

NGHĨA VỤ “ĐỌC VÀ HIỂU RÕ” TRONG HỢP ĐỒNG BẢO HIỂM NHÂN THỌ: BẮT CẬP VÀ ĐỊNH HƯỚNG HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT TỪ GÓC ĐỘ BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG

ĐỖ LỆNH QUÂN*

Bài viết phân tích quy định về nghĩa vụ “đọc và hiểu rõ” của bên mua bảo hiểm theo Luật Kinh doanh bảo hiểm năm 2022 (sửa đổi, bổ sung năm 2025) dưới góc độ bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong bối cảnh bất cân xứng thông tin. Kết quả nghiên cứu cho thấy, đối với các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ phức tạp, quy định này đang đặt ra một yêu cầu vượt quá năng lực nhận thức thực tế của người mua, đồng thời tạo kẽ hở để doanh nghiệp bảo hiểm dựa vào các xác nhận mang tính hình thức nhằm giảm nhẹ trách nhiệm giải thích và cung cấp thông tin. Trên cơ sở tham chiếu kinh nghiệm của Nhật Bản, Hoa Kỳ, bài viết đề xuất một số định hướng hoàn thiện pháp luật theo hướng tăng cường trách nhiệm minh bạch thông tin của doanh nghiệp bảo hiểm, kiểm soát giá trị pháp lý của các xác nhận “đã đọc, đã hiểu” và bảo đảm sự cân bằng quyền, nghĩa vụ giữa các bên trong quan hệ bảo hiểm nhân thọ.

Từ khóa: Nghĩa vụ đọc và hiểu rõ; hợp đồng; bảo hiểm nhân thọ; bảo vệ người tiêu dùng; hoàn thiện pháp luật.

This article examines the obligation to “read and fully understand” insurance contracts as prescribed in the 2022 Law on Insurance Business (amended and supplemented in 2025) from the perspective of consumer protection in the context of information asymmetry. The study finds that for complex life insurance products, this provision imposes a requirement that often exceeds policyholders' actual cognitive capacity. At the same time, it may create a legal loophole that allows insurers to rely on formal declarations that policyholders have “read and understood” the contract to mitigate their responsibility to provide explanations and disclose material information. Based on the experiences of Japan and the United States, the article proposes several legal reform directions aimed at strengthening insurers' transparency and disclosure obligations, regulating the legal effect of acknowledgements stating that policyholders have “read and understood” contractual documents, and ensuring a fair balance of rights and obligations between parties in life insurance relationships.

Keywords: Read and fully understand obligation; contract; life insurance; consumer protection; legal reform.

NGÀY NHẬN: 20/3/2026

NGÀY PHẢN BIỆN, ĐÁNH GIÁ: 26/5/2026

NGÀY DUYỆT: 18/6/2026

DOI: <https://doi.org/10.59394/qlnn.365.2026.1533>

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh thị trường tài chính ngày càng phức tạp, bảo hiểm nhân thọ nổi lên như một loại hình giao dịch đặc thù với hệ

thống thuật ngữ chuyên ngành và cấu trúc

* NCS của Trường Đại học Luật TP. Hồ Chí Minh

hợp đồng theo mẫu có dung lượng lớn. Quy định về nghĩa vụ “đọc và hiểu rõ” của bên mua bảo hiểm tại khoản 2 Điều 21 *Luật Kinh doanh bảo hiểm* năm 2022 (sửa đổi, bổ sung năm 2025) dù thể hiện nguyên tắc tự chịu trách nhiệm dân sự nhưng đang đặt ra những thách thức lớn về tính khả thi do sự bất cân xứng thông tin trầm trọng. Trong bối cảnh bất cân xứng thông tin, việc pháp luật đặt gánh nặng “hiểu rõ” lên vai người tiêu dùng đang có nguy cơ biến quy định này thành “công cụ miễn trừ trách nhiệm” cho doanh nghiệp bảo hiểm, dẫn đến những tranh chấp kéo dài và làm suy giảm niềm tin thị trường. Bài viết phân tích những bất cập của nghĩa vụ “đọc và hiểu rõ”; đồng thời, tham khảo kinh nghiệm lập pháp từ Nhật Bản và Hoa Kỳ để định hình các giải pháp hoàn thiện pháp luật, bảo đảm sự cân bằng lợi ích trong lĩnh vực kinh doanh bảo hiểm tại Việt Nam hiện nay.

