|  |  |
| --- | --- |
| **BỘ CÔNG THƯƠNG**  Số: /BC-BCT | **CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**  **Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**  *Hà Nội, ngày tháng năm 2021* |

**BÁO CÁO**

**Tổng kết thi hành Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

**và các văn bản hướng dẫn**

Kính gửi: Chính phủ

Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng đã được Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam khóa XII, kỳ họp thứ 8 thông qua ngày 17 tháng 11 năm 2010 và có hiệu lực thi hành từ ngày 01 tháng 7 năm 2011. Trong gần 10 năm thực thi vừa qua (2011-2020), các quy định tại Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các văn bản hướng dẫn Luật đã góp phần thay đổi mạnh mẽ, đồng thời, kiến tạo các khung khổ, nền tảng cơ bản vững chắc để tiếp tục tạo dựng sự phát triển của công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại Việt Nam.

Tuy nhiên, hiện bối cảnh trong nước và quốc tế đang có nhiều thay đổi, quá trình hội nhập quốc tế của Việt Nam ngày càng sâu rộng; Hiến pháp năm 2013 được Quốc hội thông qua và có hiệu lực thi hành từ ngày 01 tháng 01 năm 2014 đã bổ sung thêm nhiều quy định liên quan đến việc bảo đảm đầy đủ các quyền con người, quyền công dân; tiếp đó, nhiều Luật mới liên quan đến các khía cạnh trong giao dịch giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh đã được ban hành hoặc sửa đổi bổ sung để tạo sự thống nhất, đồng bộ trong hệ thống pháp luật Việt Nam. Bên cạnh đó, cùng với sự phát triển kinh tế, xã hội đã làm xuất hiện nhiều hình thức kinh doanh, tiêu dùng mới, đặc biệt là các giao dịch trên môi trường điện tử, các giao dịch xuyên biên giới, các dịch vụ chia sẻ trên nền tảng công nghệ số...

Do đó, việc thi hành Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng đã phát sinh nhiều vướng mắc, bất cập, một số quy định không còn phù hợp với thực tiễn..., do đó cần được nghiên cứu một cách nghiêm túc, thấu đáo để có hướng giải quyết, khắc phục nhằm bảo đảm tốt nhất quyền lợi của người tiêu dùng cũng như quyền và lợi ích hợp pháp của các doanh nghiệp chân chính. Vì vậy, cần thiết phải tiến hành tổng kết, đánh giá tổng thể về quá trình triển khai thi hành Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các văn bản quy định chi tiết thi hành để từ đó có cơ sở đề xuất hoàn thiện chính sách bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thời gian tới.

Trên cơ sở các thông tin, số liệu, đánh giá, nhận định được thể hiện trong báo cáo tổng kết của các Bộ, ngành và tổ chức ở Trung ương, UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương; ý kiến của cộng đồng doanh nghiệp, các tổ chức xã hội tham gia công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và từ quá trình thực thi pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên phạm vi cả nước, Bộ Công Thương xây dựng Báo cáo tổng kết thực thi pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng để đánh giá khách quan, toàn diện việc thi hành pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại Trung ương và địa phương về những kết quả đạt được, những tồn tại, hạn chế và nguyên nhân, từ đó đề xuất các giải pháp hoàn thiện pháp luật, đồng thời tăng cường hiệu quả thực thi pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, đặc biệt là trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, ảnh hưởng của thiên tai, dịch bệnh và sự phát triển của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0.

Báo cáo Tổng kết thi hành Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các văn bản hướng dẫn gồm bốn phần nội dung:

*Phần 1*: Bối cảnh, các chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách của Nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và một số nội dung của Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

*Phần 2*: Những thành tựu và kết quả đạt được.

*Phần 3*: Những hạn chế và bất cập.

*Phần 4*: Kết luận và đề xuất.

Kèm theo Báo cáo là các Phụ lục, gồm:

1. Phụ lục 1: Danh mục bảng biểu

2. Phụ lục 2: Văn bản pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

3. Phụ lục 3: Kết quả pháp điển Đề mục bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

4. Phụ lục 4: Công tác bảo vệ người tiêu dùng tại một số nước và bối cảnh quốc tế về bảo vệ người tiêu dùng

5. Phụ lục 5: Công tác kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung theo quy định của Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các văn bản hướng dẫn.

# PHẦN 1: BỐI CẢNH, CÁC CHỦ TRƯƠNG, ĐƯỜNG LỐI CỦA ĐẢNG, CHÍNH SÁCH CỦA NHÀ NƯỚC VỀ BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG VÀ MỘT SỐ NỘI DUNG CỦA LUẬT BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG

## I. Bối cảnh và các điều kiện kinh tế - xã hội trước và trong quá trình thực thi Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

### 1. Tình hình kinh tế - xã hội

Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ IX của Đảng họp tại thủ đô Hà Nội từ ngày 19 đến ngày 24 tháng 4 năm 2001 đã thảo luận và thông qua các văn kiện quan trọng, trong đó có Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 2001-2010. Bước vào thực hiện Chiến lược phát triển kinh tế-xã hội mười năm, 2001-2010, nền kinh tế nước ta chịu sự tác động tiêu cực của cuộc khủng hoảng tài chính tiền tệ trong khu vực năm 1997 và đến những năm cuối thực hiện Chiến lược lại chịu sự tác động mạnh mẽ của cuộc khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu diễn ra từ năm 2008. Mặc dù vậy, trong mười năm 2001-2010, hàng năm nền kinh tế nước ta đều đạt tốc độ tăng trưởng tương đối khá, bình quân mỗi năm tổng sản phẩm trong nước tăng 7,26%.

Bước sang giai đoạn 2011-2015, nền kinh tế-xã hội Việt Nam gặp nhiều khó khăn. Tình hình thế giới có nhiều diễn biến rất phức tạp. Xung đột và thiên tai xảy ra ở nhiều nơi. Kinh tế thế giới phục hồi chậm hơn dự báo. Nhiều nước công nghiệp phát triển đã điều chỉnh mạnh chính sách để bảo hộ sản xuất trong nước. Cạnh tranh quyết liệt giữa các nước lớn tại khu vực và diễn biến phức tạp trên nhiều lĩnh vực... Thực trạng trên tác động bất lợi đến phát triển kinh tế - xã hội nước ta. Trong nước, những hạn chế yếu kém vốn có của nền kinh tế cùng với mặt trái của chính sách hỗ trợ tăng trưởng đã làm cho lạm phát tăng cao, ảnh hưởng nghiêm trọng đến ổn định kinh tế vĩ mô. Kinh tế tăng trưởng chậm lại, sản xuất kinh doanh và đời sống nhân dân gặp nhiều khó khăn. Thiên tai, dịch bệnh gây thiệt hại nặng nề. Sức cạnh tranh của nền kinh tế còn thấp trong điều kiện hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng. Nhu cầu an sinh xã hội, phúc lợi xã hội, cải thiện môi trường sống và bảo đảm quốc phòng an ninh ngày càng cao trong khi nguồn lực còn hạn hẹp.

Bước vào thực hiện nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2016 - 2020, bối cảnh khu vực và thế giới có những yếu tố thuận lợi và khó khăn đan xen, diễn biến phức tạp hơn so với dự báo, tác động đến phát triển kinh tế trong nước như: Xu hướng kinh tế thế giới phục hồi và phát triển; liên kết và tự do hoá thương mại vẫn là xu thế chủ đạo nhưng đan xen yếu tố bảo hộ; tác động mạnh mẽ của phát triển khoa học và công nghệ đến các mặt kinh tế, văn hoá, xã hội; cạnh tranh địa chính trị, địa kinh tế đi đôi với căng thẳng thương mại giữa một số nền kinh tế lớn; chủ nghĩa dân tộc cực đoan, chủ nghĩa bảo hộ trỗi dậy; biến động chính trị và xung đột xảy ra nhiều nơi; diễn biến căng thẳng ở Biển Đông đe doạ hoà bình, ổn định và tác động tiêu cực đến phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Đặc biệt, vào năm cuối giai đoạn kế hoạch 5 năm 2016 - 2020, đại dịch Covid-19 chưa từng có trong nhiều thập kỷ xảy ra trên toàn cầu ảnh hưởng rất nghiêm trọng, kinh tế thế giới rơi vào tình trạng suy thoái, hậu quả kéo dài nhiều năm.

Trong nước, sau 5 năm thực hiện Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 2011 - 2020, kinh tế vĩ mô dần ổn định, tích luỹ thêm nhiều kinh nghiệm trong lãnh đạo, chỉ đạo và điều hành phát triển kinh tế - xã hội, niềm tin của cộng đồng doanh nghiệp và xã hội tăng lên. Tuy nhiên, những khó khăn, hạn chế nội tại của nền kinh tế đã ảnh hưởng không nhỏ tới phát triển kinh tế, xã hội và bảo vệ môi trường. Ảnh hưởng từ bên ngoài gia tăng, cạnh tranh ngày càng gay gắt, trong khi độ mở của nền kinh tế cao, sức chống chịu còn hạn chế; tác động của biến đổi khí hậu ngày càng mạnh, các loại dịch bệnh xảy ra... cũng đã ảnh hưởng rất nghiêm trọng đến tình hình phát triển kinh tế - xã hội, đời sống nhân dân và khả năng hoàn thành mục tiêu kế hoạch 5 năm, đặc biệt là đại dịch Covid-19 từ đầu năm 2020. Trong bối cảnh đó, nhờ sự vào cuộc quyết liệt của cả hệ thống chính trị và sự chung sức, đồng lòng, nỗ lực vượt bậc, quyết liệt, kịp thời của toàn Đảng, toàn dân, toàn quân và cộng đồng doanh nghiệp, nhất là trong năm 2020 vừa tập trung phòng, chống dịch bệnh, vừa duy trì, phục hồi và phát triển kinh tế - xã hội, chúng ta đã vượt qua khó khăn, thách thức, thực hiện đồng bộ, hiệu quả các mục tiêu, nhiệm vụ, giải pháp đã đề ra trong Phương hướng, nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội 2016 - 2020 tại Đại hội Đảng lần thứ XII và đạt được nhiều thành tựu rất quan trọng, khá toàn diện trên hầu hết các lĩnh vực, tạo nhiều dấu ấn nổi bật.

### 2. Thực trạng môi trường pháp lý

Có thể phân chia hệ thống pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thành hai nhóm: nhóm các văn bản pháp luật điều chỉnh trực tiếp và nhóm các văn bản gián tiếp điều chỉnh vấn đề bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

#### 2.1. Văn bản pháp luật điều chỉnh trực tiếp

Trước giai đoạn ban hành Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, văn bản pháp luật điều chỉnh trực tiếp gồm hai văn bản: Pháp lệnh Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 1999 và Nghị định số 55/2008/NĐ-CP ngày 24 tháng 4 năm 2008 quy định chi tiết thi hành pháp lệnh bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng *(thay thế Nghị định số 69/2001/NĐ-CP)*. Hệ thống hai văn bản này đã quy định các vấn đề mang tính nguyên tắc trong hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ở Việt Nam như: khái niệm người tiêu dùng; quyền và trách nhiệm của người tiêu dùng; trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ; quản lý nhà nước về bảo vệ người tiêu dùng; giải quyết khiếu nại, tố cáo và xử lý vi phạm.

Năm 2008, trên cơ sở đánh giá tổng kết 10 năm thực thi Pháp lệnh Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Bộ Thương mại (nay là Bộ Công Thương) đã kiến nghị Chính phủ trình Quốc hội cho phép xây dựng Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thay thế Pháp lệnh trước đây. Năm 2010, sau 2 năm soạn thảo, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng đã được Quốc hội khóa XII, kỳ họp thứ 8 thông qua ngày 17 tháng 11 năm 2010.

Sau khi Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng có hiệu lực, Bộ Công Thương đã ban hành hoặc trình cấp có thẩm quyền ban hành 04 Nghị định, 04 Quyết định của Thủ tướng Chính phủ, 01 Thông tư của Bộ Công Thương và hàng loạt các văn bản pháp quy khác (Kế hoạch, Quyết định của Bộ trưởng…) để triển khai các quy định có liên quan.

#### 2.2. Văn bản pháp luật điều chỉnh gián tiếp

Các văn bản pháp luật điều chỉnh gián tiếp là những văn bản quy phạm pháp luật thuộc các lĩnh vực khác, điều chỉnh hoặc tác động đến các chủ thể hoặc quá trình kinh doanh – tiêu dùng của các chủ thể thuộc sự điều chính của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Giai đoạn trước năm 2010, có thể kể đến các văn bản như: Bộ luật Dân sự năm 2005, Bộ luật Hình sự 1999, Luật Cạnh tranh 2004, Luật Thương mại 2005, Luật tiêu chuẩn quy chuẩn kỹ thuật 2006, Luật chất lượng sản phẩm hàng hoá năm 2007, Luật sở hữu trí tuệ, Pháp lệnh An toàn vệ sinh thực phẩm , ...các văn bản này đã đưa ra được những quy phạm pháp luật nhằm mục đích bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong những lĩnh vực nhất định. Ví dụ, Bộ luật Dân sự 2005 đã đưa ra được một loạt các quy phạm pháp luật nhằm bảo vệ lợi ích của người mua (người tiêu dùng) như trách nhiệm bảo đảm chất lượng hàng hoá, dịch vụ, nghĩa vụ bảo hành…; Luật chất lượng sản phẩm hàng hoá năm 2007 quy định về quyền của người tiêu dùng đối với chất lượng hàng hoá, sản phẩm, quyền của tổ chức bảo vệ người tiêu dùng….

Giai đoạn sau năm 2010, một số văn bản trong một số lĩnh vực cũng được sửa đổi, bổ sung với nhiều quy định có ảnh hưởng đến quá trình thực thi Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng như: Bộ Luật Dân sự 2015 có quy định về bồi thường thiệt hại do hành vi vi phạm quyền lợi người tiêu dùng (Điều 608), quy định về hợp đồng tiêu dùng (Điều 683)…; Bộ Luật Tố tụng Dân sự 2015 có quy định tạo điều kiện để người tiêu dùng hoặc tổ chức xã hội khởi kiện về Nghĩa vụ chứng minh (Điều 91), Quyền khởi kiện (Điều 187)…; Luật Cạnh tranh năm 2018 với việc hoàn thiện các quy định về thủ tục xử lý vụ việc, về điều chỉnh hành vi cạnh tranh không lành mạnh…; Luật chất lượng sản phẩm; Luật an toàn vệ sinh thực phẩm….

#### 2.3. Về việc pháp điển hóa hệ thống pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Thực hiện Quyết định số 843/QĐ-TTg ngày 06/4/2014 của Thủ tướng Chính phủ, trong thời gian qua, Bộ Công Thương đã phối hợp với Bộ Tư pháp và các cơ quan, tổ chức có liên quan để thực hiện việc pháp điển hóa đối với đề mục Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (Đề mục số 1 thuộc Chủ đề số 34).

Kết quả pháp điển đã xây dựng Đề mục các văn bản quy phạm pháp luật có liên quan đến lĩnh vực bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.[[1]](#footnote-1)

### 3. Sự phát triển của khoa học công nghệ

Trong những năm đầu của Thế kỉ 21, thế giới đã được chứng kiến hàng loạt sự thay đổi của thế kỉ làm nền tảng cho sự phát triển công nghệ nói chung và cách mạng công nghiệp4.0 nói riêng, trong đó, sự phát triển của mạng lưới thông tin Internet, mạng viễn thông công nghệ 4G, 5G, công nghệ dữ liệu đám mây và trí thông minh nhân tạo…đã làm thay đổi phương thức kinh doanh và thói quen tiêu dùng của nhân loại. Trong vài năm gần đây, mô hình kinh doanh theo dạng nền tảng công nghệ đã xuất hiện, kết nối những người tham gia giao dịch với nhau và thực hiện những tương tác tạo ra giá trị mọi lúc, mọi nơi. Mô hình này thậm chí đã trở thành một “nền kinh tế”, có đóng góp quan trọng vào sự phát triển của nền kinh tế quốc gia. Các mô hình kinh doanh này có tốc độ phát triển và lan tỏa rất nhanh, tuy nhiên, thực tế đã phát sinh kèm theo một số vấn đề về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, ví dụ: về cách thức hiển thị, cung cấp thông tin cho người tiêu dùng, về cách thức tính giá; về trách nhiệm của các bên trong quá trình thực hiện dịch vụ; về bảo mật thông tin…

### 4. Quá trình hội nhập kinh tế quốc tế tại Việt Nam

Để rút ngắn quá trình công nghiệp hóa đất nước và phù hợp với xu hướng hội nhập mang tính tất yếu của thời đại, từ năm 1996 (Đại hội Đảng lần thứ VIII), đã có chủ trương “chủ động và tích cực hội nhập”. Trên thực tế, Việt Nam đã tham gia vào quá trình toàn cầu hóa và khu vực hóa kinh tế một cách sâu rộng. Từ tham gia vào cộng đồng kinh tế Asean; thực hiện lộ trình cắt giảm thuế quan theo cam kết CEPT vào cuối thập niên 1990 với các nước Asean, đến việc kết thúc đàm phán song phương với nhiều nước vào đầu những năm 2000 để gia nhập WTO, chính thức làm thành viên WTO vào tháng 1.2007. Trong hơn 10 năm tiếp theo, đã tích cực, chủ động đàm phán và ký kết hàng loạt các hiệp định thương mại tự do song phương và đa phương thế hệ mới - FTA; các hiệp định đối tác chiến lược, đối tác toàn diện với nhiều nước; đặc biệt là việc đàm phán ký kết hiệp định thương mại tự do với EU; Hiệp định Đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) với 10 quốc gia khu vực Thái Bình Dương, Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP) giữa ASEAN và 5 đối tác đã có FTA với ASEAN là Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Australia và New Zealand, và mới đây nhất là Hiệp định EVFTA giữa Việt Nam với EU (27 thành viên)…Trong số các văn bản, hiệp định Việt Nam tham gia, rất nhiều trong số đó có các quy định, thỏa thuận liên quan đến hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

### 5. Pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên thế giới

#### 5.1. Về việc xây dựng và ban hành các quy định về bảo vệ người tiêu dùng của các quốc gia trên thế giới

Pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là tổng hợp các văn bản hoặc quy định pháp lý điều chỉnh các khía cạnh, vấn đề khác nhau liên quan đến hoạt động kinh doanh – tiêu dùng, trong đó tập trung vào điều chỉnh sự tương tác giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh.

Hiện tại, việc quy định về bảo vệ người tiêu dùng được các quốc gia quy định một cách khác nhau. Cụ thể, hiện có khoảng gần 50 quốc gia mà một số vấn đề về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được quy định một cách trực tiếp hoặc gián tiếp trong Hiến pháp. Có trên 100 quốc gia (ví dụ như Nhật Bản, Hàn Quốc, EU, Hoa Kỳ, Canada, Pháp, Hồng Kông, Ấn Độ, Nga, Na Uy, Trung Quốc, Đài Loan, Anh…) có xây dựng một Luật chung (mang tên là Luật Người tiêu dùng, Luật về bảo vệ người tiêu dùng…) hoặc một số Luật khác nhau để nhằm bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng. *Tại khu vực ASEAN, tất cả 10 quốc gia thành viên đều đã có luật riêng, điều chỉnh trực tiếp lĩnh vực bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng*. Đa số các quốc gia còn lại thì các vấn đề về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng sẽ nằm rải rác trong các văn bản pháp lý mang tính chuyên ngành về thực phẩm, quảng cáo, thông tin, xây dựng…

#### 5.2. Xu hướng hoàn thiện Luật Bảo vệ người tiêu dùng trên thế giới

Về nội dung điều chỉnh, Luật về người tiêu dùng hoặc Luật về bảo vệ người tiêu dùng của các quốc gia trước đây thường tập trung vào các vấn đền như các quyền của người tiêu dùng, bảo vệ thông tin và cung cấp thông tin cho người tiêu dùng, vấn đề trách nhiệm sản phẩm, các hành vi thương mại không công bằng, các cơ chế giải quyết tranh chấp, sự tham gia của các tổ chức xã hội…

Tuy nhiên, ngày nay, cùng với sự phát triển kinh tế - xã hội, đặc biệt là sự phát triển của thương mại điện tử và ảnh hưởng của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 (thậm chí hiện tại một số quốc gia còn đang bắt đầu nói đến 5.0), hệ thống pháp luật bảo vệ người tiêu dùng trên thế giới hiện đang được hoàn thiện theo hướng đáp ứng các yêu cầu phát triển nhanh tại từng quốc gia cũng như trên toàn thế giới. Bên cạnh những nội dung có tính “truyền thống”, một loạt vấn đề mới đã và đang được bổ sung như: bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử, trong các mô hình kinh doanh dựa trên nền tảng chia sẻ, vấn đề giải quyết tranh chấp xuyên biên giới, cơ chế hợp tác song phương, đa phương…

## II. Các chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách của Nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

### 1. Giai đoạn trước khi ban hành Luật (2010)

Trước Đại hội VI (1986) của Đảng, khái niệm “tiêu dùng” và “người tiêu dùng” chưa được đề cập đến do trong thời kỳ kinh tế kế hoạch hóa tập trung bao cấp, tuyệt đại hàng hóa, dịch vụ đều do các doanh nghiệp nhà nước hoặc thành phần kinh tế tập thể (hợp tác xã) sản xuất, kinh doanh và phải tuân thủ chặt chẽ các chỉ tiêu chất lượng do Nhà nước quy định. Người tiêu dùng không phải lo lắng, băn khoăn khi mua, sử dụng sản phẩm, hàng hóa - dịch vụ. Điều này tiếp tục được thể hiện ngay tại Chiến lược ổn định và phát triển kinh tế - xã hội đến năm 2000 (Đại hội VII) như: “*Các cơ sở thương nghiệp, đặc biệt là* ***thương nghiệp quốc doanh làm tốt chức năng đại diện cho người tiêu dùng để đặt hàng cho người sản xuất****.*”

Trong giai đoạn từ Đại hội VII (1991) đến Đại hội IX (2005) của Đảng, khái niệm “tiêu dùng” mới chỉ được đề cập chủ yếu mang tính chất khuyến khích sản xuất hàng tiêu dùng để phục vụ nhu cầu của nhân dân hay mang tính chất “tiêu dùng với số lượng hợp lý” (tiết kiệm) hoặc giới hạn chi tiêu công. Bên cạnh đó, khái niệm “người tiêu dùng” với tính chất là chủ thể của hoạt động kinh tế, thương mại chưa được đặt ra một cách chính thức, trang trọng trong các văn kiện của Đảng.

Cho đến Đại hội X (2006 – 2010) thì lần đầu tiên, các văn kiện của Đảng đã đề cập đến công tác bảo vệ quyền lợi, lợi ích của người tiêu dùng. Cụ thể,

- Về phương hướng **Phát triển đồng bộ các loại thị trường và tiếp tục hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, Đại hội X chỉ rõ:** “*Phát triển thị trường hàng hoá, dịch vụ theo hướng đẩy mạnh tự do hoá thương mại và đầu tư phù hợp với các cam kết song phương, đa phương của nước ta và theo thông lệ quốc tế; tạo bước phát triển mới, nhanh và toàn diện thị trường dịch vụ;* ***thúc đẩy cạnh tranh, kiểm soát độc quyền, bảo vệ lợi ích người tiêu dùng****; …*.”[[2]](#footnote-2)

- Tiếp theo, tại Hội nghị Trung ương lần thứ 6 (khóa X) về tiếp tục hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, Trung ương nêu rõ chủ trương về hoàn thiện thể chế bảo đảm đồng bộ các yếu tố thị trường và phát triển đồng bộ các loại thị trường “*Ða dạng hóa các loại thị trường hàng hóa, dịch vụ theo hướng văn minh, hiện đại, chú trọng phát triển thị trường dịch vụ. Phát triển cơ sở hạ tầng phục vụ cho các thị trường này. Thực hiện tự do hóa thương mại và đầu tư phù hợp với các cam kết quốc tế. Phát triển các phương thức giao dịch thị trường hiện đại, nhất là với hàng hóa nông sản và vật tư nông nghiệp để ổn định giá,* ***giảm bớt rủi ro cho người sản xuất và người tiêu dùng****.*.”

Để triển khai các chủ trương, đường lối của Đảng, Quốc hội ban hành Nghị quyết số 27/2008/NQ-QH12 ngày 15 tháng 11 năm 2008 về Chương trình xây dựng luật, pháp lệnh năm 2009 theo đó có việc xây dựng Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Trên cơ sở Nghị quyết của Quốc hội, Chính phủ đã quyết nghị giao Bộ Công Thương:*“ Chủ trì, phối hợp với các cơ quan liên quan và địa phương xây dựng, báo cáo Chính phủ để trình Quốc hội dự án Luật Bảo vệ người tiêu dùng.”*[[3]](#footnote-3)

Căn cứ Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật, trong giai đoạn 2009 – 2010, Bộ Công Thương phối hợp với các đơn vị liên quan đã tiến hành xây dựng, trình các cấp có thẩm quyền xem xét nội dung dự thảo Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Ngày 17 tháng 11 năm 2010, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (Luật số 59/2010/QH12) đã được Quốc hội khóa XII, kỳ họp thứ 8 thông qua. Luật có hiệu lực thi hành từ ngày 01 tháng 7 năm 2011.

### 2. Giai đoạn sau khi ban hành Luật (từ 2011 đến nay)

Trong giai đoạn này, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là một vấn đề luôn giành được sự quan tâm của các Lãnh đạo Đảng và Nhà nước.

Nghị quyết số 11-NQ/TW ngày 3 tháng 6 năm 2017 Hội nghị lần thứ năm Ban Chấp hành trung ương Đảng khóa XII về hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa yêu cầu:

“Thực hiện nhất quán cơ chế giá thị trường; bảo đảm tính đúng, tính đủ và công khai, minh bạch các yếu tố hình thành giá hàng hóa, dịch vụ công thiết yếu. Không lồng ghép các chính sách xã hội trong giá hàng hóa, dịch vụ. Chuyển từ cơ chế cấp phát sang cơ chế đặt hàng; từ hỗ trợ cho các đơn vị cung cấp dịch vụ sang hỗ trợ trực tiếp cho các đối tượng thụ hưởng. Hoàn thiện pháp luật về phí, lệ phí theo hướng chuyển sang áp dụng giá dịch vụ phù hợp với cơ chế thị trường. **Đẩy mạnh hoàn thiện thể chế bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, phát huy đúng đắn, đầy đủ vai trò của người tiêu dùng, các hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.”**

Tiếp theo, Nghị quyết số 23-NQ/TW ngày 22 tháng 3 năm 2018 về định hướng xây dựng chính sách phát triển công nghiệp quốc gia đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 cũng yêu cầu:

“Tổ chức lại thị trường các sản phẩm công nghiệp. Đẩy nhanh việc thực hiện cơ chế giá thị trường theo lộ trình đối với các hàng hóa thiết yếu (như xăng dầu, than, điện, nước,...). Xây dựng và thực thi hệ thống quy chuẩn, tiêu chuẩn kỹ thuật trong ngành công nghiệp phù hợp để bảo vệ sản xuất và **người tiêu dùng** trong nước. Hướng dẫn và có các biện pháp hỗ trợ phù hợp để các doanh nghiệp công nghiệp tham gia có hiệu quả các hiệp định thương mại tự do đã ký kết. Tích cực tháo gỡ các rào cản, chống các hành vi độc quyền, cạnh tranh không lành mạnh. Phát triển các loại hình và phương thức kinh doanh thương mại hiện đại; xây dựng và thực thi Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia đối với các sản phẩm công nghiệp”.

Đặc biệt, ngày 22 tháng 01 năm 2019, Ban Bí thư đã ban hành 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. Đây là một văn bản có ý nghĩa đặc biệt quan trọng khi một trong những cấp Lãnh đạo cao nhất của Đảng và Nhà nước đã ban hành một văn bản chuyên biệt về lĩnh vực bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng với nhiều yêu cầu rất sâu sắc và cụ thể.

## III. Quan điểm xây dựng, ban hành và một số nội dung cơ bản của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các văn bản hướng dẫn

### 1. Quan điểm xây dựng và ban hành Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Việc xây dựng Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng dựa trên những quan điểm chỉ đạo và định hướng như sau:

***Thứ nhất,*** *bảo đảm sự cân bằng trong giao dịch dân sự giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh*

Hợp đồng là một sự tự do thỏa thuận. Tuy nhiên, nếu để các bên tự do vô hạn thì hợp đồng sẽ trở thành phương tiện để bên mạnh hơn lấn át bên yếu thế hơn và gây thiệt hại tới lợi ích của bên yếu thế cũng như lợi ích chung của xã hội.

Giao dịch giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh cũng thực hiện trên cơ sở tự do thỏa thuận. Tuy nhiên, người tiêu dùng luôn là bên thiếu thông tin, đặc biệt là các thông tin và kiến thức liên quan đến đặc tính kỹ thuật của sản phẩm. Bên cạnh đó, người tiêu dùng thông thường ít có cơ hội đàm phán, thương lượng trong quan hệ với tổ chức, cá nhân kinh doanh. Do đó, pháp luật cần có các quy định đặc thù để đảm bảo sự cân bằng trong các quan hệ này, qua đó góp phần ổn định trật tự xã hội, bảo vệ lợi ích chung của xã hội.

***Thứ hai,*** *xã hội hóa công tác bảo vệ người tiêu dùng*

Theo định hướng này, nhà nước khuyến khích các tổ chức, cá nhân trong xã hội tham gia cùng Nhà nước trong công tác bảo vệ người tiêu dùng. Bên cạnh đó, pháp luật hướng tới sử dụng chính sức mạnh của thị trường để loại bỏ các doanh nghiệp có hành vi xâm phạm quyền lợi người tiêu dùng từ đó ngoài việc bảo vệ được lợi ích của người tiêu dùng còn hướng tới bảo vệ các doanh nghiệp làm ăn chân chính.

***Thứ ba,*** *bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng đồng thời bảo đảm quyền và lợi ích hợp pháp của các tổ chức, cá nhân kinh doanh*

Các quy định của Luật hướng tới việc nâng cao trách nhiệm của doanh nghiệp đối với người tiêu dùng nhưng vẫn đảm bảo các quyền và lợi ích chính đáng của các chủ thể này. Luật không thể hiện xu hướng quá thiên về bảo vệ người tiêu dùng mà hạn chế đi quyền lợi hợp pháp của các doanh nghiệp, tránh tạo ra những kẽ hở để một số cá nhân lợi dụng quyền lợi của người tiêu dùng gây thiệt hại cho doanh nghiệp.

### 2. Những nội dung cơ bản của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và văn bản hướng dẫn

Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các văn bản hướng dẫn[[4]](#footnote-4) quy định 5 nhóm nội dung, cụ thể như sau:

2.1. Những quy định chung với các nội dung về phạm vi điều chỉnh của Luật, đối tượng áp dụng, giải thích từ ngữ, các nguyên tắc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, chính sách của Nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, các quy định về bảo vệ thông tin của người tiêu dùng, nguyên tắc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch với cá nhân hoạt động thương mại độc lập, thường xuyên, không phải đăng ký kinh doanh. Chương này cũng đưa ra 8 quyền cơ bản và quan trọng của người tiêu dùng, 2 nghĩa vụ của người tiêu dùng, 8 hành vi bị cấm theo pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, đồng thời đưa ra những nguyên tắc cơ bản trong xử lý vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

2.2. Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng bao gồm quy định các vấn đề về trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ trong việc cung cấp thông tin về hàng hóa, dịch vụ; trách nhiệm của bên thứ ba trong việc cung cấp thông tin về hàng hóa, dịch vụ cho người tiêu dùng; Các vấn đề trong giao kết hợp đồng; Trách nhiệm bảo hành hàng hóa, linh kiện, phụ kiện; Trách nhiệm thu hồi hàng hóa có khuyết tật; Trách nhiệm bồi thường thiệt hại do hàng hóa có khuyết tật; Yêu cầu cơ quan quản lý nhà nước bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; Giải quyết yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

2.3. Trách nhiệm của tổ chức xã hội trong việc tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng bao gồm các điều quy định về ba nội dung cơ bản: Tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; Nội dung tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của tổ chức xã hội; Thực hiện nhiệm vụ được cơ quan nhà nước giao.

2.4. Giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân hàng hóa kinh doanh dịch vụ. Quy định về các phương thức giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức cá nhân kinh doanh hàng hóa bao gồm: Thương lượng, hòa giải, trọng tài, giải quyết tranh chấp tại tòa án.

2.5. Trách nhiệm quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Chương này gồm các điều quy định trách nhiệm quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng nói chung và đặc biệt quy định trách nhiệm cụ thể của Bộ Công thương, trách nhiệm của Ủy ban nhân dân các cấp trong bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Tại thời điểm ban hành và thực thi Luật, nhiều quy định được đánh giá là tiến bộ, kịp thời điều chỉnh các vấn đề phát sinh trong xã hội, ví dụ vấn đề về bảo vệ thông tin của người tiêu dùng; về nghĩa vụ của người tiêu dùng; về hành vi bị cấm trong sản xuất, kinh doanh; về trách nhiệm của bên thứ ba; về kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung; về hội bảo vệ người tiêu dùng; về thu hồi hàng hóa có khuyết tật và phương thức giải quyết tranh chấp tại tòa theo thủ tục đơn giản.

# PHẦN II: NHỮNG THÀNH TỰU VÀ KẾT QUẢ ĐẠT ĐƯỢC

## I. Đánh giá chung những mặt được của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các văn bản hướng dẫn

Trong gần 10 năm thực thi, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các văn bản hướng dẫn đã tạo được hành lang pháp lý cho việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, cụ thể:

- Sau khi Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được ban hành và có hiệu lực từ ngày 01 tháng 7 năm 2011, hàng loạt các văn bản hướng dẫn thi hành có liên quan được ban hành để hình thành một hệ thống “khung” chính sách, pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tương đối hoàn thiện, bao gồm:

+ Nghị định số 99/2011/NĐ-CP ngày 27 tháng 11 năm 2010 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 số 19/2012/NĐ-CP ngày 16 tháng 3 năm 2012 của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (*đã hết hiệu lực do tích hợp vào Nghị định số 185/2013/NĐ-CP*).

+ Nghị định số 185/2013/NĐ-CP ngày 19 tháng 11 năm 2013 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 số 124/2015/NĐ-CP ngày 19 tháng 11 năm 2015 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 185/2013/NĐ-CP ngày 19 tháng 11 năm 2013 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 số 98/2020/NĐ-CP ngày 26 tháng 8 năm 2020 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 (thay thế cho Nghị định số 185/2013/NĐ-CP và Nghị định số 124/2015/NĐ-CP).

+ Quyết định số 02/2012/QĐ-TTg ngày 13 tháng 01 năm 2012 của 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 số 35/2015/QĐ-TTg ngày 20 tháng 8 năm 2015 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung Quyết định số 02/2012/QĐ-TTg ngày 13 tháng 01 năm 2012 của 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 số 25/2019/QĐ-TTg sửa đổi Quyết định số 35/2015/QĐ-TTg nêu trên.

+ Thông tư số 10/2013/TT-BCT ngày 30 tháng 5 năm 2013 của Bộ Công Thương về ban hành mẫu đơn đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung.

- Ngoài các văn bản quy phạm pháp luật, một hệ thống các văn bản chính sách cũng được các tổ chức, cá nhân có thẩm quyền ban hành để tổ chức thi hành Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, bao gồm:

+ 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.

+ Quyết định số 1997/QĐ-TTg ngày 18 tháng 10 năm 2016 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình phát triển các hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng giai đoạn 2016-2020.

+ Các Kế hoạch tổ chức thực hiện Ngày Quyền của người tiêu dùng Việt Nam hàng năm do Bộ Công Thương và Ủy ban nhân dân/Sở Công Thương các tỉnh, thành phố ban hành.

+ Đặc biệt, ngày 22 tháng 01 năm 2019, Ban Bí thư đã ban hành Chỉ thị số 30-CT/TW về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng và trách nhiệm của Nhà nước đối với công tác bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng. Tiếp đó, ngày 26 tháng 5 năm 2020, Chính phủ đã ban hành Nghị quyết số 82/NQ-CP ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Chỉ thị số 30-CT/TW nêu trên.

- Về cơ bản, việc ban hành Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng đã góp phần tạo dựng một số kết quả nổi bật như sau:

+ Bước đầu đã hình thành được một hệ thống cơ quan quản lý nhà nước từ Trung ương đến địa phương và hệ thống các tổ chức xã hội trên cả nước;

+ Đã ghi nhận những nguyên tắc cơ bản về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng;

+ Đã ghi nhận các quyền cơ bản của người tiêu dùng cũng như trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ;

+ Đã ghi nhận vai trò và quy định cơ chế hỗ trợ hoạt động của các tổ chức xã hội tham gia công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng;

+ Đã quy định khá tổng quát và đầy đủ trách nhiệm, hệ thống tổ chức các cơ quan quản lý nhà nước trong công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng;

+ Tạo tiền đề để công nhận Ngày 15 tháng 3 hàng năm là Ngày Quyền của người tiêu dùng Việt Nam;

+ Tạo cơ sở để ban hành Chương trình phát triển hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng giai đoạn 2016 – 2020.

Trên cơ sở nền tảng như vậy, việc thực thi các quy định pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng đã góp phần nâng cao nhận thức của xã hội đối với công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; góp phần cải thiện, hạn chế và ngăn chặn một số hành vi, lĩnh vực có nguy cơ xâm hại quyền lợi người tiêu dùng; kêu gọi và huy động sự tham gia của nhiều chủ thể, bao gồm cả trong và ngoài nước, từ đó, góp phần đáng kể trong việc nâng cao hiệu quả bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại Việt Nam.

## II. Những thành tựu và kết quả đạt được trong công tác kiện toàn tổ chức bộ máy của cơ quan, tổ chức thực thi và đào tạo, nâng cao năng lực đối ngũ cán bộ

### 1. Công tác xây dựng và kiện toàn hệ thống các tổ chức thực thi

#### 1.1. Hệ thống cơ quan quản lý nhà nước

Căn cứ quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các văn bản hướng dẫn:

- Bộ Công Thương là cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ở trung ương. Cục Quản lý cạnh tranh (nay là Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng) là cơ quan giúp Bộ trưởng Bộ Công Thương thực hiện quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

- Ủy ban nhân dân cấp tỉnh tại địa phương là cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ở địa phương. Sở Công Thương là cơ quan giúp Chủ tịch Ủy ban nhân dân cấp tỉnh thực hiện quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại địa phương.

- Ủy ban nhân dân cấp huyện quyết định đơn vị giúp Ủy ban nhân dân thực hiện chức năng quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên địa bàn huyện mình.

Tuy nhiên, bên cạnh hệ thống các cơ quan nhà nước được giao trách nhiệm có tính “đầu mối” như Bộ Công Thương và Ủy ban nhân dân các tỉnh (Sở Công Thương, UBND cấp huyện…), việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng còn được thực hiện bởi các cơ quan nhà nước khác. Ví dụ: sự tham gia của các cơ quan quản lý nhà nước chuyên ngành (các Sở ban ngành như Nông nghiệp và phát triển nông thôn, Khoa học và công nghệ, Tài chính, Công an…) hoặc hệ thống cơ quan xét xử (Tòa án, Viện Kiểm sát…) trong quá trình giải quyết các khiếu nại, yêu cầu của người tiêu dùng…

Sau gần 10 năm thực thi Luật, kết quả cho thấy đã hình thành được hệ thống các cơ quan nhà nước chịu trách nhiệm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng từ Trung ương xuống địa phương, cụ thể:

- Tại Trung ương: Nhiệm vụ về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại Bộ Công Thương được giao chủ yếu cho Cục Quản lý cạnh tranh (nay là Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng (theoQuyết định số 3808/QĐ-BCT ngày 02 tháng 10 năm 2017 quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng (CT&BVNTD)). Trong cơ cấu tổ chức của Cục, Phòng Bảo vệ người tiêu dùng và Phòng Kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung là hai đơn vị thực hiện chức năng bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

- Tại địa phương (cấp tỉnh): Bộ Công Thương và Bộ Nội vụ đã ban hành Thông tư liên tịch số 22/2015/TTLT-BCT-BNV ngày 30 tháng 06 năm 2015 hướng dẫn chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của cơ quan chuyên môn về công thương thuộc Ủy ban nhân dân cấp tỉnh,cấp huyện, trong đó, có quy định *“Sở Công Thương là cơ quan chuyên môn thuộc Ủy ban nhân dân cấp tỉnh; thực hiện chức năng tham mưu, giúp Ủy ban nhân dân cấp tỉnh quản lý nhà nước về công thương, bao gồm các ngành và lĩnh vực: …, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng...”.* Để triển khai thực hiện, hiện nay, 100% Sở Công Thương đã giao nhiệm vụ bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cho các Phòng chuyên môn, ví dụ Phòng Quản lý thương mại, Phòng Kế hoạch, Tài chính, Thanh tra Sở, …

- Tại cấp huyện, Thông tư liên tịch số 22/2015/TTLT-BCT-BNV quy định: Phòng Kinh tế hoặc Phòng Kinh tế và Hạ tầng thuộc Ủy ban nhân dân cấp huyện là cơ quan chuyên môn có chức năng tham mưu, giúp Ủy ban nhân dân cấp huyện thực hiện quản lý nhà nước về công thương ở địa phương. Thực tế, phần lớn UBND cấp huyện hiện đã giao nhiệm vụ bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cho Phòng Kinh tế hoặc Phòng Kinh tế Hạ tầng. Có một số ít UBND cấp huyện giao nhiệm vụ này cho Phòng Nông nghiệp hoặc một Phòng chuyên môn khác

#### 1.2. Hệ thống tổ chức xã hội

Trước năm 2010, ở Việt Nam đã có một hệ thống các tổ chức xã hội – nghề nghiệp thực hiện nhiệm vụ về tiêu chuẩn, đo lường, chất lượng và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (theo các quy định của Pháp lệnh Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 1999).

Trong giai đoạn 2011 – 2018, việc triển khai Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng đã khiến cho số lượng các tổ chức xã hội tham gia công tác bảo vệ người tiêu dùng (các hội bảo vệ người tiêu dùng) đã có sự gia tăng đáng kể, từ 44 Hội trên cả nước vào năm 2012 lên 57 Hội vào năm 2018[[5]](#footnote-5). Tại một số tỉnh, thành đã phát triển mạng lưới Hội xuống cấp huyện, xã. Một số Hội tại các địa phương đã đăng ký thành thành viên của Hội Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam, tạo thành một khối tổ chức thống nhất, cùng hoạt động vì mục tiêu bảo vệ người tiêu dùng. Có được sự phát triển về số lượng và mạng lưới nêu trên là do sự quan tâm, phối hợp sát sao từ Trung ương, đặc biệt là sự hoạt động tích cực, chủ động của các địa phương trong việc thành lập Ban vận động để thành lập các Hội.

Đặc biệt, cuối năm 2018, Hội Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam (Vicopro) đã được thành lập trên cơ sở tái cơ cấu lại Hội Tiêu chuẩn và Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam (Vinastas). Việc thành lập Hội Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam có phạm vi hoạt động trên cả nước và là một tổ chức xã hội không chỉ tạo dấu mốc quan trọng mà còn là cơ hội để hoàn thiện mô hình, tên gọi của các Hội Bảo vệ người tiêu dùng tại các tỉnh, thành phố, từ đó, nâng cao hiệu quả thực thi Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cũng như triển khai các hoạt động mang tính thống nhất giữa các hội trên phạm vi toàn quốc nhằm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

### 2. Công tác đào tạo, nâng cao năng lực đội ngũ cán bộ

Công tác đào tạo, nâng cao năng lực cho đội ngũ cán bộ là khâu then chốt, ảnh hưởng lớn tới kết quả thực thi Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

#### 2.1. Đối với các cán bộ công chức tại cơ quan trung ương

Đội ngũ cán bộ công chức tại các cơ quan Trung ương có nhiệm vụ triển khai công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng chủ yếu nằm tại Bộ Công Thương, các Bộ ngành, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ và các cơ quan Trung ương khác (như Tòa án, cơ quan Trung ương của một số tổ chức chính trị - xã hội…).

Tại Bộ Công Thương (Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng) có 12 cán bộ công chức trực tiếp thực hiện các nhiệm vụ liên quan đến công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Dù số lượng là quá ít so với yêu cầu triển khai nhiệm vụ ở cấp Trung ương, nhưng có thể nói, trong thời gian qua, các cán bộ công chức này đã được tập trung đào tạo một cách bài bản cả về trình độ văn hóa, chuyên môn nghiệp vụ và lý luận chính trị. Cụ thể, trong 12 cán bộ công chức thực thi có 01 cán bộ học vị Tiến sĩ, 08 cán bộ có học vị thạc sĩ, 03 cán bộ trình độ cử nhân. Các cán bộ đều có khả năng nói được ít nhất một ngoại ngữ, đa phần đã được tham gia các khóa đào tạo về quản lý nhà nước và lý luận chính trị.Đối với việc đào tạo và học tập kinh nghiệm của các nước phát triển cũng như các nước trong khu vực, hàng năm Bộ Công Thương đều cử cán bộ tham dự Hội nghị ICPEN (Mạng lưới thực thi pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng quốc tế) và Hội nghị ACCP (Ủy ban bảo vệ người tiêu dùng ASEAN). Ngoài ra, Bộ Công Thương cũng tổ chức nhiều khóa học tập, học hỏi kinh nghiệm của các nước có công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tốt như: Mỹ, Úc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc, Hà Lan, Pháp...

Tuy nhiên, tại các cơ quan cấp Trung ương khác không có một cán bộ nào thực hiện nhiệm vụ một cách trực tiếp hoặc chuyên sâu đến công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Điều này là một phần nguyên nhân dẫn đến việc các cơ quan khác khi ban hành và thực thi các quy định pháp luật thuộc chức năng, nhiệm vụ đã không tính đến thậm chí vi phạm đến các quy định của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Để cung cấp thêm thông tin cũng như đào tạo cho các cán bộ công chức ở cấp Trung ương thuộc các lĩnh vực có liên quan, trong 09 năm vừa qua, Bộ Công Thương đã tiến hành tổ chức một số hoạt động hội nghị, hội thảo, khóa đào tạo về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng chuyên biệt cho một số đối tượng.

#### 2.2. Đối với đội ngũ cán bộ thực thi công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại địa phương

Tại cấp tỉnh, Sở Công Thương là đơn vị được giao thực hiện chức năng tham mưu cho UBND cấp tỉnh về công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Thực tế cho thấy, tại mỗi Sở Công Thương sẽ gồm 03 cán bộ có liên quan đến công tác này, bao gồm: 01 Lãnh đạo Sở, 01 Lãnh đạo cấp Phòng và 01 chuyên viên phụ trách trực tiếp. Tại cấp huyện sẽ là 01 Lãnh đạo huyện, 01 Lãnh đạo Phòng Kinh tế và 01 chuyên viên. Tại cấp xã là 01 Lãnh đạo xã, 01 Lãnh đạo Văn phòng và 01 chuyên viên. Tuy nhiên, dù ở cấp nào thì cả ba cán bộ này đều thực hiện và triển khai nhiều nhiệm vụ khác bên cạnh công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Với vị trí là các công chức địa phương, các cán bộ này hàng năm sẽ được tham gia các hoạt động đào tạo về quản lý nhà nước và trình độ chính trị theo vị trí công tác tại đơn vị.

Đối với các cán bộ thực thi hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại các địa phương, Bộ Công Thương thường xuyên, hàng năm tổ chức hoặc phối hợp với Sở Công Thương tổ chức nhiều hoạt động tuyên truyền, giảng dạy, tập huấn cho các đối tượng là công chức, viên chức thực thi pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại địa phương. Các nội dung chuyên môn thường xuyên được cập nhật theo thông tin mới nhất của thị trường. Theo thống kê, trong giai đoạn 2011-2019, hàng năm, Bộ Công Thương đều chủ trì tổ chức 2-3 hoạt động tập huấn theo từng khu vực địa lý trên cả nước, đồng thời, phối hợp với các địa phương tổ chức từ 10 -15 hoạt động tập huấn, hội thảo, hội nghị. Cùng với đó, các Sở Công Thương cũng đã tổ chức hàng ngàn hoạt động đào tạo cho các cán bộ cấp huyện và cấp xã.

## III. Những thành tựu và kết quả đạt được trong công tác thực thi trách nhiệm của doanh nghiệp đối với người tiêu dùng

Hơn 30 năm thực hiện công cuộc Đổi mới, có thể nói nền kinh tế Việt Nam đã chuyển biến mạnh mẽ từ một nền kinh tế tập trung, quan liêu, bao cấp sang một nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa phát triển thuộc loại nhanh và bền vững hàng đầu khu vực. Sau các hoạt động cải cách, cổ phần hóa, các doanh nghiệp nhà nước “ọp ẹp” đã được thanh lọc, chuyển đổi, những doanh nghiệp nhà nước còn lại đã và đang giữ vai trò trụ cột của nền kinh tế. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp thuộc khối tư nhân đã và đang có những bước tiến mạnh mẽ để trở thành động lực của nền kinh tế.

Sau gần 10 năm thực thi Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, đa số các doanh nghiệp đã bước đầu biết đến và vận dụng ở các mức độ khác nhau các quy định pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong hoạt động kinh doanh của mình. Một số doanh nghiệp đã hiểu và vận dụng tốt, có hiệu quả các quy định pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng từ đó tạo ra lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp và sản phẩm hàng hóa, dịch vụ cũng như tạo ra cơ sở cho sự phát triển bền vữngvà lâu dài của thương hiệu, doanh nghiệp và sản phẩm.

