hiểu theo nghĩa rộng và nghĩa hẹp phụ thuộc vào cách tiếp cận rộng và hẹp của hai thuật ngữ "thương mại" và "điện tử".

Theo METI đã định nghĩa TMĐT theo cách tiếp cận rộng: “Internet được thay thế bằng hệ thống mạng máy tính”. Theo Luật mẫu về thương mại điện tử của Ủy ban Liên hợp quốc về Luật thương mại Quốc tế (UNCITRAL): “Thương mại điện tử là việc trao đổi thông tin thương mại thông qua các phương tiện điện tử, không cần phải in ra giấy bất cứ công đoạn nào của toàn bộ quá trình giao dịch”⁵. Vấn đề “thông tin” và “thương mại” trong Luật mẫu về thương mại điện tử của UNCITRAL được hiểu: “Thông tin” là tất cả các loại thông tin có thể truyền tải bằng kỹ thuật điện tử, bao gồm cả thư từ, hợp đồng, đơn hàng, hóa đơn, âm thanh, hình ảnh động, hình đồ họa,... Còn “Thương mại” là bao quát tất cả các vấn đề nảy sinh từ mọi mối quan hệ mang tính thương mại, dù có hợp đồng hay không. Các mối quan hệ mang tính thương mại bao gồm nhưng không giới hạn ở các giao dịch sau: đại diện hoặc đại lý thương mại; bất cứ giao dịch nào về cung cấp hoặc trao đổi hàng hóa, dịch vụ; xây dựng các công trình; tư vấn; ủy thác hoa hồng; đầu tư cấp vốn; cho thuê dài hạn; bảo hiểm; ngân hàng; liên doanh và các hình thức liên quan đến hợp tác chuyên chở hàng hóa hay hành khách bằng đường bộ, đường sắt, đường hàng không và đường biển.

Còn theo nghĩa hẹp, dựa vào định nghĩa ban đầu của OECD, Bộ Kinh tế - Thương mại và Công nghiệp Nhật Bản METI đã định nghĩa TMĐT theo nghĩa hẹp: “*Thương mại điện tử bao gồm các giao dịch được thực hiện (tức là các đơn đặt hàng được phát hành) thông qua hệ thống mạng máy tính sử dụng công nghệ Internet và tổng số hợp đồng được thu thập thông qua hệ thống đó*”⁶. Một số quan điểm khác về TMĐT có thể kể đến như Ủy ban Thương mại điện tử của Tổ chức Hợp tác Kinh tế châu Á - Thái Bình Dương APEC năm 1988: “*Thương mại điện tử là công việc kinh doanh được tiến hành thông qua truyền thông số liệu và công nghệ tin học kỹ thuật số*”. Theo Cục thống kê Hoa Kỳ năm 2000, “*Thương mại điện tử là việc hoàn thành bất kỳ một giao dịch nào thông qua một mạng máy tính làm trung gian mà bao gồm việc chuyển giao quyền sở hữu hay quyền sử dụng hàng hóa và dịch vụ*”.

Tóm lại, cho dù được tiếp cận theo nghĩa rộng hay nghĩa hẹp, sự phát triển của Internet cũng đóng vai trò chủ chốt trong việc làm phát sinh thuật ngữ “*thương mại điện tử*” và thúc đẩy sự phát triển của nó trên toàn thế giới. Nếu căn cứ vào Khoản 1

⁵ UNCITRAL. Model Law on Electronic Commerce with Guide to Enactment 1996. [Online]. https://uncitral.un.org/sites/uncitral.un.org/files/media-documents/uncitral/en/19-04970_ebook.pdf. 1999.

⁶ METI. Results Compiled of the E-Commerce Market Survey. [Online]. https://www.meti.go.jp/english/press/2016/0614_02.html. 2016.

Điều 3 Luật Giao dịch điện tử 2005 và Nghị định 52/2013/NĐ-CP về hoạt động thương mại điện tử thì có thể thấy pháp luật nước ta đã tiếp cận thương mại điện tử theo nghĩa rộng. Nhưng căn cứ vào quy định trong Nghị định số 52/2013/NĐ-CP cũng như trong các báo cáo, thống kê của Bộ Công Thương và Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam về các hình thức tổ chức hoạt động TMĐT thì cách tiếp cận thương mại điện tử ở Việt Nam nghiêng về góc độ nghĩa hẹp. Vì vậy, trong phạm vi nghiên cứu của khóa luận, sinh viên chọn tiếp cận thương mại điện tử theo nghĩa hẹp bởi vì xét về lịch sử phát triển của TMĐT có thể nhận định thuật ngữ "thương mại điện tử" chỉ xuất hiện khi các giao dịch thương mại được thực hiện thông qua Internet. Dưới góc độ tiếp cận này, có thể định nghĩa "*Thương mại điện tử là việc thực hiện một phần hoặc toàn bộ các quy trình của hoạt động thương mại nhằm mục đích sinh lợi gồm mua bán hàng hoá, cung ứng dịch vụ, đầu tư, xúc tiến thương mại và các hoạt động nhằm mục đích sinh lợi khác bằng phương tiện điện tử được kết nối với nhau thông qua Internet*".

1.1.2. Đặc trưng của thương mại điện tử

Một là, không giới hạn về không gian và thời gian.

