

TÁC ĐỘNG CỦA HIỆP ĐỊNH ĐỐI TÁC XUYÊN THÁI BÌNH DƯƠNG (TPP) ĐỐI VỚI THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TẠI VIỆT NAM

Tạ Văn Lợi

Viện Thương mại và Kinh tế quốc tế, Trường đại học Kinh tế quốc dân

Email: taloiktqd@gmail.com

Ngày nhận: 8/8/2016

Ngày nhận bản sửa: 15/9/2016

Ngày duyệt đăng: 5/10/2016

Tóm tắt:

Hiệp định Đối tác Chiến lược xuyên Thái Bình Dương (TPP) là hiệp định thương mại thế hệ mới nên việc cam kết và thực thi sẽ gây không ít khó khăn cho Việt Nam khi chưa có các chuẩn bị kỹ lưỡng. Thương mại điện tử tại Việt Nam lại là lĩnh vực mới nhưng phát triển nhanh và mạnh với tốc độ tăng trưởng bình quân hơn 30%/năm. Hình thức này ngày càng thay thế các hình thức kinh doanh khác vì vậy nghiên cứu về thực trạng thương mại điện tử Việt Nam như sản phẩm số, chứng thực điện tử, các cam kết của Hiệp định Đối tác Chiến lược xuyên Thái Bình Dương và tác động đến lĩnh vực thương mại điện tử Việt Nam là cần thiết. Bài viết tập trung vào phân tích thực trạng thương mại điện tử Việt Nam, các cam kết của Việt Nam theo Hiệp định Đối tác Chiến lược xuyên Thái Bình Dương đối với thương mại điện tử và phân tích các tác động nhằm đưa ra các giải pháp tận dụng các cơ hội và hạn chế các tác động tiêu cực của Hiệp định TPP tới thương mại điện tử Việt Nam.

Từ khóa: Cam kết TPP, Chứng thực điện tử, Sản phẩm số, Thương mại điện tử

Impact of Trans-Pacific strategic economics partnership agreement (TPP) on e-commerce in Vietnam

Abstract:

Trans-Pacific strategic economics Partnerships agreement (TPP) is a new type agreement that can give Vietnam various difficulties, mostly due to the lack of time for preparation. E-commerce in Vietnam has just developed but its growth rate is too fast over 30% per year. This business type substitute normal type day by day thus research on real situation of Vietnamese e-commerce such as digital products, e-confirmation and all commitment of TPP with its impact on e-commerce in Vietnam is necessary fully. This paper focuses on analysis the real situation of e-commerce in Vietnam, Vietnamese commitments by TPP in order to recommend on catching opportunities and limiting negative impact on e-commerce in Vietnam.

Keywords: TPP Commitment, E-confirmation, Digital product, E commerce

1. Đặt vấn đề

“Hiệp định Đối tác Chiến lược xuyên Thái Bình Dương chính thức khởi động từ tháng 3 năm 2010, đã trải qua hơn 30 phiên đàm phán kỹ thuật và hơn 10 cuộc đàm phán cấp bộ trưởng. Việt Nam đã ký TPP tại Auckland, New Zealand, cam kết tuân thủ các nguyên tắc của Hiệp định” (Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, 2016). Vấn đề thương mại điện tử non trẻ ở Việt Nam, khá nhạy cảm và

đang phát triển sẽ bị ảnh hưởng. Đặc biệt, các quy định cho phép cạnh tranh bình đẳng, các biện pháp bảo hộ doanh nhân, các địa chỉ máy chủ, các sản phẩm số, chữ ký điện tử và các chứng thực điện tử... đã công bố và thừa nhận ở nước này đương nhiên được thừa nhận ở nước thành viên khác. Nếu không có các biện pháp hỗ trợ và chuẩn bị kỹ lưỡng thì các doanh nghiệp thương mại điện tử Việt Nam sẽ bị phá sản hàng loạt và dây chuyền. Vì tác động

của Hiệp định TPP sẽ có cả 2 hướng tích cực và tiêu cực, Hiệp định TPP là hiệp định thương mại thế hệ mới phải thực thi ngay lập tức nên tác động của nó sẽ mạnh và rất nhanh. Vì vậy, vấn đề đặt ra là làm sao để khai thác tốt nhất các cơ hội đem lại và giảm thiểu các tác động tiêu cực đối với thương mại điện tử tại Việt Nam.

2. Các cam kết của Việt Nam khi tham gia TPP đối với lĩnh vực thương mại điện tử

2.1. Những nội dung liên quan tới chính sách đối với thương mại điện tử

Lĩnh vực dịch vụ được quy định trong Chương 10 và Phụ lục I và II của Hiệp định theo nhóm: dịch vụ xuyên biên giới, viễn thông, tài chính, thương mại điện tử... Riêng thương mại điện tử được quy định tại Chương 14 gồm 18 điều (Quốc hội, 2016).

Phân định nghĩa quy định về các pháp nhân được bảo hộ, hệ thống máy chủ, sản phẩm số, chứng thực điện tử, truyền đưa điện tử, tin nhắn rác... Bên cạnh đó, quy định về phạm vi áp dụng bao gồm từ sản phẩm điện tử như sản phẩm số đến các ứng dụng vào thương mại điện tử, bao gồm cả các ngoại trừ và các biện pháp can thiệp phi kinh tế không được sử dụng, không phân biệt đối xử đối với các bên chuyển thông tin xuyên biên giới bằng phương tiện điện tử, đặt hệ thống máy chủ... Điều này sẽ cần sự thay đổi cách hiểu và chia sẻ thông tin theo quy định của Việt Nam.

