

Bài học từ các mô hình quốc tế về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử

14:03 27/11/2025

Sự bùng nổ của thương mại điện tử (TMĐT) mang lại nhiều tiện ích cho người tiêu dùng, nhưng đồng thời kéo theo nhiều rủi ro mới, đặc biệt trong bối cảnh hoạt động kinh doanh trên nền tảng số phát triển nhanh. Kinh nghiệm từ các thị trường lớn như châu Âu, Hoa Kỳ và Nhật Bản đang được xem là những tham chiếu quan trọng giúp Việt Nam hoàn thiện cơ chế bảo vệ người tiêu dùng trong môi trường số.

Theo Ủy ban Cạnh tranh quốc gia (Bộ Công Thương) trong bối cảnh TMĐT tăng trưởng mạnh, quyền lợi của người tiêu dùng trở thành vấn đề được chú ý đặc biệt. Người mua không chỉ tìm kiếm sự thuận tiện mà còn đòi hỏi mức độ an toàn, minh bạch và công bằng trong các giao dịch trực tuyến.

Tuy nhiên, thực tế thời gian gần đây cho thấy rủi ro trên môi trường số ngày càng gia tăng và trở nên phức tạp. Các hành vi vi phạm không chỉ dừng lại ở việc giao hàng chậm, hàng kém chất lượng hay mô tả sản phẩm sai lệch, mà còn xuất hiện nhiều hình thức mới như khóa tài khoản không rõ lý do, khó khăn trong hoàn tiền, lạm dụng chương trình khuyến mại hay các thủ đoạn gian lận trực tuyến tinh vi.

Phần lớn phản ánh của người tiêu dùng cho thấy tranh chấp thường phát sinh ở giai đoạn sau giao dịch, khi việc đổi trả, khiếu nại hoặc yêu cầu hỗ trợ gặp nhiều trở ngại. Bên cạnh đó, sự phát triển của các dịch vụ tài chính tích hợp như ví điện tử, phương thức “mua trước – trả sau” hay thanh toán xuyên biên giới cũng tạo ra các rủi ro mới liên quan đến phí, điều khoản giao dịch hoặc giới hạn trách nhiệm của nền tảng.

Đặc biệt, tình trạng hàng giả, hàng nhái và sản phẩm kém chất lượng tiếp tục diễn biến phức tạp khi một bộ phận người bán lợi dụng tính ẩn danh của môi trường số để né tránh trách nhiệm. Trong khi đó, cơ chế phối hợp giữa nền tảng, doanh nghiệp và cơ quan quản lý đôi khi chưa theo kịp tốc độ phát sinh vi

phạm.

Những thách thức này cho thấy việc nghiên cứu và học hỏi các mô hình bảo vệ người tiêu dùng quốc tế không chỉ cần thiết mà còn mang tính cấp bách, nhất là trong bối cảnh thị trường số tại Việt Nam đang mở rộng nhanh và liên tục xuất hiện những phương thức kinh doanh mới.

Tại Liên minh châu Âu (EU), bảo vệ người tiêu dùng luôn được đặt ở vị trí trung tâm trong chiến lược phát triển thị trường số. Hệ thống pháp lý TMĐT của EU được đánh giá là toàn diện và nghiêm ngặt hàng đầu thế giới. Các doanh nghiệp phải cung cấp thông tin minh bạch, chính xác và dễ hiểu về sản phẩm, đồng thời đảm bảo mọi điều khoản giao dịch đều công bằng, không gây bất lợi cho người mua. Các nền tảng thương mại điện tử cũng phải chịu trách nhiệm lớn trong giám sát, ngăn chặn hàng giả, hàng nhái và các sản phẩm có nguy cơ ảnh hưởng đến sức khỏe. Đặc biệt, người tiêu dùng được trao quyền rút lại giao dịch trong vòng 14 ngày mà không cần nêu lý do, một cơ chế giúp họ chủ động hơn và hạn chế tối đa rủi ro.

EU còn xây dựng hệ thống giải quyết tranh chấp trực tuyến (ODR) nhằm hỗ trợ người tiêu dùng và doanh nghiệp xử lý mâu thuẫn nhanh chóng, chi phí thấp và minh bạch. Các nền tảng xuyên biên giới phải có nghĩa vụ gỡ bỏ sản phẩm bất hợp pháp, chủ động theo dõi rủi ro và báo cáo định kỳ cho cơ quan chức năng. Nhờ vậy, môi trường thương mại điện tử tại EU được duy trì an toàn, minh bạch và ổn định.