2. Những bất cập trong việc thực hiện nghĩa vụ “đọc và hiểu rõ”

2.1. Quy định của pháp luật hiện hành

Điểm b khoản 2 Điều 21 *Luật Kinh doanh bảo hiểm* năm 2022 (sửa đổi, bổ sung năm 2025) quy định rõ nghĩa vụ của bên mua bảo hiểm: “Đọc và hiểu rõ điều kiện, điều khoản bảo hiểm, quyền, nghĩa vụ của bên mua bảo hiểm khi giao kết hợp đồng bảo hiểm”. Tiếp đó, ngày 10/12/2025 Quốc hội ban hành Luật số 139/2025/QH15 (sửa đổi, bổ sung một số điều của *Luật Kinh doanh bảo hiểm* năm 2022), song các sửa đổi này chủ yếu tập trung vào việc tăng cường công tác quản lý nhà nước và siết chặt hoạt động đại lý bảo hiểm. Trong khi đó, quy định cốt lõi về nghĩa vụ “đọc và hiểu rõ” của bên mua bảo hiểm tại Điều 21 vẫn được giữ nguyên, cho thấy nhà làm luật tiếp tục khẳng định vai trò của nghĩa vụ này trong quan hệ hợp đồng bảo hiểm.

Về mặt hình thức, quy định trên xuất phát từ nguyên tắc tự do, tự nguyện và trách nhiệm dân sự. Theo đó, bên mua bảo hiểm

phải chủ động tìm hiểu nội dung hợp đồng trước khi xác lập quan hệ pháp lý với doanh nghiệp bảo hiểm. Tuy nhiên, trong thực tiễn giải quyết tranh chấp, quy định này thường được các doanh nghiệp bảo hiểm sử dụng như một căn cứ pháp lý quan trọng để miễn trừ trách nhiệm giải thích của mình. Nếu bên mua đã ký vào mục “Tôi xác nhận đã đọc, hiểu rõ...” thì Tòa án thường có xu hướng công nhận bên mua đã hiểu toàn bộ nội dung hợp đồng.

2.2. Những bất cập và rào cản thực tiễn đối với người mua bảo hiểm

Thứ nhất, rào cản nhận thức do tính phức tạp và độ dài của hợp đồng bảo hiểm nhân thọ: (1) Về quy mô và dung lượng thông tin: một bộ hợp đồng bảo hiểm nhân thọ đầy đủ thường từ 50 - 100 trang, bao gồm: quy tắc điều khoản, bảng minh họa quyền lợi, hồ sơ yêu cầu và các phụ lục. Trong điều kiện giao kết thông thường, việc yêu cầu một người tiêu dùng đọc toàn bộ, đối chiếu và hiểu đầy đủ nội dung của khối lượng tài liệu này trong thời gian ngắn là rất khó khả thi; (2) Về thuật ngữ chuyên môn: hợp đồng bảo hiểm nhân thọ sử dụng nhiều thuật ngữ mang tính kỹ thuật và chuyên ngành, như: “giá trị hoàn lại”, “phí bảo hiểm rủi ro”, “giá đơn vị quỹ”, “lãi suất kỹ thuật”, “loại trừ trách nhiệm bảo hiểm”. Đối với phần lớn người mua bảo hiểm không có kiến thức chuyên môn về bảo hiểm hoặc tài chính, việc hiểu đúng bản chất pháp lý và tác động của các thuật ngữ này là một thách thức đáng kể. Do đó, giả định rằng, mọi bên mua bảo hiểm đều có khả năng “đọc và hiểu rõ” toàn bộ nội dung hợp đồng là chưa thực sự phù hợp với thực tiễn giao dịch.