Các sản phẩm số cũng không được phân biệt đối xử trừ phát thanh và truyền hình theo cam kết của Việt Nam. Việt Nam không chấp nhận việc các sản phẩm phát thanh và truyền hình nước ngoài được tự do và bình đẳng phát hành tại Việt Nam. Như vậy, sẽ có những bất đồng quan điểm về sản phẩm số nếu được nước này thừa nhận nhưng quốc gia khác không mong muốn cũng được thừa nhận lưu hành. Do đó, Việt Nam đã cam kết thừa nhận tất cả các sản phẩm số khác ngoại trừ sản phẩm phát thanh và truyền hình số phát hành tại Việt Nam.

Các chứng thực điện tử được quy định là mở rộng phạm vi ứng dụng khi các chứng thực điện tử đó hợp pháp, thậm chí khuyến khích các chứng thực điện tử tương thích...

Quy định cũng bắt buộc cam kết về việc minh bạch và công khai các văn bản quản lý dưới dạng điện tử, coi tính pháp lý tương đương như các dạng văn bản bằng giấy và ấn phẩm khác.

Các quy định liên quan đến truyền tin xuyên biên

giới qua các phương tiện điện tử được quy định trong Hiệp định. Các bên phải thừa nhận và đảm bảo thông suốt các thông tin phục vụ cho kinh doanh, không phân biệt đối xử. Tuy nhiên, quy định về việc các cơ quan quản lý được quyền có những yêu cầu riêng đối với luân chuyển thông tin, có biện pháp ngăn cản khi không thực hiện mục tiêu các chính sách cộng đồng chính đáng miễn là các biện pháp đó không vi phạm nguyên tắc đối xử công bằng, phi lý hay trá hình và hoặc ngăn cản quá mức cần thiết. Vì vậy, Việt Nam cam kết được quyền can thiệp khi có dấu hiệu ảnh hưởng tới an ninh quốc gia.

2.2. Các nội dung liên quan đến bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử

Điều khoản bảo vệ người tiêu dùng trực tuyến được quy định là phải áp dụng các biện pháp bảo vệ người tiêu dùng, tránh lừa đảo, gian lận thương mại có gây tổn hại hay có nguy cơ gây tổn hại cho người tiêu dùng. Quy định về bảo vệ thông tin cá nhân đã quy định phải nêu chi tiết và phải xây dựng theo nguyên tắc và hướng dẫn của các tổ chức quốc tế liên quan. Các hành vi xâm phạm thông tin cá nhân bị cấm như cấm cung cấp hay sao chép thông tin cá nhân nhằm bảo vệ thông tin cá nhân người tiêu dùng.

Các quy định về nguyên tắc truy cập, sử dụng mạng cho thương mại điện tử được áp dụng mở rộng với điều kiện không làm tổn hại mạng lưới và các thông tin phân loại do nhà cung cấp phải quản trị mạng lưới đảm trách.

Quy định về ngăn chặn tin rác là bắt buộc khi quy định cho các nhà cung cấp dịch vụ, phải có sự chấp nhận của người nhận hoặc giảm thiểu các tin nhắn rác của nhà cung cấp. Khi kiểm tra, nếu thấy sự chưa nỗ lực nào đó, nhà cung cấp sẽ chịu phạt nặng vì hành vi này. Đồng thời, quy định trách nhiệm bồi thường và quy định việc đòi bồi thường đối với các nhà cung cấp.

2.3. Các nội dung liên quan đến tôn trọng sự tự do tham gia thương mại của các chủ thể

- Các nước hỗ trợ các doanh nghiệp vừa và nhỏ vượt qua trở ngại ứng dụng thương mại điện tử; trao đổi thông tin và chia sẻ kinh nghiệm; bảo vệ thông tin cá nhân; bảo vệ người tiêu dùng; hạn chế tin nhắn rác; an toàn và an ninh trong các liên lạc, truyền đưa tin điện tử; chứng thực điện tử và các trao đổi thông tin; quan điểm về sản phẩm số; dịch vụ trực tuyến...

- Việc quy về mã nguồn đã chi tiết bao gồm: khi không cho phép yêu cầu cung cấp mã nguồn, truy cập mã nguồn là điều kiện bắt buộc lưu hành và sử dụng sản phẩm đó tại lãnh thổ quốc gia mình. Tuy nhiên, được yêu cầu chỉnh sửa mã nguồn cho phù hợp với quốc gia hoặc Hiệp định này; các phần mềm được hiểu là phần mềm đại chúng không áp dụng cho những phần mềm an ninh quốc gia mà Việt Nam cam kết ngoại trừ.

Việt Nam và Malaysia được bảo lưu không áp dụng cơ chế giải quyết tranh chấp và điều 14.4. không phân biệt đối xử đối với các sản phẩm lưu truyền thông tin xuyên biên giới bằng phương thức điện tử trong 3 năm. Ngoài ra, Việt Nam được bảo lưu thêm điều 14.13 về đặt hệ thống máy chủ.

