BỘ CÔNG THƯƠNG

CỤC CẠNH TRANH VÀ BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG

BÁO CÁO

NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG CỦA TỔ CHỨC XÃ HỘI THAM GIA BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG KHU VỰC MIỀN BẮC

DỰ ÁN "TĂNG CƯỜNG CÁC THỂ CHẾ CẠNH TRANH VÀ BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG"
AUS4REFORM

Hà Nội, tháng 4 năm 2021

LỜI CẢM ƠN

Năm 2020, với sự hỗ trợ của Dự án ***"Tăng cường các thể chế cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng"*** do chính phủ Úc tài trợ, Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng – Bộ Công Thương đã thực hiện xây dựng **"Nghiên cứu đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động của tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khu vực miền Bắc"**.

Báo cáo nghiên cứu được thực hiện nhằm phân tích và đánh giá thực trạng hoạt động của các tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khu vực miền Bắc Việt Nam, nơi các tổ chức xã hội đang đối mặt với nhiều vấn đề và thách thức trong quá trình thành lập và duy trì hoạt động sao cho hiệu quả so với khu vực miền Trung và miền Nam. Trên cơ sở nghiên cứu đầy đủ, có đánh giá và phân tích các yếu tố đặc thù về nhiều mặt của công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại khu vực miền Bắc, bản Báo cáo đã cung cấp nhiều thông tin cụ thể, là cơ sở để đề xuất, kiến nghị nhiều giải pháp hiệu quả để tiếp tục nâng cao hiệu quả hoạt động của các tổ chức xã hội trong lĩnh vực bảo vệ người tiêu dùng.

Để có được thành công của Báo cáo này, Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng xin chân thành cảm ơn Đơn vị tài trợ Dự án "Tăng cường các thể chế cạnh tranh và bảo vệ ngọời tiêu dùng", sự cộng tác và đóng góp nội dung của các chuyên gia tư vấn trong nước, cơ sở dữ liệu từ các cơ quan hữu quan có liên quan, các chuyên gia đóng góp và tham gia ý kiến để hoàn thiện báo cáo. Để những nội dung báo cáo có đóng góp thực tiễn, mang tính chất cập nhật với xu thế phát triển của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và xu hướng hội nhập kinh tế quốc tế, Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng luôn mong muốn tiếp tục nhận được các đánh giá, ý kiến đóng góp từ các cơ quan, tổ chức, cá nhân, … có quan tâm để hoàn thiện tốt hơn nữa chất lượng của Báo cáo.

Trân trọng./.

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU 5
CHƯƠNG I: TỔNG QUAN VỀ TỔ CHỨC XÃ HỘI THAM GIA BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG KHU VỰC MIỀN BẮC 9
1.1. Tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ở khu vực miền Bắc 9
1.1.1. Khái niệm 9
1.1.2. Tôn chỉ, mục đích 11
1.2. Nội dung hoạt động của các Hội bảo vệ người tiêu dùng 12
1.2.1. Thực hiện theo quy định pháp luật về hội 12
1.2.2. Thực hiện quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 12
1.2.3. Thực hiện các quy định pháp luật chuyên ngành 13
1.3. Một số đặc điểm đặc thù của khu vực miền Bắc, người tiêu dùng và các Hội Bảo vệ quyền lợi khu vực miền Bắc 13
1.3.1. Đặc điểm của khu vực miền Bắc 13
1.3.2. Người tiêu dùng và Hội Bảo vệ người tiêu dùng khu vực phía Bắc 15
1.4. Một số kinh nghiệm quốc tế ..... **Error! Bookmark not defined.**
1.4.1. Một số kinh nghiệm quốc tế ..... **Error! Bookmark not defined.**
1.4.2. Bài học rút ra đối với Việt Nam ..... **Error! Bookmark not defined.**
CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC TỔ CHỨC XÃ HỘI THAM GIA BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG KHU VỰC MIỀN BẮC 17
2.1. Hoạt động của Hội Bảo vệ người tiêu dùng khu vực phía Bắc 17
2.1.1. Tham gia xây dựng pháp luật, chủ trương, chính sách, phương hướng, kế hoạch và biện pháp về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 17
2.1.2. Tham gia tuyên truyền, phổ biến giáo dục pháp luật và kiến thức tiêu dùng 22
2.1.3. Hướng dẫn, giúp đỡ, tư vấn người tiêu dùng 33
2.1.4. Độc lập khảo sát, thử nghiệm và công bố kết quả khảo sát 34
2.1.5. Thực hiện nhiệm vụ do cơ quan nhà nước giao 35
2.1.6. Hợp tác quốc tế 35
2.1.7. Công tác xây dựng và phát triển cơ cấu tổ chức của các Hội 36
2.2. Đánh giá kết quả hoạt động của các tổ chức xã hội tham gia bảo vệ người tiêu dùng tại khu vực Miền Bắc. 38

2.2.1. Những thành tựu đạt được 38
2.2.2. Những hạn chế, tồn tại và nguyên nhân 40
CHƯƠNG III: ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC TỔ CHỨC XÃ HỘI THAM GIA BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG KHU VỰC MIỀN BẮC 47
3.1. Giải pháp từ cơ quan quản lý nhà nước 60
3.1.1. Sửa đổi, bổ sung Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 60
3.1.2. Tăng cường sự hỗ trợ từ cơ quan quản nhà nước tại địa phương 60
3.2. Giải pháp từ các tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 62
3.2.1. Xây dựng cơ chế phối hợp chặt chẽ, hiệu quả với cơ quan quản lý nhà nước về BVQLNTD 62
3.2.2. Nâng cao chất lượng hoạt động của các Hội khu vực miền Bắc 63
3.3. Giải pháp từ các doanh nghiệp và người tiêu dùng 65
3.3.1. Giải pháp từ các doanh nghiệp 65
3.2.2. Giải pháp từ người tiêu dùng 66
KẾT LUẬN 70
TÀI LIỆU THAM KHẢO 71

DANH SÁCH CÁC TỪ VIẾT TẮT

ACCP	Ủy ban về Bảo vệ người tiêu dùng Đông Nam Á (ASEAN Committee on Consumer Protection)
ASEAN	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (Association of South East Asian Nations)
BVQLNTD	Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng
CAA	Cơ quan Người tiêu dùng Nhật Bản (Consumer Affairs Agency)
CASE	Hiệp hội tiêu dùng Singapore (Consumers Association of Singapore)
CI	Tổ chức Quốc tế người tiêu dùng (Consumer International)
CCJ	Trung tâm người tiêu dùng xuyên biên giới Nhật Bản (Cross-border Consumer Center Japan)
Chỉ thị 15/CT-BCT	Chỉ thị số 15/CT-BCT ngày 23 tháng 9 năm 2015 của Bộ Công Thương về việc đẩy mạnh công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng
Chỉ thị số 30-CT/TW	Chỉ thị số 30-CT/TW ngày 22/01/2019 của Ban Bí thư về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng và trách nhiệm quản lý của Nhà nước đối với công tác bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng
CFTA	Luật Bảo vệ người tiêu dùng Singapore (Consumer Protection Fair Trading Act)
GIZ	Tổ chức Hợp tác quốc tế Đức (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit)
HĐTM, ĐKGDC	Hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung
ICPEN	Mạng lưới thực thi và bảo vệ người tiêu dùng quốc tế (International Consumer Protection and Enforcement Network)
KCA	Cơ quan Người tiêu dùng Hàn Quốc (Korea Consumer

	Agency)
KFTC	Ủy ban thương mại công bằng Hàn Quốc (Korea Fair Trade Commission)
NCAC	Trung tâm các vấn đề về người tiêu dùng quốc gia Nhật Bản (National Consumer Affairs Center of Japan)
Luật BVQLNTD	Luật số 59/2010/QH12 ngày 27 tháng 11 năm 2010 về Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng
Nghị định 99/2011/NĐ-CP	Nghị định số 99/2011/NĐ-CP ngày 27 tháng 11 năm 2011 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng
Nghị định 45/2010/NĐ-CP	Nghị định số 45/2010/NĐ-CP ngày 21 tháng 4 năm 2010 của Chính phủ quy định về tổ chức, hoạt động và quản lý hội
Nghị định 98/2020/NĐ-CP	Nghị định số 98/2020/NĐ-CP của Chính phủ : Quy định xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng
Nghị định 127/2015/NĐ-CP	Nghị định số127/2015/NĐ-CP ngày 14 tháng 12 năm 2015 của Chính phủ về tổ chức và hoạt động thanh tra ngành công thương.
OECD	Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (Organisation for Economic Co-operation and Development)
QLNN	Quản lý nhà nước
QLTM	Quản lý thương mại
Quyết định 02/2012/QĐ-TTg	Quyết định số 02/2012/QĐ-TTg ngày 13 tháng 01 năm 2012 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Danh mục hàng hóa, dịch vụ thiết yếu phải đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung

Quyết định 35/2015/QĐ-TTg	Quyết định số 35/2015/QĐ-TTg ngày 20 tháng 08 năm 2015 của Thủ tướng Chính phủ về việc sửa đổi, bổ sung Quyết định số 02/2012/QĐ-TTg ngày 13 tháng 01 năm 2012 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Danh mục hàng hóa, dịch vụ thiết yếu phải đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung
Quyết định 1035/QĐ-TTg	Quyết định số 1035/QĐ-TTg ngày ngày 10 tháng 07 năm 2015 của Thủ tướng Chính phủ về Ngày Quyền của người tiêu dùng Việt Nam
STB	Ủy ban Du lịch Singapore (The Singapore Tourism Board)
UBND	Ủy ban nhân dân
UN	Liên hợp quốc (United Nations)
VICOPRO	Hội Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam
VINASTAS	Hội tiêu chuẩn và Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam

DANH MỤC BẢNG, BIỂU

BẢNG	
Bảng 1	Danh sách các Hội Bảo vệ người tiêu dùng khu vực miền Bắc, 2020
Bảng 2	So sánh chỉ số Trao quyền cho người tiêu dùng giữa các tỉnh, thành tại Việt Nam
Bảng 3	Luật Bảo vệ người tiêu dùng, Khoản 1, Điều 28 về tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng
Bảng 4	Các đơn vị tham gia đường dây 1372
BIỂU ĐỒ	
Biểu đồ 1	Hoạt động tham gia đóng góp ý kiến xây dựng pháp luật, chính sách, chủ trương của các Hội Bảo vệ người tiêu dùng khu vực Miền Bắc
Biểu đồ 2	Mạng lưới Hội bảo vệ người tiêu dùng khu vực Miền Bắc
Biểu đồ 3	Những hạn chế tồn tại trong hoạt động của các Hội Bảo vệ người tiêu dùng khu vực Miền Bắc
Biểu đồ 4	Hệ thống chính sách người tiêu dùng của Hàn Quốc
Biểu đồ 5	Tỷ lệ tư vấn qua tổng đài 1372 của các đơn vị ở Hàn Quốc

LỜI MỞ ĐẦU

1. Sự cần thiết nghiên cứu

- Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng đã được hình thành và phát triển ở Việt Nam từ cuối những năm 80, đầu những năm 90 của thế kỷ trước. Vấn đề này sau đó được pháp điển hóa thành Pháp lệnh Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 1999 rồi nâng thành Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010. Mặc dù vậy, trong suốt quá trình đó và cho đến hiện nay, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng vẫn luôn là vấn đề nóng, được dư luận xã hội quan tâm, bởi nó liên quan một cách thường xuyên và trực tiếp đến quyền lợi của mỗi người dân, mỗi doanh nghiệp trong xã hội.

- Sau hơn 10 thực thi, có thể nói, công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại Việt Nam đã đạt được những kết quả đáng ghi nhận từ việc xây dựng được một hệ thống văn bản pháp lý thống nhất, hệ thống cơ quan, tổ chức bảo vệ người tiêu dùng từ Trung ương xuống địa phương, thực hiện hàng ngàn hoạt động tuyên truyền cũng như tiếp nhận và giải quyết hàng chục ngàn yêu cầu, khiếu nại của người tiêu dùng... Kết quả trên là sự nỗ lực của các cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan, trong đó có phần đóng góp quan trọng của các tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

- Bên cạnh những kết quả đạt được, hoạt động của các tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. vẫn thể hiện những hạn chế, thiếu sót như: (i) Một số tỉnh, thành phố vẫn chưa thành lập được Hội hoặc mới chỉ thành lập được Hội ở cấp tỉnh mà chưa thành lập được Hội ở các cấp thấp hơn; (ii) Nhiều Hội Bảo vệ người tiêu dùng hoạt động trong trạng thái cầm chừng, "ba không"[1]; (iii) Hầu hết các hội mới chỉ tập trung thực hiện được một số hoạt động tuyên truyên, tư vấn mà chưa thực hiện được đầy đủ các hoạt động theo quy định của pháp luật; (iv) Các Hội chưa xây dựng được quan hệ hợp tác với các chủ thể có liên quan, đặc biệt là các cơ quan quản lý nhà nước và các tổ chức nghề nghiệp; (v) Chưa đủ năng lực giải quyết các vụ khiếu nại phức tạp mà chỉ dừng lại ở bước tư vấn cho các vụ việc đơn giản...

- Trong các địa phương trên cả nước, các tỉnh, thành phố ở phía Bắc là khu vực có nhiều yếu tố đặc biệt trong công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, đặc biệt là sự đa dạng và khác biệt giữa các địa phương: (i) Về địa lý, bên cạnh thủ đô Hà Nội, trong các tỉnh phía Bắc có cả những tỉnh, thành phố ở đồng bằng, trung du,

[1] Ba không: Không trụ sở, không nhân sự, không tài chính.

miền núi, ven biển và hải đảo; có đường biên giới với nhiều quốc gia khác; (ii) về kinh tế, bên cạnh các địa phương phát triển mạnh về công nghiệp và du lịch như Hà Nội, Hải Phòng, Quảng Ninh là vùng đồng bằng Bắc Bộ với thế mạnh về nông nghiệp và nhiều tỉnh, thành phố ở miền núi và hải đảo với những hạn chế, khó khăn lớn về giao thương và phát triển; (iii) đây là khu vực có nhiều dân tộc thiểu số sinh sống, đặc biệt là ở khu vực miền núi phía Bắc; (iv) có số lượng các tỉnh, thành nhiều nhất cả nước (25 tỉnh, thành, so với miền Trung là 19 tỉnh và miền Nam là 19), trong đó, số lượng các tỉnh chưa thành lập Hội BVQLNTD là 03 tỉnh: Điện Biên, Cao Bằng, Tuyên Quang (cả nước có bẩy địa phương chưa thành lập Hội BVNTD); (v) tại những tỉnh, thành phố có hoạt động mua bán diễn ra sôi động, bên cạnh những Hội hoạt động hiệu quả là một số Hội hoạt động chưa hiệu quả, thậm chí gần như không có hoạt động... Tất cả những yếu tố đó dẫn tới yêu cầu riêng, đặc thù trong việc nâng cao hiệu quả hoạt động của các Hội BVQLNTD khu vực miền Bắc để đóng góp cho công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại khu vực này và trên cả nước.

Từ những lý do trên, để nâng cao hiệu quả công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong đó có hoạt động tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của các tổ chức xã hội, rất cần thiết thực hiện : "*Nghiên cứu đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động của các tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khu vực miền Bắc*".

2. Mục đích, đối tượng, phạm vi nghiên cứu

- Nghiên cứu sẽ tập trung vào xem xét, đánh giá hoạt động và đề xuất nâng cao hiệu quả hoạt động của các tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khu vực miền Bắc. Về mặt địa lý, khu vực miền Bắc bao gồm:

+ Tây Bắc bộ (bao gồm sáu tỉnh: Lào Cai, Yên Bái, Điện Biên, Hoà Bình, Lai Châu, Sơn La). Vùng này chủ yếu nằm ở hữu ngạn sông Hồng. Riêng Lào Cai, Yên Bái đôi khi vẫn được xếp vào tiểu vùng đông bắc.

+ Đông Bắc bộ (bao gồm chín tỉnh: Hà Giang, Cao Bằng, Bắc Kạn, Lạng Sơn, Tuyên Quang, Thái Nguyên, Phú Thọ, Bắc Giang, Quảng Ninh.)

+ Đồng bằng sông Hồng (bao gồm 10 tỉnh thành: Bắc Ninh, Hà Nam, Hà Nội, Hải Dương, Hải Phòng, Hưng Yên, Nam Định, Ninh Bình, Thái Bình, Vĩnh Phúc).

- Thời gian: Từ năm 2011 khi Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng có hiệu lực, trong đó, tập trung vào khoảng thời gian từ năm 2015 đến nay.

3. Nội dung nghiên cứu

Nghiên cứu được kết cấu thành 3 chương:

- *Chương I*: Tổng quan về tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khu vực miền Bắc

- *Chương II:* Thực trạng hoạt động của các tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khu vực miền Bắc.

- *Chương III*: Đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động của các tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khu vực miền Bắc.

CHƯƠNG I: TỔNG QUAN VỀ TỔ CHỨC XÃ HỘI THAM GIA BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG KHU VỰC MIỀN BẮC

1.1. Tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ở khu vực miền Bắc

1.1.1. Khái niệm

Hiện tại, ở Việt Nam tồn tại nhiều loại hình Hội khác nhau như tổ chức xã hội, tổ chức xã hội–nghề nghiệp, tổ chức nghề nghiệp, tổ chức chính trị-xã hội... Theo quy định của Nghị định số 45/2010/NĐ-CP ngày 21 tháng 4 năm 2010 của Chính phủ quy định về tổ chức, hoạt động và quản lý hội, Hội Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là tổ chức tự nguyện của công dân, tổ chức Việt Nam cùng ngành nghề, cùng sở thích, cùng giới, có chung mục đích tập hợp, đoàn kết hội viên, hoạt động thường xuyên, không vụ lợi nhằm bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp của hội, hội viên, của cộng đồng; hỗ trợ nhau hoạt động có hiệu quả, góp phần vào việc phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

Theo quy định tại điều Điều 27 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thì Tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là tổ chức đáp ứng các tiêu chí sau:

✓ *Thứ nhất về mặt tổ chức*: Tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (gọi tắt là Hội Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng) là Tổ chức xã hội thành lập theo quy định của pháp luật (Nghị định số 45/2010/NĐ-CP) và hoạt động theo điều lệ (bản điều lệ được ban chấp hành hội xây dựng trình các cơ quan có thẩm quyền phê duyệt khi thành lập hội) được tham gia hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

✓ *Thứ hai về nội dung hoạt động*: Tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng phải thực hiện theo các nội dung quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và quy định khác của pháp luật có liên quan.

Như vậy, có thể thấy, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khuyến khích mọi loại hình tổ chức xã hội tham gia vào công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Tuy nhiên, "tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng" là một khái niệm dùng để chỉ các tổ chức xã hội đáp ứng một số tiêu chí nhất định và được thực hiện hoạt động đặc thù theo quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (ví

dụ như được nhà nước giao nhiệm vụ, được khởi kiện nhân danh người tiêu dùng, được thành lập tổ chức hòa giải trực thuộc…). Trên thực tế, các Hội này thường được gọi là các Hội Bảo vệ người tiêu dùng hoặc các Hội Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Tính đến hết năm 2020, theo số liệu thống kê của Bộ Công Thương, đối với các tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, trên cả nước có 56 Hội cấp tỉnh và một Hội hoạt động trên phạm vi cả nước, các hội này đều được thành lập theo quy định của Nghị định số 45/2010/NĐ-CP.

Tại khu vực miền Bắc, đã có 22 Hội được thành lập và hoạt động, bao gồm:

STT	Hội Bảo vệ người tiêu dùng
1	Bắc Giang
2	Bắc Kạn
3	Bắc Ninh
4	Hà Giang
5	Hà Nam
6	Hà Nội
7	Hải Dương
8	Hưng Yên
9	Hải Phòng
10	Hòa Bình
11	Lạng Sơn
12	Lào Cai
13	Nam Định
14	Ninh Bình
15	Phú Thọ
16	Quảng Ninh
17	Sơn La
18	Thái Bình
19	Thái Nguyên
20	Thanh Hóa
21	Vĩnh Phúc
22	Yên Bái

Bảng 1: Danh sách các Hội Bảo vệ người tiêu dùng khu vực miền Bắc, 2020[2]

[2] Nguồn: Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng

1.1.2. Tôn chỉ, mục đích

Bản chất của hội thành lập ra là tập hợp những người chung mục đích, lý tưởng, để bảo vệ lợi ích của các hội viên của mình, tuy nhiên đặc thù của Hội Bảo vệ người tiêu dùng ***là hội không chỉ bảo vệ quyền lợi ích chính đáng của các thành viên của hội mà hội còn bảo vệ cho tất cả các người tiêu dùng khác bị vi phạm quyền lợi.*** Hội Bảo vệ người tiêu dùng phần lớn không thu hội phí của các hội viên hoặc có thu chỉ mang tính tượng trưng, bảo vệ các doanh nghiệp sản xuất chân chính thông qua các hoạt động của hội để chống hàng nhái hàng giả, chống các hoạt động vi phạm pháp luật về cân đong do đếm, dán nhãn mác, tiêu chuẩn quy chuẩn… góp phần cho sự phát triển ổn định và bền vững của nền kinh tế đất nước. Đây là điểm khác biệt cơ bản của Hội Bảo vệ người tiêu dùng với các Hội xã hội nghề nghiệp khác.

Tôn chỉ của các tổ chức xã hội nói chung là các tổ chức không một tổ chức không vì mục đích lợi nhuận, tự nguyện, tập hợp những cá nhân tổ chức có cùng chung chí hướng tuân thủ theo chủ trương đường lối của Đảng, Pháp luật của Nhà nước để giúp đỡ các hội viên trong trong các lĩnh vực hoạt động của mình.

Một trong những Hội tiêu biểu chính là Hội Tiêu chuẩn và Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam (VINASTAS), tên đầy đủ Hội khoa học kỹ thuật về tiêu chuẩn hóa, chất lượng và bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam. Hội này có tôn chỉ, mục đích: "Hội Tiêu chuẩn và Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam là một tổ chức không vì mục đích lợi nhuận, tự nguyện của những người hoạt động trong các lĩnh vực tiêu chuẩn hóa, chất lượng và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, nhằm giúp đỡ nhau nâng cao nghề nghiệp, xây dựng và áp dụng các biện pháp kỹ thuật công nghệ trong lĩnh vực tiêu chuẩn hóa, chất lượng và bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng".

Từ năm 2020, trên cơ sở chia tách từ VINASTAS, Hội Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam (VICOPRO)[3] đã được thành lập với tôn chỉ, mục đích: "Hội Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam (sau đây gọi tắt là Hội) là tổ chức xã hội của công dân, tổ chức Việt Nam hoạt động trong lĩnh vực liên quan đến bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, tự nguyện thành lập, nhằm mục đích tập hợp, đoàn kết hội viên, bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của hội viên; tham gia bỏa vệ quyền lợi người tiêu dùng theo quy định của pháp luật, góp phần vào việc phát triển kinh tế - xã hội của đất nước".