Với thương mại truyền thống, để tiến hành giao dịch, thông thường người bán sẽ sử dụng các cửa hàng vật lý tùy thuộc vào thời gian mở cửa để thực hiện giao dịch trực tiếp, mặt đối mặt với khách hàng. Khác với thương mại truyền thống, bản chất của TMĐT là việc thực hiện các giao dịch thương mại thông qua các phương tiện điện tử có kết nối mạng Internet. Vậy nên việc thực hiện các giao dịch, mua bán, tiếp cận và xem xét lựa chọn có thể được thực hiện ở bất kỳ nơi đâu, bất cứ thời gian nào mà không bị giới hạn bởi địa lý hay thời gian. Thương mại điện tử tạo điều kiện cho tất cả mọi người ở khắp mọi nơi từ các vùng quê xa xôi hẻo lánh cho đến các khu vực thành thị tập nập, đều có cơ hội tham gia. Đặc trưng này còn giúp người bán mở rộng đáng kể phạm vi tiếp cận cũng như thị trường kinh doanh TMĐT của mình.

Hai là, phạm vi tiếp cận toàn cầu.

So với thương mại truyền thống, việc vượt qua biên giới quốc gia sẽ dễ dàng đối với TMĐT hơn. Thương mại điện tử được thực hiện trong một thị trường không có biên giới hay có thể hiểu, TMĐT được thực hiện trên một thị trường thống nhất trên toàn cầu. Thương mại điện tử cho phép giao dịch xuyên văn hóa, khu vực và quốc gia một cách thuận tiện, tiết kiệm chi phí và không cần phải bước ra khỏi nhà. Có thể thấy, TMĐT đã trực tiếp tác động đến môi trường cạnh tranh toàn cầu.

Ba là, tiêu chuẩn kỹ thuật được áp dụng chung trên toàn cầu.

Mọi khu vực, lãnh thổ trên toàn thế giới đều có thể hoạt động chung trên một nền tảng mạng Internet, dẫn đến một mô hình kỹ thuật chung, điều này mô hình chung đã khiến công nghệ trong ngành TMĐT mang tiêu chuẩn giống nhau với hầu hết mọi doanh nghiệp và quốc gia. Với mục đích giữ vững thị trường của lĩnh vực TMĐT được bảo mật an toàn, hợp pháp và đảm bảo chất lượng cao thì việc xây dựng trang Website dựa trên những tiêu chuẩn này sẽ giúp chúng được khách hàng trên thế giới tìm thấy và tiếp cận nhanh chóng, dễ dàng hơn. Nhờ đó, mức độ nhận diện thương hiệu lẫn doanh số bán hàng cũng tăng cao hơn.

Bốn là, lượng thông tin vô cùng lớn và đa dạng nguồn.

Đối với thương mại truyền thống, mạng lưới thông tin chỉ là phương tiện để trao đổi dữ liệu. Ngược lại, đối với TMĐT thì mạng lưới thông tin chính là thị trường. Với mạng lưới và số lượng thông tin khổng lồ đến từ nhiều nguồn khác nhau, từ hình ảnh đến văn bản, âm thanh hoặc có thể là video, vừa là cơ sở dữ liệu, vừa là không gian ảo để người bán và người mua tiến hành các hoạt động giao dịch.

Năm là, tính tương tác cao.

Thương mại điện tử có tính tương tác giữa các chủ thể trên thị trường cao hơn thương mại truyền thống rất nhiều. Bởi vì, trong thương mại truyền thống, thị trường chỉ bao gồm 2 chủ thể đó là người bán và người mua, còn trong TMĐT thì có ít nhất 3 chủ thể cùng tham gia. Thương mại điện tử cho phép người mua và người bán tương tác với nhau một cách trực tiếp và tức thời bằng cách trao đổi với nhân viên bán hàng qua cuộc trò chuyện trực tuyến. Ngoài ra, khách hàng có thể tương tác và tham khảo ý kiến của những người mua khác ở mục đánh giá sản phẩm. Nhờ có kết nối mạng Internet, người bán có thể dễ dàng giao lưu, tiếp cận, thu hút và tương tác với khách hàng mọi lúc một cách nhanh chóng từ mọi địa điểm khác nhau trên thế giới. Những Website chuyên nghiệp, có tính năng hỗ trợ và chăm sóc khách hàng sẽ làm tăng trải nghiệm mua sắm, từ đó sẽ tạo được nhiều khách hàng hơn.

Sáu là, mật độ thông tin.

Thương mại điện tử gồm có nguồn thông tin vô cùng lớn, tổng số lượng và chất lượng thông tin có sẵn, hiện hữu đối với mọi thành phần và tất cả những người tham gia vào thị trường TMĐT. Điều này bao gồm thông tin liên quan đến các sản phẩm và những dịch vụ được cung cấp, đánh giá, phản hồi của khách hàng cùng với thông tin cá nhân cơ bản như họ tên, số điện thoại và địa chỉ nhận hàng.

Bảy là, tính cá nhân hóa.