Tuy nhiên, vẫn còn nhiều doanh nghiệp chưa nhận thức được ý nghĩa, vai trò của người tiêu dùng và pháp luật bảo vệ người tiêu dùng đối với hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Từ đó, các doanh nghiệp này có thực hiện nhiều hành vi vi phạm pháp luật của nhà nước nói chung và pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng nói riêng như: buôn lậu, trốn thuế, kinh doanh hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng, quảng cáo gian dối, lừa dối, ép buộc người tiêu dùng…

### 1. Trách nhiệm bảo vệ thông tin của người tiêu dùng

Căn cứ quy định tại Điều 6 của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, trong quá trình giao dịch, với sự đồng ý của người tiêu dùng, các tổ chức, cá nhân kinh doanh được phép thu thập và sử dụng các thông tin về người tiêu dùng và giao dịch. Tuy nhiên, Luật quy định và đặt ra các yêu cầu khắt khe về phạm vi thu thập, việc sử dụng, chuyển giao cũng như việc lấy ý kiến của người tiêu dùng.

Thực tế sau hơn 09 năm triển khai nhóm quy định này cho thấy, các tổ chức, kinh doanh có quy mô lớn (nhiều cơ sở sở kinh doanh, các doanh nghiệp đa quốc gia, đa lĩnh vực…), kinh doanh theo phương thức hiện đại (cửa hàng tiện ích, siêu thị, trung tâm thương mại) hoặc các doanh nghiệp kinh doanh trong các lĩnh vực như tài chính, ngân hàng, thương mại điện tử… là những doanh nghiệp tuân thủ tốt hơn các quy định về bảo vệ thông tin của người tiêu dùng.

Các tổ chức, cá nhân kinh doanh theo quy mô nhỏ hoặc các cá nhân kinh doanh độc lập, thường xuyên, không phải đăng ký kinh doanh hầu như không thực hiện hoặc có thực hiện việc thu thập nhưng ít quan tâm đến việc bảo vệ thông tin của người tiêu dùng.

Kết quả báo cáo của các doanh nghiệp tham gia hoạt động Tổng kết thi hành Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cho thấy, website của phần lớn doanh nghiệp này hiện đều công khai và niêm yết nội dung liên quan đến chính sách thu thập thông tin, bảo vệ thông tin và chính sách chuyển giao thông tin của người tiêu dùng cho bên thứ ba. Đây là điểm nổi bật, một mặt thể hiện sự tuân thủ pháp luật của các doanh nghiệp, mặt khác, thể hiện sự điều chỉnh kịp thời của doanh nghiệp đối với sự phát triển của môi trường kinh doanh trong thời kỳ dữ liệu số.

### 2. Trách nhiệm cung cấp thông tin về hàng hoá, dịch vụ

Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng đã đưa ra nhiều quy định liên quan đến trách nhiệm cung cấp thông tin về hàng hóa, dịch vụ cho người tiêu dùng đối với các tổ chức, cá nhân có liên quan, từ doanh nghiệp sản xuất/nhập khẩu, doanh nghiệp phân phối và cả bên thứ ba trong việc cung cấp thông tin tới người tiêu dùng.

Thực tế, với sự phát triển của thương mại điện tử, nhóm quy định này ngày càng trở nên quan trọng khi quyết định mua hàng hóa, dịch vụ của người tiêu dùng phần lớn dựa vào thông tin nhận được từ phía người bán.

Cùng với sức ép cạnh tranh giữa các doanh nghiệp và sự thay đổi trong nhận thức của người tiêu dùng, hiện tại, đa số các doanh nghiệp chân chính đều chú trọng và quan tâm tới việc cung cấp thông tin đúng, đủ, và thuận tiện cho người tiêu dùng. Việc niêm yết giá bán được thực hiện công khai và rõ ràng, đặc biệt tại các quán ăn, nhà hàng tại các khu du lịch. Chính sách bảo hành đơn giản, thuận tiện, trong một số trường hợp, được tự động thực hiện thông qua việc kích hoạt điện tử như đối với các sản phẩm điện thoại, ti vi…Các điều khoản, điều kiện giao dịch chung được doanh nghiệp công bố rõ ràng tại các địa điểm giao dịch, ví dụ, chính sách bảo mật thông tin, chính sách đổi trả hàng hóa được thể hiện ngay trên trang chủ của website hoặc được in và đặt tại quầy thanh toán…Các nội dung thông tin quảng cáo luôn được doanh nghiệp minh chứng bằng các tài liệu có giá trị pháp lý, ví dụ: theo báo cáo, theo thí nghiệm của tổ chức, đơn vị có liên quan…

Đối với các bên thứ ba thực hiện cung cấp thông tin, ví dụ: các đài truyền hình, truyền thanh thực hiện quảng cáo hàng hóa, dịch vụ, hiện nay, quá trình xem xét và phê duyệt các nội dung quảng cáo của các bên thứ ba đều bắt buộc có việc cung cấp hồ sơ, thông tin để chứng minh tính chính xác của các nội dung quảng cáo phát sóng trên nhà đài.

**3. Trách nhiệm đăng ký, áp dụng hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung**

Nhóm chế định về đăng ký và thực hiện hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung có một vai trò quan trọng trong Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, góp phần bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (thường là bên yếu thế) trong các giao dịch mà người tiêu dùng ít có khả năng đơn phương đàm phán về nội dung giao dịch. Từ năm 2012 đến 09 tháng đầu năm 2020, Cục CT&BVNTD đã tiếp nhận và xử lý trên 4.480 bộ hồ sơ đăng ký. 100% hồ sơ xử lý đúng thời hạn luật định và đảm bảo không gây trở ngại, khó khăn cho quá trình sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp. Trên trang thông tin điện tử riêng về bảo vệ NTD tại địa chỉ <http://www.vca.gov.vn/hopdongmau.aspx?Cate_ID=453>, Cục CT&BVNTD cho đăng tải toàn bộ các HĐTM, ĐKGDC được chấp nhận. Việc làm này tạo điều kiện để các doanh nghiệp tham khảo, người tiêu dùng giám sát và tạo kênh kết nối thông tin với hoạt động của các Sở Công Thương trên cả nước.

Tại các địa phương, số liệu thống kê cho thấy, trong giai đoạn 2012-2020, đã có 3759 bộ hồ sơ gửi đăng ký tại các Sở Công Thương.

**4. Trách nhiệm bảo hành**

Căn cứ quy định của Bộ luật Dân sự và Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, việc bảo hành hàng hóa, dịch vụ không phải là trách nhiệm bắt buộc, tuy nhiên, nếu đã có cam kết về bảo hành thì các tổ chức, cá nhân phải nghiêm túc thực hiện vì các nội dung cam kết này là một yếu tố quan trọng ảnh hưởng tới quyết định mua hàng hóa, dịch vụ của người tiêu dùng.

Kết quả giám sát thị trường, giải quyết khiếu nại và yêu cầu của người tiêu dùng thời gian vừa qua và kết quả báo cáo của các doanh nghiệp tham gia hoạt động Tổng kết thi hành pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cho thấy, đa số các doanh nghiệp đã coi chính sách bảo hành là phương tiện để tăng cường sức cạnh tranh của hàng hóa trên thị trường. Phần lớn các sản phẩm bày bán hiện đều được doanh nghiệp chủ động áp dụng chính sách bảo hành. Nhiều doanh nghiệp thành lập bộ phận chuyên trách hoặc thuê đơn vị ngoài để thực hiện hoạt động bảo hành. Trong quá trình phát sinh bảo hành, doanh nghiệp đều chủ động phát hành các giấy tờ để cung cấp, cập nhật thông tin về tiến độ bảo hành cho người tiêu dùng, cung cấp hàng hóa để người tiêu dùng dùng tạm trong thời gian đợi bảo hành hoặc cung cấp các thông tin hướng dẫn để người tiêu dùng chủ động lựa chọn phương án bảo hành phù hợp với nhu cầu cá nhân. Các thông tin về chính sách bảo hành của doanh nghiệp đều được công khai trên website hoặc gửi kèm khi người tiêu dùng mua hàng hóa.

**4. Trách nhiệm thu hồi hàng hóa có khuyết tật**

Các quy định về thu hồi sản phẩm khuyết tật được coi là một trong những nội dung mới và tiến bộ của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng so với Pháp lệnh Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 1999. Tại thời điểm ban hành Luật, nhiều ý kiến cho rằng, việc thực hiện chương trình thu hồi hàng hóa có khuyết tật phần nào thể hiện sự yếu kém của doanh nghiệp trong việc sản xuất hàng hóa. Tuy nhiên, thực tế những năm qua cho thấy, đây là một nhóm chế định góp phần quan trọng vào việc xây dựng mội trường tiêu dùng lành mạnh. Dù số lượng vụ việc báo cáo hàng năm không lớn nhưng lại liên quan đến quyền lợi của một số lượng lớn người tiêu dùng vì mỗi vụ việc thu hồi đều liên quan đến hàng ngàn hoặc hàng trăm ngàn người tiêu dùng. Đồng thời, kết quả thực hiện giám sát thị trường những năm qua cho thấy hầu hết cá vụ việc báo cáo về thu hồi sản phẩm khuyết tật đều được thực hiện tại cơ quan bảo vệ người tiêu dùng Trung ương (Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng, Bộ Công Thương) và do các doanh nghiệp nước ngoài hoặc có vốn nước ngoài thực hiện. Số liệu báo cáo của các tỉnh thành phố cho thấy trong 09 năm gần đây chưa ghi nhận một vụ việc thu hồi sản phẩm khuyết tật nào được thực hiện tại địa phương theo quy định của Luật.

Theo số liệu báo cáo, trong giai đoạn 2011 – 2020, Bộ Công Thương đã tiếp nhận và giám sát tổng số 159 vụ việc thu hồi sản phẩm khuyết tật liên quan đến hàng trăm triệu sản phẩm ô tô, xe máy, máy tính, điện thoại, pin, quạt, mỹ phẩm, đồ chơi trẻ em…[[6]](#footnote-6)

**5. Trách nhiệm giải quyết yêu cầu, khiếu nại của người tiêu dùng**

Theo quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, doanh nghiệp có trách nhiệm tiếp nhận và giải quyết các khiếu nại, yêu cầu của người tiêu dùng liên quan đến hoạt động của doanh nghiệp, hàng hóa, dịch vụ do doanh nghiệp cung cấp cũng như các vấn đề khác phát sinh trong quá trình tương tác giữa hai bên.

Về mặt tổng thể, hiện nay, quá trình phản ánh và xử lý thông tin của người tiêu dùng với doanh nghiệp đã được thực hiện thuận tiện, đơn giản và nhanh chóng hơn. Có được kết quả này, một mặt là do sự phát triển của công nghệ thông tin đã khiến việc áp dụng các phương thức liên hệ với chi phí hợp lý và thuận lợi hơn cho doanh nghiệp, mặt khác, cũng cần phải ghi nhận sự chủ động trong nhận thức của doanh nghiệp đối với việc lắng nghe và giải quyết các ý kiến của khách hàng. Kết quả giám sát thị trường và kết quả báo cáo của các doanh nghiệp tham gia Tổng kết thi hành Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cho thấy, phần lớn các doanh nghiệp (đặc biệt là các doanh nghiệp có quy mô lớn, kinh doanh theo phương thức hiện đại hoặc trong các lĩnh vực như thương mại điện tử, tài chính, ngân hàng…) hiện nay đều ban hành chính sách tiếp nhận, giải quyết yêu cầu của người tiêu dùng, có bộ phận chuyên môn phụ trách tiếp nhận và giải quyết khiếu nại, xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu về khiếu nại của người tiêu dùng và áp dụng đa dạng các phương thức tiếp nhận và trao đổi thông tin với người tiêu dùng (Hotline, Email, chat trực tuyến, facebook).

Ngoài ra, theo thống kê của các cơ quan nhà nước, các tổ chức xã hội, tỷ lệ giải quyết khiếu nại thành công đều đạt ở mức tối thiểu là 80% số lượng vụ việc tiếp nhận. Điều đó cho thấy, sự phối hợp thiện chí và hiệu quả giữa doanh nghiệp và các đơn vị liên quan trong việc tiếp nhận và giải quyết khiếu nại của người tiêu dùng.

## IV. Những thành tựu và kết quả đạt được trong công tác thực thi trách nhiệm của tổ chức xã hội trong việc tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Các tổ chức xã hội tham gia công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (chủ yếu chính là các Hội Bảo vệ người tiêu dùng) đã có sự phát triển lâu dài và theo sát quá trình thực thi của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, từ Pháp lệnh Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 1999 đến Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010.

### 1. Sự phát triển về số lượng của các Hội Bảo vệ người tiêu dùng

Sự hình thành của các Hội Bảo vệ người tiêu dùng là một trong những kết quả rõ nét, cụ thể, minh họa cho kết quả đạt được của các Hội. 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 cuối năm 2020, Việt Nam hiện đã có 56 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.

### 2. Kết quả tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của các Hội bảo vệ người tiêu dùng

Trong thời gian vừa qua, các Hội đã có đóng góp tích cực, quan trọng trong việc tạo cầu nối giữa người tiêu dùng và cơ quan nhà nước thông qua việc thực hiện có hiệu quả các hoạt động như sau:

#### 2.1. Tham gia xây dựng pháp luật

Các Hội bảo vệ người tiêu dùng đã tham gia đóng góp ý kiến, gửi ý kiến phản biện hoặc trực tiếp tổ chức các hội thảo, hội nghị nhằm trao đổi, đánh giá và đề xuất các ý kiến tham gia vào việc xây dựng các các văn bản pháp luật. Kết quả cho thấy, từ năm 1992, các Hội Bảo vệ người tiêu dùng đã có 353 hoạt động đóng góp ý kiến vào dự thảo các văn bản pháp luật, trong đó, có nhiều văn bản quan trọng như: Hiến pháp năm 1992, trên 20 dự thảo Luật, Pháp lệnh, nhiều Nghị định của Chính phủ, thông tư của các Bộ, ban ngành,…

#### 2.2. Tuyên truyền, phổ biến pháp luật, kiến thức tiêu dùng

Các Hội Bảo vệ người tiêu dùng đã tham gia tích cực, thường xuyên và có hiệu quả trong việc tuyên truyền, nâng cao nhận thức của người tiêu dùng, đặc biệt là triển khai thực hiện công tác này tại các quận, huyện, vùng cao, vùng sâu nơi nguồn lực của các cơ quan nhà nước còn hạn chế và khó khăn. Hình thức tuyên truyền của các Hội đa dạng, phong phú, phù hợp với tình hình, hoàn cảnh của các địa bàn, trong đó, có nhiều sáng kiến đã được trao đổi và học tập giữa các địa phương, ví dụ, việc tổ chức xe tuyên truyền lưu động tại các chợ vùng cao, vùng sâu. Đối tượng tuyên truyền của các Hội Bảo vệ người tiêu dùng thường hướng trực tiếp tới các người dân, đặc biệt là người dân tại các vùng sâu, vùng xa, nơi các hoạt động tuyên truyền của cơ quan nhà nước chưa triển khai thực hiện. Nội dung tuyên truyền của các Hội cũng thường xuyên tập trung vào các vấn đề tiêu dùng phát sinh trực tiếp trong đời sống sinh hoạt, kinh doanh của người dân (ví dụ: hàng giả, hàng không bảo đảm chất lượng; an toàn thực phẩm; giá cả; buôn lậu, quảng cáo, thương mại điện tử, bán hàng đa cấp…), do vậy, mang lại hiệu quả thiết thực và cụ thể cho người dân.

#### 2.3. Tư vấn, giải quyết khiếu nại

Tư vấn, hỗ trợ giải quyết khiếu nại là một mảng công việc đặc biệt quan trọng của các Hội Bảo vệ người tiêu dùng. Trong giai đoạn 2017-2018, các Hội Bảo vệ người tiêu dùng trên cả nước đã tư vấn giải quyết 13.294 vụ khiếu nại. Tỷ lệ giải quyết thành công trên 80%. Kết quả triển khai công tác này tại các Hội đã góp phần vào thành quả chung của việc tiếp nhận, giải quyết khiếu nại, yêu cầu của người tiêu dùng trên cả nước.

#### 2.4. Khảo sát, giám định và phản biện xã hội

Trong giai đoạn 2011 – 2018, các Hội Bảo vệ người tiêu dùng đã tổ chức hàng chục cuộc khảo sát để cảnh báo cho người tiêu dùng và kiến nghị cơ quan nhà nước có thẩm quyền đối với nhiều vấn đề, cụ thể: 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…

#### 2.5. Thực hiện các đề tài và dự án

Các Hội Bảo vệ người tiêu dùng đã chủ động nghiên cứu và thực hiện nhiều hoạt động nhằm nâng cao hiệu quả bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, cụ thể: chương trình phát triển chuỗi rau an toàn giai đoạn 2011-2013; dự án “Nâng cao hiệu quả quản lý chất lượng mũ bảo hiểm cho người đi mô tô, xe máy” giai đoạn 2014-2015; dự án “Đóng góp cho việc soát xét, xây dựng một số văn bản chủ chốt để nâng cao hiệu quả và hiệu lực của quản lý chất lượng mũ bảo hiểm” giai đoạn 2016-2017; thực hiện cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”.

#### 2.6. 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 2011, đã có 7 Hội được tỉnh công nhận hội đặc thù là Bình Dương, Tiền Giang, Đồng Tháp, Khánh Hòa, Đắk Lắk, Cà Mau, Bến Tre. Đến năm 2016, ngoài 7 Hội đã được tỉnh công nhận hội đặc thù, giao nhiệm vụ, có một số Hội đã thường xuyên được tỉnh hỗ trợ kinh phí hoặc giao nhiệm vụ hàng năm là Kiên Giang, Long An, Trà Vinh, Bắc Giang, Hòa Bình, Hà Tĩnh, Lạng Sơn, Phú Yên, Đồng Nai, Sóc Trăng, Vĩnh Long, Bình Thuận, Quảng Ninh. Như vậy, trong giai đoạn 2016-2018, đã có trên 20 Hội địa phương được hỗ trợ kinh phí từ ngân sách để thực hiện nhiệm vụ nhà nước giao.

## V. Những thành tựu và kết quả đạt được trong công tác giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ

Căn cứ quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, có 04 phương thức giải quyết tranh chấp giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng là Thương lượng, Hòa giải, Trọng tài và Tòa án. Ngoài ra, các khiếu nại và yêu cầu của người tiêu dùng còn có thể được giải quyết, xử lý với sự tham gia của các cơ quan nhà nước (đặc biệt là UBND cấp huyện) và các tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

### 1. Công tác giải quyết khiếu nại tại Bộ Công Thương

Tại Bộ Công Thương, việc tiếp nhận và giải quyết các khiếu nại, yêu cầu, tư vấn, cung cấp thông tin trong lĩnh vực bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (trong đó quan trọng nhất là dành cho người tiêu dùng và cộng đồng doanh nghiệp) được thực hiện thông qua các phương thức: (i) Qua website [www.vcca.gov.v](http://www.vcca.gov.v)n; (ii) Qua thư điện tử (email): [vcca@moit.gov.vn](mailto:vcca@moit.gov.vn); và (iii) Gửi qua đường bưu điện hoặc liên hệ trực tiếp tại Văn phòng.

Các yêu cầu, khiếu nại của người tiêu dùng gửi qua thư điện tử, website đều được Bộ Công Thương (Cục CT&BVNTD) xem xét, xác minh và giải quyết theo quy trình như đối với yêu cầu, khiếu nại gửi qua đường bưu điện hoặc gửi trực tiếp tại Văn phòng.

Nhờ sự mở rộng các phương thức tương tác với người dân, số lượng vụ việc khiếu nại của người tiêu dùng tới Bộ tăng từ 26 vụ trong năm 2011 lên 263 vụ vào năm 2012, 450 vụ vào năm 2013 và duy trì trung bình gần 1.500 vụ trong giai đoạn 2014-2019. Tỷ lệ giải quyết thành công các vụ việc tại Bộ trung bình năm là trên 90%. Đối với các vụ việc không giải quyết thành, phần lớn là do người tiêu dùng không cung cấp đầy đủ hồ sơ, giấy tờ hoặc không làm rõ được nội dung vụ việc, dẫn tới không có cơ sở để giải quyết. Cùng với đó, hiện tại Bộ Công Thương đã và đang xây dựng và phát triển hệ thống lưu trữ dữ liệu khiếu nại của người tiêu dùng. Thông qua dữ liệu này, hàng năm, Bộ có thể phân tích, tổng hợp và đánh giá nhiều yếu tố liên quan đến quá trình khiếu nại của người tiêu dùng, từ đó, kịp thời đưa ra các định hướng cho công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong các giai đoạn tiếp theo.

### 2. Công tác giải quyết khiếu nại tại các địa phương

Trong các năm 2011-2012, các địa phương chưa tập trung nhiều vào việc tiếp nhận và giải quyết yêu cầu, khiếu nại của người tiêu dùng. Do đó, số lượng vụ việc tại các tỉnh, thành phố chỉ khoảng 100 vụ việc mỗi năm. Đến giai đoạn 2013-2014, số lượng vụ việc tăng lên khoảng 300 vụ việc mỗi năm. Giai đoạn 2015-2019 ghi nhận số lượng vụ việc được tiếp nhận và giải quyết tại các Sở Công Thương và Ủy ban nhân dân cấp huyện đã tăng lên trên 500 vụ[[7]](#footnote-7). Kết quả cho thấy, trên 85% vụ việc gửi tới các cơ quan nhà nước tại địa phương đã được giải quyết thành công.

Bên cạnh vai trò của các cơ quan nhà nước, các Hội Bảo vệ người tiêu dùng cũng đóng góp quan trọng và nổi bật trong công tác tiếp nhận, hỗ trợ giải quyết khiếu nại của người tiêu dùng, trong đó phải kể đến vụ việc Hội Bảo vệ người tiêu dùng tỉnh Bến Tre đã hỗ trợ nhiều người tiêu dùng khởi kiện và thắng kiện trong vụ việc bánh mỳ kẹp thịt kém chất lượng trên địa bàn tỉnh Bến Tre như kể trên.

### 3. Công tác giải quyết khiếu nại tại các Hội Bảo vệ người tiêu dùng

Một trong những thành công rõ nét của các Hội Bảo vệ người tiêu dùng là việc được người dân tin tưởng và tìm đến khi có các tranh chấp phát sinh trong quá trình tiêu dùng. Một số phương tiện truyền thông, khi tiếp nhận các phản ánh của người tiêu dùng, cũng ưu tiên khuyến nghị người dân liên hệ các Hội để được tư vấn và hỗ trợ giải quyết. Nhờ đó, trong giai đoạn 2011-2017, các Hội bảo vệ người tiêu dùng trên cả nước đã tư vấn, giải quyết 10.745 vụ khiếu nại của người tiêu dùng. Giá trị hàng hóa được giải quyết thành công trong 3 năm (2015 - 2017) là 10,436 tỷ đồng. Số vụ khiếu nại đến các Hội tăng nhanh, năm 2015 tăng gấp hơn 2 lần so với năm 2011, năm 2012. Đặc biệt, trong năm 2015, lần đầu tiên, với sự tham gia hỗ trợ của Hội bảo vệ người tiêu dùng tỉnh Bến Tre, hơn 190 người tiêu dùng đã thắng kiện tại phiên xét xử phúc thẩm trong vụ 190 người bị ngộ độc bánh mỳ kẹp thịt ở Bến Tre.

## VI. Những thành tựu và kết quả đạt được trong công tác kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung

Căn cứ quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, trách nhiệm tiếp nhận đăng ký và giám sát việc thực hiện việc áp dụng các hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung được giao cho Bộ Công Thương (cấp Trung ương) và Sở Công Thương các tỉnh thành phố (cấp địa phương).

### 1. Tại Trung ương

Trong gần 10 năm vừa qua (từ tháng 3 năm 2012 đến hết 10 tháng đầu năm 20208), Bộ Công Thương đã tiếp nhận và xử lý s4826 bộ hồ sơ đăng ký; số lượng hồ sơ đăng ký tăng theo các năm, trong đó, năm 2017 tăng gấp hơn 7 lần so với năm 2012; 100% hồ sơ xử lý đúng thời hạn luật định và đảm bảo không gây trở ngại, khó khăn cho quá trình sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp. Bên cạnh sự tăng mạnh về mặt số lượng hồ sơ đăng ký, từ năm 2014, Bộ đã đi sâu tương tác với doanh nghiệp về mặt nội dung hồ sơ đăng ký. Thời điểm này trở đi, Thông báo không chấp nhận của Bộ được soạn thảo theo hướng chi tiết hóa từng nội dung chưa phù hợp quy định pháp luật kèm theo yêu cầu sửa đổi cụ thể và gợi ý hướng hoàn thiện để tạo điều kiện thuận lợi nhất cho doanh nghiệp trong việc tự hoàn thiện hồ sơ.

Trên trang thông tin điện tử riêng về bảo vệ người tiêu dùng tại địa chỉ http://www.vca.gov.vn/hopdongmau.aspx?Cate\_ID=453, Bộ Công Thương đã cho đăng tải toàn bộ các hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung được chấp nhận. Việc làm này tạo điều kiện để các doanh nghiệp tham khảo, người tiêu dùng giám sát và tạo kênh kết nối thông tin với hoạt động của các Sở Công Thương trên cả nước. Ngoài ra, để đánh giá và giám sát các hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung nằm ngoài danh mục phải đăng ký, từ thời điểm cuối năm 2013 đến năm 2015, Bộ Công Thương đã thu thập, đánh giá một số hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung đang được sử dụng để xác lập giao dịch với người tiêu dùng trong lĩnh vực ngân hàng (như của Vietcombank, Techcombank, BIDV, Vietinbank và Agribank) và bảo hiểm (như của Công ty TNHH Manulife Việt Nam, Prudential Việt Nam, Dai-ichi Life Việt Nam) cũng như tiến hành một số buổi làm việc với những đơn vị này.[[8]](#footnote-8)

### 2. Tại các Sở Công Thương

Qua thống kê số liệu cho thấy, từ năm 2012 đến 2020, số lượng hồ sơ đăng ký/đăng ký lại hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung của doanh nghiệp tại các Sở Công Thương đạt 3759 hồ sơ, trong đó tỷ lệ ra kết quả chấp nhận đăng ký chiếm khoảng 83% trong tổng số hồ sơ nộp đăng ký[[9]](#footnote-9). Hàng năm, cùng với việc đôn đốc thực hiện đăng ký, các Sở Công Thương đều tổ chức các đoàn thanh, kiểm tra để đánh giá việc thực hiện hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung của các doanh nghiệp, đặc biết là các doanh nghiệp trong lĩnh vực điện, nước – là các doanh nghiệp thường phát sinh các thay đổi về hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung theo từng địa bàn kinh doanh.

## VII. Những thành tựu và kết quả đạt được trong công tác tuyên truyền, phổ biến chính sách, pháp luật

Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là trách nhiệm chung của toàn xã hội trong đó có cả các cơ quan nhà nước, các tổ chức xã hội, các doanh nghiệp và cộng đồng người tiêu dùng. Do sự đa dạng về chủ thể và phức tạp của các hoạt động, việc tuyên truyền, phổ biến chính sách, pháp luật có ý kiến đặc biệt quan trọng.

### 1. Hình thức thực hiện tuyên truyền, phổ biến

Thực tế thời gian vừa qua cho thấy, công tác tuyên truyền, phổ biến pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được thực hiện đa dạng, phong phú với rất nhiều hình thức bao gồm: (i) hội thảo, hội nghị, tọa đàm, tập huấn pháp luật; (ii) mitting, tuần hành; (iii) đài phát thanh truyền hình; (iv) tờ rơi; (v) băng rôn, khẩu hiệu, sách, báo và tài liệu tuyên truyền khác. Trong giai đoạn 2017-2020, bên cạnh các hình thức tuyên truyền có tính truyền thống, các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp đã sử dụng các phương thức mới, phong phú hơn như: facebook, youtube, các đoạn phim ngắn, tổ chức xe lưu động, các giải chạy, sự kiện ở nơi công cộng...

### 2. Kết quả đạt được

#### 2.1. Tại Trung ương

Kể từ năm 2011 đến nay, Bộ Công Thương đã chủ trì tổ chức hơn 200 buổi hội thảo, tọa đàm, tập huấn cho các đối tượng có liên quan; đã biên soạn và phát hành sổ tay, tài liệu nghiên cứu và phát miễn phí cho các cán bộ trên khắp cả nước để vừa đào tạo kỹ năng, vừa giúp các cán bộ có được nguồn tài liệu dẫn chiếu tin cậy trong quá trình làm việc. Có thể kể đến một số tài liệu nghiên cứu, tham khảo như “Sổ tay hỏi – đáp pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng“; “Sổ tay dành cho Tư vấn viên bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng“; “Sổ tay cho cán bộ làm công tác kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung“; v.v....

Bộ cũng đã in và phát hành gần 20.000 tờ rơi để tuyên truyền nội dung về pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, về hoạt động cho vay tiêu dùng, về Tổng đài **18006838**…tổ chức 03 buổi nói trực tuyến trên sóng Đài VOV Giao thông nhằm giải đáp nội dung liên quan bán hàng đa cấp, bảo vệ thông tin của người tiêu dùng và mua hàng trực tuyến…Đặc biệt, từ năm 2015, sau thời điểm công nhận Ngày Quyền của người tiêu dùng Việt Nam - 15/3, Bộ Công Thương đã liên tục tổ chức Lễ phát động với quy mô lớn tại các tỉnh, thành phố Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Đà Nẵng và Cần Thơ, qua đó, kêu gọi được trên 60/63 tỉnh, thành phố đồng loạt thực hiện các hoạt động hưởng ứng vào dịp tháng 3 các năm[[10]](#footnote-10). Cùng với đó, hàng năm, Bộ Công Thương đều lựa chọn và công bố chủ đề Ngày Quyền của người tiêu dùng Việt Nam để định hướng các hoạt động chung trên cả nước.[[11]](#footnote-11)

#### 2.2. Tại địa phương

Các hoạt động tuyên truyền tại các tỉnh, thành phố trên cả nước cũng thường xuyên được chú trọng thực hiện, đảm bảo đa dạng về hình thức, hướng tới các nhóm đối tượng phù hợp, nội dung đi sát với các vấn đề thực tế tại địa phương. Đặc biệt, vào các dịp quan trọng như Ngày Quyền của người tiêu dùng Việt Nam, dịp mùa cao điểm du lịch hoặc Tết Nguyên đán, các địa phương đều chủ động tăng cường các hoạt động tuyên truyền, không chỉ tới người tiêu dùng mà còn tới cộng đồng doanh nghiệp nhằm nâng cao nhận thức và đảm bảo việc tuân thủ pháp luật của doanh nghiệp, nhất là đối với vấn đề niêm yết giá bán và đảm bảo vệ sinh, an toàn thực phẩm. Tại các địa phương, bên cạnh sự tham gia của Sở Công Thương, các Hội Bảo vệ người tiêu dùng cũng góp phần quan trọng và chủ động trong việc thực hiện các hoạt động tuyên truyền, qua đó, các hoạt động do các Hội thực hiện có xu hướng tăng theo từng năm.

Trong giai đoạn 2011-2020, các địa phương trên cả nước đã thực hiện nhiều hoạt động tuyên truyền, phổ biến chính sách, pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng với kết quả như sau:

- 8,375 buổi hội thảo và 8,628 buổi hội nghị với sự tham dự của hàng trăm nghìn người tham dự từ cộng đồng doanh nghiệp, đại diện người tiêu dùng, cơ quan báo chí, truyền thông.

- 13,540 buổi tập huấn, đối tượng tập trung chủ yếu là cộng đồng doanh nghiệp, cán bộ cơ quan quản lý nhà nước trong lĩnh vực bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, hội bảo vệ người tiêu dùng v.v…

- 387,219 bản sách báo, tạp chí và tài liệu tuyên truyền khác.

- 643 cuộc mittinh, tuần hành với gần nửa triệu người tham dự.

- 2,300,000 triệu tờ rơi nhằm nâng cao kiến thức về pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng đến các chủ khác nhau theo quy định của Luật.

- 116,045 buổi phát thanh, truyền hình nhằm nâng cao nhận thức của người tiêu dùng, cộng đồng doanh nghiệp đối với các quy định của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.[[12]](#footnote-12)

## VIII. Những thành tựu và kết quả đạt được trong việc xã hội hóa công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Một trong những nguyên tắc xây dựng và đã được thể hiện trong Điều 4 của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là: *“Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là trách nhiệm chung của Nhà nước và toàn xã hội.”.* Thực tế cho thấy, nếu không có sự tham gia của các chủ thể khác, đặc biệt là cộng đồng doanh nghiệp, công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại Việt Nam khó có thể đạt được sự phát triển như ở giai đoạn hiện tại.

Trong giai đoạn 2011-2020, sự tham gia và hỗ trợ của doanh nghiệp, của các tổ chức trong và ngoài nước đã mang lại các hoạt động cụ thể, góp phần đóng góp thành công vào hiệu quả của công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, trong đó, phải kể đến các hoạt động hỗ trợ của doanh nghiệp để tổ chức các hoạt động tuyên truyền, nâng cao nhận thức của người dân; các dự án để nghiên cứu, đánh giá theo các chủ đề, chuyên đề do các cơ quan nhà nước, các Hội Bảo vệ người tiêu dùng thực hiện; các cuộc khảo sát, tìm hiểu và học tập kinh nghiệm; các hoạt động mang tính chất, quy mô vì cộng đồng,…

Bên cạnh việc tham gia hỗ trợ, bản thân các chủ thể khác cũng tham gia trực tiếp vào một số nhiệm vụ bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, cụ thể: các doanh nghiệp trực tiếp thực hiện các hoạt động tuyên truyền, hưởng ứng Ngày Quyền của người tiêu dùng Việt Nam tại các địa điểm kinh doanh của doanh nghiệp, qua đó, tăng cường nhận thức cho lượng lớn khách hàng giao dịch tại cơ sở của doanh nghiệp; doanh nghiệp thực hiện tốt các trách nhiệm theo quy định pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; doanh nghiệp thực hiện các chương trình tri ân: tặng quà, giảm giá, sửa máy, trải nghiệm miễn phí dịch vụ…nhằm tăng cường kiến thức tiêu dùng cho người dân…Bên cạnh sự tham gia của doanh nghiệp, các phương tiện truyền thông cũng góp phần quan trọng trong việc nâng cao nhận thức của người tiêu dùng, góp phần vào quá trình tư vấn, hỗ trợ giải quyết các vấn đề của người tiêu dùng hoặc có rất nhiều báo, đài đã thành lập chuyên mục để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, ví dụ như Đài truyền hình Việt Nam có chuyên mục “Chống buôn lậu, hàng giả - Bảo vệ người tiêu dùng” được phát sóng hàng ngày trên kênh VTV1 và VTV1, Báo Công Thương, Tạp chí Công Thương đã xây dựng nhiều chuyên đề về bảo vệ người tiêu dùng, ; Báo An ninh Hải Phòng có chuyên mục “Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng” trên cơ sở phối hợp với Công an thành phố Hải Phòng và Công ty cổ phần Nhựa Thiếu niên Tiền phong; Báo điện tử VietNamNet có chuyên mục Bảo vệ người tiêu dùng….

Ngoài các hoạt động trên, sự ủng hộ về mặt tài chính của các nguồn lực xã hội cũng góp phần quan trọng trong việc triển khai thực hiện các hoạt động bảo vệ người tiêu dùng, đặc biệt tại các địa phương. Thống kê cho thấy, trong gần 10 năm, từ 2011 đến 2020, Sở Công Thương trên cả nước đã huy động được hơn 2,7 tỷ động vốn xã hội hóa; UBND cấp huyện trên cả nước đã huy động gần 260 triệu đồng và các Hội Bảo vệ người tiêu dùng đã huy động hơn 1 tỷ đồng để thực hiện các hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.[[13]](#footnote-13)

## IX. Những thành tựu và kết quả đạt được trong các hoạt động hợp tác, phối hợp với cơ quan, tổ chức

Bên cạnh các cơ quan giữ vai trò chủ lực trong công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là Bộ Công Thương, Sở Công Thương các tỉnh, thành phố và Ủy ban nhân dân cấp huyện trên cả nước, công tác thực thi Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các văn bản hướng dẫn trong gần 08 năm vừa qua đã có sự phối hợp của nhiều cơ quan, tổ chức khác.

### 1. Xây dựng chính sách, pháp luật

Bộ Công Thương đã chủ động phối hợp với các Bộ, ban, ngành, hiệp hội, tổ chức, chuyên gia và các thành phần liên quan nhằm trao đổi, lấy ý kiến hoàn thiện đối với các văn bản pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Nhờ vậy, quá trình xây dựng văn bản pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng không những đảm bảo đúng tiến độ mà còn đảm bảo về chất lượng nội dung và tuân thủ đúng quy trình xây dựng. Từ đó, một hệ thống pháp luật và chính sách về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng đã được xây dựng và hoàn thiện như nêu tại Mục I.2 của Phần II của Báo cáo, trong đó nổi bật có Chỉ thị 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; các Nghị định thi hành Luật; các quyết định của Thủ tướng Chính phủ về kiểm soát hợp đồng mẫu, điều kiện giao dịch chung, về Ngày Người tiêu dùng Việt Nam, về phê duyệt các đề án; Thông tư liên tịch giữa Bộ Công Thương và Bộ Nội vụ hướng dẫn chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của cơ quan chuyên môn về công thương thuộc ủy ban nhân dân cấp tỉnh, cấp huyện.

### 2. Phối hợp với cơ quan tổ chức có liên quan

Bộ Công Thương đã phối hợp với Bộ Giáo dục và Đào tạo, Bộ Lao động Thương binh và Xã hội xây dựng Đề án giáo dục kiến thức, kỹ năng tiêu dùng và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cho học sinh, sinh viên năm 2017.

Bộ Công Thương và Bộ Tài chính ban hành Quy chế phối hợp số 4330/QCPH/BTC-BCT ngày 31 tháng 3 năm 2017 về việc phối hợp trong việc phê chuẩn sản phẩm, đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung đối với hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung của sản phẩm bảo hiểm nhân thọ.

Phối hợp trong thực hiện công tác thanh, kiểm tra, cụ thể: Sau khi bắt đầu được giao thực hiện trách nhiệm về thanh tra chuyên ngành về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng từ năm 2018, giai đoạn 2018-2019, các hoạt động thanh, kiểm tra do Bộ Công Thương chủ trì đã có sự phối hợp với một số đơn vị thuộc Bộ Y tế[[14]](#footnote-14), Bộ Thông tin và Truyền thông, Tổng cục Tiêu chuẩn Đo lường Chất lượng, Sở Công Thương TP. Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh, cụ thể: các đơn vị phối hợp cử người tham gia đoàn thanh, kiểm tra, chịu trách nhiệm thực hiện một phần nội dung của hoạt động thanh, kiểm tra. Thông qua hoạt động phối hợp, các đoàn thanh, kiểm tra đã tiến hành phát hiện và xử lý vi phạm hành chính đối với 9 doanh nghiệp với số tiền hơn 700 triệu đồng.

## X. Những thành tựu và kết quả đạt được trong các hoạt động hợp tác quốc tế về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

### 1. Tham gia thoả thuận hợp tác quốc tế về bảo vệ người tiêu dùng

Trong lĩnh vực bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Bộ Công Thương và các cơ quan tổ chức có liên quan đã tham gia nhiều thỏa thuận quốc tế song phương và đa phương.

1.1. Ngày 17 tháng 6 năm 2015, tại trụ sở Bộ Công Thương, Cục Quản lý cạnh tranh (nay là CT&BVNTD) và Cơ quan Bảo vệ người tiêu dùng Hàn Quốc đã ký Thỏa thuận hợp tác về công tác bảo vệ người tiêu dùng, theo đó cơ quan bảo vệ người tiêu dùng hai nước sẽ hợp tác với nhau trong các lĩnh vực: chia sẻ kinh nghiệm, trao đổi thông tin, hỗ trợ kỹ thuật, phối hợp điều tra và các hoạt động hợp tác khác về bảo vệ người tiêu dùng.

1.2. Tính đến tháng 10 năm 2020, Việt Nam tham gia 17 Hiệp định thương mại tự do song phương và đa phương (viết tắt là FTA). Trong đó, 09 Hiệp định thương mại song phương và đa phương có điều khoản hoặc chương riêng quy định về cạnh tranh và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Tuy nhiên, quy định về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thường không được quy định trực tiếp trong Hiệp định, mà các nội dung về quyền lợi của người tiêu dùng sẽ được thể hiện gián tiếp thông qua các quy định về chất lượng sản phẩm, minh bạch hóa thông tin về sản phẩm như nguồn gốc xuất xứ, tiêu chuẩn chất lượng, các biện pháp vệ sinh dịch tễ hoặc lồng ghép trong các nội dung về cạnh tranh.

Trong khuôn khổ thực thi các cam kết về cạnh tranh và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong các FTAs, các nước thành viên tuân thủ các quy định mang tính nguyên tắc cơ bản, các quy định về hợp tác và hỗ trợ kỹ thuật nhằm nâng cao khả năng thực thi chính sách và pháp luật cạnh tranh, bảo vệ người tiêu dùng nhằm đảm bảo lợi ích thương mại và đầu tư do các FTA mang lại. Ngoài ra, trên cơ sở các hiệp định ký kết, Việt Nam đã phối hợp với cơ quan bảo vệ người tiêu dùng một số nước liên quan triển khai hoạt động hợp tác về bảo vệ người tiêu dùng. Cụ thể, trong khuôn khổ Hiệp định thương mại tự do giữa ASEAN - Hàn Quốc (AKFTA), liên quan đến công tác bảo vệ người tiêu dùng, Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng, Bộ Công Thương đã phối hợp với Cơ quan bảo vệ người tiêu dùng Hàn Quốc và Ban Thư ký ASEAN tổ chức chuỗi sự kiện về bảo vệ người tiêu dùng khu vực: “Xây dựng Hệ thống giải quyết tranh chấp khu vực về thương mại điện tử và Cơ chế phối hợp liên cơ quan nhằm tăng cường công tác bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử khu vực” và Khóa đào tạo “Nâng cao năng lực điều tra và xử lý tranh chấp thương mại điện tử” tháng 11 năm 2017 tại Tp. Hồ Chí Minh.

### 2. Tham gia tổ chức bảo vệ người tiêu dùng

Trong giai đoạn 2011 – 2020, các cơ quan, tổ chức về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của Việt Nam cũng đã tham gia nhiều tổ chức quốc tế về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng[[15]](#footnote-15). Điều này không chỉ hỗ trợ các cơ quan, tổ chức có liên quan trong việc triển khai các hoạt động thuộc chức năng, nhiệm vụ của mình có còn góp phần khẳng vị thế và tiếng nói của Việt Nam trong khu vực và trên thế giới trong lĩnh vực bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

#### 2.1. Mạng lưới thực thi bảo vệ người tiêu dùng quốc tế (ICPEN)

ICPEN là mạng lưới quốc tế lớn nhất trên thế giới về bảo vệ người tiêu dùng với 60 thành viên là cơ quan bảo vệ người tiêu dùng của các nước trên thế giới như: Anh, Pháp, Hoa Kỳ, Hà Lan, Ca-na-đa, Úc, Mexico... và 03 tổ chức quốc tế làm quan sát viên bao gồm: Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD), Uỷ Ban Châu Âu (EC) và Hội nghị Liên hợp quốc về thương mại và phát triển kinh tế (UNCTAD). Sau 2 năm tham dự ICPEN với vai trò là quan sát viên, năm 2013 Việt Nam chính thức trở thành thành viên thứ 41 của mạng lưới ICPEN. Sau khi trở thành thành viên chính thức, Việt Nam đã chủ động và tích cực tham gia vào các cuộc họp thường niên cũng như các hoạt động do ICPEN khởi xướng, đặc biệt là việc tham gia các Nhóm làm việc cũng như triển khai các các hoạt động rà soát hàng năm tại Việt Nam.

#### 2.2. Ủy ban bảo vệ người tiêu dùng ASEAN (ACCP)

ACCP là một tổ chức được thành lập từ tháng 8 năm 2007 với 10 thành viên là các cơ quan bảo vệ người tiêu dùng từ 10 quốc gia ASEAN (trong đó có Việt Nam). Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng (Bộ Công Thương) của Việt Nam là một trong những thành viên tham gia sớm và có nhiều đóng góp tích cực. Không chỉ nhiều lần tham gia làm Chủ tịch, nước chủ nhà các cuộc gặp thường niên, Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng còn cử người tham gia và chủ trì nhiều Nhóm làm việc cũng như chủ trì nhiều hoạt động quan trọng trong khuôn khổ ACCP.

### 3. Nội dung tham gia hợp tác quốc tế

#### 3.1. Chia sẻ thông tin

Trong giai đoạn 2011-2020, Việt Nam đã sử dụng nhiều phương thức khác nhau để chia sẻ cũng như tiếp nhận thông tin từ cộng đồng quốc tế liên quan đến bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Việt Nam hiện đang thực hiện chia sẻ thông tin thông qua hoạt động cập nhật dữ liệu về sản phẩm khuyết tật trên hệ thống cổng thông tin của ACCP và OECD. Ngoài ra, Việt Nam còn chia sẻ/tiếp nhận thông tin thông qua các hoạt động trao đổi song phương và việc tham gia các Hội nghị/hội thảo/khóa đào tạo trong khu vực và trên thế giới.

#### 3.2. Phối hợp giải quyết tranh chấp người tiêu dùng xuyên biên giới

Cùng với sự phát triển của thương mại điện tử, ngày càng phát sinh nhiều hơn các vụ việc tranh chấp người tiêu dùng xuyên biên giới (cả do người tiêu dùng Việt Nam và người tiêu dùng nước ngoài phản ánh). Để có thể tiếp nhận và giải quyết các khiếu nại này, Bộ Công Thương đã chủ động xây dựng các cơ chế để giải quyết thông qua việc tham gia các thiết chế phối hợp quốc tế (ví dụ cổng tiếp nhận của OECD) hoặc xây dựng các thỏa thuận hợp tác song phương và đa phương (ví dụ: Thỏa thuận song phương về hợp tác với cơ quan bảo vệ người tiêu dùng Hàn Quốc (KCA) trong đó có nội dung hợp tác về giải quyết tranh chấp tiêu dùng xuyên biên giới.

Trên cơ sở các thiết chế này, trong giai đoạn 2011 – 2020, các cơ quan bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam đã tham gia giải quyết nhiều vụ việc tranh chấp tiêu dùng xuyên biên giới[[16]](#footnote-16). Tiêu biểu như các vụ việc:

- Năm 2020: nhiều trường hợp người tiêu dùng là người nước ngoài gặp vấn đề liên quan đến hoàn hủy vé máy bay do ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19, trong đó, đa phần liên quan đến việc chậm nhận được tiền hoàn vé máy bay từ hàng hàng không. Trên cơ sở khiếu nại của người tiêu dùng, Bộ Công Thương đã phối hợp với các hãng hàng không để xử lý, đảm bảo hoàn tiền cho người tiêu dùng.

- Năm 2016, Bộ Công Thương phối hợp với Cơ quan bảo vệ người tiêu dùng Hàn Quốc (KCA) tiếp nhận và giải quyết thành công vụ việc khiếu nại của người tiêu dùng Hàn Quốc liên quan đến tour du lịch của khách du lịch Hàn Quốc tới Đà Nẵng.

- Năm 2015, Bộ Công Thương đã phối hợp với cơ quan bảo vệ người tiêu dùng Singapore (CASE) hỗ trợ, giải quyết thành công vụ việc người tiêu dùng Việt Nam bị “lừa” mua điện thoại Iphone ở Singapore.

- Năm 2013, Bộ Công Thương đã bảo vệ thành công quyền lợi chính đáng của khách du lịch là người nước ngoài khi xảy ra tranh chấp với một đại lý du lịch tại Việt Nam. Thời điểm giải quyết vụ việc, hai khách nước ngoài đã quay về nước sở tại.

#### 3.3. Hỗ trợ kỹ thuật

Trong giai đoạn 2011 – 2020, Việt Nam chủ yếu tiếp nhận các hoạt động hỗ trợ kỹ thuật về hợp tác quốc tế trong bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng từ các cơ quan, tổ chức quốc tế mà chưa thực hiện được nhiều các hoạt động hỗ trợ đối với bên ngoài. Trong phạm vi chức năng, nhiệm vụ, Bộ Công Thương đã hợp tác với các cơ quan bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, các tổ chức chính phủ thuộc các nước Nhật Bản, Hàn Quốc, GIZ để thực hiện các dự án hỗ trợ kỹ thuật nhằm nâng cao năng lực, hiệu quả bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại Việt Nam, ví dụ: Dự án hỗ trợ kỹ thuật với Cơ quan Hợp tác quốc tế Nhật Bản (JICA) và Cơ quan bảo vệ người tiêu dùng Nhật Bản về “Hỗ trợ kỹ thuật nhằm tăng cường năng lực thực thi Luật và chính sách bảo vệ người tiêu dùng tại Việt Nam” từ năm 2014 đến năm 2017; Dự án hỗ trợ kỹ thuật với Cơ quan Hợp tác quốc tế Hàn Quốc (KOICA) và Cơ quan Bảo vệ người tiêu dùng Hàn Quốc về “Tăng cường chính sách bảo vệ người tiêu dùng tại Việt Nam” từ năm 2013 đến 2015…

Ở chiều ngược lại, Bộ Công Thương đã có thực hiện một số hoạt động hỗ trợ (theo dạng trao đổi kinh nghiệm) đối với cơ quan cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng của Lào vào năm 2015.

#### 3.4. Thực hiện các hoạt động nghiên cứu, in ấn tài liệu

Trong giai đoạn 2011 – 2020, với nguồn lực từ các hoạt động hợp tác quốc tế, Bộ Công Thương đã thực hiện hơn 10 nghiên cứu và in ấn hàng chục ấn phẩm để tuyên truyền, phổ biến chính sách, pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Tiêu biểu có thể kể đến Nghiên cứu về tranh chấp tiêu dùng xuyên biên giới (2018, dự án GIZ); “Sổ tay hỏi – đáp pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng“; “Sổ tay dành cho Tư vấn viên bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng” (2016-2017, dự án Jica); Khảo sát về nhận thức của người tiêu dùng (dự án GIZ, 2015)….

