TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Một số quan điểm về phương thức tiếp cận kiểm tra và xử lý vi phạm trong hoạt động Thương mại điện tử

11:25 03/06/2024

Cùng với sự phát triển của CNTT và khoa học kỹ thuật, Thương mại điện tử (TMĐT) trong những năm gần đây đã trở thành một phương thức kinh doanh phổ biến của nền kinh tế số. Các cơ quan quản lý Nhà nước bên cạnh việc kiểm soát thị trường thương mại truyền thống thì việc phải nhanh chóng tiếp cận và quản lý có hiệu quả với thị trường TMĐT là điều hết sức cần thiết.

Trên cơ sở đặt vấn đề đó, bài viết được tác giả dẫn chiếu lại các quy định pháp lý hiện hành cũng như lồng ghép thêm một số quan điểm cá nhân về phương thức tiếp cận và xử lý trong TMĐT để cùng chia sẻ, trao đổi, rút kinh nghiệm.

Thương mại điện tử là gì?

Năm 2007, tỷ phú người Mỹ Bill Gates đã từng nhận định rằng: “Trong vòng 5-10 năm nữa nếu bạn không kinh doanh online Thương mại điện tử thì tốt nhất bạn đừng bao giờ kinh doanh nữa”.

Bill Gates nói điều này vào năm 2007, khi hạ tầng Internet băng thông rộng đang trên đà phát triển và đúng như dự đoán đến thời điểm hiện tại vào năm 2024 chúng ta đã có câu trả lời hoàn hảo cho nhận định đó.

TMĐT ngày nay đã thật sự bùng nổ và trở thành phương thức kinh doanh phổ biến, đóng góp tỷ trọng lớn trong nền kinh tế trên toàn cầu. TMĐT giờ đây không còn là một cái gì đó quá xa lạ mà đã trở thành một thói quen mua sắm quen thuộc hiện hữu trong đời sống hàng ngày.

Vậy “Thương mại điện tử” là gì? Theo định nghĩa của Bách khoa toàn thư mở Wikipedia thì “Thương mại điện tử (e-commerce) là 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 hoá thông qua mạng Internet”.

Nếu trước đây người tiêu dùng muốn mua một cái laptop, một cái camera, hay đồ gia dung nào đó, bạn phải tìm đến các cửa hàng truyền thống tại địa phương hoặc các khu vực lân cận mới có thể mua được. Giờ đây, chỉ cần mạng Internet và một cú "click" chuột thì người mua có thể tìm kiếm và đặt hàng từ hàng triệu người bán các sản phẩm phù hợp trên toàn thế giới, điều đó gọi là Thương mại điện tử.

TMĐT hoạt động gần giống như Thương mại truyền thống và chỉ khác nhau ở chỗ một bên giao dịch bằng trực tiếp "offline", tiền mặt còn một bên thì giao dịch hoàn trực tuyến "online" và dù thế nào đi nữa thì về bản chất TMĐT vẫn là hoạt động thương mại và không thể tách rời khỏi mối quan hệ giữa hàng hóa và tiền tệ, giữa người mua và người bán theo quy luật chung của thị trường.

Tại Việt Nam hoạt động TMĐT được định nghĩa theo mục giải thích từ ngữ tại khoản 1, Điều 3 Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013 của Chính phủ về TMĐT. "Hoạt động thương mại điện tử 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 mạng Internet, mạng viễn thông di động hoặc các mạng mở khác". Thực tế việc định nghĩa rõ như trên là một căn cứ pháp lý quan trọng cho các cơ quan Quản lý Nhà nước trong việc xác định các chủ thể tham gia hoạt động TMĐT; kiểm tra, xử lý các hành vi vi phạm có liên quan và các tổ chức, cá nhân lợi dụng Internet, TMĐT để kinh doanh các loại hàng giả, hàng cấm, hàng xâm phạm quyền SHTT theo quy định.

Các cơ sở pháp lý cho hoạt động TMĐT ở Việt Nam?

Cách đây hơn 10 năm để tạo cơ sở pháp lý, điều kiện thuận lợi cho các giao dịch thương mại, trao đổi mua bán hàng hóa và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong hoạt động TMĐT, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013 về TMĐT.

