

Đề xuất giải pháp giải quyết tranh chấp người tiêu dùng trên môi trường mạng

PHẠM TIẾN DŨNG*

Trong bối cảnh nền kinh tế ngày càng phát triển, quan hệ mua - bán giữa nhà cung cấp và người tiêu dùng ngày càng gia tăng, khi đó tranh chấp thương mại của người tiêu dùng cũng tăng theo. Để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, một trong những giải pháp được sử dụng nhiều hiện nay là xây dựng cơ chế giải quyết tranh chấp qua mạng.

SỰ CẦN THIẾT BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG

Trong giao dịch giữa người tiêu dùng với doanh nghiệp sẽ không có vấn đề gì xảy ra, nếu hàng hóa dịch vụ mà người tiêu dùng nhận được là tốt, đúng như giới thiệu ban đầu của các doanh nghiệp. Ngược lại, người tiêu dùng không nhận được hàng hóa, dịch vụ tương xứng với số tiền mình bỏ ra, hoặc không giống như giới thiệu của doanh nghiệp, lúc đó sẽ phát sinh tranh chấp. Trong trường hợp này sẽ xuất hiện các vấn đề về giải quyết tranh chấp của người tiêu dùng, đây là bước đảm bảo quyền lợi người tiêu dùng. Trên thực tiễn kinh doanh, khi đối mặt với các khiếu nại của người tiêu dùng, nếu các doanh nghiệp không giải quyết tốt sẽ gây ra khủng hoảng, mất lòng tin của người tiêu dùng, trường hợp xấu nhất có thể mất thị trường, thậm chí bị phá sản. Với toàn bộ nền kinh tế, nếu các tranh chấp giữa người tiêu dùng không được giải quyết triệt để, lòng tin của người tiêu dùng vào nền kinh tế, vào môi trường kinh doanh sẽ giảm sút, ảnh hưởng đến môi trường cạnh tranh quốc gia.

Theo quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, tranh chấp giữa người tiêu dùng và doanh nghiệp là việc người tiêu dùng hoặc tổ chức xã hội bảo vệ người tiêu dùng đề nghị doanh nghiệp giải quyết các yêu cầu liên quan tới hàng hóa, dịch vụ do doanh nghiệp cung cấp khi người tiêu dùng cho rằng

quyền và lợi ích hợp pháp của mình bị vi phạm. Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng quy định 4 phương thức giải quyết khiếu nại giữa người tiêu dùng và các cá nhân, tổ chức kinh doanh, đó là:

(i). Thương lượng

Thương lượng là việc người tiêu dùng phát hiện quyền, lợi ích hợp pháp bị vi phạm, có quyền gửi yêu cầu đến doanh nghiệp để thương lượng. Doanh nghiệp có trách nhiệm tiếp nhận, tiến hành thương lượng với người tiêu dùng trong thời hạn không quá 07 ngày làm việc, kể từ ngày nhận được yêu cầu.

Ưu điểm của phương thức này là thủ tục đơn giản, tiện lợi, giữ được hòa khí giữa hai bên, người tiêu dùng và doanh nghiệp có thể tự tìm ra tiếng nói chung về vấn đề cần giải quyết. Tuy nhiên, cũng do tính đơn giản của phương thức này là hai bên tự thỏa thuận với nhau, nên kết quả thương lượng không có tính khả thi cao, phụ thuộc vào thiện chí của hai bên.

(ii). Hòa giải

Hòa giải là việc doanh nghiệp và người tiêu dùng không thỏa thuận được với nhau, họ có quyền thỏa thuận lựa chọn bên thứ ba (là cá nhân hoặc tổ chức) để thực hiện việc hòa giải.

Đây là phương thức giải quyết tranh chấp phổ biến nhất giữa người tiêu dùng và doanh nghiệp, do phương thức này có những ưu điểm, như: đảm bảo khách quan, trung thực, không ép buộc, lừa dối, đảm bảo bí mật thông tin liên quan đến hòa giải. Nhược điểm của phương thức này là kết quả hòa giải thành không có tính pháp lý cao, không cưỡng chế thi hành, hiệu quả của phương thức hòa giải phụ thuộc vào thiện chí của các bên.

(iii). Trọng tài

Trọng tài là phương thức được sử dụng khi điều khoản trọng tài được tổ chức, cá nhân thông báo trước khi ký kết hợp đồng giao dịch và được người tiêu dùng

chấp thuận. Trong trường hợp điều khoản trọng tài do doanh nghiệp đưa vào hợp đồng theo mẫu hoặc điều kiện giao dịch chung nếu không được người tiêu dùng đồng ý, thì khi xảy ra tranh chấp, người tiêu dùng là cá nhân có quyền lựa chọn phương thức giải quyết tranh chấp khác.

Giá trị phán quyết của trọng tài là trung thực, tuy nhiên trình tự thủ tục tương đối phức tạp, người tiêu dùng không có quyền kháng nghị, kháng cáo và khởi kiện ra tòa nếu thấy quyết định của trọng tài chưa thỏa đáng. Hơn nữa, phí giải quyết vụ việc tại trọng tài thương mại thường cao so với giá trị các giao dịch của người tiêu dùng.