Một trong những đặc trưng nổi bật nhất của TMĐT chính là tính cá nhân hóa cao. Thương mại điện tử có thể cung cấp cho người mua những sản phẩm, dịch vụ phù hợp với sở thích và nhu cầu của từng cá nhân. Người bán dễ dàng tùy chỉnh và

cá nhân hóa những sản phẩm, dịch vụ cũng như giao diện hiển thị trên Website trực tuyến của riêng mình. Vì vậy, người dùng có thể thoải mái lựa chọn sản phẩm phù hợp theo từng điều kiện và độ cấp thiết của bản thân. Bên cạnh đó, công nghệ kỹ thuật trong lĩnh vực TMĐT cũng giúp các doanh nghiệp thu nhập được mạng lưới và nguồn thông tin dồi dào về sở thích, nhu cầu, mong muốn mua sắm hàng hóa của mọi khách hàng. Qua đó các doanh nghiệp có thể đề xuất những sản phẩm, dịch vụ mà mỗi cá nhân khách hàng đang tìm kiếm.

Tóm lại, tính chất xã hội.

Cuối cùng, đặc trưng của TMĐT còn là khả năng tận dụng các ưu điểm của truyền thông qua mạng xã hội và kỹ thuật số như tối ưu SEO Website toàn diện, Google Ads hay Email Marketing,... nhằm để xây dựng lòng tin cũng như tăng mức độ hiển thị trên thanh công cụ tìm kiếm, thu hút, chăm sóc và giữ chân khách hàng lâu dài hơn. Ngoài ra, TMĐT còn cho phép người dùng chia sẻ nội dung và triển khai hệ thống tiếp thị điện tử của mình, giao tiếp và liên lạc với người dùng khác chỉ với một cú nhấp chuột và hầu như không mất phí nhờ vào công nghệ nhân tạo điển hình như chatbox hoặc A.I.

1.1.3. Các loại hình giao dịch của thương mại điện tử

Trong thương mại điện tử có ít nhất 3 chủ thể tham gia thì trong đó: Doanh nghiệp (B) giữ vai trò để phát triển TMĐT, khách hàng (C) giữ vai trò vô cùng quan trọng đối với sự thành công của TMĐT và chính phủ (G) giữ vai trò định hướng, điều tiết cũng như quản lý. Từ các mối quan hệ trên, hiện nay, các loại hình giao dịch của TMĐT có sự đa dạng đáng kể và được phân chia: B2B, B2C, B2G, G2C, C2C,... trong đó B2B và B2C là hai loại hình giao dịch phổ biến và phát triển nhất.

Một là, *Business-to-business (B2B)*.

Đây là mô hình TMĐT giữa các doanh nghiệp với doanh nghiệp. Mô hình này là hình thức kinh doanh trực tuyến dành cho việc giao dịch giữa các doanh nghiệp với nhau. Các bên tham gia gồm: người trung gian trực tuyến, người mua và người bán. Giao dịch B2B tạo nên mối quan hệ kinh doanh giữa các doanh nghiệp và chiếm tỷ lệ lớn trên thị trường TMĐT toàn cầu. Các loại giao dịch B2B cơ bản:

- Một bên bán và nhiều bên mua là mô hình dựa trên công nghệ điện tử (Website) trong đó một doanh nghiệp bán cho nhiều doanh nghiệp mua.
- Một bên mua và nhiều bên bán.
- Nhiều bên mua và đồng thời cũng có rất nhiều bên bán (Ví dụ như Sàn giao dịch điện tử)

Hai là, Bussiness-to-consumer (B2C).

Đây là mô hình TMĐT giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng. Có thể nói, mô hình này phổ biến thứ hai trong những loại hình kinh doanh trực tuyến. Trong mô hình B2C, khách hàng thu nhập thông tin và mua các sản phẩm hữu hình hoặc vô hình rồi sử dụng chúng và trở thành người tiêu dùng cuối cùng. Mô hình này có thể chia theo các loại hàng hóa bán tổng hợp hoặc theo từng chuyên ngành, phạm vi địa lý và kênh bán. Mô hình B2C có hình thức Brick-and-mortar là hoạt động kinh doanh truyền thống không sử dụng Internet mà bán hàng trực tiếp cho khách hàng, có sự hiện diện thực tế dưới dạng cửa hàng vật lý, nhà kho, nhà máy,... và hình thức Click-and-mortar là sự kết hợp giữa trực tuyến và bán hàng truyền thống tại cửa hàng và đẩy bán đa kênh nhằm tạo ra trải nghiệm mua sắm đa dạng cho khách hàng.

1.1.4. Tổng quan về thương mại điện tử Việt Nam

Vào năm 1997, Internet được triển khai và thương mại điện tử đã xuất hiện tại Việt Nam.

Ngày 17/12/2003, Công Thương mại điện tử quốc gia (ECVN) do Bộ Thương mại chủ trì được thành lập theo Quyết định số 266/2003/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ và chính thức đi vào hoạt động vào ngày 26/8/2005 .

Ngày 29/11/2005 Luật Giao dịch điện tử 2005 số 51/2005/QH11 được ban hành và có hiệu lực từ tháng 03/2006. Điều này cho thấy rằng chính phủ Việt Nam đã thấy được vai trò của TMĐT đối với sự phát triển của kinh tế - xã hội.

Tiếp theo, vào ngày 12/07/2006, Quốc hội ban hành Luật số 67/2006/QH11 quy định về Luật Công nghệ thông tin. Luật này có hiệu lực thi hành kể từ ngày 01/01/2007. Đây là một văn bản quy phạm pháp luật có giá trị pháp lý cao nhất nhằm điều chỉnh một cách toàn diện và đầy đủ về hoạt động ứng dụng cũng như phát triển công nghệ thông tin, quyền và nghĩa vụ của cơ quan, tổ chức, cá nhân tham gia hoạt động ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin.