Nghị định số 52/2013/NĐ-CP gồm 7 Chương, 80 Điều đã thực sự trở thành một văn bản trụ cột trong hệ thống pháp luật Nhà nước về TMĐT, đánh dấu sự đổi mới về quan điểm quản lý nhà nước đối với một hình thức kinh doanh hiện đại. Thực tiễn cho thấy việc ban hành Nghị định là một chủ trương hoàn toàn đúng đắn, việc này mang một ý nghĩa hết sức quan trọng trong việc tạo ra một sự thống nhất, đồng bộ, một hành lang pháp lý vững chắc để định hướng thị trường TMĐT trong nước phát triển bền vững như ngày hôm nay.

Qua thời gian triển khai cùng với sự phát triển của thị trường TMĐT đã đặt ra một số vấn đề cần điều chỉnh đến ngày 25/9/2021, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 85/2021/NĐ-CP sửa đổi bổ sung một số điều của Nghị định số

52/2013/NĐ-CP; các Bộ, Ngành có liên quan trên cơ sở Nghị định cũng đã cụ thể hóa, ban hành các thông tư, văn bản hướng dẫn thực hiện giúp chúng ta có một hành lang pháp lý về TMĐT được đánh giá xây dựng khá hoàn chỉnh, chi tiết, đáp ứng yêu cầu về quản lý nhà nước trong giai đoạn hiện nay.

Liên quan đến công tác thanh tra, kiểm tra, xử lý vi phạm hành chính trong hoạt động TMĐT trong giai đoạn hiện nay; trên cơ sở các quy định quản lý Nhà nước về TMĐT, Chính phủ đã ban hành các chế tài xử phạt vi phạm hành chính đối với các hành vi vi phạm trong hoạt động TMĐT cụ thể tại Mục 10, từ điều 62 đến điều 66 Nghị định số 98/2020/NĐ-CP ngày 26/8/2020.

Các loại hình cơ bản trong hoạt động TMĐT và phương thức tiếp cận, kiểm tra xử lý

Mặc dù trên thực tế thì TMĐT luôn luôn thay đổi và ngày càng xuất hiện nhiều mô hình kinh doanh mới nhưng xét về mặt bản chất của các chủ thể tham gia trong hoạt động TMĐT thì ta có thể tạm chia TMĐT làm 2 nhóm chính. Một là, nhóm các tổ chức, cá nhân tự chủ động xây dựng, tạo ra mô hình kinh doanh của mình trên mạng Internet. Hai là, nhóm sử dụng môi trường bên thứ 3 cung cấp để phục vụ cho hoạt động kinh doanh online của mình, cụ thể như sau:

Nhóm thứ nhất là nhóm các tổ chức, cá nhân thiết lập, vận hành các Website TMĐT, Ứng dụng TMĐT được phép hoạt động theo các loại hình, điều kiện quy định tại Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013 của Chính phủ về Thương mại điện tử.

Nhóm thứ hai là nhóm các tổ chức, cá nhân có sử dụng, vận hành các Tài khoản mạng xã hội, các Sàn giao dịch TMĐT để thực hiện việc kinh doanh hàng hóa trên môi trường Internet.

Theo cách phân loại ở trên mỗi nhóm chủ thể chúng ta sẽ đưa ra các lưu ý về cách tiếp cận, kiểm tra xử lý như sau:

Nhóm thứ nhất, đây là nhóm các tổ chức, cá nhân thiết lập, vận hành các Website TMĐT, ứng dụng TMĐT được phép hoạt động theo các loại hình, điều kiện quy định tại Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013 của Chính phủ về TMĐT.

Đây là nhóm chủ thể đã tiến hành công tác quản lý Nhà nước trong lĩnh vực TMĐT theo Nghị định 52/2013/NĐ-CP từ hơn 10 năm trở lại đây. Tuy nhiên trong quá trình triển khai thực hiện cần có một số lưu ý sau:

Thứ nhất, phải năm rõ các nguyên tắc, các chủ thể tham gia hoạt động TMĐT. Mặc dù các Website TMĐT bán hàng và việc thực hiện nghĩa vụ thông báo với Bộ Công Thương là hình thức phổ biến, thường gặp nhất tuy nhiên bên cạnh đó còn các hình thức khác như các Website Sàn giao dịch TMĐT, Website các tổ chức đánh giá tín nhiệm, ứng dụng cung cấp dịch vụ TMĐT… được quy định và điều chỉnh bởi Nghị định. Do đó, cần phải hiểu và xác định rõ loại hình để trong quá trình kiểm tra có thể đánh giá, kết luận được đúng, đủ các nội dung pháp luật có liên quan khác như các quy định về cơ chế bảo mật, an toàn thông tin, thực hiện giao kết hợp đồng trong TMĐT, cơ chế giải quyết tranh chấp phát sinh… Từ đó, áp dụng đúng các quy định về xử lý VPHC (nếu có vi phạm) từ điều 62 đến điều 66 Nghị định 98/2020/NĐ-CP.