[3] http://hoibaoventdvn.org/ (truy cập ngày 15/01/2021).

Một ví dụ khác là tôn chỉ, mục đích của Hội Bắc Giang: "Hội Bảo vệ người tiêu dùng tỉnh Bắc Giang là một tổ chức xã hội tự nguyện, bình đẳng, không phân biệt tôn giáo, tín ngưỡng, trình độ, nghề nghiệp, không vì mục đích lợi nhuận; hoạt động tuân thủ pháp luật Việt Nam trong lĩnh vực tiêu chuẩn, đo lường, chất lượng, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng nhằm giúp đỡ nhau nâng cao trình độ nghề nghiệp và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng".

1.2. Nội dung hoạt động của các Hội bảo vệ người tiêu dùng

1.2.1. Thực hiện theo quy định pháp luật về hội

Hội Bảo vệ người tiêu dùng là một loại tổ chức xã hội. Vì vậy, trước hết, các hội này khi thành lập và hoạt động phải tuân thủ theo quy định của Nghị định số 45/2010/NĐ-CP và Nghị định số 33/2012/NĐ-CP ngày 13 tháng 4 năm 2012 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 45/2010/NĐ-CP. Các nội dung được quy định bao gồm: nguyên tắc tổ chức, hoạt động của hội, hội viên, điều kiện, thủ tục thành lập hội, tổ chức hoạt động, quyền và nghĩa vụ của Hội, chia tách, sáp nhập, hợp nhất, giải thể và đổi, thực hiện các nghĩa vụ báo cáo...

1.2.2. Thực hiện quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Các nội dung hoạt động chủ yếu của các Hội Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được quy định tại Điều 28 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, bao gồm:

Điều 28. Nội dung tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của tổ chức xã hội a) Hướng dẫn, giúp đỡ, tư vấn người tiêu dùng khi có yêu cầu; b) Đại diện người tiêu dùng khởi kiện hoặc tự mình khởi kiện vì lợi ích công cộng; c) Cung cấp cho cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thông tin về hành vi vi phạm pháp luật của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ; d) Độc lập khảo sát, thử nghiệm; công bố kết quả khảo sát, thử nghiệm chất lượng hàng hóa, dịch vụ do mình thực hiện; thông tin, cảnh báo cho người tiêu dùng về hàng hóa, dịch vụ và chịu trách nhiệm trước pháp luật về việc thông tin, cảnh báo của mình; kiến nghị cơ quan nhà nước có thẩm quyền xử lý vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; đ) Tham gia xây dựng pháp luật, chủ trương, chính sách, phương hướng, kế hoạch và biện pháp về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; e) Thực hiện nhiệm vụ được cơ quan nhà nước giao theo quy định tại Điều 29 của Luật này; g) Tham gia

tuyên truyền, phổ biến, giáo dục pháp luật và kiến thức tiêu dùng.

1.2.3. Thực hiện các quy định pháp luật chuyên ngành

Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là một lĩnh vực rộng có sự giao thoa và liên quan đến nhiều lĩnh vực cung cấp hàng hóa và dịch vụ. Vì vậy, ngoài các quy định liên quan đến thành lập tổ chức và hoạt động của Hội cũng như các hoạt động mà Hội Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng có thể tham gia theo quy định tại Điều 28, 29 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, tùy từng hoạt động, các Hội Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng còn phải tuân thủ các quy định khác của pháp luật chuyên ngành khác như Luật Báo chí, Luật Chất lượng sản phẩm, Luật An toàn thực phẩm, Luật Điện lực, Luật Viễn thông, Luật Quy chuẩn và Tiêu chuẩn sản phẩm, Thuế, Môi trường...

1.3. Một số đặc điểm đặc thù của khu vực miền Bắc, người tiêu dùng và các Hội Bảo vệ quyền lợi khu vực miền Bắc

1.3.1. Đặc điểm của khu vực miền Bắc[4]

Miền Bắc Việt Nam có phía bắc giáp Trung Quốc, phía tây giáp Lào và phía đông giáp biển Đông. Được bắt đầu từ vĩ độ 23 độ 23’ Bắc đến 8 độ 27’ Bắc với chiều dài là 1.650 km. Chiều ngang Đông - Tây là 600 km, rộng nhất so với miền Trung và Nam. Địa hình Bắc Bộ đa dạng và phức tạp, bao gồm đồi núi, đồng bằng, bờ biển và thềm lục địa. Bắc Bộ có lịch sử phát triển địa hình và địa chất lâu dài, phong hóa mạnh mẽ, có bề mặt thấp dần, xuôi theo hướng tây bắc - đông nam, được thể hiện thông qua hướng chảy của các dòng sông lớn. Khu vực đồng bằng rộng lớn nằm ở lưu vực sông Hồng, có diện tích 14,8 ngàn km2 và bằng 4,5% diện tích cả nước. Đồng bằng dạng hình tam giác có cạn h đáy là đường bờ biển phía đông. Đây là đồng bằng châu thổ lớn thứ hai Việt Nam do sông Hồng và sông Thái Bình bồi đắp. Liền kề với đồng bằng sông Hồng về phía tây và tây bắc là khu vực Trung du và miền núi có diện tích khoảng 102,9 ngàn km2 và bằng 30,7% diện tích cả nước. Địa hình ở đây bao gồm các dãy núi cao và rất hiểm trở, kéo dài từ biên giới phía bắc (nơi tiếp giáp với Trung Quốc) tới phía tây tỉnh Thanh Hoá. Trong khu vực này từ lâu đã xuất hiện nhiều đồng cỏ, nhưng thường không lớn và chủ yếu nằm rải rác trên các cao nguyên ở độ cao 600–700m. Về phía khu vực đông bắc phần lớn là núi thấp và đồi nằm ven bờ biển Đông, được bao bọc bởi các đảo và quần đảo lớn nhỏ. Ở

[4] https://dantocmiennui.vn/bac-bo-vai-net-tong-quan/130641.html

Vịnh Bắc Bộ tập trung quần thể bao gồm gần 3.000 hòn đảo nằm trong các khu vực biển Vịnh Hạ Long, Bái Tử Long, Cát Hải, Cát Bà, Bạch Long Vĩ. Và nhiều bờ biển đẹp như bờ biển Trà Cổ, Bãi Cháy, Tuần Châu và Vân Đồn thuộc tỉnh Quảng Ninh; Cát Bà, Đồ Sơn thuộc thành phố Hải Phòng; Đồng Châu thuộc tỉnh Thái Bình…

Khu vực miền Bắc quanh năm có nhiệt độ tương đối cao và ẩm, nền khí hậu chịu ảnh hưởng từ lục địa Trung Hoa chuyển qua và mang tính chất khí hậu lục địa. Trong khi một phần khu vực Duyên hải lại chịu ảnh hưởng tính chất khí hậu cận nhiệt đới ấm và gió mùa ẩm từ đất liền. Khí hậu ở khu vực này nhiệt đới gió mùa ẩm quanh năm với 2 mùa rõ rệt hè và đông, chịu ảnh hưởng của gió mùa Đông Bắc và gió mùa Đông Nam. Thời tiết mùa hè từ tháng 4 đến tháng 10 nóng ẩm và mưa cho tới khi gió mùa nổi lên. Mùa đông từ tháng 11 tới tháng 3 trời lạnh, khô, có mưa phùn. Nhiệt độ trung bình hàng năm khoảng 25 độ C, lượng mưa trung bình từ 1,700 đến 2,400mm. Khí hậu khu vực miền Bắc cũng thường phải hứng chịu nhiều tác động xấu của thời tiết, trung bình hàng năm có từ sáu đến 10 cơn bão và áp thấp nhiệt đới gây ra lũ lụt, đe dọa trực tiếp đến cuộc sống và ngành nông nghiệp của toàn địa phương trong vùng.

Miền Bắc là khu vực có nhiều địa phương nhất trong cả nước 25/63 địa phương, trong khi đó miền Trung có 19 địa phương, miền nam có 19 địa phương.

Miền Bắc là khu vực có nhiều tỉnh, thành phố có số lượng dân số dưới 1 triệu và có đặc trưng về địa lý là vùng núi cao, hiểm trở. Cụ thể:

- Phân bố dân cư giữa các vùng kinh tế-xã hội có sự khác biệt đáng kể, vùng Đồng bằng sông Hồng là nơi tập trung dân cư lớn nhất của cả nước với 22,5 triệu người, chiếm gần 23,4%; tiếp đến là vùng Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung với 20,2 triệu người, chiếm 21,0%. Tây Nguyên là nơi có ít dân cư sinh sống nhất với tổng dân số là 5,8 triệu người, chiếm 6,1% dân số cả nước. Toàn quốc có 82.085.729 người dân tộc Kinh, chiếm 85,3% và 14.123.255 người dân tộc khác, chiếm 14,7% tổng dân số của cả nước. Địa bàn sinh sống chủ yếu của nhóm dân tộc khác là vùng Trung du và miền núi phía Bắc và vùng Tây Nguyên. Tại vùng rrung du và miền núi phía bắc, nhóm dân tộc khác chiếm 56,2%; con số này ở vùng Tây Nguyên là 37,7%; ở vùng Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung là 10,3%; ở các vùng khác, tỉ lệ này chiếm không quá 8%.

Phân bố các tỉnh khu vực miền Bắc như sau:

- Các tỉnh Tây Bắc bộ bao gồm 06 tỉnh: Hoà Bình, Sơn La, Điện Biên, Lai Châu, Lào Cai, Yên Bái. Vùng này chủ yếu nằm ở hữu ngạn sông Hồng. Riêng Lao Cai, Yên Bái đôi khi vẫn được xếp vào tiểu vùng đông bắc.

- Các tỉnh Đông Bắc bộ bao gồm 09 tỉnh: Hà Giang, Cao Bằng, Bắc Kạn, Lạng Sơn, Tuyên Quang, Thái Nguyên, Phú Thọ, Bắc Giang, Quảng Ninh.

- Đồng bằng sông Hồng bao gồm 08 tỉnh và 02 thành phố trực thuộc Trung ương. 02 thành phố trực thuộc Trung ương: Hà Nội và Hải Phòng, 08 tỉnh bao gồm: Bắc Ninh, Hà Nam, Hải Dương, Hưng Yên, Nam Định, Ninh Bình, Thái Bình, Vĩnh Phúc.

Tại khu vực miền Bắc, vùng đồng bằng sông Hồng là nơi tập trung dân cư đông nhất, có tới 19.577.944 người (khu vực Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung 18.835.485, đồng bằng sông Cửu Long 17.178.871 người) nhưng phân bố dân cư không đều. Và 3 tỉnh có số dân thấp nhất là Điện Biên, Lai Châu, Bắc Kạn đều dưới con số 500 ngàn người. Tại khu vực đông dân như đồng bằng Sông Hồng và các khu vực thuộc vùng kinh tế trọng điểm đều có mật độ dân số rất cao, nguồn nhân lực dồi dào để phát triển kinh tế, thị trường tiêu thụ rộng lớn và là thế mạnh để thu hút nguồn đầu tư từ nước ngoài. Dân số khu vực thành thị chiếm 29,2% dân số toàn khu vực miền Bắc và có tốc độ gia tăng ở mức cao, bình quân có thêm 3,4%/năm (tỷ lệ tăng dân số ở khu vực nông thôn chỉ là 0,4%/năm). Trong khi đó ở khu vực Trung du miền núi với diện tích rộng lớn, tài nguyên thiên nhiên phong phú lại thiếu nguồn nhân lực khai thác và có mật độ dân số thấp hơn rất nhiều so với khu vực đồng bằng (khu vực Tây Bắc có mật độ dân 69 người/km2).

1.3.2. Người tiêu dùng và Hội Bảo vệ người tiêu dùng khu vực phía Bắc

Sự trải dài về địa lý và sự đa dạng, phong phú về văn hóa, lịch sử đã hình thành nên một Việt Nam có nhiều vùng miền khác nhau với những thói quen tiêu dùng rất đặc trưng. Sự khác biệt giữa các địa phương không chỉ thể hiện ở các vấn đề thường ngày như cách suy nghĩ, giao tiếp, cư xử... mà còn cả trong quá trình ra quyết định tiêu dùng. Kết quả của hoạt động giám sát thị trường cũng như quá trình tiếp nhận và giải quyết yêu cầu, khiếu nại của người tiêu dùng tại Bộ Công Thương những năm vừa qua cho thấy: Người dân các tỉnh thuộc khu vực miền Bắc là những người thận trọng khi đưa ra quyết định hơn hẳn người miền Trung và niềm Nam trong việc lựa

chọn sản phẩm. Phần lớn người tiêu dùng khu vực miền Trung và miền Nam thường lựa chọn sản phẩm bằng sự tin tưởng và trải nghiệm đầu tiên với sản phẩm còn người tiêu dùng miền Bắc có thể thay đổi suy nghĩ vài lần trước khi ra quyết định. Họ cũng bị ảnh hưởng bởi ý kiến của gia đình, bạn bè, đồng nghiệp… trước khi đưa ra quyết định và ít khi mua những sản phẩm bị đánh giá tiêu cực bởi những người tiêu dùng khác, đặc biệt là những người xung quanh. Do đó, việc tạo dựng và duy trì niềm tin cho người tiêu dùng khu vực miền Bắc không chỉ là sự tin tưởng của một cá nhân mà phải hướng đến cả một cộng đồng người tiêu dùng. Người tiêu dùng miền Bắc và miền Trung ưu tiên dùng thương hiệu nội và các sản phẩm có bao bì lớn. Trong khi đó người miền Nam lại nghiêng về phía các sản phẩm tiện lợi và sẵn sàng thử nghiệm những sản phẩm mới.

Con số 22 Hội Bảo vệ người tiêu dùng tại miền Bắchiện chiếm tỷ trọng lớn nhất nếu so với 19 Hội ở khu vực miền Trung và 19 Hội ở khu vực miền Nam. Tuy nhiên, miền Bắc là một trong 2 khu vực có số địa phương chưa thành lập hội nhiều nhất trong cả nước. Miền Bắc có ba địa phương chưa thành lập hội là Điện Biên, Cao Bằng, Tuyên Quang.

Khu vực miền Bắc có hoạt động trực tiếp của Hội Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam (VICOPRO) (trước năm 2020 là hoạt động của Hội Tiêu chuẩn và Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam) – là Hội có phạm vi hoạt động trên cả nước, được biết đến là Hội có vị trí và tiếng nói quan trọng trong mạng lưới các Hội Bảo vệ người tiêu dùng tại Việt Nam. Vì vậy, về mặt tổng thể, hiệu quả tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của các Hội Bảo vệ người tiêu dùng khu vực miền Bắc có nhiều dấu ấn đáng kể trong bức tranh chung của công tác bảo vệ người tiêu dùng tại Việt Nam.

Hiện nay trên cả nước còn 13 Hội Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng chưa thống nhất tên gọi, tổ chức theo quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thì miền Bắc có 6 Hội, chiếm 46% tổng số Hội chưa đổi tên.

Các tổ chức xã hội tham gia công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, hay còn thường được gọi chung là các Hội Bảo vệ người tiêu dùng là một trong những chủ thể chính, tham gia trực tiếp và thực tế đã chứng minh là yếu tố quan trọng, có đóng góp cơ bản vào thành công chung của công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại Việt Nam trong suốt thời gian qua.

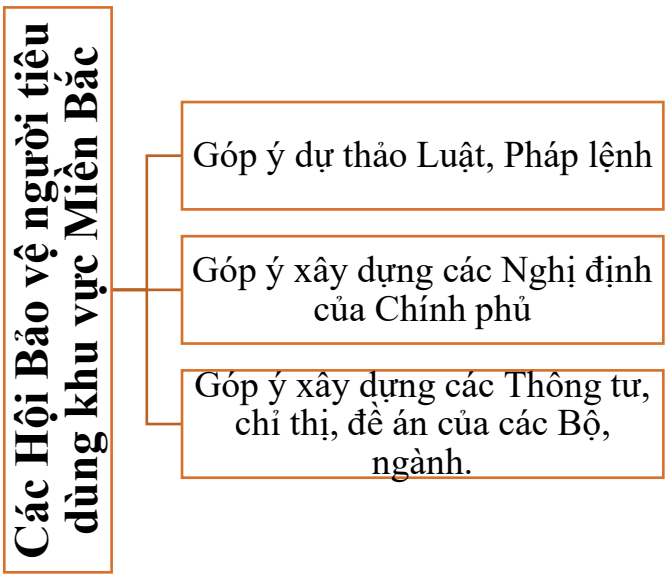
CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC TỔ CHỨC XÃ HỘI THAM GIA BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG KHU VỰC MIỀN BẮC

2.1. Hoạt động của Hội Bảo vệ người tiêu dùng khu vực phía Bắc

Hoạt động của các tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng nói chung và khu vực miền Bắc nói riêng phải tuân thủ đồng thời ba hệ thống quy định là các quy định pháp luật về Hội, các quy định pháp luật chuyên ngành và các quy định pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Trong nội dung nghiên cứu này, nhóm tác giả sẽ chủ yếu đánh giá việc tuân thủ các quy định pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong đó, trọng tâm là việc thực hiện các quy định pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Đây là những nội dung phản ánh rõ nhất đặc điểm và bản chất của các tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

2.1.1. Tham gia xây dựng pháp luật, chủ trương, chính sách, phương hướng, kế hoạch và biện pháp về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Cũng như các Hội Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên cả nước, hoạt động tham gia đóng góp ý kiến xây dựng chính sách, kế hoạch là một trong các hoạt động được các Hội Bảo vệ người tiêu dùng khu vực miền Bắc chủ động, tích cực và thường xuyên thực hiện, trong đó, hoạt động của Hội Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam có nhiều kết quả rõ nét và nổi bật nhất trong việc thực hiện nhiệm vụ này, cụ thể:



Biểu đồ 3: Hoạt động tham gia đóng góp ý kiến xây dựng pháp luật, chính sách, chủ trương của các Hội Bảo vệ người tiêu dùng khu vực Miền Bắc

a) Hoạt động của Hội VICOPRO

- Tham dự 353 hội thảo, hội nghị, diễn đàn của Chính phủ, các Ủy ban Quốc hội, VP/ Chính phủ, các Bộ ngành, cơ quan và tổ chức để tham gia đóng góp xây dựng văn bản pháp luật bằng các hình thức như tham luận, phát biểu ý kiến hoặc có công văn.

- Góp ý trên 20 dự thảo Luật, Pháp lệnh: Hiến pháp năm 1992 sửa đổi; Luật Phổ biến, giáo dục pháp luật; Luật Quảng cáo; Luật Giá; Luật Phòng chống tác hại thuốc lá; Luật An toàn vệ sinh lao động; Luật Sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật thuế tiêu thụ đặc biệt; Luật Phòng, tránh giảm nhẹ thiên tai; Luật Việc làm; Luật hoạt động giám sát của Quốc hội và HĐND; Luật Khoa học và Công nghệ sửa đổi; Luật Tố tụng dân sự sửa đổi; Luật Tiếp cận thông tin; Luật Quy hoạch; Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của 5 Luật (Luật thuế Giá trị gia tăng, Luật thuế Tiêu thụ đặc biệt, Luật thuế Thu nhập doanh nghiệp, Luật thuế Thu nhập cá nhân, Luật thuế tài nguyên); Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật SHTT năm 2009 về quyền tác giả và quyền liên quan; dự thảo Luật Cạnh tranh (sửa đổi); dự thảo Luật Phòng chống tác hại của Rượu, bia; Pháp lệnh Quản lý thị trường; dự thảo Chỉ thị của Ban Bí thư về "Đẩy mạnh công tác thực thi pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thời kỳ hội nhập kinh tế quốc tế.

- Góp ý xây dựng các Nghị định của Chính phủ (NĐ), như các NĐ hướng dẫn thi hành Luật Bảo vệ quyền lợi NTD (BVQLNTD), Luật An toàn thực phẩm (ATTP), Luật Quảng cáo, Luật Giá; NĐ xử phạt VPHC về BVQLNTD, về ATTP; NĐ sửa đổi, bổ sung NĐ 185 về xử phạt VPHC trong hoạt động thương mại và BVQLNTD; NĐ về Thương mại điện tử; NĐ thay thế NĐ 45 về Tổ chức, hoạt động và quản lý hội và Nghị định 33 sửa đổi, bổ sung NĐ 45; NĐ sửa đổi, bổ sung NĐ 38/2012/NĐ-CP hướng dẫn thi hành Luật ATTP; NĐ sửa đổi về điều kiện kinh doanh sản xuất, lắp ráp, nhập khẩu và dịch vụ bảo hành, bảo dưỡng ô tô; NĐ sửa đổi về điều kiện kinh doanh xăng dầu và khí; NĐ quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật SHTT năm 2005; Nghị định sửa đổi NĐ 105/2014/NĐ-CP quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Bảo hiểm Y tế; NĐ thay thế NĐ 37/2006/NĐ-CP về hoạt động xúc tiến thương mại; NĐ sửa đổi, bổ sung một số NĐ liên quan đến điều kiện kinh doanh thuộc quản lý của Bộ Công Thương; Nghị định

Quy định điều kiện sản xuất, kinh doanh thực phẩm thuộc lĩnh vực quản lý chuyên ngành của Bộ Y tế; Quyết định bổ sung Quyết định 02 và Quyết định sửa đổi, bổ sung Quyết định 35/2005/QĐ-TTg của Thủ tướng về ban hành Danh mục hàng hóa, dịch vụ thiết yếu phải đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung; Quyết định của Thủ tướng về Ngày Quyền của NTD Việt Nam. Tham luận tại cuộc họp chuyên gia về quy định quản lý nội dung quảng cáo các sản phẩm thuốc, thực phẩm chức năng, khám bệnh, chữa bệnh và những sản phẩm, dịch vụ có ảnh hưởng tới sức khỏe, do Ủy ban Các vấn đề xã hội tổ chức…

- Góp ý xây dựng các Thông tư, chỉ thị, đề án của các Bộ, Ngành:

+ Bộ Công Thương: Góp ý các dự thảo: Thông tư ghi nhãn sữa; Thông tư hướng dẫn việc quản lý giá sữa và thực phẩm chức năng dành cho trẻ em dưới 6 tuổi; Quyết định của Thủ tướng "Phê duyệt Chương trình Quốc gia về bảo vệ quyền lợi NTD", Chỉ thị Bộ Công Thương về đẩy mạnh công tác bảo vệ quyền lợi NTD và dự thảo Nghị định "Quy định XPVPHC trong lĩnh vực dầu khí, kinh doanh xăng dầu và khí". Đề án cải tiến cơ cấu biểu giá bán lẻ điện.Tham gia Hội đồng khoa học quốc gia nghiệm thu đề tài xây dựng hệ thống thông tin mặt hàng sữa vv…

+ Bộ Y tế: Góp ý sửa đổi Thông tư 41/2001/TT- BYT về cấp chứng chỉ hành nghề và giấy phép hoạt động khám, chữa bệnh; Thông tư Liên tịch hướng dẫn ghi nhãn, in cảnh báo sức khỏe trên bao bì thuốc lá; Thông tư ban hành Danh mục vi chất dinh dưỡng sử dụng trong thực phẩm; Thông tư hướng dẫn về quảng cáo thực phẩm; Thông tư Quy định gói dịch vụ y tế cơ bản do quỹ bảo hiểm y tế chi trả. Tham gia điều hành tại Hội thảo của Cục ATTP góp ý cho dự thảo Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia sửa đổi, bổ sung một số quy định của QCVN 5-1:2010/BYT đối với các sản phẩm sữa dạng lỏng vv...