## XI. Xu hướng phát triển của chính sách và pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên thế giới, những cam kết đã đạt được của Việt Nam trong vấn đề về chính sách và pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong các hiệp định đã tham gia

### 1. Xu hướng cam kết về chính sách bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong các Hiệp định thương mại tự do song phương và đa phương (FTA)

Trong các Hiệp định thương mại tự do song phương và đa phương, quy định về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thường không được quy định trực tiếp trong Hiệp định, mà các nội dung về quyền lợi của người tiêu dùng sẽ được bảo vệ gián tiếp thông qua các quy định về chất lượng sản phẩm, minh bạch hóa thông tin về sản phẩm như nguồn gốc xuất xứ, tiêu chuẩn chất lượng, các biện pháp vệ sinh dịch tễ, tiêu dùng bền vững… Riêng với Hiệp định Đối tác Toàn diện Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương- CPTPP có đề cập cụ thể về nội dung bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được quy định tại Chương 16.6 về “Bảo vệ người tiêu dùng”.

### 2. Những cam kết đã đạt được của Việt Nam trong vấn đề chính sách và pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong các hiệp định đã tham gia

Việt Nam hiện đã cam kết thực hiện Hiệp định CPTPP, trong đó, có một số nội dung liên quan bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (Chương 16.6 về “Bảo vệ người tiêu dùng”), cụ thể:

*“1.Các bên công nhận tầm quan trọng của chính sách và thực thi bảo vệ người tiêu dùng nhằm tạo ra thị trường hiệu quả và mang tính cạnh tranh và tăng cường phúc lợi người tiêu dùng trong khu vực thương mại tự do.*

*2.Với mục đích của Điều này, các hoạt động thương mại mang tính gian lận và lừa đảo là các hành động thương mại gian lận và lừa đảo gây thiệt hại thực tế cho người tiêu dùng hoặc dẫn đến một nguy cơ gây thiệt hại sắp xảy ra nếu như không được ngăn chặn, chẳng hạn như:(a) hành vi diễn tả sai thực tế vật chất, bao gồm diễn tả có hàm ý gây nhầm lẫn so với thực tế, gây thiệt hại đáng kể đến lợi ích kinh tế của người tiêu dùng bị nhầm lẫn;(b) hành vi không cung cấp sản phẩm hoặc cung cấp dịch vụ cho người tiêu dùng sau khi người tiêu dùng đã trả tiền; hoặc (c) hành phi tính phí hoặc ghi nợ tài chính, điện thoại hoặc tài khoản khác của người tiêu dùng mà không được phép.*

*3.Mỗi Bên phải thông qua hoặc duy trì pháp luật bảo vệ người tiêu dùng hoặc các luật hay các quy định khác để cấm các hoạt động thương mại gian lận và lừa đảo.*

*…..*

*5.Theo đó, các Bên phải tăng cường hợp tác và phối hợp một cách thích hợp về các vấn đề cùng quan tâm liên quan đến hoạt động thương mại gian lận và lừa đảo, bao gồm việc thực thi luật bảo vệ người tiêu dùng.*

*6. Các Bên phải nỗ lực hợp tác và phối hợp trong các vấn đề đặt ra tại Điều này thông qua các cơ quan và cán bộ liên quan chịu trách nhiệm về chính sách, pháp luật hoặc thực thi pháp luật bảo vệ người tiêu dùng được mỗi bên xác định và phù hợp với luật pháp, quy định và lợi ích quan trọng của quốc gia mình trong khuôn khổ nguồn lực sẵn có.”*

### 3. Vấn đề hoàn thiện khung chính sách pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế

#### 3.1. Xu hướng hội nhập kinh tế quốc tế và ảnh hưởng tới bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Trong những năm gần đây, thế giới đang chứng kiến xu hướng hội nhập kinh tế sâu, rộng, bao trùm phần lớn các nền kinh tế. Trong xu hướng khu vực hoá, toàn cầu hoá, giao dịch xuyên biên giới ngày càng có xu hướng gia tăng và phát triển mạnh mẽ, nhiều sản phẩm đã không chỉ giới hạn trong phạm vi một nước mà đã thành sản phẩm quốc tế, được phân phối và sử dụng rộng rãi trên phạm vi toàn thế giới, dẫn đến khi phát sinh vấn đề sẽ ảnh hưởng đến nhiều thị trường. Việc bùng nổ của phương thức giao dịch thương mại điện tử đã xoá nhòa khoảng cách địa lý giữa người mua và người bán. Thêm vào đó, việc xuất hiện ngày càng nhiều công cụ hỗ trợ giao dịch điện tử như kết nối mạng, thiết bị di động cầm tay khiến người tiêu dùng có nhiều cơ hội lựa chọn hàng hóa ở thị trường các quốc gia khác nhau hay nói cách khác người tiêu dùng ngày càng trở lên “quốc tế” hơn. Điều này dẫn tới nguy cơ phát sinh các vấn đề liên quan đến người tiêu dùng ở các giao dịch quốc tế, từ đó, cần có sự hành động của các cơ quan bảo vệ người tiêu dùng

#### 3.2. Vấn đề hoàn thiện khung pháp luật trong xu hướng hội nhập kinh tế quốc tế

Sự thay đổi của xu hướng phát triển kinh tế, sự xuất hiện của các mô hình kinh doanh và tiêu dùng mới đang tác động trực tiếp tới việc hoàn thiện khung pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Quá trình hoàn thiện này cần lưu ý một số nội dung như sau: Có tính tới cách thức, vai trò của chủ thể và bản chất hoạt động trong các mô hình kinh doanh mới; Trao đổi, chia sẻ thông tin và hướng tới việc hoàn thiện khung pháp luật bảo vệ người tiêu dùng chung cho một khu vực hoặc một phạm vi tổ chức hợp tác; Xây dựng và thực nghiệm cơ chế trao đổi thông tin và phối hợp giữa các cơ quan, tổ chức trong và ngoài nước để xử lý các vấn đề tranh chấp xuyên biên giới; và Xây dựng và tuân thủ đúng các nguyên tắc xây dựng và hoàn thiện văn bản pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

# PHẦN III. NHỮNG HẠN CHẾ VÀ BẤT CẬP

## I. Những hạn chế và bất cập trong các quy định pháp luật

Có thể nói, sau gần 10 năm thi hành, đã xuất hiện nhiều vấn để bất cập trong chính các quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các văn bản hướng dẫn. Sự bất cập này có thể đến từ việc sự phát triển kinh tế xã hội của khu vực và thế giới cũng như sự xuất hiện của nhiều phương thức kinh doanh, tiêu dùng mới mà thời điểm xây dựng Luật chưa xuất hiện. Sự bất cập này còn xuất hiệu do sự thay đổi của chính sách, pháp luật trong các lĩnh vực khác có sự thay đổi dẫn đến sự không phù hợp, sự “vênh” giữa các văn bản pháp luật hiện hành.

Một số hạn chế bất cập nổi bật trong các quy định có thể chỉ ra là:

- Toàn bộ các quy định hiện nay chỉ phù hợp với các giao dịch, kinh doanh – tiêu dùng có tính “truyền thống” mà chưa tính đến một số phương thức mới, hiện đại, đặc biệt là sự phát triển của thương mại điện tử và cách mạng khoa học công nghệ 4.0.

- Chưa “định vị” được vị trí của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong quan hệ với các Luật chuyên ngành cũng như quy định rõ được về trách nhiệm của các cơ quan tổ chức khác trong việc phối hợp thực hiện các quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

- Nhiều hành vi xâm phạm quyền lợi người tiêu dùng mới xuất hiện nhưng chưa được bổ sung vào phần các hành vi cấm hoặc nghĩa vụ của các chủ thể có liên quan.

- Một số nội dung về bảo vệ thông tin và cung cấp thông tin cho người tiêu dùng hiện tại đã không còn phù hợp do sự xuất hiện của các chủ thể mới hoặc dạng hành vi mới.

- Cơ chế kiểm soát hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, điều kiện giao dịch chung chưa được quy định đầy đủ, cụ thể (ví dụ: quy định về phân cấp thẩm quyền kiểm soát giữa cấp Trung ương và địa phương; tiêu chí xác định “hàng hóa, dịch vụ thiết yếu"; phạm vi kiểm soát hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, điều kiện giao dịch chung; trách nhiệm của DN sau khi được cơ quan NN chấp nhận đăng ký/ đăng ký lại; bảo vệ người tiêu dùng trong các giao dịch đặc thù…).

- Các quy định liên quan đến cung cấp bằng chứng giao dịch, bảo hành, thu hồi hàng hóa khuyết tật được thiết kế lỏng lẻo và sơ sài khiến các chủ thể liên quan gặp khó trong việc thực hiện Ví dụ: quy định các tổ chức, cá nhân kinh doanh chỉ phải báo cáo kết quả sau khi thực hiện xong việc thu hồi sản phẩm khuyết tật khiến việc giám sát quá trình này gặp khó khăn.

- Các phương thức giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và các tổ chức, cá nhân kinh doanh chưa được quy định phù hợp và đầy đủ (ví dụ: không thương lượng với vụ việc khiếu nại nhiều người, áp dụng thủ tục của trọng tài thương mại để giải quyết tranh chấp tiêu dùng hay sự chưa phù hợp giữa Luật Bảo vệ người tiêu dùng và Luật Tố tụng dân sự trong việc áp dụng thủ tục đơn giản/rút gọn…) khiến cho nhiều khiếu nại không được giải quyết.

- Cơ chế tiếp nhận và giải quyết yêu cầu tại cơ quan nhà nước hiện tại được thiết kế “lửng lơ” (chỉ quy định rõ về ủy ban nhân dân cấp huyện) khiến thực tế không thể xác định được sự tham gia của các cơ quan nhà nước khác trong hoạt động này.

## II. Những hạn chế, bất cập liên quan đến chủ thể thực thi

### 1. Cơ quan nhà nước

#### 1.1. Nguồn lực và kinh phí hoạt động hạn chế

Thực tế cho thấy, ngân sách hàng năm dành cho hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại Trung ương và địa phương là rất ít, không tương xứng với khối lượng công việc mà các cơ quan tổ chức thực thi.

Ví dụ, tại Bộ Công Thương, ngân sách trung bình năm cho các hạng mục đảm bảo tổ chức thực thi công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng chưa vượt mức 1 tỷ/1 năm. Tại các địa phương, ngoại trừ rất ít các tỉnh, thành phố lớn có bố trí ngân sách hàng năm ở mức vài trăm triệu đồng, phần lớn các tỉnh, thành còn lại chỉ bố trí được vài chục triệu đến 100 triệu đồng.

Về nguồn lực, hiện tại, các cơ quan đang trong tình trạng một người phải thực hiện nhiều nhiệm vụ.

Ví dụ, Cục CT&BVNTD có 12 cán bộ chuyên trách thực hiện công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, trong đó, 6 cán bộ thực hiện kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung, 6 cán bộ thực hiện các nhiệm vụ khác, bao gồm: xây dựng văn bản pháp luật, thực hiện các đề tài, đề án, tổ chức các hoạt động tuyên truyền, tiếp nhận và giải quyết khiếu nại của người tiêu dùng; tiến hành thanh, kiểm tra và các hoạt động liên quan khác. Với số lượng nhân sự như vậy, có thể thấy khối lượng công việc được xử lý tai Cục CT&BVNTD hàng năm là rất lớn, ví dụ, trong năm 2019, Cục CT&BVNTD đã tiếp nhận và xử lý 611 đơn khiếu nại của người tiêu dùng; trả lời, tư vấn 5.186 cuộc gọi tới Tổng đài của Cục; tham gia xây dựng Chỉ thị của Ban Bí thư về công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thời kỳ mới; thực hiện Đề án Chương trình doanh nghiệp vì người tiêu dùng, thực hiện 9 đợt làm việc tại các địa phương, chủ trì 11 hoạt động thanh, kiểm tra…

Tại Sở Công Thương, 100% không có cán bộ chuyên trách công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, tất cả đều thực hiện kiêm nhiệm, đặc biệt trong bối cảnh các Phòng, ban tại các Sở tiếp tục sáp nhập để giảm biên chế.

#### 1.2. Mô hình hoạt động chưa hoàn thiện và thống nhất

Kinh nghiệm quốc tế cho thấy, để triển khai thành công công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cần xây dựng được một hệ thống cơ quan, tổ chức về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng giữ vai trò cốt lõi, trung tâm, đồng thời có cơ chế huy động được sự tham gia tích cực của các các cơ quan, tổ chức khác và toàn thể xã hội.

Hiện tại, ở cấp Trung ương, nhiệm vụ chủ yếu về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được giao cho 02 đơn vị cấp Phòng của Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng thuộc Bộ Công Thương. Mô hình này là quá khiêm tốn so với yêu cầu từ thực tế Việt Nam cũng như kinh nghiệm quốc tế (một cơ quan ngang Bộ ở Úc, một cơ quan thuộc Văn phòng Chính phủ ở Thái Lan, một Cục thuộc Ủy ban thương mại lành mạnh Hoa Kỳ…).

Ở cấp địa phương, hiện tại, chưa có sự thống nhất về việc giao nhiệm vụ bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cho các Phòng tại các Sở Công Thương. Cụ thể, đa số (50/63) các Sở Công Thương giao chức năng bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cho Phòng Quản lý thương mại. Một số khác (13/63) giao cho các Phòng ban khác như Phòng Xuất nhập khẩu, Phòng Kế hoạch Tài chính, Thanh tra Sở. Việc không thống nhất trong mô hình tổ chức hoạt động thực tế có thể gây ra sự gián đoạn, không xuyên suốt trong quá trình phối hợp làm việc giữa trung ương với địa phương hoặc giữa các địa phương với nhau.

### 2. Hội bảo vệ người tiêu dùng

Về mạng lưới, vẫn còn 7/63 tỉnh, thành phố chưa thành lập Hội; nhiều địa phương có Hội nhưng chỉ ở cấp tỉnh, chưa có ở cấp huyện và cơ sở. 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.

Về địa vị pháp lý, đa số các Hội hiện nay mang tên là Hội Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng với tên gọi, tôn chỉ, mục đích được khẳng định rõ trong điều lệ là Tổ chức xã hội của người tiêu dùng. Tuy nhiên, thực tế vẫn có một số Hội lấy tên là Hội Tiêu chuẩn và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng hoặc Hội Đo lường, tiêu chuẩn và bảo vệ người tiêu dùng. Với tên gọi như vậy, các Hội này được hiểu là tổ chức xã hội – nghề nghiệp, không phải là tổ chức xã hội, do vậy, không được vận dụng các quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Về nhân lực của các Hội, hội viên tuy đông, nhưng cán bộ trực tiếp hoạt động lại thiếu, phần lớn các Hội chỉ có từ 2-3 cán bộ thường trực làm việc.

Về cơ sở vật chất, hầu hết các tỉnh, thành phố đều không có trụ sở, phải thuê, mượn; thiết bị, phương tiện làm việc sơ sài, thiếu thốn. Ngay Hội Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam hiện nay chưa có trụ sở, phải mượn tạm một phòng của đơn vị khác để làm việc.

Về kinh phí, phần lớn các Hội 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 cũng đã hướng dẫn. Tuy nhiên đến nay trừ 16 Hội địa phương được giao nhiệm vụ và hỗ trợ kinh phí; trong đó có 7 Hội được công nhận hội đặc thù, còn lại chưa được thực hiện. 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. Thậm chí, trong thời gian gần đây, một số Hội địa phương đã phải tạm dừng hoạt động của Hội do thiếu hụt các nguồn lực cần thiết để duy trì hoạt động.

Trong khi đó, thực tiễn cho thấy, trong một số vụ việc tranh chấp, mặc dù doanh nghiệp chấp nhận bồi thường một khoản tiền lớn, tuy nhiên, do không đủ cơ sở để xác định chính xác người tiêu dùng được hưởng bồi thường nên việc giải ngân khoản tiền của doanh nghiệp không được thực hiện.

### 3. Người tiêu dùng

#### 3.1. Nhận thức của người tiêu dùng còn hạn chế

Thực tế cho thấy, trong giai đoạn vừa qua, các cơ quan, tổ chức đã áp dụng quan điểm coi người tiêu dùng là thế yếu trong mối quan hệ với doanh nghiệp để thực thi pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Với quan điểm này, người tiêu dùng sẽ ở trạng thái bị động, đợi để được các cơ quan, tổ chức bảo vệ. Trong khi đó, thực tế cho thấy, nếu chỉ đợi sự vào cuộc của các cơ quan chức năng thì không thể xử lý được khối lượng công việc liên quan đến người tiêu dùng. Bên cạnh đó, hiện có một số vụ việc, người tiêu dùng đưa ra các yêu cầu không có cơ sở pháp lý, không phù hợp với tính chất vụ việc, dẫn tới quá trình giải quyết vụ việc kéo dài, không đạt được kết quả.

Vì vậy, cần có các giải pháp nhằm nâng cao nhận thức của người tiêu dùng, trang bị cho người tiêu dùng kiến thức pháp luật cần thiết, đồng thời, khuyến khích, động viên người tiêu dùng chủ động trong việc thực hiện các hành động để tự bảo vệ quyền lợi của mình và của người thân.

#### 3.2. Một số người tiêu dùng lợi dụng các quy định pháp luật để cản trở, gây khó khăn cho hoạt động của cơ quan, doanh nghiệp

Thực tế giải quyết các vụ việc khiếu nại cho thấy, một số ít người tiêu dùng có biểu hiện lợi dụng các quy định pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng để đưa ra các yêu cầu, đòi hỏi không có cơ sở, có dấu hiệu quấy rối, gây cản trở, ảnh hưởng đến hoạt động của cơ quan nhà nước, của doanh nghiệp, ví dụ: yêu cầu giải quyết khiếu nại nhưng không phối hợp cung cấp bằng chứng, thông tin, tài liệu để làm cơ sở xác minh vụ việc; liên tục gửi đơn, thư khiếu nại tới các cấp, báo, chí, nhiều cơ quan để khiếu nại cùng nội dung vụ việc; sử dụng lời lẽ, có hành vi không tôn trọng cán bộ giải quyết vụ việc hoặc buộc doanh nghiệp phải thực hiện các yêu cầu bồi thường mà không có cơ sở hợp lý... Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng có quy định cấm người tiêu dùng (và cả tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ) lợi dụng việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng để xâm phạm lợi ích của Nhà nước, quyền, lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân khác, tuy nhiên, hiện chưa có quy định xử lý vi phạm đối với các hành vi nêu trên.

#### 3.3. Áp dụng công nghệ thông tin

Trong thời gian gần đây, sự xuất hiện của thế hệ người tiêu dùng trẻ sử dụng các phương thức giao dịch trên môi trường có kết nối Internet ngày càng tăng. Điều đó dẫn tới, các phương thực liên hệ giữa người tiêu dùng và cơ quan nhà nước cũng cần đáp ứng các đặc tính của kết nối Internet, ví dụ: thuận tiện, kết nối theo thời gian thực và tốc độ xử lý nhanh.

Cùng với đó, trước yêu cầu tham khảo thông tin của người tiêu dùng ngày một lớn, các cơ quan nhà nước, tổ chức liên quan cũng cần có các hình thức cung cấp thông tin phù hợp, chủ động và thuận tiện cho người tiêu dùng.

### 4. Doanh nghiệp

Giai đoạn 2011 – 2020, với việc ban hành và thực thi Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, có thể nói nhận thức và ý thức của doanh nghiệp trên thị trường Việt Nam đã bước đầu thay đổi, thâm chí có một số doanh nghiệp đã thực thi rất hiệu quả các quy định, “thổi” được tinh thần vì người tiêu dùng vào chính sách kinh doanh của mình. Tuy nhiên, bên cạnh đó, vẫn còn một số doanh nghiệp chưa thực hiện tốt các quy định của Luật, có các hành vi vi phạm quyền lợi người tiêu dùng, trong đó nổi bật là các nhóm hành vi:

#### 4.1. Hành vi vi phạm về bảo vệ thông tin người tiêu dùng

Một số doanh nghiệp không thực hiện thông báo rõ ràng, công khai với người tiêu dùng về mục đích trước khi thực hiện hoạt động thu thập, sử dụng thông tin của người tiêu dùng. Một số doanh nghiệp có thông báo nhưng nội dung thông báo không đầy đủ theo quy định. Đặc biệt, trong thời gian gần đây, có sự xuất hiện của một số đơn vị thực hiện chức năng tư vấn, hỗ trợ tài chính trực tuyến (hoạt động trên môi trường Internet), có thu thập khối lượng lớn thông tin cá nhân của người tiêu dùng nhưng phần lớn đều thực hiện chưa đúng trách nhiệm bảo vệ thông tin của người tiêu dùng. Một số doanh nghiệp lớn, hoạt động trong lĩnh vực siêu thị, điện máy cũng có sai phạm trong thực hiện trách nhiệm bảo vệ thông tin của người tiêu dùng.

#### 4.2. Hành vi vi phạm về cung cấp thông tin về hàng hóa, dịch vụ cho người tiêu dùng

Hành vi vi phạm thường thấy trong nội dung này là che giấu thông tin hoặc cung cấp thông tin không đầy đủ, sai lệch, không chính xác cho người tiêu dùng theo quy định., ví dụ: doanh nghiệp cung cấp thông tin gây hiểu nhầm về hàng hóa, dịch vụ, về chính sách đổi trả sản phẩm, về uy tín, khả năng kinh doanh, khả năng cung cấp hàng hóa, dịch vụ của doanh nghiệp...

Đối với trách nhiệm của các bên thứ ba, có thể thấy rõ các vụ việc quảng cáo, cung cấp thông tin thổi phồng chức năng, gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng về hàng hóa, chương trình khuyến mại của các sản phẩm bày bán trên các đài truyền hình, các sàn thương mại điện tử đang có nhiều dấu hiệu vi phạm về trách nhiệm của bên thứ ba trong cung cấp thông tin cho người tiêu dùng.

#### 4.3. Hành vi vi phạm về đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung

Số liệu thống kê cho thấy, nếu tính gộp số hồ sơ nộp tại các Sở Công Thương và tại Cục CT&BVNTD trong giai đoạn 2012-2020 mới chỉ đạt hơn 4.000 hồ sơ. Con số này có thể thấy là rất nhỏ so với số lượng các hàng hóa, dịch vụ thuộc danh mục phải đăng ký theo quy định. Điều đó cho thấy, thực tế có rất nhiều doanh nghiệp, đặc biệt trong lĩnh vực mua bán căn hộ chung cư chưa thực hiện trách nhiệm đăng ký theo quy định.

#### 4.4. Hành vi vi phạm về thực hiện hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung

Hành vi vi phạm thường thấy là doanh nghiệp có niêm yết điều kiện giao dịch chung tại điểm giao dịch, tuy nhiên, các điều kiện giao dịch chung không xác định rõ thời điểm áp dụng hoặc không được niêm yết ở nơi thuận lợi tại địa điểm giao dịch để người tiêu dùng có thể nhìn thấy, ví dụ: doanh nghiệp có bảng thông báo về quy định đổi trả nhưng đặt bảng ở trong nhà kho có khóa kín.

#### 4.5. Hành vi vi phạm về giao kết hợp đồng, điều kiện giao dịch chung với người tiêu dùng có điều khoản không có hiệu lực

Nội dung của các hợp đồng, điều kiện giao dịch chung của doanh nghiệp phần lớn đều tồn tại một số điều khoản không có hiệu lực, trong đó, tập trung vào nội dung: loại trừ trách nhiệm của doanh nghiệp đối với người tiêu dùng; và hạn chế, loại trừ quyền khiếu nại, khởi kiện của người tiêu dùng.

#### 4.6. Hành vi vi phạm khác

Trong quá trình thanh, kiểm tra, các cơ quan quản lý cũng ghi nhận một số các vi phạm khác của doanh nghiệp liên quan đến các hành vi, cụ thể: về trách nhiệm bảo hành hàng hóa (không thực hiện đúng thời hạn bảo hành, không đổi mới sản phẩm cho người tiêu dùng theo quy định); không cung cấp hợp đồng/hóa đơn cho người tiêu dùng sau khi ký kết; có hành vi quấy rối người tiêu dùng (đặc biệt trong các giao dịch gọi điện thu/nhắc nợ của các đơn vị cho vay tiêu dùng)...

## III. Những hạn chế, bất cập trong quá trình thực thi

### Công tác tuyên truyền, phổ biến

Chưa ban hành được Bộ tài liệu thống nhất về thực thi công tác phổ biến, giáo dục pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; chính quyền các cấp chưa đề ra được các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả công tác phổ biến pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng mang tính chuyên biệt, thường xuyên mà chủ yếu lồng ghép trong văn bản liên quan. Việc xây dựng, ban hành kế hoạch phổ biến, giáo dục pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng còn mang tính nhỏ lẻ, chưa xuyên suốt, vẫn còn thiên về phong trào, khẩu hiệu, thiếu tính thực tiễn do thiếu nguồn lực ổn định thực thi công tác, nhất là tại các địa phương chưa tự cân đối được ngân sách, hạn chế về nguồn lực. Tình trạng trùng lắp mục tiêu, nhiệm vụ vẫn còn; chính sách xã hội hóa phổ biến pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng chưa được chú trọng và triển khai rộng rãi; chưa thu hút được nhiều nguồn lực hỗ trợ, tài trợ.

Nội dung phổ biến pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng còn dàn trải, thiếu trọng tâm, trọng điểm, chưa sát với nhu cầu; mới chú trọng tới các quy định pháp luật đơn thuần mà chưa phát triển thành các nội dung gắn liền với thực tế, ví dụ sinh động hay vụ việc cụ thể có thể giúp các đối tượng được tuyên truyền hiểu rõ hơn, dễ dàng hơn nội dung tuyên truyền.

Đối tượng phổ biến mới chỉ tập trung ở các tỉnh, thành phố lớn, vào nhóm công chức, viên chức, cán bộ thực hiện công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại cấp tỉnh, chưa lan tỏa tới các vùng sâu, vùng xa, chưa tiếp cận trực tiếp tới người tiêu dùng.

Cách thức triển khai công tác phổ biến pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng chậm được đổi mới, thiếu linh hoạt, ít sáng tạo; chưa khắc phục được tính hình thức trong hoạt động tuyên truyền; hiệu quả chưa cao nên chưa tạo được sự chuyển biến rõ rệt trong ý thức tôn trọng, chấp hành pháp luật, chưa gắn kết chặt chẽ giữa xây dựng với thi hành và bảo vệ pháp luật; việc ứng dụng công nghệ thông tin trong công tác phổ biến pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng vẫn còn ở mức khiêm tốn. Việc phối hợp trong công tác phổ biến pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng giữa các Bộ, ngành có liên quan còn chưa được triển khai chặt chẽ, hiệu quả chưa cao.

Tình hình vi phạm pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng vẫn còn theo xu hướng diễn biến phức tạp, có biểu hiện gia tăng; nhiều doanh nghiệp cũng như người tiêu dùng (nhất là người tiêu dùng ở các tỉnh/thành phố, địa phương) có nhận thức pháp luật còn hạn chế và chưa nghiêm chỉnh thực thi, chấp hành pháp luật.

Chất lượng nguồn nhân lực thực hiện phổ biến pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng còn hạn chế với tuổi đời còn trẻ, số năm kinh nghiệm công tác còn ít, nhất là đội ngũ tuyên truyền viên pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại một số địa phương hoặc cấp huyện, vùng sâu vùng xa, vùng dân tộc thiểu số (yếu về nghiệp vụ nên khó thu hút, thuyết phục người nghe).

Nguồn lực bảo đảm cho công tác phổ biến pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cũng là một vấn đề lớn, hạn chế, ảnh hưởng đến chất lượng và hiệu quả của công tác tuyên truyền pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Trên thực tế, mặc dù một trong những nhiệm vụ quan trọng của tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là thực hiện tuyên truyền, phổ biến pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, phổ biến kiến thức tiêu dùng, tuy nhiên các tổ chức xã hội lại không được bố trí kinh phí, nhiều địa phương không có cơ chế hỗ trợ cụ thể để thực hiện công tác này.

### 2. Tiếp nhận và giải quyết yêu cầu, khiếu nại của người tiêu dùng

Công tác giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức cá nhân kinh doanh chưa hiệu quả, chưa phản ánh và chưa đáp ứng được một phần lớn thực tế của xã hội.

Theo số liệu thống kê Bộ Công Thương, số vụ việc khiếu nại của người tiêu dùng hàng năm được giải quyết chỉ từ 1000-1500 vụ việc là quá nhỏ so với thực tế. Nguyên nhân là do:

- Thứ nhất, cộng đồng doanh nghiệp chưa quan tâm tới công tác bảo vệ người tiêu dùng. Điều này dẫn tới nhiều khiếu nại và thông tin từ khách hàng phản ánh tới doanh nghiệp không được giải quyết thỏa đáng.

- Thứ hai, người tiêu dùng Việt Nam vẫn còn tâm lý e ngại khiếu nại khi quyền lợi của mình bị xâm phạm.

- Thứ ba, một số địa phương chưa xây dựng một kênh tiếp nhận thông tin, khiếu nại, yêu cầu giải quyết tranh chấp của người tiêu dùng theo đúng quy định của pháp luật.

- Thứ tư, các quy định về giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức cá nhân kinh doanh chưa hoàn thiện.

Khi phát sinh tranh chấp, một số doanh nghiệp không có thiện chí trong việc phối hợp, hỗ trợ người tiêu dùng, ví dụ: không cung cấp thông tin hoặc gây khó khăn trong việc hỗ trợ người tiêu dùng gửi khiếu nại tới doanh nghiệp; không công khai quy trình tiếp nhận và giải quyết khiếu nại tại doanh nghiệp...

Trong các phương thức giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và cá nhân, tổ chức kinh doanh được quy định tại Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thì hòa giải là phương thức được sử dụng phổ biến nhất, chiếm 80% các vụ việc khiếu nại của người tiêu dùng. Tuy nhiên, kết quả hòa giải nhiều khi không được các bên nghiêm túc thực thi do giá trị pháp lý của biên bản hòa giải thành là không cao. Đặc biệt, Luật có điều khoản quy định về giải quyết yêu cầu của người tiêu dùng tại cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ người tiêu dùng tại cấp huyện, tuy nhiên, thực tế công tác này chưa được triển khai tại cấp huyện, nhiều cán bộ cấp huyện chưa được quán triệt về trách nhiệm của mình, dẫn đến số vụ việc được giải quyết không nhiều.

Cũng theo quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, các cơ quan quản lý nhà nước và tổ chức xã hội tham gia bảo vệ người tiêu dùng phải thành lập các tổ chức hòa giải trực thuộc để hỗ trợ quá trình hòa giải giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng. Tuy nhiên, thực tế hiện tại, các tổ chức này vẫn chưa được thành lập, dẫn đến việc làm giảm giá trị pháp lý của các hoạt động hòa giải tại các đơn vị có liên quan.

Phương thức Trọng tài và Tòa án không được nhiều người tiêu dùng lựa chọn do thủ tục phức tạp, thời gian giải quyết vụ việc lâu, chi phí cao trong khi giá trị các vụ việc vi phạm quyền lợi người tiêu dùng là thấp. Điều 41 của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng quy định về áp dụng thủ tục đơn giản để giải quyết vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Tuy nhiên, trên thực tế các quy định về trình tự tố tụng tại Tòa chưa đầy đủ để có thể thực hiện theo thủ tục này.

### 3. Thu hồi sản phẩm có khuyết tật

Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng mới chỉ quy định về trách nhiệm báo cáo của doanh nghiệp khi kết thúc chương trình thu hồi, chưa có cơ chế, quy định để doanh nghiệp báo cáo/xin phép về việc thực hiện chương trình tới cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Mặc dù trong một số lĩnh vực chuyên ngành như y tế, giao thông vận tải có quy định bắt buộc các doanh nghiệp phải thông báo/báo cáo xin ý kiến với cơ quan quản lý chuyên ngành khi bắt đầu và sau khi kết thúc thực hiện thu hồi, tuy nhiên, do cơ chế phối hợp giữa các cơ quan nhà nước chưa phát huy hiệu quả nên thường xuyên xảy ra tình trạng cơ quan bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng không nắm bắt kịp các chương trình thu hồi. Điều này dẫn tới việc thông tin rộng rãi cho người tiêu dùng bị hạn chế, đòng thời, gây khó khăn cho cơ quan bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong việc theo dõi và giám sát thực hiện chương trình.

### 4. Kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung[[17]](#footnote-17)

#### 4.1. Về kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung

*Thứ nhất*, số lượng hồ sơ đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung chênh lệch quá lớn giữa Trung ương và tại các địa phương.

*Thứ hai*, sự phối hợp giữa Bộ Công Thương và các Sở Công Thương đôi lúc chưa được thống nhất và đồng bộ liên quan đến nội dung, quy trình tiếp nhận và xử lý hồ sơ và đăng tải các hợp đồng được chấp nhận.

#### 4.2. Về công tác hậu kiểm

Thứ nhất, tình trạng các hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung có các nội dung vi phạm quyền lợi người tiêu dùng là khá phổ biến. Điều này được phản ánh trực tiếp từ kết quả xử lý hồ sơ đăng ký tại cơ quan có thẩm quyền (hầu hết hồ sơ đăng ký lần đầu đều phát hiện nhiều nội dung chưa tuân thủ quy định pháp luật.

Thứ hai, lực lượng bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng quá mỏng để có thể tích cực hay thường xuyên triển khai việc kiểm tra các hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung đang được sử dụng trên thực tế. Bên cạnh đó, người tiêu dùng Việt Nam còn nặng tâm lý ngại lên tiếng, khoan dung với sai phạm và họ cũng chưa có niềm tin cũng như động lực để lên tiếng. Do đó, cơ quan quản lý nhà nước chưa có nhiều thông tin phản ánh sai phạm.

Thứ ba, chế tài xử lý vi phạm hành chính trong lĩnh vực này chưa tương xứng với mức độ vi phạm, chưa đủ sức răn đe. Thủ tục tuyên vô hiệu hay giải quyết tranh chấp tại Tòa án vẫn còn nhiều bất cập như thời gian kéo dài, thủ tục phức tạp, thậm chí nhiều nơi Tòa án còn chưa căn cứ vào Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong việc giải quyết tranh chấp…

#### 4.3. Về xung đột văn bản pháp luật

Bộ Luật Dân sự 2015 (có hiệu lực vào 01 tháng 7 năm 2017) đã loại bỏ quy định nguyên tắc chung về giao kết hợp đồng tại Điều 389 của Luật Dân sự 2005. Bộ Luật Dân sự mới quy định về hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung như sau:

- Trường hợp hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung có điều khoản miễn trách nhiệm của bên đưa ra hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung, tăng trách nhiệm hoặc loại bỏ quyền lợi chính đáng của bên kia thì điều khoản này không có hiệu lực, trừ trường hợp có thỏa thuận khác (khoản 3 các Điều 405 và 406);

- Điều kiện giao dịch chung phải bảo đảm sự bình đẳng giữa các bên (khoản 3 Điều 406) (không đặt ra quy định tương tự hay những nguyên tắc khác đối với hợp đồng theo mẫu.

Hai điều khoản này lại không được Bộ Luật Dân sự 2015 quy định là nguyên tắc chung về giao kết hợp đồng. Theo đó, từ ngày 01 tháng 7 năm 2017, đây không còn là một trong những phạm vi xem xét hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung nữa. Sự thiếu vắng quy định nguyên tắc chung về giao kết hợp đồng sẽ làm giảm đi một căn cứ pháp lý hữu hiệu cho các cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong quá trình xem xét, đánh giá hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung.

#### 4.4. Về chế tài xử lý trong trường hợp vi phạm

Các chế tài xử lý vi phạm hành chính hiện nay chưa đủ tính răn đe và chưa đủ sức bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, thể hiện ở hai góc độ:

- Thứ nhất, mức phạt tiền thấp. Ngay cả đối với những loại hành vi vi phạm nghiêm trọng nhất như (i) không đăng ký/ không đăng ký lại và (ii) giao kết hợp đồng, điều kiện giao dịch chung với người tiêu dùng có điều khoản không có hiệu lực thì mức phạt tiền tối đa tương ứng cũng chỉ dừng ở mức 100 triệu và 60 triệu và gấp đôi nếu hành vi vi phạm trên địa bàn từ 02 tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương trở lên. Mức phạt này không thể so sánh với lợi nhuận mà các tổ chức, cá nhân kinh doanh thu về từ việc chủ động ký kết hợp đồng bất chấp các quy định pháp luật về thủ tục đăng ký cũng như nội dung hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung đặc biệt là với một số lượng lớn người tiêu dùng.

- Thứ hai, thiếu hình thức xử phạt bổ sung hoặc biện pháp khắc phục hậu quả có ý nghĩa thiết thực đối với việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, điều quan trọng nhất là khắc phục được hành vi vi phạm pháp luật của tổ chức, cá nhân kinh doanh trước khi gây hậu quả trên thực tế cho người tiêu dùng. Ví dụ đối với giao kết hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung với người tiêu dùng có điều khoản không có hiệu lực, điều quan trọng là cần yêu cầu tổ chức, cá nhân kinh doanh loại bỏ điều khoản không có hiệu lực đó; đối với hành vi không đăng ký/ không đăng ký lại, cần yêu cầu tổ chức, cá nhân kinh doanh đăng ký và ký kết lại với người tiêu dùng nếu hợp đồng đã ký chưa phù hợp quy định pháp luật…

### 5. Sự phối hợp của các Bộ ngành và cơ quan, tổ chức khác

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 (ví dụ, cơ chế phối hợp giữa Sở Công Thương và Hội Bảo vệ người tiêu dùng tại một số địa phương). Chưa có sự chỉ đạo đồng bộ để hình thành các mỗi 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 còn hạn chế.

## IV. Một số vấn đề đã phát sinh trong thực tiễn nhưng chưa được pháp luật quy định

### 1. Sự xuất hiện của mô hình kinh doanh theo dạng nền tảng[[18]](#footnote-18)

### Cùng với sự xuất hiện của Internet, mô hình kinh doanh theo dạng nền tảng công nghệ đã xuất hiện, kết nối những người tham gia giao dịch với nhau và thực hiện những tương tác tạo ra giá trị mọi lúc, mọi nơi. Mô hình này có nhiều tên gọi khác nhau như “nền kinh tế nền tảng” (the platform economy) hay “nền kinh tế chia sẻ” (the “sharing economy”), nền kinh tế với các giao dịch ngang hàng (the peer to peer economy) .

Trong thập kỷ qua, mô hình kinh tế nền tảng phát triển mạnh mẽ trên thế giới và thâm nhập sâu rộng vào Việt Nam. Trên thế giới có thể kể đến sự xuất hiện rất sớm của Booking.com thành lập năm 1996 tại Hà Lan, Uber ra đời tại Paris năm 2008, Grab hình thành vào năm 2012 tại Malaysia, Go-jek ra đời năm 2010 tại Indonesia, Airbnb thành lập năm 2008 tại Hoa Kỳ,… Các nền tảng này, được nhiều nhà quan sát gọi là nền kinh tế chia sẻ, thiết lập các thị trường cho phép giao dịch giữa nhiều nhà cung cấp (thường là cá nhân hoặc tổ chức nhỏ) và người tiêu dùng. Các nền tảng này và các bên giao dịch với chúng, đang tận dụng việc áp dụng rộng rãi công nghệ điện thoại thông minh và Internet và định hình lại đáng kể cách thức cung cấp sản phẩm và dịch vụ, đã và đang mang lại lợi ích đáng kể cho người tiêu dùng và nhà cung cấp, trong khi thách thức những đơn vị cung cấp dịch vụ truyền thống trong các lĩnh vực đó. Tại Việt Nam, thị trường tiêu dùng đã chứng kiến sự phát triển nhanh chóng, mở rộng của một số thương hiệu như Grab, Airbnb, Gojek...

Đối với việc thực hiện mô hình kinh doanh theo dạng nền tảng công nghệ, có nhiều những mối lo ngại như vấn đề về sự công khai, minh bạch của các nền tảng về cơ chế hoạt động của nền tảng, bảo mật thông tin người dùng, phương thức tính giá của các nền tảng, trách nhiệm pháp lý của các nền tảng… Từ đó, có thể thấy rằng, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong nền kinh tế nền tảng là một vấn đề cấp thiết, đặc biệt trong bối cảnh pháp luật chuyên ngành chưa điều chỉnh, quản lý hoạt động của mô hình kinh doanh theo nền tảng.

### 2. Trách nhiệm và các quy định xử phạt đối với vi phạm của chủ sàn thương mại điện tử

Điều 26, khoản 3, mục c của Nghị định 52/2013/NĐ-CP của Chính phủ ngày 12 tháng 5 năm 2013 về thương mại điện tử quy định : “*Trường hợp người bán trực tiếp đăng thông tin về hàng hóa, dịch vụ của mình trên website thương mại điện tử thì thương nhân, tổ chức cung cấp dịch vụ thương mại điện tử và thương nhân, tổ chức cung cấp hạ tầng không phải là bên thứ ba cung cấp thông tin theo quy định của Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.”*

Quy định nêu trên hiện đang tạo ra vấn đề về việc ràng buộc trách nhiệm của thương nhân, tổ chức cung cấp dịch vụ thương mại điện tử và thương nhân, tổ chức cung cấp hạ tầng trong việc đảm bảo thông tin cung cấp trên các sàn thương mại điện tử như Lazada.vn, Shopee.vn….Trong khi đó, thực tế cho thấy, do đa số các người bán hàng trên các sàn thương mại điện tử là cá nhân hoặc doanh nghiệp nhỏ và vừa, vì vậy, khi phát sinh tranh chấp, nếu không có sự gắn kết trách nhiệm ràng buộc của chủ sàn thì quá trình liên hệ hoặc giải quyết vụ việc rất khó khăn, nhiều trường hợp không thực hiện được do thông tin liên hệ của người bán không tồn tại hoặc không chính xác.

**3. Yêu cầu xây dựng cơ chế giải quyết tranh chấp xuyên biên giới**

Trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế và sự phát triển của mô hình giao dịch trực tuyến, các giao dịch có yếu tố tham gia của nước ngoài xuất hiện ngày càng nhiều. Kèm theo đó là các vấn đề liên quan đến xác định cơ quan giải quyết, luật áp dụng giải quyết và quy trình giải quyết khi có tranh chấp phát sinh. Để giải quyết các yêu cầu này, cần có sự phối hợp của chính phủ các nước, đồng thời, cần có sự hài hòa về mặt quy định pháp luật giữa các nước liên quan. Hiện vấn đề này đã được nhiều diễn đàn, hội nghị, hội thảo đặt ra nhưng chưa đạt được kết quả thống nhất trên diện rộng, nếu có, chỉ là các thỏa thuận song phương giữa các quốc gia với nhau. Do vậy, trong thời gian tới, cần có các quy định pháp luật nhằm tạo cơ sở để thực hiện các cơ chế, chính sách phối hợp trong việc giải quyết các tranh chấp xuyên biên giới.

**4. Xu hướng tiêu dùng bền vững**

Trong thời gian gần đây, vấn đề gắn kết tiêu dùng với việc thực hiện các trách nhiệm đối với xã hội, môi trường, quyền con người...đã trở thành phong trào chung trên toàn thế giới. Năm 2015, Liên hợp quốc đã ban hành Mục tiêu phát triển bền vững đến năm 2030, trong đó, có đưa ra mục tiêu Tiêu dùng và Sản xuất bền vững nhằm hướng tới việc tiêu dùng lành mạnh, không ảnh hưởng đến môi trường và các nguồn tài nguyên. Hiện rất nhiều nước trên thế giới và tại khu vực Asean (Thái Lan, Sing ga po, Phi líp pin...) đã tham gia hưởng ứng lời kêu gọi của Liên hợp quốc thông qua các chương trình, chính sách...Các hoạt động này thường do cơ quan chủ trì và phối hợp với nhiều cơ quan trong các lĩnh vực khác. Do vậy, tại Việt Nam, để có cơ sở thực hiện xu hướng trên, cần có các quy định nhằm tăng cường vai trò, sự tham gia của các Bộ, ban, ngành, tổ chức khác trong việc phối hợp với cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

# PHẦN IV. KẾT LUẬN VÀ ĐỀ XUẤT

## I. Kết luận

### 1. Kết quả đạt được

Như vậy, có thể thấy, trong giai đoạn 2011-2020, công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng đã đạt được một số kết quả nổi bật như sau:

*Thứ nhất*, đã xây dựng được một hệ thống văn bản pháp luật tương đối hoàn chỉnh. Bên cạnh văn bản quan trọng nhất là Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thì Chính phủ và các Bộ, ngành đã xây dựng được một loạt các Nghị định, Quyết định, Thông tư, Chương trình, Đề án... để điều chỉnh các vấn đề có liên quan.

*Thứ hai*, công tác tuyên truyền, phổ biến pháp luật được thực hiện ngày càng đa dạng và phong phú, góp phần nâng cao đáng kể nhận thức của các chủ thể trong xã hội về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Bên cạnh những hoạt động tuyên truyền chung đã có những hình thức và hoạt động hướng tới các nhóm đối tượng cụ thể và bước đầu lan tỏa xuống vùng sâu, vùng xa.

*Thứ ba*, đã hình thành được hệ thống cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng từ Trung ương tới địa phương. Trong đó, tại Trung ương, Bộ Công Thương là đơn vị được giao nhiệm vụ chính và tại địa phương, vai trò chủ đạo thuộc về Sở Công Thương và Ủy ban nhân dân cấp huyện.

*Thứ tư*, công tác kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung, thu hồi sản phẩm khuyết tật từng bước được triển khai giúp hạn chế những thiệt hại, tranh chấp cho người tiêu dùng, ngăn chặn tác động xã hội có tính tiêu cực do việc tiêu dùng, sử dụng những sản phẩm khuyết tật gây ra.

*Thứ năm*, các tổ chức xã hội tham gia công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng đã có nhiều nỗ lực, cố gắng triển khai hoạt động, dần khẳng định vai trò là cầu nối giữa người tiêu dùng với cơ quan quản lý nhà nước và cộng đồng doanh nghiệp.

*Thứ sáu*, sự tham gia của cộng đồng doanh nghiệp vào công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ngày càng rõ nét, có tính chủ động và mang lại lợi ích cụ thể cho các doanh nghiệp.

*Thứ bảy*, Việt Nam đã tham gia tích cực vào các diễn đàn, tổ chức quốc tế về người tiêu dùng; tăng cường hoạt động hợp tác quốc tế về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng với các nước để phù hợp với xu thế hội nhập sâu rộng nền kinh tế quốc tế.

### 2. Tồn tại, hạn chế

Cùng với quá trình thực thi Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng giai đoạn 2011-2020 vừa qua, một số vấn đề tồn tại, gây hạn chế, cản trở sự phát triển của công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại Việt Nam như sau:

*Thứ nhất*, một số quy định pháp luật chưa điều chỉnh kịp hoặc không có quy định điều chỉnh các hoạt động, hành vi mới xuất hiện.

*Thứ hai*, hệ thống cơ quan quản lý nhà nước chưa hoàn thiện, chưa có sự thống nhất trong giao nhiệm vụ bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại các Sở Công Thương, một số UBND cấp huyện chưa phân công nhiệm vụ bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cho đơn vị cụ thể, cơ chế phối hợp giữa các cơ quan nhà nước, giữa cơ quan với tổ chức xã hội còn chưa được chú trọng. Ngoài ra, vấn đề hạn chế về kinh phí và nguồn lực hiện cũng đang diễn ra phổ biến tại phần lớn các cơ quan, địa phương.

*Thứ ba*, công tác giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức cá nhân kinh doanh chưa hiệu quả. Nguyên nhân một phần do cộng đồng doanh nghiệp chưa quan tâm tới công tác bảo vệ người tiêu dùng; người tiêu dùng Việt Nam vẫn còn tâm lý e ngại khiếu nại khi quyền lợi của mình bị xâm phạm; một số địa phương chưa xây dựng kênh tiếp nhận thông tin, tư vấn giải quyết tranh chấp của người tiêu dùng theo đúng quy định của pháp luật; các quy định về giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức cá nhân kinh doanh chưa hoàn thiện, chưa được hướng dẫn triển khai cụ thể.

*Thứ tư*, hoạt động của các Hội Bảo vệ người tiêu dùng gặp rất nhiều khó khăn. Cần có cơ chế, chính sách để hỗ trợ, tạo điều kiện phát triển do đặc thù của các tổ chức này không thu phí hội viên và đối tượng phục vụ mở rộng cho cả người dân không phải là hội viên.

*Thứ năm*, hiện đã xuất hiệc các phương thức kinh doanh và hành vi tiêu dùng mới, chưa được định nghĩa rõ ràng, dẫn tới, các quy định về trách nhiệm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng chưa kịp điều chỉnh theo hành vi này.

## II. Đề xuất

### 1. Sự cần thiết phải hoàn thiện các quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Để khắc phục những bất cập, hạn chế của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các văn bản hướng dẫn hiện hành, đáp ứng được các yêu cầu khách quan về tăng cường và đẩy mạnh hiệu quả của công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giai đoạn phát triển kinh tế xã hội hiện nay và các giai đoạn phát triển tiếp theo thì việc sửa đổi, bổ sung Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010 là rất cần thiết.

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.

### 2. Các nguyên tắc chủ đạo và yêu cầu cụ thể

*Thứ nhất*, thể chế hóa các nhiệm vụ, giải pháp đã được Ban chấp hành Trung ương Đảng thể hiện trong Chỉ thị số 30CT/TW ngày 22 tháng 01 năm 2019 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.

*Thứ hai,* hoàn thiện hệ thống văn bản quy phạm pháp luật theo hướng khắc phục các bất cập, hạn chế và kế thừa các quy định còn giá trị; tiếp thu có chọn lọc, bắt kịp thông lệ quốc tế về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

*Thứ ba,* đảm bảo tính đồng bộ, khả thi của các văn bản pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của nước ta với các cam kết quốc tế.