(iv). Tòa án

Vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là vụ án mà bên khởi kiện là người tiêu dùng, hoặc tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khởi kiện.

Giải quyết tranh chấp bằng tòa án là phương thức có tính pháp lý cao nhất để người tiêu dùng sử dụng nhằm bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của mình trước sự xâm hại của doanh nghiệp. Nhược điểm của phương thức này là: thủ tục pháp lý chặt chẽ, phức tạp, thời gian tố tụng kéo dài. Ngoài ra, các khoản án phí, lệ phí phải nộp trước cũng cao so với giá trị giao dịch của người tiêu dùng và điều quan trọng là tâm lý người tiêu dùng không muốn khởi kiện ra tòa án.

KINH NGHIỆM ỨNG DỤNG NỀN TẢNG INTERNET ĐỂ GIẢI QUYẾT TRANH CHẤP NGƯỜI TIÊU DÙNG

Theo Ủy ban ASEAN về Bảo vệ người tiêu dùng (2019), tại Malaysia, cơ quan quản lý tiếp nhận đơn khiếu nại người tiêu dùng bằng phần mềm cài đặt trên điện thoại di động. Cụ thể, Malaysia đã áp dụng phần mềm Whatsapp tiếp nhận đơn từ người tiêu dùng, có nghĩa là người tiêu dùng chỉ cần có điện thoại thông minh và có kết nối mạng, thì ở bất cứ nơi nào cũng có thể gửi đơn khiếu nại đến cơ quan bảo vệ người tiêu dùng quốc gia để được hỗ trợ và giải quyết.

Tương tự như Malaysia, hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại Myanmar rất được quan tâm. Cơ quan bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được thành lập dưới dạng cục, trực thuộc Bộ Thương mại với nhiều đơn vị trực thuộc; nhân sự cho công tác bảo vệ người tiêu dùng cũng khá dồi dào. Đối với hình thức tiếp nhận khiếu nại người tiêu dùng, Myanmar cũng đã áp dụng phần mềm tiếp nhận giải quyết khiếu nại người tiêu dùng qua điện thoại di động thông minh.

Ở Philippines, Chính phủ cũng triển khai áp dụng mô hình người tiêu dùng điện tử, theo đó xây dựng phần mềm tiếp nhận khiếu nại người tiêu dùng trên môi trường mạng, người tiêu dùng có thể truy cập mạng và điền các thông tin liên quan đến khiếu nại rồi gửi đến cơ quan bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Người tiêu dùng có thể truy cập phần mềm này bất cứ lúc nào để biết được tình trạng xử lý vụ việc, như: cán bộ xử lý, thời hạn

xử lý, kết quả xử lý, hoặc bổ sung thông tin, bằng chứng liên quan đến vụ việc...

Trong khi đó, Liên minh châu Âu đã xây dựng mô hình Giải quyết tranh chấp trực tuyến (ODR), cho phép các công dân và doanh nghiệp có thể giải quyết các tranh chấp tại thị trường nội địa cũng như tại các quốc gia khác nhau trong khối. Ưu điểm của mô hình ODR là: Xây dựng nền tảng công nghệ để tiếp cận cho các thiết bị khác nhau; Mẫu đơn khiếu nại có thể hoàn thành trong ba bước đơn giản; Xây dựng nền tảng công nghệ thuận tiện cho người khiếu nại hoàn thiện tất cả các thủ tục của quá trình khiếu nại qua mạng; Nền tảng công nghệ đa ngôn ngữ, có phần mềm hỗ trợ cho công dân các nước khác nhau có thể sử dụng ngôn ngữ của quốc gia mình để khiếu nại.

NHỮNG ĐỀ XUẤT CHO VIỆT NAM

Kết quả giải quyết khiếu nại người tiêu dùng thời gian qua

Ở Việt Nam, các khiếu nại người tiêu dùng thường được gửi đến cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng hoặc các hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên cả nước. Cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của Việt Nam bao gồm Cục Cảnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng (Bộ Công Thương) và sở công thương các tỉnh/thành phố.

Hàng năm, Cục Cảnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng tiếp nhận và giải quyết trên 1.000 vụ việc khiếu nại, con số này ngày càng tăng. Hình 1 cho thấy, nếu như năm 2012, chỉ có 263 vụ việc khiếu nại của người tiêu dùng gửi đến Cục Cảnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng, thì năm 2017 tăng lên 1.591 vụ việc.

Theo quy định của Luật Bảo vệ người tiêu dùng và các văn bản hướng dẫn, sở công thương các tỉnh, thành phố là đơn vị chịu trách nhiệm chính quản lý nhà nước và UBND cấp huyện là đơn vị được giao trách nhiệm chủ yếu trong việc tiếp nhận và giải quyết các yêu cầu của người tiêu dùng. Theo tổng hợp báo cáo từ các địa phương, trong năm 2012, các địa phương chưa tập trung nhiều vào việc tiếp nhận và giải quyết yêu cầu, khiếu nại của người tiêu dùng. Do đó, số lượng vụ việc trên toàn quốc chỉ khoảng 100 vụ việc. Đến giai đoạn 2013-2014, số lượng vụ việc tăng lên khoảng 300 vụ

việc mỗi năm. Đặc biệt, năm 2015 ghi nhận sự tiến bộ vượt bậc khi số lượng vụ việc được tiếp nhận và giải quyết tại các sở công thương và UBND cấp huyện đã tăng lên con số trên 500 vụ (Hình 2).