3. Thực trạng thương mại điện tử Việt Nam và tác động của các cam kết trong TPP đối với thương mại điện tử tại Việt Nam

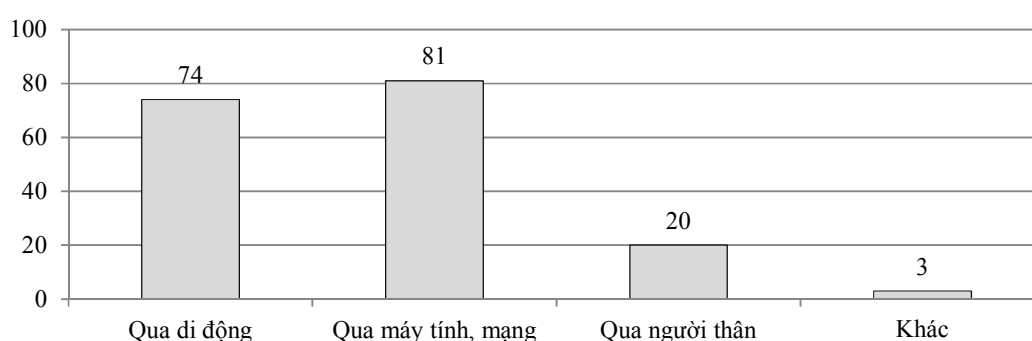
3.1. Tình hình phát triển thương mại điện tử tại Việt Nam

Năm 2015, người tiêu dùng Việt Nam đã mua

hàng qua thương mại điện tử giá trị ước đạt 160 USD/người, doanh số bán hàng theo phương thức B2C (Business to customer) có giá trị 4,07 tỷ đô/năm, khoảng 2,8% tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng cả nước. Tốc độ gia tăng khoảng 30% năm luôn là ngành có tiềm năng phát triển rất mạnh mẽ. Trên thực tế, ước khoảng 65 triệu người đã ứng dụng công nghệ thông tin điện tử trong mua bán hàng hóa. Phần lớn người dùng phương tiện điện tử để tìm kiếm thông tin trước khi mua hàng. Có tới 81% người sử dụng máy tính để bàn/máy tính xách tay để tìm kiếm thông tin; 74% dùng các thiết bị di động... và chỉ có 20% dùng cách hỏi thông tin người thân và bạn bè. Ứng dụng thương mại điện tử được sử dụng nhiều trong hoạt động marketing, quảng cáo... nên việc quyết định mua hàng trực tuyến vẫn còn khá thận trọng với khách hàng.

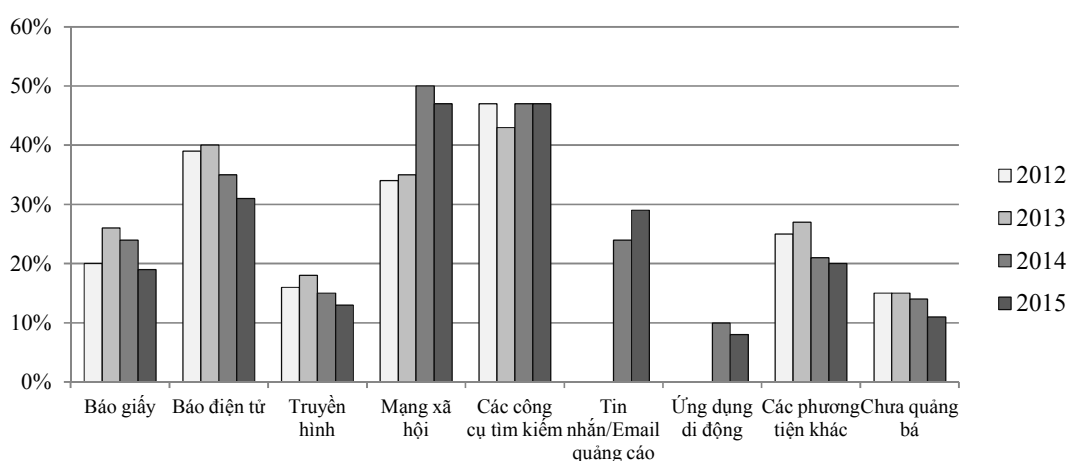
Những khách hàng đã từng mua bán hàng qua mạng thường có kinh nghiệm và mạnh dạn mua hàng ở các trang web tin tưởng và có tới 75% khách

Hình 1: Cách thức tìm kiếm thông tin trước khi mua hàng trực tuyến



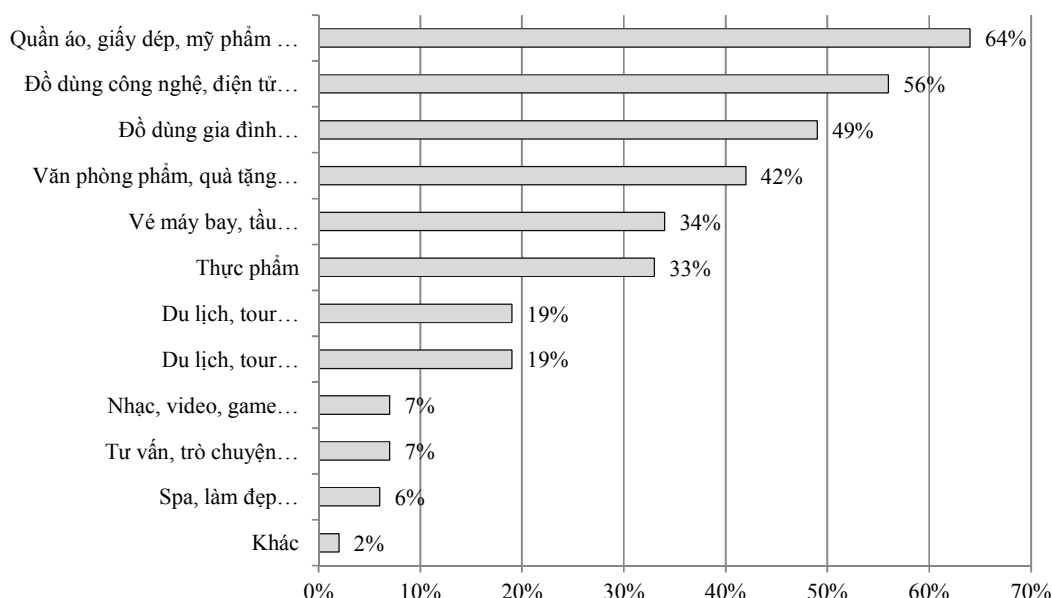
Nguồn: Cục Thương mại Điện tử và Công nghệ thông tin – Bộ Công Thương (2016)