Ngày 25/06/2007, một bước tiến quan trọng không thể không nhắc đến của ngành TMĐT nước ta trong bối cảnh hội nhập toàn diện đó là Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam chính thức được thành lập theo Quyết định số 706/QĐ-BNV ngày 25/06/2007 của Bộ Nội vụ. Đây là một tổ chức xã hội – nghề nghiệp của các doanh nghiệp và các tổ chức, cá nhân có sử dụng hoặc ứng dụng TMĐT nhằm phục vụ sản xuất, kinh doanh, dịch vụ và nghiên cứu, hoạt động với mục tiêu đại diện cho quyền lợi của cộng đồng doanh nghiệp và góp phần giúp các cơ quan quản lý Nhà nước hoàn thiện các chính sách về TMĐT.

Vào tháng 06/2008, Tổ chức cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số quốc gia (VietNam National Root Certification Authority) là đơn vị sự nghiệp công lập duy nhất trực thuộc Bộ Thông tin và Truyền thông được thành lập.

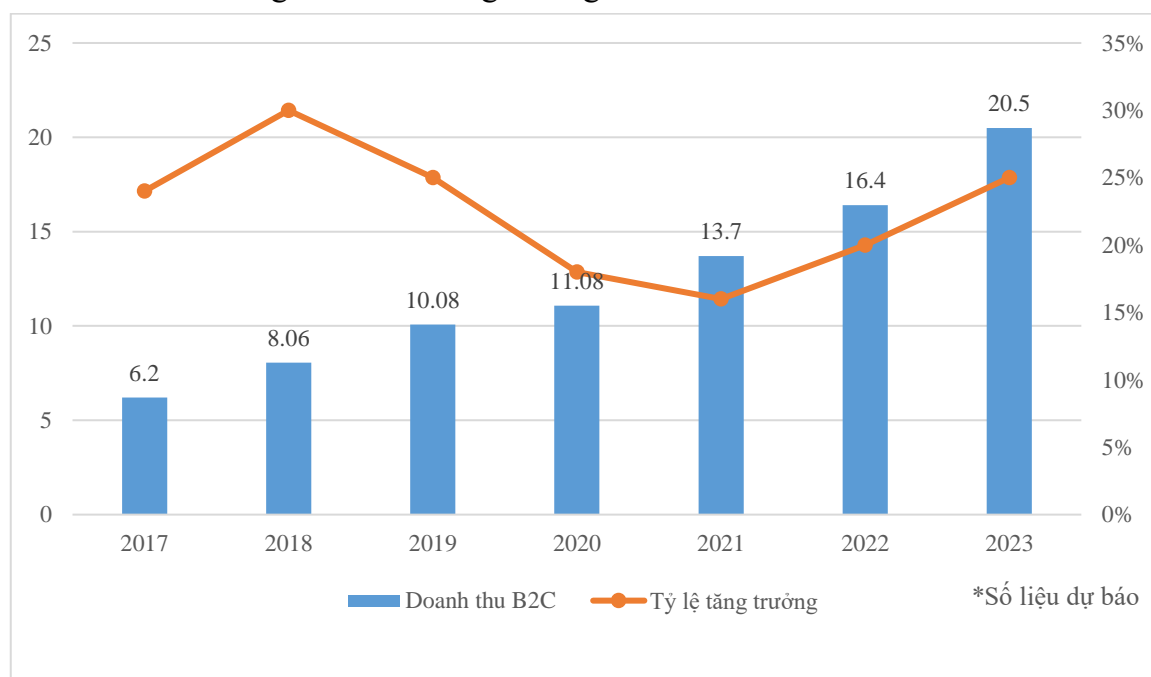
Ngày 16/03/2009, Công thanh toán Smartlink – MasterCard đã được ra mắt nhằm hướng tới một mạng thanh toán thống nhất tại Việt Nam đạt tiêu chuẩn quốc tế, xây dựng hạ tầng thanh toán thêm hiện đại, nhanh chóng và tiện lợi.

Ngày 23/11/2009 Luật Viễn thông đã được Quốc hội khóa XII, kỳ họp thứ 6 thông qua và có hiệu lực từ ngày 01/7/2010. Với lí do, viễn thông là một lĩnh vực kinh tế - kỹ thuật tổng hợp, có tác động đến mọi mặt của đời sống xã hội. Chiến lược, chính sách phát triển viễn thông đúng đắn sẽ góp phần tăng khả năng phát triển và cạnh tranh của nền kinh tế mỗi quốc gia.

Ngày 12/7/2010, Chính phủ đã ban hành Quyết định số 1073/QĐ-TTg về việc phê duyệt “Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT giai đoạn 2011-2015”.

Đến ngày 08 tháng 8 năm 2016, Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt Quyết định số 1563/QĐ-TTg phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2016-2020.

Mặc dù trong bối cảnh nền kinh tế toàn cầu bị ảnh hưởng nghiêm trọng bởi Covid-19, việc tăng trưởng âm ở một số ngành dịch vụ chiếm tỷ trọng lớn đã làm giảm mức tăng chung. Nhưng thương mại điện tử ở Việt Nam vẫn giữ vững tốc độ tăng trưởng trong nhiều năm liền. Trong suốt 8 năm từ 2017-2023, thương mại điện tử nước ta đã luôn giữ mức độ tăng trưởng ổn định từ 16-30%.