Thứ hai, sự thiếu cân bằng giữa nghĩa vụ “đọc - hiểu” của bên mua và nghĩa vụ giải thích của bên bán. Mặc dù Điều 20 *Luật Kinh doanh bảo hiểm* năm 2022 (sửa đổi, bổ sung năm 2025) quy định doanh nghiệp bảo hiểm có trách nhiệm giải thích điều khoản nhưng việc *Luật* quy định nghĩa vụ đọc và hiểu của

bên mua đã tạo ra một sự xung đột. Cụ thể: doanh nghiệp bảo hiểm thường thiết kế quy trình bán hàng theo hướng “tư vấn viên chỉ nói về quyền lợi (lãi suất, bảo vệ); lướt qua hoặc giấu đi các điểm loại trừ và chi phí”; đồng thời, doanh nghiệp bảo hiểm yêu cầu khách hàng ký xác nhận vào các văn bản mẫu đã in sẵn dòng chữ “đã đọc và hiểu”. Khi tranh chấp xảy ra, doanh nghiệp bảo hiểm lập luận: “dù đại lý có tư vấn chưa kỹ nhưng khách hàng đã ký xác nhận là đã hiểu, tức là khách hàng đã tự mình tìm hiểu và chấp nhận rủi ro”. Hệ quả là nghĩa vụ giải thích của doanh nghiệp bảo hiểm có nguy cơ bị giảm lược thành một thủ tục mang tính hình thức, trong khi phần lớn rủi ro pháp lý lại được chuyển sang phía người mua bảo hiểm.

Thứ ba, rủi ro trong giao kết bảo hiểm trực tuyến. Thông qua cơ chế “click” trên các ứng dụng hoặc website, bộ hợp đồng hàng trăm trang được gói gọn trong một đường link. Bên mua chỉ cần tích vào ô “Tôi đồng ý với Điều khoản sử dụng” là giao dịch có thể hoàn tất. Nghiên cứu hành vi tiêu dùng cho thấy, hầu hết người tiêu dùng đều bỏ qua việc đọc văn bản dài trên màn hình điện thoại/máy tính và tích “Đồng ý” theo thói quen để hoàn tất thủ tục nhanh chóng. Rủi ro trong cách xác nhận này là doanh nghiệp bảo hiểm thiết kế giao diện người dùng để nhanh chóng chốt hợp đồng bảo hiểm, không tối ưu hóa việc truyền tải thông tin rủi ro. Do vậy, việc pháp luật công nhận giá trị của cú “click” này ngang bằng với việc đã đọc và hiểu rõ là chưa sát với thực tế, đẩy người mua vào thế rủi ro khi họ chưa thực sự tiếp nhận thông tin về các điểm loại trừ quan trọng.

Nhìn chung, sự bất hợp lý của quy định tại Điều 21 *Luật Kinh doanh bảo hiểm* năm 2022 (sửa đổi, bổ sung năm 2025) được bộc lộ rõ nét nhất khi đem đối chiếu với *Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng* năm 2023. Xét về bản chất, hợp đồng bảo hiểm nhân thọ là một dạng hợp đồng theo mẫu do doanh

nghiệp bảo hiểm đơn phương soạn thảo. Theo pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng, đối với loại hợp đồng này, trách nhiệm cung cấp thời gian hợp lý để người tiêu dùng nghiên cứu và công khai, minh bạch rõ ràng các điều khoản luôn thuộc về bên cung cấp dịch vụ (Điều 26 *Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng* năm 2023). Hơn thế nữa, trong trường hợp hiểu khác nhau về nội dung hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung thì việc giải thích được thực hiện theo hướng có lợi cho người tiêu dùng (Điều 24).

Tuy nhiên, thực tiễn xét xử và áp dụng *Luật Kinh doanh bảo hiểm* hiện nay lại đi ngược lại xu hướng này do quy định hiện hành về nghĩa vụ “đọc và hiểu rõ” đang đặt ra một tiêu chuẩn quá cao so với năng lực thực tế của người tiêu dùng nói chung và bên mua bảo hiểm nói riêng; đồng thời, trao cho doanh nghiệp bảo hiểm một “tấm khiên” quá lớn để tự bảo vệ mình trước việc tư vấn sai lệch. Sự bất cân xứng này đòi hỏi phải có cơ chế can thiệp để xác định lại giá trị pháp lý của chữ ký xác nhận, chuyển trọng tâm từ người mua phải tự hiểu sang người bán phải bảo đảm người mua đã hiểu.