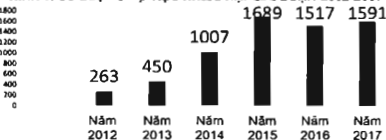
Ngoài Cục Cảnh tranh và Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và sở công thương các tỉnh, còn có 57 hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên cả nước cũng tham gia vào công tác giải quyết khiếu nại người tiêu dùng. Hàng năm, các hội này tiếp nhận và giải quyết hàng nghìn vụ khiếu nại.

Thách thức và giải pháp

Theo đánh giá tại Hội nghị sơ kết 05 năm thực hiện Nghị định số 52/2013/NĐ-CP về thương mại điện tử, hiện nay, Việt Nam có trên 50 triệu người dùng internet, chiếm 54% dân số, vượt mức trung bình của thế giới là 46,64% và đang trở thành quốc gia có tiềm lực mạnh về phát triển thương mại điện tử. Việt Nam có khoảng 33 triệu dân đã từng tham gia mua sắm trực tuyến ít nhất một lần trong năm. Thị trường thương mại điện tử bán lẻ tăng trưởng nhanh chóng từ 2,2 tỷ USD năm 2013 lên 6,2 tỷ USD năm 2018, đóng góp 3,8% doanh thu bán lẻ và dịch vụ tiêu dùng cả nước. Việc mua hàng trực tuyến dần trở thành hoạt động phổ biến của người dân, đặc biệt là người tiêu dùng thị khu vực thành thị. Điều đó đặt ra cho công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng nói chung và hoạt động giải quyết khiếu nại người tiêu dùng nói riêng phải có nghiên cứu các cách thức phương thức sao cho thuận tiện với người tiêu dùng và có thể sử dụng tiến bộ của thương mại điện tử cho công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

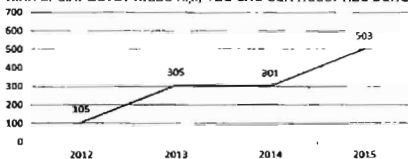
Như vậy, từ thực tiễn phát triển thương mại điện tử cũng như tranh chấp thương mại của người tiêu dùng ngày càng gia tăng, để tạo điều kiện cho người tiêu dùng trong nước, khuyến khích công dân nước ngoài đi du lịch mua và sử dụng hàng hóa, dịch vụ của Việt Nam, tác giả cho rằng, cần thực đẩy cơ chế giải quyết tranh chấp

HÌNH 1: SỐ LƯỢNG VỤ VIỆC KHIẾU NẠI GIAI ĐOẠN 2012-2017



Nguồn: Cục Cảnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng

HÌNH 2: GIẢI QUYẾT KHIẾU NẠI, YÊU CẦU CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG



Nguồn: Tổng hợp của tác giả

người tiêu dùng thông qua môi trường mạng. Một số đề xuất cụ thể để phát triển hình thức này, như sau:

Thứ nhất, xây dựng nền tảng ứng dụng công nghệ thông tin tại các cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng để có thể tiếp nhận khiếu nại người tiêu dùng trên các nền tảng thương mại điện tử, như: email, website, facebook, app điện thoại...

Thứ hai, cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của Việt Nam, đặc biệt là Cục Cảnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng sớm nghiên cứu triển khai quy trình, cũng như cách thức tiếp nhận và giải quyết khiếu nại người tiêu dùng trên các phần mềm điện thoại thông minh.

Thứ ba, nghiên cứu nâng cấp phần mềm, tiếp nhận khiếu nại của người tiêu dùng hiện nay để cho người tiêu dùng có thể biết được toàn bộ quá trình giải quyết vụ việc của mình, dựa trên mô hình người tiêu dùng điện tử của Philippines.

Thứ tư, nghiên cứu ban hành quy trình giải quyết tranh chấp người tiêu dùng qua môi trường mạng. Tham khảo kinh nghiệm của EU để tiến tới tham gia vào hệ thống giải quyết tranh chấp người tiêu dùng giữa các nước trong khu vực ASEAN trên môi trường mạng, hoặc giải quyết tranh chấp người tiêu dùng xuyên biên giới với các quốc gia ngoài khu vực ASEAN. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Cục Cảnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng (2012-2017). Báo cáo giải quyết khiếu nại giai đoạn 2012-2017
2. Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số - Bộ Công Thương (2018). Tài liệu Hội nghị sơ kết 05 năm thực hiện Nghị định số 52/2013/NĐ-CP về Thương mại điện tử
3. Ủy ban ASEAN về Bảo vệ người tiêu dùng (2019). Tài liệu Hội thảo ASEAN về giải quyết tranh chấp người tiêu dùng 2019