Biểu đồ 1: Doanh thu Thương mại điện tử B2C Việt Nam năm 2017-2023 (tỷ USD)

1.2. Những vấn đề lý luận về pháp luật thương mại điện tử

1.2.1. Khái niệm pháp luật thương mại điện tử

Cách mạng công nghiệp 4.0 đã thúc đẩy sự phát triển không ngừng của TMĐT trong mỗi quốc gia trên toàn thế giới. Tuy nhiên, là một môi trường mà trong đó có cả các doanh nghiệp, khách hàng tham gia mua bán trực tuyến đều có thể bị xâm hại bởi những hành vi vi phạm của các chủ thể, điều này sẽ gây tổn hại đến xã hội và lợi ích của nhà nước. Cần phải có khung pháp lý để điều chỉnh các mối quan hệ xã hội phát sinh trong giao dịch TMĐT nhằm bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của các chủ thể nhưng vẫn không gây ảnh hưởng đến những ưu điểm vốn có của thương mại điện tử. Trước khi xây dựng một hệ thống pháp luật thương mại điện tử phù hợp với thực tiễn thì cần phải làm sáng tỏ khái niệm pháp luật về thương mại điện tử. Hiện nay, có khá nhiều các công trình nghiên cứu về pháp luật về thương mại điện tử, các tác giả đã đưa ra khái niệm:

Theo tác giả Lê Văn Thiệp: *“Pháp luật thương mại điện tử là tổng hợp các nguyên tắc, quy phạm pháp luật do Nhà nước ban hành điều chỉnh các quan hệ xã hội phát sinh trong quá trình các chủ thể là các cá nhân, tổ chức thực hiện các hoạt động thương mại được thực hiện một phần hay toàn bộ quy trình thương mại bằng các phương tiện điện tử có kết nối với mạng Internet, mạng viễn thông di động hay các mạng mở khác”*⁷.

Tác giả Phí Mạnh Cường định nghĩa: *“Pháp luật thương mại điện tử là tổng thể các quy phạm pháp luật do Nhà nước ban hành nhằm điều chỉnh các quan hệ xã hội phát sinh giữa các cá nhân, tổ chức với nhau trong quá trình tổ chức và thực hiện các hoạt động thương mại điện tử. Trong đó, hoạt động thương mại điện tử được hiểu là việc tiến hành một phần hoặc toàn bộ quy trình của hoạt động thương mại bằng phương tiện điện tử có kết nối với Internet”*⁸.

Trên cơ sở phân tích một cách tương đối đầy đủ các khái niệm cùng những đặc trưng của thương mại điện tử đã nêu trên, khóa luận có thể đưa ra khái niệm về pháp luật thương mại điện tử như sau: *“Pháp luật về thương mại điện tử là tổng thể các quy phạm pháp luật có mối liên hệ nội tại mật thiết với nhau, được thể hiện trong các văn bản quy phạm pháp luật do Nhà nước ban hành nhằm điều chỉnh các quan hệ xã hội phát sinh trong lĩnh vực thương mại điện tử hoặc có liên quan đến lĩnh vực thương mại điện tử”*. Trong đó, hoạt động thương mại điện tử được hiểu là hoạt động được

⁷ Lê Văn Thiệp (2016), Pháp luật Thương mại điện tử ở Việt Nam hiện nay, Khóa luận tiến sĩ Luật học, Học viện Khoa học xã hội - Viện Hàn lâm khoa học xã hội Việt Nam, trang 31.

⁸ Phí Mạnh Cường (2022), Pháp luật về Thương mại điện tử ở Việt Nam, Khóa luận tiến sĩ Luật học, Trường Đại học Luật Hà Nội, trang 76.

thực hiện một phần hoặc một giao dịch hoàn chỉnh bằng các phương tiện điện tử có kết nối mạng.

1.2.2. Đặc điểm của pháp luật thương mại điện tử

Hệ thống pháp luật có đặc điểm chung là một ngành luật đều có tính quy phạm cụ thể, phổ biến, có tính cưỡng chế và chặt chẽ về cả mặt nội dung lẫn hình thức. Bên cạnh những điểm chung đó, pháp luật về thương mại điện tử còn có những đặc điểm riêng dựa trên các đặc thù hoạt động thương mại điện tử như sau:

Một là, sự ra đời của pháp luật thương mại điện tử.

Pháp luật thương mại điện tử được ra đời do sự bùng nổ mạnh mẽ của công nghệ thông tin và mạng Internet trên toàn cầu. Có thể nói, pháp luật thương mại điện tử là một bộ phận của pháp luật thương mại bởi vì bản chất của thương mại truyền thống bao hàm cả bản chất của TMĐT. Pháp luật thương mại điện tử được tạo nên nhờ sự kết hợp giữa các quy phạm truyền thống và quy phạm hiện đại. Ngoài một số điểm khác biệt như thị trường là mạng lưới hoạt động không có biên giới, những giao dịch có tính gián tiếp hay các chủ thể tham gia vào giao dịch thì TMĐT có bản chất y như thương mại truyền thống là hoạt động nhằm mục đích sinh lợi.

Hai là, pháp luật thương mại điện tử của mỗi quốc gia cần có sự tương thích với tiêu chuẩn chung của toàn thế giới.