3. Kinh nghiệm quốc tế về giới hạn nghĩa vụ của bên mua và trách nhiệm giải trình của doanh nghiệp bảo hiểm

Để giải quyết mâu thuẫn giữa tính phức tạp của hợp đồng và giới hạn nhận thức của người tiêu dùng, pháp luật các nước đã chuyển dịch từ nguyên tắc “người mua hãy tự cẩn trọng” sang nguyên tắc “người bán phải minh bạch và chịu trách nhiệm”.

3.1. Tại Nhật Bản

Nhật Bản đã xây dựng một hành lang pháp lý đa tầng, chuyển đổi triết lý từ việc đòi hỏi người mua phải tự đọc hiểu sang bắt buộc người bán phải giải thích thực chất thông qua việc thực hiện nền tảng pháp lý đa tầng và sự giám sát liên ngành. Việc bảo vệ

người tham gia bảo hiểm nhân thọ không chỉ dựa vào *Luật Hợp đồng Bảo hiểm* năm 2008¹ mà còn bị chi phối mạnh mẽ bởi *Luật Hợp đồng người tiêu dùng*², đặc biệt là *Đạo luật Các công cụ tài chính và giao dịch* - FIEA³. Điểm đột phá của pháp luật Nhật Bản là sự thay đổi về tư duy quản lý. Đối với các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ có yếu tố đầu tư như bảo hiểm liên kết đơn vị, pháp luật Nhật Bản xếp vào nhóm hợp đồng bảo hiểm đặc thù. Do bản chất chứa đựng rủi ro mất vốn, các sản phẩm này bị áp dụng các quy tắc khắt khe của FIEA thay vì chỉ áp dụng luật bảo hiểm thông thường⁴.

Bên cạnh đó, nghĩa vụ giải thích có nội hàm khắt khe thể hiện qua *Luật Kinh doanh Bảo hiểm Nhật Bản* - IBA9 (quy định rõ doanh nghiệp bảo hiểm và đại lý phân phối có nghĩa vụ cung cấp thông tin và nghĩa vụ giải thích) và *Đạo luật các công cụ tài chính và giao dịch* (quy định doanh nghiệp bảo hiểm không thể dùng chung một cách giải thích cho mọi khách hàng). Việc giải thích phải được cá biệt hóa dựa trên độ tuổi, kinh nghiệm tài chính, mục đích tham gia và khả năng chịu đựng rủi ro của từng khách hàng. Đặc biệt, người tư vấn phải chủ động chỉ rõ hoạt động của cơ chế trừ, rủi ro sụt giảm giá trị tài khoản và các điều khoản loại trừ trách nhiệm phải được nhấn mạnh bằng văn bản tóm tắt và lời nói⁵.

Điểm khác biệt cốt lõi và mang tính trừng phạt cao nhất của pháp luật Nhật Bản là việc xử lý giá trị của “chữ ký xác nhận”. Tại Việt Nam, chữ ký “đã đọc, đã hiểu” ở cuối hợp đồng thường được doanh nghiệp bảo hiểm và tòa án xem là lá chắn pháp lý, đẩy rủi ro nhận thức cho bên mua. Tuy nhiên, theo *Luật Hợp đồng người tiêu dùng Nhật Bản*, chữ ký tổng quát đó không có giá trị miễn trừ trách nhiệm tuyệt đối⁶. Khi xảy ra tranh chấp (ví dụ: khách hàng khiếu nại không biết về một điều, khoản loại trừ),

gánh nặng chứng minh hoàn toàn thuộc về doanh nghiệp bảo hiểm.

Doanh nghiệp bảo hiểm phải đưa ra được các bằng chứng, như: bảng câu hỏi kiểm tra nhận thức có chữ ký xác nhận riêng biệt vào từng điều khoản bất lợi hoặc băng ghi âm quá trình tư vấn để chứng minh rằng đại lý đã giải thích rành mạch điều khoản đó. Hệ quả pháp lý: nếu doanh nghiệp bảo hiểm thất bại trong việc chứng minh đã thực hiện đầy đủ “nghĩa vụ giải thích” thì điều khoản loại trừ/bất lợi đó sẽ bị tòa án tuyên bố vô hiệu và không có hiệu lực áp dụng đối với khách hàng. Doanh nghiệp bảo hiểm buộc phải bồi thường cho khách hàng mặc dù khách hàng đã ký tên vào bộ hợp đồng⁷.