### 3. Những đề xuất nhằm hoàn thiện các quy định của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

#### 3.1. Sửa đổi, bổ sung các quy định hiện hành

*3.1.1 Sửa đổi đối với Nhóm Những quy định chung (Chương I của Luật hiện hành)*

3.1.1.1 Sửa đổi, bổ sung Điều 1 và Điều 2 để điều chỉnh các quan hệ tiêu dùng, các tranh chấp tiêu dùng có yếu tố nước ngoài hoặc xuyên biên giới.

3.1.1.2 Bổ sung nội dung Điều 3 (Giải thích từ ngữ)

Bổ sung một số khái niệm như: Bên thứ ba tham gia việc cung cấp thông tin cho người tiêu dùng, thông tin (cá nhân) của người tiêu dùng, hàng hóa, dịch vụ thiết yếu…

Hoàn thiện quy định về Hàng hóa có khuyết tật; Hoàn thiện định nghĩa về hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung.

*3.1.1.3 Bổ sung điều khoản về Bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử và trong các mô hình kinh doanh trên cơ sở nền tảng.*

*3.1.1.4 Bổ sung một điều khoản về giải quyết tranh chấp tiêu dùng xuyên biên giới.*

3.1.1.5 Bổ sung một số hành vi cấm tại Điều 10.

3.1.1.6 Sửa đổi, bổ sung để tạo cơ sở xử lý hình sự đối với một số nhóm hành vi vi phạm quyền lợi người tiêu dùng.

*3.1.2 Sửa đổi đối với Chương II (Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng)*

3.1.2.1 Sửa đổi, bổ sung Điều 12 và Điều 13 để bảo đảm việc cung cấp thông tin cho người tiêu dùng, đặc biệt trong bối cảnh phát triển thương mại điện tử và sự xuất hiện của nhiều mô hình kinh doanh trên cơ sở nền tảng.

3.1.2.2 Sửa đổi, bổ sung từ Điều 14 đến Điều 19 để hoàn thiện cơ chế kiểm soát đối với hợp đồng giao kết cũng như hợp đồng theo mẫu, điều kiện gia dịch chung, bao gồm: (i) Cần quy định chi tiết về cơ chế hậu kiểm; (ii) Bổ sung điều khoản chung để xác định các điều khoản không có hiệu lực;(iii) Sửa đổi, bổ sung phạm vi xem xét hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung; (iv) Sửa đổi, bổ sung các quy định liên quan đến sự phân cấp giữa Trung ương và địa phương (v) bổ sung một số quy định đảm bảo tính chặt chẽ cho thủ tục đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung; (vi) bổ sung một số quy định bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong các giao kết hợp đồng đặc thù.

3.1.2.3 Sửa đổi, bổ sung Điều 20 về Trách nhiệm cung cấp bằng chứng giao dịch

Bằng chứng giao dịch là căn cứ quan trọng để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, giải quyết tranh chấp giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng. Đồng thời, sự đa dạng của các phương thức giao dịch hiện tại cũng dẫn đến sự phức tạp trong lưu giữ và sử dụng bằng chứng giao dịch. Vì vậy, nên quy định chặt chẽ theo hướng gắn trách nhiệm tạo lập và lưu giữ của doanh nghiệp.

3.1.2.3 Sửa đổi, bổ sung Điều 21 về Trách nhiệm bảo hành hàng hóa, linh kiện, phụ kiện

Cần có quy định tạo cơ sở, nguyên tắc cho việc quy định về bảo hành đối với mỗi loại hàng hóa, linh kiện, phụ kiện.

3.1.2.4 Sửa đổi, bổ sung từ Điều 22 đến Điều 24 về hàng hóa có khuyết tật

Cần quy định sự tham gia, giám sát của cơ quan nhà nước, tổ chức xã hội và người tiêu dùng ngay từ đầu của hoạt động thu hồi hàng hóa có khuyết tật.

Cần bổ sung trách nhiệm của một số chủ thể khác cũng tham gia vào quá trình sản xuất và đưa hàng hóa đến với người tiêu dùng bên cạnh tổ chức, cá nhân sản xuất, nhập khẩu.

Luật cần quy định khái niệm để xác định thời hạn kết thúc chương trình thu hồi hàng hóa có khuyết tật, giới hạn mốc thời gian, quy trình, thủ tục tổ chức, cá nhân cần báo cáo kết quả thực hiện chương trình tới cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng có thẩm quyền.

3.1.2.5 Sửa đổi, bổ sung Điều 25 và Điều 26 về yêu cầu và giải quyết yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Hiện tại, cơ chế yêu cầu và giải quyết yêu cầu giải quyết yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được quy định chung chung và lửng lơ, không tạo ra một cơ chế nhất quán và xuyên suốt. Phải có quy định để làm rõ sự khác biệt (nếu có) của việc giải quyết yêu cầu này với việc giải quyết khiếu nại, tố cáo thông thường. Trách nhiệm giải quyết khiếu nại cần được bổ sung các cấp hành chính khác chứ không chỉ quy định riêng cấp huyện như hiện hành. Trên cơ sở đó, cần thiết chế một cơ chế thông suốt để người tiêu dùng ở mọi địa phương, lĩnh vực đều có thể tìm đến các cơ quan hành chính như một công cụ để hỗ trợ giải quyết tranh chấp với tổ chức, cá nhân kinh doanh.

*3.1.3 Sửa đổi 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)*

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”…

*3.1.4 Sửa đổi đối với Chương IV (Giải quyết tranh chấp giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng)*

3.1.4.1 Sửa đổi, bổ sung Điều 30 theo hướng bỏ quy định “Không được thương lượng, hòa giải trong trường hợp tranh chấp gây thiệt hại đến…lợi ích của nhiều người tiêu dùng” vì điều này không phù hợp với thông lệ quốc tế và thực tiễn giải quyết tranh chấp người tiêu dùng trong thời gian vừa qua.

3.1.4.2 Sửa đổi, bổ sung Điều 31 và Điều 32 để tăng hiệu quả xử lý tranh chấp của phương thức thương lượng, ví dụ quy định về thời hạn giải quyết tranh chấp, xử lý với vấn đề chi phí phát sinh…

3.1.4.2 Sửa đổi, bổ sung từ Điều 32 đến Điều 37: Hiện tại, cơ chế hòa giải tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh đang được thiết kế khá lửng lơ. Cần được bổ sung cả Luật và Nghị định để xây dựng thành một cơ chế hoàn thiện, trong đó bổ sung các nội dung như: cơ quan, tổ chức có thẩm quyền hòa giải, trình tự, thủ tục áp dụng, giá trị của biên bản hòa giải, cơ chế thực thi…

3.1.4.3 Sửa đổi, bổ sung từ Điều 38 đến Điều 40: Tương tự như với phương thức hòa giải, đối với phương thức trọng tài cần làm rõ về nơi thực hiện thủ tục, trình tự, thủ tục áp dụng, giá trị của biên bản thỏa thuận, cơ chế thực thi… Việc coi thủ tục trọng tài trong giải quyết tranh chấp người tiêu dùng như đối với thủ tục trọng tài trong thương mại là chưa phù hợp.

3.1.4.4 Sửa đổi, bổ sung từ Điều 41 đến Điều 46: Giải quyết tranh chấp tại Tòa là một phương thức được thực hiện hiệu quả tại nhiều quốc gia nhưng tại Việt Nam trong 08 năm thực thi Luật có rất ít vụ việc tranh chấp người tiêu dùng được giải quyết thông qua Tòa án. Điều này xuất phát từ việc quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và hệ thống pháp luật thủ tục của Tòa án chưa đồng bộ và thông suốt. Luật Tố tụng Dân sự chưa quy định các vụ việc khiếu nại người tiêu dùng có thể được áp dụng thủ tục đơn giản, rút gọn cũng như chưa có một hệ thống Tòa án chuyên trách (hoặc ít ra là một thủ tục xử lý đơn giản do Tòa Kinh tế, Tòa Dân sự thực hiện). Do đó cần sửa đổi, bổ sung để tạo tiền đề cho các nội dung này.

*3.1.5 Sửa đổi đối với Chương V (Trách nhiệm quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng)*

Sửa đổi bổ sung từ Điều 47 đến Điều 49 để định vị rõ hơn vai trò của cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (trung tâm, điều tiết, điều phối) cũng như trách nhiệm của các cơ quan, bộ ngành khác (trách nhiệm chủ yếu tại địa phương, trong ngành, lĩnh vực; trách nhiệm phối hợp).

#### 3.2. Bổ sung quy định mới trong Luật và hoàn thiện về cơ chế thực thi Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các văn bản hướng dẫn

Ngoài những nội dung đề xuất sửa đổi bổ sung trực tiếp hoặc liên quan trực tiếp đến các quy định của Luật hiện hành, có thể xem xét việc bổ sung một số quy định hoàn toàn mới trong Luật hoặc xây dựng một số cơ chế chính sách để tạo cơ sở thực thi tốt hơn các quy định pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thời gian tới, cụ thể:

*3.2.1 Về cơ chế phối hợp*

Bổ sung riêng một quy định về cơ chế phối hợp trong triển khai các hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, thể hiện rõ cơ chế phối hợp chặt chẽ, đồng bộ giữa các cơ quan, tổ chức và địa phương, trong đó có sự phân công nhiệm vụ rõ ràng, cụ thể đối với từng cấp, từng ngành trong công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

*3.2.2 Xây dựng và áp dụng tiêu chí đánh giá*

Cơ quy định tạo cơ sở cho việc xây dựng tiêu chí đánh giá kết quả thực hiện bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng; coi đây là một trong những nội dung đánh giá mức độ hoàn thành nhiệm vụ hằng năm của cá nhân và tổ chức, người đứng đầu các cơ quan, tổ chức có liên quan.

*3.2.3 Nâng cao hiệu quả hoạt động của hệ thống cơ quan quản lý nhà nước chuyên trách về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng*

Tạo cơ sở để cung cố và phát triển hoạt động của hệ thống cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, đưa bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thành một lĩnh vực nghề nghiệp.

*3.2.4 . Quy định về Cơ sở dữ liệu quốc gia và Cổng thông tin quốc gia về bảo vệ người tiêu dùng.*

Tạo cơ sở để hình thành Cơ sở dữ liệu quốc gia và Cổng thông tin quốc gia về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Trên đây là Báo cáo Tổng kết thực thi Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các văn bản hướng dẫn giai đoạn 2011- 2020./.

|  |  |
| --- | --- |
| ***Nơi nhận:***  - Như trên;  - Văn phòng Chính phủ;  - Bộ trưởng (để b/c);  - Lưu: VT, CT. | **KT. BỘ TRƯỞNG**  **THỨ TRƯỞNG**  **Trần Quốc Khánh** |

# CÁC PHỤ LỤC ĐÍNH KÈM THEO BÁO CÁO SỐ /BC-BCT NGÀY THÁNG NĂM 2021 CỦA BỘ CÔNG THƯƠNG

**PHỤ LỤC 1**

**DANH MỤC BẢNG BIỂU**

*Bảng 1: Số lượng các hội bảo vệ người tiêu dùng theo từng năm*

*Bảng 2: Số lượng tỉnh, thành tham gia hưởng ứng Ngày 15/3 (năm 2020 không thực hiện các hoạt động hưởng ứng vào tháng 3 do ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19*

*Bảng 3: Số lượng hồ sơ hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung đăng ký tại Cục cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng theo các năm*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2014** | **2015** | **2016** | **Q1/2017** | **Tổng số** |
| Đoàn thanh tra, kiểm tra | 17 | 23 | 61 | 11 | 112 |
| Tổng số cơ sở được thanh tra, kiểm tra | 99 | 108 | 117 | 24 | 348 |

*Bảng 4: Tình hìnhcác Đoàn thanh tra, kiểm tra về dược, mỹ phẩm từ 01/01/2014 đến 31/3/2017 (do Bộ Y tế tiến hành)*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Năm** | **2012** | **2013** | **2014** | **2015** | **2016** | **2017** | **2018** | **2019** | **2020 (11 tháng)** |
| **Số lượng** | 9 | 18 | 17 | 19 | 33 | 17 | 9 | 4 | 33 |

*Bảng 5: Số lượng chương trình thu hồi báo cáo tới Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng*

*Bảng 6: Khiếu nại, yêu cầu tại các địa phương trên toàn quốc*

*Bảng 7: Các nhóm lĩnh vực đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung tại các địa phương*

*Bảng 8: Số lượng hội thảo tổ chức tại các địa phương qua các năm*

*Bảng 9: Số lượng hội nghị tổ chức tại các địa phương*

*Bảng 10: Số lượng tập huấn tổ chức tại các địa phương*

*Bảng 11: Số lượng mít tinh, tuần hành tổ chức tại các địa phương*

*Bảng 12: Số lượng chương trình phát thanh, truyền hình tại các địa phương*

*Bảng 13: Số lượng sách, báo phát hành tại các địa phương*

*Bảng 14: Số lượng tờ rơi phát hành tại các địa phương*

*Bảng 15: Giá trị xã hội hóa được huy động bởi cơ quan, tổ chức có liên quan trên cả nước*

|  |
| --- |
| - Năm 2011 về trước: Theo chủ đề của Tổ chức Người tiêu dùng quốc tế.  - Năm 2012: Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là bảo vệ chính chúng ta  - Năm 2013: Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là bảo vệ doanh nghiệp chân chính  - Năm: 2014 Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong lĩnh vực an toàn thực phẩm  - Năm 2015: Quyền được thông tin của người tiêu dùng.  - Năm 2016: Quyền được an toàn của người tiêu dùng.  - Năm 2017: Doanh nghiệp vì người tiêu dùng.  - Năm 2018: Kinh doanh lành mạnh - Tiêu dùng bền vững  - Năm 2019: Kinh doanh lành mạnh - Tiêu dùng bền vững  - Năm 2020: Bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử  - Năm 2021: Kinh doanh trách nhiệm, tiêu dùng bền vững trong thời kỳ bình thường mới |

*Bảng 16: Chủ đề Ngày quyền của người tiêu dùng do Bộ Công Thương phát động qua các năm tại Việt Nam*

|  |
| --- |
| 1. ***Vụ việc Tour du lịch Đà Nẵng***   Ngày 16 tháng 12 năm 2016, Bộ phận Hợp tác quốc tế Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng nhận được thông tin từ Cơ quan bảo vệ người tiêu dùng Hàn Quốc (KCA) thông báo về khiếu nại của người tiêu dùng Hàn Quốc liên quan đến tour du lịch của khách du lịch Hàn Quốc tới Đà Nẵng, cụ thể:  Ông Hawoong Shin ký hợp đồng với khách sạn Hotels.com (có trụ sở đặt tại Malaysia) thanh toán trước gói du lịch cho gia đình gồm 8 người sẽ dulịch tới Đà Nẵng, ở lại trong vòng 4 ngày (từ ngày 20 đến ngày 24 tháng 12 năm 2016), tại khách sạn Premier Village Danang Resort, địa chỉ số 99 Võ Nguyên Giáp, Đà Nẵng, Việt Nam. Số tiền đã thanh toán là 2.326.111 KRW (tương đương với gần 2.000 USD).  Tuy nhiên, gần 1 tuần trước ngày khởi hành, ngày 14 tháng 12 năm 2016, một thành viên trong gia đình tham gia tour du lịch khám bệnh và phát hiện ra bị ung thư (có giấy khám và chứng nhận của bệnh viện). Do đó, ông Hawoong Shin liên hệ với khách sạn Hotels.com đề nghị được huỷ gói du lịch, xin hoàn tiền (trên cơ sở đây là trường hợp bất khả kháng). Phía khách sạn Hotels.com đồng ý hủy gói du lịch và hoàn tiền cho người tiêu dùng, tuy nhiên không thể thực hiện được do khách sạn Premier Village Danang Resort (có trụ sở tại Đà Nẵng) không đồng ý với việc huỷ phòng và hoàn tiền đã đặt trước cho khách sạn hotels.com đối với trường hợp trên.  Nhận được thông tin từ Cơ quan bảo vẹ người tiêu dùng Hàn Quốc, Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng đã liên hệ với khách sạn Premier Village Danang Resort về vụ việc. Thông qua cơ quan bảo vệ người tiêu dùng Hàn Quốc, Cục đã cung cấp cho khách sạn bằng chứng xác nhận của bệnh viện về tình trạng sức khoẻ của thành viên tham gia tour du lịch. Sau khi xem xét điều khoản bất khả kháng của hợp đồng cùng với giấy xác nhận của bệnh viện, khách sạn Premier Village Danang Resort đã đồng ý yêu cầu huỷ phòng và hoàn trả tiền cho hotels.com, theo đó hotels.com đã hoàn tiền lại cho người tiêu dùng.   1. ***Vụ việc Đào’s Travel***   Ngày 05 tháng 11 năm 2013, Bà Isabelle Daniels (Isabelle) và Bà Fardau Bamberger (Fardau) đã đặt dịch vụ lữ hành tour chọn gói đi Hà Nội – Sapa (2 ngày 1 đêm) của Dao’s Travel, đồng thời Bà Isabelle đã nhờ phía Dao’s Travel đặt giúp xe giường nằm đi từ Sapa (Lào Cai, Việt Nam) đến Luang Prabang (Lào) trong các ngày 8-9 tháng 11 năm 2013 với tổng thời gian vào khoảng 21 giờ 30 phút (09 giờ 30 phút đồng hồ cho chặng Sapa - Điện Biên và 12 giờ cho chặng Điện Biên – Luang Prabang). Dao’s Travel đã liên lạc với đối tác trên Sapa là Sapa Summit Hotel có Văn phòng đại diện tại Hà Nội để đặt dịch vụ lữ hành từ Sapa đi Luang Prabang.  Theo Dao’s Travel, việc đặt dịch vụ lữ hành đi từ Sapa đi Luang Prabang là do phía Dao’s Travel đặt hộ cho Bà Isabelle nên Công ty không có trách nhiệm giải quyết khiếu nại nói trên. Theo đó, Dao’s Travel đã nhiều lần liên hệ với phía Sapa Summit Hotel đề nghị giải quyết khiếu nại của khách hàng những không được đáp ứng với lý do là Sapa Summit Hotel chỉ tổ chức tour chứ không trực tiếp vận chuyển hành khách từ Sapa sang Luang Prabang và việc nhà xe bắt khách dọc đường là việc không thể tránh khỏi.  Sau khi xem xét, đánh giá, Cục CT&BVNTD đã tư vấn cho các bên có liên quan quy định của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, theo đó, các bên đi đến thống nhất trong cách giải quyết như sau:  Thứ nhất, Công ty Du lịch Đào là đơn vị trực tiếp đàm phán, thương lượng, cung cấp thông tin và ký kết với người tiêu dùng về việc cung cấp dịch vụ vận chuyển từ Sapa đi Luang Prabang (Dao’s Travel đã xuất hóa đơn bán lẻ cho dịch vụ lữ hành cho bà Isabelle Daniels cho lộ trình Sapa (Việt Nam) – Luang Prabang (Lào) với số tiền là 950.000 đồng/người). Do đó, Công ty Du lịch Đào là đơn vị chịu trách nhiệm với người tiêu dùng về dịch vụ đã được cam kết.  Thứ hai, người tiêu dùng không biết và không buộc phải biết về mối quan hệ (nếu có) giữa Công ty Du lịch Đào và các đối tác cung cấp dịch vụ khác. Việc xử lý mối quan hệ này sẽ căn cứ vào hợp đồng (hoặc thỏa thuận) giữa hai bên.  Công ty Du lịch Đào đồng ý hoàn tiền dịch vụ và một số chi phí phát sinh trong vụ việc và trong quá trình khiếu nại.   1. ***Vụ việc Avalon Scooter***   Trong tháng 12 năm 2014, Cục CT&BVNTD đã nhận được Đơn khiếu nại của Ông Ronald Perez quốc tịch Pháp đối với Công ty Avalon Scooters có địa chỉ tại huyện Đức Thọ, tỉnh Hà Tĩnh, Việt Nam. Theo đó, Ông Ronald Perez đã chuyển khoản số tiền là 9820 USD để mua 02 chiếc Vespa APE Calessino Italy Piaggio in Black đồng thời có sang Việt Nam để tham gia buổi làm việc dự kiến với Avalon Scooters. Tuy nhiên, sau khi sang Việt Nam ông Ronald Perez đã không liên hệ được với Avalon Scooters và cũng không nhận được xe như cam kết trước đó.  Cục CT&BVNTD đã tiến hành xác minh thông tin, yêu cầu Công ty Avalon Scooters giải trình đối với khiếu nại nên trên. Căn cứ trên biên bản giải trình cũng như quá trình tư vấn hỗ trợ, Công ty Avalon Scooters đã tiến hành hoàn trả các chi phí mà người tiêu dùng đã chi trả do không thể bàn giao sản phẩm như đã cam kết với người tiêu dùng.   1. ***Vụ việc khiếu nại hãng hàng không Air Asia:***   Trong tháng 10 năm 2017, người tiêu dùng cùng người thân đi du lịch theo hành trình Busan (PUS) – Taipei (TPE) – Ho Chi Minh (SGN) – Bangkok (DMK) – Da Nang (DAD) – Hanoi (HAN) – Busan (PUS) và dự kiến nhập cảnh vào Việt Nam vào ngày 7 tháng 10 năm 2018.  Tại thời điểm lên máy bay tại Bangkok (DMK) vào ngày 07 tháng 10 năm 2017, người tiêu dùng đã bị nhân viên hãng hàng không AirAsia từ chối cho phép lên máy bay do thiếu thị thực nhập cảnh vào Việt Nam. Mặc dù người tiêu dùng đã giải thích viện dẫn chiếu các quy định về việc người mang quốc tịch Hàn Quốc được miễn thị thực nhập cảnh vào Việt Nam (không liên tục, nhiều lần trong 30 ngày), nhưng nhân viên hãng hàng không AirAsia vẫn từ chối cho phép người tiêu dùng lên máy bay.  Do đó, người tiêu dùng buộc phải ở lại Bangkok thêm một đêm để xin thị thực vào Việt Nam thông qua trang điện tử cung cấp dịch vụ thị thực Vietnam Visa Immigration (www.vietnam-immigration.org.vn) vận hành bởi Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ Quảng cáo VIETNAM-MEDIA (kiểu loại thị thực là thị thực nhập cảnh tại sân bay – Landing Visa) với giá là USD 414 (bốn trăm mười bốn đô la mỹ).  Ngày 8 tháng 10 năm 2017, khi qua trở lại sân bay tại Bangkok, người tiêu dùng giải thích lại với phía nhân viên khác của Hãng hàng không AirAsia và được chấp thuận lên máy bay. Khi người tiêu dùng đáp chuyến bay từ Bangkok (DMK) – Da Nang (DAD), người tiêu dùng được hướng dẫn làm thị thập nhập cảnh với giá USD 5 (năm đô la mỹ) tại sân bay Đà Nẵng.  Ngay sau khi nhập cảnh vào Việt Nam thành công, người tiêu dùng đã liên hệ với phía Vietnam Visa Immigration yêu cầu công ty hoàn trả lại USD 414 do phía công ty đã không thực hiện nghiêm túc việc thông báo cho người tiêu dùng về các quy định nhập cảnh và xuất cảnh của Việt Nam, buộc người tiêu dùng phải chi trả chi phí không hợp lý.  Vietnam Visa Immigration từ chối hoàn trả toàn bộ chi phí người tiêu dùng đã chi trả mà chỉ trả lại 50% giá trị (tương ứng USD 294) với lý do là đã hoàn thành việc xin thị thực nhập cảnh cho người tiêu dùng.  Sau khi làm rõ các thông tin có liên quan, Cục CT&BVNTD đã tiến hành tư vấn quy định pháp luật có liên quan, theo đó, VVI đã tiến hành hoàn trả 100% số tiền người tiêu dùng đã chi trả. |

*Bảng 17: Một số vụ việc giải quyết tranh chấp của người tiêu dùng có liên quan đến yếu tố nước ngoài (tranh chấp xuyên biên giới )*

**PHỤ LỤC 2**

**VĂN BẢN PHÁP LUẬT VỀ BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG**

|  |  |
| --- | --- |
| **QUỐC HỘI**  Luật số: 59/2010/QH12 | **CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**  **Độc lập - Tự do - Hạnh phúc** |

**LUẬT**

**BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG**

*Căn cứ Hiến pháp nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam năm 1992 đã được sửa đổi, bổ sung một số điều theo Nghị quyết số 51/2001/QH10;*

*Quốc hội ban hành Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng,*

CHƯƠNG I

**NHỮNG QUY ĐỊNH CHUNG**

**Điều 1. Phạm vi điều chỉnh**

Luật này quy định về quyền và nghĩa vụ của người tiêu dùng; trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng; trách nhiệm của tổ chức xã hội trong việc tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ; trách nhiệm quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

**Điều 2. Đối tượng áp dụng**

Luật này áp dụng đối với người tiêu dùng; tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ; cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan đến hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên lãnh thổ Việt Nam.

**Điều 3. Giải thích từ ngữ**

Trong Luật này, các từ ngữ dưới đây được hiểu như sau:

1. *Người tiêu dùng* là người mua, sử dụng hàng hóa, dịch vụ cho mục đích tiêu dùng, sinh hoạt của cá nhân, gia đình, tổ chức.

2. *Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ* là tổ chức, cá nhân thực hiện một, một số hoặc tất cả các công đoạn của quá trình đầu tư, từ sản xuất đến tiêu thụ hàng hóa hoặc cung ứng dịch vụ trên thị trường nhằm mục đích sinh lợi, bao gồm:

a) Thương nhân theo quy định của Luật thương mại;

b) Cá nhân hoạt động thương mại độc lập, thường xuyên, không phải đăng ký kinh doanh.

3. *Hàng hóa có khuyết tật* là hàng hóa không bảo đảm an toàn cho người tiêu dùng, có khả năng gây thiệt hại cho tính mạng, sức khỏe, tài sản của người tiêu dùng, kể cả trường hợp hàng hóa đó được sản xuất theo đúng tiêu chuẩn hoặc quy chuẩn kỹ thuật hiện hành nhưng chưa phát hiện được khuyết tật tại thời điểm hàng hóa được cung cấp cho người tiêu dùng, bao gồm:

a) Hàng hóa sản xuất hàng loạt có khuyết tật phát sinh từ thiết kế kỹ thuật;

b) Hàng hóa đơn lẻ có khuyết tật phát sinh từ quá trình sản xuất, chế biến, vận chuyển, lưu giữ;

c) Hàng hóa tiềm ẩn nguy cơ gây mất an toàn trong quá trình sử dụng nhưng không có hướng dẫn, cảnh báo đầy đủ cho người tiêu dùng.

4. *Quấy rối người tiêu dùng* là hành vi tiếp xúc trực tiếp hoặc gián tiếp với người tiêu dùng để giới thiệu về hàng hóa, dịch vụ, tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ hoặc đề nghị giao kết hợp đồng trái với ý muốn của người tiêu dùng, gây cản trở, ảnh hưởng đến công việc, sinh hoạt bình thường của người tiêu dùng.

5. *Hợp đồng theo mẫu* là hợp đồng do tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ soạn thảo để giao dịch với người tiêu dùng.

6. *Điều kiện giao dịch chung* là những quy định, quy tắc bán hàng, cung ứng dịch vụ do tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ công bố và áp dụng đối với người tiêu dùng.

7. *Hòa giải* là việc giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ thông qua bên thứ ba.

**Điều 4. Nguyên tắc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

1. Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là trách nhiệm chung của Nhà nước và toàn xã hội.

2. Quyền lợi của người tiêu dùng được tôn trọng và bảo vệ theo quy định của pháp luật.

3. Bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng phải được thực hiện kịp thời, công bằng, minh bạch, đúng pháp luật.

4. Hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng không được xâm phạm đến lợi ích của Nhà nước, quyền, lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ và tổ chức, cá nhân khác.

**Điều 5. Chính sách của Nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

1. Tạo điều kiện thuận lợi để tổ chức, cá nhân chủ động tham gia vào việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

2. Khuyến khích tổ chức, cá nhân ứng dụng, phát triển công nghệ tiên tiến để sản xuất hàng hóa, cung ứng dịch vụ an toàn, bảo đảm chất lượng.

3. Triển khai thường xuyên, đồng bộ các biện pháp quản lý, giám sát việc tuân thủ pháp luật của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ.

4. Huy động mọi nguồn lực nhằm tăng đầu tư cơ sở vật chất, phát triển nhân lực cho cơ quan, tổ chức thực hiện công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; thường xuyên tăng cường tư vấn, hỗ trợ, tuyên truyền, phổ biến, hướng dẫn kiến thức cho người tiêu dùng.

5. Đẩy mạnh hội nhập, mở rộng hợp tác quốc tế, chia sẻ thông tin, kinh nghiệm quản lý trong việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

**Điều 6. Bảo vệ thông tin của người tiêu dùng**

1. Người tiêu dùng được bảo đảm an toàn, bí mật thông tin của mình khi tham gia giao dịch, sử dụng hàng hóa, dịch vụ, trừ trường hợp cơ quan nhà nước có thẩm quyền yêu cầu.

2. Trường hợp thu thập, sử dụng, chuyển giao thông tin của người tiêu dùng thì tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ có trách nhiệm:

a) Thông báo rõ ràng, công khai trước khi thực hiện với người tiêu dùng về mục đích hoạt động thu thập, sử dụng thông tin của người tiêu dùng;

b) Sử dụng thông tin phù hợp với mục đích đã thông báo với người tiêu dùng và phải được người tiêu dùng đồng ý;

c) Bảo đảm an toàn, chính xác, đầy đủ khi thu thập, sử dụng, chuyển giao thông tin của người tiêu dùng;

d) Tự mình hoặc có biện pháp để người tiêu dùng cập nhật, điều chỉnh thông tin khi phát hiện thấy thông tin đó không chính xác;

đ) Chỉ được chuyển giao thông tin của người tiêu dùng cho bên thứ ba khi có sự đồng ý của người tiêu dùng, trừ trường hợp pháp luật có quy định khác.

**Điều 7. Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch với cá nhân hoạt động thương mại độc lập, thường xuyên, không phải đăng ký kinh doanh**

1. Căn cứ vào quy định của Luật này và quy định khác của pháp luật có liên quan, Chính phủ quy định chi tiết việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch với cá nhân hoạt động thương mại độc lập, thường xuyên, không phải đăng ký kinh doanh.

2. Căn cứ vào quy định của Luật này, quy định của Chính phủ và điều kiện cụ thể của địa phương, Ủy ban nhân dân xã, phường, thị trấn, ban quản lý chợ, khu thương mại triển khai thực hiện các biện pháp cụ thể để bảo đảm chất lượng, số lượng, an toàn thực phẩm cho người tiêu dùng khi mua, sử dụng hàng hóa, dịch vụ của cá nhân hoạt động thương mại độc lập, thường xuyên, không phải đăng ký kinh doanh.

**Điều 8. Quyền của người tiêu dùng**

1. Được bảo đảm an toàn tính mạng, sức khỏe, tài sản, quyền, lợi ích hợp pháp khác khi tham gia giao dịch, sử dụng hàng hóa, dịch vụ do tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ cung cấp.

2. Được cung cấp thông tin chính xác, đầy đủ về tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ; nội dung giao dịch hàng hóa, dịch vụ; nguồn gốc, xuất xứ hàng hóa; được cung cấp hóa đơn, chứng từ, tài liệu liên quan đến giao dịch và thông tin cần thiết khác về hàng hóa, dịch vụ mà người tiêu dùng đã mua, sử dụng.

3. Lựa chọn hàng hóa, dịch vụ, tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ theo nhu cầu, điều kiện thực tế của mình; quyết định tham gia hoặc không tham gia giao dịch và các nội dung thỏa thuận khi tham gia giao dịch với tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ.

4. Góp ý kiến với tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ về giá cả, chất lượng hàng hóa, dịch vụ, phong cách phục vụ, phương thức giao dịch và nội dung khác liên quan đến giao dịch giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ.

5. Tham gia xây dựng và thực thi chính sách, pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

6. Yêu cầu bồi thường thiệt hại khi hàng hóa, dịch vụ không đúng tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật, chất lượng, số lượng, tính năng, công dụng, giá cả hoặc nội dung khác mà tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đã công bố, niêm yết, quảng cáo hoặc cam kết.

7. Khiếu nại, tố cáo, khởi kiện hoặc đề nghị tổ chức xã hội khởi kiện để bảo vệ quyền lợi của mình theo quy định của Luật này và các quy định khác của pháp luật có liên quan.

8. Được tư vấn, hỗ trợ, hướng dẫn kiến thức về tiêu dùng hàng hóa, dịch vụ.

**Điều 9. Nghĩa vụ của người tiêu dùng**

1. Kiểm tra hàng hóa trước khi nhận; lựa chọn tiêu dùng hàng hóa, dịch vụ có nguồn gốc, xuất xứ rõ ràng, không làm tổn hại đến môi trường, trái với thuần phong mỹ tục và đạo đức xã hội, không gây nguy hại đến tính mạng, sức khỏe của mình và của người khác; thực hiện chính xác, đầy đủ hướng dẫn sử dụng hàng hóa, dịch vụ.

2. Thông tin cho cơ quan nhà nước, tổ chức, cá nhân có liên quan khi phát hiện hàng hóa, dịch vụ lưu hành trên thị trường không bảo đảm an toàn, gây thiệt hại hoặc đe dọa gây thiệt hại đến tính mạng, sức khỏe, tài sản của người tiêu dùng; hành vi của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ xâm phạm đến quyền, lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng.

**Điều 10. Các hành vi bị cấm**

1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ lừa dối hoặc gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng thông qua hoạt động quảng cáo hoặc che giấu, cung cấp thông tin không đầy đủ, sai lệch, không chính xác về một trong các nội dung sau đây:

a) Hàng hóa, dịch vụ mà tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ cung cấp;

b) Uy tín, khả năng kinh doanh, khả năng cung cấp hàng hóa, dịch vụ của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ;

c) Nội dung, đặc điểm giao dịch giữa người tiêu dùng với tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ.

2. Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ quấy rối người tiêu dùng thông qua tiếp thị hàng hóa, dịch vụ trái với ý muốn của người tiêu dùng từ 02 lần trở lên hoặc có hành vi khác gây cản trở, ảnh hưởng đến công việc, sinh hoạt bình thường của người tiêu dùng.

3. Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ ép buộc người tiêu dùng thông qua việc thực hiện một trong các hành vi sau đây:

a) Dùng vũ lực, đe dọa dùng vũ lực hoặc các biện pháp khác gây thiệt hại đến tính mạng, sức khỏe, danh dự, uy tín, nhân phẩm, tài sản của người tiêu dùng;

b) Lợi dụng hoàn cảnh khó khăn của người tiêu dùng hoặc lợi dụng thiên tai, dịch bệnh để ép buộc giao dịch.

4. Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ thực hiện hoạt động xúc tiến thương mại, đề nghị giao dịch trực tiếp với đối tượng là người không có năng lực hành vi dân sự hoặc người mất năng lực hành vi dân sự.

5. Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ yêu cầu người tiêu dùng thanh toán hàng hóa, dịch vụ đã cung cấp mà không có thỏa thuận trước với người tiêu dùng.

6. Người tiêu dùng, tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ lợi dụng việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng để xâm phạm lợi ích của Nhà nước, quyền, lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân khác.

7. Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ lợi dụng hoàn cảnh khó khăn của người tiêu dùng hoặc lợi dụng thiên tai, dịch bệnh để cung cấp hàng hóa, dịch vụ không bảo đảm chất lượng.

8. Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ không bảo đảm chất lượng gây thiệt hại đến tính mạng, sức khỏe, tài sản của người tiêu dùng.

**Điều 11. Xử lý vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

1. Cá nhân vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thì tùy theo tính chất, mức độ vi phạm mà bị xử phạt vi phạm hành chính hoặc bị truy cứu trách nhiệm hình sự, nếu gây thiệt hại thì phải bồi thường theo quy định của pháp luật.

2. Tổ chức vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thì tùy theo tính chất, mức độ vi phạm mà bị xử phạt vi phạm hành chính, nếu gây thiệt hại thì phải bồi thường theo quy định của pháp luật.

3. Cá nhân lợi dụng chức vụ, quyền hạn vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thì tùy theo tính chất, mức độ vi phạm mà bị xử lý kỷ luật hoặc bị truy cứu trách nhiệm hình sự, nếu gây thiệt hại thì phải bồi thường theo quy định của pháp luật.

4. Chính phủ quy định chi tiết việc xử phạt vi phạm hành chính trong bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

CHƯƠNG II

**TRÁCH NHIỆM CỦA TỔ CHỨC, CÁ NHÂN KINH DOANH**

**HÀNG HÓA, DỊCH VỤ ĐỐI VỚI NGƯỜI TIÊU DÙNG**

**Điều 12. Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ trong việc cung cấp thông tin về hàng hóa, dịch vụ cho người tiêu dùng**

1. Ghi nhãn hàng hóa theo quy định của pháp luật.

2. Niêm yết công khai giá hàng hóa, dịch vụ tại địa điểm kinh doanh, văn phòng dịch vụ.

3. Cảnh báo khả năng hàng hóa, dịch vụ có ảnh hưởng xấu đến sức khỏe, tính mạng, tài sản của người tiêu dùng và các biện pháp phòng ngừa.

4. Cung cấp thông tin về khả năng cung ứng linh kiện, phụ kiện thay thế của hàng hóa.

5. Cung cấp hướng dẫn sử dụng; điều kiện, thời hạn, địa điểm, thủ tục bảo hành trong trường hợp hàng hóa, dịch vụ có bảo hành.

6. Thông báo chính xác, đầy đủ cho người tiêu dùng về hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung trước khi giao dịch.

**Điều 13. Trách nhiệm của bên thứ ba trong việc cung cấp thông tin về hàng hóa, dịch vụ cho người tiêu dùng**

1. Trường hợp tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ cung cấp thông tin cho người tiêu dùng thông qua bên thứ ba thì bên thứ ba có trách nhiệm:

a) Bảo đảm cung cấp thông tin chính xác, đầy đủ về hàng hóa, dịch vụ được cung cấp;

b) Yêu cầu tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ cung cấp chứng cứ chứng minh tính chính xác, đầy đủ của thông tin về hàng hóa, dịch vụ;

c) Chịu trách nhiệm liên đới về việc cung cấp thông tin không chính xác hoặc không đầy đủ, trừ trường hợp chứng minh đã thực hiện tất cả các biện pháp theo quy định của pháp luật để kiểm tra tính chính xác, đầy đủ của thông tin về hàng hóa, dịch vụ;

d) Tuân thủ các quy định của pháp luật về báo chí, pháp luật về quảng cáo.

2. Trường hợp tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ cung cấp thông tin cho người tiêu dùng thông qua phương tiện truyền thông thì chủ phương tiện truyền thông, nhà cung cấp dịch vụ truyền thông có trách nhiệm:

a) Thực hiện quy định tại khoản 1 Điều này;

b) Xây dựng, phát triển giải pháp kỹ thuật ngăn chặn việc phương tiện, dịch vụ do mình quản lý bị sử dụng vào mục đích quấy rối người tiêu dùng;

c) Từ chối cho tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ sử dụng phương tiện, dịch vụ do mình quản lý nếu việc sử dụng có khả năng dẫn đến quấy rối người tiêu dùng;

d) Ngừng cho tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ sử dụng phương tiện, dịch vụ do mình quản lý để thực hiện hành vi quấy rối người tiêu dùng theo yêu cầu của người tiêu dùng hoặc yêu cầu của cơ quan nhà nước có thẩm quyền.

**Điều 14. Hợp đồng giao kết với người tiêu dùng**

1. Hình thức hợp đồng giao kết với người tiêu dùng được thực hiện theo quy định của pháp luật về dân sự.

2. Trường hợp giao kết hợp đồng với người tiêu dùng bằng văn bản thì ngôn ngữ của hợp đồng phải được thể hiện rõ ràng, dễ hiểu.

Ngôn ngữ sử dụng trong hợp đồng giao kết với người tiêu dùng là tiếng Việt, trừ trường hợp các bên có thỏa thuận khác hoặc pháp luật có quy định khác.

3. Trường hợp giao kết hợp đồng bằng phương tiện điện tử thì tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ phải tạo điều kiện để người tiêu dùng xem xét toàn bộ hợp đồng trước khi giao kết.

4. Chính phủ quy định chi tiết các hình thức giao kết hợp đồng khác với người tiêu dùng.

**Điều 15. Giải thích hợp đồng giao kết với người tiêu dùng**

Trong trường hợp hiểu khác nhau về nội dung hợp đồng thì tổ chức, cá nhân có thẩm quyền giải quyết tranh chấp giải thích theo hướng có lợi cho người tiêu dùng.

**Điều 16. Điều khoản của hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, điều kiện giao dịch chung không có hiệu lực**

1. Điều khoản của hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, điều kiện giao dịch chung không có hiệu lực trong các trường hợp sau đây:

a) Loại trừ trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng theo quy định của pháp luật;

b) Hạn chế, loại trừ quyền khiếu nại, khởi kiện của người tiêu dùng;

c) Cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đơn phương thay đổi điều kiện của hợp đồng đã thỏa thuận trước với người tiêu dùng hoặc quy tắc, quy định bán hàng, cung ứng dịch vụ áp dụng đối với người tiêu dùng khi mua, sử dụng hàng hóa, dịch vụ không được thể hiện cụ thể trong hợp đồng;

d) Cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đơn phương xác định người tiêu dùng không thực hiện một hoặc một số nghĩa vụ;

đ) Cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ quy định hoặc thay đổi giá tại thời điểm giao hàng hóa, cung ứng dịch vụ;

e) Cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ giải thích hợp đồng trong trường hợp điều khoản của hợp đồng được hiểu khác nhau;

g) Loại trừ trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ trong trường hợp tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ thông qua bên thứ ba;

h) Bắt buộc người tiêu dùng phải tuân thủ các nghĩa vụ ngay cả khi tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ không hoàn thành nghĩa vụ của mình;

i) Cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ chuyển giao quyền, nghĩa vụ cho bên thứ ba mà không được người tiêu dùng đồng ý.

2. Việc tuyên bố và xử lý điều khoản của hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, điều kiện giao dịch chung không có hiệu lực được thực hiện theo quy định của pháp luật về dân sự.

**Điều 17. Thực hiện hợp đồng theo mẫu**

1. Khi giao kết hợp đồng theo mẫu, tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ phải dành thời gian hợp lý để người tiêu dùng nghiên cứu hợp đồng.

2. Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ phải lưu giữ hợp đồng theo mẫu đã giao kết cho đến khi hợp đồng hết hiệu lực. Trường hợp hợp đồng do người tiêu dùng giữ bí mật hoặc hư hỏng thì tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ có trách nhiệm cấp cho người tiêu dùng bản sao hợp đồng.

**Điều 18. Thực hiện điều kiện giao dịch chung**

1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ sử dụng điều kiện giao dịch chung có trách nhiệm thông báo công khai điều kiện giao dịch chung trước khi giao dịch với người tiêu dùng.

2. Điều kiện giao dịch chung phải xác định rõ thời điểm áp dụng và phải được niêm yết ở nơi thuận lợi tại địa điểm giao dịch để người tiêu dùng có thể nhìn thấy.

**Điều 19. Kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung**

1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ thuộc Danh mục hàng hóa, dịch vụ thiết yếu do Thủ tướng Chính phủ ban hành phải đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung với cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

2. Cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tự mình hoặc theo đề nghị của người tiêu dùng, yêu cầu tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ hủy bỏ hoặc sửa đổi hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung trong trường hợp phát hiện hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung vi phạm quyền lợi của người tiêu dùng.

3. Chính phủ quy định chi tiết Điều này.

**Điều 20. Trách nhiệm cung cấp bằng chứng giao dịch**

1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ có trách nhiệm cung cấp cho người tiêu dùng hóa đơn hoặc chứng từ, tài liệu liên quan đến giao dịch theo quy định của pháp luật hoặc theo yêu cầu của người tiêu dùng.

2. Trường hợp giao dịch bằng phương tiện điện tử thì tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ có trách nhiệm tạo điều kiện cho người tiêu dùng truy nhập, tải, lưu giữ và in hóa đơn, chứng từ, tài liệu quy định tại khoản 1 Điều này.

**Điều 21. Trách nhiệm bảo hành hàng hóa, linh kiện, phụ kiện**

Hàng hóa, linh kiện, phụ kiện được bảo hành theo thỏa thuận của các bên hoặc bắt buộc bảo hành theo quy định của pháp luật. Trường hợp hàng hóa, linh kiện, phụ kiện được bảo hành, tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa có trách nhiệm:

1. Thực hiện đầy đủ nghĩa vụ bảo hành hàng hóa, linh kiện, phụ kiện do mình cung cấp;

2. Cung cấp cho người tiêu dùng giấy tiếp nhận bảo hành, trong đó ghi rõ thời gian thực hiện bảo hành. Thời gian thực hiện bảo hành không tính vào thời hạn bảo hành hàng hóa, linh kiện, phụ kiện. Trường hợp tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa thay thế linh kiện, phụ kiện hoặc đổi hàng hóa mới thì thời hạn bảo hành linh kiện, phụ kiện hoặc hàng hóa đó được tính từ thời điểm thay thế linh kiện, phụ kiện hoặc đổi hàng hóa mới;

3. Cung cấp cho người tiêu dùng hàng hóa, linh kiện, phụ kiện tương tự để sử dụng tạm thời hoặc có hình thức giải quyết khác được người tiêu dùng chấp nhận trong thời gian thực hiện bảo hành;

4. Đổi hàng hóa, linh kiện, phụ kiện mới tương tự hoặc thu hồi hàng hóa, linh kiện, phụ kiện và trả lại tiền cho người tiêu dùng trong trường hợp hết thời gian thực hiện bảo hành mà không sửa chữa được hoặc không khắc phục được lỗi.

5. Đổi hàng hóa, linh kiện, phụ kiện mới tương tự hoặc thu hồi hàng hóa và trả lại tiền cho người tiêu dùng trong trường hợp đã thực hiện bảo hành hàng hóa, linh kiện, phụ kiện từ ba lần trở lên trong thời hạn bảo hành mà vẫn không khắc phục được lỗi;

6. Chịu chi phí sửa chữa, vận chuyển hàng hóa, linh kiện, phụ kiện đến nơi bảo hành và từ nơi bảo hành đến nơi cư trú của người tiêu dùng;

7. Chịu trách nhiệm về việc bảo hành hàng hóa, linh kiện, phụ kiện cho người tiêu dùng cả trong trường hợp ủy quyền cho tổ chức, cá nhân khác thực hiện việc bảo hành.

**Điều 22. Trách nhiệm thu hồi hàng hóa có khuyết tật**

Khi phát hiện hàng hóa có khuyết tật, tổ chức, cá nhân sản xuất, nhập khẩu hàng hóa có trách nhiệm:

1. Kịp thời tiến hành mọi biện pháp cần thiết để ngừng việc cung cấp hàng hóa có khuyết tật trên thị trường;

2. Thông báo công khai về hàng hóa có khuyết tật và việc thu hồi hàng hóa đó ít nhất 05 số liên tiếp trên báo ngày hoặc 05 ngày liên tiếp trên đài phát thanh, truyền hình tại địa phương mà hàng hóa đó được lưu thông với các nội dung sau đây:

a) Mô tả hàng hóa phải thu hồi;

b) Lý do thu hồi hàng hóa và cảnh báo nguy cơ thiệt hại do khuyết tật của hàng hóa gây ra;

c) Thời gian, địa điểm, phương thức thu hồi hàng hóa;

d) Thời gian, phương thức khắc phục khuyết tật của hàng hóa;

đ)  Các biện pháp cần thiết để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong quá trình thu hồi hàng hóa;

3. Thực hiện việc thu hồi hàng hóa có khuyết tật đúng nội dung đã thông báo công khai và chịu các chi phí phát sinh trong quá trình thu hồi;

4. Báo cáo kết quả cho cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cấp tỉnh nơi thực hiện thu hồi hàng hóa có khuyết tật sau khi hoàn thành việc thu hồi; trường hợp việc thu hồi hàng hóa có khuyết tật được tiến hành trên địa bàn từ hai tỉnh trở lên thì báo cáo kết quả cho cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ở trung ương.

**Điều 23. Trách nhiệm bồi thường thiệt hại do hàng hóa có khuyết tật gây ra**

1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa có trách nhiệm bồi thường thiệt hại trong trường hợp hàng hóa có khuyết tật do mình cung cấp gây thiệt hại đến tính mạng, sức khỏe, tài sản của người tiêu dùng, kể cả khi tổ chức, cá nhân đó không biết hoặc không có lỗi trong việc phát sinh khuyết tật, trừ trường hợp quy định tại Điều 24 của Luật này.

2. Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa quy định tại khoản 1 Điều này bao gồm:

a) Tổ chức, cá nhân sản xuất hàng hóa;

b) Tổ chức, cá nhân nhập khẩu hàng hóa;

c) Tổ chức, cá nhân gắn tên thương mại lên hàng hóa hoặc sử dụng nhãn hiệu, chỉ dẫn thương mại cho phép nhận biết đó là tổ chức, cá nhân sản xuất, nhập khẩu hàng hóa;

d) Tổ chức, cá nhân trực tiếp cung cấp hàng hóa có khuyết tật cho người tiêu dùng trong trường hợp không xác định được tổ chức, cá nhân có trách nhiệm bồi thường thiệt hại quy định tại các điểm a, b và c khoản này.

3. Việc bồi thường thiệt hại được thực hiện theo quy định của pháp luật về dân sự.

**Điều 24. Miễn trách nhiệm bồi thường thiệt hại do hàng hóa có khuyết tật gây ra**

Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa quy định tại Điều 23 của Luật này được miễn trách nhiệm bồi thường thiệt hại khi chứng minh được khuyết tật của hàng hóa không thể phát hiện được với trình độ khoa học, kỹ thuật tại thời điểm tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa cung cấp cho người tiêu dùng.