Hình 2: Các hình thức quảng bá website của doanh nghiệp



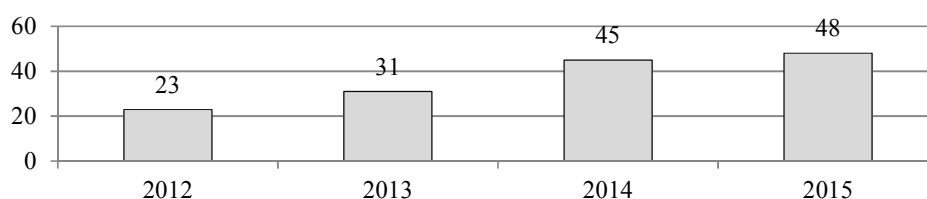
Nguồn: Bộ Thông tin và Truyền thông (2015)

Hình 3: Các loại hàng hóa/dịch vụ được mua sắm trên mạng



Nguồn: Cục Thương mại Điện tử và công nghệ thông tin – Bộ Công Thương (2016)

Hình 4: Tình hình sử dụng chữ ký điện tử trong doanh nghiệp



Nguồn: Cục Thương mại Điện tử và công nghệ thông tin – Bộ Công Thương (2016)

hàng quyết định mua ngay sau khi tìm kiếm được thông tin xác đáng.

Người tiêu dùng Việt Nam sau khi tìm kiếm thông tin trên mạng để quyết định mua những chủng loại hàng hóa tiêu dùng là nhiều nhất. Thống kê cho thấy 64% tỷ lệ tìm kiếm hàng quần áo, giày dép và mỹ phẩm; 56% là mặt hàng điện tử và công nghệ, 49% là sách, báo, văn phòng phẩm, quà tặng...

Tuy nhiên, những vấn đề trở ngại lớn của thương mại điện tử Việt Nam là tính an toàn và thanh toán đến những hệ lụy tranh chấp và sự tin tưởng giao dịch qua thương mại điện tử vẫn còn hạn chế.

Một vấn đề quan trọng khác cần quan tâm là tính bảo mật và an toàn trong giao dịch điện tử, chữ ký điện tử. Các doanh nghiệp cho rằng đã làm quen và sử dụng chữ ký điện tử này từ năm 2012 là 23% chủ yếu do yêu cầu đăng ký chữ ký điện tử để kê khai hải quan, đến năm 2015 đã tăng lên hơn 48%. Tuy nhiên, việc sử dụng chữ ký điện tử trong giao dịch ký hợp đồng kinh doanh không khả thi.

Trên phạm vi cả nước, bình quân 270 người có một tên miền quốc gia. Tên miền “.vn” liên tục là tên miền quốc gia (ccLTD) có số lượng đăng ký sử dụng cao nhất khu vực Đông Nam Á và đang vươn tầm ảnh hưởng ra khu vực châu Á khi có nhiều trang web giao dịch của Việt Nam đã kết nối với các trang tìm kiếm ở khu vực. Tuy nhiên, tỷ lệ số dân trên 1 tên miền còn khá thấp so với các nước trong khu vực.

Về các công ty chuyên doanh cung cấp dịch vụ mạng: báo cáo về năng lực cạnh tranh và công nghệ cấp độ doanh nghiệp cho thấy: “Cả nước đã có 91 công ty được cấp phép kinh doanh mạng, trong đó nổi lên là các nhà cung cấp Viettel, VDC, FPT, Saigon Postel và Netnam” (CIEM, DoE & GSO, 2012).

Ngoài ra, Công ty Thông tin Viễn thông Điện lực (ETC), Công ty Cổ phần công nghệ mạng (QTNNet), Công ty Techcom, Công ty Elinco, Công ty Điện tử Thông tin Sài Gòn (SEI), Công ty Đầu tư Phát triển

Bảng 1: Dân số và tên miền quốc gia của một số nước châu Á

Nước/lãnh thổ	Số tên miền quốc gia (*)	Đuôi tên miền quốc gia	Dân số (triệu người)(**)	Số dân/1 tên miền
Singapore	179071	.sg	5,5	31
Đài Loan	628080	.tw	23,5	37
Hàn Quốc	1076603	.kr	50,4	47
Nhật Bản	1400632	.jp	127,1	91
Malaysia	300462	.my	29,9	100
Trung Quốc	12515067	.cn	1364,3	109
<i>Việt Nam</i>	<i>335794</i>	<i>.vn</i>	<i>90,7</i>	<i>270</i>

Nguồn: Cục Thương mại Điện tử và công nghệ thông tin – Bộ Công Thương (2016)

Công nghệ (TDI) và Việt Khang đã được cấp phép từ cũng ráo riết chuẩn bị các chiến lược kinh doanh với những lợi thế riêng nhưng các doanh nghiệp này vẫn thuộc các nhóm doanh nghiệp vừa và nhỏ so với các thương hiệu lớn như Viettel, FPT, VDC... Trong đó, hơn 48% (44/91 doanh nghiệp) là các nhà cung cấp đã có cung cấp hệ thống mạng internet, phần còn lại đã có giấy phép nhưng chưa triển khai được dịch vụ cung cấp chiếm 52% (47/91 doanh nghiệp).