Thứ hai, việc tìm kiếm cập nhật các cơ sở dữ liệu địa bàn trên môi trường Internet bên cạnh việc trao đổi phối hợp chia sẻ dữ liệu của các cơ quan quản lý Nhà nước, cơ quan thông tin truyền thông có liên quan thì có thể sử dụng các công cụ tìm kiếm phổ biến trên Internet như: Google, Bing, Cốc Cốc… theo các từ khóa liên quan đến chuyên đề ngành hàng như: Mỹ phẩm, máy tính, quần áo… Cùng với đó, việc tham khảo thêm các kỹ năng tìm kiếm mà nhà tạo lập công cụ hướng dẫn như: Sử dụng con rệp, sử dụng dấu ngoặc kép hoặc một số hàm như: inurl, allintext, intext… để có thể “target” được các mục tiêu và tăng độ chính xác hơn của kết quả tìm kiếm trả về.

Thứ ba, việc tìm kiếm các Website TMĐT tuy không khó nhưng như đã trao đổi ở trên thì ở nhóm các tổ chức, cá nhân này hoàn toàn chủ động trong việc tạo ra môi trường kinh doanh của mình trên Internet nên việc xóa bỏ, cập nhật sửa đổi, điều chỉnh Website là việc làm rất dễ trong thời gian ngắn thậm chí trên thực tế còn có hiện tượng giả mạo, sao chép, dùng các thông tin, hình ảnh để thành lập các Website không phải là chính chủ cũng khá phổ biến. Do đó, cần phải tìm hiểu thêm các khái niệm về domain, hosting, các công cụ như Alexa, Google cache… để đánh giá xếp hạng, tra cứu “traffic”, “back link” của Website; các công cụ tra cứu thông tin chủ sở hữu tên miền như VNNIC đối với tên miền .vn và Who.is đối với các tên miền quốc tế; công cụ tìm kiếm trên Cổng thông tin TMĐT của Bộ Công Thương online.gov.vn để xác định nghĩa vụ đăng ký, thông báo của website kết hợp với việc sao lưu các chứng cứ website vi phạm dưới dạng dữ liệu điện tử để làm cơ sở làm việc, đấu tranh cũng như xử lý VPHC theo quy định.

Nhóm thứ hai, đây là nhóm các tổ chức, cá nhân có sử dụng, vận hành các tài khoản mạng xã hội, các Sàn giao dịch TMĐT để thực hiện việc kinh doanh hàng hóa trên môi trường Internet.

Mạng xã hội ra đời đầu tiên trên thế giới với mục đích để tạo ra các trang profile cá nhân, kết nối bạn bè thế nhưng trong những năm gần đây với sự phát triển của công nghệ cũng như các dịch vụ quảng cáo, dịch vụ vận chuyển logistic… Mạng xã hội hiện đang trở thành một kênh bán hàng phổ biến, mang lại doanh thu lớn cho các nhà kinh doanh. Tại Châu Á, livestream bán hàng được ví là ngành công nghiệp tỷ đô. Tại Việt Nam theo đánh giá thì có 03 mạng xã hội được sử dụng trong việc bán hàng nhiều nhất hiện nay là Facebook, Tiktok, Zalo (Qua các page bussiness và các nhóm chat). Có 3 sàn giao dịch điện tử phổ biến là Shoppe, Lazada và Tiki. Theo tính chất hoạt động, ở nhóm này cũng chia chủ thể này ra làm hai nhóm nhỏ đó là:

Nhóm Seller (người bán), đây là nhóm các tổ chức, cá nhân thiết lập, sử dụng Tài khoản mạng xã hội, tài khoản trên các Sàn giao dịch TMĐT để kinh doanh và chịu trách nhiệm toàn bộ về hàng hóa mình cung cấp đến người tiêu dùng.