Theo Ủy ban Cạnh tranh quốc gia, những kinh nghiệm từ các mô hình ở các nước châu Âu, Hoa Kỳ và Nhật mang đến nhiều bài học quan trọng cho Việt Nam

Tại Hoa Kỳ, hệ thống bảo vệ người tiêu dùng trong TMĐT được triển khai theo hướng kết hợp giữa quy định pháp lý và cơ chế tự điều chỉnh của doanh nghiệp. Ủy ban Thương mại Liên bang (FTC) đóng vai trò chủ đạo trong việc giám sát các hành vi gian lận, quảng cáo sai sự thật và những hoạt động gây hiểu lầm. Hoa Kỳ cũng đặc biệt chú trọng đến vấn đề bảo vệ dữ liệu cá nhân, yêu cầu doanh nghiệp minh bạch trong thu thập, sử dụng thông tin và có trách nhiệm thông báo khi xảy ra sự cố rò rỉ dữ liệu.

Trong khi đó, Nhật Bản tiếp cận TMĐT bằng hệ thống tiêu chuẩn sản phẩm và thông tin vô cùng nghiêm ngặt. Doanh nghiệp buộc phải công bố đầy đủ, chính xác mọi thông tin về sản phẩm, từ nguồn gốc, thành phần đến cảnh báo an toàn.

Chính phủ Nhật Bản duy trì một hệ thống cảnh báo sản phẩm nguy hiểm được công khai rộng rãi để người dân chủ động theo dõi. Các hành vi vi phạm như quảng cáo sai sự thật, lừa đảo trực tuyến hay bán hàng không đạt chất lượng đều bị xử lý nghiêm khắc. Nhật Bản cũng sở hữu mạng lưới hỗ trợ người tiêu dùng hiệu quả, gồm tổng đài tư vấn, hệ thống hỗ trợ trực tuyến và các trung tâm tiếp nhận phản ánh, giúp người dân dễ dàng tìm kiếm thông tin và giải quyết tranh chấp.

Ủy ban Cạnh tranh quốc gia cho rằng, những kinh nghiệm từ các mô hình trên mang đến nhiều bài học quan trọng cho Việt Nam.

Trước hết, việc nâng cao yêu cầu minh bạch thông tin đối với doanh nghiệp, đặc biệt là người bán trên sàn TMĐT, là hết sức cần thiết. Thông tin về nguồn gốc, chất lượng, điều kiện bảo hành hay quy trình đổi trả phải được thể hiện rõ ràng, thống nhất nhằm giúp người tiêu dùng đưa ra quyết định chính xác. Bên cạnh đó, vai trò và trách nhiệm của các nền tảng TMĐT cần được tăng cường, không chỉ dừng lại ở vai trò trung gian mà phải chủ động kiểm duyệt, ngăn chặn hàng hóa vi phạm và hỗ trợ giải quyết tranh chấp.

Ngoài ra, Việt Nam cũng cần xây dựng cơ chế giải quyết tranh chấp trực tuyến hiện đại, dễ tiếp cận và tin cậy, tương tự mô hình ODR của EU, giúp giảm tải cho bộ máy quản lý và nâng cao niềm tin của người dùng. Đồng thời, việc nâng cao nhận thức của người tiêu dùng về quyền và trách nhiệm khi giao dịch trực tuyến là yếu tố quan trọng, bởi nhiều rủi ro xuất phát từ sự thiếu thông tin hoặc dễ bị tác động bởi quảng cáo sai lệch. Cuối cùng, cần khuyến khích doanh nghiệp xây dựng văn hóa kinh doanh đặt người tiêu dùng làm trung tâm, coi chất lượng dịch vụ và sự minh bạch là lợi thế cạnh tranh bền vững.

Có thể khẳng định, bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử không chỉ là nhiệm vụ của cơ quan quản lý mà đòi hỏi sự tham gia chủ động của doanh nghiệp, nền tảng và chính người dân. Việc tham khảo các kinh nghiệm quốc tế giúp Việt Nam có thêm cơ sở để hoàn thiện khung pháp lý và cơ chế thực thi phù hợp với sự phát triển nhanh của thị trường số. Nếu được triển khai đồng bộ, các giải pháp này sẽ góp phần tạo dựng môi trường thương mại điện tử an toàn, minh bạch và bền vững, qua đó củng cố niềm tin của người tiêu dùng và thúc đẩy sự phát triển của kinh tế số trong thời gian tới.

Hải Minh