Như vậy, bức tranh toàn cảnh thương mại điện tử Việt Nam cho thấy rõ đây là lĩnh vực rất tiềm năng và cơ hội phát triển mạnh nhưng các doanh nghiệp yếu về tiềm lực cạnh tranh, đầu tư nhỏ lẻ, thiếu chiến lược dài hạn, môi trường, thiếu nhiều các quy định mang tính pháp lý bảo vệ một cách công bằng cho các bên tham gia.

Việc kiểm soát nội dung đối với thương mại điện tử ở Việt Nam là vấn đề khó và dường như có sự vụ mới xử lý được nên đang thiếu hệ thống truyền thông, cảnh báo sớm, ngăn chặn trước... Những nội dung theo hiệp định TPP cũng sẽ là rào cản lớn với thể chế. Trên cơ sở rà soát từng cam kết theo Hiệp định TPP với thực trạng thương mại điện tử và khuôn khổ pháp luật Việt Nam về thương mại điện tử cho thấy mấy nét tác động chính sau đây:

- Chiều hướng tác động: Về tổng thể sẽ có các tác động một chiều từ các nước thành viên phát triển hơn đối với các nước kém phát triển. Ảnh hưởng nhanh và mạnh với Việt Nam là về thể chế và cách quản trị thương mại điện tử Việt Nam cần phải thay đổi theo các nội dung của Hiệp định. Khi các cam kết cho phép kiện không chỉ doanh nghiệp mà còn cả cơ quan ban ngành và chính phủ thì việc phòng ngừa và xử lý các vụ việc này tất yếu sẽ tăng lên nhanh và mạnh. Chiều hướng các bên tham gia chủ động yêu cầu về các quyền minh bạch, đối xử bình

đẳng, bảo vệ người tiêu dùng... sẽ là các nội dung chính cần xem xét thích ứng.

Các doanh nghiệp cũng cấp dịch vụ hạ tầng kỹ thuật của Việt Nam sẽ có cơ hội cho các thương hiệu lớn như VDC, Viettel, FPT... còn các công ty nhỏ đang có xu hướng bán lại cho các nhà đầu tư nước ngoài. Việc phân chia lại thị trường trong nước về dịch vụ mạng là điều tất yếu. Hiện nay, tốc độ mạng và đường truyền của Việt Nam ở mức trung bình yếu so với các nước thành viên TPP. Nếu tôn trọng quyền tự do kinh doanh của các chủ thể tham gia thương mại điện tử thì khách hàng là người hưởng lợi nhiều nhất vì là chủ thể tham gia với tư cách là người tiêu dùng. Doanh nghiệp với tư cách là nhà cung cấp hàng hóa dịch vụ thông thường sẽ có lợi về nâng cấp đường truyền, dịch vụ hạ tầng kỹ thuật nhưng cũng chịu sức ép cạnh tranh tăng lên, riêng các công ty cung cấp dịch vụ hạ tầng cho thương mại điện tử sẽ phải tái cơ cấu dịch vụ, tăng cường mua lại và sáp nhập... mới có sức cạnh tranh, nhóm chủ thể này sẽ bị ảnh hưởng cạnh tranh mạnh nhất.

- Tính cạnh tranh: Việc cam kết của Việt Nam có những ngành và phân ngành theo lộ trình thực thi ở mức 2 năm, 3 năm và 5 năm với mục đích hỗ trợ các ngành trong nước có thời gian chuẩn bị và nâng cao sức cạnh tranh nên buộc các chủ thể tham gia các ngành và lĩnh vực này có kế hoạch cải thiện và nâng cao tính cạnh tranh. Sự tham gia của các ngành và phân ngành từ các nước thành viên khác là mạnh và luôn ở thể chủ động ví dụ ngành phim ảnh, quảng cáo của Mỹ, công nghệ điện tử và trò chơi Nhật Bản... sẽ bành trướng nhanh khi dỡ bỏ các hạn chế. Việt Nam không thể tránh khỏi tác động của họ khi tham gia TPP.

Phần lớn các ngành còn lại tính cạnh tranh sẽ là rất lớn. Các nước Mỹ, Nhật, Úc... thậm chí

Malaysia cũng hơn Việt Nam về công nghệ quảng cáo, trình độ phát triển thương mại,... sẽ tấn công mạnh mẽ thị trường thương mại điện tử Việt Nam. Các doanh nghiệp và người dân Việt Nam vừa có cơ hội lựa chọn lớn hơn nhưng cũng có sự cạnh tranh quyết liệt hơn từ các nước thành viên TPP.