**Điều 25. Yêu cầu cơ quan quản lý nhà nước bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

1. Trường hợp phát hiện hành vi vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ gây thiệt hại đến lợi ích của Nhà nước, lợi ích của nhiều người tiêu dùng, lợi ích công cộng thì người tiêu dùng, tổ chức xã hội có quyền yêu cầu trực tiếp hoặc bằng văn bản đến cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cấp huyện nơi thực hiện giao dịch giải quyết.

2. Người tiêu dùng, tổ chức xã hội có nghĩa vụ cung cấp thông tin, bằng chứng có liên quan đến hành vi vi phạm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ.

**Điều 26. Giải quyết yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

1. Khi nhận được yêu cầu của người tiêu dùng, cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cấp huyện có trách nhiệm yêu cầu các bên giải trình, cung cấp thông tin, bằng chứng hoặc tự mình xác minh, thu thập thông tin, bằng chứng để xử lý theo quy định của pháp luật.

2. Cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cấp huyện có trách nhiệm trả lời bằng văn bản việc giải quyết yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; trường hợp xác định tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ vi phạm quyền lợi người tiêu dùng, văn bản trả lời phải có các nội dung sau đây:

a) Nội dung vi phạm;

b) Biện pháp khắc phục hậu quả;

c) Thời hạn thực hiện biện pháp khắc phục hậu quả;

d) Biện pháp xử lý vi phạm hành chính, nếu có.

3. Biện pháp khắc phục hậu quả quy định tại điểm b khoản 2 điều này bao gồm:

a) Buộc tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ thu hồi, tiêu hủy hàng hóa hoặc ngừng cung cấp hàng hóa, dịch vụ;

b) Đình chỉ hoặc tạm đình chỉ hoạt động kinh doanh của tổ chức, cá nhân vi phạm;

c) Buộc tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ loại bỏ điều khoản vi phạm quyền lợi người tiêu dùng ra khỏi hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung.

4. Ngoài các biện pháp quy định tại khoản 3 Điều này, tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ tái phạm còn bị đưa vào Danh sách tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ vi phạm quyền lợi người tiêu dùng.

5. Chính phủ quy định chi tiết Điều này.

CHƯƠNG III

**TRÁCH NHIỆM CỦA TỔ CHỨC XÃ HỘI**

**TRONG VIỆC THAM GIA BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG**

**Điều 27. Tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

1. Tổ chức xã hội thành lập theo quy định của pháp luật và hoạt động theo điều lệ được tham gia hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

2. Hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của tổ chức xã hội phải theo quy định của Luật này và quy định khác của pháp luật có liên quan.

**Điều 28. Nội dung tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của tổ chức xã hội**

1. Tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng bằng các hoạt động sau đây:

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.

2. 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 29. Thực hiện nhiệm vụ được cơ quan nhà nước giao**

1. Khi thực hiện nhiệm vụ được cơ quan nhà nước giao, tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được Nhà nước hỗ trợ kinh phí và các điều kiện khác theo quy định của pháp luật.

2. Chính phủ quy định cụ thể nhiệm vụ cơ quan nhà nước giao cho tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thực hiện.

CHƯƠNG IV

**GIẢI QUYẾT TRANH CHẤP GIỮA NGƯỜI TIÊU DÙNG**

**VÀ TỔ CHỨC, CÁ NHÂN KINH DOANH HÀNG HÓA, DỊCH VỤ**

**Điều 30. Phương thức giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ**

1. Tranh chấp phát sinh giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ được giải quyết thông qua:

a) Thương lượng;

b) Hòa giải;

c) Trọng tài;

d) Tòa án.

2. Không được thương lượng, hòa giải trong trường hợp tranh chấp gây thiệt hại đến lợi ích của Nhà nước, lợi ích của nhiều người tiêu dùng, lợi ích công cộng.

**Mục 1**

**THƯƠNG LƯỢNG**

**Điều 31. Thương lượng**

1. Người tiêu dùng có quyền gửi yêu cầu đến tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ để thương lượng khi cho rằng quyền, lợi ích hợp pháp của mình bị xâm phạm.

2. Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ có trách nhiệm tiếp nhận, tiến hành thương lượng với người tiêu dùng trong thời hạn không quá 07 ngày làm việc, kể từ ngày nhận được yêu cầu.

**Điều 32. Kết quả thương lượng**

Kết quả thương lượng thành của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ với người tiêu dùng được lập thành văn bản, trừ trường hợp các bên có thỏa thuận khác.

**Mục 2**

**HÒA GIẢI**

**Điều 33. Hòa giải**

Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ và người tiêu dùng có quyền thỏa thuận lựa chọn bên thứ ba là cá nhân hoặc tổ chức hòa giải để thực hiện việc hòa giải.

**Điều 34. Nguyên tắc thực hiện hòa giải**

1. Bảo đảm khách quan, trung thực, thiện chí, không được ép buộc, lừa dối.

2. Tổ chức, cá nhân tiến hành hòa giải, các bên tham gia hòa giải phải bảo đảm bí mật thông tin liên quan đến việc hòa giải, trừ trường hợp các bên có thỏa thuận khác hoặc pháp luật có quy định khác.

**Điều 35. Tổ chức hòa giải**

Tổ chức, cá nhân có đủ điều kiện theo quy định của Chính phủ được thành lập tổ chức hòa giải để giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ.

**Điều 36. Biên bản hòa giải**

1. Biên bản hòa giải phải có các nội dung chính sau đây:

a) Tổ chức, cá nhân tiến hành hòa giải;

b) Các bên tham gia hòa giải;

c) Nội dung hòa giải;

d) Thời gian, địa điểm tiến hành hòa giải;

đ) Ý kiến của các bên tham gia hòa giải;

e) Kết quả hòa giải;

g) Thời hạn thực hiện kết quả hòa giải thành.

2. Biên bản hòa giải phải có chữ ký của các bên tham gia hòa giải và chữ ký xác nhận của tổ chức, cá nhân tiến hành hòa giải.

**Điều 37. Thực hiện kết quả hòa giải thành**

Các bên có trách nhiệm thực hiện kết quả hòa giải thành trong thời hạn đã thỏa thuận trong biên bản hòa giải; trường hợp một bên không tự nguyện thực hiện thì bên kia có quyền khởi kiện ra Tòa án để yêu cầu giải quyết theo quy định của pháp luật.

**Mục 3**

**TRỌNG TÀI**

**Điều 38. Hiệu lực của điều khoản trọng tài**

Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ phải thông báo về điều khoản trọng tài trước khi giao kết hợp đồng và được người tiêu dùng chấp thuận. Trường hợp điều khoản trọng tài do tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đưa vào hợp đồng theo mẫu hoặc điều kiện giao dịch chung thì khi xảy ra thanh chấp, người tiêu dùng là cá nhân có quyền lựa chọn phương thức giải quyết tranh chấp khác.

**Điều 39. Trình tự, thủ tục giải quyết tranh chấp tại trọng tài**

Trình tự, thủ tục giải quyết tranh chấp tại trọng tài được thực hiện theo quy định của pháp luật về trọng tài thương mại.

**Điều 40. Nghĩa vụ chứng minh**

Nghĩa vụ chứng minh trong giải quyết tranh chấp tại trọng tài được thực hiện theo quy định tại Điều 42 của Luật này.

**Mục 4**

**GIẢI QUYẾT TRANH CHẤP TẠI TÒA ÁN**

**Điều 41. Vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

1. Vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là vụ án mà bên khởi kiện là người tiêu dùng hoặc tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng theo quy định của Luật này.

2. Vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được giải quyết theo thủ tục đơn giản quy định trong pháp luật về tố tụng dân sự khi có đủ các điều kiện sau đây:

a) Cá nhân là người tiêu dùng khởi kiện; tổ chức, cá nhân trực tiếp cung cấp hàng hóa, dịch vụ cho người tiêu dùng bị khởi kiện;

b) Vụ án đơn giản, chứng cứ rõ ràng;

c) Giá trị giao dịch dưới 100 triệu đồng.

**Điều 42. Nghĩa vụ chứng minh trong vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

1. Người tiêu dùng có nghĩa vụ cung cấp chứng cứ và chứng minh trong vụ án dân sự để bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp của mình theo quy định của pháp luật về tố tụng dân sự, trừ việc chứng minh lỗi của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ.

2. Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ có nghĩa vụ chứng minh mình không có lỗi gây ra thiệt hại.

3. Tòa án quyết định bên có lỗi trong vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

**Điều 43. Án phí, lệ phí Tòa án đối với vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

1. Án phí, lệ phí Tòa án đối với vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được thực hiện theo quy định của pháp luật về án phí, lệ phí Tòa án.

2. Người tiêu dùng khởi kiện vụ án dân sự để bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp của mình không phải nộp tạm ứng án phí, tạm ứng lệ phí Tòa án.

**Điều 44. Thông báo thông tin về vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng do tổ chức xã hội khởi kiện**

1. Tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng có trách nhiệm thông báo công khai bằng hình thức phù hợp về việc khởi kiện và chịu trách nhiệm về thông tin do mình công bố, bảo đảm không ảnh hưởng đến hoạt động bình thường của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ.

2. Nội dung thông báo quy định tại khoản 1 Điều này bao gồm:

a) Tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khởi kiện;

b) Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ bị kiện;

c) Nội dung khởi kiện;

d) Thủ tục và thời hạn đăng ký tham gia vụ án.

3. Tòa án có trách nhiệm niêm yết công khai tại trụ sở Tòa án thông tin về việc thụ lý vụ án trong thời hạn 03 ngày làm việc, kể từ ngày thụ lý vụ án theo quy định của pháp luật tố tụng dân sự.

**Điều 45. Thông báo bản án, quyết định của Tòa án giải quyết vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng do tổ chức xã hội khởi kiện**

Bản án, quyết định của Tòa án giải quyết vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng do tổ chức xã hội khởi kiện phải được niêm yết công khai tại trụ sở Tòa án và công bố công khai trên phương tiện thông tin đại chúng bằng hình thức thích hợp.

**Điều 46. Tiền bồi thường thiệt hại trong vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng do tổ chức xã hội khởi kiện vì lợi ích công cộng**

Tiền bồi thường thiệt hại trong vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng do tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khởi kiện vì lợi ích công cộng được thực hiện theo bản án, quyết định của Tòa án.

CHƯƠNGV

**TRÁCH NHIỆM QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC**

**VỀ BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG**

**Điều 47. Trách nhiệm quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

1. Chính phủ thống nhất quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

2. Bộ Công Thương chịu trách nhiệm trước Chính phủ thực hiện quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

3. Bộ, cơ quan ngang Bộ trong phạm vi nhiệm vụ, quyền hạn của mình có trách nhiệm phối hợp với Bộ Công Thương thực hiện quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

4. Ủy ban nhân dân các cấp trong phạm vi nhiệm vụ, quyền hạn của mình thực hiện quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại địa phương.

**Điều 48. Trách nhiệm của Bộ Công Thương**

1. Ban hành theo thẩm quyền hoặc trình cơ quan nhà nước có thẩm quyền ban hành và tổ chức thực hiện chiến lược, quy hoạch, kế hoạch, chương trình, dự án, chính sách, pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

2. Quản lý hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của tổ chức xã hội, tổ chức hòa giải; hợp đồng theo mẫu và điều kiện giao dịch chung theo quy định tại Điều 19 của Luật này.

3. Tuyên truyền, phổ biến, giáo dục pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; tư vấn, hỗ trợ và nâng cao nhận thức về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

4. Xây dựng cơ sở dữ liệu thông tin phục vụ công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; đào tạo nguồn nhân lực, bồi dưỡng nghiệp vụ phục vụ công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

5. Thanh tra, kiểm tra, giải quyết khiếu nại, tố cáo và xử lý vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng theo thẩm quyền.

6. Thực hiện hợp tác quốc tế về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

**Điều 49. Trách nhiệm của Ủy ban nhân dân các cấp**

1. Ban hành theo thẩm quyền hoặc trình cơ quan nhà nước có thẩm quyền ban hành và tổ chức thực hiện văn bản quy phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại địa phương.

2. Quản lý hoạt động về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của tổ chức xã hội, tổ chức hòa giải tại địa phương.

3. Tuyên truyền, phổ biến, giáo dục pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; tư vấn, hỗ trợ và nâng cao nhận thức về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại địa phương.

4. Thanh tra, kiểm tra, giải quyết khiếu nại, tố cáo và xử lý vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng theo thẩm quyền.

**CHƯƠNG VI**

**ĐIỀU KHOẢN THI HÀNH**

**Điều 50. Hiệu lực thi hành**

Luật này có hiệu lực thi hành từ ngày 01 tháng 7 năm 2011.

Pháp lệnh bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng số 13/1999/PL-UBTVQH10 hết hiệu lực kể từ ngày Luật này có hiệu lực.

**Điều 51. Quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành**

Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành các điều, khoản được giao trong Luật; hướng dẫn những nội dung cần thiết khác của Luật này để đáp ứng yêu cầu quản lý nhà nước.

*Luật này đã được Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam khóa XII, kỳ họp thứ 8 thông qua ngày 17 tháng 11 năm 2010.*

|  |  |
| --- | --- |
|  | **CHỦ TỊCH QUỐC HỘI**    *(đã ký)*  **Nguyễn Phú Trọng** |

|  |  |
| --- | --- |
| **CHÍNH PHỦ -------** | **CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM Độc lập - Tự do - Hạnh phúc ---------------** |
| Số: 99/2011/NĐ-CP | *Hà Nội, ngày 27 tháng 10 năm 2011* |

**NGHỊ ĐỊNH**

**QUY ĐỊNH CHI TIẾT VÀ HƯỚNG DẪN THI HÀNH MỘT SỐ ĐIỀU CỦA LUẬT BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG**  
\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**CHÍNH PHỦ**

*Căn cứ Luật Tổ chức Chính phủ ngày 25 tháng 12 năm 2001;*

*Căn cứ Luật số 59/2010/QH12 về Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ngày 17 tháng 11 năm 2010;*

*Xét đề nghị của Bộ trưởng Bộ Công Thương,*

**NGHỊ ĐỊNH:**

**Chương 1.**

**NHỮNG QUY ĐỊNH CHUNG**

**Điều 1. Phạm vi điều chỉnh**

Nghị định này quy định về bảo vệ người tiêu dùng trong giao dịch với cá nhân hoạt động thương mại độc lập, thường xuyên không phải đăng ký kinh doanh; hợp đồng giao kết với người tiêu dùng và điều kiện giao dịch chung; giải quyết yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; tổ chức xã hội tham gia hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; tổ chức hòa giải các tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh và quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

**Điều 2. Đối tượng áp dụng**

Nghị định này áp dụng đối với người tiêu dùng; tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ; cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan đến hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên lãnh thổ Việt Nam.

**Điều 3. Giải thích từ ngữ**

Trong Nghị định này, các từ ngữ dưới đây được hiểu như sau:

1. *Hợp đồng giao kết từ xa* là hợp đồng được ký kết giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ thông qua phương tiện điện tử hoặc điện thoại.

2. *Hợp đồng cung cấp dịch vụ liên tục* là hợp đồng cung cấp dịch vụ có thời hạn từ ba (03) tháng trở lên hoặc hợp đồng cung cấp dịch vụ không xác định thời hạn.

3. *Bán hàng tận cửa* là trường hợp tổ chức, cá nhân kinh doanh thực hiện việc bán hàng hóa tại nơi ở, nơi làm việc của người tiêu dùng.

**Chương 2.**

**BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG TRONG GIAO DỊCH VỚI CÁ NHÂN HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI ĐỘC LẬP, THƯỜNG XUYÊN KHÔNG PHẢI ĐĂNG KÝ KINH DOANH**

**Điều 4. Trách nhiệm của cá nhân hoạt động thương mại độc lập, thường xuyên không phải đăng ký kinh doanh**

1. Bảo đảm chất lượng, số lượng, công dụng, an toàn thực phẩm của hàng hóa, dịch vụ mà mình cung cấp cho người tiêu dùng theo quy định của pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng, pháp luật về thương mại và các pháp luật khác có liên quan.

2. Không được cung cấp cho người tiêu dùng các loại hàng hóa, dịch vụ quy định tại khoản 1 Điều 5 Nghị định số 39/2007/NĐ-CP ngày 16 tháng 3 năm 2007 của Chính phủ về cá nhân hoạt động thương mại độc lập, thường xuyên không phải đăng ký kinh doanh.

3. Cung cấp đúng, đầy đủ thông tin về hàng hóa, dịch vụ mà mình cung cấp cho người tiêu dùng theo quy định của pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng, pháp luật về thương mại và pháp luật khác có liên quan.

4. Đổi hàng hóa hoặc trả lại tiền và nhận lại hàng hóa cho người tiêu dùng trong trường hợp hàng hóa do mình cung cấp không đảm bảo chất lượng, số lượng, công dụng như thông tin mà mình cung cấp.

5. Chấp hành quyết định thu hồi hàng hóa trong trường hợp hàng hóa do mình cung cấp thuộc diện phải thu hồi và chịu chi phí để tiêu hủy hàng hóa trong trường hợp hàng hóa phải tiêu hủy theo quyết định của cơ quan có thẩm quyền.

6. Ngoài các quy định tại các khoản 1, 2, 3, 4 và 5 Điều này, cá nhân hoạt động thương mại độc lập, thường xuyên không phải đăng ký kinh doanh hoạt động trong phạm vi chợ, trung tâm thương mại phải thực hiện đầy đủ các quy định về bảo vệ người tiêu dùng theo nội quy do Ban Quản lý chợ, thương nhân kinh doanh chợ, trung tâm thương mại ban hành và được cơ quan có thẩm quyền phê duyệt.

**Điều 5. Trách nhiệm của Ban quản lý chợ, thương nhân kinh doanh chợ, trung tâm thương mại**

1. Ban hành nội quy theo quy định của pháp luật trong đó phải có các nội dung cơ bản về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, bao gồm:

a) Quyền và trách nhiệm của người tiêu dùng;

b) Quyền và trách nhiệm của người bán hàng;

c) Người có trách nhiệm tiếp nhận, giải quyết yêu cầu, phản ánh của người tiêu dùng;

d) Biện pháp xử lý vi phạm.

2. Hòa giải tranh chấp giữa người tiêu dùng và người bán hàng trong phạm vi chợ, trung tâm thương mại khi được yêu cầu.

3. Đặt và duy trì hoạt động của cân đối chứng, thiết bị đo lường tại các chợ, trung tâm thương mại để người tiêu dùng tự kiểm tra về số lượng, khối lượng hàng hóa.

4. Thường xuyên giám sát chất lượng, số lượng của hàng hóa trong khu vực chợ, trung tâm thương mại.

5. Thiết lập, niêm yết công khai đường dây nóng để tiếp nhận, giải quyết các yêu cầu của người tiêu dùng phù hợp với cấp độ chợ, trung tâm thương mại đã được phân loại theo quy định của pháp luật.

6. Định kỳ sáu (06) tháng một lần thông báo, phối hợp với các cơ quan chức năng về thương mại, quản lý thị trường, an toàn thực phẩm, tiêu chuẩn, đo lường và chất lượng trong việc kiểm soát chất lượng, số lượng, nguồn gốc, an toàn thực phẩm đối với hàng hóa, dịch vụ trong phạm vi chợ, trung tâm thương mại do mình quản lý.

7. Báo cáo cơ quan có thẩm quyền trong trường hợp phát hiện hành vi vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và quy định của pháp luật có liên quan khác.

8. Xử lý vi phạm theo nội quy đã được phê duyệt.

**Điều 6. Trách nhiệm của Ủy ban nhân dân cấp xã**

1. Kiểm tra, giám sát hoạt động của các Ban quản lý chợ, thương nhân kinh doanh chợ, trung tâm thương mại trên địa bàn trong việc thực hiện nội quy đã được phê duyệt. Trong trường hợp không có Ban quản lý chợ, thương nhân kinh doanh chợ, trung tâm thương mại thì Ủy ban nhân dân cấp xã có trách nhiệm thực hiện các biện pháp để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong phạm vi chợ, trung tâm thương mại.

2. Quản lý, kiểm tra hoạt động của các cá nhân hoạt động thương mại độc lập, thường xuyên không phải đăng ký kinh doanh hoạt động trên địa bàn xã ngoài phạm vi chợ, trung tâm thương mại để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

3. Phối hợp với các cơ quan chức năng cấp huyện, tỉnh về thương mại, quản lý thị trường, an toàn thực phẩm, tiêu chuẩn, đo lường và chất lượng trong việc quản lý, kiểm tra hoạt động kinh doanh của các cá nhân hoạt động thương mại trên địa bàn.

4. Xử lý các vi phạm về bảo vệ người tiêu dùng theo thẩm quyền và theo quy định của pháp luật.

5. Tuyên truyền, khuyến khích các cá nhân không hoạt động thương mại ngoài phạm vi chợ, trung tâm thương mại; tạo điều kiện để các cá nhân hoạt động kinh doanh trong phạm vi chợ, trung tâm thương mại.

**Chương 3.**

**HỢP ĐỒNG GIAO KẾT VỚI NGƯỜI TIÊU DÙNG VÀ ĐIỀU KIỆN GIAO DỊCH CHUNG**

**MỤC 1. KIỂM SOÁT HỢP ĐỒNG THEO MẪU VÀ ĐIỀU KIỆN GIAO DỊCH CHUNG**

**Điều 7. Yêu cầu chung đối với hợp đồng theo mẫu và điều kiện giao dịch chung**

Hợp đồng theo mẫu và điều kiện giao dịch chung phải được lập thành văn bản và phải đáp ứng đủ các điều kiện sau:

1. Ngôn ngữ sử dụng bằng tiếng Việt, nội dung phải rõ ràng, dễ hiểu; cỡ chữ ít nhất là 12.

2. Nền giấy và màu mực thể hiện nội dung hợp đồng theo mẫu và điều kiện giao dịch chung phải tương phản nhau.

**Điều 8. Trách nhiệm đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung**

1. Trước khi áp dụng hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung thuộc danh mục hàng hóa, dịch vụ phải đăng ký theo quy định của Thủ tướng Chính phủ, tổ chức, cá nhân kinh doanh phải thực hiện việc đăng ký theo quy định của Nghị định này.

2. Hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung chỉ được áp dụng đối với người tiêu dùng khi việc đăng ký được hoàn thành theo quy định tại Điều 14 Nghị định này.

**Điều 9. Thẩm quyền tiếp nhận đăng ký**

1. Bộ Công Thương chịu trách nhiệm tiếp nhận đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung trong trường hợp hợp đồng theo mẫu và điều kiện giao dịch chung áp dụng trên phạm vi cả nước hoặc áp dụng trên phạm vi từ hai tỉnh trở lên.

2. Sở Công Thương chịu trách nhiệm tiếp nhận đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung trong trường hợp hợp đồng theo mẫu và điều kiện giao dịch chung áp dụng trong phạm vi tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương.

**Điều 10. Hồ sơ và hình thức đăng ký**

1. Hồ sơ đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung bao gồm các tài liệu sau:

a) Đơn đăng ký nêu rõ địa chỉ, ngành nghề kinh doanh của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ. Bộ Công Thương hướng dẫn mẫu đơn đăng ký;

b) Dự thảo hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung.

2. Hồ sơ đăng ký có thể gửi trực tiếp, gửi bằng bưu điện hoặc gửi bằng phương tiện điện tử với số lượng một (01) bộ cho cơ quan có thẩm quyền quy định tại Điều 9 Nghị định này.

3. Trường hợp hồ sơ đăng ký được gửi trực tiếp, cán bộ tiếp nhận hồ sơ phải lập biên bản tiếp nhận, ngày tiếp nhận hồ sơ là ngày ghi trong biên bản tiếp nhận đó. Trong trường hợp hồ sơ đăng ký gửi bằng đường bưu điện, ngày tiếp nhận hồ sơ được tính theo dấu của bưu điện. Trường hợp hồ sơ gửi bằng phương tiện điện tử, thời điểm tiếp nhận hồ sơ được tính từ thời điểm xác nhận bằng thông điệp điện tử của cơ quan có thẩm quyền đăng ký được gửi đi.

**Điều 11. Yêu cầu bổ sung hồ sơ**

1. Trường hợp hồ sơ đăng ký không đầy đủ theo quy định tại khoản 1 Điều 10 Nghị định này, trong thời hạn năm (05) ngày làm việc kể từ ngày tiếp nhận, cơ quan có thẩm quyền tiếp nhận đăng ký có quyền yêu cầu tổ chức, cá nhân kinh doanh bổ sung hồ sơ, tài liệu.

2. Tổ chức, cá nhân có trách nhiệm bổ sung hồ sơ, tài liệu trong thời hạn ba (03) ngày làm việc kể từ ngày nhận được yêu cầu của cơ quan có thẩm quyền.

**Điều 12. Xem xét hồ sơ đăng ký**

1. Cơ quan có thẩm quyền tiếp nhận đăng ký tiến hành xem xét hồ sơ đăng ký kể từ thời điểm nhận được hồ sơ hợp lệ theo quy định tại Điều 10 và 11 Nghị định này.

2. Trong quá trình xem xét hồ sơ đăng ký, cơ quan có thẩm quyền đăng ký có quyền yêu cầu tổ chức, cá nhân kinh doanh giải trình các vấn đề liên quan đến nội dung hợp đồng theo mẫu và điều kiện giao dịch chung.

3. Trong quá trình xem xét hồ sơ đăng ký hợp đồng theo mẫu và điều kiện giao dịch chung cơ quan có thẩm quyền đăng ký có quyền tham vấn ý kiến của các cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan.

**Điều 13. Phạm vi xem xét nội dung hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung**

Cơ quan có thẩm quyền quy định tại Điều 9 Nghị định này xem xét hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung đối với các nội dung sau:

1. Nội dung không có hiệu lực quy định tại Điều 16 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

2. Các quy định tại Điều 7 Nghị định này.

3. Sự phù hợp với quy định của pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và nguyên tắc chung về giao kết hợp đồng.

**Điều 14. Hoàn thành việc đăng ký**

1. Chậm nhất hai mươi (20) ngày làm việc kể từ ngày nhận được hồ sơ hợp lệ, cơ quan có thẩm quyền đăng ký có trách nhiệm ra thông báo về việc chấp nhận đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung và gửi cho tổ chức, cá nhân kinh doanh. Trong trường hợp không chấp nhận đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung thì cơ quan nhà nước có thẩm quyền phải gửi văn bản trả lời cho tổ chức, cá nhân kinh doanh trong đó nói rõ lý do không chấp nhận.

2. Sau khi hoàn thành thủ tục đăng ký, hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung được công bố công khai và lưu trữ trên trang thông tin điện tử của cơ quan có thẩm quyền tiếp nhận đăng ký.

3. Cơ quan có thẩm quyền tiếp nhận đăng ký phải thường xuyên kiểm tra, theo dõi việc lưu hành các hợp đồng theo mẫu và điều kiện giao dịch chung đã đăng ký.

**Điều 15. Đăng ký lại hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung**

1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh phải đăng ký lại hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung trong trường hợp sau:

a) Khi pháp luật thay đổi làm thay đổi nội dung của hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung;

b) Tổ chức, cá nhân kinh doanh thay đổi nội dung hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung.

2. Thủ tục đăng ký lại hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung thực hiện như đăng ký lần đầu theo quy định của Nghị định này.

3. Tổ chức, cá nhân kinh doanh phải thông báo cho người tiêu dùng về việc thay đổi hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung sau khi hoàn thành việc đăng ký lại.

**Điều 16. Kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung không thuộc phạm vi phải đăng ký.**

1. Trường hợp nội dung của hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng hoặc trái với nguyên tắc chung về giao kết hợp đồng, cơ quan có thẩm quyền quy định tại Điều 9 Nghị định này có quyền yêu cầu tổ chức, cá nhân kinh doanh phải sửa đổi, hủy bỏ nội dung vi phạm đó.

2. Trường hợp nội dung trong hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung không rõ hoặc có nhiều cách hiểu khác nhau, cơ quan có thẩm quyền có quyền yêu cầu tổ chức, cá nhân kinh doanh giải trình làm rõ các nội dung trong hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung đó.

3. Trong thời hạn mười (10) ngày làm việc kể từ ngày nhận được yêu cầu của cơ quan có thẩm quyền, tổ chức, cá nhân kinh doanh phải sửa đổi, hủy bỏ nội dung vi phạm và thông báo cho người tiêu dùng đã giao kết hợp đồng. Trường hợp việc sửa đổi, hủy bỏ nội dung vi phạm dẫn đến điều khoản của hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, điều kiện giao dịch chung không có hiệu lực và phát sinh thiệt hại đối với người tiêu dùng thì xử lý theo quy định của pháp luật dân sự.

**MỤC 2. MỘT SỐ HỢP ĐỒNG ĐẶC THÙ GIAO KẾT VỚI NGƯỜI TIÊU DÙNG**

**Điều 17. Hợp đồng giao kết từ xa**

1. Khi giao kết hợp đồng từ xa, tổ chức, cá nhân kinh doanh phải cung cấp cho người tiêu dùng những thông tin sau:

a) Tên của tổ chức, cá nhân kinh doanh, số điện thoại liên lạc, địa chỉ, trụ sở, địa chỉ cơ sở chịu trách nhiệm về đề nghị giao kết hợp đồng (nếu có);

b) Chất lượng của hàng hóa, dịch vụ;

c) Chi phí giao hàng (nếu có);

d) Phương thức thanh toán, phương thức giao hàng hóa, cung ứng dịch vụ;

đ) Thời gian có hiệu lực của đề nghị giao kết và mức giá đề nghị giao kết;

e) Chi phí sử dụng phương tiện thông tin liên lạc cho việc giao kết hợp đồng nếu chi phí này chưa được tính vào giá của hàng hóa, dịch vụ;

g) Chi tiết về tính năng, công dụng, cách thức sử dụng của hàng hóa, dịch vụ là đối tượng hợp đồng.

2. Trường hợp việc đề nghị giao kết hợp đồng được thực hiện thông qua điện thoại, tổ chức, cá nhân kinh doanh cần phải nói rõ ngay từ đầu về tên, địa chỉ của mình và mục đích của cuộc đàm thoại.

3. Trừ trường hợp các bên có thỏa thuận khác, trong trường hợp tổ chức, cá nhân kinh doanh cung cấp không đúng, không đầy đủ thông tin quy định tại khoản 1 Điều này thì trong thời hạn mười (10) ngày kể từ ngày giao kết hợp đồng người tiêu dùng có quyền đơn phương chấm dứt thực hiện hợp đồng đã giao kết và thông báo cho tổ chức, cá nhân kinh doanh. Người tiêu dùng không phải trả bất kỳ chi phí nào liên quan đến việc chấm dứt đó và chỉ phải trả chi phí đối với phần hàng hóa, dịch vụ đã sử dụng.

4. Trường hợp người tiêu dùng đơn phương chấm dứt thực hiện hợp đồng theo quy định tại khoản 3 Điều này, tổ chức; cá nhân kinh doanh phải trả lại tiền cho người tiêu dùng chậm nhất là ba mươi (30) ngày kể từ ngày người tiêu dùng tuyên bố đơn phương chấm dứt thực hiện hợp đồng. Quá thời hạn này, tổ chức, cá nhân kinh doanh phải trả lãi đối với số tiền chậm trả theo lãi suất cơ bản do Ngân hàng Nhà nước công bố tương ứng với thời gian chậm trả tại thời điểm thanh toán. Việc hoàn trả được thực hiện theo phương thức mà người tiêu dùng đã thanh toán, trừ trường hợp người tiêu dùng đồng ý thanh toán bằng phương thức khác.

Trường hợp việc chấm dứt hợp đồng gây thiệt hại cho người tiêu dùng thì tổ chức, cá nhân kinh doanh phải bồi thường theo quy định của pháp luật dân sự.

**Điều 18. Hợp đồng cung cấp dịch vụ liên tục**

1. Hợp đồng cung cấp dịch vụ liên tục phải có những nội dung sau:

a) Tên, địa chỉ liên lạc của tổ chức, cá nhân cung cấp dịch vụ;

b) Mô tả dịch vụ được cung cấp;

c) Chất lượng dịch vụ;

d) Thời điểm và thời hạn cung cấp dịch vụ;

đ) Cách thức tính phí, giá dịch vụ;

e) Phương thức cung cấp dịch vụ và phương thức thanh toán.

2. Hợp đồng cung cấp dịch vụ liên tục phải được lập thành văn bản và phải giao cho người tiêu dùng một (01) bản.

3. Trừ trường hợp các bên có thỏa thuận khác, người tiêu dùng có quyền đơn phương chấm dứt thực hiện hợp đồng cung cấp dịch vụ liên tục tại bất kỳ thời điểm nào và thông báo bằng văn bản cho tổ chức, cá nhân cung cấp dịch vụ. Trong trường hợp người tiêu dùng đơn phương chấm dứt thực hiện hợp đồng, người tiêu dùng chỉ phải thanh toán phí, giá cho phần dịch vụ mà mình đã sử dụng.

4. Tổ chức, cá nhân cung cấp dịch vụ có nghĩa vụ sau:

a) Trừ trường hợp các bên có thỏa thuận khác, không được yêu cầu người tiêu dùng thanh toán bất kỳ khoản tiền nào trước khi dịch vụ được cung cấp đến người tiêu dùng;

b) Không được đơn phương chấm dứt thực hiện hợp đồng, ngừng cung cấp dịch vụ mà không có lý do chính đáng. Trường hợp cần sửa chữa, bảo trì hoặc vì lý do nào khác bắt buộc phải ngừng cung cấp dịch vụ, tổ chức, cá nhân cung cấp dịch vụ phải thông báo trước cho người tiêu dùng chậm nhất là ba (03) ngày làm việc trước ngày dừng cung cấp dịch vụ;

c) Tổ chức, cá nhân cung cấp dịch vụ phải thường xuyên kiểm tra chất lượng dịch vụ mà mình cung cấp, đảm bảo chất lượng dịch vụ như đã cam kết với người tiêu dùng;

d) Trường hợp người tiêu dùng thông báo sự cố hoặc khiếu nại về chất lượng dịch vụ, tổ chức, cá nhân cung cấp dịch vụ phải kịp thời kiểm tra, giải quyết.

**Điều 19. Hợp đồng bán hàng tận cửa**

1. Người bán hàng tận cửa là người của tổ chức, cá nhân kinh doanh. Khi thực hiện việc bán hàng tận cửa người bán hàng tận cửa có nghĩa vụ sau đây:

a) Giới thiệu tên, số điện thoại liên lạc, địa chỉ, trụ sở của tổ chức, cá nhân kinh doanh, chịu trách nhiệm về đề nghị giao kết hợp đồng;

b) Không được tiếp tục đề nghị giao kết hợp đồng khi người tiêu dùng đã từ chối;

c) Giải thích cho người tiêu dùng về điều kiện của hợp đồng, thông tin khác mà người tiêu dùng quan tâm liên quan đến hàng hóa, dịch vụ.

2. Trừ trường hợp các bên có thỏa thuận khác, hợp đồng bán hàng tận cửa phải được lập thành văn bản và giao cho người tiêu dùng một bản.

3. Trong thời hạn ba (03) ngày làm việc kể từ ngày giao kết hợp đồng, người tiêu dùng có quyền yêu cầu đơn phương chấm dứt thực hiện hợp đồng đã giao kết và thông báo bằng văn bản cho tổ chức, cá nhân kinh doanh. Trước khi hết thời hạn này, người bán hàng tận cửa không được phép yêu cầu người tiêu dùng thanh toán hoặc thực hiện các nội dung hợp đồng, trừ trường hợp pháp luật có quy định khác.

4. Trường hợp hợp đồng bán hàng tận cửa được lập thành văn bản, khi ký kết hợp đồng bán hàng tận cửa, người tiêu dùng phải tự ghi ngày, tháng giao kết hợp đồng.

5. Tổ chức, cá nhân kinh doanh phải chịu trách nhiệm đối với mọi hoạt động của người bán hàng tận cửa.

**Chương 4.**

**GIẢI QUYẾT YÊU CẦU BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG**

**Điều 20. Hình thức, nội dung của yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

1. Người tiêu dùng, tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng có quyền yêu cầu cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng theo quy định tại Điều 25 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Việc yêu cầu có thể được thực hiện bằng văn bản hoặc yêu cầu trực tiếp.

2. Yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng phải có các nội dung sau:

a) Thông tin về tổ chức, cá nhân kinh doanh vi phạm;

b) Thông tin về tổ chức xã hội hoặc người tiêu dùng yêu cầu;

c) Nội dung vụ việc;

d) Yêu cầu cụ thể của người tiêu dùng, tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng;

đ) Tài liệu, chứng cứ kèm theo.

**Điều 21. Thủ tục tiếp nhận yêu cầu**

1. Trường hợp yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được lập bằng văn bản, cán bộ phụ trách tiếp nhận có trách nhiệm xem xét và tiếp nhận yêu cầu.

Trường hợp yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được trình bày trực tiếp, cán bộ phụ trách tiếp nhận phải lập thành văn bản và yêu cầu người tiêu dùng hoặc người đại diện của tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ký tên hoặc điểm chỉ xác nhận vào văn bản đó.

2. Trường hợp yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thiếu các nội dung quy định tại Điều 20 Nghị định này, cơ quan có thẩm quyền yêu cầu người tiêu dùng, tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng bổ sung. Việc bổ sung phải được thực hiện trong thời hạn năm (05) ngày làm việc kể từ ngày nhận được yêu cầu của cơ quan có thẩm quyền.

**Điều 22. Giải quyết yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

1. Sau khi tiếp nhận yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, cơ quan có thẩm quyền tiến hành giải quyết yêu cầu. Trường hợp cần thiết, cơ quan có thẩm quyền có quyền yêu cầu các bên giải trình, cung cấp thêm thông tin, tài liệu phục vụ cho việc giải quyết yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

2. Trong thời hạn mười lăm (15) ngày làm việc kể từ ngày tiếp nhận yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng hợp lệ, cơ quan có thẩm quyền phải trả lời theo quy định tại Điều 26 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Trường hợp vụ việc phức tạp, thời hạn trả lời có thể được gia hạn nhưng không quá mười lăm (15) ngày làm việc.

3. Trong quá trình giải quyết yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, nếu cơ quan có thẩm quyền xác định vụ việc có dấu hiệu vi phạm pháp luật về xử lý vi phạm hành chính hoặc vụ việc thuộc thẩm quyền giải quyết của cơ quan khác thì chuyển hồ sơ vụ việc cho cơ quan đó giải quyết và nêu rõ trong văn bản trả lời người tiêu dùng.

**Điều 23. Công bố công khai danh sách tổ chức, cá nhân kinh doanh vi phạm quyền lợi người tiêu dùng**

1. Cơ quan bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cấp huyện có trách nhiệm lập và công khai danh sách tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ vi phạm quyền lợi người tiêu dùng theo quy định tại khoản 4 Điều 26 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Trường hợp vụ việc vi phạm liên quan từ hai huyện trở lên thì Sở Công Thương có trách nhiệm công bố danh sách tổ chức, cá nhân kinh doanh vi phạm. Trường hợp vụ việc liên quan đến từ hai tỉnh trở lên, Bộ Công thương có trách nhiệm công bố danh sách tổ chức, cá nhân kinh doanh vi phạm.

2. Danh sách tổ chức, cá nhân kinh doanh vi phạm được công bố công khai trên phương tiện thông tin đại chúng, niêm yết tại trụ sở và đăng tải trên trang thông tin điện tử của cơ quan bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Nội dung công bố công khai gồm:

a) Tên, địa chỉ tổ chức, cá nhân vi phạm;

b) Hành vi, địa bàn vi phạm;

c) Cơ quan ban hành, số, ngày, tháng, năm quyết định xử lý vi phạm.

Thời hạn công bố tổ chức, cá nhân kinh doanh vi phạm là ba mươi (30) ngày kể từ ngày công bố.

3. Ban quản lý chợ, thương nhân kinh doanh chợ, trung tâm thương mại công bố công khai danh sách tổ chức, cá nhân kinh doanh trong phạm vi chợ, trung tâm thương mại vi phạm quyền lợi người tiêu dùng tại chợ, trung tâm thương mại do mình quản lý.

**Chương 5.**

**TỔ CHỨC XÃ HỘI THAM GIA HOẠT ĐỘNG BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG**

**MỤC 1. KHỞI KIỆN VỤ ÁN BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG**

**Điều 24. 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**

Tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được quyền tự mình khởi kiện vụ án bảo vệ quyền lợi 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.

**Điều 25. Nghĩa vụ của tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khi tự mình khởi kiện vụ án bảo vệ người tiêu dùng vì lợi ích công cộng**

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 sau:

1. Thông báo thông tin về nội dung vụ án theo quy định tại Điều 44 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

2. Đảm bảo quyền tham gia vụ án của những người tiêu dùng có liên quan đến vụ án.

3. Chịu các chi phí phát sinh trong quá trình khởi kiện.

**Điều 26. Các tổ chức xã hội tham gia quá trình khởi kiện**

Trường hợp tổ chức xã hội đã thực hiện việc khởi kiện vụ án bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, các tổ chức xã hội liên quan có quyền và nghĩa vụ phối hợp với tổ chức xã hội đã khởi kiện để thu thập chứng cứ, cung cấp thông tin và các hoạt động khác liên quan đến quá trình tố tụng.

**MỤC 2. THỰC HIỆN CÁC NHIỆM VỤ GẮN VỚI NHIỆM VỤ CỦA NHÀ NƯỚC**

**Điều 27. Điều kiện để tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được thực hiện các nhiệm vụ gắn với nhiệm vụ của Nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

Tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được thực hiện các nhiệm vụ gắn với nhiệm vụ của Nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khi có đủ các điều kiện sau đây:

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

2. Có tôn chỉ, mục đích hoạt động vì bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

3. Có thời gian hoạt động tối thiểu là một (01) năm.

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

**Điều 28. Nhiệm vụ Nhà nước giao cho tổ chức xã hội thực hiện**

Tổ chức xã hội đáp ứng đủ các điều kiện quy định tại Điều 27 Nghị định này được cơ quan Nhà nước có thẩm quyền giao thực hiện một trong những nhiệm vụ sau:

1. Tuyên truyền, phổ biến giáo dục về quyền và nghĩa vụ của người tiêu dùng.

2. Hướng dẫn, đào tạo nâng cao nhận thức cho người tiêu dùng.

3. Tư vấn, hỗ trợ cho người tiêu dùng.

4. Thực hiện các nghiên cứu, khảo sát thực tế, tập hợp ý kiến, phản ánh nhu cầu của người tiêu dùng.

**Điều 29. Thẩm quyền giao nhiệm vụ bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cho tổ chức xã hội**

1. Bộ trưởng Bộ Công Thương quyết định giao nhiệm vụ gắn với nhiệm vụ của Nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cho tổ chức xã hội có đủ điều kiện hoạt động trên phạm vi toàn quốc hoặc hoạt động trên phạm vi từ hai tỉnh trở lên.

2. Chủ tịch Ủy ban nhân dân cấp tỉnh quyết định giao nhiệm vụ gắn với nhiệm vụ của Nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cho tổ chức xã hội có đủ điều kiện hoạt động trên phạm vi tỉnh mình.

**Điều 30. Hỗ trợ kinh phí đối với các hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng do Nhà nước giao**

Khi được cơ quan nhà nước có thẩm quyền giao thực hiện nhiệm vụ gắn với nhiệm vụ của Nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, tổ chức xã hội được Nhà nước hỗ trợ kinh phí theo quy định của pháp luật.

**Chương 6.**

**TỔ CHỨC HÒA GIẢI CÁC TRANH CHẤP GIỮA NGƯỜI TIÊU DÙNG VÀ TỔ CHỨC, CÁ NHÂN KINH DOANH**

**Điều 31. Thẩm quyền thành lập, giải thể tổ chức hòa giải**

Các cơ quan, tổ chức sau đây có thẩm quyền thành lập, giải thể tổ chức hòa giải:

1. Cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

2. Tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

**Điều 32. Hòa giải viên**

1. Công dân Việt Nam có đủ các điều kiện sau đây có thể làm Hòa giải viên:

a) Có năng lực hành vi dân sự đầy đủ;

b) Có phẩm chất đạo đức tốt, trung thực;

c) Có ít nhất năm (05) năm kinh nghiệm công tác.

2. Người đang bị quản chế hành chính, đang bị truy cứu trách nhiệm hình sự hoặc đã bị kết án mà chưa được xóa án tích không được làm Hòa giải viên.

**Điều 33. Trách nhiệm, quyền hạn của tổ chức hòa giải**

Trong quá trình hoạt động, tổ chức hòa giải có trách nhiệm sau:

1. Thực hiện đúng quy định của pháp luật.

2. Tôn trọng sự thỏa thuận của các bên; không được đe dọa, cưỡng ép các bên trong quá trình hòa giải.

3. Đảm bảo bí mật thông tin liên quan đến nội dung hòa giải và các thông tin khác của các bên tham gia hòa giải, trừ trường hợp các bên có thỏa thuận khác hoặc pháp luật có quy định khác.

4. Không được lợi dụng việc hòa giải để gây thiệt hại đến quyền và lợi ích hợp pháp của các bên tham gia hòa giải.

5. Không được hòa giải trong trường hợp tranh chấp gây thiệt hại đến lợi ích của Nhà nước, lợi ích của nhiều người tiêu dùng, lợi ích công cộng hoặc có dấu hiệu cấu thành tội phạm.

**Chương 7.**

**QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG**

**Điều 34. Cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

1. Bộ Công Thương là cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ở trung ương.

Cục Quản lý cạnh tranh là cơ quan giúp Bộ trưởng Bộ Công Thương thực hiện quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

2. Ủy ban nhân dân cấp tỉnh tại địa phương là cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ở địa phương.

Sở Công Thương là cơ quan giúp Chủ tịch Ủy ban nhân dân cấp tỉnh thực hiện quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại địa phương.

3. Ủy ban nhân dân cấp huyện quyết định đơn vị giúp Ủy ban nhân dân thực hiện chức năng quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên địa bàn huyện mình.

**Điều 35. Trách nhiệm của các cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại địa phương**

1. Sở Công Thương có trách nhiệm giúp Ủy ban nhân dân cấp tỉnh thực hiện các nhiệm vụ sau:

a) Thực hiện việc kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung theo quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Nghị định này và quy định của pháp luật có liên quan;

b) Thẩm định các đề án, kế hoạch hoạt động của tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trình Chủ tịch Ủy ban nhân dân cấp tỉnh quyết định giao thực hiện nhiệm vụ gắn với nhiệm vụ của Nhà nước;

c) Giám sát việc thực hiện các nhiệm vụ khi giao cho tổ chức xã hội bảo vệ người tiêu dùng thực hiện;

d) Kiểm tra, giám sát hoạt động hòa giải của tổ chức hòa giải tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh;

đ) Tạo điều kiện để tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng hoạt động;

e) Hướng dẫn chuyên môn, nghiệp vụ để cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ người tiêu dùng cấp huyện thực hiện các nội dung liên quan đến bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

g) Công bố công khai danh sách tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ vi phạm quyền lợi người tiêu dùng theo quy định tại khoản 4 Điều 26 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và Điều 23 Nghị định này;

h) Báo cáo kết quả thực hiện quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên địa bàn tỉnh theo định kỳ hoặc theo yêu cầu của cơ quan có thẩm quyền cấp trên;

i) Kiểm tra, xử lý hành vi vi phạm quyền lợi người tiêu dùng theo quy định của pháp luật;

k) Các trách nhiệm khác quy định tại Điều 49 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

2. Đơn vị giúp Ủy ban nhân dân cấp huyện thực hiện quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng có trách nhiệm thực hiện các nhiệm vụ sau:

a) Thực hiện việc giải quyết yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng theo quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Nghị định này và các quy định của pháp luật có liên quan;

b) Kiểm tra, giám sát hoạt động của tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng hoạt động trên địa bàn huyện mình quản lý;

c) Giúp Ủy ban nhân dân cấp huyện quản lý theo thẩm quyền đối với các chợ, trung tâm thương mại trên địa bàn để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khi mua hàng hóa, sử dụng dịch vụ tại các địa điểm này;

d) Hướng dẫn chuyên môn, nghiệp vụ để Ủy ban nhân dân cấp xã thực hiện các biện pháp cần thiết để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khi mua hàng hóa, sử dụng dịch vụ của các cá nhân hoạt động thương mại ngoài phạm vi chợ, trung tâm thương mại;

đ) Công bố công khai danh sách tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ vi phạm quyền lợi người tiêu dùng theo quy định tại khoản 4 Điều 26 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và Điều 23 Nghị định này;

e) Báo cáo kết quả thực hiện quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên địa bàn huyện theo định kỳ hoặc theo yêu cầu của cơ quan có thẩm quyền cấp trên;

g) Các trách nhiệm khác quy định tại Điều 49 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

**Chương 8.**

**ĐIỀU KHOẢN THI HÀNH**

**Điều 36. Hiệu lực thi hành**

Nghị định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15 tháng 12 năm 2011.

**Điều 37. Trách nhiệm thi hành**

1. Bộ Công Thương chủ trì, phối hợp với Bộ Nội vụ và Ủy ban nhân dân cấp tỉnh hướng dẫn thực hiện việc quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại địa phương.