+ Bộ Tư pháp: Đóng góp ý kiến tại nhiều cuộc họp Hội đồng tư vấn thẩm định dự thảo Nghị định Quy định điều kiện sản xuất, kinh doanh, quảng cáo, kiểm nghiệm thực phẩm và chỉ định tổ chức chứng nhận hợp quy, tổ chức kiểm tra nhà nước về ATTP đối với thực phẩm nhập khẩu thuộc phạm vi quản lý nhà nước của Bộ Y tế; Nghị định về điều kiện kinh doanh xăng dầu và khí; Quyết định của Thủ tướng thay thế Quyết định 69/2013/QĐ-TTg về cơ chế điều chỉnh mức bán lẻ điện bình quân; Quyết định của Thủ tướng thay thế Quyết định 28/2014/QQĐ-TTg về cơ cấu biểu

giá bán lẻ điện vv…

+ Liên hiệp các Hội Khoa học và Kỹ thuật Việt Nam (VUSTA): Tham gia, tham luận tại nhiều hội thảo và diễn đàn do VUSTA tổ chức. Như Diễn đàn khoa học vấn đề ATTP từ việc lạm dụng chất cấm trong sản xuất nông nghiệp; Diễn đàn Thực trạng và giải pháp ATTP; các hội thảo dự thảo Luật về Hội; Nghị định hướng dẫn thi hành Luật Thi đua, khen thưởng; về dự thảo Nghị định thay thế Nghị định 93 về quản lý và sử dụng viện trợ phi Chính phủ nước ngoài; Luật Quy hoạch; góp ý xây dựng Kế hoạch hành động Quốc gia loại trừ các bệnh liên quan đến amiăng; Lộ trình dừng sử dụng amiăng trắng để chấm dứt sản xuất tấm lợp amiăng từ năm 2023; góp ý dự thảo Nghị định quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật SHTT năm 2005 vv...

+ Ban Tuyên giáo Trung ương: Có công văn báo cáo về sử dụng hóa chất trong sản xuất nông sản, thực phẩm và phát biểu tại cuộc Tọa đàm "Vấn đề sử dụng hóa chất trong sản xuất nông sản, thực phẩm".

+ Đóng góp ý kiến cho Chương trình quốc gia về sản xuất & tiêu dùng bền vững. Có bài tham luận tại hội thảo do Ban Chỉ đạo Tây bắc, Ban Kinh tế TW và Tỉnh ủy Hà Giang tổ chức. Tham luận tại Hội nghị giám sát, đánh giá thực hiện chính sách pháp luật về an toàn thực phẩm giai đoạn 2011 – 2016 của Quốc hội, do P/Chủ tịch Quốc hội Phùng Quốc Hiển chủ trì.

+ Hội đã tích cực tham gia tuyên truyền, vận động thực hiện lộ trình dừng sử dụng amiăng trắng từ năm 2023. Tham gia đóng góp ý kiến tại hàng chục hội thảo về amiăng. Tham luận tại hội thảo về Kế hoạch quốc gia loại trừ các bệnh liên quan đến amiăng do Bộ Y tế, WHO, ILO tổ chức. Cùng với Tung tâm thông tin Tổ chức phi Chính phủ (NGO-IC), Hội KHKT An toàn và VSLĐ, Hội Hóa học, Viện Công nghệ Bộ Công Thương, WHO tổ chức nhiều hội thảo, kiến nghị lên các cấp và tham gia diễn đàn báo chí, viết bài đăng chuyên đề đặc biệt về amiăng của Tạp chí Sức khỏe & Môi trường và của Website Cục Quản lý môi trường y tế để vận động chính sánh, thực hiện lộ trình dừng sử dụng amiăng trắng từ năm 2023 theo quyết định của Thủ tướng Chính phủ.

+ Tham gia nhiều hội thảo của VCCI, NGO-IC, Vn-BAN, Hội KH & CN Lương thực thực phẩm, Hội KHKT ATTP, Viện Kinh tế - Tài chính, trường ĐH

Kinh tế Quốc dân, ĐH Giao thông vận tải vv…

- Nhiều ý kiến của Hội đã được ghi nhận. Như trách nhiệm của người phát hành quảng cáo; không phạt người tham gia giao thông đội mũ bảo hiểm rởm; chưa áp thuế tiêu thụ đặc biệt mặt hàng nước uống có gas; không cho phép nhập khẩu trở lại nội tạng trắng đông lạnh; thanh toán không dùng tiền mặt; cách tính diện tích sàn căn hộ chung cư mua bán theo kích thước thông thủy thay vì cách tính tim tường theo Thông tư 16/2010 Bộ Xây dựng; Thông tư của các Bộ về quản lý mỹ phẩm; ghi nhãn sữa; dán tem chất lượng bia; giữ nguyên 6 bậc thay vì giảm xuống 5,4,3 bậc trong cơ cấu biểu giá bán lẻ điện nhằm bảo vệ quyền lợi cho NTD có thu nhập trung bình và thấp.

b) Các Hội Bảo vệ người tiêu dùng khác

Bên cạnh hoạt động tích cực và dẫn đầu của Hội VICOPRO, các Hội tại các tỉnh, thành khác thuộc khu vực miền Bắc cũng tích cực tham gia đóng góp ý kiến vào quá trình xây dựng, thực thi, giám sát thực thi quy định pháp luật, chính sách, kế hoạch....Ví dụ như:

- Hội Tiêu chuẩn và Bảo vệ người tiêu dùng tỉnh Lạng Sơn: Theo Báo cáo tổng kết nhiệm kỳ II (2014 – 2019) của Hội TC&BVNTD tỉnh Lạng Sơn, Hội đã tham gia, góp ý xây dựng văn bản, thông tư, nghị định liên quan đến lĩnh vực bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Hội đã chỉ ra 8 nhiệm vụ lớn cần tập trung triển khai thực hiện, đặc biệt chú trọng đến việc quán triệt, thực hiện Chỉ thị số 30-CT/TW ngày 22/01/2019 của Ban Bí Thư về "tăng cường sự lãnh đạo của Đảng và trách nhiệm quản lý của nhà nước đối với công tác Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng", Chương trình hành động của Chính phủ về Kế hoạch số 113-KH/TU ngày 05/8/2019 của Tỉnh ủy Lạng Sơn và Kế hoạch số 147/KH-UBND ngày 30/8/2019 của UBND tỉnh…

- Ngoài ra, trong quá trình hoạt động, nhiều Hội tại khu vực phía Bắc đã đề xuất, tham mưu cho các cấp có thẩm quyền ban hành nhiều văn bản có ý nghĩa quan trọng trong công tác bảo vệ người tiêu dùng, như: Quyết định số 1890/QĐ-UBND ngày 03/10/2017 về việc kiện toàn Ban Chỉ đạo chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả tỉnh Hòa Bình; Kế hoạch số 43/KH-UBND ngày 22/3/2019 của UBND tỉnh Vĩnh Phúc về việc triển khai các hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tỉnh Vĩnh Phúc giai đoạn 2019-2020; Quyết định số 2403/QĐ-UBND ngày 01/9/2017 của

UBND tỉnh Vĩnh Phúc ban hành quy chế hoạt động của Ban chỉ đạo chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả tỉnh Vĩnh Phúc; Quyết định số 11/QĐ-UBND ngày 09/5/2019 ban hành quy chế phát triển điện lực Thành phố Hà Nội;…

2.1.2. Tham gia tuyên truyền, phổ biến giáo dục pháp luật và kiến thức tiêu dùng

Tuyền truyền, phổ biến kiến thức, pháp luật tiêu dùng là hoạt động thể hiện rõ nét đặc trưng trong quá trình hoạt động của các Hội Bảo vệ người tiêu dùng khu vực miền Bắc.

a) Về hình thức tuyên truyền

Bên cạnh các hình thức tuyên truyền truyền thống như tổ chức hội thảo, hội nghị, tập huấn, treo băng rôn, khẩu hiệu, phát tờ rơi cho người dân hoặc xây dựng các chương trình phát thanh, truyền hình...thì tại một số địa phương, các Hội đã có những hình thức tuyên truyền phù hợp với thực tế địa lý, cụ thể:

- ***Hội Bảo vệ người tiêu dùng tỉnh Hòa Bình*** thường xuyên tổ chức các tổ tuyên truyền trực tiếp tại các chợ vùng cao, phát tờ rơi và tư vấn trực tiếp cho bà con dân tộc tại các chợ vùng cao:

Ảnh: Hội Hòa Bình phối hợp lực lượng Quản lý thị trường tuyên truyền tại chợ Đồi Sim, xã Thanh Sơn, huyện Lương Sơn

Ảnh: Hội Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tỉnh Hòa Bình thành lập Điểm Tư vấn tiêu dùng tại chợ vùng cao Ngọc Sơn của huyện Lạc Sơn

- ***Hội Bảo vệ người tiêu dùng tỉnh Bắc Giang*** tổ chức xe lưu động để thực hiện tuyên truyền tại các huyện, thị trấn của Tỉnh, kết hợp các hoạt động treo băng rôn, tổ chức múa lân để thu hút sự chú ý của người dân, từ đó, tăng cường hiệu quả tuyên truyền thông tin

Ảnh: Hội Bắc Giang tổ chức tuyên truyền lưu động kết hợp múa lân để thu hút sự chú ý

- ***Hội Bảo vệ người tiêu dùng tỉnh Lạng Sơn*** tổ chức các phiên chợ ở các xã miền núi cận biên, kết hợp tuyên truyền bảo vệ người tiêu dùng với thực hiện Cuộc vận động Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam. Cùng với đó, Hội Lạng Sơn đã đề xuất Lãnh đạo tỉnh nghiên cứu đề án phối hợp thực hiện tuyên truyền tại khu vực cận biên để đảm bảo vừa tuyên truyền cho các tổ chức, cá nhân có hoạt động giao dịch mua bán, vừa đảm bảo tư vấn, hỗ trợ quyền lợi cho người dân ở các vùng cận biên. Bên cạnh đó, trong khoảng thời gian 2014 – 2019, Hội đã soạn thảo tài liệu tập huấn bồi dưỡng kiến thức pháp luật về quyền lợi người tiêu dùng, tổ chức tuyên truyền được 27 buổi cho 25.750 lượt người trên địa bàn toàn tỉnh.

Ảnh: Người tiêu dùng tham quan, mua sắm tại Phiên chợ đưa hàng Việt về miền núi huyện Đình Lập năm 2019

Hội Bảo vệ người tiêu dùng tỉnh Lạng Sơn cũng là tổ chức hưởng ứng rất tích cực sự kiện Ngày Quyền người tiêu dùng Việt Nam. Năm 2019, với chủ đề "Kinh doanh lành mạnh – Tiêu dùng bền vững", Hội Tiêu chuẩn và Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng Lạng Sơn đã tổ chức hội thảo "Kinh doanh lành mạnh, tiêu dùng bền vững" với sự tham gia của gần 200 hội viên và người tiêu dùng trên địa bàn thành phố Lạng Sơn. Hội thảo đưa ra các giải pháp xây dựng văn hóa, ý thức chủ động bảo vệ quyền lợi hợp pháp chính đáng của người tiêu dùng; nâng cao vai trò tư vấn, trợ giúp người tiêu dùng của các cơ quan chức năng và cộng đồng doanh nghiệp để tạo dựng môi trường kinh doanh lành mạnh, khuyến khích doanh nghiệp tích cực phát triển công nghệ nhằm đạt tối đa lợi nhuận, đem lại lợi ích cho khách hàng. Bên cạnh đó, Hội Tiêu chuẩn và Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng Lạng Sơn đã giới thiệu Chỉ thị 30-CT/TW ngày 22/1/2019 của Ban Bí thư Trung ương Đảng về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng và trách nhiệm quản lý của nhà nước đối với công tác bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng. Đồng thời công bố thành lập Văn phòng giải quyết khiếu nại trực thuộc hội và thông qua quy chế về trình tự, thủ tục tiếp nhận và giải quyết khiếu nại, bảo vệ người

tiêu dùng trên địa bàn tỉnh Lạng Sơn.

Ảnh: Các thành viên thuộc Văn phòng giải quyết khiếu nại của người tiêu dùng Lạng Sơn ra mắt tại hội thảo "Kinh doanh lành mạnh – Tiêu dùng bền vững" năm 2019

- ***Hội Bảo vệ người tiêu dùng Thành phố Hải Phòng***: vốn là tỉnh có hoạt động giao thương sôi nổi và nhộn nhịp tại khu vực miền Bắc chủ yếu tập trung vào việc phối hợp chặt chẽ với doanh nghiệp để chủ động nâng cao hiệu quả công tác bảo vệ người tiêu dùng. Hình thức phối hợp này chủ yếu được thực hiện qua các chương trình ký cam kết giữa doanh nghiệp với cơ quan nhà nước, từ đó, tạo ra khung khổ và cơ chế phối hợp để đảm bảo hiệu quả bảo vệ người tiêu dùng từ chính các doanh nghiệp.

Ảnh: Đại diện doanh nghiệp trên địa bàn TP. Hải Phòng tham gia ký kết thực thi trách nhiệm vì người tiêu dùng

- ***Hội Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tỉnh Ninh Bình***: Hội đã Phối hợp với Sở Công Thương, UBND các huyện, thành phố tuyên truyền luật Bảo vệ người tiêu dùng và nội dung Kế hoạch số 75/KH-UBND ngày 17/7/2020 của UBND tỉnh về thực hiện Nghị quyết số 82/NQ-CP ngày 26/5/2020 của Chính phủ thực hiện Chỉ thị số 30-CT/TW ngày 22/01/2019 của Ban Bí thư Trung ương Đảng về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng và trách nhiệm quản lý của Nhà nước đối với công tác bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng… Bên cạnh đó, Hội đã thường xuyên phối hợp với Báo Ninh Bình, Đài Phát thanh và Truyền hình Ninh Bình, Trung tâm Khuyến công XTTM & PTCCN đăng, phát nhiều tin bài trên báo, đài, website tuyên truyền, phổ biến các quy định của Luật và các văn bản hướng dẫn Luật nhằm giúp người tiêu dùng nâng cao nhận thức về quyền và trách nhiệm của người tiêu dùng để tự bảo vệ mình, đồng thời nâng cao ý thức chấp hành pháp luật của các tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá dịch vụ trên địa bàn tỉnh. Bằng nguồn kinh phí xúc tiến thương mại, Hội đã phối hợp với Sở Công Thương tổ chức Hội nghị tuyên truyền, phổ biến các quy định của pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cho 170 học viên là thành

viên Ban Chấp hành Hội Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tỉnh; cán bộ, hội viên Hội Liên hiệp Phụ nữ thành phố Tam Điệp; đại diện các cơ sở sản xuất, kinh doanh trên địa bàn tỉnh.

Ảnh: Lãnh đạo Hội Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tỉnh Ninh Bình tuyên truyền, hướng dẫn Siêu thị Big C triển khai công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Cùng với một số hình thức tuyên truyền nổi bật trên, các Hội Bảo vệ người tiêu dùng tại các tỉnh khu vực miền Bắc cũng chú trọng thực hiện thường xuyên, liên tục nhiều hình thức khác, đảm bảo phạm vi cung cấp thông tin rộng rãi tới mọi người dân, cụ thể;

- Trong 3 năm kể từ khi luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng có hiệu lực (2011-2013), các Hội Bảo vệ người tiêu dùng khu vực Miền Bắc đã tổ chức tập huấn và phổ biến pháp luật cho hàng ngàn học viên trên địa bàn tỉnh, thành phối. Tổ chức các cuộc tuyên truyền, phát hành ấn phẩm, tờ rơi. Đồng thời, các Hội cũng xây dựng phóng sự, đĩa, bản tin. Tổ chức hoặc phối hợp tổ chức các cuộc hội thảo, mít tinh với số lượng người tham dự lớn.

- Trong 5 năm tiếp theo (2014-2019), các Hội đã tổ chức các cuộc mit tinh, hội nghị, hội thảo, tuyên truyền, phổ biến pháp luật; phát hành tài liệu, băng rôn, áp

phích, tờ rơi; trả lời phỏng vấn, tham gia diễn đàn. Tiêu biểu trong đó, Bắc Giang in, phát hành 4.965 khẩu hiệu, pano, 1.000 quyển Luật và văn bản hướng dẫn, 1.100 bài đăng và trả lời phỏng vấn báo chí. Phú Thọ xây dựng 10 phóng sự; tổ chức 16 hội nghị, hội thảo. Hải Phòng tổ chức 30 hội nghị, hội thảo; trả lời phỏng vấn báo chí gần 100 cuộc. Nam Định phối hợp làm 14 phóng sự...

b) Về nội dung tuyên truyền

Giai đoạn 2011 – 2015, phần lớn các nội dung tuyên truyền tập trung vào việc phổ biến quy định pháp luật bảo vệ người tiêu dùng, hướng dẫn cách thức thực thi, tổ chức thực thi quy định pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Tuy nhiên, sau thời điểm 2015, có thể thấy các Hội Bảo vệ người tiêu dùng đã có sự thay đổi, bổ sung về nội dung tuyên truyền, cụ thể: giảm bớt các nội dung tuyên truyền quy định mà tăng dần các nội dung tuyên truyền theo chủ đề, theo các vấn đề nóng mà xã hội, người tiêu dùng đang quan tâm. Sự thay đổi này đã được ghi nhận có hiệu quả, đáp ứng được yêu cầu của công tác bảo vệ người tiêu dùng trong tình hình mới.

Qua ghi nhận, các nội dung tuyên truyền của các Hội trong giai đoạn 2015 – 2020 bao gồm:

-Về hàng giả, hàng không bảo đảm chất lượng, hàng đóng gói sẵn bị bớt xén, hàng xách tay và các hành vi gian lận thương mại khác. Trong đó có những vụ điển hình chủ yếu xuất hiện ở các tỉnh Miền Bắc gần khu vực biên giới đã được các Hội ở tỉnh, địa phương lên tiếng trên hàng chục báo chí để tác động nhà sản xuất, kinh doanh và cơ quan quản lý. Như tình trạng hàng giả, hàng kém chất lượng; đồng hồ giả, các vụ kinh doanh đồ chơi, quần áo trẻ em Trung Quốc không an toàn; gian lận khối lượng mặt hàng đóng gói sẵn; thực hiện sai quy định về ghi nhãn vv…

- Về an toàn thực phẩm: Các Hội Bảo vệ người tiêu dùng khu vực Miền Bắc như Lạng Sơn, Yên Bái, Bắc Kạn... đã nhiều lần lên tiếng về tình trạng hoa quả, phủ tạng động vật nhập lậu tồn dư hóa chất độc hại; gà thải loại nhập từ Trung Quốc, Hàn Quốc; trà sữa trân châu Đài Loan chứa axit meleic; thực phẩm nhiễm hóa chất; thịt lợn siêu nạc tồn dư chất cấm; ngộ độc thực phẩm; chất DEHP, phẩm màu E102, sữa Similac và Karicare nhiễm độc; nội tạng trắng đông lạnh; rau trôi nổi dán nhãn an toàn đưa vào siêu thị, trường học; nước đóng chai; vụ hàng chục tấn thực phẩm chức năng giả; sử dụng chất cấm trong chăn nuôi vv…

- Về lĩnh vực giá cả: Đã lên tiếng trước bất cập về giá xăng dầu, điện, nước, gas, cước vận tải, cước 3G ở địa phương. Qua đó đã góp phần tác động tích cực đến giá cả thị trường. Ví dụ, trước bất cập giữa giá xăng và giá cước, các Hội đã có phản ánh đến TW Hội và Cơ quan quản lý nhà nước để cập nhật tình hình địa phương. Cơ quan nhà nước đã vào cuộc, giá cước đã giảm và bình ổn lại cho người tiêu dùng.Trước tình hình giá sữa dành cho trẻ em biến động mạnh trong khi dư luận có sự phản ứng trái chiều về biện pháp quản lý giá sữa, các Hội đã lên tiếng trên hàng chục báo chí ủng hộviệc áp trần giá sữa.

- Các vấn đề khác như buôn lậu, quảng cáo, thương mại điện tử, bán hàng đa cấp, mũ bảo hiểm, thông tin cá nhân bị rò rỉ, lợi dụng; về xăng sinh học E5, các dịch vụ bảo hiểm, ngân hàng, y tế, viễn thông, Petrolimex hạch toán tiêu hao định mức chi phí vận tải cao hơn thực tế vào giá bán gây ảnh hưởng đến quyền lợi NTD, việc áp thuế nhập khẩu xăng dầu chưa đúng quy định, NTD bị thiệt, về tên gọi "sữa tiệt trùng" theo QCVN 5-1:2010: BYT làm cho NTD khó phân biệt. Điển hình là sự cố vỡ ống nước Sông Đà lần thứ 17 ảnh hưởng tới 70 ngàn hộ dân ở Hà Nội, vụ 60.000 người là nạn nhân một Công ty bán hàng đa cấp với số tiền lên tới hàng ngàn tỷ đồng. VTV Cab đột ngột cắt 23 kênh truyền hình, gây bức xúc cho NTD...