- Về thể chế, Việt Nam buộc phải tuân thủ các cam kết TPP mạnh mẽ hơn, sâu rộng hơn ở các mặt:

+ Cách thức vận dụng luật sẽ mang tính quốc tế nhiều hơn, trong đó có điều cam kết như “Điều khoản bảo vệ người tiêu dùng trực tuyến là chi tiết và phải áp dụng các biện pháp bảo vệ người tiêu dùng, tránh lừa đảo, gian lận thương mại có gây tổn hại hay có nguy cơ gây tổn hại cho người tiêu dùng”; “Các quan điểm về mức độ vi phạm, các biện pháp và loại thông tin nào vi phạm mục tiêu chính sách công cộng (đối với cộng đồng) là chính đáng “là cách quy định theo hệ thống luật dùng án lệ và tiền lệ là kết quả tranh tụng công khai, minh bạch tại tòa là chuẩn để xác định tính hợp lệ.

+ Cơ chế vận hành cũng là thách thức lớn khi các cam kết TPP phần lớn là thực thi ngay, minh bạch, không phân biệt đối xử... Trong khi đó chế tài ở Việt Nam rất yếu mặc dù các quy định đều có đầy đủ từ dạng văn bản luật và dưới luật. Từ trước tới nay, các bản án tại Việt Nam có mức độ thực thi khá thấp vì có vấn đề từ các quy định, cách hiểu, giải thích hướng dẫn nếu theo cam kết TPP thì những vấn đề này sẽ nảy sinh xung đột sớm và nhiều.

- Về nội dung thương mại điện tử: Theo nội dung TPP thì các ngành và lĩnh vực được bảo lưu theo bảng cam kết trên gồm đất đai, an ninh, bảo vệ, ngân hàng, tài chính, viễn thông, giáo dục, dịch vụ kiểm toán, định giá, vận tải, phân phối, điện, dầu khí... được triển khai trên thương mại điện tử cũng cần phải xem xét và cân nhắc. Tuy nhiên, thương mại điện tử lâu nay vẫn là lĩnh vực khó kiểm soát nội dung nhất vì tính chất động và phủ rộng của nó. Việc một bên tung ra các trang web, đoạn video, tin nhắn... và rút bỏ ngay rất khó xác định hành vi vi phạm khi không có các nghiệp vụ chuyên môn. Thường các vụ việc này là đã gây hại và bên bị hại lên tiếng mới điều tra và biết chứ hiếm khi quản lý và siết chặt được ở Việt Nam từ các nội dung được ứng dụng thương mại điện tử. Cụ thể:

+ Việc phát triển các sản phẩm số ở Việt Nam sẽ phải thừa nhận với các sản phẩm số của một trong các nước thành viên do có nội dung chưa phù hợp với các vấn đề văn hóa, chính trị, an ninh... của Việt

Nam nhưng lại được nước khác thừa nhận lưu hành.

+ Việc bảo vệ người tiêu dùng ở Việt Nam cũng kém hơn các quốc gia khác, đặc biệt là người tiêu dùng trong thương mại điện tử. Cam kết ghi rõ phải áp dụng các biện pháp bảo vệ người tiêu dùng tránh lừa đảo, gian lận thương mại... đương nhiên các biện pháp hiện nay của nước ta chưa đủ mạnh và đúng mực. Vì vậy, cần phải thay đổi lại quy định này trong luật thương mại, cho phép người tiêu dùng đòi trả lại hàng trong thời gian nhất định. Phải xuất hóa đơn và nộp thuế đúng tên và có chiết khấu phù hợp. Khi doanh nghiệp xuất bán qua mạng được coi là doanh thu bán hàng, các click của khách hàng có hiệu lực như là đặt hàng và các nghĩa vụ thanh toán coi như là có hiệu lực như cam kết hợp đồng.

+ Quy định về thông tin cá nhân phải theo các nguyên tắc và hướng dẫn của các tổ chức quốc tế, bảo vệ thông tin cá nhân... cũng là cam kết bắt buộc. Trong khi đó ở nước ta việc bị lợi dụng thông tin cá nhân đầy rẫy trên mạng thương mại điện tử, mạng truyền thông... các cá nhân và tổ chức vi phạm vẫn không nhận thấy là hành vi sai trái, hoặc có biết mà vẫn thực thi sẽ là nguy hại tới thực thi cam kết.

+ Việc ngăn chặn tin rác và các vi phạm được bồi thường ở Việt Nam cũng rất hạn chế, trong khi đó ở các nước khác thì các bên xâm phạm khó thoát được tội này. Không có chế tài đủ mạnh cũng sẽ khó bảo vệ được nguyên lợi và nghĩa vụ của các bên tham gia thương mại điện tử.

+ Các ngành dịch vụ có hạn chế hoặc có điều kiện như dịch vụ pháp lý, kiểm toán, thú y, phân phối, nông lâm ngư nghiệp, viễn thông, giáo dục, văn hóa... phải có quy định công bố công khai. Các nội dung này khi ứng dụng truyền thông trên thương mại điện tử rất dễ bị vi phạm.

+ Các biện pháp hành chính cũng được cam kết quá nhiều nên cũng sẽ ảnh hưởng tới chức năng nhiệm vụ kiểm soát của các cơ quan quản lý. Lâu nay các cơ quan này đã khá cồng kềnh và chưa giải xong các bài toán về cải cách hành chính. Vì vậy, cần phát triển thêm các dịch vụ công, các biện pháp kinh tế và các quy định kỹ thuật trong thương mại điện tử.