Kinh nghiệm từ Nhật Bản cho thấy, việc pháp luật Việt Nam quy định nghĩa vụ “đọc và hiểu rõ” đối với bên yếu thế là không thỏa đáng. Thay vào đó, việc thiết lập các chế tài dân sự nghiêm khắc (vô hiệu hóa điều khoản và chuyển gánh nặng chứng minh cho doanh nghiệp bảo hiểm) sẽ là đòn bẩy buộc doanh nghiệp bảo hiểm phải tự nâng cấp quy trình minh bạch thông tin, từ đó, giải quyết tận gốc vấn đề bất cân xứng thông tin trên thị trường bảo hiểm nhân thọ.

3.2. Tại Hoa Kỳ

Hoa Kỳ đã áp dụng học thuyết kỳ vọng hợp lý và sự can thiệp của Tòa án vào các “thỏa thuận nhấp chuột”. Nhận thức rõ sự bất bình đẳng quyền lực trong các hợp đồng gia nhập do doanh nghiệp bảo hiểm đơn phương soạn thảo, các tòa án tại Hoa Kỳ đã phát triển một công cụ pháp lý mạnh mẽ để bảo vệ bên yếu thế dựa trên học thuyết kỳ vọng hợp lý. Về bản chất, học thuyết này quy định: khi giải quyết tranh chấp, ý nghĩa của hợp đồng bảo hiểm không được giải thích theo lăng kính kỹ thuật, câu chữ chuyên ngành khó hiểu của các chuyên gia bảo hiểm hay luật sư mà phải được giải thích theo sự hiểu biết và kỳ vọng hợp lý của một người

tiêu dùng⁸. Về cách áp dụng, tòa án Hoa Kỳ nghiêm khắc với các điều khoản chữ nhỏ. Nếu doanh nghiệp bảo hiểm cố tình che giấu một điều khoản loại trừ trách nhiệm ở những trang cuối của hợp đồng hoặc sử dụng từ ngữ dễ gây nhầm lẫn, đa nghĩa khiến khách hàng không biết rủi ro đó bị loại trừ, Tòa án có toàn quyền tuyên bố điều khoản loại trừ đó bị vô hiệu. Điểm chính của học thuyết này là: điều khoản bất lợi sẽ mất hiệu lực bất kể việc người mua đã đọc, đã đặt bút ký xác nhận vào hợp đồng hay chưa⁹. Tòa án cho rằng, người mua ký hợp đồng với kỳ vọng cốt lõi là được bảo vệ, việc doanh nghiệp bảo hiểm dùng thủ thuật câu chữ để tước đoạt kỳ vọng đó là hành vi vi phạm sự thiện chí.

Đặc biệt, Tòa án Hoa Kỳ đã thiết lập các rào cản nghiêm ngặt đối với hình thức “thỏa thuận nhấp chuột”. Để chữ ký điện tử có giá trị, doanh nghiệp bảo hiểm bị buộc phải thiết kế giao diện sao cho người dùng không thể bỏ qua thông tin. Cụ thể, Tòa án Hoa Kỳ ủng hộ các biện pháp kỹ thuật, như: bắt buộc người dùng phải cuộn chuột hết thanh văn bản điều khoản hoặc phải lưu lại trang hiển thị điều khoản loại trừ trong một khoảng thời gian tối thiểu trước khi nhấn nút “Tôi đồng ý”¹⁰. Nếu doanh nghiệp bảo hiểm thiết kế giao diện có chủ ý “đẩy nhanh tốc độ chốt ký hợp đồng”, che giấu nội dung pháp lý ràng buộc, khiến người dùng thực hiện việc xác nhận trong điều kiện thiếu sự nhận biết đầy đủ về nội dung được dẫn chiếu, giao kết đó sẽ bị Tòa tuyên vô hiệu.