- Tư vấn kiến thức tiêu dùng tại địa phương để người dân nâng cao kiến thức tiêu dùng như hướng dẫn cách phân biệt thịt siêu nạc; giá đỗ dùng thuốc kích thích; rau, quả Trung Quốc giả rau, quả Việt Nam; sản phẩm tiết kiệm điện; ATTP; xăng sinh học E5-RON92 vv…

Hình ảnh: Hội Bảo vệ Người tiêu dùng Bắc Giang tổ chức tập huấn hướng dẫn lực lượng chức năng của tỉnh nhận biết hàng thật, hàng giả

Đặc biệt, liên quan đến công tác tuyên truyền thì hoạt động hưởng ứng Ngày

Quyền của người tiêu dùng Việt Nam hàng năm và việc tham gia thực hiện Cuộc vận động Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam là các hoạt động có nhiều dấu ấn nổi bật của các Hội Bảo vệ người tiêu dùng khu vực phía Bắc, cụ thể:

- Hưởng ứng Ngày quyền của người tiêu dùng Việt Nam: Hàng năm, hầu hết các Hội đều tổ chức các hoạt động với nhiều hình thức theo chủ đề của Tổ chức Quốc tế người tiêu dùng (CI), của Bộ Công Thương. Trong 5 năm đã tổ chức hàng trăm cuộc mít tinh, hội nghị; nhiều Hội tổ chức các hoạt động có quy mô và số lượng người tham gia lớn. Thực hiện Kế hoạch số 8261/KH-BCT ngày 31/10/2019 của Bộ Công Thương về việc tổ chức các hoạt động hưởng ứng Ngày Quyền của người tiêu dùng Việt Nam năm 2020 với chủ đề: "Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử", Hội Ninh Bình đã phối hợp với Sở Công Thương triển khai các nội dung hoạt động tuyên truyền và kêu gọi các doanh nghiệp tiên phong ứng dụng tiến bộ khoa học công nghệ, chủ động trong cuộc cách mạng 4.0 tạo điều kiện thuận lợi nhất, bảo vệ tốt nhất quyền lợi người tiêu dùng; phối hợp với Sở Công Thương và các đơn vị liên quan in, treo 15 băng zôn ngang và 60 phướn dọc trên các tuyến đường phố chính của thành phố Ninh Bình từ ngày 12/3/2020 đến ngày 17/3/2020 với các nội dung theo hướng dẫn Bộ Công Thương. Hội Bắc Giang phối hợp tổ chức 6 cuộc mít tinh, trên 6.000 người dự, riêng năm 2011 tổ chức Lễ mít tinh trên 2 ngàn người dự; hàng trăm xe máy, ô tô diễu hành. Lạng Sơn tổ chức Lễ mít tinh, treo 20 băng rôn, phối hợp xây dựng 1 phóng sự tuyên truyền trên đài PT & TH tỉnh. Thái Bình xây dựng chương trình tuyên truyền trên đài PT- TH, báo Thái Bình, tổ chức Hội thảo về chủ đề dịch vụ Tài chính - Ngân hàng với trên 120 hội viên dự. Hải Phòng phối hợp tổ chức tuyên truyền, treo 200 băng rôn, khẩu hiệu, mít tinh với 200 đại biểu dự. Hòa Bình tổ chức diễu hành. Yên Bái, Lai Châu, Bắc Kạn, Lạng Sơn, Hải Dương, Hà Nam, Nam Định, cũng tổ chức các hoạt động hưởng ứng phù hợp.

Hình ảnh: Hưởng ứng ngày Quyền của Người tiêu dùng Việt Nam tại một số tỉnh, thành phố khu vực phía Bắc

Ảnh: Lễ mít tinh và Hội chợ tri ân người tiêu dùng nhân ngày Quyền của người tiêu dùng Việt Nam 2020 tại Hà Nội

- Thực hiện Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" theo chủ trương của Bộ Chính trị: Các Hội đã phát hành tài liệu; bài viết, trả lời phỏng vấn; treo băng rôn, phướn tuyên truyền. Ninh Bình phối hợp với đài PT & TH tỉnh thực hiện trên 30 chuyên mục Công nghiệp - Thương mại và cung cấp trên 130 bản thông tin cho chuyên mục Bản tin thị trường giá cả. Bắc Giang phát hành 5 ngàn

tờ rơi và 4.700 cuốn Catalogue tuyên truyền các sản phẩm đặc trưng của địa phương, tổ chức 11 hội thảo về hàng Việt. Thái Bình hàng năm xây dựng và duy trì chuyên mục "Từ sản xuất đến tiêu dùng" trên đài truyền hình và báo Thái Bình.

Trong 5 năm qua các Hội đã phối hợp với các cơ quan tổ chức gần 1.400 hội chợ hàng Việt. Trong đó Thái Bình 7 đợt đưa hàng về nông thôn. Bắc Giang phối hợp tổ chức 663 gian hàng tại các phiên chợ hàng Việt về nông thôn. Ninh Bình phối hợp tổ chức 31 hội chợ với trên 3.000 gian hàng tại 8/8 huyện, thành phố, thị xã, 1.500 lượt doanh nghiệp tham gia và thu hút 1,5 triệu lượt người, trị giá giao dịch khoảng gần 50 tỷ đồng. Hà Nam phối hợp tổ chức 9 đợt đưa hàng về nông thôn. Ngoài các Hội trên, tùy hoàn cảnh cụ thể, các Hội còn lại đều tích cực hưởng ứng Cuộc vận động, góp phần làm nên thành tích chung, được Ban chỉ đạo Trung ương Cuộc vận động ghi nhận và biểu dương.

2.1.3. Hướng dẫn, giúp đỡ, tư vấn người tiêu dùng

Công tác hướng dẫn, tư vấn giải quyết khiếu nại là một hoạt động thường xuyên và quan trọng của các Hội khu vực Miền Bắc nhằm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong các trường hợp cụ thể. Cho đến nay, hoạt động này vẫn được thực hiện trên cơ sở tự nguyện, không thu phí. Đồng thời, qua đánh giá của người tiêu dùng, thủ tục hướng dẫn, hỗ trợ người tiêu dùng được thực hiện đơn giản, thuận tiện, công khai, vì vậy, hiệu quả tư vấn, hỗ trợ người tiêu dùng tại các Hội được ghi nhận có hiệu quả, nhanh chóng và thuận tiện.

Trong hơn 7 năm (2011-2019) các Hội khu vực Miền Bắc đã tư vấn giải quyết hàng nghìn vụ khiếu nại của người tiêu dùng. Tỷ lệ giải quyết thành công trên 80%; số vụ còn lại không đủ chứng cứ hoặc không thuộc thẩm quyền đã chuyển sang cơ quan chức năng giải quyết. Vụ khiếu nạinào có dấu hiệu trục lợi thì được giải thích để tránh vi phạm nguyên tắc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng không được xâm phạm quyền, lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân kinh doanh. Lĩnh vực khiếu nại bao trùm phần lớn lĩnh vực trong nền kinh tế. Từ chất lượng hàng hóa, an toàn thực phẩm đến hàng giả, thực hiện chế độ bảo hành, thông tin, quảng cáo không trung thực, gian lận trong đo lường, đồ dùng hàng ngày, thời trang, thiết bị điện tử, dịch vụ du lịch, tài chính, ngân hàng, vận tải, truyền hình, bất động sản, nội, ngoại thất, năng lượng, môi trường, giá cả vv…Trị giá hàng hóa khiếu nại ngày càng lớn, tính chất phức tạp

ngày càng tăng. Hội Hải Phòng tiếp nhận 208 hồ sơ của người tiêu dùng là nạn nhân của Công ty bán hàng đa cấp Liên kết Việt, trị giá hợp đồng gần 16 tỷ. Xét tính chất vụ việc, Hội đã gửi công văn báo cáo UBND thành phố và các cơ quan chức năng. Theo báo cáo của Hội Ninh Bình, công tác tư vấn giải quyết khiếu nại của người tiêu dùng rất được chú trọng: Hội đã thường xuyên duy trì hoạt động của Bộ phận Tư vấn và giải quyết khiếu nại của người tiêu dùng để kịp thời giải quyết các khiếu nại của người tiêu dùng; Tư vấn và hướng dẫn cho người tiêu dùng tổng đài hỗ trợ người tiêu dùng 1800-6838.

Công tác giải quyết khiếu nại không chỉ bảo vệ được quyền lợi cho người tiêu dùng mà còn giúp Hội có thông tin để từ đó kiến nghị cơ quan có thẩm quyền xử lý tận gốc các hành vi vi phạm, giúp doanh nghiệp nâng cao ý thức trách nhiệm với người tiêu dùng.

2.1.4. Độc lập khảo sát, thử nghiệm và công bố kết quả khảo sát

Trong giai đoạn 2011 – 2019, các Hội Bảo vệ người tiêu dùng đã tổ chức hàng chục cuộc khảo sát, thử nghiệm để cảnh báo cho người tiêu dùng, cung cấp thông tin và kiến nghị cơ quan nhà nước có thẩm quyền đối với nhiều vấn đề, cụ thể như sau: khảo sát tồn dư hóa chất độc hại trong thịt lợn siêu nạc, về các mặt hàng sữa, Pin TOSIBA RO3-AA, dây điện bọc nhựa PVC, dây điện lưỡng kim nhôm bọc đồng; các chỉ tiêu kim loại nặng và vi sinh trong dầu gội đầu; nhóm hóa chất Beta-agonist trong thức ăn chăn nuôi, trong thịt lợn; chất làm sáng quang học tinopal trong bún, bánh phở; chất lượng mũ bảo hiểm; tồn dư hóa chất trong một số loại rau củ, quả trên thị trường. Khảo sát, xây dựng dự thảo quy chuẩn Việt Nam về điều kiện vệ sinh an toàn nước uống đóng chai.

Bên cạnh đó, các Hội chủ động phối hợp với các tổ chức liên quan để thực hiện các đề tài, sáng kiến, cụ thể: Ký với Cục An toàn thực phẩm thực hiện dự án "Nâng cao năng lực quản lý chất lượng VSATTP" trong 4 năm (2012 – 2015) tại Hà Nội, Hòa Bình, Quảng Ninh, Ninh Bình, Bắc Ninh. Ký thỏa thuận hợp tác với Văn phòng tổ chức Veco, Vương quốc Bỉ tại Việt Nam về chương trình phát triển chuỗi rau an toàn giai đoạn 2011-2013 tại Hà Nội, Hải Phòng, Hải Dương, Bắc Giang, Vĩnh Phúc, Thái Bình.

Thông qua các hoạt động nghiên cứu, khảo sát nêu trên, các Hội đã có nhiều

kiến nghị gửi tới các cấp, ban, ngành, cụ thể: Kiến nghị Thủ tướng và Bộ Tài nguyên môi trường ủng hộ duy trì chương 97 trong dự thảo kết quả hội nghị Rio+20. Gửi công văn cho Bộ Công Thương về việc sửa đổi bản Hướng dẫn của Liên hợp quốc về bảo vệ người tiêu dùng. Kiến nghị Bộ Thông tin và Truyền thông, Bộ Công Thương, Bộ Tài chính về hoạt động của các công ty viễn thông có ảnh hưởng đến quyền lợi người tiêu dùng. Kiến nghị Bộ Ngoại giao, Bộ Công Thương đưa mục tiêu thực hiện hướng dẫn của Liên hợp quốc đối với bảo vệ người tiêu dùng vào mục tiêu phát triển bền vững. Ngoài ra, các Hội còn góp ý, kiến nghị nhiều vấn đề thuộc thẩm quyền và trách nhiệm quản lý nhà nước trong lĩnh vực giá cả, tiêu chuẩn, chất lượng, an toàn thực phẩm, ghi nhãn, quảng cáo; các bất cập về cơ chế, chính sách, về giá cả, chất lượng hàng hóa, dịch vụ vv…

2.1.5. Thực hiện nhiệm vụ do cơ quan nhà nước giao

Các Hội Bảo vệ người tiêu dùng đã chủ động trong việc kết nối với các cơ quan nhà nước, xây dựng các đề án trình UBND các tỉnh, thành phê duyệt và trên cơ sở đó, cấp ngân sách nhà nước để giao các Hội thực hiện một số nhiệm vụ liên quan. Tính tới năm 2016, khu vực Miền Bắc đã có 04 Hội đã thường xuyên được tỉnh hỗ trợ kinh phí hoặc giao nhiệm vụ hàng năm là Bắc Giang, Hòa Bình, Lạng Sơn, Quảng Ninh. Các Hội được giao thực hiện nhiệm vụ nhà nước đều thực hiện tốt nhiệm vụ được giao. Các Hội còn lại, tuy không được cơ quan nhà nước hỗ trợ kinh phí và giao nhiệm vụ cụ thể nhưng vẫn đẩy mạnh các hoạt động bằng các nguồn kinh phí hợp pháp tự khai thác.

Về nội dung thực hiện, các hoạt động chủ yếu tập trung vào nhiệm vụ tuyên truyền, phổ biến giáo dục về quyền và nghĩa vụ của người tiêu dùng, hướng dẫn, đào tạo nâng cao nhận thức cho người tiêu dùng; tư vấn, hỗ trợ cho người tiêu dùng.

Về hình thức giao nhiệm vụ: phần lớn các Hội đều phối hợp với Sở Công Thương để xây dựng kế hoạch thực hiện các nhiệm vụ bảo vệ người tiêu dùng tại địa phương, trên cơ sở đó, kiến nghị UBND phê duyệt và giao một phần nhiệm vụ cho các Hội thực hiện.

2.1.6. Hợp tác quốc tế

Công tác hợp tác quốc tế chủ yếu được Hội Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam (VICOPRO) thực hiện, trong đó có sự tham gia đóng góp tích cực từ các Hội khu

vực Miền Bắc. Các Hội tích cực tham gia phối hợp thực hiện các hoạt động hợp tác quốc tế nhằm hỗ trợ VICOPRO hoàn thành tốt vai trò là thành viên của các tổ chức quốc tế như CI, Hiệp hội các hội bảo vệ người tiêu dùng khu vực Asean, Qua đó, các Hội khu vực Miền bắc đã góp phần giúp VICOPRO thể hiện vai trò của Hội trong công tác bảo vệ người tiêu dùng tại Việt Nam và còn góp phần nâng cao vị thế, khẳng định hiệu quả công tác bảo vệ người tiêu dùng tại Việt Nam.

Gần đây, trên cơ sở hỗ trợ của Tổ chức GIZ, một số Hội Bảo vệ người tiêu dùng khu vực phía Bắc đã phối hợp tham gia thực hiện hoạt động khảo sát Chỉ số trao quyền cho người tiêu dùng, cụ thể là Hội VICOPRO, Hội Lạng Sơn và Hội Hòa Bình:

ACEI: Chỉ số Trao quyền cho NTD giữa các tỉnh, thành tại VN

Tỉnh, Thành Phố	CEI
Lạng Sơn	84.95
Bình Dương	91.75
Hà Nội	79.19
Hoà Bình	86.65
Quảng Trị	74.56
Dak Lak	79.52
Việt Nam	**82.96**

Bảng 2: So sánh chỉ số Trao quyền cho người tiêu dùng giữa các tỉnh, thành tại Việt Nam

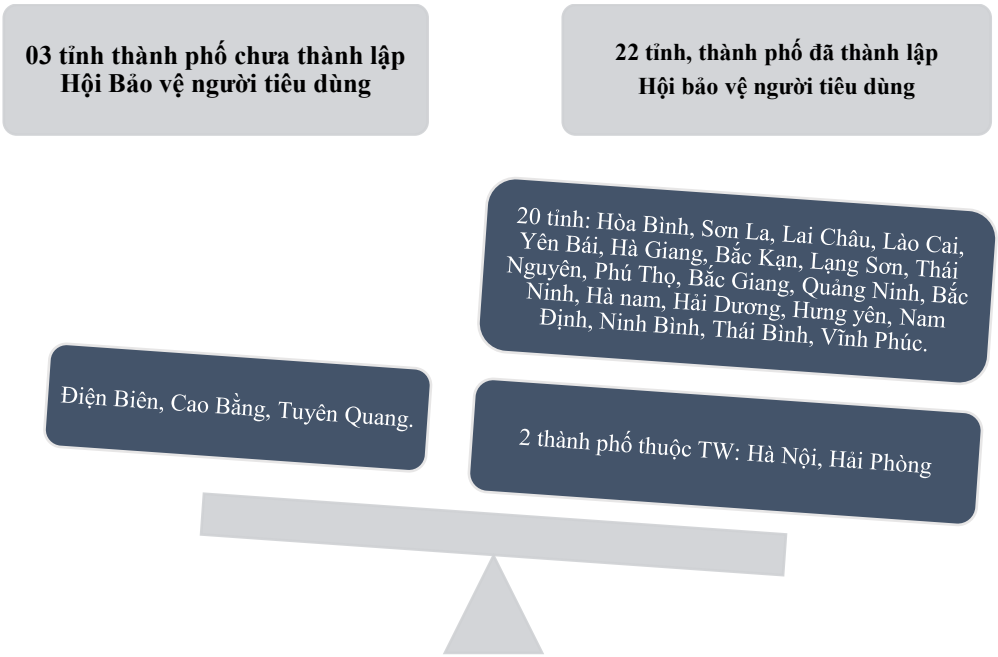
2.1.7. Công tác xây dựng và phát triển cơ cấu tổ chức của các Hội

Để đảm bảo nguồn lực thực hiện các nhiệm vụ bảo vệ người tiêu dùng, trong thời gian qua, các Hội Bảo vệ người tiêu dùng khu vực Miền Bắc đã không ngừng thành lập mới các Hội tại các tỉnh, huyện, xã, đồng thời, tăng cường kết nối tạo thành một mạng lưới thống nhất trên phạm vi cả nước.

Theo đó, từ năm 1991, Việt Nam đã có Hội khoa học kỹ thuật về Tiêu chuẩn

hoá, Đo lường, Chất lượng và Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam, gọi tắt là Hội Tiêu chuẩn và Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam (Vinastas). Giai đoạn 1999 - 2010, Việt Nam đã hình thành được 30 Hội Bảo vệ người tiêu dùng hoạt động trong phạm vi các tỉnh, thành phố và 01 Hội Vinastas hoạt động trên phạm vi cả nước. Tới năm 2011, thời điểm Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng có hiệu lực thi hành, số lượng Hội trên cả nước đã đạt con số 44 Hội, sau đó, trong các năm tiếp theo, trung bình hàng năm đều có Hội Bảo vệ người tiêu dùng được thành lập tại các tỉnh, thành phố. Tính tới hết năm 2020, Việt Nam hiện đã có 57 Hội Bảo vệ người tiêu dùng, trong đó, có 1 Hội Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam (tên viết tắt là Vicopro – được tách ra từ Hội Vinastas từ năm 1999) hoạt động trên phạm vi cả nước.

Đối với khu vực miền Bắc, hiện tại có 03 tỉnh thành phố chưa thành lập được Hội Bảo vệ người tiêu dùng cấp tỉnh là Điện Biên, Cao Bằng và Tuyên Quang.



Biểu đồ 2: Mạng lưới Hội bảo vệ người tiêu dùng khu vực Miền Bắc

Trên cơ sở hình thành các Hội Bảo vệ người tiêu dùng ở cấp tỉnh, nhiều Hội khu vực Miền Bắc đã quan tâm đẩy mạnh phát triển các Chi Hội ở quận, huyện và chú ý phát triển hội viên tập thể như Hải Phòng, Bắc Giang, Lạng Sơn, Phú Thọ, Hải Dương, Nam Định. Các Hội có số hội viên đông là Hải Phòng với 6.820, Hải Dương 1.000 vv…

Bên cạnh việc phát triển hội xuống cấp huyện, xã, việc thành lập các câu lạc

bộ cũng là một hình thức phát triển về cơ cấu tổ chức của các Hội như: Câu lạc bộ Người tiêu dùng Thăng Long thành lập đầu năm 2011, từ chỗ có 100 nay tăng lên gần 600 hội viên; 2013 tổ chức 5 hội nghị phổ biến pháp luật cho gần 470 lượt hội viên; tổ chức tham quan sản xuất; 2015 huy động gần 1.400 hội viên tham dự hàng chục hội thảo; vận động ủng hộ học sinh nghèo ở Văn Chấn, Yên Bái.

2.2. Đánh giá kết quả hoạt động của các tổ chức xã hội tham gia bảo vệ người tiêu dùng tại khu vực Miền Bắc.

2.2.1. Những thành tựu đạt được

Trong những năm vừa qua, cùng với các Hội Bảo vệ người tiêu dùng trên cả nước, các Hội Bảo vệ người tiêu dùng khu vực miền Bắc đã đạt được một số thành tựu đáng ghi nhận, cụ thể:

- Việc thực hiện Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng đã tạo ra sự chuyển biến tích cực về nhận thức trong xã hội trên cả nước nói chung và khu vực các tỉnh miền Bắc nói riêng, đồng thời, tạo dựng các cơ chế, chính sách để thúc đẩy công tác bảo vệ người tiêu dùng.

- Đã thực hiện tốt công tác phát triển Hội. Nhiều Hội khu vực Miền Bắc đã xây dựng, phát triển mạng lưới tổ chức ở cấp huyện, xã và cơ sở. Số hội viên tại các Hội cũng tăng lên.

- Công tác tham gia xây dựng pháp luật được quan tâm; được các cơ quan nhà nước, tổ chức chính trị, xã hội mời tham luận tại các hội nghị, hội thảo xây dựng pháp luật; nhiều ý kiến đóng góp được chấp nhận đã thể hiện vai trò, tiếng nói của các Hội được nâng lên.

- Công tác tuyên truyền, phổ biến pháp luật, kiến thức tiêu dùng đã được triển khai tích cực, sâu rộng, dưới nhiều hình thức, góp phần nâng cao hiểu biết pháp luật cho người tiêu dùng và cán bộ cơ quan, đoàn thể, doanh nghiệp tham dự tập huấn; góp phần làm thay đổi nhận thức, thói quen mua sắm, sử dụng dịch vụ của người tiêu dùng đồng thời nâng cao kiến thức tiêu dùng theo hướng tiết kiệm, bền vững.

- Công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng đã được các Hội khu vực Miền Bắc tiến hành trên nhiều phương diện, từ tham gia xây dựng, phản biện, tuyên truyền, phổ biến pháp luật, tư vấn giải quyết khiếu nại, khảo sát, phát hiện, cảnh báo, kiến nghị về chất lượng hàng hóa, an toàn thực phẩm, hàng giả, hàng nhái, giá cả, quảng

cáo, đo lường, ghi nhãn hàng hóa, bán hàng đa cấp, thực phẩm chức năng, dịch vụ tài chính, ngân hàng, bảo hiểm, du lịch vv…Đối với những mặt hàng thiết yếu, liên quan đến quyền lợi số đông người tiêu dùng như giá xăng dầu, điện, nước, cước vận tải, sữa cho trẻ em, amiăng được các Hội theo dõi thường xuyên và lên tiếng kịp thời.

- Công tác tư vấn giải quyết khiếu nại đã được nâng cao về chất lượng và tăng số lượng, được nhiều người tiêu dùng biết đến, trong đó có cơ quan ngoại giao nước ngoài. Số vụ khiếu nại tại 25 tỉnh miền Bắc tăng hơn trước, trên 80% thành công phần nào nói lên chất lượng và nỗ lực của công tác khiếu nại.

- Công tác khảo sát, giám định và phản biện xã hội đã đạt được những kết quả cụ thể, có tác dụng bảo vệ quyền lợi cho người tiêu dùng và đóng góp cho công tác quản lý của cơ quan Nhà nước.