Trên thực tế, khi tham gia vào các tổ chức thương mại khu vực/toàn cầu hay các điều ước quốc tế liên quan như UNCITRAL Model Law on the Use and Cross-border Recognition of Identity Management and Trust Services (2022), UNCITRAL Model Law on Electronic Transferable Records (2017), UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce (1996),...các quốc gia đều dựa trên các thiết chế này để xây dựng pháp luật thương mại điện tử. Để thiết kế, hoàn thiện và ban hành các quy định của pháp luật về thương mại điện tử thì cần phải căn cứ theo các tiêu chuẩn chung của pháp luật thương mại quốc tế để đảm bảo các nguyên tắc cơ bản nhằm có sự vận dụng và điều chỉnh cho phù hợp với điều kiện phát triển của mỗi quốc gia. Việc tiếp thu các quy định của luật quốc tế đã thể hiện được rằng các quy định của pháp luật thương mại điện tử mang tính quốc tế đậm nét hơn so với pháp luật thương mại truyền thống. Tính quốc tế được thấy rõ dựa trên đặc điểm là tính phi biên giới của các giao dịch thương mại điện tử.

Ba là, khoa học công nghệ tương thích với pháp luật thương mại điện tử.

Về bản chất thì thương mại điện tử giống như thương mại truyền thống. Nhưng hoạt động TMĐT có sự ảnh hưởng của yếu tố khoa học công nghệ hơn là thương mại truyền thống. Bởi vì, hoạt động TMĐT được tiến hành một phần hoặc toàn bộ quy trình thông qua phương tiện điện tử, thiết bị số có kết nối mạng Internet. Có nghĩa là

các bước tiến hành một giao dịch TMĐT, sự an toàn và tính tiện dụng trong các giao dịch hoàn toàn phụ thuộc vào khoa học công nghệ. Vậy nên, để điều chỉnh các quan hệ xã hội pháp sinh giữa các cá nhân, tổ chức với nhau trong quá trình tổ chức và thực hiện các hoạt động TMĐT thì phải có sự tương ứng giữa khoa học công nghệ và các quy phạm pháp luật TMĐT.

Bốn là, chủ thể tham gia quan hệ giao dịch thương mại điện tử.

Ngoài các chủ thể giống với thương mại truyền thống thì thương mại điện tử đã xuất hiện thêm sự tham gia của bên thứ ba. Đó là chủ thể nhằm đảm bảo sự hoạt động của mạng nội bộ hoặc các mạng mở khác, máy chủ lưu trữ dữ liệu, các nhà cung cấp những dịch vụ liên quan như tổ chức chứng thực,... Đặc điểm này đặt ra yêu cầu điều chỉnh pháp luật phức tạp hơn khi xây dựng nội dung và hình thức của các quy phạm pháp luật. Bởi vì, bên cạnh việc cần có các quy định pháp lý liên quan đến chủ thể trực tiếp như điều kiện về chủ thể, đối tượng giao dịch,... thì cũng cần phải có các quy định cụ thể đối với bên thứ ba như điều kiện về chủ thể, hình thức và điều kiện về quy trình đảm bảo an toàn, về người lao động, cơ sở hạ tầng, công nghệ,...

1.2.3. Nội dung của pháp luật thương mại điện tử

Căn cứ vào định nghĩa và đặc trưng của TMĐT cùng với những nội dung nêu trên đã khái quát được các nội dung cơ bản của pháp luật thương mại điện tử dựa trên chiều hướng tiếp cận của khóa luận như sau:

Thứ nhất, nhóm quy phạm quy định pháp luật về thông điệp dữ liệu.

Thương mại điện tử là quá trình này bao gồm các hoạt động mua bán sản phẩm – dịch vụ qua phương tiện điện tử, giao nhận các thông tin kỹ thuật số trực tuyến, thanh toán trực tuyến, vận đơn điện tử,... có thể tiến hành đối với thương mại hàng hóa - dịch vụ, dịch vụ mới ví dụ như siêu thị ảo hay các hoạt động “cũ” như tư vấn tâm lý, dạy học, đấu thầu,... Vì thế, pháp luật về thông điệp dữ liệu được xem là nền móng cho pháp TMĐT. Với mục tiêu điều chỉnh một cách hiệu quả các quan hệ xã hội phát sinh trong các giao dịch TMĐT thì pháp luật về thông điệp dữ liệu cần quy định cụ thể các vấn đề liên quan đến việc lưu trữ, hình thức thể hiện và giá trị pháp lý của thông điệp dữ liệu; quy định liên quan đến các vấn đề như khởi tạo, gửi và nhận.

Thứ hai, nhóm quy phạm quy định pháp luật về chữ ký điện tử.