4. Một số giải pháp

Một là, giảm tải gánh nặng nhận thức cho người mua: không thể ép buộc bên mua bảo hiểm phải “đọc và hiểu rõ” một hợp đồng tài chính quá dài với các thuật ngữ chuyên ngành khó hiểu. Pháp luật cần thu hẹp phạm vi của nghĩa vụ đọc hiểu vào những tài liệu cốt lõi nhất.

Hai là, tăng cường trách nhiệm minh bạch hóa của người bán: buộc doanh nghiệp

bảo hiểm phải thực hiện nghĩa vụ tóm tắt, giải thích và làm nổi bật các rủi ro, chi phí ẩn bằng ngôn ngữ phổ thông.

Ba là, loại bỏ hiệu lực che chắn mang tính tuyệt đối của chữ ký mang tính hình thức: chữ ký xác nhận “đã đọc, đã hiểu” không được xem là bằng chứng miễn trừ trách nhiệm tư vấn của doanh nghiệp bảo hiểm. Nếu doanh nghiệp bảo hiểm không chứng minh được quá trình tư vấn thực chất và có sự thấu hiểu của khách hàng, các điều khoản loại trừ bất lợi sẽ bị vô hiệu hóa (tiếp thu học thuyết kỳ vọng hợp lý của Hoa Kỳ và nghĩa vụ giải thích của Nhật Bản).

Bốn là, chuyển hóa thời gian cân nhắc thành công cụ kiểm tra thực chất. Mặc dù Điều 35 *Luật Kinh doanh bảo hiểm* năm 2022 (sửa đổi, bổ sung năm 2025) đã ghi nhận thời gian cân nhắc 21 ngày nhưng quy định này mới chỉ dừng lại ở việc tạo ra một khoảng thời gian thụ động cho bên mua, vẫn thiếu một quy trình giám sát chủ động từ phía doanh nghiệp bảo hiểm. Khoảng trống pháp lý này đã tạo kẽ hở để các doanh nghiệp bảo hiểm áp dụng nguyên tắc “sự im lặng của khách hàng là sự đồng ý”, khiến thời gian “cân nhắc trôi qua” một cách hình thức. Do đó, cần biến khoảng thời gian 21 ngày này thành một quy trình thẩm định ngược bắt buộc để doanh nghiệp bảo hiểm phải chủ động xác thực mức độ hiểu biết của khách hàng (thông qua các bước quy chuẩn bắt buộc như: thực hiện cuộc gọi kiểm tra độc lập, yêu cầu khách hàng trả lời bộ câu hỏi mở về các điểm loại trừ rủi ro), lấy kết quả đánh giá từ quy trình đó làm điều kiện quan trọng để duy trì hiệu lực hợp đồng.

Năm là, kiểm soát chặt chẽ thiết kế giao diện và quy trình trong giao dịch điện tử. Trong bối cảnh hợp đồng bảo hiểm ngày càng được số hóa, pháp luật không thể chỉ quản lý câu chữ mà phải quản lý cả thuật toán và giao diện người dùng. Cần cấm các thủ thuật thiết kế thao túng tâm lý, như: thiết

lập mặc định các ô “Tôi đồng ý” hoặc giấu các điều, khoản loại trừ dưới những đường dẫn khó tìm. Cần áp dụng các rào cản kỹ thuật như cuộn bắt buộc và thời gian chờ tối thiểu trước khi nút xác nhận được kích hoạt, sẽ giúp bỏ thói quen nhấp chuột ngay của người tiêu dùng, chuyển hóa việc đồng ý từ một phản xạ cơ học thành một hành vi có ý thức thực chất.