- Các Hội khu vực Miền Bắc đã tham gia hỗ trợ Hội Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam và Cơ quan chức năng thực hiện những đề tài, dự án trong nước và quốc tế, nhờ đó tổ chức được những hoạt động có ý nghĩa về mặt xã hội cũng như về kinh tế, được báo chí quan tâm.

- Tích cực hưởng ứng Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" và "Ngày quyền của Người tiêu dùng" theo chủ trương của Bộ Chính trị, góp phần làm chuyển biến nhận thức của NTD đối với hàng Việt Nam, hỗ trợ cho doanh nghiệp trong nước vượt qua ảnh hưởng khủng hoảng kinh tế thế giới để tiếp tục phát triển.

- Hoạt động hợp tác quốc tế đã giúp các Hội khu vực miền Bắc có cơ hội được chia sẻ, học hỏi kinh nghiệm từ các nước trên thế giới. Trong quan hệ hợp tác quốc tế, các Hội khu vực Miền Bắc luôn tích cực hỗ trợ Hội bảo vệ Người tiêu dùng Việt Nam và tuân thủ đầy đủ các quy định của pháp luật và theo đúng đường lối đối ngoại nhân dân và hội nhập quốc tế của Đảng và Nhà nước.

- Các hội khu vực Miền Bắc đã tăng cường phối hợp và tranh thủ sự đồng tình, ủng hộ của các cơ quan, đoàn thể, tổ chức chính trị, xã hội và doanh nghiệp. Các cơ quan TW như Ban Kinh tế, VP Chính phủ, Bộ Công Thương đã về các địa phương để làm việc, nghe những đề xuất kiến nghị của các Hội. Sự quan tâm giúp đỡ, ủng hộ của các cơ quan, đơn vị không chỉ là nguồn cổ vũ về tinh thần mà còn là nguồn lực giúp các Hội triển khai được nhiều hoạt động có lợi cho NTD.- Các Hội khu vực

Miền Bắc ngày càng mở rộng và phát triển. Trong điều kiện khó khăn về mọi mặt, nhưng nhìn chung các Hội đã hoạt động tích cực, hiệu quả, không chỉ là địa chỉ tin cậy NTD mà tín nhiệm đối với các cấp ủy Đảng, chính quyền, cơ quan, tổ chức cũng ngày càng được nâng cao..

- Đã tranh thủ mọi nguồn lực để mở các lớp đào tạo, tập huấn nâng cao trình độ và chia sẻ kinh nghiệm cho cán bội chủ chốt của các Hội trong công tác bảo vệ NTD nói chung, trong đó có công tác tiêu chuẩn, chất lượng, tư vấn giải quyết khiếu nại.

2.2.2. Những hạn chế, tồn tại và nguyên nhân

Biểu đồ 3: Những hạn chế tồn tại trong hoạt động của các Hội Bảo vệ người tiêu dùng khu vực Miền Bắc

a) Về mạng lưới, vẫn còn 3/25 tỉnh, thành phố khu vực Miền Bắc chưa có tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (Hội); hầu hết các địa phương có Hội nhưng chỉ ở cấp tỉnh, chưa có ở cấp huyện và cơ sở, nhiều địa phương có Hội nhưng thực tế không có hoạt động, thậm chí một số Hội đã tự dừng hoạt động. Điều này đồng nghĩa với việc ở những nơi đó, người tiêu dùng chưa có điều kiện tiếp cận với Hội khi cần sự giúp đỡ. Ở tỉnh, thành phố chưa có hội và nhiều địa phương chưa có mạng lưới ở cơ sở, người tiêu dùng chưa chưa có điều kiện tiếp cận với Hội khi cần sự giúp đỡ. Các hồ sơ vụ việc khiếu nại của người tiêu dùng ở tỉnh, thành phố chưa có Hội Bảo vệ người tiêu dùng tuy đã được lưu giữ nhưng chưa phân tích cụ

thể trong báo cáo nên hạn chế việc đánh giá, nghiên cứu. Về nhân lực của các Hội khu vực Miền Bắc, hội viên tuy đông, nhưng cán bộ trực tiếp hoạt động lại thiếu. Về cơ sở vật chất, hầu hết các tỉnh, thành phố ở khu vực Miền Bắc đều không có trụ sở, phải thuê, mượn; thiết bị, phương tiện làm việc sơ sài, thiếu thốn.

b) Về kinh phí, trừ một số Hội địa phương được hỗ trợ thường xuyên từ ngân sách, còn lại phần lớn các Hội khu vực Miền Bắc phải tự tìm nguồn để trang trải cho hoạt động, như kinh phí thuê trụ sở, chi thường xuyên để duy trì hoạt động của bộ máy văn phòng, bộ phận tư vấn giải quyết khiếu nại; tổ chức các hội nghị, hội thảo, sự kiện vv… Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng quy định, khi thực hiện nhiệm vụ được cơ quan nhà nước giao, tổ chức xã hội tham gia bảo vệ người tiêu dùng được Nhà nước hỗ trợ kinh phí và các điều kiện khác theo quy định của pháp luật. Nghị định 99/2011/NĐ – CP ngày 27/10/2011 của Chính phủ cũng đã hướng dẫn. Tuy nhiên đến nay, khu vực Miền Bắc mới chỉ có bốn Hội được giao nhiệm vụ và hỗ trợ kinh phí. Có thể thấy, việc thực hiện nội dung tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng đối với tổ chức xã hội vẫn còn gặp nhiều khó khăn. Việc tự tạo nguồn kinh phí cũng rất khó khăn. Chính vì thiếu nguồn kinh phí nên nhiều nội dung hoạt động trong phạm vi chức năng, nhiệm vụ của tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng như khảo sát, thử nghiệm chất lượng hàng hóa, dịch vụ để thông tin, cảnh báo cho người tiêu dùng, kiến nghị cơ quan nhà nước xử lý; tham gia xây dựng pháp luật, chủ trương, chính sách; tổ chức tập huấn; tuyên truyền, phổ biến, giáo dục pháp luật và kiến thức tiêu dùng; đại diện người tiêu dùng khởi kiện hoặc tự mình khởi kiện vì lợi ích công cộng; hoạt động hợp tác quốc tế vv…bị hạn chế hoặc không thể triển khai.

c) Về quy định pháp luật

Các tỉnh Miền Bắc với tốc độ tăng trưởng kinh tế hàng năm đều năng tương đối cao luôn là một điểm nóng thu hút các doanh nghiệp, nhà đầu tư và cũng là thị trường tiêu dùng tiềm năng. Vậy nên, thực thi Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng không chỉ bảo vệ quyền lợi chính đáng, hợp pháp của người tiêu dùng, đem lại công bằng xã hội; mà qua đó còn bảo vệ các tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh chân chính khi tạo ra thị trường cạnh tranh lành mạnh, bảo vệ quyền lợi Nhà nước do chống thất thu ngân sách, góp phần phát triển bền vững và uy tín cho đất nước; bởi

phần lớn thiệt hại của người tiêu dùng do hành vi vi phạm pháp luật trong thương mại và dịch vụ gây ra.

Thị trường nội địa các tỉnh Miền Bắc là thị trường đầy tiềm năng và được các doanh nghiệp nước ngoài đặc biệt quan tâm và chú trọng, tuy nhiên, nhiều doanh nghiệp Việt Nam lại chưa khai thác và đánh giá đúng mức mà quá chú trọng thị trường nước ngoài, dẫn đến bỏ trống thị trường trong nước, thời cơ cho hàng nước ngoài, đặc biệt là hàng Trung Quốc giá rẻ tràn vào. Việc đưa hàng về nông thôn, nhiều doanh nghiệp chưa nhận thức đúng tầm quan trọng cuộc Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" theo chủ trương của Bộ Chính trị. Thay vì tận dụng cơ hội này để lấy lại lòng tin của người tiêu dùng bằng việc cung ứng ra thị trường hàng hóa có sức cạnh tranh, thì không ít doanh nghiệp nhân cơ hội này lại đưa hàng tồn kho, ứ đọng, lỗi mốt, kém chất lượng về vùng sâu, vùng xa, nơi đồng bào dân tộc một khi đã mất lòng tin rất khó lấy lại. Ngay ở khu vực thành thị, nơi được coi là trình độ dân trí cao hơn, nhưng người tiêu dùng cũng bị những quảng cáo, những phương thức kinh doanh không lành mạnh, thậm chí mang tính lừa dối của không ít tổ chức, cá nhân kinh doanh. Những hành vi gian lận về đo lường; trong sản xuất, buôn bán hàng giả; chất lượng hàng hóa, dịch vụ; an toàn vệ sinh thực phẩm; giá cả; ghi nhãn và rất nhiều chiêu thức bán hàng không lành mạnh khác đang làm sói mòn lòng tin của người tiêu dùng. Tuy Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng đã có hiệu lực và thực thi được gần 8 năm, nhưng kỳ vọng của người tiêu dùng vẫn còn xa. Những quy định trong Luật, ngay cả với tổ chức các Hội, một thành tố góp phần đưa Luật vào cuộc sống cũng chưa được thực hiện đầy đủ, do vậy chủ trương xã hội hóa công tác này, kết quả cũng còn rất hạn chế.

Có một nghịch lý là các hội được giao trách nhiệm, nhưng không được giao quyền hạn cũng như nguồn lực để thực hiện. Chính vì vậy, cho đến nay, trong 7 nội dung tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của tổ chức xã hội theo khoản 1, điều 28 của Luật, còn một số nội dung hội không thể thực hiện, hoặc có thực hiện thì cũng vô cùng khó khăn.

	Luật Bảo vệ người tiêu dùng, Khoản 1, Điều 28
Tổ chức	1. Hướng dẫn, giúp đỡ, tư vấn người tiêu dùng khi có yêu cầu

xã hội tham gia bảo vệ Quyền lợi người tiêu dùng	2. Đại diện người tiêu dùng khởi kiện hoặc tự mình khởi kiện vì lợi ích công cộng
	3. Cung cấp cho cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thông tin về hành vi vi phạm pháp luật của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ
	4. Độc lập khảo sát, thử nghiệm; công bố kết quả khảo sát, thử nghiệm chất lượng hàng hóa, dịch vụ do mình thực hiện; thông tin, cảnh báo cho người tiêu dùng về hàng hóa, dịch vụ và chịu trách nhiệm trước pháp luật về việc thông tin, cảnh báo của mình; kiến nghị cơ quan nhà nước có thẩm quyền xử lý vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng
	5. Tham gia xây dựng pháp luật, chủ trương, chính sách, phương hướng, kế hoạch và biện pháp về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng
	6. Thực hiện nhiệm vụ được cơ quan nhà nước giao
	7. Tham gia tuyên truyền, phổ biến, giáo dục pháp luật và kiến thức tiêu dùng

Bảng 3: Luật Bảo vệ người tiêu dùng, Khoản 1, Điều 28 về tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

- *Nội dung thứ nhất*: "Hướng dẫn, giúp đỡ, tư vấn người tiêu dùng khi có yêu cầu" (điểm a, khoản 1, điều 28):

Bình quân mỗi năm các các Hội khu vực Miền Bắc đang tiếp tục hoạt động tư vấn giải quyết khiếu nại và tư vấn qua điện thoại cũng hàng ngàn vụ một năm. Đối với các Hội, đây là một sự cố gắng, bởi đội ngũ cán bộ làm công tác tư vấn rất ít, lại không được đào tạo, không ổn định. Đặc biệt không có nguồn kinh phí để duy trì hoạt động, trong đó có khoản thù lao cho những người làm công tác này. Trên thực tế, mạng lưới tư vấn của hội chưa đáp ứng.

- *Nội dung thứ 2* "Đại diện người tiêu dùng khởi kiện hoặc tự mình khởi kiện vì lợi ích công cộng". Nội dung này rất quan trọng, nhưng đến nay rất khó để triển

khai. Vì khi đã đưa vấn đề ra tranh tụng tại tòa thì hội phải đối mặt với rất nhiều khó khăn, phức tạp, cả về thủ tục tố tụng lẫn pháp lý. Kinh phí để theo đuổi vụ kiện như thu thập chứng cứ, giám định, thuê luật sư, bồi thường trong trường hợp thua kiện vv... là vấn đề "vô tiền, khoáng hậu" ngoài khả năng của các hội. Trong khi tiềm lực kinh tế để tham gia vụ kiện, phía tổ chức, cá nhân kinh doanh nói chung là mạnh.

Theo Khoản 2, Điều 28 của Luật "Chính phủ quy định điều kiện để tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thực hiện quyền khởi kiện vì lợi ích công cộng quy định tại Điểm b Khoản 1 Điều này". Điều 24, Nghị định 99/2011/NĐ-CP ngày 27/10/2011 của Chính phủ đã quy định điều kiện của tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được quyền tự mình khởi kiện vụ án bảo vệ người tiêu dùng vì lợi ích công cộng khi có đủ các điều kiện sau đây:

"1. Được thành lập hợp pháp theo quy định của pháp luật.

2. Có tôn chỉ, mục đích hoạt động vì quyền lợi của người tiêu dùng hoặc vì lợi ích công cộng liên quan đến quyền lợi người tiêu dùng.

3. Có thời gian hoạt động tối thiểu là ba (03) năm tính từ ngày tổ chức xã hội được thành lập đến ngày tổ chức xã hội thực hiện quyền tự khởi kiện.

4. Có phạm vi hoạt động từ cấp tỉnh trở lên".

Quy định tại khoản 3, tổ chức xã hội phải có thời gian hoạt động tối thiểu là 3 năm, tại khoản 4, phải có phạm vi hoạt động từ cấp tỉnh trở lên, như vậy đã hạn chế hoạt động của hội, không có lợi cho người tiêu dùng.

Theo Khoản 3, Điều 25, Nghị định 99, khi tự mình khởi kiện vụ án bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng vì lợi ích công cộng, tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng có nghĩa vụ chịu các chi phí phát sinh trong quá trình khởi kiện. Quy định này thiếu thực tế. Là một tổ chức phi lợi nhuận, hội không có kinh phí để tham gia tố tụng.

- *Nội dung thứ 3*, "Cung cấp cho cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thông tin về hành vi vi phạm pháp luật của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ":

Trong 5 năm qua, tự mình khảo sát phát hiện chất lượng hàng hóa trên thị trường, hoặc qua tố cáo, khiếu nại của người tiêu dùng, các Hội khu vực Miền Bắc

đã cung cấp và kiến nghị các cơ quan nhà nước có liên quan những hàng hóa không bảo đảm an toàn, có nguy cơ gây thiệt hại đến sức khỏe, tài sản của người tiêu dùng, kể cả hành vi của tổ chức, cá nhân kinh doanh xâm phạm đến quyền, lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng. Nhìn chung, thông tin, kiến nghị của hội đã được cơ quan nhà nước hồi âm và xử lý. Tuy nhiên cũng có vụ việc chưa được cơ quan chức năng hồi âm, nên không rõ vụ việc được giải quyết đến đâu.

- *Nội dung thứ 4*, "Độc lập khảo sát, thử nghiệm; công bố kết quả khảo sát, thử nghiệm chất lượng hàng hóa, dịch vụ do mình thực hiện; thông tin, cảnh báo cho người tiêu dùng về hàng hóa, dịch vụ và chịu trách nhiệm trước pháp luật về việc thông tin, cảnh báo của mình; kiến nghị cơ quan nhà nước có thẩm quyền xử lý vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng".

Để tiến hành khảo sát, thử nghiệm trước hết phải có kinh phí. Sở dĩ một số cuộc khảo sát, thử nghiệm tiến hành được là nhờ sự quan tâm của Liên hiệp các Hội Khoa học và Kỹ thuật Việt Nam. Mỗi một dự án kinh phí tuy chỉ vài chục triệu, nhưng kết quả mang lại không nhỏ, kể cả ý nghĩa về mặt cảnh báo cũng như giá trị kinh tế mang lại cho xã hội.

Để chức năng này của tổ chức xã hội phát huy hơn nữa, rất cần sự hỗ trợ của nhà nước và cộng đồng doanh nghiệp.

- *Nội dung thứ 5*, "Tham gia xây dựng pháp luật, chủ trương, chính sách, phương hướng, kế hoạch và biện pháp về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng": 5 năm qua, các Hội khu vực Miền Bắc đã tích cực tham gia công tác phản biện, góp ý kiến xây dựng nhiều văn bản Luật và dưới luật có liên quan đến công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Tiếng nói của các Hội đã được lắng nghe, thể hiện qua việc được các Ủy ban của Quốc hội, Văn phòng Chính phủ, các Bộ, Ngành, MTTQ, Liên hiệp các Hội KH & KT Việt Nam mời dự và đặt bài tham luận tại nhiều cuộc hội thảo, tham vấn chuyên gia trong các Dự án Luật, hoặc các chủ trương, chính sách. Nhiều ý kiến đóng góp của hội đã được Ban soạn thảo tiếp thu và cấp có thẩm quyền thông qua.

- *Nội dung thứ 6*, "Thực hiện nhiệm vụ được cơ quan nhà nước giao". Đây là một chủ trương rất đúng đắn nhằm cụ thể hóa một trong những nguyên tắc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ghi tại khoản 1, điều 4 của Luật "Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là trách nhiệm chung của Nhà nước và toàn xã hội". Thực hiện chủ trương

này sẽ huy động được sự tham gia của tổ chức xã hội. Khi thực hiện nhiệm vụ nhà nước giao, tổ chức xã hội được Nhà nước hỗ trợ kinh phí và các điều kiện khác. Nghị định 99/2011/NĐ/CP ngày 27/10/2011 của Chính phủ cũng đã hướng dẫn thi hành. Hiện nay đã có 04 tỉnh khu vực Miền Bắc thực hiện việc giao nhiệm vụ và hỗ trợ kinh phí cho hội.

- *Nội dung thứ 7*, "Tham gia tuyên truyền, phổ biến, giáo dục pháp luật và kiến thức tiêu dùng": Đây là một trong 7 nội dung tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của tổ chức xã hội được quy định trong Luật. Để giúp người tiêu dùng hiểu được quyền và nghĩa vụ của mình, qua đó biết cách tự bảo vệ cũng như tìm đến đơn vị tư vấn, giúp đỡ khi cần thiết; tuyên truyền, phổ biến pháp luật là một trong những công việc được hội quan tâm hàng đầu. Với nguồn lực hạn chế, các Hội khu vực Miền Bắc đã có nhiều cố gắng trong công tác tuyên truyền, phổ biến pháp luật và kiến thức tiêu dùng đến người tiêu dùng và các đối tượng liên quan. Tuy nhiên, dù đã rất cố gắng, đặc biệt là của hệ thống tuyên giáo của Đảng, của các cơ quan chức năng, đoàn thể; sự vào cuộc quyết liệt, thường xuyên của các cơ quan thông tấn báo chí, có thể nói hiểu biết về Luật của nhiều người đã được nâng cao, nhưng cũng còn không ít người chưa nắm được Luật. Làm thế nào để mọi tầng lớp nhân dân nắm vững pháp luật, chủ động bảo vệ quyền và lợi ích chính đáng của mình là vấn đề cần được quan tâm hơn.

CHƯƠNG III: ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC TỔ CHỨC XÃ HỘI THAM GIA BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG KHU VỰC MIỀN BẮC

3.1. Một số kinh nghiệm quốc tế

3.1.1. Một số kinh nghiệm quốc tế

a. Nhật Bản

Nhật Bản là một quốc gia có nhiều kinh nghiệm trong việc xây dựng và tổ chức hoạt động của các tổ chức xã hội tham gia bảo vệ người tiêu dùng ở các Trung ương và địa phương. Nền tảng pháp lý cho việc thành lập và hoạt động của các tổ chức này chính là các quy định của Đạo Luật Cơ bản về người tiêu dùng và một số văn bản pháp luật có liên quan.

Tại Nhật Bản, Hội Bảo vệ người tiêu dùng là tổ chức người tiêu dùng có đủ tư cách sử dụng quyền yêu cầu lệnh cấm một cách thích hợp để bảo vệ lợi ích của toàn thể người tiêu dùng. Hiện tại ở Nhật Bản có 10 tổ chức như thế được Thủ tướng chính phủ công nhận. Các tổ chức này hoạt động dưới hình thức là pháp nhân phi lợi nhuận hoặc pháp nhân tổ chức thông thường hoặc các quỹ tài trợ thông thường.

Nhiệm vụ của Hội Bảo vệ người tiêu dùng là yêu cầu lệnh cấm khi phát hiện ra các hành vi bất hợp pháp của người kinh doanh vi phạm pháp luật về người tiêu dùng nhằm đình chỉ/ngăn chặn các hành vi này. Khi các hành vi nói trên gây thiệt hại cho người tiêu dùng thì Hội Bảo vệ người tiêu dùng xem xét toàn bộ vụ việc và đàm phán, hòa giải ngoài tòa án nhằm cải thiện nghiệp vụ kinh doanh của người kinh doanh. Với các vụ việc nghiêm trọng Hội này có thể thay mặt người tiêu dùng tiến hành khởi kiện ra tòa án và đưa thông tin tới Tổng cục người tiêu dùng công bố nhằm cảnh báo, ngăn ngừa sự việc tương tự.

Tại Nhật Bản, một số Hội Bảo vệ người tiêu dùng hoặc các cơ quan, tổ chức có liên quan trực tiếp đến hoạt động của các Hội có hoạt động tích cực và được đông đảo người tiêu dùng biết đến gồm có Trung tâm quốc gia về các vấn đề người tiêu dung (NCAC), Trung tâm người tiêu dùng xuyên biên giới Nhật Bản (CCJ), Trung tâm thông tin người tiêu dùng Tokyo, Trung tâm thông tin người tiêu dùng Kobe và Trung tâm thông tin người tiêu dùng Yokohama.

- Trung tâm quốc gia về các vấn đề người tiêu dùng (NCAC)

Trung tâm quốc gia về các vấn đề người tiêu dùng (The National Consumer Affairs Center of Japan (NCAC)[5]), được thành lập như một tổ chức công cộng đặc biệt từ năm và được nâng cấp thành "cơ quan bán hành chính" (an incorporated administrative agency) từ tháng 10 năm 2003 theo quy định của Đạo luật về Trung tâm quốc gia về các vấn đề người tiêu dùng.