2. Các Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, các tổ chức, cá nhân liên quan chịu trách nhiệm thi hành Nghị định này./.

|  |  |
| --- | --- |
| ***Nơi nhận:*** - Ban Bí thư Trung ương Đảng; - Thủ tướng, các Phó Thủ tướng Chính phủ; - Các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc CP; - VP BCĐTW về phòng, chống tham nhũng; - HĐND, UBND các tỉnh, TP trực thuộc TW; - Văn phòng Trung ương và các Ban của Đảng; - Văn phòng Chủ tịch nước; - Hội đồng Dân tộc và các Ủy ban của Quốc hội; - Văn phòng Quốc hội; - Tòa án nhân dân tối cao; - Viện Kiểm sát nhân dân tối cao; - Kiểm toán Nhà nước; - Ủy ban Giám sát tài chính Quốc gia; - Ngân hàng Chính sách Xã hội; - Ngân hàng Phát triển Việt Nam; - UBTW Mặt trận Tổ quốc Việt Nam; - Cơ quan Trung ương của các đoàn thể; - VPCP: BTCN, các PCN, Cổng TTĐT, các Vụ, Cục, đơn vị trực thuộc, Công báo; - Lưu: Văn thư, KTTH (5b). | **TM. CHÍNH PHỦ THỦ TƯỚNG     Nguyễn Tấn Dũng** |

**PHỤ LỤC 3**

**KẾT QUẢ PHÁP ĐIỂN**

**ĐỀ MỤC BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG**

**CHƯƠNG I**

**NHỮNG QUY ĐỊNH CHUNG**

**Điều 34.1.LQ.1. Phạm vi điều chỉnh**

*(Điều 1 Luật số:59/2010/QH12 ngày 17/11/2010 của Quốc hội, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

Luật này quy định về quyền và nghĩa vụ của người tiêu dùng; trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ đối với người tiêu dùng; trách nhiệm của tổ chức xã hội trong việc tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ; trách nhiệm quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

**Điều 34.1.NĐ.1.1. Phạm vi điều chỉnh**

*(Điều 1 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP ngày 27/10/2011 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

Nghị định này quy định về bảo vệ người tiêu dùng trong giao dịch với cá nhân hoạt động thương mại độc lập, thường xuyên không phải đăng ký kinh doanh; hợp đồng giao kết với người tiêu dùng và điều kiện giao dịch chung; giải quyết yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; tổ chức xã hội tham gia hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; tổ chức hòa giải các tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh và quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

**Điều 34.1.LQ.2. Đối tượng áp dụng**

*(Điều 2 Luật số: 59/2010/QH12 có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

Luật này áp dụng đối với người tiêu dùng; tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ; cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan đến hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên lãnh thổ Việt Nam.

**Điều 34.1.NĐ.1.2. Đối tượng áp dụng**

*(Điều 2 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

Nghị định này áp dụng đối với người tiêu dùng; tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ; cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan đến hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên lãnh thổ Việt Nam.

**Điều 34.1.LQ.3. Giải thích từ ngữ**

*(Điều 3 Luật số: 59/2010/QH12 có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011*)

Trong Luật này, các từ ngữ dưới đây được hiểu như sau:

1. *Người tiêu dùng* là người mua, sử dụng hàng hoá, dịch vụ cho mục đích tiêu dùng, sinh hoạt của cá nhân, gia đình, tổ chức.

2. *Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ* là tổ chức, cá nhân thực hiện một, một số hoặc tất cả các công đoạn của quá trình đầu tư, từ sản xuất đến tiêu thụ hàng hóa hoặc cung ứng dịch vụ trên thị trường nhằm mục đích sinh lợi, bao gồm:

a) Thương nhân theo quy định của Luật thương mại;

b) Cá nhân hoạt động thương mại độc lập, thường xuyên, không phải đăng ký kinh doanh.

3. *Hàng hóa có khuyết tật* là hàng hóa không bảo đảm an toàn cho người tiêu dùng, có khả năng gây thiệt hại cho tính mạng, sức khoẻ, tài sản của người tiêu dùng, kể cả trường hợp hàng hóa đó được sản xuất theo đúng tiêu chuẩn hoặc quy chuẩn kỹ thuật hiện hành nhưng chưa phát hiện được khuyết tật tại thời điểm hàng hoá được cung cấp cho người tiêu dùng, bao gồm:

a) Hàng hóa sản xuất hàng loạt có khuyết tật phát sinh từ thiết kế kỹ thuật;

b) Hàng hóa đơn lẻ có khuyết tật phát sinh từ quá trình sản xuất, chế biến, vận chuyển, lưu giữ;

c) Hàng hóa tiềm ẩn nguy cơ gây mất an toàn trong quá trình sử dụng nhưng không có hướng dẫn, cảnh báo đầy đủ cho người tiêu dùng.

4. *Quấy rối người tiêu dùng* là hành vi tiếp xúc trực tiếp hoặc gián tiếp với người tiêu dùng để giới thiệu về hàng hoá, dịch vụ, tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ hoặc đề nghị giao kết hợp đồng trái với ý muốn của người tiêu dùng, gây cản trở, ảnh hưởng đến công việc, sinh hoạt bình thường của người tiêu dùng.

5. *Hợp đồng theo mẫu* là hợp đồng do tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ soạn thảo để giao dịch với người tiêu dùng.

6. *Điều kiện giao dịch chung* là những quy định, quy tắc bán hàng, cung ứng dịch vụ do tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ công bố và áp dụng đối với người tiêu dùng.

7. *Hòa giải* là việc giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ thông qua bên thứ ba.

**Điều 34.1.NĐ.1.3. Giải thích từ ngữ**

*(Điều 3 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

Trong Nghị định này, các từ ngữ dưới đây được hiểu như sau:

1. *Hợp đồng giao kết từ xa* là hợp đồng được ký kết giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ thông qua phương tiện điện tử hoặc điện thoại.

2. *Hợp đồng cung cấp dịch vụ liên tục* là hợp đồng cung cấp dịch vụ có thời hạn từ ba (03) tháng trở lên hoặc hợp đồng cung cấp dịch vụ không xác định thời hạn.

3. *Bán hàng tận cửa* là trường hợp tổ chức, cá nhân kinh doanh thực hiện việc bán hàng hóa tại nơi ở, nơi làm việc của người tiêu dùng.

**Điều 34.1.LQ.4. Nguyên tắc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

*(Điều 4 Luật số: 59/2010/QH12 có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

1. Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là trách nhiệm chung của Nhà nước và toàn xã hội.

2. Quyền lợi của người tiêu dùng được tôn trọng và bảo vệ theo quy định của pháp luật.

3. Bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng phải được thực hiện kịp thời, công bằng, minh bạch, đúng pháp luật.

4. Hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng không được xâm phạm đến lợi ích của Nhà nước, quyền, lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ và tổ chức, cá nhân khác.

**Điều 34.1.LQ.5. Chính sách của Nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

*(Điều 5 Luật số: 59/2010/QH12 có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

1. Tạo điều kiện thuận lợi để tổ chức, cá nhân chủ động tham gia vào việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

2. Khuyến khích tổ chức, cá nhân ứng dụng, phát triển công nghệ tiên tiến để sản xuất hàng hoá, cung ứng dịch vụ an toàn, bảo đảm chất lượng.

3. Triển khai thường xuyên, đồng bộ các biện pháp quản lý, giám sát việc tuân thủ pháp luật của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ.

4. Huy động mọi nguồn lực nhằm tăng đầu tư cơ sở vật chất, phát triển nhân lực cho cơ quan, tổ chức thực hiện công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; thường xuyên tăng cường tư vấn, hỗ trợ, tuyên truyền, phổ biến, hướng dẫn kiến thức cho người tiêu dùng.

5. Đẩy mạnh hội nhập, mở rộng hợp tác quốc tế, chia sẻ thông tin, kinh nghiệm quản lý trong việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

**Điều 34.1.LQ.6. Bảo vệ thông tin của người tiêu dùng**

*(Điều 6 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

1. Người tiêu dùng được bảo đảm an toàn, bí mật thông tin của mình khi tham gia giao dịch, sử dụng hàng hóa, dịch vụ, trừ trường hợp cơ quan nhà nước có thẩm quyền yêu cầu.

2. Trường hợp thu thập, sử dụng, chuyển giao thông tin của người tiêu dùng thì tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ có trách nhiệm:

a) Thông báo rõ ràng, công khai trước khi thực hiện với người tiêu dùng về mục đích hoạt động thu thập, sử dụng thông tin của người tiêu dùng;

b) Sử dụng thông tin phù hợp với mục đích đã thông báo với người tiêu dùng và phải được người tiêu dùng đồng ý;

c) Bảo đảm an toàn, chính xác, đầy đủ khi thu thập, sử dụng, chuyển giao thông tin của người tiêu dùng;

d) Tự mình hoặc có biện pháp để người tiêu dùng cập nhật, điều chỉnh thông tin khi phát hiện thấy thông tin đó không chính xác;

đ) Chỉ được chuyển giao thông tin của người tiêu dùng cho bên thứ ba khi có sự đồng ý của người tiêu dùng, trừ trường hợp pháp luật có quy định khác.

*(Điều này có nội dung liên quan đến điều (từ điều 68 đến điều 73 Nghị định 52/2013/NĐ-CP ban hành ngày 16/5/2013).*

**Điều 34.1.LQ.7. Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch với cá nhân hoạt động thương mại độc lập, thường xuyên, không phải đăng ký kinh doanh**

*(Điều 7 Luật số: 59/2010/QH12 có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

1. Căn cứ vào quy định của Luật này và quy định khác của pháp luật có liên quan, Chính phủ quy định chi tiết việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch với cá nhân hoạt động thương mại độc lập, thường xuyên, không phải đăng ký kinh doanh.

2. Căn cứ vào quy định của Luật này, quy định của Chính phủ và điều kiện cụ thể của địa phương, Ủy ban nhân dân xã, phường, thị trấn, ban quản lý chợ, khu thương mại triển khai thực hiện các biện pháp cụ thể để bảo đảm chất lượng, số lượng, an toàn thực phẩm cho người tiêu dùng khi mua, sử dụng hàng hóa, dịch vụ của cá nhân hoạt động thương mại độc lập, thường xuyên, không phải đăng ký kinh doanh.

**Điều 34.1.LQ.8. Quyền của người tiêu dùng**

*(Điều 8 Luật số: 59/2010/QH12 có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

1. Được bảo đảm an toàn tính mạng, sức khoẻ, tài sản, quyền, lợi ích hợp pháp khác khi tham gia giao dịch, sử dụng hàng hoá, dịch vụ do tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ cung cấp.

2. Được cung cấp thông tin chính xác, đầy đủ về tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ; nội dung giao dịch hàng hóa, dịch vụ; nguồn gốc, xuất xứ hàng hoá; được cung cấp hoá đơn, chứng từ, tài liệu liên quan đến giao dịch và thông tin cần thiết khác về hàng hóa, dịch vụ mà người tiêu dùng đã mua, sử dụng.

3. Lựa chọn hàng hoá, dịch vụ, tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ theo nhu cầu, điều kiện thực tế của mình; quyết định tham gia hoặc không tham gia giao dịch và các nội dung thoả thuận khi tham gia giao dịch với tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ.

4. Góp ý kiến với tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ về giá cả, chất lượng hàng hoá, dịch vụ, phong cách phục vụ, phương thức giao dịch và nội dung khác liên quan đến giao dịch giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ.

5. Tham gia xây dựng và thực thi chính sách, pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

6. Yêu cầu bồi thường thiệt hại khi hàng hoá, dịch vụ không đúng tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật, chất lượng, số lượng, tính năng, công dụng, giá cả hoặc nội dung khác mà tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đã công bố, niêm yết, quảng cáo hoặc cam kết.

7. Khiếu nại, tố cáo, khởi kiện hoặc đề nghị tổ chức xã hội khởi kiện để bảo vệ quyền lợi của mình theo quy định của Luật này và các quy định khác của pháp luật có liên quan.

8. Được tư vấn, hỗ trợ, hướng dẫn kiến thức về tiêu dùng hàng hóa, dịch vụ.

*(Điều này có nội dung liên quan đến Điều 16, Luật Quảng cáo số 16/2012/QH13 ban hành ngày 21/6/2012; Điều 9 Luật An toàn thực phẩm số 55/2010/QH12 ban hành ngày 17/06/2010; Điều 17 Luật chất lượng, sản phẩm hàng hoá ban hành ngày 21/11/2007; Điều 4 Luật Du lịch số 09/2017/QH14 ban hành ngày 19/6/2017; Điều 25 và điều 46 Luật Điện lực số 28/2004/QH11 ban hành ngày 03 tháng 12 năm 2004; Điều 60, điều 61 Luật Đường sắt số 06/2017/QH14 ban hành ngày 16/06/2017; Điều 202 Bộ luật Hàng hải Việt Nam số 95/2015/QH13 ngày 25/11/2015; Điều 147 Luật Hàng không dân dụng Việt Nam số 66/2006/QH11 ban hành ngày 29/6/2006; Điều 1 Luật Viễn thông số 41/2009/QH12 ban hành ngày 23 /11 /2009; Điều 16 Luật Phòng, chống bệnh truyền nhiễm số 03/2007/QH12 ban hành ngày 21/11/2007; Điều 7 Luật Khám bệnh, chữa bệnh số 40/2009/QH12 ban hành ngày 23/11/2009; Điều 1 Luật Bảo vệ sức khỏe nhân dân ban hành ngày 30/6/1989; Luật Bảo vệ sức khỏe nhân dân ngày 30 tháng 6 năm 1989; Điều 38,40 Luật Đo lường số 04/2011/QH13 ban hành ngày 11/11/2011; Điều 11 Luật Bảo hiểm tiền gửi 06/2012/QH13 ban hành ngày 18/6/2012).*

**Điều 34.1.LQ.9. Nghĩa vụ của người tiêu dùng**

*(Điều 9 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

1. Kiểm tra hàng hoá trước khi nhận; lựa chọn tiêu dùng hàng hóa, dịch vụ có nguồn gốc, xuất xứ rõ ràng, không làm tổn hại đến môi trường, trái với thuần phong mỹ tục và đạo đức xã hội, không gây nguy hại đến tính mạng, sức khỏe của mình và của người khác; thực hiện chính xác, đầy đủ hướng dẫn sử dụng hàng hóa, dịch vụ.

2. Thông tin cho cơ quan nhà nước, tổ chức, cá nhân có liên quan khi phát hiện hàng hóa, dịch vụ lưu hành trên thị trường không bảo đảm an toàn, gây thiệt hại hoặc đe dọa gây thiệt hại đến tính mạng, sức khoẻ, tài sản của người tiêu dùng; hành vi của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ xâm phạm đến quyền, lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng.

*(Điều này có nội dung liên quan đến Điều 9 Luật An toàn thực phẩm ban hành ngày 17 tháng 6 năm 2010; Điều 16 Luật Quảng cáo số 16/2012/QH13 ngày 21 /6 /2012; Điều 30 Luật Bưu chính số 49/2010/QH12 ban hành ngày 17/6/2010; Điều 18 Luật chất lượng, sản phẩm hàng hoá ban hành ngày 21/11/2007; Điều 12 Luật Du lịch số 09/2017/QH14 ban hành ngày 19/6/2017; Điều 75 Luật Dược số 105/2016/QH13 ba hành ngày 06/4/2016; Điều 23,24, 26,46 Luật Điện lực số 28/2004/QH11 ban hành ngày 03 tháng 12 năm 2004; Điều 60,61 Luật Đường sắt số 06/2017/QH14 ban hành ngày 16/6/2017; Điều 213 Bộ luật Hàng hải Việt Nam số 95/2015/QH13 ban hành ngày 25 tháng 11 năm 2015; Điều 148 Luật Hàng không dân dụng Việt Nam số 66/2006/QH11 ban hành ngày 29/6/2006; Điều 16 Luật Phòng, chống bệnh truyền nhiễm số 03/2007/QH12 ban hành ngày 21/11/2007; Điều 16 Luật Phòng, chống bệnh truyền nhiễm số 03/2007/QH12 ban hành ngày 21/11/2007; Điều 1,27 Luật Bảo vệ sức khỏe nhân dân ban hành ngày 30/6/1989: Điều 38,40 Luật Đo lường số 04/2011/QH13 ban hành ngày 11/11/2011; Điều 11 Luật Bảo hiểm tiền gửi 06/2012/QH13 ban hành ngày 18/6/2012; Điều 14,15,16 Luật Khám bệnh, chữa bệnh số 40/2009/QH12 ban hành ngày 23/11/2009).*

**Điều 34.1.LQ.10. Các hành vi bị cấm**

*(Điều 10 Luật số: 59/2010/QH12 có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ lừa dối hoặc gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng thông qua hoạt động quảng cáo hoặc che giấu, cung cấp thông tin không đầy đủ, sai lệch, không chính xác về một trong các nội dung sau đây:

a) Hàng hoá, dịch vụ mà tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ cung cấp;

b) Uy tín, khả năng kinh doanh, khả năng cung cấp hàng hóa, dịch vụ của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ;

c) Nội dung, đặc điểm giao dịch giữa người tiêu dùng với tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ.

2. Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ quấy rối người tiêu dùng thông qua tiếp thị hàng hoá, dịch vụ trái với ý muốn của người tiêu dùng từ 02 lần trở lên hoặc có hành vi khác gây cản trở, ảnh hưởng đến công việc, sinh hoạt bình thường của người tiêu dùng.

3. Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ ép buộc người tiêu dùng thông qua việc thực hiện một trong các hành vi sau đây:

a) Dùng vũ lực, đe dọa dùng vũ lực hoặc các biện pháp khác gây thiệt hại đến tính mạng, sức khỏe, danh dự, uy tín, nhân phẩm, tài sản của người tiêu dùng;

b) Lợi dụng hoàn cảnh khó khăn của người tiêu dùng hoặc lợi dụng thiên tai, dịch bệnh để ép buộc giao dịch.

4. Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ thực hiện hoạt động xúc tiến thương mại, đề nghị giao dịch trực tiếp với đối tượng là người không có năng lực hành vi dân sự hoặc người mất năng lực hành vi dân sự.

5. Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ yêu cầu người tiêu dùng thanh toán hàng hoá, dịch vụ đã cung cấp mà không có thoả thuận trước với người tiêu dùng.

6. Người tiêu dùng, tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ lợi dụng việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng để xâm phạm lợi ích của Nhà nước, quyền, lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân khác.

7. Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ lợi dụng hoàn cảnh khó khăn của người tiêu dùng hoặc lợi dụng thiên tai, dịch bệnh để cung cấp hàng hóa, dịch vụ không bảo đảm chất lượng.

8. Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ không bảo đảm chất lượng gây thiệt hại đến tính mạng, sức khoẻ, tài sản của người tiêu dùng.

*(Điều này có nội dung liên quan đến Điều 5 Luật An toàn thực phẩm số 55/2010/QH12 ban hành ngày 17/06/2010; Điều 8 Luật Quảng cáo số 16/2012/QH13 ban hành ngày 21/6/2012; Điều 7 Luật Bưu chính số 49/2010/QH12 ban hành ngày 17/6/2010; Điều 8 Luật chất lượng, sản phẩm hàng hoá ban hành ngày 21/11/2007; Điều 17 Luật Doanh nghiệp số 68/2014/QH13 ban hành ngày 26/11/2014; Điều 9 Luật Du lịch số 09/2017/QH14 ban hành ngày 19/6/2017; Điều 6 Luật Dược số 105/2016/QH13 ban hành ngày 06/4/2016; Điều 7 Luật Điện lực số 28/2004/QH11 ban hành ngày 03/12/2004 và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Điện lực số 24/2012/QH13 ban hành ngày 20/11/2012; Điều 9 Luật Giao dịch điện tử số 51/2005/QH11 ban hành ngày 29/11/2005; Điều 12 Luật Hàng không dân dụng Việt Nam số 66/2006/QH11 ban hành ngày 29/6/2006 và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Hàng không dân dụng Việt Nam số 61/2014/QH13 ban hành ngày 21/11/2014; Điều 8 Luật Phòng, chống bệnh truyền nhiễm số 03/2007/QH12 ban hành ngày 21 tháng 11 năm 2007; Điều 6 Luật Khám bệnh, chữa bệnh số 40/2009/QH12 ban hành ngày 23/11/2009; Điều 7,8,11,15,19,25,26,36,40,43,44 Luật Bảo vệ sức khỏe nhân dân ban hành ngày 306/1989; Điều 7 Luật Đo lường số 04/2011/QH13 ban hành ngày 11/11/2011; Điều 10 Luật Bảo hiểm tiền gửi 06/2012/QH13 ban hành ngày 18/6/2012; Điều 4 Nghị định 52/2013/NĐ-CP ban hành ngày 16/5/2013).*

**Điều 34.1.LQ.11. Xử lý vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

*(Điều 11 Luật số: 59/2010/QH12 có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

1. Cá nhân vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thì tùy theo tính chất, mức độ vi phạm mà bị xử phạt vi phạm hành chính hoặc bị truy cứu trách nhiệm hình sự, nếu gây thiệt hại thì phải bồi thường theo quy định của pháp luật.

2. Tổ chức vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thì tùy theo tính chất, mức độ vi phạm mà bị xử phạt vi phạm hành chính, nếu gây thiệt hại thì phải bồi thường theo quy định của pháp luật.

3. Cá nhân lợi dụng chức vụ, quyền hạn vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thì tùy theo tính chất, mức độ vi phạm mà bị xử lý kỷ luật hoặc bị truy cứu trách nhiệm hình sự, nếu gây thiệt hại thì phải bồi thường theo quy định của pháp luật.

4. Chính phủ quy định chi tiết việc xử phạt vi phạm hành chính trong bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

*(Điều này có nội dung liên quan đến Điều 11 Luật Quảng cáo số 16/2012/QH13 ban hành ngày 21/6/2012; Điều 6,54,55 Luật An toàn thực phẩm ban hành ngày 17/6/2010; Điều 66,67 Luật chất lượng, sản phẩm hàng hoá ban hành ngày 21/11/2007; Điều 50 Luật Giao dịch điện tử số 51/2005/QH11 ban hành ngày 29/11/2005; Điều 214 Bộ luật Hàng hải Việt Nam số 95/2015/QH13 ban hành ngày 25/11/2015; Điều 198,211 Luật Sở hữu trí tuệ số 50/2005/QH11 ban hành ngày 29/11/2005 và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Sở hữu trí tuệ, số 36/2009/QH12 ban hành ngày 19/6/**2009; Điều 65 Luật Tiêu chuẩn và Quy chuẩn kỹ thuật số 68/2006/QH11 ban hành ngày 29/6/2006; Điều 10 Luật Các tổ chức tín dụng số 47/2010/QH12 ngày 16/6/2010; Điều 53 Luật Bảo vệ sức khỏe nhân dân ban hành 30/6/1989; Điều 48,52 Luật Đo lường số 04/2011/QH13 ban hành ngày 11/11/2011; Điều 78 Nghị định 52/2013/NĐ-CP ban hành ngày 16/5/2013; Điều 16 Luật Phòng, chống bệnh truyền nhiễm số 03/2007/QH12 ban hành ngày 21/11/2007; Điều 53 Luật Khám bệnh, chữa bệnh số 40/2009/QH12 ban hành ngày 23/11/2009; Điều 33,34 Luật Bảo hiểm tiền gửi 06/2012/QH13 ban hành ngày 18/6/2012; Từ điều 4 đến điều 19 Nghị định 43/2017/NĐ-CP ban hành ngày 14/04/2017; Điều 9 Nghị định số 168/2017/NĐ-CP ban hành ngày 31/12/2017; Từ điều 3 đến điều 11 Nghị định số 181/2013/NĐ-CP ban hành ngày 14/11/2013; Điều 8 Thông tư 39/2016/TT-BTTTT ban hành ngày 26/12/2016).*

**CHƯƠNG II**

**TRÁCH NHIỆM CỦA TỔ CHỨC, CÁ NHÂN KINH DOANH**

**HÀNG HOÁ,** **DỊCH VỤ ĐỐI VỚI NGƯỜI TIÊU DÙNG**

**Điều 34.1.LQ.12. Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ trong việc cung cấp thông tin về hàng hoá, dịch vụ cho người tiêu dùng**

*(Điều 12 Luật số: 59/2010/QH12 ngày 17/11/2010 có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

1. Ghi nhãn hàng hóa theo quy định của pháp luật.

2. Niêm yết công khai giá hàng hoá, dịch vụ tại địa điểm kinh doanh, văn phòng dịch vụ.

3. Cảnh báo khả năng hàng hoá, dịch vụ có ảnh hưởng xấu đến sức khoẻ, tính mạng, tài sản của người tiêu dùng và các biện pháp phòng ngừa.

4. Cung cấp thông tin về khả năng cung ứng linh kiện, phụ kiện thay thế của hàng hoá.

5. Cung cấp hướng dẫn sử dụng; điều kiện, thời hạn, địa điểm, thủ tục bảo hành trong trường hợp hàng hoá, dịch vụ có bảo hành.

6. Thông báo chính xác, đầy đủ cho người tiêu dùng về hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung trước khi giao dịch.

*(Điều này có nội dung liên quan đến Điều 62 Luật Tiêu chuẩn và Quy chuẩn kỹ thuật số 68/2006/QH11 ban hành* *ngày 29 tháng 6 năm 2006; Điều 12,13,14,15,16 Luật Quảng cáo số 16/2012/QH13 ban hành ngày 21 tháng 6 năm 2012; Điều3, 7, 8, 43, 44, Luật An toàn thực phẩm ban hành ngày 17 tháng 6 năm 2010; Điều 10, 12,16 Luật chất lượng, sản phẩm hàng hoá ban hành ngày 21 tháng 11 năm 2007; Điều 13,37,47,53,57,65 Luật Du lịch số 09/2017/QH14 ban hành ngày 19 tháng 6 năm 2017; Điều 6,từ điều 42 đến điều 44,46,47,48,49 từ điều 61 đến điều 64, từ điều 75 đến điều 79 Luật Dược số 105/2016/QH13 ban hành ngày 06 tháng 4 năm 2016; Điều 53, 59 Luật Đường sắt số 06/2017/QH14 ban hành ngày 16 tháng 6 năm 2017; Điều 66,146, 152 Luật Hàng không dân dụng Việt Nam số 66/2006/QH11 ban hành ngày 29 tháng 6 năm 2006 và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Hàng không dân dụng Việt Nam số 61/2014/QH13 ban hành ngày 21 tháng 11 năm 2014; Điều 73, 74, 80, 87, 129 Luật Sở hữu trí tuệ số 50/2005/QH11 ban hành ngày 29 tháng 11 năm 2005 và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Sở hữu trí tuệ, số 36/2009/QH12 ban hành ngày 19 tháng 6 năm 2009; Điều 9, 96,97,109 Luật Thương mại số 36/2005/QH11 ban hành ngày 14 tháng 6 năm 2005; Điều 152,153, 204,205,206,211, 2012 Bộ luật Hàng hải Việt Nam số 95/2015/QH13 ban hành ngày 25/11/2015; Điều 29 Luật Bưu chính số 49/2010/QH12 ngày 17/6/2010; Điều 8 Luật Doanh nghiệp số 68/2014/QH13 ngày 26/11/2014; Điều 25,36 Luật Bảo vệ sức khỏe nhân dân ban hành ngày 30/6/1989; Điều 35,36,39 Luật Đo lường số 04/2011/QH13 ban hành ngày 11/11/2011; Điều 15 Nghị định số 181/2013/NĐ-CP ban hành ngày 14/11 2013; từ điều 27 đến điều 34,36,37,38,40,41,42,46,47,59,74,75 Nghị định 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013).*

**Điều 34.1.LQ.13. Trách nhiệm của bên thứ ba trong việc cung cấp thông tin về hàng hoá, dịch vụ cho người tiêu dùng**

*(Điều 13 Luật số: 59/2010/QH12 có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

1. Trường hợp tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ cung cấp thông tin cho người tiêu dùng thông qua bên thứ ba thì bên thứ ba có trách nhiệm:

a) Bảo đảm cung cấp thông tin chính xác, đầy đủ về hàng hoá, dịch vụ được cung cấp;

b) Yêu cầu tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ cung cấp chứng cứ chứng minh tính chính xác, đầy đủ của thông tin về hàng hoá, dịch vụ;

c) Chịu trách nhiệm liên đới về việc cung cấp thông tin không chính xác hoặc không đầy đủ, trừ trường hợp chứng minh đã thực hiện tất cả biện pháp theo quy định của pháp luật để kiểm tra tính chính xác, đầy đủ của thông tin về hàng hóa, dịch vụ;

d) Tuân thủ các quy định của pháp luật về báo chí, pháp luật về quảng cáo.

2. Trường hợp tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ cung cấp thông tin cho người tiêu dùng thông qua phương tiện truyền thông thì chủ phương tiện truyền thông, nhà cung cấp dịch vụ truyền thông có trách nhiệm:

a) Thực hiện quy định tại khoản 1 Điều này;

b) Xây dựng, phát triển giải pháp kỹ thuật ngăn chặn việc phương tiện, dịch vụ do mình quản lý bị sử dụng vào mục đích quấy rối người tiêu dùng;

c) Từ chối cho tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ sử dụng phương tiện, dịch vụ do mình quản lý nếu việc sử dụng có khả năng dẫn đến quấy rối người tiêu dùng;

d) Ngừng cho tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ sử dụng phương tiện, dịch vụ do mình quản lý để thực hiện hành vi quấy rối người tiêu dùng theo yêu cầu của người tiêu dùng hoặc yêu cầu của cơ quan nhà nước có thẩm quyền.

**Điều 34.1.NĐ.1.4. Trách nhiệm của cá nhân hoạt động thương mại độc lập, thường xuyên không phải đăng ký kinh doanh**

*(Điều 4 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

1. Bảo đảm chất lượng, số lượng, công dụng, an toàn thực phẩm của hàng hóa, dịch vụ mà mình cung cấp cho người tiêu dùng theo quy định của pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng, pháp luật về thương mại và các pháp luật khác có liên quan.

2. Không được cung cấp cho người tiêu dùng các loại hàng hóa, dịch vụ quy định tại khoản 1 Điều 5 Nghị định số 39/2007/NĐ-CP ngày 16 tháng 3 năm 2007 của Chính phủ về cá nhân hoạt động thương mại độc lập, thường xuyên không phải đăng ký kinh doanh.

3. Cung cấp đúng, đầy đủ thông tin về hàng hóa, dịch vụ mà mình cung cấp cho người tiêu dùng theo quy định của pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng, pháp luật về thương mại và pháp luật khác có liên quan.

4. Đổi hàng hóa hoặc trả lại tiền và nhận lại hàng hóa cho người tiêu dùng trong trường hợp hàng hóa do mình cung cấp không đảm bảo chất lượng, số lượng, công dụng như thông tin mà mình cung cấp.

5. Chấp hành quyết định thu hồi hàng hóa trong trường hợp hàng hóa do mình cung cấp thuộc diện phải thu hồi và chịu chi phí để tiêu hủy hàng hóa trong trường hợp hàng hóa phải tiêu hủy theo quyết định của cơ quan có thẩm quyền.

6. Ngoài các quy định tại các khoản 1, 2, 3, 4 và 5 Điều này, cá nhân hoạt động thương mại độc lập, thường xuyên không phải đăng ký kinh doanh hoạt động trong phạm vi chợ, trung tâm thương mại phải thực hiện đầy đủ các quy định về bảo vệ người tiêu dùng theo nội quy do Ban Quản lý chợ, thương nhân kinh doanh chợ, trung tâm thương mại ban hành và được cơ quan có thẩm quyền phê duyệt.

**Điều 34.1.LQ.14. Hợp đồng giao kết với người tiêu dùng**

*(Điều 14 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

1. Hình thức hợp đồng giao kết với người tiêu dùng được thực hiện theo quy định của pháp luật về dân sự.

2. Trường hợp giao kết hợp đồng với người tiêu dùng bằng văn bản thì ngôn ngữ của hợp đồng phải được thể hiện rõ ràng, dễ hiểu.

Ngôn ngữ sử dụng trong hợp đồng giao kết với người tiêu dùng là tiếng Việt, trừ trường hợp các bên có thoả thuận khác hoặc pháp luật có quy định khác.

3. Trường hợp giao kết hợp đồng bằng phương tiện điện tử thì tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ phải tạo điều kiện để người tiêu dùng xem xét toàn bộ hợp đồng trước khi giao kết.

4. Chính phủ quy định chi tiết các hình thức giao kết hợp đồng khác với người tiêu dùng.

*(Điều này có nội dung liên quan đến Điều 8, 9, 10 Luật Bưu chính số 49/2010/QH12 ban hành ngày 17/6/**2010; Điều 39, Luật Luật Du lịch số 09/2017/QH14 ban hành ngày 19/6/2017; Điều 22 Luật Điện lực số 28/2004/QH11 ban hành ngày 03/12/2004 và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Điện lực số 24/2012/QH13 ban hành ngày 20/11/2012; Điều 54,55,56 Luật Đường sắt số 06/2017/QH14 ban hành ngày 16/6/2017; Điều 33,36 Luật Giao dịch điện tử số 51/2005/QH11 ban hành ngày 29/11/2005; Điều 143 Luật Hàng không dân dụng Việt Nam số 66/2006/QH11 ban hành ngày 29/6/2006 của Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Hàng không dân dụng Việt Nam số 61/2014/QH13 ban hành ngày 21/11/2014; từ điều 3 đến điều 7 Thông tư 39/2016/TT-BTTTT ban hành ngày 26/12/2016; Điều 405 Bộ luật dân sự số 91/2015/QH13 ngày 24 tháng 11 năm 2015).*

**Điều 34.1.LQ.15. Giải thích hợp đồng giao kết với người tiêu dùng**

*(Điều 15 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

Trong trường hợp hiểu khác nhau về nội dung hợp đồng thì tổ chức, cá nhân có thẩm quyền giải quyết tranh chấp giải thích theo hướng có lợi cho người tiêu dùng.

*(Điều này có nội dung liên quan đến Điều 404 Bộ luật dân sự số 91/2015/QH13 ngày 24 tháng 11 năm 2015)*

**Điều 34.1.LQ.16. Điều khoản của hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, điều kiện giao dịch chung không có hiệu lực**

*(Điều 16 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

1. Điều khoản của hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, điều kiện giao dịch chung không có hiệu lực trong các trường hợp sau đây:

a) Loại trừ trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ đối với người tiêu dùng theo quy định của pháp luật;

b) Hạn chế, loại trừ quyền khiếu nại, khởi kiện của người tiêu dùng;

c) Cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ đơn phương thay đổi điều kiện của hợp đồng đã thoả thuận trước với người tiêu dùng hoặc quy tắc, quy định bán hàng, cung ứng dịch vụ áp dụng đối với người tiêu dùng khi mua, sử dụng hàng hóa, dịch vụ không được thể hiện cụ thể trong hợp đồng;

d) Cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ đơn phương xác định người tiêu dùng không thực hiện một hoặc một số nghĩa vụ;

đ) Cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ quy định hoặc thay đổi giá tại thời điểm giao hàng hóa, cung ứng dịch vụ;

e) Cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ giải thích hợp đồng trong trường hợp điều khoản của hợp đồng được hiểu khác nhau;

g) Loại trừ trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ trong trường hợp tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ bán hàng hoá, cung ứng dịch vụ thông qua bên thứ ba;

h) Bắt buộc người tiêu dùng phải tuân thủ các nghĩa vụ ngay cả khi tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ không hoàn thành nghĩa vụ của mình;

i) Cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ chuyển giao quyền, nghĩa vụ cho bên thứ ba mà không được người tiêu dùng đồng ý.

2. Việc tuyên bố và xử lý điều khoản của hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, điều kiện giao dịch chung không có hiệu lực được thực hiện theo quy định của pháp luật về dân sự.

*(Điều này có nội dung liên quan đến các điều từ điều 123 đến điều 133 và Điều 407 Bộ luật dân sự số 91/2015/QH13 ngày 24 tháng 11 năm 2015)*

**Điều 34.1.LQ.17. Thực hiện hợp đồng theo mẫu**

**(Điều 17 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)**

1. Khi giao kết hợp đồng theo mẫu, tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ phải dành thời gian hợp lý để người tiêu dùng nghiên cứu hợp đồng.

2. Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ phải lưu giữ hợp đồng theo mẫu đã giao kết cho đến khi hợp đồng hết hiệu lực. Trường hợp hợp đồng do người tiêu dùng giữ bị mất hoặc hư hỏng thì tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ có trách nhiệm cấp cho người tiêu dùng bản sao hợp đồng.

**Điều 34.1.LQ.18. Thực hiện điều kiện giao dịch chung**

*(Điều 18 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ sử dụng điều kiện giao dịch chung có trách nhiệm thông báo công khai điều kiện giao dịch chung trước khi giao dịch với người tiêu dùng.

2. Điều kiện giao dịch chung phải xác định rõ thời điểm áp dụng và phải được niêm yết ở nơi thuận lợi tại địa điểm giao dịch để người tiêu dùng có thể nhìn thấy.

*(Điều này có nội dung liên quan đến điều 32 Nghị định 52/2013/NĐ-CP ban hành ngày 16/5/2013 và điều 406 Bộ luật dân sự số 91/2015/QH13 ngày 24 tháng 11 năm 2015)*

**Điều 34.1.LQ.19.** **Kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung**

*(Điều 19 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ thuộc Danh mục hàng hóa, dịch vụ thiết yếu do Thủ tướng Chính phủ ban hành phải đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung với cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

2. Cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tự mình hoặc theo đề nghị của người tiêu dùng, yêu cầu tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ hủy bỏ hoặc sửa đổi hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung trong trường hợp phát hiện hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung vi phạm quyền lợi của người tiêu dùng.

3. Chính phủ quy định chi tiết Điều này.

**Điều 34.1.NĐ.1.7. Yêu cầu chung đối với hợp đồng theo mẫu và điều kiện giao dịch chung**

*(Điều 7 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

Hợp đồng theo mẫu và điều kiện giao dịch chung phải được lập thành văn bản và phải đáp ứng đủ các điều kiện sau:

1. Ngôn ngữ sử dụng bằng tiếng Việt, nội dung phải rõ ràng, dễ hiểu; cỡ chữ ít nhất là 12.

2. Nền giấy và màu mực thể hiện nội dung hợp đồng theo mẫu và điều kiện giao dịch chung phải tương phản nhau.

**Điều 34.1.NĐ.1.8. Trách nhiệm đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung**

*(Điều 8 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

1. Trước khi áp dụng hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung thuộc danh mục hàng hóa, dịch vụ phải đăng ký theo quy định của Thủ tướng Chính phủ, tổ chức, cá nhân kinh doanh phải thực hiện việc đăng ký theo quy định của Nghị định này.

2. Hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung chỉ được áp dụng đối với người tiêu dùng khi việc đăng ký được hoàn thành theo quy định tại Điều 14 Nghị định này.

**Điều 34.1.QĐ.1.1.** Ban hành kèm theo Quyết định này Danh mục hàng hóa, dịch vụ thiết yếu phải đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung

*(Điều 1, 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 có hiệu lực từ ngày 01/03/20120)*

Ban hành kèm theo Quyết định này Danh mục hàng hóa, dịch vụ thiết yếu phải đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung theo quy định tại khoản 1 Điều 19 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

**DANH MỤC**

**Hàng hóa, dịch vụ thiết yếu phải đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung**

*(Ban hành kèm theo Quyết định số 02/2012/QĐ-TTg ngày 13 tháng 01 năm 2012 của Thủ tướng Chính phủ)*

|  |  |
| --- | --- |
| **TT** | **Hàng hóa, dịch vụ** |
| 1 | Cung cấp điện sinh hoạt |
| 2 | Cung cấp nước sạch sinh hoạt |
| 3 | Truyền hình trả tiền |
| 4 | Thuê bao điện thoại cố định |
| 5 | Thuê bao di động trả sau |
| 6 | Kết nối Internet |
| 7 | Vận chuyển hành khách đường hàng không |
| 8 | Vận chuyển hành khách đường sắt |
| 9 | Mua bán căn hộ chung cư, các dịch vụ sinh hoạt do đơn vị quản lý khu chung cư cung cấp |

**Điều 34.1.QĐ.2.1.** **Sửa đổi tên một số hàng hóa, dịch vụ trong Danh mục hàng hóa, dịch vụ thiết yếu phải đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung ban hành kèm theo Quyết định số 02/2012/QĐ-TTg**

*(Điều 1* [*Quyết định số 35/2015/QĐ-TTg ngày 20 tháng 8 năm 2015 của Thủ tướng Chính phủ về việc sửa đổi, bổ sung Quyết định số 02/2012/QĐ-TTg về việc ban hành Danh mục hàng hóa, dịch vụ thiết yếu phải đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung*](http://www.vca.gov.vn/chitietphapluatbvntd.aspx?Cate_ID=455&ID=195) *có hiệu lực từ ngày 15/10/ 2015)*

1. Tại số thứ tự 2: Sửa “Cung cấp nước sạch sinh hoạt” thành “Cung cấp nước sinh hoạt”.

2. Tại số thứ tự 4: Sửa “Thuê bao điện thoại cố định” thành “Dịch vụ điện thoại cố định mặt đất”.

3. Tại số thứ tự 5: Sửa “Thuê bao di động trả sau” thành “Dịch vụ thông tin di động mặt đất (hình thức thanh toán: trả sau)”.

4. Tại số thứ tự 6: Sửa “Kết nối internet” thành “Dịch vụ truy nhập internet”.

**Điều 34.1.QĐ.2.2. Bổ sung Danh mục hàng hóa, dịch vụ thiết yếu phải đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung ban hành kèm theo Quyết định số 02/2012/QĐ-TTg**

*(Điều 2* [*Quyết định số 35/2015/QĐ-TTg*](http://www.vca.gov.vn/chitietphapluatbvntd.aspx?Cate_ID=455&ID=195)  *có hiệu lực từ ngày 15/10/ 2015)*

1. Bổ sung vào số thứ tự 5: Dịch vụ thông tin di động mặt đất (hình thức thanh toán: trả trước).

2. Bổ sung số thứ tự 10: Phát hành thẻ ghi nợ nội địa, mở và sử dụng dịch vụ tài khoản thanh toán (áp dụng cho khách hàng cá nhân), vay vốn cá nhân (nhằm mục đích tiêu dùng).

3. Bổ sung số thứ tự 11: Bảo hiểm nhân thọ.

**Điều 34.1.QĐ.3.1.**

*(Điều 1 Quyết định số 38/2018/QĐ-TTg ngày 05 tháng 9 năm 2018 của Thủ tướng Chính phủ về việc sửa đổi, bổ sung Quyết định số 35/2015QĐ-TTg ngày 20 tháng 8 năm 2015 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 có hiệu lực từ ngày 22/10/2018).*

Bãi bỏ khoản 2 Điều 2 “Bổ sung số thứ tự 10: Phát hành thẻ ghi nợ nội địa, mở và sử dụng dịch vụ tài khoản thanh toán (áp dụng cho khách hàng cá nhân), vay vốn cá nhân (nhằm mục đích tiêu dùng)” của Quyết định số 35/2015/QĐ-TTg ngày 20 tháng 8 năm 2015 của Thủ tướng Chính phủ.

**Điều 34.1.NĐ.1.9. Thẩm quyền tiếp nhận đăng ký**

*(Điều 9 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

1. Bộ Công Thương chịu trách nhiệm tiếp nhận đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung trong trường hợp hợp đồng theo mẫu và điều kiện giao dịch chung áp dụng trên phạm vi cả nước hoặc áp dụng trên phạm vi từ hai tỉnh trở lên.

2. Sở Công Thương chịu trách nhiệm tiếp nhận đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung trong trường hợp hợp đồng theo mẫu và điều kiện giao dịch chung áp dụng trong phạm vi tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương.

**Điều 34.1.NĐ.1.10. Hồ sơ và hình thức đăng ký**

*(Điều 10 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

1. Hồ sơ đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung bao gồm các tài liệu sau:

a) Đơn đăng ký nêu rõ địa chỉ, ngành nghề kinh doanh của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ. Bộ Công Thương hướng dẫn mẫu đơn đăng ký;

b) Dự thảo hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung.

2. Hồ sơ đăng ký có thể gửi trực tiếp, gửi bằng bưu điện hoặc gửi bằng phương tiện điện tử với số lượng một (01) bộ cho cơ quan có thẩm quyền quy định tại Điều 9 Nghị định này.

3. Trường hợp hồ sơ đăng ký được gửi trực tiếp, cán bộ tiếp nhận hồ sơ phải lập biên bản tiếp nhận, ngày tiếp nhận hồ sơ là ngày ghi trong biên bản tiếp nhận đó. Trong trường hợp hồ sơ đăng ký gửi bằng đường bưu điện, ngày tiếp nhận hồ sơ được tính theo dấu của bưu điện. Trường hợp hồ sơ gửi bằng phương tiện điện tử, thời điểm tiếp nhận hồ sơ được tính từ thời điểm xác nhận bằng thông điệp điện tử của cơ quan có thẩm quyền đăng ký được gửi đi.

**Điều 34.1.TT.1.1.** Mẫu văn bản ban hành kèm theo

*(Điều 1 Thông tư số:10/2013/TT-BCT ngày 30/5/2013 của Bộ Công Thương, có hiệu lực thi hành từ ngày 30/5/2013)*

Ban hành kèm theo Thông tư này mẫu đơn đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung.

|  |  |
| --- | --- |
| **BỘ CÔNG THƯƠNG** | **CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**  **Độc lập - Tự do - Hạnh phúc** |

**MẪU ĐƠN ĐĂNG KÝ HỢP ĐỒNG THEO MẪU,**

**ĐIỀU KIỆN GIAO DỊCH CHUNG** *(1)*

*(Ban hành kèm theo Thông tư số 10/2013/TT-BCT ngày 30 tháng 5 năm 2013 của Bộ trưởng Bộ Công Thương)*

**Kính gửi** *(2)***:**

Tổ chức, cá nhân kinh doanh *(3)*:

**I. Nội dung đề nghị đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung***(1)***:**

1.Đăng ký lần đầu/đăng ký lại:

2.Áp dụng cho loại hàng hóa/dịch vụ:

3.Đối tượng áp dụng *(4)*:

4.Phạm vi áp dụng *(5)*:

5.Thời gian áp dụng *(6)*:

**II. Tổ chức, cá nhân kinh doanh cam kết và hiểu rằng:**

1. Đảm bảo hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung tuân thủ các quy định pháp luật là nghĩa vụ của tổ chức, cá nhân kinh doanh;

2. Bất cứ khi nào phát hiện thấy nội dung của hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, cơ quan chấp nhận đăng ký có quyền và trách nhiệm yêu cầu tổ chức, cá nhân kinh doanh phải sửa đổi, hủy bỏ nội dung vi phạm đó.

3. Đã tìm hiểu kỹ quy định pháp luật và cam kết hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung nộp kèm theo Đơn đăng ký này không có các điều khoản vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các nguyên tắc chung về giao kết hợp đồng.

4. Chịu trách nhiệm hoàn toàn về sự trung thực và tính chính xác của nội dung đơn đăng ký và tài liệu kèm theo.

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Tổ chức, cá nhân kinh doanh** *(7)*  *(ký, ghi rõ họ tên và đóng dấu)* |
| ***Hồ sơ kèm theo*** *(8)****:*** | |

**Hướng dẫn ghi đơn đăng ký:**

|  |  |
| --- | --- |
| *(01)* | Đề nghị đăng ký hợp đồng theo mẫu **hay** điều kiện giao dịch chung. |
| *(02)* | - Cục Quản lý cạnh tranh: trong trường hợp hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung áp dụng trên phạm vi cả nước hoặc áp dụng trên phạm vi từ hai tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương trở lên;  - Sở Công Thương: trong trường hợp hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung áp dụng trong phạm vi một tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương. |
| *(03)* | Ghi rõ những thông tin sau đây:  Tên tổ chức, cá nhân kinh doanh  Giấy Chứng nhận đăng ký kinh doanh/ Giấy Chứng nhận đăng ký doanh nghiệp/ Giấy Chứng nhận đầu tư  Địa chỉ liên lạc  Ngành, nghề kinh doanh liên quan đến hàng hóa/dịch vụ đăng ký hợp đồng theo mẫu/điều kiện giao dịch chung  Điện thoại, fax, email (nếu có)  Người liên hệ (Họ tên, điện thoại, email) |
| *(04)* | Ghi rõ đối tượng người tiêu dùng là tổ chức, cá nhân hay áp dụng cho tất cả người tiêu dùng. |
| *(05)* | Áp dụng trên cả nước hay một, một số tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương (ghi rõ tên tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương trong trường hợp không áp dụng trên cả nước). |
| *(06)* | Thời gian bắt đầu áp dụng: ghi thời gian áp dụng cụ thể nếu không áp dụng ngay sau ngày hoàn thành việc đăng ký (nếu có) hoặc ghi áp dụng từ thời điểm hoàn thành việc đăng ký. |
| *(07)* | Người đại diện theo pháp luật ký, ghi rõ họ tên và đóng dấu của tổ chức, cá nhân kinh doanh. Người đại diện theo ủy quyền ký thì cần gửi kèm theo Giấy Ủy quyền. |
| *(08)* | - Trong trường hợp gửi hồ sơ bằng phương tiện điện tử:  01 bản scan màu Dự thảo hợp đồng theo mẫu hay dự thảo điều kiện giao dịch chung được đóng dấu của tổ chức, cá nhân kinh doanh vào trang đầu và giáp lai toàn bộ văn bản;  01 bản mềm Dự thảo hợp đồng theo mẫu hay dự thảo điều kiện giao dịch chung dạng Microsoft Word;  - Trong trường hợp gửi hồ sơ bằng phương thức khác:  01 bản cứng Dự thảo hợp đồng theo mẫu hay dự thảo điều kiện giao dịch chung có đóng dấu của tổ chức, cá nhân kinh doanh vào trang đầu và giáp lai toàn bộ văn bản;  01 bản mềm Dự thảo hợp đồng theo mẫu hay điều kiện giao dịch chung dạng Microsoft Word. |

**Điều 34.1.NĐ.1.11. Yêu cầu bổ sung hồ sơ**

*(Điều 11 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

1. Trường hợp hồ sơ đăng ký không đầy đủ theo quy định tại khoản 1 Điều 10 Nghị định này, trong thời hạn năm (05) ngày làm việc kể từ ngày tiếp nhận, cơ quan có thẩm quyền tiếp nhận đăng ký có quyền yêu cầu tổ chức, cá nhân kinh doanh bổ sung hồ sơ, tài liệu.