Trong các giao dịch, chữ ký được xem là một hình thức thể hiện ý chí và đóng vai trò vô cùng quan trọng đối với thương mại nói chung và thương mại điện tử nói riêng. Việc tạo lập một quy chế pháp lý cụ thể về vấn đề này là điều cốt yếu đối với quá trình xây dựng pháp luật thương mại điện tử. Có hai thuật ngữ để nói về chữ ký trong các giao dịch điện tử đó là chữ ký số và chữ ký điện tử. Định nghĩa về chữ ký điện tử

có thể dùng cho chữ ký số vì chữ ký số được xem là một tập con của chữ ký điện tử. Dù chữ ký được thể hiện trên giấy hoặc hình thức điện tử thì mục đích trước hết là thể hiện mong muốn của các bên. Ngoài ra, mục đích quan trọng không kém mà chữ ký muốn thể hiện là căn cứ để xác minh trách nhiệm của người ký về nội dung của giấy tờ hay văn bản. Chữ ký có thể nằm ở cuối trang hoặc xuất hiện ở các trang trước đó nhằm đảm bảo tính đồng nhất giữa các bên để tránh việc sửa đổi, làm giả các chi tiết trong hợp đồng cũng như trong các giấy tờ, văn bản. Không giống với thương mại truyền thống, chữ ký chỉ nhằm xác định ý chí của người ký mà chữ ký trong thương mại điện tử phải thực hiện ba chức năng như xác thực người bắt đầu thông điệp dữ liệu, xác thực ý chí của người đó có bị ràng buộc bởi những nội dung của giao dịch hay không và đảm bảo sự vẹn toàn của thông điệp dữ liệu trong văn bản đã ký. Do đó, đối với thông điệp dữ liệu, chữ ký điện tử chính là một hình thức xác thực giúp xác định được thông điệp đó có bị làm giả hay sửa đổi không, những chủ thể tham gia giao dịch là ai và ý chí của họ như thế nào đối với giao dịch thương mại điện tử. Vậy nên, pháp luật về chữ ký điện tử cần phải có các quy định cụ thể về điều kiện đảm bảo an toàn cho chữ ký điện tử, các nguyên tắc sử dụng, giá trị pháp lý và chứng thực chữ ký điện tử để giúp cho các cá nhân, tổ chức yên tâm hơn khi giao dịch thương mại điện tử.

Thứ ba, nhóm các quy phạm pháp luật về hợp đồng điện tử.

Pháp luật về hợp đồng điện tử phải được xây dựng với vai trò là một bộ phận của pháp luật hợp đồng thương mại, cần chú trọng điều chỉnh các đặc điểm khác biệt giữa hợp đồng điện tử trong thương mại điện tử với hợp đồng thương mại nói chung. Nhằm đảm bảo tính phù hợp với đặc trưng của thương mại điện tử so với thương mại truyền thống, pháp luật về hợp đồng điện tử trong thương mại điện tử cần quy định:

Đầu tiên là về giá trị pháp lý của hợp đồng điện tử. Hiện nay, Luật Thương mại 2005 quy định các trường hợp hợp đồng thương mại bắt buộc phải được giao kết theo hình thức văn bản hoặc văn bản có sự xác nhận của cơ quan nhà nước có thẩm quyền. Vì thế, pháp luật hợp đồng điện tử trong TMĐT cũng cần quy định chi tiết về giá trị pháp lý của hợp đồng điện tử, đảm bảo tính tương đương với hợp đồng bằng văn bản hoặc hợp đồng bằng văn bản có công chứng, chứng thực của cơ quan có thẩm quyền. Trường hợp pháp luật về hợp đồng điện tử quy định hợp đồng điện tử có giá trị pháp lý như hợp đồng bằng văn bản thì cần cân nhắc quy định thêm trình tự thủ tục xác nhận của cơ quan có thẩm quyền vào hợp đồng điện tử để đảm bảo cân bằng giữa việc bảo vệ quyền lợi của các bên tham gia giao dịch với việc thúc đẩy phát triển TMĐT. Bên cạnh đó, có thể thấy ở hợp đồng thương mại truyền thống, bản gốc thường được ghi rõ nội dung gồm có mấy bản với giá trị pháp lý như nhau và thể hiện

tính toàn vẹn, đảm bảo sự nguyên thủy không bị thay đổi của thông tin chứa đựng trong văn bản. Bản gốc chính là bằng chứng có giá trị chứng minh cao về sự tồn tại của quan hệ hợp đồng giữa các bên khi tranh chấp xảy ra. Để xác định bản gốc của hợp đồng điện tử trong TMĐT không phải lúc nào cũng dễ dàng bởi vì hợp đồng điện tử được thiết lập dưới dạng thông điệp dữ liệu và bất kì ai cũng có thể tạo ra một bản sao y như bản gốc. Do đó, việc quy định cụ thể các vấn đề liên quan đến bản gốc hợp đồng điện tử là cần thiết để có cái nhìn đầy đủ về những thách thức và giải pháp cho lĩnh vực thương mại điện tử.

Hai là các yếu tố pháp lý cơ bản cấu thành hợp đồng từ thỏa thuận của các chủ thể tham gia hợp đồng điện tử trong TMĐT. Nếu trong thương mại truyền thống, yếu tố thỏa thuận được xác định qua nội dung mà các bên thỏa thuận một cách trực tiếp với nhau hoặc nội dung trong các tài liệu do các bên gửi cho nhau thì yếu tố thỏa thuận của hợp đồng điện tử trong TMĐT lại dựa vào hình thức của các giao dịch. Bởi vì, tùy thuộc vào loại hình thức nào mà yếu tố thỏa thuận của hợp đồng điện tử trong TMĐT có thể được xác định thông qua nội dung trao đổi giữa các chủ thể, xác định căn cứ vào nội dung và cấu trúc của dữ liệu xác định chỉ bằng một cú nhấp chuột. Như vậy, việc quy định chi tiết các yếu tố thỏa thuận trong hợp đồng thương mại sao cho phù hợp với từng hình thức giao dịch cụ thể trong TMĐT là vô cùng cần thiết.