NCAC là cơ quan thực thi mang tính nòng cốt thực hiện các hoạt động về người tiêu dùng và sinh hoạt của người dân, kết nối người tiêu dùng, người dân, doanh nghiệp và chính quyền bằng các "thông tin chính xác", hướng tới mục tiêu xã hội công bằng, lành mạnh và an toàn xã hội. Điều 25 Luật Cơ bản về người tiêu dùng của Nhật Bản quy định: Trung tâm quốc gia về các vấn đề người tiêu dùng đóng vai trò tích cực như là một cơ quan nòng cốt trong: i) thu thập và cung cấp thông tin về sinh hoạt tiêu dùng của người dân; ii) Trung gian xử lý khiếu nại và tư vấn cho các khiếu nại liên quan phát sinh giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng; iii) Giải quyết bằng thỏa thuận về tranh chấp phát sinh giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng; iv) Kiểm dịnh, kiểm tra đối với các sản phẩm liên quan đến khiếu nại từ người tiêu dùng; v) Điều tra nghiên cứu về các dịch vụ và vi) Nâng cao nhận thức và giáo dục đối với người tiêu dùng.

Xuất phát từ những nhiệm vụ nêu trên, Trung tâm quốc gia về các vấn đề người tiêu dùng được cấp kinh phí theo ngân sách hàng năm phục vụ công tác vận hành. Điểm nổi bật trong hoạt động của Trung tâm là công tác tư vấn. Theo đó, công tác tư vấn chủ yếu của Trung tâm được thực hiện theo các vấn đề riêng biệt (vụ việc toàn quốc, vụ việc có tính chuyên môn cao, tư vấn từ nhân viên tư vấn của trung tâm với quy mô nhỏ,...). Ngoài ra, Trung tâm còn thiết lập hệ thống nhóm (Tư vấn Luật Thương mại đặc biệt, tài chính và bảo hiểm, thông tin và truyền thông) bằng cách chuyên môn hóa, cao độ hóa và trình độ cao. Bên cạnh đó, hoạt động hỗ trợ địa phương sử dụng đường dây nóng người tiêu dùng được chia thành: tư vấn dự phòng vào các ngày thường; tư vấn vào thứ bảy, chủ nhật và các ngày lễ; tư vấn sinh hoạt tiêu dùng buổi trưa; đầu số 110 về các sự cố chỉ định đặc biệt; tư vấn thông tin cá nhân; hộp thư tranh chấp người tiêu dùng.

- Trung tâm người tiêu dùng xuyên biên giới Nhật Bản

[5] http://www.kokusen.go.jp/e-hello/about_ncac/data/ncac_hello.html (truy cập ngày 15/01/2021).

Trung tâm người tiêu dùng xuyên biên giới Nhật Bản (CCJ) được Tổng Cục người tiêu dùng thành lập vào tháng 11 năm 2011. Đây được coi là văn phòng tư vấn nhanh dành cho người tiêu dùng gặp sự cố khi giao dịch với các doanh nghiệp nước ngoài hoặc khi mua hàng nước ngoài qua mạng. CCJ phối hợp với các cơ quan tư vấn người tiêu dùng ở nước ngoài, thúc đẩy các doanh nghiệp có các biện pháp đối ứng bằng cách truyền đạt các nội dung tư vấn cho doanh nghiệp đối tác ở nước ngoài, hỗ trợ giải quyết sự cố của các doanh nghiệp nước ngoài với người tiêu dùng Nhật Bản. Hiện tại, CJC thiết lập quan hệ hợp tác với nhiều cơ quan tại các nước khác nhau trên thế giới như Mỹ, Canada, Hàn Quốc, Đài Loan, Singapore, Việt Nam, Thái Lan, Tây Ban Nha, Nga và 10 quốc gia Nam Phi. Trước thực trạng giao dịch xuyên biên giới ngày càng gia tăng như hiện nay, CJC cũng phải đối mặt với một số khó khăn, thách thức như khác biệt về ngôn ngữ, khác biệt về hệ thống luật pháp và các quy định liên quan cũng như khác biết về tập quán thương mại giữa Nhật Bản với các nước phát sinh tranh chấp trong từng vụ việc cụ thể. Những khó khăn này được coi là rào cản chung không chỉ CJC mà nhiều nước, trong đó có Việt Nam cũng đang gặp phải.

- Trung tâm thông tin người tiêu dùng Tokyo

Trung tâm thông tin người tiêu dùng Tokyo thuộc Tổng Cục người tiêu dùng, Chủ tịch Trung tâm là Bộ trưởng phụ trách Tổng Cục người tiêu dùng, các công chức của trung tâm do Bộ trưởng sắp xiếp, bổ nhiệm. Ngân sách của Trung tâm sinh hoạt quốc dân Tokyo là do Tổng Cục người tiêu dùng cấp. Nghiệp vụ chính của Trung tâm là thu thập, phân tích, cung cấp thông tin, tư vấn, giải đáp khiếu nại cho người tiêu dùng, tiến hành làm trung gian hòa giải và tổ chức giáo dục, tu nghiệp, cấp chứng chỉ cho các tư vấn viên trên toàn quốc. Trung tâm còn tiến hành kiểm tra, thử nghiệm sự an toàn của sản phẩm, qua đó đưa ra các khuyến nghị cho Tổng Cục người tiêu dùng và các Bộ có liên quan.

- Trung tâm thông tin người tiêu dùng Kobe

Trung tâm thông tin người tiêu dùng Kobe: Từ năm 1970, Bộ phận phụ trách các vấn đề về người tiêu dùng chuyển từ Cục Kinh tế sang Cục Công dân, ban vật giá tách ra hoạt động độc lập, tăng cường cơ chế quản lý người tiêu dùng. Cũng trong năm này Hiệp hội tiêu dùng thành phố Kobe khai trương trung tâm Thông tin người

tiêu dùng và Trung tâm đời sống nhân dân. Sau khi Nhật Bản ban hành Quy hoạch cơ bản về người tiêu dùng thì thành phố Kobe cũng ban hành Quy hoạch cơ bản về người tiêu dùng thành phố Kobe năm 2006.

Là một thành phố biển hứng chịu trận động đất khủng khiếp chôn vùi cảng Kobe vào năm 1995, chính quyền thành phố đặc biệt quan tâm đến công tác bảo vệ người tiêu dùng. Điều luật bảo vệ đời sống của người dân Kobe ban hành năm 1974 liên tục được sửa đổi cho phù hợp với thực tiễn và để cải thiện hậu quả của những thảm họa. Với mục tiêu phát huy vai trò của cơ quan quản lý người tiêu dùng địa phương, thành lập trường học cho người tiêu dùng Kobe, tăng cường công tác quản lý người tiêu dùng thành phố Kobe, năm 2011 thành phố đã ban hành Quy hoạch cơ bản về người tiêu dùng thành phố Kobe lần 2. Hệ thống bảo vệ người tiêu dùng Kobe được phân cấp gồm Cục xúc tiến hoạt động công dân, Phòng đời sống công dân và Ban tiêu dùng. Bên dưới là 4 bộ phận nghiệp vụ: Bộ phận tiêu dùng, Bộ phận khảo sát, Bộ phận đo đạc và kiểm tra và Trung tâm thông tin đời sống.

Nhằm thúc đẩy và bảo vệ lợi ích của người tiêu dùng đồng thời đảm bảo ổn định và nâng cao đời sống, tiêu dùng của người dân, thành phố Yokohama đã thành lập *Trung tâm thông tin người tiêu dùng Yokohama* vào tháng 7 năm 1974 tại Naka-ku, là nơi giải quyết các vấn đề liên quan đến người tiêu dùng trong phạm vi thành phố Yokohama.

Năm 1998 Trung tâm chuyển toàn bộ về Konan-ku, Kamiooka, hoàn thiện cơ sở vật chất và đổi tên thành Trung tâm sinh hoạt tiêu dùng thành phố Yokohama. Đây là nơi tổ chức các hoạt động như cứu trợ thiệt hại thông qua tư vấn tiêu dùng, tổ chức các lớp học hoặc phát hành các tin tức… nhằm phổ biến tri thức, cung cấp các phòng họp/phòng hoạt động hỗ trợ cho các hoạt động do các đoàn thể người tiêu dùng tự đứng ra tổ chức.

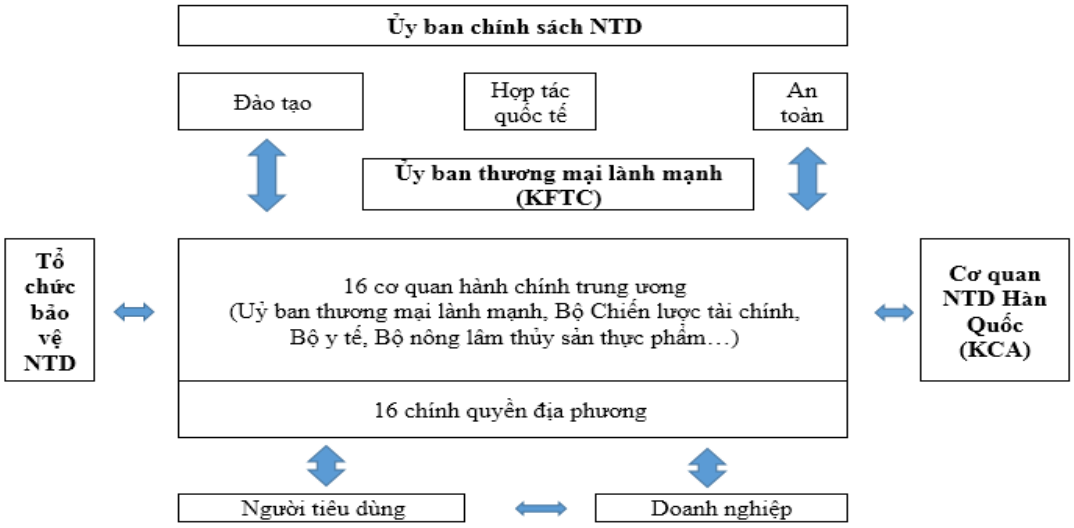
Năm 2003, Hiệp hội quản lý trung tâm chính thức trở thành Cơ quan kiểm tra định kỳ theo chỉ thị của thành phố Yokohama dựa trên Luật Đo lường. Sau đó cơ quan này tiến hành kiểm tra định kỳ các thiết bị cân đo theo hình thức đi đo tại từng hộ kinh doanh. Kể từ tháng 6 năm 2003, Luật tự trị địa phương quy định chế độ về người quản lý chỉ định được áp dụng tại trung tâm và Hiệp hội được chỉ định làm người quản lý của Trung tâm.

b. Hàn Quốc

➢ Tại Hàn Quốc, hệ thống chính sách về bảo vệ người tiêu dùng được xây dựng bao gồm 5 mục tiêu chính sau:

- Hỗ trợ và khắc phục thiệt hại của người tiêu dùng;
- Thúc đẩy thương mại công bằng;
- An toàn người tiêu dùng;
- Cung cấp thông tin tiêu dùng; và
- Đào tạo người tiêu dùng.

Ủy Ban thương mại lành mạnh (KFTC) là cơ quan đầu mối phối hợp với 16 cơ quan khác của Chính phủ[6] có nhiệm vụ thực thi pháp luật và chính sách bảo vệ người tiêu dùng:



Biểu đồ 4: Hệ thống chính sách người tiêu dùng của Hàn Quốc

Nguồn: KCA[7]

Thực tiễn ở Hàn Quốc, quá trình xây dựng chính sách về người tiêu dùng được phân chia thành 2 loại: (i) Kế hoạch khung và (ii) Kế hoạch thực hiện. KFTC xây dựng Kế hoạch khung về người tiêu dùng 3 năm một lần. Sau khi Ủy ban Chính sách người tiêu dùng phê duyệt, kế hoạch này sẽ được gửi tới các địa phương để tiến hành thực thi. Đối với Kế hoạch thực hiện, các Bộ liên quan (16) phải lập kế hoạch thực hiện

[6] Thông tin cập nhật vào tháng 4 năm 2015
[7] Thông tin cập nhật vào tháng 4 năm 2015, Bài phát biểu tại Hội thảo tại Đà Nẵng của Park Hee Ju – Cơ quan NTD Hàn Quốc

hàng năm vào trước ngày 31 tháng 10 và tất cả các địa phương phải lập kế hoạch trước 31 tháng 12. Hàng năm, các đơn vị này gửi báo cáo đánh giá kết quả triển khai lên KFTC trước 31 tháng 1 để Ủy ban có cơ sở điều chỉnh kế hoạch cơ bản nếu cần thiết.

Luật Khung về bảo vệ người tiêu dùng sửa đổi (có hiệu lực từ 2010) đã quy định rất rõ về trách nhiệm của chính quyền trung ương và địa phương trong triển khai công tác bảo vệ người tiêu dùng, cụ thể như sau:

"Điều 6. Nhằm thực hiện các quyền cơ bản của người tiêu dùng quy định tại Điều 4, chính quyền Trung ương và địa phương sẽ có trách nhiệm:

1. Phê duyệt, sửa đổi và các điều Đạo luật có liên quan, các văn bản dưới luật và các Pháp lệnh của chính quyền địa phương;

2. Duy trì và cải thiện hoạt động của các tổ chức hành chính cần thiết;

3. Xây dựng và triển khai các chính sách cần thiết; và

4. Hỗ trợ và khuyến khích các hoạt động tự quản có tổ chức và lành mạnh của người tiêu dùng."

"Điều 7. Hỗ trợ các tổ chức hành chính của địa phương: Khi cần thiết Nhà nước có thể hỗ trợ việc xây dựng, vận hành, vv các tổ chức hành chính của chính quyền địa phương liên quan tới quyền và lợi ích của người tiêu dùng theo như quy định tại Nghị định của Tổng thống."

Nghị định hướng dẫn thực thi Luật khung về người tiêu dùng (có hiệu lực từ ngày 29/2/2008) (Nghị định số 20683): Điều 3 (Chương 2 Nghĩa vụ của chính quyền Trung ương và địa phương) quy định:

"Chính quyền địa phương có thể xây dựng các quy định về các nội dung sau đây căn cứ vào Điều 6-(1) của Đạo luật khung về người tiêu dùng (sau đây gọi tắt là Đạo luật khung).

- Các biện pháp chính sách liên quan tới an toàn của người tiêu dùng

- Cung cấp thông tin về các biện pháp chính sách người tiêu dùng hoặc quyết định về chính sách chính

- Điều tra, khuyến nghị hoặc thông báo công khai nhằm khuyến khích doanh nghiệp dán nhãn và kinh doanh lành mạnh

- Hỗ trợ các hoạt động có tổ chức liên quan tới người tiêu dùng…

- Xây dựng và vận hành các tổ chức bảo vệ người tiêu dùng

- Xây dựng và triển khai các chương trình giáo dục nhằm nâng cao năng lực của người tiêu dùng

- Các vấn đề khác nhằm tăng cường trao quyền cho người tiêu dùng ở cấp địa phương

Ngoài ra, Nghị định cũng quy định rất chi tiết về cách thức chính quyền Trung ương và địa phương có thể phối hợp để triển khai các hoạt động có tổ chức liên quan tới người tiêu dùng tại Điều 4, cụ thể như sau:

(1) Chính quyền Trung ương và địa phương sẽ cung cấp những hỗ trợ cần thiết để triển khai các hoạt động căn cứ vào Điều 6-(4) của Đạo luật khung.

- Các hoạt động của các tổ chức người tiêu dùng nêu tại Điều 28-(1) của Đạo luật khung

- Giáo dục, chiến dịch công, mua sắm công và vận hành cơ sở vật chất của cộng đồng…

- Các hoạt động có tổ chức liên quan tới người tiêu dùng khác được xem là cần thiết để nâng cao quyền lợi của người tiêu dùng

(2) Chính quyền Trung ương và địa phương có thể hỗ trợ tài chính đối cho các tổ chức người tiêu dùng, hợp tác xã người tiêu dùng, vv trong phạm vi ngân sách cho phép.

Bên cạnh đó, Điều 5 cũng nêu rõ: trong trường hợp chính quyền địa phương đề nghị tổ chức người tiêu dùng và/hoặc KCA cử cán bộ hỗ trợ tổ chức hoạt động của Chính phủ về quyền lợi người tiêu dùng, chính quyền Trung ương có thể cấp kinh phí cho việc cử người nêu trên."

Theo như quy định của Điều 6, chính quyền Trung ương và địa phương có thể phối hợp triển khai hoạt động giáo dục người tiêu dùng thông qua việc sử dụng các hình thức như: trao đổi thông tin, các chương trình tập huấn chia sẻ kinh nghiệm trực tiếp, chiến dịch trên các phương tiện thông tin đại chúng, vv.

Cơ quan Người tiêu dùng Hàn Quốc (KCA) được thành lập vào năm 1987. Một trong những nhiệm vụ của KCA là tiến hành điều tra theo yêu cầu của chính quyền Trung ương và/hoặc địa phương nhằm thúc đẩy BVQLNTD.

Hàn Quốc đưa vào sử dụng Tổng đài tư vấn thống nhất và duy nhất 1.372 từ năm 2010 tới nay. KFTC là cơ quan chủ quản của tổng đài; ngoài ra KCA, tổ chức người

tiêu dùng (10 tổ chức và 200 chi hội) và 16 chính quyền địa phương (trung tâm quản lý tiêu dùng của 16 tỉnh/thành phố) cùng tham gia vào hệ thống tư vấn tổng hợp này.

Ngân sách chi cho các hoạt động bảo vệ người tiêu dùng tại các địa phương Hàn Quốc khoảng 270 triệu Won (1 Won ~ 20 VNĐ) vào năm 2014. Ngoài ra các địa phương sẽ chủ động bố trí nguồn ngân sách phù hợp cho các hoạt động bảo vệ người tiêu dùng tại địa phương.

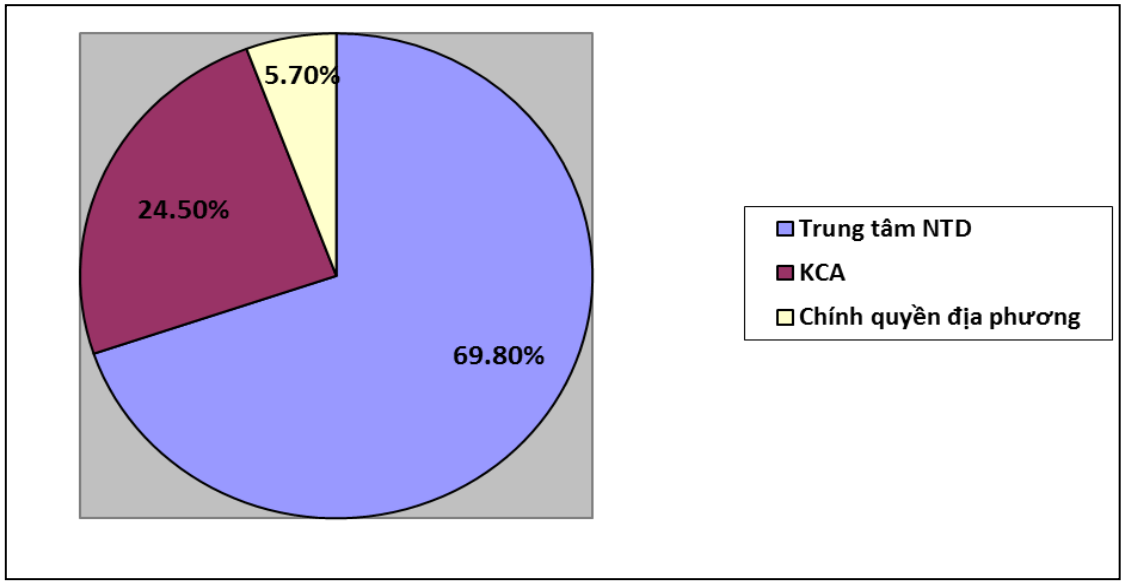
Về công tác tư vấn và giải quyết khiếu nại của người tiêu dùng tại địa phương, chính quyền địa phương phụ trách tư vấn các nội dung thông thường *(chi tiết xem hình minh họa dưới)*. Nội dung tư vấn bao gồm giải thích pháp luật và các tiêu chuẩn giải quyết tranh chấp cho người tiêu dùng và hướng dẫn cách thương lượng với nhà cung cấp. Khi tư vấn không giải quyết được thì KCA sẽ vào cuộc để đưa ra phương án thương lượng.

Cơ quan NTD Hàn Quốc (KCA)	Các tổ chức NTD	Chính quyền địa phương
Vận hành hệ thống điện tử thông tin	- Tư vấn (182 đường dây) + Sản phẩm, dịch vụ thông thường + Y tế, ô tô, tài chính, bảo hiểm (Hội NTD xanh, Hiệp hội NTD Hàn Quốc tại địa phương)	- Tư vấn (31 đường dây) + Sản phẩm, dịch vụ thông thường
- Tư vấn (32 đường dây) + Sản phẩm, dịch vụ thông thường + Y tế, ô tô, tài chính, bảo hiểm		

Bảng 4: Các đơn vị tham gia đường dây 1372

Số lượng cuộc gọi tư vấn và khiếu nại được ghi nhận qua tổng đài 1372 trung bình khoảng 800.000 cuộc / năm. Trong đó các tổ chức bảo vệ người tiêu dùng tiếp nhận và xử lý khoảng 69,9%, KCA là 24.5% và ở các địa phương là 5,7%[8].

[8] Số liệu do KCA cung cấp



Biểu đồ 5: Tỷ lệ tư vấn qua tổng đài 1372 của các đơn vị ở Hàn Quốc

Nguồn: Báo cáo thống kê của KCA

c. Singapore

Tại Singapore, cùng với sự phát triển kinh tế và mở rộng hoạt động kinh doanh buôn bán, các quy định bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cũng ngày càng được nâng cao và có giá trị thực tế hơn. Cụ thể, bên cạnh các văn bản điều tiết đối với một số lĩnh vực đặc biệt như bán hàng đa cấp (Đạo luật kinh doanh đa cấp và Bán hàng theo mô hình kim tự tháp), các lĩnh vực chuyên ngành như ngân hàng, tài chính, dịch vụ…, năm 2003 Chính phủ Singapore đã thông qua Luật Bảo vệ người tiêu dùng (CFTA). Văn bản trên có hiệu lực từ 2004, được sửa đổi năm 2009 và được coi là văn bản chính quản lý hoạt động bảo vệ người tiêu dùng, trong đó quy định: Thời hạn hiệu lực của các quyết định của cơ quan thi hành pháp luật được tăng từ một năm lên hai năm. Các cơ quan trên bao gồm: Hiệp hội tiêu dùng Singapore (Consumers Association of Singapore – CASE) và Ủy ban Du lịch Singapore (The Singapore Tourism Board – STB). Cùng với sự gia hạn thời hạn cho các tổ chức có thẩm quyền, thời gian khởi hiện của người tiêu dùng cũng được tăng từ 1 năm lên 2 năm. Ngoài ra, người tiêu dùng có thể yêu cầu bồi hoàn khoản thanh toán cho hàng hóa, dịch vụ trong vòng 12 tháng sau khi thanh toán và doanh nghiệp phải thực hiện hoàn lại tiền trong vòng 60 ngày sau khi nhận được các giấy tờ cần thiết do người tiêu dùng cung cấp.