Nhóm Affiliater (người quảng cáo) hay còn gọi là mô hình Dropshipping. Người tham gia nhóm này thường là các KOLs, những người nổi tiếng, người có sức ảnh hưởng đến truyền thông hoặc đơn giản là những người làm marketing online. Tuy nhiên, những chỉ quan tâm đến việc truyền tải thông tin đến người tiêu dùng để làm sao bán được nhiều hàng nhất mà không cần nhập hàng, lưu trữ hàng hóa tồn kho. Sản phẩm sẽ được vận chuyển từ một nhà cung cấp thứ ba đến trực tiếp cho khách hàng và họ sẽ được hưởng theo chính sách hoa hồng trên doanh thu của sản phẩm. Đó chính là lý do có những trường hợp khi chúng ta thẩm tra, xác minh trên mạng Internet có lượt bán, doanh thu rất cao thế nhưng thực tế hàng hóa lại không có gì hoặc nếu có thì cũng chỉ là một ít sản phẩm mẫu. Đối với những tổ chức, cá nhân này, cần tiến hành tiếp cận kiểm tra theo các quy định về trách nhiệm truyền tải thông tin và các giao kết hợp đồng đến người tiêu dùng trong TMĐT. Kiến nghị, xử lý các vi phạm về Thuế nếu phát sinh các dấu hiệu vi phạm về trốn thuế, chậm thuế trong TMĐT.



Lực lượng QLTT Nghệ An phối hợp với lực lượng chức năng kiểm tra, xử lý vi phạm trong hoạt động TMĐT.

Một số lưu ý thêm từ kinh nghiệm thực tiễn khi tiếp cận ở nhóm chủ thể này như các tài khoản trên mạng xã hội đã được gắn dấu tích xanh, tích vàng, các tài khoản trên các sàn giao dịch điện tử được gắn biểu tượng “Mall”. Đây đa phần là những người bán có uy tín, hàng hóa có các hóa đơn chứng từ và địa chỉ rõ ràng, đã được các mạng xã hội và sàn giao dịch xác thực bằng việc cung cấp các giấy tờ có liên quan do đó đây là các địa chỉ mua sắm an toàn cho người tiêu dùng trên môi trường Internet.

Với các tài khoản người bán trên mạng xã hội và trên các sàn giao dịch TMĐT có dấu hiệu vi phạm, cần xác định rõ hoạt động của họ diễn ra dưới những hình thức nào: Livestream phát trực tiếp, lập Fanpage để chạy quảng cáo, đăng và spam bài trên các hội nhóm hay thông qua hệ thống mạng lưới đại lý, cộng tác viên như một hình thức đa cấp biến tướng…

Từ đó, phối hợp với các lực lượng chức năng, chủ các sàn giao dịch để có thể xác định được chính xác địa chỉ thực tế và đấu tranh làm rõ các hành vi vi phạm của các tổ chức, cá nhân theo quy định. Bên cạnh đó, cũng cần tư duy, sử dụng các công cụ kỹ thuật, lẫn phi kỹ thuật để theo dõi quá trình hoạt động của các chủ thể này.

Các giải pháp đặt ra

Từ những đặc thù và phân tích trên, giải pháp đầu tiên và cũng là giải pháp then chốt nhất để kiểm soát thị trường TMĐT là các giải pháp về mặt công nghệ.

TMĐT là ngành có tốc độ phát triển, thay đổi diễn ra nhanh nhất, từ thay đổi về mặt công nghệ, về mặt quản lý, về phương thức kinh doanh, điều đó diễn ra trong từng ngày. Hiện nay, một số tổ chức, cá nhân đã đi tắt đón đầu, ứng dụng công nghệ AI trí tuệ nhân tạo vào gần như toàn bộ mô hình kinh doanh TMĐT của mình từ các khâu tạo nội dung content bài viết, làm các video, hình ảnh để quảng cáo, marketing online, gọi điện chốt đơn qua trợ lý ảo, thanh toán điện tử …

Công nghệ AI dần đảm nhận, thay thế con người và ngày càng hoàn chỉnh hơn trong tương lai gần với hiệu suất làm việc ngày càng chính xác và hiệu quả. Do đó, cần phải làm là phải nghiên cứu làm sao để có thể làm chủ được công nghệ và có những chia sẻ dữ liệu lớn giữa các cơ quan quản lý Nhà nước có liên quan để tạo ra các công cụ kỹ thuật đủ mạnh để có thể phân tích, đánh giá, tính toán giám sát các hoạt động TMĐT.

Đẩy mạnh công tác phối hợp lực lượng giữa các cơ quan lý Nhà nước có liên quan như: Quản lý thị trường, Công an, Thuế, Thông tin truyền thông… để có thể xử lý các vụ việc điển hình mang tính chất chuyên sâu, tổng thể về TMĐT.

Tích cực, đổi mới các phương pháp tuyên truyền phổ biến pháp luật để các chủ thể tham gia hoạt động TMĐT hiểu và chấp hành các quy định của pháp luật, thúc đẩy thị trường TMĐT phát triển theo chiều hướng tích cực, bền vững.

Anh Tuấn