Như vậy, trên giác độ tác động giữa các quốc gia thành viên của TPP về các lĩnh vực thương mại điện tử và lợi thế quốc gia có thể thấy Việt Nam có ưu thế hơn về các lĩnh vực thực phẩm, quần áo, giày dép và

đồ gỗ. Khả năng phát triển mạnh sang các thị trường nước khác và ứng dụng tốt thương mại điện tử trong kinh doanh. Trong khi đó các lĩnh vực thương mại điện tử về mỹ phẩm, phim ảnh... Việt Nam sẽ nhập nhiều hơn.

4. Các kiến nghị, giải pháp thực thi các cam kết của Hiệp định TPP đối với thương mại điện tử tại Việt Nam

4.1. Tiếp tục tăng cường cải cách thủ tục hành chính, sửa đổi các nội dung luật, nghị định, thông tư và chế tài thực thi pháp luật liên quan đến thương mại điện tử

4.1.1. Đối với ngành thương mại điện tử nói chung

Trong việc cải cách thủ tục hành chính Việt Nam rà soát và phân đoạn các công việc hành chính công và quản lý Nhà nước rõ ràng hơn. Một số dịch vụ và lĩnh vực chuyển sang dịch vụ và cho tư nhân đầu thầu thực hiện sẽ tốt hơn để các bộ phận của cơ quan quản lý thực thi nên cơ chế “vừa đá bóng, vừa thổi còi” “lợi ích cục bộ”, “lợi ích hành chính” vẫn diễn ra thường xuyên. Có lộ trình chuyển dần các lĩnh vực còn được bảo hộ, cam kết bảo lưu sang cơ chế thị trường, tách bạch yêu cầu an ninh quốc phòng với mục tiêu kinh doanh như xăng dầu, năng lượng. Nhà nước có những nhu cầu về an ninh, quốc phòng thì theo cơ chế đặt hàng cung ứng còn lại cho phép vận hành theo cơ chế thị trường. Các dịch vụ công chuyển sang cơ chế phục vụ và có thu sẽ có bồi thường và có quỹ thực thi việc cam kết bồi thường đó.

Cơ chế tự kiểm soát và giám sát lẫn nhau minh bạch, công khai. Yêu cầu các trang web, các trang điện tử phải đăng công khai các điều kiện kinh doanh ngành nghề thay vì phải thành lập các bộ phận giám sát tại các cơ quan công quyền. Các hành vi giao dịch điện tử được thừa nhận tính pháp lý và bảo vệ tối đa người tiêu dùng trên các trang giao dịch điện tử. Thiết lập các quy định thương mại về nghĩa vụ và trách nhiệm đối với sản phẩm và dịch vụ của bên cung cấp thông qua thương mại điện tử.

Tăng cường các chế tài thực thi pháp luật khi có tranh chấp xảy ra trong thương mại điện tử. Thừa nhận một số án lệ, tiền lệ hợp lý và phổ biến, phổ thông là các quy định có tính chất pháp lý tương đương. Xóa bỏ các cơ chế cơ quan quản lý trở thành các trọng tài phán xét ngữ nghĩa của các văn bản pháp luật, nghị định, thông tư... Cần có những phản

biện độc lập, mô hình đánh giá tác động chính sách rõ ràng hơn trước khi áp dụng và thực thi.

4.1.2. Đối với các doanh nghiệp cung cấp hạ tầng công nghệ, dịch vụ thương mại điện tử

Nhà nước tạo điều kiện tham gia và rút lui khỏi thị trường minh bạch và công bằng hơn. Loại bỏ các thủ tục tham gia thị trường và cơ chế xin cho trong cấp phép kinh doanh. Trong lĩnh vực kinh doanh này có tới 47 trên tổng số 91 doanh nghiệp được cấp phép mà chưa hoạt động. Điều đó cho thấy điều kiện kinh doanh chưa đủ thì chưa nên cấp, không cấp phép kiểu “giữ chỗ” sẽ mất cơ hội cho các nhà kinh doanh khác. Nhà nước cương quyết loại bỏ các doanh nghiệp không đủ điều kiện kinh doanh thì thu hồi giấy phép và thắt chặt việc cấp phép cho doanh nghiệp đủ điều kiện.

Việc thực thi cam kết các quy định của Hiệp định TPP khi được phê chuẩn sẽ phát sinh mâu thuẫn với các luật, nghị định và thông tư liên quan đến thương mại điện tử. Việc rà soát và sửa đổi các luật và văn bản dưới luật liên quan đến thương mại điện tử luôn là cần thiết và chuẩn bị càng tốt sẽ hỗ trợ cho thực thi cam kết tốt hơn, ít xung đột và tranh chấp hơn. Điều đó cũng đồng nghĩa với các luật quốc gia phải sửa đổi nhằm đáp ứng chuẩn mực quốc tế trong thương mại điện tử.

Luật Thương mại sửa đổi những quy phạm về phương thức kinh doanh và các cam kết mang tính đặc thù trong thương mại điện tử. “Những quy định về giao dịch trong chào giá, đặt hàng, cam kết mua bán nên chuyển đổi theo các quy định của Công ước Viên 1980 về hợp đồng mua bán hàng hóa” (Tạ Lợi, 2011). Sửa đổi từ các định nghĩa về hợp đồng giao dịch mua bán đến hình thức hợp đồng (liên quan đến hình thức giao kèo qua mạng internet cũng phải được thừa nhận), xử lý tranh chấp, cam kết giao hàng, khiếu nại hàng hóa (cho phép bảo vệ người tiêu dùng khi có quyền đòi trả và bảo hành trong 1 thời hạn nhất định); việc từ chối mua hàng; quyền hủy hợp đồng; thanh toán và địa điểm thanh toán; bảo hộ pháp lý.