Sáu là, chuẩn hóa và phổ thông hóa ngôn ngữ hợp đồng bảo hiểm. Vấn đề là nguyên nhân khiến bên mua bảo hiểm không thể hoàn thành nghĩa vụ “đọc và hiểu rõ” do sự lạm dụng thuật ngữ phức tạp của các doanh nghiệp bảo hiểm nhằm tạo sự mơ hồ có lợi cho doanh nghiệp. Cần đặt ra nguyên tắc “ngôn ngữ minh bạch và dễ hiểu” như một tiêu chuẩn bắt buộc trong các quy tắc, điều khoản của sản phẩm bảo hiểm nhân thọ. Các thuật ngữ dễ gây hiểu nhầm (các thuật ngữ về dòng tiền đầu tư, lãi suất và loại trừ y khoa) phải được chuẩn hóa và giải thích theo cách hiểu thông thường; đồng thời, cấm sử dụng các cỡ chữ siêu nhỏ để giấu các quy định bất lợi cho bên mua.

5. Kết luận

Nghĩa vụ “đọc và hiểu rõ” của bên mua bảo hiểm không thể được xem xét một cách độc lập mà phải đặt trong mối tương quan hợp lý với năng lực nhận thức của người tiêu dùng và trách nhiệm chuyên môn của doanh nghiệp bảo hiểm. Việc pháp luật hiện hành công nhận hiệu lực của hợp đồng chỉ dựa trên chữ ký xác nhận hình thức mà thiếu đi các cơ chế kiểm chứng thực chất đang tạo ra sự bất bình đẳng trong quan hệ giao kết, đặc biệt đối với các sản phẩm nhân thọ liên kết đầu tư phức tạp.

Để lành mạnh hóa thị trường và khôi phục niềm tin, Việt Nam cần chuyển dịch tư duy lập pháp từ nguyên tắc “người mua hãy tự cẩn trọng” sang “người bán phải minh bạch và chịu trách nhiệm”. Việc hoàn thiện khung pháp lý thông qua việc bổ sung các quy định

về tài liệu tóm tắt trọng yếu, kiểm soát giao diện kỹ thuật và quy trình xác thực nhận thức không chỉ là giải pháp bảo vệ bên yếu thế mà còn là yêu cầu cấp thiết để bảo đảm sự phát triển bền vững của thị trường bảo hiểm trong kỷ nguyên số □

Chú thích:

1. *Insurance act of Japan (Act No.56 of June 6, 2008, amended by Act No. 45 of 2017)*. <https://www.japaneselawtranslation.go.jp>, truy cập ngày 15/5/2026.

2. *Article 4 Consumer Contract Act of Japan (Act No. 61 of May 12, 2000, as amended by Act No. 59 of 2022)*. <https://www.japaneselawtranslation.go.jp>, truy cập ngày 15/5/2026.

3. *Financial Instruments and Exchange Act of Japan (Act No. 25 of 1948, as amended by Act No. 68 of 2022)*. <https://www.japaneselawtranslation.go.jp>, truy cập ngày 15/5/2026.

4. *Article 40 Financial Instruments and Exchange Act of Japan (Act No. 25 of 1948, as amended by Act No. 68 of 2022)*.

5. *Article 300 Insurance Business Act of Japan (Act No. 105 of 1995, as amended by Act No. 45 of 2014)*. <https://www.japaneselawtranslation.go.jp>, truy cập ngày 15/5/2026.

6. *Article 8 Consumer Contract Act of Japan (Act No. 61 of May 12, 2000, as amended by Act No. 59 of 2022)*. <https://www.japaneselawtranslation.go.jp>, truy cập ngày 15/5/2026.

7. *Article 10 Consumer Contract Act of Japan (Act No. 61 of May 12, 2000, as amended by Act No. 59 of 2022)*. <https://www.japaneselawtranslation.go.jp>, truy cập ngày 15/5/2026.

8. Keeton, R. E. (1970). *Insurance Law Rights at Variance with Policy Provisions*. Harvard Law Review, Volume 83, No. 5, Page. 961 - 973.

9. *Collister v. Nationwide Life Insurance Co.*, 479 Pa. 579, 388 A.2d 1346. <https://law.justia.com>, June 13, 1978.

10. *Án lệ: Specht v. Netscape Communications Corp.*, 306 F.3d 17 (2d Cir. 2002). <https://law.justia.com>, truy cập ngày 15/5/2026.

Tài liệu tham khảo:

1. Quốc hội (2022, 2025). *Luật Kinh doanh bảo hiểm năm 2022 (sửa đổi, bổ sung năm 2025)*.

2. Quốc hội (2023). *Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023*.