2. Tổ chức, cá nhân có trách nhiệm bổ sung hồ sơ, tài liệu trong thời hạn ba (03) ngày làm việc kể từ ngày nhận được yêu cầu của cơ quan có thẩm quyền.

**Điều 34.1.NĐ.1.12. Xem xét hồ sơ đăng ký**

*(Điều 12 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

1. Cơ quan có thẩm quyền tiếp nhận đăng ký tiến hành xem xét hồ sơ đăng ký kể từ thời điểm nhận được hồ sơ hợp lệ theo quy định tại Điều 10 và 11 Nghị định này.

2. Trong quá trình xem xét hồ sơ đăng ký, cơ quan có thẩm quyền đăng ký có quyền yêu cầu tổ chức, cá nhân kinh doanh giải trình các vấn đề liên quan đến nội dung hợp đồng theo mẫu và điều kiện giao dịch chung.

3. Trong quá trình xem xét hồ sơ đăng ký hợp đồng theo mẫu và điều kiện giao dịch chung cơ quan có thẩm quyền đăng ký có quyền tham vấn ý kiến của các cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan.

**Điều 34.1.NĐ.1.13. Phạm vi xem xét nội dung hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung**

*(Điều 13 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

Cơ quan có thẩm quyền quy định tại Điều 9 Nghị định này xem xét hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung đối với các nội dung sau:

1. Nội dung không có hiệu lực quy định tại Điều 16 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

2. Các quy định tại Điều 7 Nghị định này.

3. Sự phù hợp với quy định của pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và nguyên tắc chung về giao kết hợp đồng.

**Điều 34.1.NĐ.1.14. Hoàn thành việc đăng ký**

*(Điều 14 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

1. Chậm nhất hai mươi (20) ngày làm việc kể từ ngày nhận được hồ sơ hợp lệ, cơ quan có thẩm quyền đăng ký có trách nhiệm ra thông báo về việc chấp nhận đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung và gửi cho tổ chức, cá nhân kinh doanh. Trong trường hợp không chấp nhận đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung thì cơ quan nhà nước có thẩm quyền phải gửi văn bản trả lời cho tổ chức, cá nhân kinh doanh trong đó nói rõ lý do không chấp nhận.

2. Sau khi hoàn thành thủ tục đăng ký, hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung được công bố công khai và lưu trữ trên trang thông tin điện tử của cơ quan có thẩm quyền tiếp nhận đăng ký.

3. Cơ quan có thẩm quyền tiếp nhận đăng ký phải thường xuyên kiểm tra, theo dõi việc lưu hành các hợp đồng theo mẫu và điều kiện giao dịch chung đã đăng ký.

**Điều 34.1.NĐ.1.15. Đăng ký lại hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung**

*(Điều 15 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh phải đăng ký lại hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung trong trường hợp sau:

a) Khi pháp luật thay đổi làm thay đổi nội dung của hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung;

b) Tổ chức, cá nhân kinh doanh thay đổi nội dung hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung.

2. Thủ tục đăng ký lại hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung thực hiện như đăng ký lần đầu theo quy định của Nghị định này.

3. Tổ chức, cá nhân kinh doanh phải thông báo cho người tiêu dùng về việc thay đổi hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung sau khi hoàn thành việc đăng ký lại.

**Điều 34.1.NĐ.1.16. Kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung không thuộc phạm vi phải đăng ký.**

*(Điều 16 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

1. Trường hợp nội dung của hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng hoặc trái với nguyên tắc chung về giao kết hợp đồng, cơ quan có thẩm quyền quy định tại Điều 9 Nghị định này có quyền yêu cầu tổ chức, cá nhân kinh doanh phải sửa đổi, hủy bỏ nội dung vi phạm đó.

2. Trường hợp nội dung trong hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung không rõ hoặc có nhiều cách hiểu khác nhau, cơ quan có thẩm quyền có quyền yêu cầu tổ chức, cá nhân kinh doanh giải trình làm rõ các nội dung trong hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung đó.

3. Trong thời hạn mười (10) ngày làm việc kể từ ngày nhận được yêu cầu của cơ quan có thẩm quyền, tổ chức, cá nhân kinh doanh phải sửa đổi, hủy bỏ nội dung vi phạm và thông báo cho người tiêu dùng đã giao kết hợp đồng. Trường hợp việc sửa đổi, hủy bỏ nội dung vi phạm dẫn đến điều khoản của hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, điều kiện giao dịch chung không có hiệu lực và phát sinh thiệt hại đối với người tiêu dùng thì xử lý theo quy định của pháp luật dân sự.

**Điều 34.1.NĐ.1.17. Hợp đồng giao kết từ xa**

*(Điều 17 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

1. Khi giao kết hợp đồng từ xa, tổ chức, cá nhân kinh doanh phải cung cấp cho người tiêu dùng những thông tin sau:

a) Tên của tổ chức, cá nhân kinh doanh, số điện thoại liên lạc, địa chỉ, trụ sở, địa chỉ cơ sở chịu trách nhiệm về đề nghị giao kết hợp đồng (nếu có);

b) Chất lượng của hàng hóa, dịch vụ;

c) Chi phí giao hàng (nếu có);

d) Phương thức thanh toán, phương thức giao hàng hóa, cung ứng dịch vụ;

đ) Thời gian có hiệu lực của đề nghị giao kết và mức giá đề nghị giao kết;

e) Chi phí sử dụng phương tiện thông tin liên lạc cho việc giao kết hợp đồng nếu chi phí này chưa được tính vào giá của hàng hóa, dịch vụ;

g) Chi tiết về tính năng, công dụng, cách thức sử dụng của hàng hóa, dịch vụ là đối tượng hợp đồng.

2. Trường hợp việc đề nghị giao kết hợp đồng được thực hiện thông qua điện thoại, tổ chức, cá nhân kinh doanh cần phải nói rõ ngay từ đầu về tên, địa chỉ của mình và mục đích của cuộc đàm thoại.

3. Trừ trường hợp các bên có thỏa thuận khác, trong trường hợp tổ chức, cá nhân kinh doanh cung cấp không đúng, không đầy đủ thông tin quy định tại khoản 1 Điều này thì trong thời hạn mười (10) ngày kể từ ngày giao kết hợp đồng người tiêu dùng có quyền đơn phương chấm dứt thực hiện hợp đồng đã giao kết và thông báo cho tổ chức, cá nhân kinh doanh. Người tiêu dùng không phải trả bất kỳ chi phí nào liên quan đến việc chấm dứt đó và chỉ phải trả chi phí đối với phần hàng hóa, dịch vụ đã sử dụng.

4. Trường hợp người tiêu dùng đơn phương chấm dứt thực hiện hợp đồng theo quy định tại khoản 3 Điều này, tổ chức; cá nhân kinh doanh phải trả lại tiền cho người tiêu dùng chậm nhất là ba mươi (30) ngày kể từ ngày người tiêu dùng tuyên bố đơn phương chấm dứt thực hiện hợp đồng. Quá thời hạn này, tổ chức, cá nhân kinh doanh phải trả lãi đối với số tiền chậm trả theo lãi suất cơ bản do Ngân hàng Nhà nước công bố tương ứng với thời gian chậm trả tại thời điểm thanh toán. Việc hoàn trả được thực hiện theo phương thức mà người tiêu dùng đã thanh toán, trừ trường hợp người tiêu dùng đồng ý thanh toán bằng phương thức khác.

Trường hợp việc chấm dứt hợp đồng gây thiệt hại cho người tiêu dùng thì tổ chức, cá nhân kinh doanh phải bồi thường theo quy định của pháp luật dân sự.

**Điều 34.1.NĐ.1.18. Hợp đồng cung cấp dịch vụ liên tục**

*(Điều 18 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

1. Hợp đồng cung cấp dịch vụ liên tục phải có những nội dung sau:

a) Tên, địa chỉ liên lạc của tổ chức, cá nhân cung cấp dịch vụ;

b) Mô tả dịch vụ được cung cấp;

c) Chất lượng dịch vụ;

d) Thời điểm và thời hạn cung cấp dịch vụ;

đ) Cách thức tính phí, giá dịch vụ;

e) Phương thức cung cấp dịch vụ và phương thức thanh toán.

2. Hợp đồng cung cấp dịch vụ liên tục phải được lập thành văn bản và phải giao cho người tiêu dùng một (01) bản.

3. Trừ trường hợp các bên có thỏa thuận khác, người tiêu dùng có quyền đơn phương chấm dứt thực hiện hợp đồng cung cấp dịch vụ liên tục tại bất kỳ thời điểm nào và thông báo bằng văn bản cho tổ chức, cá nhân cung cấp dịch vụ. Trong trường hợp người tiêu dùng đơn phương chấm dứt thực hiện hợp đồng, người tiêu dùng chỉ phải thanh toán phí, giá cho phần dịch vụ mà mình đã sử dụng.

4. Tổ chức, cá nhân cung cấp dịch vụ có nghĩa vụ sau:

a) Trừ trường hợp các bên có thỏa thuận khác, không được yêu cầu người tiêu dùng thanh toán bất kỳ khoản tiền nào trước khi dịch vụ được cung cấp đến người tiêu dùng;

b) Không được đơn phương chấm dứt thực hiện hợp đồng, ngừng cung cấp dịch vụ mà không có lý do chính đáng. Trường hợp cần sửa chữa, bảo trì hoặc vì lý do nào khác bắt buộc phải ngừng cung cấp dịch vụ, tổ chức, cá nhân cung cấp dịch vụ phải thông báo trước cho người tiêu dùng chậm nhất là ba (03) ngày làm việc trước ngày dừng cung cấp dịch vụ;

c) Tổ chức, cá nhân cung cấp dịch vụ phải thường xuyên kiểm tra chất lượng dịch vụ mà mình cung cấp, đảm bảo chất lượng dịch vụ như đã cam kết với người tiêu dùng;

d) Trường hợp người tiêu dùng thông báo sự cố hoặc khiếu nại về chất lượng dịch vụ, tổ chức, cá nhân cung cấp dịch vụ phải kịp thời kiểm tra, giải quyết.

**Điều 34.1.NĐ.1.19. Hợp đồng bán hàng tận cửa**

*(Điều 19 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

1. Người bán hàng tận cửa là người của tổ chức, cá nhân kinh doanh. Khi thực hiện việc bán hàng tận cửa người bán hàng tận cửa có nghĩa vụ sau đây:

a) Giới thiệu tên, số điện thoại liên lạc, địa chỉ, trụ sở của tổ chức, cá nhân kinh doanh, chịu trách nhiệm về đề nghị giao kết hợp đồng;

b) Không được tiếp tục đề nghị giao kết hợp đồng khi người tiêu dùng đã từ chối;

c) Giải thích cho người tiêu dùng về điều kiện của hợp đồng, thông tin khác mà người tiêu dùng quan tâm liên quan đến hàng hóa, dịch vụ.

2. Trừ trường hợp các bên có thỏa thuận khác, hợp đồng bán hàng tận cửa phải được lập thành văn bản và giao cho người tiêu dùng một bản.

3. Trong thời hạn ba (03) ngày làm việc kể từ ngày giao kết hợp đồng, người tiêu dùng có quyền yêu cầu đơn phương chấm dứt thực hiện hợp đồng đã giao kết và thông báo bằng văn bản cho tổ chức, cá nhân kinh doanh. Trước khi hết thời hạn này, người bán hàng tận cửa không được phép yêu cầu người tiêu dùng thanh toán hoặc thực hiện các nội dung hợp đồng, trừ trường hợp pháp luật có quy định khác.

4. Trường hợp hợp đồng bán hàng tận cửa được lập thành văn bản, khi ký kết hợp đồng bán hàng tận cửa, người tiêu dùng phải tự ghi ngày, tháng giao kết hợp đồng.

5. Tổ chức, cá nhân kinh doanh phải chịu trách nhiệm đối với mọi hoạt động của người bán hàng tận cửa.

**Điều 34.1.LQ.20. Trách nhiệm cung cấp bằng chứng giao dịch**

*(Điều 20 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ có trách nhiệm cung cấp cho người tiêu dùng hóa đơn hoặc chứng từ, tài liệu liên quan đến giao dịch theo quy định của pháp luật hoặc theo yêu cầu của người tiêu dùng.

2. Trường hợp giao dịch bằng phương tiện điện tử thì tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ có trách nhiệm tạo điều kiện cho người tiêu dùng truy nhập, tải, lưu giữ và in hóa đơn, chứng từ, tài liệu quy định tại khoản 1 Điều này.

**Điều 34.1.LQ.21. Trách nhiệm bảo hành hàng hóa, linh kiện, phụ kiện**

*(Điều 21 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

Hàng hoá, linh kiện, phụ kiện được bảo hành theo thoả thuận của các bên hoặc bắt buộc bảo hành theo quy định của pháp luật. Trường hợp hàng hoá, linh kiện, phụ kiện được bảo hành, tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá có trách nhiệm:

1. Thực hiện đầy đủ nghĩa vụ bảo hành hàng hóa, linh kiện, phụ kiện do mình cung cấp;

2. Cung cấp cho người tiêu dùng giấy tiếp nhận bảo hành, trong đó ghi rõ thời gian thực hiện bảo hành. Thời gian thực hiện bảo hành không tính vào thời hạn bảo hành hàng hóa, linh kiện, phụ kiện. Trường hợp tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá thay thế linh kiện, phụ kiện hoặc đổi hàng hóa mới thì thời hạn bảo hành linh kiện, phụ kiện hoặc hàng hóa đó được tính từ thời điểm thay thế linh kiện, phụ kiện hoặc đổi hàng hóa mới;

3. Cung cấp cho người tiêu dùng hàng hóa, linh kiện, phụ kiện tương tự để sử dụng tạm thời hoặc có hình thức giải quyết khác được người tiêu dùng chấp nhận trong thời gian thực hiện bảo hành;

4. Đổi hàng hóa, linh kiện, phụ kiện mới tương tự hoặc thu hồi hàng hóa, linh kiện, phụ kiện và trả lại tiền cho người tiêu dùng trong trường hợp hết thời gian thực hiện bảo hành mà không sửa chữa được hoặc không khắc phục được lỗi;

5. Đổi hàng hóa, linh kiện, phụ kiện mới tương tự hoặc thu hồi hàng hóa và trả lại tiền cho người tiêu dùng trong trường hợp đã thực hiện bảo hành hàng hóa, linh kiện, phụ kiện từ ba lần trở lên trong thời hạn bảo hành mà vẫn không khắc phục được lỗi;

6. Chịu chi phí sửa chữa, vận chuyển hàng hóa, linh kiện, phụ kiện đến nơi bảo hành và từ nơi bảo hành đến nơi cư trú của người tiêu dùng;

7. Chịu trách nhiệm về việc bảo hành hàng hóa, linh kiện, phụ kiện cho người tiêu dùng cả trong trường hợp ủy quyền cho tổ chức, cá nhân khác thực hiện việc bảo hành.

**Điều 34.1.LQ.22. Trách nhiệm thu hồi hàng hóa có khuyết tật**

*(Điều 22 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

Khi phát hiện hàng hóa có khuyết tật, tổ chức, cá nhân sản xuất, nhập khẩu hàng hoá có trách nhiệm:

1. Kịp thời tiến hành mọi biện pháp cần thiết để ngừng việc cung cấp hàng hóa có khuyết tật trên thị trường;

2. Thông báo công khai về hàng hóa có khuyết tật và việc thu hồi hàng hóa đó ít nhất 05 số liên tiếp trên báo ngày hoặc 05 ngày liên tiếp trên đài phát thanh, truyền hình tại địa phương mà hàng hoá đó được lưu thông với các nội dung sau đây:

a) Mô tả hàng hóa phải thu hồi;

b) Lý do thu hồi hàng hóa và cảnh báo nguy cơ thiệt hại do khuyết tật của hàng hóa gây ra;

c) Thời gian, địa điểm, phương thức thu hồi hàng hóa;

d) Thời gian, phương thức khắc phục khuyết tật của hàng hóa;

đ) Các biện pháp cần thiết để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong quá trình thu hồi hàng hóa;

3. Thực hiện việc thu hồi hàng hóa có khuyết tật đúng nội dung đã thông báo công khai và chịu các chi phí phát sinh trong quá trình thu hồi;

4. Báo cáo kết quả cho cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cấp tỉnh nơi thực hiện thu hồi hàng hóa có khuyết tật sau khi hoàn thành việc thu hồi; trường hợp việc thu hồi hàng hóa có khuyết tật được tiến hành trên địa bàn từ hai tỉnh trở lên thì báo cáo kết quả cho cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ở trung ương.

*(Điều này có nội dung liên quan đến Điều 55 Luật An toàn thực phẩm số 55/2010/QH12 ban hành ngày 17/06/**2010).*

**Điều 34.1.LQ.23. Trách nhiệm bồi thường thiệt hại do hàng hóa có khuyết tật gây ra**

*(Điều 23 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa có trách nhiệm bồi thường thiệt hại trong trường hợp hàng hóa có khuyết tật do mình cung cấp gây thiệt hại đến tính mạng, sức khỏe, tài sản của người tiêu dùng, kể cả khi tổ chức, cá nhân đó không biết hoặc không có lỗi trong việc phát sinh khuyết tật, trừ trường hợp quy định tại Điều 24 của Luật này.

2. Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá quy định tại khoản 1 Điều này bao gồm:

a) Tổ chức, cá nhân sản xuất hàng hóa;

b) Tổ chức, cá nhân nhập khẩu hàng hóa;

c) Tổ chức, cá nhân gắn tên thương mại lên hàng hóa hoặc sử dụng nhãn hiệu, chỉ dẫn thương mại cho phép nhận biết đó là tổ chức, cá nhân sản xuất, nhập khẩu hàng hóa;

d) Tổ chức, cá nhân trực tiếp cung cấp hàng hóa có khuyết tật cho người tiêu dùng trong trường hợp không xác định được tổ chức, cá nhân có trách nhiệm bồi thường thiệt hại quy định tại các điểm a, b và c khoản này.

3. Việc bồi thường thiệt hại được thực hiện theo quy định của pháp luật về dân sự.

*(Điều này có nội dung liên quan đến Điều 53 Luật An toàn thực phẩm số 55/2010/QH12 ban hành ngày 17/06/2010; Điều 40,41,42 Luật Bưu chính số 49/2010/QH12 ban hành ngày 17/6/* *2010; Điều 10,12,16,60,61,62,63 Luật chất lượng, sản phẩm hàng hoá ban hành ngày 21/11/2007; từ Điều 42 đến Điều 53 Luật Dược số 105/2016/QH13 ban hành ngày 06/4/2016; từ điều 23 đến điều 27 Luật Điện lực số 28/2004/QH11 ban hành ngày 03/12/2004 và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Điện lực số 24/2012/QH13 ban hành ngày 20/11/2012; Điều 207 Bộ luật Hàng hải Việt Nam số 95/2015/QH13 ban hành ngày 25/11/2015; Điều 154,155 và từ điều 160 đến điều 169 Luật Hàng không dân dụng Việt Nam số 66/2006/QH11 ban hành ngày 29/6/2006 và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Hàng không dân dụng Việt Nam số 61/2014/QH13 ban hành ngày 21/11/2014; Điều 51 Luật Dược số 105/2016/QH13 ban hành ngày 06/4/2016).*

**Điều 34.1.LQ.24. Miễn trách nhiệm bồi thường thiệt hại do hàng hóa có khuyết tật gây ra**

*(Điều 24 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá quy định tại Điều 23 của Luật này được miễn trách nhiệm bồi thường thiệt hại khi chứng minh được khuyết tật của hàng hoá không thể phát hiện được với trình độ khoa học, kỹ thuật tại thời điểm tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá cung cấp cho người tiêu dùng.

**Điều 34.1.LQ.25. Yêu cầu cơ quan quản lý nhà nước bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

*(Điều 25 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

1. Trường hợp phát hiện hành vi vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ gây thiệt hại đến lợi ích của Nhà nước, lợi ích của nhiều người tiêu dùng, lợi ích công cộng thì người tiêu dùng, tổ chức xã hội có quyền yêu cầu trực tiếp hoặc bằng văn bản đến cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cấp huyện nơi thực hiện giao dịch giải quyết.

2. Người tiêu dùng, tổ chức xã hội có nghĩa vụ cung cấp thông tin, bằng chứng có liên quan đến hành vi vi phạm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ.

**Điều 34.1.LQ.26. Giải quyết yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

*(Điều 26 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

1. Khi nhận được yêu cầu của người tiêu dùng, cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cấp huyện có trách nhiệm yêu cầu các bên giải trình, cung cấp thông tin, bằng chứng hoặc tự mình xác minh, thu thập thông tin, bằng chứng để xử lý theo quy định của pháp luật.

2. Cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cấp huyện có trách nhiệm trả lời bằng văn bản việc giải quyết yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; trường hợp xác định tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ vi phạm quyền lợi người tiêu dùng, văn bản trả lời phải có các nội dung sau đây:

a) Nội dung vi phạm;

b) Biện pháp khắc phục hậu quả;

c) Thời hạn thực hiện biện pháp khắc phục hậu quả;

d) Biện pháp xử lý vi phạm hành chính, nếu có.

3. Biện pháp khắc phục hậu quả quy định tại điểm b khoản 2 Điều này bao gồm:

a) Buộc tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ thu hồi, tiêu hủy hàng hóa hoặc ngừng cung cấp hàng hóa, dịch vụ;

b) Đình chỉ hoặc tạm đình chỉ hoạt động kinh doanh của tổ chức, cá nhân vi phạm;

c) Buộc tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ loại bỏ điều khoản vi phạm quyền lợi người tiêu dùng ra khỏi hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung.

4. Ngoài các biện pháp quy định tại khoản 3 Điều này, tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ tái phạm còn bị đưa vào Danh sách tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ vi phạm quyền lợi người tiêu dùng.

5. Chính phủ quy định chi tiết Điều này.

**Điều 34.1.NĐ.1.20. Hình thức, nội dung của yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

*(Điều 20 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

1. Người tiêu dùng, tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng có quyền yêu cầu cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng theo quy định tại Điều 25 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Việc yêu cầu có thể được thực hiện bằng văn bản hoặc yêu cầu trực tiếp.

2. Yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng phải có các nội dung sau:

a) Thông tin về tổ chức, cá nhân kinh doanh vi phạm;

b) Thông tin về tổ chức xã hội hoặc người tiêu dùng yêu cầu;

c) Nội dung vụ việc;

d) Yêu cầu cụ thể của người tiêu dùng, tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng;

đ) Tài liệu, chứng cứ kèm theo.

**Điều 34.1.NĐ.1.21. Thủ tục tiếp nhận yêu cầu**

*(Điều 21 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

1. Trường hợp yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được lập bằng văn bản, cán bộ phụ trách tiếp nhận có trách nhiệm xem xét và tiếp nhận yêu cầu.

Trường hợp yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được trình bày trực tiếp, cán bộ phụ trách tiếp nhận phải lập thành văn bản và yêu cầu người tiêu dùng hoặc người đại diện của tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ký tên hoặc điểm chỉ xác nhận vào văn bản đó.

2. Trường hợp yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thiếu các nội dung quy định tại Điều 20 Nghị định này, cơ quan có thẩm quyền yêu cầu người tiêu dùng, tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng bổ sung. Việc bổ sung phải được thực hiện trong thời hạn năm (05) ngày làm việc kể từ ngày nhận được yêu cầu của cơ quan có thẩm quyền.

**Điều 34.1.NĐ.1.22. Giải quyết yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

*(Điều 22 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

1. Sau khi tiếp nhận yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, cơ quan có thẩm quyền tiến hành giải quyết yêu cầu. Trường hợp cần thiết, cơ quan có thẩm quyền có quyền yêu cầu các bên giải trình, cung cấp thêm thông tin, tài liệu phục vụ cho việc giải quyết yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

2. Trong thời hạn mười lăm (15) ngày làm việc kể từ ngày tiếp nhận yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng hợp lệ, cơ quan có thẩm quyền phải trả lời theo quy định tại Điều 26 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Trường hợp vụ việc phức tạp, thời hạn trả lời có thể được gia hạn nhưng không quá mười lăm (15) ngày làm việc.

3. Trong quá trình giải quyết yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, nếu cơ quan có thẩm quyền xác định vụ việc có dấu hiệu vi phạm pháp luật về xử lý vi phạm hành chính hoặc vụ việc thuộc thẩm quyền giải quyết của cơ quan khác thì chuyển hồ sơ vụ việc cho cơ quan đó giải quyết và nêu rõ trong văn bản trả lời người tiêu dùng.

**Điều 34.1.NĐ.1.23. Công bố công khai danh sách tổ chức, cá nhân kinh doanh vi phạm quyền lợi người tiêu dùng**

*(Điều 23 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

1. Cơ quan bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cấp huyện có trách nhiệm lập và công khai danh sách tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ vi phạm quyền lợi người tiêu dùng theo quy định tại khoản 4 Điều 26 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Trường hợp vụ việc vi phạm liên quan từ hai huyện trở lên thì Sở Công Thương có trách nhiệm công bố danh sách tổ chức, cá nhân kinh doanh vi phạm. Trường hợp vụ việc liên quan đến từ hai tỉnh trở lên, Bộ Công thương có trách nhiệm công bố danh sách tổ chức, cá nhân kinh doanh vi phạm.

2. Danh sách tổ chức, cá nhân kinh doanh vi phạm được công bố công khai trên phương tiện thông tin đại chúng, niêm yết tại trụ sở và đăng tải trên trang thông tin điện tử của cơ quan bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Nội dung công bố công khai gồm:

a) Tên, địa chỉ tổ chức, cá nhân vi phạm;

b) Hành vi, địa bàn vi phạm;

c) Cơ quan ban hành, số, ngày, tháng, năm quyết định xử lý vi phạm.

Thời hạn công bố tổ chức, cá nhân kinh doanh vi phạm là ba mươi (30) ngày kể từ ngày công bố.

3. Ban quản lý chợ, thương nhân kinh doanh chợ, trung tâm thương mại công bố công khai danh sách tổ chức, cá nhân kinh doanh trong phạm vi chợ, trung tâm thương mại vi phạm quyền lợi người tiêu dùng tại chợ, trung tâm thương mại do mình quản lý.

**CHƯƠNG III**

**TRÁCH NHIỆM CỦA TỔ CHỨC XÃ HỘI TRONG VIỆC THAM GIA**

**BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG**

**Điều 34.1.LQ.27. Tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

*(Điều 27 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

1. Tổ chức xã hội thành lập theo quy định của pháp luật và hoạt động theo điều lệ được tham gia hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

2. Hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của tổ chức xã hội phải theo quy định của Luật này và quy định khác của pháp luật có liên quan.

*(Điều này có nội dung liên quan đến điều 22 Luật chất lượng, sản phẩm hàng hoá ban hành ngày 21/11/2007; Điều 5,6 Luật Bảo vệ sức khỏe nhân dân ban hành ngày 30/6/1989; Điều 41 Luật Đo lường số 04/2011/QH13 ban hành ngày 11/11/2011 ).*

**Điều 34.1.LQ.28. Nội dung tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của tổ chức xã hội**

*(Điều 28 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

1. Tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng bằng các hoạt động sau đây:

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 hoá, 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.

2. 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 34.1.NĐ.1.24. 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**

*(Điều 24 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

Tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được quyền tự mình khởi kiện vụ án bảo vệ quyền lợi 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.

**Điều 34.1.NĐ.1.25. Nghĩa vụ của tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khi tự mình khởi kiện vụ án bảo vệ người tiêu dùng vì lợi ích công cộng**

*(Điều 25 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

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 sau:

1. Thông báo thông tin về nội dung vụ án theo quy định tại Điều 44 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

2. Đảm bảo quyền tham gia vụ án của những người tiêu dùng có liên quan đến vụ án.

3. Chịu các chi phí phát sinh trong quá trình khởi kiện.

**Điều 34.1.NĐ.1.26. Các tổ chức xã hội tham gia quá trình khởi kiện**

*(Điều 26 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

Trường hợp tổ chức xã hội đã thực hiện việc khởi kiện vụ án bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, các tổ chức xã hội liên quan có quyền và nghĩa vụ phối hợp với tổ chức xã hội đã khởi kiện để thu thập chứng cứ, cung cấp thông tin và các hoạt động khác liên quan đến quá trình tố tụng.

**Điều 34.1.LQ.29. Thực hiện nhiệm vụ được cơ quan nhà nước giao**

*(Điều 29 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

1. Khi thực hiện nhiệm vụ được cơ quan nhà nước giao, tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được Nhà nước hỗ trợ kinh phí và các điều kiện khác theo quy định của pháp luật.

2. Chính phủ quy định cụ thể nhiệm vụ cơ quan nhà nước giao cho tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thực hiện.

**Điều 34.1.NĐ.1.27. Điều kiện để tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được thực hiện các nhiệm vụ gắn với nhiệm vụ của Nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

*(Điều 27 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

Tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được thực hiện các nhiệm vụ gắn với nhiệm vụ của Nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khi có đủ các điều kiện sau đây:

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

2. Có tôn chỉ, mục đích hoạt động vì bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

3. Có thời gian hoạt động tối thiểu là một (01) năm.

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

**Điều 34.1.NĐ.1.28. Nhiệm vụ Nhà nước giao cho tổ chức xã hội thực hiện**

*(Điều 28 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

Tổ chức xã hội đáp ứng đủ các điều kiện quy định tại Điều 27 Nghị định này được cơ quan Nhà nước có thẩm quyền giao thực hiện một trong những nhiệm vụ sau:

1. Tuyên truyền, phổ biến giáo dục về quyền và nghĩa vụ của người tiêu dùng.

2. Hướng dẫn, đào tạo nâng cao nhận thức cho người tiêu dùng.

3. Tư vấn, hỗ trợ cho người tiêu dùng.

4. Thực hiện các nghiên cứu, khảo sát thực tế, tập hợp ý kiến, phản ánh nhu cầu của người tiêu dùng.

**Điều 34.1.NĐ.1.29. Thẩm quyền giao nhiệm vụ bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cho tổ chức xã hội**

*(Điều 29 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

1. Bộ trưởng Bộ Công Thương quyết định giao nhiệm vụ gắn với nhiệm vụ của Nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cho tổ chức xã hội có đủ điều kiện hoạt động trên phạm vi toàn quốc hoặc hoạt động trên phạm vi từ hai tỉnh trở lên.

2. Chủ tịch Ủy ban nhân dân cấp tỉnh quyết định giao nhiệm vụ gắn với nhiệm vụ của Nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cho tổ chức xã hội có đủ điều kiện hoạt động trên phạm vi tỉnh mình.

**Điều 34.1.NĐ.1.30. Hỗ trợ kinh phí đối với các hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng do Nhà nước giao**

*(Điều 30 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

Khi được cơ quan nhà nước có thẩm quyền giao thực hiện nhiệm vụ gắn với nhiệm vụ của Nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, tổ chức xã hội được Nhà nước hỗ trợ kinh phí theo quy định của pháp luật.

**CHƯƠNG IV**

**GIẢI QUYẾT TRANH CHẤP GIỮA NGƯỜI TIÊU DÙNG** **VÀ TỔ CHỨC,**

**CÁ NHÂN KINH DOANH HÀNG HÓA, DỊCH VỤ**

**Điều 34.1.LQ.30. Phương thức giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ**

*(Điều 30 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

1. Tranh chấp phát sinh giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ được giải quyết thông qua:

a) Thương lượng;

b) Hòa giải;

c) Trọng tài;

d) Tòa án.

2. Không được thương lượng, hoà giải trong trường hợp tranh chấp gây thiệt hại đến lợi ích của Nhà nước, lợi ích của nhiều người tiêu dùng, lợi ích công cộng.

*(Điều này có nội dung liên quan đến Điều 38,39 Luật Bưu chính số 49/2010/QH12 ban hành ngày 17/6/2010; Điều 54,55,56 Luật chất lượng, sản phẩm hàng hoá ngày 21/11/2007; Điều 51,52 Luật Giao dịch điện tử số 51/2005/QH11 ngày 29/11/2005; Điều 338,339 Bộ luật Hàng hải Việt Nam số 95/2015/QH13 ban hành ngày 25/11/2015; Điều 153,156,170,172,173,174, Luật Hàng không dân dụng Việt Nam số 66/2006/QH11 ban hành ngày 29/6/2006 và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Hàng không dân dụng Việt Nam số 61/2014/QH13 ban hành ngày 21/11/2014; Điều 5,6,12,13 Luật Khiếu nại số 02/2011/QH13 ngày 11/11/2011; Điều 66 Luật Tiêu chuẩn và Quy chuẩn kỹ thuật số 68/2006/QH11 ban hành ngày 29/6/2006; Điều 80 Luật Khám bệnh, chữa bệnh số 40/2009/QH12 ban hành ngày 23/11/2009; Điều 36 Luật Bảo hiểm tiền gửi 06/2012/QH13 ngày 18/6/2012; Điều 76 Nghị định 52/2013/NĐ-CP ban hành ngày 16/5/2013).*

**Mục 1**

**THƯƠNG LƯỢNG**

**Điều 34.1.LQ.31. Thương lượng**

*(Điều 31 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

1. Người tiêu dùng có quyền gửi yêu cầu đến tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ để thương lượng khi cho rằng quyền, lợi ích hợp pháp của mình bị xâm phạm.

2. Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ có trách nhiệm tiếp nhận, tiến hành thương lượng với người tiêu dùng trong thời hạn không quá 07 ngày làm việc, kể từ ngày nhận được yêu cầu.

**Điều 34.1.LQ.32. Kết quả thương lượng**

*(Điều 32 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

 Kết quả thương lượng thành của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ với người tiêu dùng được lập thành văn bản, trừ trường hợp các bên có thoả thuận khác.

**Mục 2**

**HÒA GIẢI**

**Điều 34.1.LQ.33. Hòa giải**

*(Điều 33 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ và người tiêu dùng có quyền thoả thuận lựa chọn bên thứ ba là cá nhân hoặc tổ chức hòa giải để thực hiện việc hòa giải.

**Điều 34.1.LQ.34. Nguyên tắc thực hiện hòa giải**

*(Điều 34 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

1. Bảo đảm khách quan, trung thực, thiện chí, không được ép buộc, lừa dối.

2. Tổ chức, cá nhân tiến hành hòa giải, các bên tham gia hòa giải phải bảo đảm bí mật thông tin liên quan đến việc hoà giải, trừ trường hợp các bên có thỏa thuận khác hoặc pháp luật có quy định khác.

**Điều 34.1.LQ.35. Tổ chức hòa giải**

*(Điều 35 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

Tổ chức, cá nhân có đủ điều kiện theo quy định của Chính phủ được thành lập tổ chức hòa giải để giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ.

**Điều 34.1.LQ.36. Biên bản hòa giải**

*(Điều 36 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

1. Biên bản hòa giải phải có các nội dung chính sau đây:

a) Tổ chức, cá nhân tiến hành hòa giải;

b) Các bên tham gia hòa giải;

c) Nội dung hoà giải;

d) Thời gian, địa điểm tiến hành hòa giải;

đ) Ý kiến của các bên tham gia hòa giải;

e) Kết quả hòa giải;

g) Thời hạn thực hiện kết quả hòa giải thành.

2. Biên bản hòa giải phải có chữ ký của các bên tham gia hòa giải và chữ ký xác nhận của tổ chức, cá nhân tiến hành hoà giải.

**Điều 34.1.LQ.37. Thực hiện kết quả hòa giải thành**

*(Điều 37 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

Các bên có trách nhiệm thực hiện kết quả hòa giải thành trong thời hạn đã thỏa thuận trong biên bản hòa giải; trường hợp một bên không tự nguyện thực hiện thì bên kia có quyền khởi kiện ra Toà án để yêu cầu giải quyết theo quy định của pháp luật.

**Điều 34.1.NĐ.1.31. Thẩm quyền thành lập, giải thể tổ chức hòa giải**

*(Điều 31 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

Các cơ quan, tổ chức sau đây có thẩm quyền thành lập, giải thể tổ chức hòa giải:

1. Cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

2. Tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

**Điều 34.1.NĐ.1.32. Hòa giải viên**

*(Điều 32 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

1. Công dân Việt Nam có đủ các điều kiện sau đây có thể làm Hòa giải viên:

a) Có năng lực hành vi dân sự đầy đủ;

b) Có phẩm chất đạo đức tốt, trung thực;

c) Có ít nhất năm (05) năm kinh nghiệm công tác.

2. Người đang bị quản chế hành chính, đang bị truy cứu trách nhiệm hình sự hoặc đã bị kết án mà chưa được xóa án tích không được làm Hòa giải viên.

**Điều 34.1.NĐ.1.33. Trách nhiệm, quyền hạn của tổ chức hòa giải**

*(Điều 33 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

Trong quá trình hoạt động, tổ chức hòa giải có trách nhiệm sau:

1. Thực hiện đúng quy định của pháp luật.

2. Tôn trọng sự thỏa thuận của các bên; không được đe dọa, cưỡng ép các bên trong quá trình hòa giải.

3. Đảm bảo bí mật thông tin liên quan đến nội dung hòa giải và các thông tin khác của các bên tham gia hòa giải, trừ trường hợp các bên có thỏa thuận khác hoặc pháp luật có quy định khác.

4. Không được lợi dụng việc hòa giải để gây thiệt hại đến quyền và lợi ích hợp pháp của các bên tham gia hòa giải.

5. Không được hòa giải trong trường hợp tranh chấp gây thiệt hại đến lợi ích của Nhà nước, lợi ích của nhiều người tiêu dùng, lợi ích công cộng hoặc có dấu hiệu cấu thành tội phạm.

**Mục 3**

**TRỌNG TÀI**

**Điều 34.1.LQ.38. Hiệu lực của điều khoản trọng tài**

*(Điều 38 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ phải thông báo về điều khoản trọng tài trước khi giao kết hợp đồng và được người tiêu dùng chấp thuận. Trường hợp điều khoản trọng tài do tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ đưa vào hợp đồng theo mẫu hoặc điều kiện giao dịch chung thì khi xảy ra tranh chấp, người tiêu dùng là cá nhân có quyền lựa chọn phương thức giải quyết tranh chấp khác.

*(Điều này có nội dung liên quan đến điều 17 Luật trọng tài thương mại số: 54/2010/QH12 ngày 17/6/2010)*

**Điều 34.1.LQ.39. Trình tự, thủ tục giải quyết tranh chấp tại trọng tài**

*(Điều 39 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

Trình tự, thủ tục giải quyết tranh chấp tại trọng tài được thực hiện theo quy định của pháp luật về trọng tài thương mại.

*(Điều này có nội dung liên quan đến các điều từ điều 16 đến điều 72 Luật trọng tài thương mại số: 54/2010/QH12 ngày 17/6/2010)*

**Điều 34.1.LQ.40. Nghĩa vụ chứng minh**

*(Điều 40 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

Nghĩa vụ chứng minh trong giải quyết tranh chấp tại trọng tài được thực hiện theo quy định tại Điều 42 của Luật này.

**Mục 4**

**GIẢI QUYẾT TRANH CHẤP TẠI TÒA ÁN**

**Điều 34.1.LQ.41. Vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

*(Điều 41 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

1. Vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là vụ án mà bên khởi kiện là người tiêu dùng hoặc tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng theo quy định của Luật này.

2. Vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được giải quyết theo thủ tục đơn giản quy định trong pháp luật về tố tụng dân sự khi có đủ các điều kiện sau đây:

a) Cá nhân là người tiêu dùng khởi kiện; tổ chức, cá nhân trực tiếp cung cấp hàng hóa, dịch vụ cho người tiêu dùng bị khởi kiện;

b) Vụ án đơn giản, chứng cứ rõ ràng;

c) Giá trị giao dịch dưới 100 triệu đồng.

*(Điều này có nội dung liên quan đến các điều từ điều 316 đến điều 324 Bộ luật tố tụng dân sự số 92/2015/QH13 ngày 25/11/2015)*

**Điều 34.1.LQ.42. Nghĩa vụ chứng minh trong vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

*(Điều 42 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

1. Người tiêu dùng có nghĩa vụ cung cấp chứng cứ và chứng minh trong vụ án dân sự để bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp của mình theo quy định của pháp luật về tố tụng dân sự, trừ việc chứng minh lỗi của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ.

2. Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ có nghĩa vụ chứng minh mình không có lỗi gây ra thiệt hại.

3. Toà án quyết định bên có lỗi trong vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

**Điều 34.1.LQ.43. Án phí, lệ phí Tòa án đối với vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

*(Điều 43 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

1. Án phí, lệ phí Tòa án đối với vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được thực hiện theo quy định của pháp luật về án phí, lệ phí Tòa án.

2. Người tiêu dùng khởi kiện vụ án dân sự để bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp của mình không phải nộp tạm ứng án phí, tạm ứng lệ phí Toà án.

**Điều 34.1.LQ.44. Thông báo thông tin về vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng do tổ chức xã hội khởi kiện**

*(Điều 44 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

1. Tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng có trách nhiệm thông báo công khai bằng hình thức phù hợp về việc khởi kiện và chịu trách nhiệm về thông tin do mình công bố, bảo đảm không ảnh hưởng đến hoạt động bình thường của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ.

2. Nội dung thông báo quy định tại khoản 1 Điều này bao gồm:

a) Tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khởi kiện;

b) Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ bị kiện;

c) Nội dung khởi kiện;

d) Thủ tục và thời hạn đăng ký tham gia vụ án.

3. Tòa án có trách nhiệm niêm yết công khai tại trụ sở Tòa án thông tin về việc thụ lý vụ án trong thời hạn 03 ngày làm việc, kể từ ngày thụ lý vụ án theo quy định của pháp luật tố tụng dân sự.

**Điều 34.1.LQ.45. Thông báo bản án, quyết định của Tòa án giải quyết vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng do tổ chức xã hội khởi kiện**

*(Điều 45 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

Bản án, quyết định của Toà án giải quyết vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng do tổ chức xã hội khởi kiện phải được niêm yết công khai tại trụ sở Toà án và công bố công khai trên phương tiện thông tin đại chúng bằng hình thức thích hợp.

**Điều 34.1.LQ.46. Tiền bồi thường thiệt hại trong vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng do tổ chức xã hội khởi kiện vì lợi ích công cộng**

*(Điều 46 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

Tiền bồi thường thiệt hại trong vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng do tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khởi kiện vì lợi ích công cộng được thực hiện theo bản án, quyết định của Tòa án.

**CHƯƠNG V**

**TRÁCH NHIỆM QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG**

**Điều 34.1.LQ.47. Trách nhiệm quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

*(Điều 47 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

1. Chính phủ thống nhất quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

2. Bộ Công thương chịu trách nhiệm trước Chính phủ thực hiện quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

3. Bộ, cơ quan ngang bộ trong phạm vi nhiệm vụ, quyền hạn của mình có trách nhiệm phối hợp với Bộ Công thương thực hiện quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

4. Ủy ban nhân dân các cấp trong phạm vi nhiệm vụ, quyền hạn của mình thực hiện quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại địa phương.

*(Điều này có nội dung liên quan đến các điều: Từ điều 61 đến điều 68 Luật An toàn thực phẩm ban hành ngày 17/6/2010; Điều 68,69,70 Luật chất lượng, sản phẩm hàng hoá ban hành ngày 21/11/2007; Điều 13 Luật Du lịch số 09/2017/QH14 ngày 19/6/2017; Điều 8 Luật Giao dịch điện tử số 51/2005/QH11ban hành ngày 29/11/**2005; Điều 5 Luật Khám bệnh, chữa bệnh số 40/2009/QH12 ban hành ngày 23/11/2009; Điều 3,4,6 Luật Bảo vệ sức khỏe nhân dân ban hành ngày 30/6/1989; Điều 9 Luật Bảo hiểm tiền gửi 06/2012/QH13 ban hành ngày 18/6/2012; Điều 33 Nghị định 127/2015/NĐ-CP ban hành ngày 14/12/2015; Điều 5,6 Nghị định 52/2013/NĐ-CP ban hành ngày 16/5/2013; Điều 26,27,28 Nghị định số 181/2013/NĐ-CP ban hành ngày 14/11/2013).*

**Điều 34.1.LQ.48. Trách nhiệm của Bộ Công thương**

*(Điều 48 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

1. Ban hành theo thẩm quyền hoặc trình cơ quan nhà nước có thẩm quyền ban hành và tổ chức thực hiện chiến lược, quy hoạch, kế hoạch, chương trình, dự án, chính sách, pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

2. Quản lý hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của tổ chức xã hội, tổ chức hòa giải; hợp đồng theo mẫu và điều kiện giao dịch chung theo quy định tại Điều 19 của Luật này.

3. Tuyên truyền, phổ biến, giáo dục pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; tư vấn, hỗ trợ và nâng cao nhận thức về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

4. Xây dựng cơ sở dữ liệu thông tin phục vụ công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; đào tạo nguồn nhân lực, bồi dưỡng nghiệp vụ phục vụ công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

5. Thanh tra, kiểm tra, giải quyết khiếu nại, tố cáo và xử lý vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng theo thẩm quyền.

6. Thực hiện hợp tác quốc tế về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

*(Điều này có nội dung liên quan đến điều 37 Luật Quy hoạch* số 21/2017/QH14 ngày 24/11/2017)

**Điều 34.1.LQ.49. Trách nhiệm của Ủy ban nhân dân các cấp**

*(Điều 49 Luật số: 59/2010/QH12, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

1. Ban hành theo thẩm quyền hoặc trình cơ quan nhà nước có thẩm quyền ban hành và tổ chức thực hiện văn bản quy phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại địa phương.

2. Quản lý hoạt động về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của tổ chức xã hội, tổ chức hòa giải tại địa phương.

3. Tuyên truyền, phổ biến, giáo dục pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; tư vấn, hỗ trợ và nâng cao nhận thức về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại địa phương.

4. Thanh tra, kiểm tra, giải quyết khiếu nại, tố cáo và xử lý vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng theo thẩm quyền.

**Điều 34.1.NĐ.1.34. Cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

*(Điều 34 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

1. Bộ Công Thương là cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ở trung ương.

Cục Quản lý cạnh tranh là cơ quan giúp Bộ trưởng Bộ Công Thương thực hiện quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

2. Ủy ban nhân dân cấp tỉnh tại địa phương là cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ở địa phương.

Sở Công Thương là cơ quan giúp Chủ tịch Ủy ban nhân dân cấp tỉnh thực hiện quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại địa phương.

3. Ủy ban nhân dân cấp huyện quyết định đơn vị giúp Ủy ban nhân dân thực hiện chức năng quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên địa bàn huyện mình.

**Điều 34.1.NĐ.1.35. Trách nhiệm của các cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại địa phương**

*(Điều 35 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

1. Sở Công Thương có trách nhiệm giúp Ủy ban nhân dân cấp tỉnh thực hiện các nhiệm vụ sau:

a) Thực hiện việc kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung theo quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Nghị định này và quy định của pháp luật có liên quan;

b) Thẩm định các đề án, kế hoạch hoạt động của tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trình Chủ tịch Ủy ban nhân dân cấp tỉnh quyết định giao thực hiện nhiệm vụ gắn với nhiệm vụ của Nhà nước;

c) Giám sát việc thực hiện các nhiệm vụ khi giao cho tổ chức xã hội bảo vệ người tiêu dùng thực hiện;

d) Kiểm tra, giám sát hoạt động hòa giải của tổ chức hòa giải tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh;

đ) Tạo điều kiện để tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng hoạt động;

e) Hướng dẫn chuyên môn, nghiệp vụ để cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ người tiêu dùng cấp huyện thực hiện các nội dung liên quan đến bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

g) Công bố công khai danh sách tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ vi phạm quyền lợi người tiêu dùng theo quy định tại khoản 4 Điều 26 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và Điều 23 Nghị định này;

h) Báo cáo kết quả thực hiện quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên địa bàn tỉnh theo định kỳ hoặc theo yêu cầu của cơ quan có thẩm quyền cấp trên;

i) Kiểm tra, xử lý hành vi vi phạm quyền lợi người tiêu dùng theo quy định của pháp luật;

k) Các trách nhiệm khác quy định tại Điều 49 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

2. Đơn vị giúp Ủy ban nhân dân cấp huyện thực hiện quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng có trách nhiệm thực hiện các nhiệm vụ sau:

a) Thực hiện việc giải quyết yêu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng theo quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Nghị định này và các quy định của pháp luật có liên quan;

b) Kiểm tra, giám sát hoạt động của tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng hoạt động trên địa bàn huyện mình quản lý;

c) Giúp Ủy ban nhân dân cấp huyện quản lý theo thẩm quyền đối với các chợ, trung tâm thương mại trên địa bàn để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khi mua hàng hóa, sử dụng dịch vụ tại các địa điểm này;

d) Hướng dẫn chuyên môn, nghiệp vụ để Ủy ban nhân dân cấp xã thực hiện các biện pháp cần thiết để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khi mua hàng hóa, sử dụng dịch vụ của các cá nhân hoạt động thương mại ngoài phạm vi chợ, trung tâm thương mại;

đ) Công bố công khai danh sách tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ vi phạm quyền lợi người tiêu dùng theo quy định tại khoản 4 Điều 26 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và Điều 23 Nghị định này;

e) Báo cáo kết quả thực hiện quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên địa bàn huyện theo định kỳ hoặc theo yêu cầu của cơ quan có thẩm quyền cấp trên;

g) Các trách nhiệm khác quy định tại Điều 49 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

**Điều 34.1.NĐ.1.6. Trách nhiệm của Ủy ban nhân dân cấp xã**

*(Điều 6 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

1. Kiểm tra, giám sát hoạt động của các Ban quản lý chợ, thương nhân kinh doanh chợ, trung tâm thương mại trên địa bàn trong việc thực hiện nội quy đã được phê duyệt. Trong trường hợp không có Ban quản lý chợ, thương nhân kinh doanh chợ, trung tâm thương mại thì Ủy ban nhân dân cấp xã có trách nhiệm thực hiện các biện pháp để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong phạm vi chợ, trung tâm thương mại.