Ba là tầm quan trọng của nội dung hợp đồng điện tử trong thương mại điện tử. Bởi vì, nội dung của một quan hệ hợp đồng là tổng hợp các điều khoản mà các chủ thể tham gia giao kết đã thỏa thuận nhằm xác định quyền và nghĩa vụ dân sự cụ thể của họ. Có thể thấy, nội dung của một hợp đồng thương mại truyền thống thường được theo dõi khá dễ dàng do được nêu ra liên tiếp nhau và được đánh số theo thứ tự từng trang. Còn đối với hợp đồng điện tử trong TMĐT thì nội dung có thể nằm ở bất kì vị trí nào trong cùng một trang Web hoặc nhiều trang Web khác nhau nên sẽ gặp khó khăn khi tóm tắt toàn bộ nội dung của hợp đồng điện tử vì đòi hỏi nhiều thời gian và công sức. Theo đó, việc ban hành những quy định cụ thể về hợp đồng điện tử sẽ giúp tạo điều kiện cho các chủ thể dễ dàng hơn trong việc bao quát toàn bộ nội dung của hợp đồng trước khi chuyển cho đối tác. Bên cạnh đó, việc quy định cụ thể về hình ảnh và thông tin sản phẩm trong TMĐT cũng cần được chú trọng để đảm bảo tính công khai, minh bạch. Hợp đồng điện tử trong TMĐT thường được giao kết trực tuyến do đó có thể tiềm ẩn một số sai sót vì ảnh hưởng từ các yếu tố như tâm lý, thời gian, kỹ năng và kiến thức về công nghệ thông tin. Việc sửa chữa sai sót trong hợp đồng điện tử phức tạp hơn so với hợp đồng giấy do cần đảm bảo tính an toàn và bảo mật cũng như tính pháp lý của dữ liệu điện tử nên nội dung của hợp đồng điện tử cần

có điều khoản quy định rõ ràng về cách thức và thời hạn sửa chữa sai sót để tránh tranh chấp về sau cho các bên tham gia hợp đồng.

Thứ tư là thời điểm và địa điểm truy cập của các bên chủ thể trong hợp đồng. Việc ghi rõ thời gian và địa điểm truy cập của các bên chủ thể trong hợp đồng là điều cần thiết để tạo điều kiện thuận lợi cho các bên trong quá trình giao kết hợp đồng điện tử. Bởi vì, đối với hợp đồng thương mại truyền thống, yếu tố thời gian và địa điểm giao kết hợp đồng thường dựa vào thời gian và địa điểm mà các chủ thể tham gia giao kết hợp đồng trực tiếp thỏa thuận và thống nhất hoặc dựa vào thời gian, địa điểm mà các bên gửi các tài liệu giao dịch cho nhau. Còn việc xác định chính xác thời gian và địa điểm giao kết hợp đồng điện tử trong TMĐT có thể gặp một số khó khăn do tính chất gián tiếp của giao dịch điện tử, các bên chủ thể có thể ngang nhiên gửi thư điện tử, truy cập trang Web ở mọi nơi chỉ cần có kết nối mạng Internet. Theo quy định của Luật Giao dịch điện tử 2005 và các văn bản hướng dẫn liên quan, yếu tố thời gian và địa điểm hình thành hợp đồng cần được quy định là một trong các nội dung của hợp đồng điện tử nhằm mang lại thuận lợi cho việc thực hiện hợp đồng.

Thứ tư, nhóm các quy phạm pháp luật về thanh toán điện tử.

Hoạt động thanh toán trong thương mại điện tử được thực hiện qua hai hình thức là tiền mặt và thanh toán điện tử. Nhưng thời gian gần đây, hoạt động thanh toán điện tử trở thành xu thế và phổ biến hơn hình thức thanh toán bằng tiền mặt bởi vì thanh toán điện tử được hiểu là hình thức thanh toán trực tuyến, tiến hành ngay trên mạng Internet chỉ với một vài thao tác cực đơn giản. Điều này vừa giúp thay đổi thói quen tiêu dùng của người dân, doanh nghiệp vừa góp phần vào sự tăng trưởng nhanh của thương mại điện tử trên toàn thế giới nói chung và thương mại điện tử tại Việt Nam nói riêng. Việc thanh toán bằng tiền mặt trong thương mại điện tử không khác gì thanh toán trong thương mại truyền thống. Do đó, việc Việt Nam ban hành các quy định của pháp luật về thanh toán điện tử trong thương mại điện tử là vô cùng cần thiết. Tuy nhiên, hành lang pháp lý cho hoạt động thanh toán điện tử trong thương mại điện tử trước tiên cần phải liên tục hoàn thiện và đáp ứng nhu cầu của người mua cũng như người bán thì mới đáp ứng được yêu cầu phát triển và nhu cầu thực tiễn hội nhập kinh tế của đất nước.

Yếu tố an toàn luôn phải đề cao nhất bởi vì đây là mối quan tâm lớn nhất của xã hội. Yêu cầu này đòi hỏi pháp luật về thanh toán trong thương mại điện tử cần phải có những quy định cụ thể nhằm giúp các bên cung cấp hệ thống thanh toán dựa vào để đáp ứng các điều kiện về công nghệ, cơ sở hạ tầng, trình độ và về quá trình thanh toán. Bên cạnh đó thì yếu tố thuận lợi cũng được những người mua quan tâm. Thuận