Các nội dung trên đều nhằm mục đích hỗ trợ tối đa người tiêu dùng trong các vụ kiện với các doanh nghiệp hay nhà cung cấp. Một số dịch vụ tài chính và dịch vụ

khác (tài chính, ngân hàng, bảo hiểm, giao dịch hàng hóa…) đã được bổ sung quy định trong CFTA. Các quy định này trước đây được điều chỉnh bởi các văn bản chuyên ngành như: Luật Ngân hàng, Luật các tổ chức tài chính, Luật Bảo hiểm… Tuy nhiên, trong lần sửa đổi năm 2009, các dịch vụ này đã được điều chỉnh không chỉ bởi Cơ quan tiền tệ Singapore hoặc Doanh nghiệp quốc tế Singapore mà còn được quy định trong CFTA.

Những sửa đổi trên đây tiếp tục hoàn thiện và thực sự mở rộng hơn nữa phạm vi bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại Singapore. Cùng với sự hoàn thiện hệ thống văn bản quy phạm pháp luật quản lý hoạt động bảo vệ người tiêu dùng, sự tích cực hoạt động của các tổ chức, cơ quan bảo vệ người tiêu dùng cũng góp phần mang lại hiệu quả thực tế, đảm bảo tính thực thi của pháp luật và duy trì môi trường tiêu dùng lành mạnh. Một trong những tổ chức hoạt động năng động và hiệu quả trong lĩnh vực này là Hiệp hội tiêu dùng Singapore – CASE.

Tại Hiệp hội tiêu dùng Singapore (CASE), biểu tượng CASETrust xuất hiện tại một cửa hàng có ý nghĩa đảm bảo các chính sách tiêu dùng chuẩn mực cho khách hàng. Hiệp hội hoạt động có thu phí giải quyết khiếu nại, mức phí thu căn cứ vào giá trị hòa giải, thấp nhất là 5 đôla Singapore cho giá trị khiếu nại dưới 5000 đôla Sing, và cao nhất là 400 đôla Sing cho giá trị hơn 40000 đôla Sing. Nhằm xây dựng môi trường tiêu dùng lành mạnh, hỗ trợ các doanh nghiệp duy trì hình ảnh thương hiệu và giúp đỡ người tiêu dùng trong việc tiêu dùng thông minh, từ năm 1999 CASE đã đưa vào hoạt động hệ thống chứng nhận CASETrust. Đây là hệ thống chứng nhận uy tín dành cho các doanh nghiệp hoạt động trong những lĩnh vực ngành hàng nhất định, đáp ứng và duy trì được các tiêu chí do Chương trình đưa ra (phần lớn là các tiêu chí về chính sách thông tin, chính sách chăm sóc khách hàng, giải quyết khiếu nại, tổ chức cán bộ…). Hiện nay chứng nhận này được cấp cho các doanh nghiệp trong lĩnh vực giáo dục, du lịch, website, kinh doanh ôtô, spa và chăm sóc sức khỏe.

Thành lập từ năm 1971, CASE là tổ chức phi chính phủ, phi lợi nhuận, hoạt động hướng tới bảo vệ người tiêu dùng thông qua các chương trình đào tạo và cung cấp thông tin, thúc đẩy môi trường, thực hành thương mại công bằng và đạo đức. Một trong những dấu ấn hoạt động của CASE là quá trình vận động hành lang giúp cho hoạt động bảo vệ người tiêu dùng được thông qua vào năm 2004. Trong quá trình

hoạt động của mình, CASE đã biên tập và xuất bản nhiều tập sách, tài liệu có tính chất giáo dục, cung cấp thông tin tiêu dùng hữu ích cho người tiêu dùng: Các hành vi thương mại lành mạnh và người tiêu dùng (Fair trading & You), các kinh nghiệm tiêu dùng trong từng lĩnh vực cụ thể: shopping, điều hòa, vé máy bay, quần áo, mỹ phẩm, máy tính, đồ điện tử, giáo dục…, các hội thảo chuyên đề: tài chính y tế và kinh nghiệm thực tế về bảo hiểm y tế, các sự kiện cộng đồng: Chương trình ủng hộ Ngày Quốc tế tiêu dùng thế giới 15/3, các khóa đào tạo kiến thức và kinh nghiệm tiêu dùng cho các quốc gia khác… Đặc biệt, từ năm 1999 CASE đã hình thành và xây dựng Trung tâm hòa giải CASE nhằm tăng thêm công cụ và góp phần hỗ trợ người tiêu dùng trong quá trình khởi kiện các doanh nghiệp, nhà sản xuất. Tỷ lệ hòa giải thành công là 70-80% vụ việc khiếu kiện.

3.1.2. Bài học rút ra đối với Việt Nam

Qua kinh nghiệm tại Nhật Bản, Hàn Quốc và Singapore cho thấy để triển khai tốt công tác giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động của các tổ chức xã hội về bảo vệ người tiêu dùng, ngoài việc khuôn khổ pháp lý về bảo vệ người tiêu dùng được hoàn thiện thì việc xây dựng một cơ chế hỗ trợ và phối hợp bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng hiệu quả và thống nhất từ trung ương tới địa phương là điều hết sức cần thiết, cụ thể như sau:

a) Về sự hỗ trợ cần thiết từ phía Trung ương

Rõ ràng hai cơ quan trung ương CAA của Nhật Bản và KCA của Hàn Quốc đã làm rất tốt vai trò hoạch định và xây dựng kế hoạch cho các tổ chức xã hội xây dựng và triển khai công tác bảo vệ người tiêu dùng trên phạm vi cả nước. Kế hoạch này được dựa trên một hệ thống dữ liệu về thông tin rất tốt được nối từ các đầu mối tư vấn bảo vệ người tiêu dùng ở chính quyền địa phương, các tổ chức bảo vệ người tiêu dùng liên quan cũng như doanh nghiệp và cơ quan trung ương. Ngoài ra việc hỗ trợ đào tạo và bồi dưỡng cao năng lực các cán bộ hội địa phương và hỗ trợ một phần ngân sách hoạt động cũng góp phần quan trọng vào việc nâng cao hiệu quả triển khai công tác bảo vệ người tiêu dùng của các tổ chức xã hội tại địa phương.

b) Về nguồn lực thực hiện

Mỗi địa phương có một đặc thù khác nhau, vì vậy việc chuẩn bị và bố trí nguồn lực (bao gồm cả ngân sách và con người) cho phù hợp cũng là một điểm mấu chốt

cho hiệu quả thực thi. Thực tế, các địa phương tại Nhật Bản và Hàn Quốc, chính quyền địa phương cũng đều trang bị nguồn lực không nhỏ cho công tác bảo vệ người tiêu dùng tại địa phương về ngân sách và số lượng cán bộ làm chuyên trách về bảo vệ người tiêu dùng cho cả cơ quan quản lý nhà nước lẫn tổ chức xã hội. Do vậy các địa phương rất chủ động trong việc triển khai các công tác giáo dục và tuyên truyền nâng cao nhận thức cho người tiêu dùng tại địa phương thông qua nhiều kênh và nhiều hình thức khác nhau.

c) Về phối hợp với cơ quan nhà nước bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Việc tự chủ trong các hoạt động thì việc phối hợp hiệu quả với các cơ quan quản lý nhà nước phụ trách công tác bảo vệ người tiêu dùng cũng góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động bảo vệ người tiêu dùng của các tổ chức xã hội tại địa phương. Pháp luật của Nhật Bản và Hàn Quốc đều tạo cơ sở pháp lý rõ ràng để khuyến khích các tổ chức xã hội tham gia vào công tác bảo vệ người tiêu dùng. Trên thực tế, điều này sẽ giảm tải công việc cho cơ quan địa phương nhưng cũng không làm mất đi vai trò của cơ quan địa phương trong việc phối hợp và kết nối với các tổ chức xã hội cùng làm công tác bảo vệ người tiêu dùng trên địa bàn địa phương.

d) Về việc xây dựng cơ chế tư vấn, giải quyết khiếu nại cho người tiêu dùng

Tại Nhật Bản có rất nhiều bộ, ngành, cơ quan có chức năng bảo vệ người tiêu dùng, các cơ quan bảo vệ người tiêu dùng địa phương hoạt động rất hiệu quả và gần gũi với người tiêu dùng. Đặc biệt, cơ quan quản lý hành chính đầu não về bảo vệ người tiêu dùng của Nhật Bản được phụ trách bởi một Bộ trưởng đặc nhiệm thuộc văn phòng chính phủ nhằm liên lạc trực tiếp với thủ tướng chính phủ để đối phó với những hậu quả của thiên tai và thảm họa luôn đe dọa đời sống dân sinh. Hệ thống thông tin về bảo vệ người tiêu dùng Nhật Bản điển hình là mạng PIO-NET hiện đại, khoa học, được kết nối với tất cả các trung tâm sinh hoạt, trung tâm thông tin đời sống bảo vệ người tiêu dùng trên toàn quốc nhằm chia sẻ thông tin, cảnh báo, ngăn ngừa… những hành vi vi phạm pháp luật bảo vệ người tiêu dùng. Hệ thống giáo dục, tư vấn cho người tiêu dùng của Nhật Bản cũng rất phát triển. Đặc biệt, ở Nhật còn có các trung tâm chuyên đào tạo và cấp bằng cho các tư vấn viên với cơ sở vật chất đầy đủ, tài liệu luôn được cập nhật sửa chữa.

Do vậy, việc xây dựng và phát triển cơ chế tư vấn, chia sẻ thông tin tới người

tiêu dùng nhằm hạn chế tối đa các trường hợp vi phạm quyền lợi người tiêu dùng có thể xảy ra là một trong những hướng đi mới, cần và nên được phát triển, đặc biệt trong bối cảnh hiện nay nhiều hành vi vi phạm quyền lợi người tiêu dùng đến từ sự thiếu hiểu biết của cả hai phía người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ gây ra. Trong trường hợp có tranh chấp xảy ra, việc thiết lập cơ chế tư vấn, hỗ trợ giải quyết khiếu nại của người tiêu dùng theo các mảng lĩnh vực khác nhau là một cách khiến tối đa hóa nguồn lực và hệ thống hóa các công việc, tạo thuận tiện cho cả người tiêu dùng và cán bộ Hội phụ trách.

e) Cơ chế thu phí trong công tác tư vấn, giải quyết khiếu nại cho người tiêu dùng tại các tổ chức xã hội

Trên thực tế, hoạt động của các tổ chức xã hội trong lĩnh vực bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ở Việt Nam hiện nay đều dựa trên nguồn vốn tự huy động từ các tổ chức, cá nhân hoặc lồng ghép chung trong các hoạt động được cấp kinh phí từ ngân sách nhà nước. Bên cạnh những mặt tích cực trong việc giảm tải áp lực cho công tác tổ chức cán bộ, nhân lực và tài chính từ nguồn ngân sách nhà nước, các Hội cũng gặp khá nhiều khó khăn trong việc huy động ngân sách để duy trì hoạt động. Tại các nước Nhật Bản, Hàn Quốc và Singapore, các tổ chức xã hội về bảo vệ người tiêu dùng đều phân chia mảng hoạt động thành các nội dung cụ thể khác nhau, trong đó có những mảng nội dung được vận hành dưới hình thức có thu phí. Việc này tạo cơ chế và tiền đề cho công tác cải tiến, nâng cao chất lượng tư vấn, hỗ trợ người tiêu dùng và doanh nghiệp nói chung và chất lượng hoạt động của tổ chức xã hội đó nói riêng. Do vậy, xây dựng các nội dung và vận hành với cơ chế có thu phí là một trong những bài học kinh nghiệm cho các tổ chức xã hội về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ở Việt Nam.

3.2. Giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động của các tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khu vực miền Bắc

Từ những nội dung đã nêu tại Chương I và Chương II, có thể thấy, để nâng cao hiệu quả hoạt động cho các tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên cả nước nói chung và tại khu vực miền Bắc nói riêng, cần xây dựng một hệ thống các giải pháp từ tất cả các chủ thể có liên quan.

3.2.1. Giải pháp từ cơ quan quản lý nhà nước

a. Sửa đổi, bổ sung Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Với vai trò là cơ quan quản lý nhà nước ở Trung ương, có thể thấy giải pháp quan trọng nhất từ phía Bộ Công Thương chính là xây dựng, ban hành hoặc đề xuất cấp có thẩm quyền ban hành cũng như sửa đổi bổ sung các văn bản hiện hành nhất là Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Việc sửa đổi, bổ sung Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là để đáp ứng một cách kịp thời các yêu cầu khách quan của thực tiễn công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại Việt Nam; nâng cao trách nhiệm và vai trò của các cơ quan, tổ chức trong công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; tạo lập các cơ chế, chính sách để phát huy sự tham gia hiệu quả của tổ chức xã hội, các chủ thể có liên quan trong công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; hoàn thiện các phương thức giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và các tổ chức, cá nhân kinh doanh.

Để đảm bảo hiệu quả của công tác sửa đổi, bổ sung, cần tập trung sửa đổi, bổ sung các quy định của Luật còn nhiều bất cập, hạn chế trong thực tiễn thi hành. Đồng thời, bổ sung một số quy định mới để kịp thời điều chỉnh những vấn đề đã và đang phát sinh trong thực tiễn mà chưa được Luật hiện hành quy định hoặc quy định không cụ thể,không phù hợp với hệ thống các văn bản pháp luật liên quan khác.

Vì vậy, những đề xuất nhằm hoàn thiện các quy định của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng bao gồm sửa đổi, bổ sung các quy định hiện hành. Đối với Chương III (Trách nhiệm của tổ chức xã hội trong việc tham gia việc tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng) cần sửa đổi, bổ sung các quy định từ Điều 27 đến Điều 29 để làm rõ nguyên tắc: Khuyến khích mọi cá nhân, tổ chức trong xã hội tham gia các hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng nhưng chỉ có các tổ chức xã hội được thành lập hợp pháp theo Luật mới được thực hiện các hoạt động có tính "đặc thù". Đồng thời, nghiên cứu tạo cơ sở cho một số hoạt động như "quyền tẩy chay"…

b. Tăng cường sự hỗ trợ từ cơ quan quản nhà nước tại địa phương

Để được khẳng định vai trò của mình, các Hội khu vực miền Bắc cần tiếp tục hoàn thiện cơ cấu tổ chức, nội dung hoạt động, hiệu quả hơn trong công tác tư vấn và giải quyết khiếu nại cho người tiêu dùng. Trong quá trình này, sự hỗ trợ từ cơ quan quản lý nhà nước tại địa phương là rất quan trọng. Một số giải pháp có thể thực

hiện bao gồm:

- Hoàn thiện về tư cách pháp lý và tên gọi cho các Hội: Đối với các tỉnh mà Hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng vẫn giữ tư cách pháp lý là tổ chức xã hội nghề nghiệp, các UBND các tỉnh cần xem xét để sớm điều chỉnh sang mô hình là tổ chức xã hội để có thể vận dụng và triển khai có hiệu quả các quy định của pháp luật BVQLNTD. Tên gọi của các Hội cũng cần được đặt thống nhất là *"Hội Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng"*.

- Về kinh phí: Các cơ quan quản lý nhà nước cần quan tâm hỗ trợ kinh phí hoặc tạo cơ chế, chính sách để các Hội kêu gọi xã hội hóa để triển khai. Các nội dung hoạt động cần bám sát quy định về chức năng của Hội được quy định trong Luật BVQLNTD cũng như Điều lệ hoạt động của Hội. Các hoạt động này cần thiết thực, hiệu quả, tiết kiệm. Trong một số trường hợp, Sở Công Thương hoặc UBND cấp huyện có thể phối hợp với Hội để tổ chức các hoạt động trên địa bàn. Điểm thuận lợi của các Hội là có thể dễ dàng nhận được sự ủng hộ, hỗ trợ từ phía doanh nghiệp nếu các đề án có ý nghĩa, hiệu quả với xã hội, với người tiêu dùng. Tuy nhiên, các Hội cũng cần lưu ý lựa chọn các doanh nghiệp, tổ chức hỗ trợ có uy tín, và Hội không phải chịu các sức ép đối với các hoạt động sẽ triển khai.

- Về giao nhiệm vụ: Các cơ quan QLNN cần quan tâm đến việc giao nhiệm vụ (cùng với đó là sự hỗ trợ về nhân lực và ngân sách) theo quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

- Tạo cơ chế kết nối hệ thống tư vấn, hướng dẫn của các cơ quan quản lý nhà nước với hệ thống tư vấn, hỗ trợ người tiêu dùng của các Hội: Công tác này cần được đặc biệt chú trọng do miền Bắc là nơi có thủ đô Hà Nội, đồng thời bao gồm nhiều tỉnh, thành có hoạt động giao thương với nước ngoài như Điện Biên, Lai Châu, Lào Cai, Hà Giang, Cao Bằng, Lạng Sơn và Quảng Ninh, Hải Phòng. Nhiều nơi thuộc miền Bắc là vùng sâu, vùng xa, nông thôn, biên giới, miền núi dẫn tới thực trạng vi phạm quyền lợi người tiêu dùng rất phức tạp, nhận thức người tiêu dùng về quyền lợi của mình và trách nhiệm của doanh nghiệp còn chưa cao. Trong khi đó, hoạt động tư vấn cho người tiêu dùng và doanh nghiệp là một trong những chức năng rất quan trọng của Hội BVQLNTD. Vì vậy, các Hội BVQLNTD miền Bắc cần tuyển dụng hoặc bố trí cán bộ tư vấn có trình độ chuyên môn. Kinh nghiệm cho thấy một số Hội

có kết nạp các công ty luật làm thành viên của Hội, thông qua đó, Hội có thể vận dụng các nhân viên tư vấn pháp luật hỗ trợ hoạt động của mình. Hội BVQLNTD miền Bắc cần mạnh dạn công bố đường dây nóng hoặc đầu mối liên lạc, và có cơ chế hợp tác, phối hợp với các cơ quan QLNN về BVQLNTD (như Sở Công Thương, UBND cấp huyện) để kết nối đường dây này. Có như vậy, hoạt động tư vấn, giải quyết khiếu nại mới được tiến hành nhanh chóng, kịp thời và hiệu quả.

- Hỗ trợ các Hội trong việc xây dựng và hoàn thiện quy trình, cơ chế hỗ trợ, giải quyết các khiếu nại, yêu cầu của người tiêu dùng.

3.2.2. Giải pháp từ các tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Bên cạnh các giải pháp từ các chủ thể khác, có thể nói, các giải pháp từ chính các tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là trực tiếp và thiết thực nhất.

a. Xây dựng cơ chế phối hợp chặt chẽ, hiệu quả với cơ quan quản lý nhà nước về BVQLNTD

Kinh nghiệm nhiều nước cho thấy, các cơ quan bảo vệ người tiêu dùng hầu hết là cơ quan có vị trí quan trọng trong hệ thống hành pháp và có nhiều thẩm quyền trong các vấn đề về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng như xây dựng chính sách, lập kế hoạch và giám sát các hoạt động bảo vệ người tiêu dùng của các cơ quan khác có liên quan trong hệ thống. Do vậy, sự phối hợp trong hoạt động của các cơ quan trong hệ thống bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng luôn mang tính ràng buộc, đảm bảo sự nhịp nhàng, kịp thời và thông suốt.

Tại Việt Nam, cần thiết phải xây dựng một cơ chế phối hợp ràng buộc giữa các cơ quan quản lý nhà nước trong việc thực thi công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cũng như trong việc xử lý các vụ việc vi phạm quyền lợi người tiêu dùng nói riêng. Điều này có thể được thực hiện thông qua việc xây dựng chính sách, pháp luật quy định những nhiệm vụ, cơ chế ràng buộc trách nhiệm của các cơ quan khác có liên quan trong hoạt động phối hợp với cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; đồng thời trao thẩm quyền cho cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong việc yêu cầu sự phối hợp trong các hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng với các cơ quan, đơn vị khác có liên quan.

Các mối quan hệ phối hợp trong hệ thống cơ quan hành chính còn nặng theo

hướng một chiều (từ trên xuống dưới), tính mệnh lệnh, chỉ thị. Các mối quan hệ ngang cấp giữa các cơ quan, tổ chức với nhau còn lỏng lẻo, thiếu tính chủ động. Chưa có sự chỉ đạo đồng bộ để hình thành các mối quan hệ phối hợp trong nội bộ hệ thống cơ quan hành chính và các mối quan hệ phối hợp với cơ quan hành chính tương đương ngang cấp ngoài hệ thống. Các hoạt động phối hợp còn nặng tính vụ việc, chưa có tính chương trình, tổng thể, dài hạn. Các hoạt động phối hợp thiếu sự hoạch định, định hướng nên sự phối hợp rất bị động, tùy tiện, mạnh ai nấy làm. Chưa có sự phối hợp trong các cơ quan hành chính với cơ quan tư pháp (hệ thống Tòa án các cấp) trong việc giải quyết tranh chấp của người tiêu dùng. Chưa có sự phối hợp giữa các cơ quan tư pháp với tổ chức xã hội để đẩy mạnh cơ chế khiếu nại ra tòa của tổ chức xã hội với các vụ việc người tiêu dùng. Phối hợp giữa UBND cấp xã/phường với Ban quản lý chợ, thương nhân kinh doanh chợ, trung tâm thương mại còn hạn chế.

Xây dựng mối quan hệ phối hợp giữa các tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các cơ quan quản lý nhà nước, đặc biệt là các cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ người tiêu dùng là rất quan trọng. Thông qua mối quan hệ này, các Hội sẽ có thể có các đề xuất ngày từ khâu xây dựng chính sách, qua đó giúp các quy định pháp luật về tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng phù hợp hơn với thực tiễn hoạt động. Đồng thời, trong quá trình triển khai, mối quan hệ phối hợp này sẽ là cơ sở để hai bên xây dựng và triển khai hiệu quả các hoạt động.

b. Nâng cao chất lượng hoạt động của các Hội khu vực miền Bắc

- Tập trung vào các hoạt động tư vấn, tuyên truyền, đẩy mạnh các hoạt động nghiên cứu khảo sát và bước đầu thực hiện khởi kiện các vụ việc người tiêu dùng

Với với các quy định pháp luật và năng lực hiện tại, các Hội khu vực miền Bắc cần tập trung vào các hoạt động tư vấn, tuyên truyền. Đây là các hoạt động dễ thực hiện, có thể tạo ra tiếng vang cũng như uy tín cho các Hội.

Bên cạnh đó, các hội cần đẩy mạnh hoạt đông nghiên cứu, khảo sát đối với các hàng hóa, dịch vụ trên thị trường và công bố các thông tin có liên quan. Hoạt động này cung cấp cho các cơ quan quản lý và người tiêu dùng những thông tin về tổ chức, cá nhân kinh doan và hàng hóa, dịch vụ (chủ yếu về chất lượng) đồng thời tạo ra sức ép cho các tổ chức, cá nhân kinh doanh trong việc hoàn thiện mình.