4.2. Tăng cường các biện pháp kỹ thuật trong thương mại điện tử

Các cơ quan quản lý, doanh nghiệp... có các biện pháp kỹ thuật nhằm ngăn chặn sớm các gian lận, các vụ xâm nhập và vi phạm. Nên áp dụng các biện pháp cảnh báo sớm với các trang web có nội dung chưa phù hợp bằng các giải pháp kỹ thuật. Có danh

mục công khai các trang web vi phạm và tên tuổi các công ty, cá nhân đã vi phạm, đưa các danh mục này mục cần kiểm soát và truyền thông. Ngoài ra, các biện pháp an toàn trong giao dịch thương mại điện tử và các thông tin khách hàng cũng cần được quan tâm thích đáng và bảo vệ. Quy định rõ trách nhiệm bồi thường trong quản trị và sử dụng thông tin mạng của các bên cung cấp dịch vụ, hàng hóa... đối với người tiêu dùng. Cần có biện pháp kỹ thuật và hướng dẫn họ thực hiện.

4.3. Tăng cường công tác truyền thông, tập huấn và tuyên truyền về TPP và thương mại điện tử

Các bên tham gia giao dịch thương mại điện tử có xu hướng ngày càng tăng nhanh. Khi được bảo vệ tốt nhất có thể thì rõ ràng người sử dụng có sự tin tưởng sẽ thực hiện giao dịch qua mạng nhiều hơn. Các công ty nước ngoài thường có kinh nghiệm quản trị mạng tốt hơn rất dễ chiếm lĩnh lĩnh vực thương mại điện tử. Khi họ thống lĩnh các giao dịch thương mại điện tử tất yếu sẽ làm chủ thị trường và các thương hiệu lớn, các thương hiệu có giá trị trong các ngành và lĩnh vực thương mại rất dễ bị họ chi phối. Các công ty Việt Nam sẽ bị lệ thuộc và làm gia công thuê cho các thương hiệu đó nếu không có công tác chuẩn bị tham gia thương mại điện tử sớm. Các doanh nghiệp Việt Nam đa phần là vừa và nhỏ

nên cần hỗ trợ cả về thông tin và các biện pháp tuyên truyền đào tạo nâng cao kiến thức. Nhà nước nên tập trung vào truyền thông và tập huấn hỗ trợ từ sớm giúp doanh nghiệp chuẩn bị tốt khi tham gia thương mại điện tử và thực thi các cam kết trong TPP.

4.4. Tăng cường hỗ trợ đầu tư hạ tầng cơ sở thương mại điện tử

Các công ty tham gia cần tăng cường các giải pháp đầu tư cơ sở hạ tầng cho thương mại điện tử. Các máy chủ và các hạ tầng thiết bị truyền dẫn, đầu cuối cần được phát triển mạnh hơn nữa. Đặc biệt là hạ tầng viễn thông và các máy chủ lưu trữ, tốc độ mạng còn quá chậm, số máy chủ còn quá ít, khả năng bị xâm thực quá cao. Thương mại điện tử có vai trò lớn và giúp thương mại quốc tế tăng nhanh khi được đầu tư thích đáng. Lợi thế quốc gia theo tiêu chí thương mại điện tử ngày càng quan trọng và hiện hữu không chỉ cần e-business mà còn e-government, e-learning... Vì vậy, tất cả các giao dịch, mạng, dữ liệu... đều nằm ở máy chủ nước ngoài thì tất yếu sẽ bất lợi cho Việt Nam. Nếu có kế hoạch và lộ trình đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng cho thương mại điện tử, Việt Nam sẽ dần thoát khỏi tình trạng lệ thuộc này và phát triển mạnh mẽ thương mại điện tử tại Việt Nam. □

Tài liệu tham khảo

- Bộ Thông tin và Truyền thông (2015), *Báo cáo chỉ số sẵn sàng cho phát triển và ứng dụng công nghệ thông tin – truyền thông Việt Nam năm 2014*, Hội thảo Vietnam ICT Index 2014, Hạ Long, 8/2014.
- Cục Thương mại điện tử và công nghệ thông tin – Bộ Công Thương (2016), *Báo cáo thương mại điện tử Việt Nam 2015*, Hà Nội.
- CIEM, DoE và GSO (2012), *Năng lực cạnh tranh và công nghệ ở cấp độ doanh nghiệp ở Việt Nam*, Hà Nội.
- Phòng Thương mại và công nghiệp Việt Nam (2016), *Cẩm nang doanh nghiệp – Tóm lược Hiệp định Đối tác Xuyên Thái Bình Dương*, Trung tâm WTO và Hội nhập – Phòng thương mại và công nghiệp Việt Nam, Hà Nội.
- Quốc hội nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam [Quốc hội] (2016), *Tài liệu toàn văn về Hiệp định đối tác xuyên Thái Bình Dương*, Ủy ban đối ngoại Quốc hội, Hà Nội.
- Tạ Lợi (2011), ‘Tiếp cận công nghệ thế giới trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế- Con đường tham gia chuỗi giá trị toàn cầu và phát triển kinh tế bền vững của Việt Nam’, *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 9/2011.