Kinh nghiệm từ nhiều quốc gia cho thấy các hội có vai trò quan trọng trong việc thực hiện các vụ kiện người tiêu dùng. Dù vậy, đây là hoạt động có tính chuyên môn cao và đòi hỏi nhiều kinh nghiệm và nguồn lực, không phù hợp với các Hội ở giai đoạn ban đầu.

- Chủ động đề xuất việc giao nhiệm vụ của nhà nước cho các Hội

Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cho phép các cơ quan quản lý nhà nước giao một phần nhiệm vụ quản lý nhà nước (kèm theo kinh phí) về bảo vệ người tiêu dùng để các tổ chức xã hội thực hiện. Điều này vừa giảm tải cho các cơ quan quản lý đồng thời tạo điều kiện để các hội hoạt động.

Thực tế những năm qua cho thấy, các cơ quan nhà nước còn chưa đẩy mạnh việc này. Điều này một phần do năng lực của các Hội miền Bắc, một phần khác cũng do hạn chế về kinh phí của chính các cơ quan quản lý nhà nước khu vực miền Bắc.

Với vai trò là chủ thể vừa đề xuất vừa thực thi chính sách, pháp luật, các cơ quan nhà nước có nhiều thuận lợi hơn trong việc tìm kiếm và bổ sung các nguồn lực để triển khai các hoạt động bảo vệ người tiêu dùng. Trong quá trình này, các Hội BVNTD khu vực miền Bắc cần chủ động xây dựng và đề xuất phương án để có thể nhận được nhiệm vụ do các cơ quan quản lý nhà nước giao.

- Chủ động tìm kiếm nguồn lực để bổ sung cho hoạt động

Trên thực tế, hầu hết các Hội khu vực miền Bắc đều ở trình trạng "ba không" (Không nhân sự, không trụ sở, không kinh phí), tồn tại và hoạt động chủ yếu nhờ việc được giao một số nhiệm vụ từ các Sở Công Thương hoặc tự tìm cách tồn tại.

Vì vậy, để có thể hoạt động và hỗ trợ hiệu quả cho người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh, bên cạnh việc chờ được giao nhiệm vụ từ cơ quan quản lý nhà nước, các Hội cần chủ động tìm kiếm nguồn lực để bổ sung cho hoạt động của Hội. Những kinh nghiệm thành công trong việc đẩy mạnh hợp tác quốc tế cũng như hợp tác với các doanh nghiệp uy tín, làm ăn chân chính thời gian là rất đáng tham khảo.

- Thành lập Trung tâm hòa giải thuộc Hội

Cũng tương tự như với các cơ quan quản lý nhà nước, đến thời điểm hiện tại, các Trung tâm hòa giải tại các Hội chưa được thành lập theo quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2010. Để hoàn thiện về mô hình hoạt động, củng cố cơ

sở pháp lý cho hoạt động, thời gian tới, các Hội cần thực hiện việc thành lập các Trung tâm hòa giải trực thuộc.

- Xây dựng các cơ chế phối hợp hoặc cơ chế liên kết giữa các nhóm Hội Bảo vệ người tiêu dùng ở khu vực miền Bắc có đặc điểm tương đồng

Khu vực miền Bắc có sự đa dạng rất lớn về kinh tế, địa lý, văn hóa, dân cư, khí hậu… Vì vậy, có thể xây dựng các cơ chế phối hợp hoặc cơ chế liên kết giữa các nhóm Hội Bảo vệ người tiêu dùng ở khu vực miền Bắc có đặc điểm tương đồng. Ví dụ: giữa các Hội thuộc tam giác kinh tế Hà Nội – Hải Phòng – Quảng Ninh, giữa các Hội ở nhóm miền núi phía Bắc, giữa các Hội thuộc nhóm ven biển… Do sự tương đồng về nhiều khía cạnh, các nhóm này có thể cùng nhau chia sẻ kinh nghiệm cũng như phối hợp triển khai hoạt động.

3.2.3. Giải pháp từ các doanh nghiệp và người tiêu dùng

a. Giải pháp từ các doanh nghiệp

Song song với tình trạng vi phạm quyền lợi người tiêu dùng ngày càng tăng về quy mô và phức tạp hơn về tính chất, vẫn có thực tế tích cực từ các doanh nghiệp đóng góp vào công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại Việt Nam thông qua việc giải quyết phản ánh, khiếu nại của người tiêu dùng, tuyên truyền, phổ biến về chương trình tuân thủ pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại doanh nghiệp, đóng góp vào xã hội hóa công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng,... Tuy nhiên, trong quan điểm của doanh nghiệp, trong quá trình thực hiện những hoạt động trên, việc tiếp cận cơ quan quản lý nhà nước không phải lúc nào cũng dễ dàng, thuận tiện và mang lại hiệu quả cao. Trong trường hợp đó, các hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là đơn vị phù hợp để doanh nghiệp có thể nhờ hỗ trợ hoặc phối hợp.

Đối với doanh nghiệp, việc quảng bá hình ảnh thông qua hoạt động phối hợp với các hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được coi là rất quan trọng và mang lại hiệu quả cao. Vì vậy, các Hội khu vực miền Bắc có thể xem xét xây dựng các hoạt động mà doanh nghiệp có thể tham gia hỗ trợ cả về mặt nội dung và kinh phí như tuyên truyền, phổ biến pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng hoặc tư vấn, giải quyết khiếu nai người tiêu dùng. Đối với doanh nghiệp, việc tham gia các hoạt động này sẽ giúp thực hiện trách nhiệm đối với người tiêu dùng, đồng thời góp phần tạo ra hiệu ứng lan tỏa thống nhất trong ngành, lĩnh vực cũng như toàn quốc. Về phía

các hội, hoạt động có sự tham gia của doanh nghiệp sẽ thêm phần phong phú về mặt nội dung và chủ động hơn về kinh phí thực hiện.

Bên cạnh đó, các Hội khu vực miền Bắc có thể phối hợp, học hỏi lẫn nhau từ các doanh nghiệp lớn trong công tác xây dựng và triển khai hoạt động tư vấn, giải quyết phản ánh, khiếu nại của người tiêu dùng từ giai đoạn xây dựng hệ thống kỹ thuật và nhân sự cho đến công tác phát triển kỹ năng. Về khía cạnh quy định pháp luật, các hội sẽ thực hiện tư vấn về việc áp dụng các quy định pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong tư vấn người tiêu dùng cho các doanh nghiệp.

Liên quan đến hoạt động giải quyết khiếu nại người tiêu dùng, các hội cần tuyên truyền, phổ biến tới người tiêu dùng nhiều hơn về vai trò "Hướng dẫn, giúp đỡ, tư vấn người tiêu dùng khi có yêu cầu" của hội. Nhờ đó, người tiêu dùng sẽ tìm đến hội nhiều hơn khi có tranh chấp phát sinh với doanh nghiệp. Một số doanh nghiệp có tâm lý "ngại" làm việc với cơ quan quản lý nhà nước. Do vậy, trong một số trường hợp, giải quyết khiếu nại người tiêu dùng với hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng mang lại hiệu quả cao, tâm lý cởi mở, tiết kiệm thời gian, công sức hơn.

b. Giải pháp từ người tiêu dùng

- *Giải pháp về kinh phí*

- Kinh phí liên quan đến khởi kiện tập thể: Một trong những nội dung tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được người tiêu dùng quan tâm đó là "Đại diện người tiêu dùng khởi kiện hoặc tự mình khởi kiện vì lợi ích công cộng". Trên thực tế, người tiêu dùng ở khắp nơi, dù có mặt bằng dân trí hoặc trình độ hiểu biết pháp luật khác nhau, đều có chung tâm lý ngại khởi kiện khi lợi ích đạt được nhỏ hoặc không đáng kể. Khoa học pháp lý đã sử dụng thuật ngữ "lựa chọn hợp lý" (rational choice) để mô tả về đặc điểm này của những người có quyền lợi bị thiệt hại nhưng không khởi kiện khi lợi ích bị thiệt hại quá nhỏ so với chi phí theo kiện. Các vụ kiện tập thể chính là một giải pháp cho vấn đề này, và các hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng có chức năng đại diện người tiêu dùng thực hiện khởi kiện tập thể trong trường hợp cụ thể. Tuy nhiên, đối với người tiêu dùng, khó khăn về kinh tế là một trong những rào cản chính trong việc tiếp cận sự công bằng trong giải quyết tranh chấp, khiếu nại với doanh nghiệp. Vì vậy, ngoài việc tăng cường kinh phí cho các hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (đặc biệt là

những tổ chức ở những nơi vùng sâu, vùng xa) thì còn cần xây dựng quỹ khởi kiện tập thể do các hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng quản lý, trong đó, Nhà nước hỗ trợ một phần kinh phí khi xây dựng quỹ, biến nó thành công cụ tài chính hữu ích hỗ trợ cho việc khởi kiện tập thể bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Bên cạnh đó, các quy định pháp luật liên quan đến các khoản kinh phí được Nhà nước hỗ trợ[9] thì cần được quy định rõ ràng, cụ thể những công việc gì, điều kiện giao và thực hiện những khoản kinh phí đó… nhằm tránh tình trạng chung chung như hiện nay.

- Tăng cường nguồn thu từ hoạt động của các hội: Có thể học tập kinh nghiệm của Ấn Độ theo hướng chủ động về kinh phí hoạt động cho các Hội khu vực miền Bắc bằng cách cho phép các hội thành lập và có thể đăng ký tư cách pháp nhân, nếu muốn có nguồn thu để duy trì tổ chức của mình thì phải tự đi tìm lấy những người tiêu dùng bị xâm phạm quyền lợi và bảo vệ quyền lợi cho họ. Sau đó, các hội sẽ thu phí một phần khoản tiền mà người tiêu dùng được bồi thường từ nhà sản xuất/nhà phân phối. Nếu như hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng không hỗ trợ người tiêu dùng đòi được quyền lợi thì các hội cũng sẽ không có nguồn thu. Với cách hoạt động như vậy thì các hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng sẽ hoạt động linh hoạt hơn, chủ động hơn, có trách nhiệm và cố gắng hơn rất nhiều so với vai trò hiện nay;

Hoạt động giải quyết khiếu nại người tiêu dùng là một trong các nội dung thực hiện chính sách và quản lý nhà nước về bảo vệ người tiêu dùng. Vì vậy nguồn tài trợ chính cho hoạt động của các hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng có thể lấy từ quỹ bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng hoặc xin tài trợ từ các tổ chức khác nhau trong nước và quốc tế một cách linh động và hợp lý, tùy thuộc vào phạm vi của các tổ chức đó. Nguồn kinh phí cũng có thể được tạo ra từ chính chức năng của tổ chức như tư vấn, hỗ trợ người tiêu dùng qua điện thoại, thực hiện đề tài nghiên cứu để phục vụ người tiêu dùng, sau đó bán lại kết quả nghiên cứu cho giới truyền thông, phát hành tạp chí như một hình thức kinh doanh thu lợi nhuận…;

• *Giải pháp về phát triển sâu rộng mạng lưới các hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khu vực miền Bắc*

Tại khu vực miền Bắc, một yêu cầu bức thiết đặt ra là phải mở rộng mạng lưới các hội bảo vệ người tiêu dùng tại tất cả các tỉnh thành, đặc biệt là các vùng nông

[9] Như Khoản 1 Điều 29 Luật BVQLNTD 2010

thôn, vùng sâu, vùng xa. Bởi vì hiện nay, hầu hết các Hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng chỉ có trụ sở tại các tỉnh, thành phố lớn, dẫn tới tình trạng rất khó tiếp cận với những người tiêu dùng ở khu vực nông thôn, vùng sâu, vùng xa, vùng gần biên giới. Vì vậy, mỗi địa phương nên thành lập một tổ chức bảo vệ người tiêu dùng vì tổ chức đó sẽ nắm rõ nhất về văn hóa tiêu dùng, thói quen mua sắm ở khu vực cũng như xu hướng vi phạm quyền lợi người tiêu dùng. Bên cạnh đó, cần tăng cường thành lập các hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cấp huyện, xã tại những nơi có địa thế đặc biệt như nông thôn, vùng sâu, vùng xa, tiếp giáp biên giới để người tiêu dùng tại những nơi đó có thể tiếp cận các hội để bảo vệ quyền lợi của mình mà không tốn nhiều thời gian, công sức, chi phí – những yếu tố gây tâm lý ngại phản ánh, khiếu nại rất phổ biến hiện nay;

• *Giải pháp về cơ cấu tổ chức của hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khu vực miền Bắc*

• Đối với người tiêu dùng, việc được các hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng hỗ trợ hòa giải thành công là rất cần thiết. Vì vậy, cần thành lập các tổ chức hòa giải chuyên nghiệp tại các hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khu vực miền Bắc. Quy trình giải quyết tranh chấp cần đơn giản hóa, đặc biệt là những vụ tranh chấp nhỏ lẻ, giá trị khiếu nại nhỏ, tính chất đơn giản, chứng cứ rõ ràng. Hệ thống nhận đơn khiếu nại phải hết sức thuận tiện giúp người đi khiếu nại thuận tiện hơn trong việc khiếu nại đúng pháp luật. Bên cạnh đó, cần phát triển và nâng cao hoạt động giải quyết khiếu nại đối với lĩnh vực dịch vụ vì còn thiếu nhiều chuyên gia trong việc đánh giá về chất lượng dịch vụ để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Việc có những hòa giải viên chuyên nghiệp sẽ giúp việc giải quyết các tranh chấp, khiếu nại được giải quyết ngay từ các cấp cơ sở, tránh cho các bên tổn thất về thời gian, tiền bạc, sự căng thẳng trong quan hệ xã hội, tránh được việc khiếu nại, khiếu kiện tại tòa án kéo dài. Điều này tiết kiệm chi phí chung của xã hội cho công tác giải quyết tranh chấp, góp phần ổn định xã hội, hạn chế khiếu nại vượt cấp và tình trạng quá tải các tranh chấp tại các hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khu vực miền Bắc;*Giải pháp về tăng cường chất lượng công tác cung cấp thông tin tới người tiêu dùng*

Các Hội bảo vệ người tiêu dùng khu vực miền Bắc phải giúp cho người tiêu dùng có được những thông tin chính xác, an toàn nhất về hàng hóa, dịch vụ. Để làm

được điều đó, các hội cần phối hợp với các viện nghiên cứu, các trường đại học… để xây dựng những cẩm nang tiêu dùng, hoặc thiết lập hệ thống cảnh báo những hàng hóa, dịch vụ không an toàn, có nguy cơ gây hại cho người tiêu dùng. Đây là kinh nghiệm của những quốc gia phát triển, nơi mà các cẩm nang tiêu dùng là một nguồn thông tin được người tiêu dùng rất tin tưởng và có tác động rất lớn đến hoạt động của các tổ chức sản xuất, kinh doanh. Sau đó, công tác tuyên truyền cẩm nang tiêu dùng cũng phải được đặc biệt chú trọng, không chỉ phát ở những thành phố lớn, đô thị, mà còn phải được phân phát tới những địa phương nông thôn, vùng sâu, vùng xa, vùng gần biên giới. Bên cạnh đó, các Hội BVQLNTD tại những địa phương này nên phát triển công tác phối hợp với UBND cấp xã, huyện tại những nơi có đặc điểm địa lý đặc biệt như trên để có thể phổ biến sâu rộng tới người tiêu dùng.

KẾT LUẬN

Các tổ chức xã hội là một chủ thể quan trọng trong công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khi là đại diện cho người tiêu dùng đồng thời là cầu nối giữa người tiêu dùng với cơ quan nhà nước và cộng đồng doanh nghiệp. Với số lượng, vai trò, vị trí của mình, các Hội Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khu vực phía Bắc có ảnh hưởng lớn tới sự đóng góp chung của các Hội Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên cả nước.

Trước những yêu cầu, đòi hỏi của thực tiễn phát triển nội tại cũng như yêu cầu từ quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của đất nước, việc nhanh chóng nâng cao vị trí, vai trò và hiệu quả hoạt động của các tổ chức xã hội, trong đó có các tổ chức xã hội ở khu vực miền Bắc là rất bức thiết và rõ ràng.

Để thực hiện được điều này, cần xây dựng được một hệ thống giải pháp đồng bộ từ tất cả các chủ thể có liên quan và từ tất cả các khía cạnh, phương diện có liên quan như hoàn thiện hệ thống pháp luật, xây dựng cơ chế, phối hợp, nâng cao năng lực thực thi...

Hiện tại, Bộ Công Thương và các cơ quan có thẩm quyền của Việt Nam đang thực hiện các thủ tục cần thiết để xem xét, sửa đổi, bổ sung Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Do đó, nghiên cứu này hy vọng sẽ trở thành một tài liệu tham khảo trong quá trình sửa đổi, bổ sung các nội có liên quan.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

I. Tài liệu trong nước

A. Văn bản pháp luật

1. Chỉ thị số 30-CT/TW ngày 22 tháng 01 năm 2019 của Ban Bí thư Trung ương Đảng về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng và trách nhiệm quản lý của Nhà nước đối với công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

2. Chỉ thị số 15/CT-BCT ngày 23 tháng 9 năm 2015 của Bộ Công Thương về việc đẩy mạnh công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

3. Kế hoạch số 11-KH/BCSĐ ngày 13 tháng 9 năm 2019 của Ban Cán sự đảng Bộ Công Thương về việc thực hiện Chỉ thị số 30-CT/TW ngày 22 tháng 01 năm 2019 của Ban Bí thư Trung ương Đảng về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng và trách nhiệm quản lý của Nhà nước đối với công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

4. Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng Việt Nam 2010

5. Nghị định số 99/2011/NĐ-CP ngày 27 tháng 11 năm 2011 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

6. Nghị định số 33/2012/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 45/2010/NĐ-CP ngày 21 tháng 4 năm 2010 của Chính phủ quy định về tổ chức, hoạt động và quản lý hội.

7. Nghị định số 45/2010/NĐ-CP ngày 21 tháng 4 năm 2010 của Chính phủ quy định về tổ chức, hoạt động và quản lý hội

8. Nghị định số 127/2015/NĐ-CP ngày 14 tháng 12 năm 2015 của Chính phủ về tổ chức và hoạt động và thanh tra ngành công thương.

9. Nghị quyết số 82/NQ-CP ngày 26 tháng 5 năm 2020 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Chỉ thị số 30-CT/TW về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng và trách nhiệm quản lý của Nhà nước đối với công tác bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng

10. Pháp lệnh Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 1999

11. Quyết định số 1035/QĐ-TTg ngày 10 tháng 7 năm 2015 của Thủ tướng Chính phủ về Ngày Quyền của người tiêu dùng Việt Nam

12. Quyết định số 1907/QĐ-BCT ngày 21 tháng 7 năm 2020 của Bộ Công Thương về việc Ban hành Kế hoạch hành động triển khai Nghị quyết số 82/NQ-CP ngày 26 tháng 5 năm 2020 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Chỉ thị số 30-CT/TW về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng và trách nhiệm quản lý của Nhà nước đối với công tác bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng.

13. Quyết định số 1997/QĐ-TTg ngày 18 tháng 10 năm 2016 Chính phủ phê duyệt Chương trình phát triển các hoạt động BVQLNTD giai đoạn 2016-2020

B. Công trình nghiên cứu

1. Báo cáo tổng kết công tác BVQLNTD giai đoạn 2011-2018 của Bộ Công Thương.

2. Báo cáo công tác BVQLNTD của Hội BVQLNTD 56 địa phương trong cả nước qua các năm

3. Báo cáo kết quả thành lập Hội BVNTD Việt Nam (VICOPRO)

4. Báo cáo tổng kết thực thi Luật BVQLNTD giai đoạn 2011 – 2018

5. Bộ Hồ sơ trình ban hành Chỉ thị của Ban Bí thư Trung ương về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng và trách nhiệm quản lý của nhà nước về BVQLNTD

6. Đề tài cấp Bộ mã số 24.12.RD/HĐ-KHCN (2012), *Nghiên cứu các phương thức giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và cá nhân, tổ chức kinh doanh để thực thi luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng*, do TS. Vũ Thị Bạch Nga, Cục Quản lý cạnh tranh làm chủ nhiệm đề tài, Hà Nội.

7. Đề tài nghiên cứu khoa học cấp trường mã số LH-2010-03/ĐHL-HN (2011), *Nghiên cứu vai trò của hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong việc bảo vệ người tiêu dùng ở Việt Nam*, do TS. Nguyễn Thị Vân Anh – Giảng viên đại học Luật làm chủ nhiệm đề tài, Hà Nội.

8. Luận án Tiến sĩ Đoàn Quang Đông (2015), "Hoàn thiện quản lý nhà nước của Bộ Công Thương về công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ở Việt Nam".

9. TS. Đoàn Quang Đông (2017), Cuốn sách "Quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng", Nhà xuất bản Đại học kinh tế quốc dân.

10. Văn kiện Đại hội Hội Tiêu chuẩn và Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam (Vinastas) giai đoạn 2011 – 2018.

II. Tài liệu nước ngoài

1. Báo cáo thường niên, Luật Bảo vệ người tiêu dùng và hướng dẫn của các nước như Hàn Quốc, Nhật Bản, Singapore, Đài Loan, Malaysia

2. Biện pháp bảo vệ người tiêu dùng của EU

3. Biện pháp bảo vệ người tiêu dùng của Hoa Kỳ

4. Bản hướng dẫn của Liên Hợp quốc về bảo vệ người tiêu dùng.

5. Chỉ thị số 1999/44/EC của Nghị viện Châu Âu và Hội đồng Châu Âu ngày 25/5/1999.

6. Luật An toàn người tiêu dùng Nhật Bản (sửa đổi năm 2012).

7. Luật Cơ bản về người tiêu dùng Nhật Bản (sửa đổi năm 2009).

8. CUTS (2004), Is it really safe, CUTS Publications, India.

9. Http://settlement.org/sys/faqs_detail.asp?k=PROTECT_RIGHTS&faq_id=4000264

10.Http://www.answers.com/Q/What_is_the_Role_of_government_in_consumer_protection.

11.Nghị định hướng dẫn thực thi Luật Khung về người tiêu dùng của Hàn Quốc (2008)

12.Mudah Murah & Cepat (2008), Tribunal for consumer claims, Published by Tribunal for consumer claims, Malaysia.

13.Richard M. Alderman (2006), Know your rights, Taylor Trade Publishing Lanham, New York, Boulder, Toronto, Oxford.

14. Website của Cơ quan Người tiêu dùng Hàn Quốc (KCA), http://www.consumer.or.kr.

15. Website của Trung tâm quốc gia về các vấn đề Người tiêu dùng Nhật Bản (NCAC), http://www.kokusen.go.jp.