2. Quản lý, kiểm tra hoạt động của các cá nhân hoạt động thương mại độc lập, thường xuyên không phải đăng ký kinh doanh hoạt động trên địa bàn xã ngoài phạm vi chợ, trung tâm thương mại để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

3. Phối hợp với các cơ quan chức năng cấp huyện, tỉnh về thương mại, quản lý thị trường, an toàn thực phẩm, tiêu chuẩn, đo lường và chất lượng trong việc quản lý, kiểm tra hoạt động kinh doanh của các cá nhân hoạt động thương mại trên địa bàn.

4. Xử lý các vi phạm về bảo vệ người tiêu dùng theo thẩm quyền và theo quy định của pháp luật.

5. Tuyên truyền, khuyến khích các cá nhân không hoạt động thương mại ngoài phạm vi chợ, trung tâm thương mại; tạo điều kiện để các cá nhân hoạt động kinh doanh trong phạm vi chợ, trung tâm thương mại.

**Điều 34.1.NĐ.1.5. Trách nhiệm của Ban quản lý chợ, thương nhân kinh doanh chợ, trung tâm thương mại**

*(Điều 5 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

1. Ban hành nội quy theo quy định của pháp luật trong đó phải có các nội dung cơ bản về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, bao gồm:

a) Quyền và trách nhiệm của người tiêu dùng;

b) Quyền và trách nhiệm của người bán hàng;

c) Người có trách nhiệm tiếp nhận, giải quyết yêu cầu, phản ánh của người tiêu dùng;

d) Biện pháp xử lý vi phạm.

2. Hòa giải tranh chấp giữa người tiêu dùng và người bán hàng trong phạm vi chợ, trung tâm thương mại khi được yêu cầu.

3. Đặt và duy trì hoạt động của cân đối chứng, thiết bị đo lường tại các chợ, trung tâm thương mại để người tiêu dùng tự kiểm tra về số lượng, khối lượng hàng hóa.

4. Thường xuyên giám sát chất lượng, số lượng của hàng hóa trong khu vực chợ, trung tâm thương mại.

5. Thiết lập, niêm yết công khai đường dây nóng để tiếp nhận, giải quyết các yêu cầu của người tiêu dùng phù hợp với cấp độ chợ, trung tâm thương mại đã được phân loại theo quy định của pháp luật.

6. Định kỳ sáu (06) tháng một lần thông báo, phối hợp với các cơ quan chức năng về thương mại, quản lý thị trường, an toàn thực phẩm, tiêu chuẩn, đo lường và chất lượng trong việc kiểm soát chất lượng, số lượng, nguồn gốc, an toàn thực phẩm đối với hàng hóa, dịch vụ trong phạm vi chợ, trung tâm thương mại do mình quản lý.

7. Báo cáo cơ quan có thẩm quyền trong trường hợp phát hiện hành vi vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và quy định của pháp luật có liên quan khác.

8. Xử lý vi phạm theo nội quy đã được phê duyệt.

**CHƯƠNG VI**

**ĐIỀU KHOẢN THI HÀNH**

**Điều 34.1.LQ.50. Hiệu lực thi hành**

*(Điều 50 Luật số: 59/2010/QH12 ngày 17/11/2010, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

Luật này có hiệu lực thi hành từ ngày 01 tháng 7 năm 2011.

Pháp lệnh bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng số 13/1999/PL-UBTVQH10 hết hiệu lực kể từ ngày Luật này có hiệu lực.

**Điều 34.1.LQ.51. Quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành**

*(Điều 51 Luật số: 59/2010/QH12 ngày 17/11/2010, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011)*

Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành các điều, khoản được giao trong Luật; hướng dẫn những nội dung cần thiết khác của Luật này để đáp ứng yêu cầu quản lý nhà nước.

Luật này đã được Quốc hội nước Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam khoá XII, kỳ họp thứ 8 thông qua ngày 17 tháng 11 năm 2010.

**Điều 34.1.NĐ.1.36. Hiệu lực thi hành**

*(Điều 36 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

Nghị định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15 tháng 12 năm 2011.

**Điều 34.1.NĐ.1.37. Trách nhiệm thi hành**

*(Điều 37 Nghị định số 99/2011/NĐ-CP, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15/12/2011)*

1. Bộ Công Thương chủ trì, phối hợp với Bộ Nội vụ và Ủy ban nhân dân cấp tỉnh hướng dẫn thực hiện việc quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại địa phương.

2. Các Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, các tổ chức, cá nhân liên quan chịu trách nhiệm thi hành Nghị định này.

**Điều 34.1.QĐ.1.2.**

*(Điều 2, Quyết định số 02/2012/QĐ-TTg, có hiệu lực từ ngày 01/03/2012)*

Căn cứ vào nhu cầu bảo vệ người tiêu dùng trong từng thời kỳ, Bộ Công Thương có trách nhiệm xem xét, trình Thủ tướng Chính phủ sửa đổi, bổ sung Danh mục hàng hóa, dịch vụ thiết yếu phải đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung.

**Điều 34.1.QĐ.1.3.**

*(Điều 3, Quyết định số 02/2012/QĐ-TTg, có hiệu lực từ ngày 01/03/2012)*

Quyết định này có hiệu lực kể từ ngày 01 tháng 3 năm 2012. Đối với các hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung đang được thực hiện thuộc Danh mục quy định tại Điều 1 Quyết định này, trong thời hạn 90 ngày kể từ ngày Quyết định này có hiệu lực, tổ chức, cá nhân kinh doanh phải đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung theo quy định.

**Điều 34.1.QĐ.1.4.**

*(Điều 4, Quyết định số 02/2012/QĐ-TTg, có hiệu lực từ ngày 01/03/2012)*

Các Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương và các tổ chức, cá nhân có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này.

**Điều 34.1.QĐ.2.3. Hiệu lực thi hành**

*(Điều 3* [*Quyết định số 35/2015/QĐ-TTg*](http://www.vca.gov.vn/chitietphapluatbvntd.aspx?Cate_ID=455&ID=195)  *có hiệu lực từ ngày 15/10/ 2015)*

Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày 15 tháng 10 năm 2015.

**Điều 34.1.QĐ.2.4. Điều khoản chuyển tiếp**

*(Điều 4* [*Quyết định số 35/2015/QĐ-TTg*](http://www.vca.gov.vn/chitietphapluatbvntd.aspx?Cate_ID=455&ID=195)  *có hiệu lực từ ngày 15/10/ 2015)*

1. Trong thời hạn 90 ngày kể từ ngày Quyết định này có hiệu lực, các tổ chức, cá nhân đang áp dụng hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung đối với các hàng hóa, dịch vụ nêu tại Điều 2 Quyết định này phải thực hiện việc đăng ký theo quy định của pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

2. Đối với các hợp đồng đã được ký kết và có hiệu lực trước thời điểm Quyết định này có hiệu lực thi hành:

a) Quyết định này không áp dụng đối với những hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung cung ứng các hàng hóa, dịch vụ nêu tại Điều 2 Quyết định đã ký kết hoặc áp dụng với người tiêu dùng trước thời điểm Quyết định có hiệu lực thi hành.

b) Trong trường hợp thay đổi nội dung - hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung nêu tại Điểm a Khoản 2 Điều này, tổ chức, cá nhân kinh doanh phải tiến hành thủ tục đăng ký và chỉ được áp dụng đối với người tiêu dùng khi việc đăng ký được hoàn thành theo quy định.

**Điều 34.1.QĐ.2.5. Tổ chức thực hiện**

*(Điều 4* [*Quyết định số 35/2015/QĐ-TTg*](http://www.vca.gov.vn/chitietphapluatbvntd.aspx?Cate_ID=455&ID=195)  *có hiệu lực từ ngày 15/10/ 2015)*

Các Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương và các tổ chức, cá nhân có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này.

**Điều 34.1.QĐ.3.2.**

*(Điều 2 Quyết định số 38/2018/QĐ-TTg có hiệu lực từ ngày 22/10 /2018).*

Quyết định này có hiệu lực thi hành từ ngày 22 tháng 10 năm 2018.

**Điều 34.1.QĐ.3.3.**

*(Điều 3 Quyết định số 38/2018/QĐ-TTg có hiệu lực từ ngày 22/10 /2018).*

Các Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương và các tổ chức, cá nhân có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này.

**Điều 34.1.TT.1.4. Hiệu lực thi hành**

*(Điều 1 Thông tư số:10/2013/TT-BCT, có hiệu lực thi hành từ ngày 30/5/2013)*

Thông tư này có hiệu lực thi hành kể từ ngày 30 tháng 5 năm 2013. Thông tư này thay thế Quyết định số 659/QĐ-BCT ngày 15 tháng 02 năm 2012 của Bộ trưởng Bộ Công Thương về việc ban hành mẫu đơn đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung.

**Điều 34.1.TT.1.3.** **Tổ chức thực hiện**

*(Điều 1 Thông tư số:10/2013/TT-BCT, có hiệu lực thi hành từ ngày 30/5/2013)*

Cục Quản lý cạnh tranh, Sở Công Thương các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương và các tổ chức, cá nhân có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Thông tư này.

# PHỤ LỤC 4

# CÔNG TÁC BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI MỘT SỐ NƯỚC VÀ

# BỐI CẢNH QUỐC TẾ VỀ BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG

**1. Nhật Bản**

***a) Tổng quan về hệ thống bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của Nhật Bản***

Nhật Bản có một hệ thống cơ quan bảo vệ người tiêu dùng bao gồm nhiều cơ quan khác nhau, có sự phối hợp liên tục chặt chẽ để giải quyết các vấn đề liên quan đến tiêu dùng, trong đó Cơ quan các vấn đề Người tiêu dùng (CAA) đóng vai trò chủ trì, thực hiện những nhiệm vụ chính cụ thể như sau:

- Quản lý và thực thi pháp luật liên quan đến bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng: Luật Cơ bản về Người tiêu dùng (sửa đổi năm 2009)[[19]](#footnote-19) và Luật An toàn Người tiêu dùng (sửa đổi năm 2012)[[20]](#footnote-20) và các văn bản pháp luật khác liên quan;

- Tập trung điều tra và phân tích thông tin liên quan đến bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng;

- Cung cấp thông tin và cảnh báo trên toàn quốc về các vấn đề tiêu dùng;

- Yêu cầu các bộ/ngành thực thi các biện pháp nhằm nâng cao quyền người tiêu dùng;

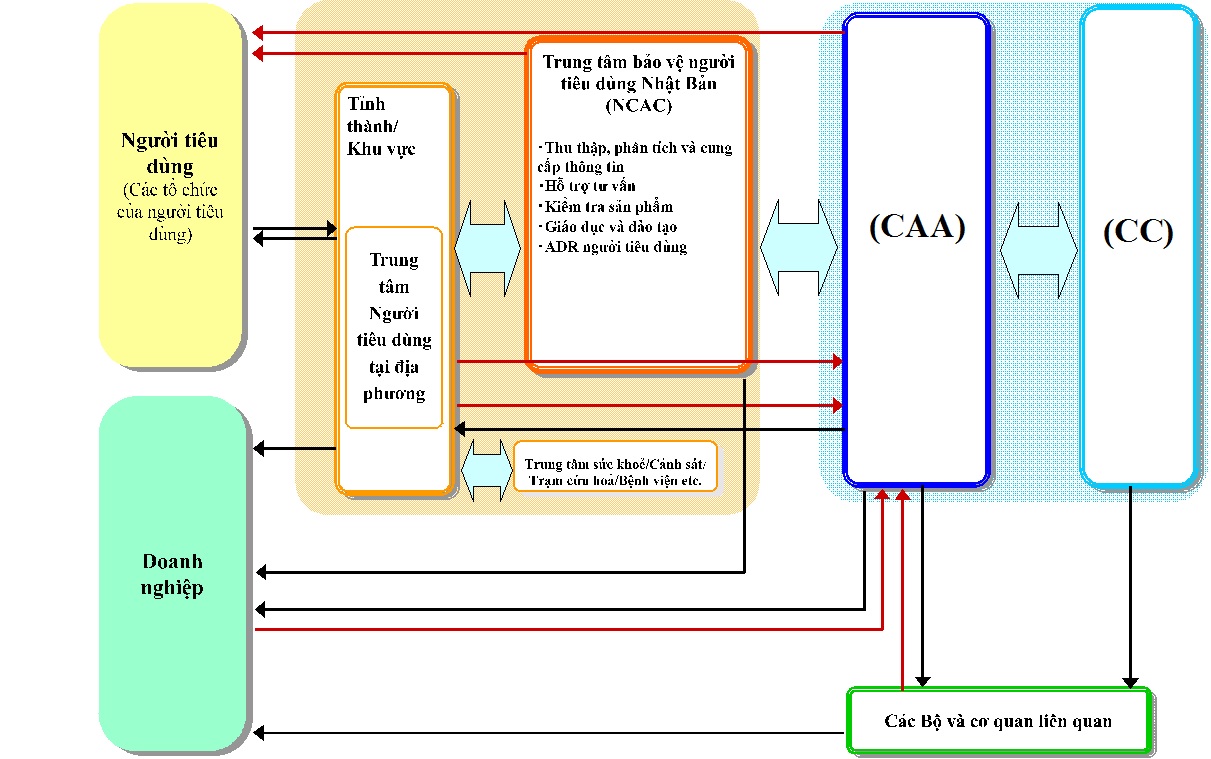
- Thiết lập và đề xuất lên chính phủ chiến lược liên quan đến thực thi pháp luật BVQLNTD.

Bên cạnh CAA, Ủy ban Người tiêu dùng (CC) là một cơ quan độc lập, đưa ra các kiến nghị với CAA và khuyến cáo với Thủ tướng Chính phủ về các vấn đề liên quan đến người tiêu dùng.

Phối hợp với CAA trong lĩnh vực bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là Trung tâm quốc gia các vấn đề Người tiêu dùng (NCAC). Đây là cơ quan thực thi mang tính nòng cốt, thực hiện vai trò tư vấn, hỗ trợ, đào tạo, kiểm định sản phẩm, thu thập phân tích và cung cấp thông tin, truyền thông. NCAC tiếp nhận khiếu nại hàng ngày từ người tiêu dùng, với hệ thống nhân lực dồi dào và đảm nhiệm công việc trong tất cả các ngày, bao gồm cả ngày lễ và ngày nghỉ. NCAC phối hợp chặt chẽ với các tổ chức người tiêu dùng được công nhận, gửi yêu cầu tới các doanh nghiệp và cung cấp thông tin cho người tiêu dùng một cách nhanh chóng nhằm thực hiện tốt nhất nhiệm vụ BVQLNTD.

Bên cạnh CAA, NCAC và Ủy ban người tiêu dùng, các cơ quan khác như Ủy ban an toàn thực phẩm và các bộ/ ngành tại Nhật Bản cũng tham gia tích cực vào công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

SƠ ĐỒ 1: Quy trình tư vấn, hỗ trợ người tiêu dùng của nhật bản



*Nguồn: Website NCAC*

Tại các tỉnh thành phố, chính quyền địa phương cũng thành lập một bộ phận chuyên biệt để thực thi công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Trên cơ sở nội dung chính sách chung về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên toàn quốc do CAA đề ra, các địa phương cũng xây dựng chính sách bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng riêng cho phù hợp với từng điều kiện đặc trưng của từng địa phương.

***b) Một số quy định pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của chính quyền địa phương tại Nhật Bản***

Trong Luật Cơ bản về Người tiêu dùng của Nhật Bản, nhà nước có trách nhiệm thúc đẩy và xây dựng chính sách người tiêu dùng dựa trên việc tôn trọng các quyền lợi của người tiêu dùng và các nguyên tắc cơ bản khác nhằm mục tiêu phát triển kinh tế và lợi ích xã hội.

Tại địa phương, theo Điều 4 Luật Cơ bản về Người tiêu dùng Nhật Bản, chính quyền địa phương có trách nhiệm hỗ trợ thực hiện các chính sách về BVQLNTD tuỳ theo điều kiện kinh tế xã hội của từng địa phương, đồng thời bảo đảm tính thống nhất giữa các biện pháp hỗ trợ của địa phương và trung ương trên cơ sở tôn trọng quyền lợi, sự tự chủ của người tiêu dùng và các nguyên tắc cơ bản.

Theo Luật An toàn sản phẩm tiêu dùng của Nhật Bản, chính quyền địa phương thông qua các trung tâm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thực hiện chức năng tham vấn người tiêu dùng và các chứng năng quản lý khác:

*“Điều 8. (1) Chính quyền cấp tỉnh có chức năng quản lý như sau:*

*i. Điều phối việc trao đổi thông tin giữa các chính quyền cấp thành phố và hỗ trợ kỹ thuật cho chính quyền cấp thành phố để giúp họ thực hiện các chứng năng quản lý được nêu ra tại các phần tiếp theo;*

*ii. Thực hiện các chức năng chính sau để bảo đảm an toàn sản phẩm tiêu dùng:*

*a. Giải quyết các yêu cầu tham vấn bao gồm khiếu nại của người tiêu dùng đối với doanh nghiệp với phạm vi rộng hơn khu vực 1 thành phố;*

*b. Tổ chức hoà giải giữa người tiêu dùng và doanh nghiệp với phạm vi rộng hơn khu vực 1 thành phố;*

*c. Thực hiện điều tra, phân tích khi cần thiết để đánh giá tình trạng và xu hướng của các vụ việc liên quan đến người tiêu dùng đang diễn ra và có khả năng xảy ra (đối với các vụ việc đòi hỏi các kiến thức và kỹ năng chuyên môn);*

*d. Thu thập các thông tin cần thiết liên quan đến an toàn sản phẩm tiêu dùng với phạm vi rộng hơn khu vực 1 thành phố và cung cấp những thông tin đó cho người dân trong khu vực;*

*iii. Trao đổi thông tin về các vụ việc liên quan đến người tiêu dùng đang xảy ra hoặc có khả năng xảy ra với chính quyền cấp cấp thành phố;*

*iv. Chức năng xử lý sự vụ liên quan đến 3 lĩnh vực nói trên.*

*(2) Chính quyền cấp thành phố thực hiện các chức năng quản lý như sau:*

*i. Giải quyết các yêu cầu tham vấn liên quan đến khiếu nại của người tiêu dùng đối với doanh nghiệp để bảo đảm an toàn sản phẩm tiêu dùng;*

*ii. Tổ chức hoà giải các khiếu nại của người tiêu dùng đối với doanh nghiệp để bảo đảm an toàn sản phẩm tiêu dùng;*

*iii. Thu thập thông tin cần thiết liên quan đến an toàn sản phẩm tiêu dùng và cung cấp cho cư dân trong khu vực;*

*iv. Trao đổi thông tin về các vụ việc liên quan đến an toàn sản phẩm tiêu dùng đang diễn ra và có khả năng xảy ra với chính quyền cấp tỉnh;*

*v. Chức năng quản lý sự vụ với những lĩnh vực nói trên.”*

Về việc thành lập các trung tâm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại địa phương theo Điều 10 Luật An toàn Người tiêu dùng, chính quyền cấp tỉnh phải thành lập các trung tâm hoặc tổ chức đáp ứng những yêu cần sau đây để thực hiện các chức năng đã nêu tại Điều 8, Khoản (1):

*“i. Tuyển dụng những người có kiến thức và kinh nghiệm chuyên môn về tư vấn theo như Điều 8, Khoản (1), Mục ii(a) để thực hiện các chức năng quản lý như đã nêu tại phần (a) và (b) tại tại Muc ii nói trên;*

*ii. Có hệ thống xử lý dữ liệu điện tử và các thiết bị khác để bảo đảm thực hiện hiệu quả các chức năng quản lý tại Điều 8, Khoản (1);*

*iii. Tuân thủ các tiêu chuẩn khác được đưa ra tại Luật Tổ chức chính phủ nếu cần thiết để bảo đảm thực thi đầy đủ các chức năng quản lý tại Điều 8, Khoản (1);*

*(2) Nếu cần thiết, chính quyền cấp thành phố cần nỗ lực thành lập 1 trung tâm, tổ chức đáp ứng những yêu cầu sau đây để thực hiện các chức năng quản lý Điều 8, Khoản (2):*

*i. Tuyển dụng những người có kiến thức kinh nghiệm chuyên môn về tư vấn theo như Điều 8, Khoản (2), Mục i để thực hiện các chức năng quản lý tại Mục i và ii của Khoản (2);*

*ii. Có hệ thống xử lý dữ liệu điện tử và và các thiết bị khác để đảm bảo thực hiện có hiệu quả các chức năng quản lý tại Điều 8, Khoản (2);*

*iii. Tuân thủ các tiêu chuẩn khác của Luật Tổ chức Chính phủ nếu cần thiết để bảo đảm thực hiện đầy đủ các chức năng quản lý tại Điều 8, Khoản (2);*

*(3) Khi các trung tâm, tổ chức như đã nêu tại Khoản (1) và các Khoản trước (gọi tắt là Trung tâm Bảo vệ người tiêu dùng) được thành lập, tỉnh trưởng (người đứng đầu chính quyền cấp tỉnh) và thị trưởng (người đứng đầu chính quyền cấp thành phố ) phải lập tức đưa ra thông cáo nêu rõ tên, địa chỉ và các thông tin liên quan như quy định của Luật Tổ chức cơ quan chính phủ.”*

Về việc bổ nhiệm các nhân viên và tư vấn viên tại các trung tâm BVQLNTD tại địa phương, theo Điều 11:*“Chính quyền cấp tỉnh và thành phố sau khi thành lập các trung tâm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng phải nỗ lực để bảo đảm rằng những tư vấn viên (những người tại Điều 10, Khoản (1) Mục i và Khoản (2) Mục i; áp dụng tương tự tại các mục sau) và những nhân viên khác thực hiện đầy đủ các chức năng quản lý của Trung tâm Bảo vệ người tiêu dùng và nâng cao trình độ của họ bằng cách trả lương hợp lý, tập huấn, bổ nhiệm, khuyến khích họ trở thành nhân viên toàn thời gian và áp dụng các biện pháp khác.”*

***c)*** ***Thực trạng thực thi bảo vệ QL NTD tại các địa phương của Nhật Bản***

Từ khi CAA được thành lập, công tác quản lý bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại địa phương được quan tâm và đẩy mạnh. Nhật Bản hiện nay có 47 đơn vị hành chính cấp tỉnh (Đơn vị phân vùng hành chính cấp 1)[[21]](#footnote-21), với 82 thành phố trung tâm và đặc biệt được chia thành 810 đơn vị hành chính tương đương với cấp huyện của Việt Nam. Dân số Nhật Bản hiện nay khoảng 126 triệu người[[22]](#footnote-22).

Tính đến tháng 3 năm 2015, số lượng các trung tâm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại địa phương được thành lập và đi vào hoạt động là 786 trung tâm (đảm bảo mỗi một đơn vị hành chính cấp huyện có dân số là 50,000 đều có trung tâm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng).

Bảng 1: Số lượng trung tâm bảo vệ quyền lợi NTD địa phương tại nhật bản

*Đơn vị: Người*

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** | **2015** |
| **Số lượng TT BVNTD tại địa phương** | 501 | 511 | 684 | 724 | 745 | 763 | 786 |

*Nguồn: Báo cáo Thường niên của NCAC năm 2015*

Các địa phương đã huy động nguồn nhân lực để phục vụ việc thực thi pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng như sau:

Bảng 2: Số lượng cán bộ bảo vệ quyền lợi NTD tại địa phương Nhật bản

*Đơn vị: Người*

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** | **2015** |
| **Chuyên trách về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng** | 1.494 | 1.570 | 1.588 | 1.560 | 1.528 | 1.531 | 1.497 |
| **Cán bộ kiêm nhiệm về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng** | 3.696 | 3.656 | 3.592 | 3.622 | 3.630 | 3.669 | 3.686 |

*Nguồn: Báo cáo Thường niên của NCAC năm 2015*

Ngoài các cán bộ làm công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, để vận hành tổng đài tư vấn người tiêu dùng, các địa phương cũng đã huy động một số lượng các tư vấn viên (bao gồm cả các tư vấn được đào tạo và cấp chứng chỉ tại NCAC):

Bảng 3: Số lượng tư vấn viên bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại Nhật bản

*Đơn vị: Người*

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** | **2015** |
| **Tổng số tư vấn viên** | 2.800 | 3.146 | 3.321 | 3.391 | 3.371 | 3.345 | 3.367 |
| **Tư vấn viên có chứng chỉ tư vấn được cấp bởi NCAC** | 2.140 | 2.328 | 2.490 | 2.569 | 2.549 | 2.612 | 2.659 |

*Nguồn: Báo cáo Thường niên của NCAC năm 2015*

Về ngân sách để triển khai công tác bảo vệ người tiêu dùng, trên cơ sở đề xuất của chính quyền địa phương, CAA có thể hỗ trợ một phần ngân sách cho các hoạt động bảo vệ người tiêu dùng. Tuy nhiên, đa phần các địa phương đều dành một phần ngân sách để thực thi công tác bảo vệ người tiêu dùng trên của địa phương mình.

Bảng 4: Ngân sách hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng địa phương

tại Nhật Bản

*Đơn vị: Triệu Yên (1 Yên ~ 215 VNĐ)*

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** | **2015** |
| **Hỗ trợ bởi Trung ương** | 4.263 | 6.891 | 6.985 | 9.911 | 6.442 | 5.873 | 4.914 |
| **Ngân sách của địa phương** | 12.176 | 12.459 | 13.723 | 13.530 | 12.321 | 12.108 | 12.595 |
| **Tổng số** | 16.439 | 19.350 | 20.708 | 20.441 | 18.763 | 17.980 | 17.510 |

*Nguồn: Báo cáo Thường niên của NCAC năm 2015*

Bảng 5: Số lượng tư vấn và giải quyết khiếu nại tại địa phương giai đoạn 2009-2014

*Đơn vị: Vụ việc*

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** |
| **Tổng số tư vấn - khiếu nại** | 1.063.167 | 1.013.557 | 982.434 | 953.652 | 1.030.219 | 1.044.958 |
| **Hòa giải** | 73.610 | 73.000 | 70.471 | 71.790 | 82.493 | 86.303 |

*Nguồn: Báo cáo Thường niên của NCAC năm 2015*

**2. Hàn Quốc**

1. ***Tổng quan về hệ thống bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của Hàn Quốc***

Hệ thống chính sách về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của Hàn Quốc 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;

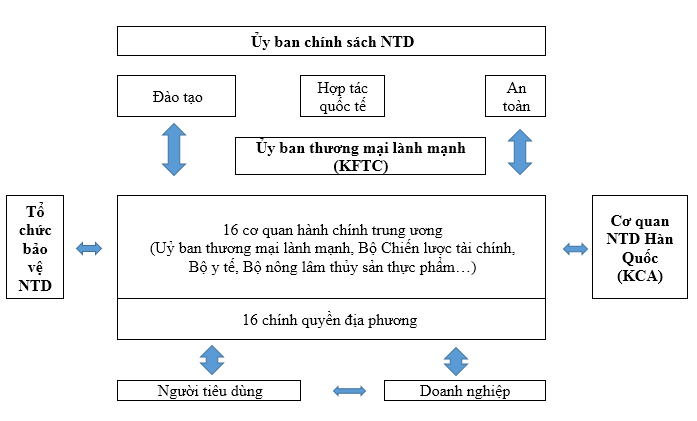
- An toàn người tiêu dùng;

- 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[[23]](#footnote-23) có nhiệm vụ thực thi pháp luật và chính sách bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng:

SƠ ĐỒ 2: Hệ thống chính sách người tiêu dùng của Hàn Quốc



*Nguồn: KCA[[24]](#footnote-24)*

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 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.

1. ***Quy định pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của chính quyền địa phương tại Hàn Quốc***

Luật Khung về bảo vệ quyền lợi 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 quyền lợi 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 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 quyền lợi 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.

1. ***Thực trạng thực thi bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại các địa phương Hàn Quốc***

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 (đầu số **1372)** 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 quyền lợi 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 quyền lợi người tiêu dùng tại địa phương.

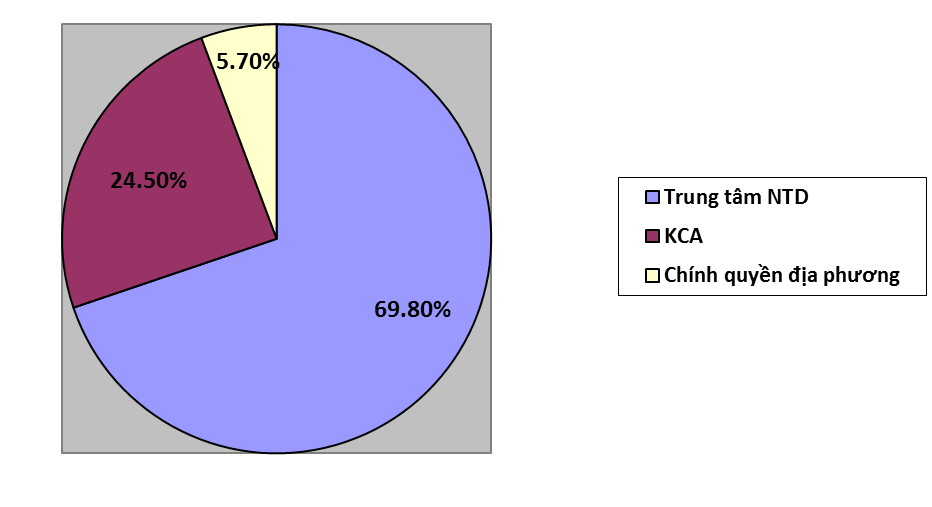
Về công tác tư vấn và giải quyết khiếu nại của người tiêu dùng tại địa phương, chính quyền địa phương phụ trách tư vấn các nội dung thông thường (chi tiết xem hình minh họa dưới). Nội dung tư vấn bao gồm giải thích pháp luật và các tiêu chuẩn giải quyết tranh chấp cho người tiêu dùng và hướng dẫn cách 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.

Bảng 6: Các đơn vị tham gia đường dây 1372

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **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 |  |  |

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 quyền lợi người tiêu dùng tiếp nhận và xử lý khoảng 69.9%, KCA là 24.5% và ở các địa phương là 5.7%[[25]](#footnote-25).

**Biểu đồ 1: Tỷ lệ tư vấn qua tổng đài 1372 của các đơn vị ở Hàn Quốc**



1. ***Một số kinh nghiệm khác về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùngcủa Hàn Quốc***

Trong giai đoạn 2015-2016, Bộ Công Thương cũng đã tổ chức đoàn công tác sang Hàn Quốc để học tập kinh nghiệm về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử, qua đợt công tác này, đoàn đã rút ra được một số kinh nghiệm và nội dung chính sau:

***- Pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng Hàn Quốc***

Từ cuối những năm 1960, phong trào đẩy lùi hàng hoá, sản phẩm kém chất lượng ra khỏi thị trường Hàn Quốc đã phát triển và nhận được sự hưởng ứng mạnh mẽ của người dân. Theo đó, vào cuối những năm 1980, khoảng 10 Hiệp hội Người tiêu dùng (NTD) đã được thành lập và xây dựng nền tảng cho hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng sau này. Bên cạnh đó, số lượng khiếu kiện, khiếu nại của người tiêu dùng cũng ngày một tăng lên. Tuy nhiên, trong thời gian này việc giải quyết khiếu nại của người tiêu dùng gặp nhiều khó khăn do chưa có những văn bản pháp lý riêng bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Do vậy, năm 1980, Chính phủ Hàn Quốc đã triển khai xây dựng Luật Bảo vệ người tiêu dùng. Tiếp đó, năm 1986, Hàn Quốc tiếp tục ban hành Luật điều khoản hợp đồng (tương tự như quy định đối với hợp đồng mẫu, điều kiện giao dịch chung của Việt Nam). Năm 2006, Luật cơ sở về Người tiêu dùng được ban hành thay thế cho Luật Bảo vệ người tiêu dùng 1980.

- ***Hệ thống cơ quan bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng Hàn Quốc***

Nhằm hoàn thiện cơ quan bảo vệ NTD, tháng 7/1987, Chính phủ đã thành lập Ban (Cơ quan) Bảo vệ người tiêu dùng Hàn Quốc (KCPB) trực thuộc Ủy ban Kinh tế và Kế hoạch. Năm 1996, cơ quan này được đổi tên thành Cục Bảo vệ Người tiêu dùng và trực thuộc Ủy ban thương mại công bằng (KFTC). Với việc ra đời Luật cơ sở về Người tiêu dùng năm 2006, và nhằm nâng cao vị trí, thẩm quyền của cơ quan thực thi pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, tháng 3/2007, Cơ quan Người tiêu dùng Hàn Quốc (KCA) thuộc KFTC đã được thành lập, thay thế cho Cơ quan Bảo vệ Người tiêu dùng trước đây.

Điểm đáng lưu ý trong quan điểm xây dựng chính sách hiện nay về bảo vệ người NTD của Hàn Quốc là lối tư duy mới về người tiêu dùng, theo đó các cơ quan quản lý cũng như xã hội Hàn Quốc cho rằng NTD Hàn Quốc đã đạt được sự nhận thức nhất định về quyền của mình, vì vậy cần đặt họ ở vị thế chủ động hơn, người tiêu dùng hiện nay không còn ở vị trí yếu thế hoặc bị động như trước đây trong quan hệ với doanh nghiệp, hoạt động của cơ quan thực thi cần phải được mở rộng để thúc đẩy, nâng cao phúc lợi cho NTD, chứ không chỉ bó hẹp ở chức năng bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Nói cách khác, từ “bảo vệ” nên được loại bỏ trong tên gọi của Luật cũng như tên của Cơ quan bảo vệ Người tiêu dùng. Đó là lý do vì sao Luật Bảo vệ Người tiêu dùng và Cơ quan Bảo vệ người tiêu dùng đều đã được sửa đổi và có tên gọi rất ngắn gọn là “Luật cơ sở Người tiêu dùng” và “Cơ quan Người tiêu dùng” Hàn Quốc.

Với hướng tiếp cận đó mà KCA không chỉ thực hiện chức năng quản lý nhà nước về bảo vệ NTD mà thực hiện tất cả các công việc khác có liên quan đến người tiêu dùng như nghiên cứu, phân tích về người tiêu dùng; kiểm tra, phân tích, công bố về chất lượng, chỉ tiêu kỹ thuật, đặc tính an toàn của sản phẩm; so sánh, cung cấp thông tin về giá cả hàng hóa, dịch vụ trên thị trường; đào tạo chuyên gia về người tiêu dùng; giáo dục người tiêu dùng trong tiêu dùng văn minh, lành mạnh; xây dựng, kiến nghị các chính sách về người tiêu dùng để nâng cao đời sống tiêu dùng,...

Hiện nay, KCA có 340 cán bộ, gồm 11 Cục và Vụ, 36 Đội và 7 chi nhánh hỗ trợ trên toàn quốc. Ngân sách hiện nay của KCA là 40,3 tỷ won (khoảng 40 triệu USD), trong đó ngân sách trực tiếp từ Chính phủ là 37,8 tỷ won (khoảng 37,5 triệu USD), và ngân sách thu được từ hoạt động sự nghiệp có thu của KCA là 2,5 tỷ won (khoảng 2,5 triệu USD).

Bên cạnh KCA, tham gia vào hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ở Hàn Quốc còn có chính quyền địa phương ở các tỉnh, thành phố, các đoàn thể và các tổ chức xã hội người tiêu dùng (như Liên minh người tiêu dùng Hàn Quốc thành lập năm 1970, và hiện nay điều hành 01 trụ sở tại TP. Seoul và 08 chi nhánh trên toàn quốc),....

**- Tư vấn, giải quyết khiếu nại của người tiêu dùng (Tổng đài 1372)**

Hiện nay, NTD Hàn Quốc có thể yêu cầu tư vấn hoặc phản ánh/khiếu nại qua các phương thức: Điện thoại, thư tín, trực tiếp, internet và fax. Trong đó, phương thức điện thoại (qua Tổng đài 1372) chiếm 80% yêu cầu tư vấn, khiếu nại. Hệ thống Tổng đài 1372 được quản lý tập trung bởi KFTC và được vận hành bởi các tổ chức chính như KCA (32 đường dây), các tổ chức người tiêu dùng (182 đường dây) và chính quyền tại địa phương (30 đường dây). Với tổng số 245 đường dây hoạt động trên cả nước, Tổng đài gần như đáp ứng được tất cả các cuộc gọi yêu cầu tư vấn, khiếu nại của NTD. Đối với những vụ việc tranh chấp không thể giải quyết thông qua việc tư vấn qua tổng đài, nhân viên tư vấn sẽ chuyển vụ việc đến bộ phận hỗ trợ bồi hoàn thiệt hại để giải quyết. Với những vụ việc phức tạp hơn, không thể giải quyết tại bộ phận hỗ trợ bồi hoàn thiệt hại thì sẽ được cán bộ KCA chuẩn bị hồ sơ và chuyển lên cho Ủy ban điều đình tranh chấp NTD (viết tắt là CDSC, trực thuộc KCA) xử lý. Tỷ lệ giải quyết thành công các vụ việc tại Ủy ban CDSC là khá cao (trên 70%), những vụ việc còn lại, người tiêu dùng được KCA hỗ trợ kiện ra Tòa án.

Tuy nhiên không phải KCA phụ trách tư vấn tất cả các lĩnh vực thông qua Tổng đài 1372 mà chỉ một số lĩnh vực quan trọng và phức tạp như như Tiền tệ - Bảo hiểm, Ô tô và Y tế; các lĩnh vực tư vấn tiêu dùng thông thường khác sẽ được giao cho các cơ quan, tổ chức người tiêu dùng tại địa phương. Chỉ tính riêng trong năm 2014, Hệ thống 1372 đã tiếp nhận và giải quyết gần 900.000 vụ việc, trong đó tập trung chủ yếu vào một số loại hàng hoá sản phẩm như:

+ Sản phẩm may mặc, dệt may 110.470 vụ việc;

+ Dịch vụ thông tin truyền thông 89.820 vụ việc;

+ Dịch vụ văn hóa giải trí 67.441 vụ việc;

+ Xe cộ và phương tiện vận chuyển 57.620 vụ việc;

+ Máy móc thông tin truyền thông 55.694 vụ việc;

Thời gian xử lý các vụ việc được quy định là 30 ngày và 60 ngày cho những vụ việc có tính phức tạp, trong trường hợp tổ chức cá nhân bị khiếu nại không thể thương lượng hoặc thương lượng không thành công với người tiêu dùng thì sẽ được chuyển sang Uỷ ban giải quyết tranh chấp người tiêu dùng để giải quyết.

**- Hệ thống giám sát rủi ro CISS**

Bên cạnh Tổng đài 1372, công tác giải quyết và điều đình tranh chấp tại KCA thì KCA còn thực hiện công tác giám sát rủi ro cho NTD thông qua Hệ thống giám sát nguy hại NTD (CISS). Hệ thống này được vận hành thông qua sự phối hợp chặt chẽ với các bệnh viện, cơ quan phòng cháy chữa cháy (66 bệnh viện, 18 trạm cứu hỏa, ...),...Các cơ quan này sẽ cung cấp cho CISS thông tin về những vụ việc người dân gặp nguy hiểm từ việc sử dụng sản phẩm, qua đó CISS phân tích, thống kê và thông báo các thông tin này cho NTD.

Hàng năm CISS nhận được hàng chục nghìn vụ việc có liên quan đến nguy hại cho NTD. Bên cạnh chức năng cảnh báo rủi ro cho NTD thông qua các thông tin nhận được, CISS còn có chức năng điều chỉnh hành vi của DN và khuyến cáo về việc thu hồi sản phẩm khuyết tật và cung cấp thông tin cho các cơ quan liên quan. Công tác giải quyết khiếu nại tại KCA và công tác cảnh báo nguy hại của CISS thực sự như hai mặt của một đồng xu, kết hợp chặt chẽ với nhau để bảo vệ tối đa quyền lợi của NTD.

**- Hệ thống thông tin, so sánh giá cả, chất lượng hàng hóa cho NTD**

KCA đã xây dựng hệ thống website có thể so sánh giá cả và chất lượng của nhiều loại hàng hóa, dịch vụ trên thị trường. Đối với hệ thống Cham-price, cứ hàng tuần, hệ thống này sẽ cung cấp thông tin giá cả của hơn 120 chủng loại hàng hóa của 200 cửa hàng trên toàn quốc. Đối với hệ thống Smartconsumer: sẽ cung cấp thông tin so sánh về mặt chất lượng của 52 chủng loại hàng hóa (quần áo, máy tạo ẩm, nhà hàng,....) và thông tin đánh giá của NTD (6 mặt hàng, với sự tham gia của 5.500 người), phỏng vấn NTD, thông tin về thu hồi sản phẩm,....

KCA được trang bị hệ thống phòng Lab, máy móc thiết bị để kiểm tra, đánh giá chất lượng hàng hóa, hết sức hiện đại và tiện lợi (trị giá hàng tỷ USD). Các kết quả kiểm tra tại đây sẽ được công bố công khai, những sản phẩm không an toàn sẽ được KCA cảnh báo kịp thời cho NTD để giảm thiệt hại. Những thiết bị chính được trang bị như để kiểm tra thành phần, hóa chất, phụ gia trong thực phẩm, kiểm tra các hóa chất, chất không an toàn trong các sản phẩm tiêu dùng thông thường (như quần áo, giày dép, máy tạo ẩm, hút ẩm, điều hòa, quạt,...), kiểm tra tính năng, công năng của thiết bị điện tử, âm thanh, chiếu sáng,..., Hệ thống phòng Lab này có ý nghĩa hết sức quan trọng trong giải quyết tranh chấp qua mua bán online, bởi vì mua bán qua phương thức này rất dễ xảy ra tranh chấp do NTD thường không được trực tiếp nhìn, sò mó, kiểm tra vật phẩm. Bên cạnh đó, tình trạng quảng cáo sai lệch, cường điệu so với chất lượng thực tế của sản phẩm nhằm lôi kéo khách hàng cũng là vấn đề gây bức xúc cho NTD và cần có thiết bị để đối chiếu, so sánh nhằm đưa ra quyết định phù hợp.

**- Hệ thống Chứng nhận lấy người tiêu dùng làm trung tâm (CCM)**

Hiện nay, KCA đang vận hành Hệ thống Chứng nhận lấy người tiêu dùng làm trung tâm (Consumer Centered Management Certification System – CCM) nhằm công nhận những doanh nghiệp đạt tiêu chuẩn BVQLNTD tại Hàn Quốc. KCA sẽ tiến hành nhận hồ sơ, đào tạo, đánh giá các doanh nghiệp và cho phép doanh nghiệp in logo CCM lên sản phẩm sau khi đã đạt tiêu chuẩn. Từ khi ra đời cho đến nay, CCM hoạt động rất hiệu quả tại Hàn Quốc vì hệ thống này đem lại lợi ích cho cả NTD và doanh nghiệp: Trên thực tế, Doanh nghiệp được cấp chứng nhận CCM thường có doanh thu tăng so với thời gian trước, lãnh đạo công ty có nhận thức tốt hơn về NTD, sản phẩm/dịch vụ luôn được cải thiện theo quan điểm của NTD, tăng thêm sức cạnh tranh trên thị trường. Về phía NTD, hệ thống CCM giúp NTD có thể dễ dàng lựa chọn sản phẩm của những doanh nghiệp hoạt động vì quyền lợi NTD. Cả hai lợi ích này càng thúc đẩy các doanh nghiệp tích cực bảo vệ quyền lợi NTD hơn, góp phần thúc đẩy nền kinh tế phát triển nhanh, bền vững và hạn chế các chi phí, nguồn lực phát sinh để giải quyết khiếu nại NTD.

**- Công tác nâng cao nhận thức, giáo dục NTD**

Công tác nâng cao nhận thức NTD được chính phủ Hàn Quốc đặc biệt quan tâm. Từ trước những năm 1980, Hàn Quốc đã hình thành nhận thức về tầm quan trọng của giáo dục người tiêu dùng. Ngay sau đó, chính phủ đã bắt đầu triển khai công tác này tại nhà trường (cấp 2, cấp 3) và tại các đoàn thể xã hội. Từ những năm 1990, công tác này được đẩy mạnh tại các cấp học cao hơn, đánh dấu bằng sự kiện thành lập các khoa liên quan đến NTD tại các trường đại học và thí điểm lựa chọn một số trường để tiến hành giáo dục NTD. Hiện nay, KCA đang đẩy mạnh công tác này hơn nữa thông qua việc xây dựng các trung tâm hỗ trợ giáo dục NTD. Trong năm 2014, KCA đã tổ chức 397 lớp học giáo dục NTD với tổng số 40.769 người tham dự. Các lớp học được tổ chức dưới nhiều hình thức phong phú với nội dung đa dạng, thực sự thu hút sự quan tâm của công chúng. Trong giai đoạn 2015 – 2017, KCA có kế hoạch đẩy mạnh công tác này thông qua việc giáo dục NTD theo từng giai đoạn cuộc đời (trẻ em – thanh thiếu niên, giai đoạn mới cưới, giai đoạn nuôi con, giai đoạn về hưu…); theo từng đối tượng (người già, gia đình đa văn hóa, người tị nạn…); và tăng cường giáo dục NTD qua mạng trực tuyến.

**- Chế độ điều khoản tiêu chuẩn tại Hàn Quốc**

KCA có áp dụng chế độ điều khoản tiêu chuẩn đối với hợp đồng được ký kết giữa doanh nghiệp và NTD, nhằm xác lập trật tự giao dịch lành mạnh và ngăn chặn việc sử dụng những điều khoản trong hợp đồng có nội dung không thỏa đáng. Trong trường hợp doanh nghiệp đã được cấp ký hiệu xác nhận điều khoản tiêu chuẩn (hợp đồng tiêu chuẩn), mà nội dung điều khoản có sai lệch so với hợp đồng tiêu chuẩn thì các nội dung vi phạm sẽ không có hiệu lực đối với NTD, và doanh nghiệp sẽ phải nộp tiền phạt. Chế độ điều khoản tiêu chuẩn giúp tạo nên môi trường kinh doanh bình đẳng giữa các doanh nghiệp cũng như môi trường tiêu dùng đáng tin cậy và có lợi cho NTD; khuyến khích doanh nghiệp sử dụng những điều khoản tiêu chuẩn.

Đối vớibảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử, ở Hàn Quốc có khá nhiều đơn vị cùng tham gia giám sát, quản lý, trong đó Cơ quan Người tiêu dùng Hàn Quốc (KCA) là cơ quan chính trong việc tiếp nhận và giải quyết các yêu cầu của người tiêu dùng. Bên cạnh đó, còn có các đơn vị như:

* + - * Cơ quan An toàn và Internet Hàn Quốc (KISA)
      * Ủy ban Hòa giải E-Commerce Hàn Quốc (ECMC)
      * Liên minh Người tiêu dùng Hàn Quốc (CUK)
      * Hiệp hội Bán hàng On-Line Hàn Quốc (KOLSA)

*- Pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử của Hàn Quốc*

Hệ thống pháp luật BVQLNTD nói chung và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử nói riêng của Hàn Quốc khá hoàn thiện và đồng bộ. Năm 2002, Hàn Quốc ban hành Luật Bảo vệ Người tiêu dùng trong Thương mại điện tử. Liên quan đến lĩnh vực này, Hàn Quốc còn có các luật như Luật Quảng cáo và Chỉ dẫn công bằng, Luật Giao dịch cài đặt, Luật Bán hàng tận cửa, Luật Trách nhiệm sản phẩm,...

Một số quy định quan trọng về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch thương mại điện tử của Hàn Quốc:

+ Luật quy định người tiêu dùng (NTD) có quyền đổi, trả lại hàng hóa (và được hoàn lại tiền) trong vòng 7 ngày kể từ ngày nhận được hàng hóa nếu không thích hoặc không hài lòng với sản phẩm;

+ Luật quy định NTD có quyền đổi, trả lại hàng hóa trong vòng 3 tháng (90 ngày) kể từ ngày nhận được hàng hóa nếu hàng hóa không đúng như các tiêu chuẩn, quy cách, chất lượng đã công bố hoặc quảng cáo, giới thiệu.

+ Luật quy định các doanh nghiệp khi muốn tham gia vào bán hàng trực tuyến thì phải đảm bảo một số vốn pháp định tối thiểu.

+ Luật quy định các thông tin giới thiệu về doanh nghiệp trên website bán hàng phải có đầy đủ các thông tin như Tên, địa chỉ, số đăng ký kinh doanh, số điện thoại, email liên lạc,...

*- Hệ thống cơ quan, tổ chức bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng Hàn Quốc*

Điểm đáng lưu ý trong quan điểm xây dựng chính sách về bảo vệ người NTD hiện nay của Hàn Quốc là lối tư duy mới về người tiêu dùng, theo đó trong bối cảnh phát triển của Hàn Quốc, cần đặt NTD ở vị thế chủ động hơn, người tiêu dùng hiện nay không còn ở vị trí yếu thế hoặc bị động như trước đây trong quan hệ với doanh nghiệp. Hoạt động của cơ quan thực thi không chỉ bó hẹp ở chức năng bảo vệ NTD, mà là nâng cao phúc lợi cho NTD. Đó là lý do vì sao tên của Luật và cơ quan thực thi đều đã được sửa đổi với tên ngắn gọn là “Luật Khung về Người tiêu dùng” và “Cơ quan Người tiêu dùng Hàn Quốc” (không còn chữ “bảo vệ” như trước đây nữa). Với hướng tiếp cận đó mà KCA và các cơ quan, tổ chức có liên quan không chỉ thực hiện chức năng QLNN về bảo vệ NTD mà thực hiện tất cả các công việc có liên quan khác như nghiên cứu, phân tích về NTD; kiểm tra, phân tích, công bố về chất lượng, chỉ tiêu kỹ thuật, đặc tính an toàn của sản phẩm; so sánh, cung cấp thông tin về giá cả hàng hóa, dịch vụ trên thị trường; đào tạo chuyên gia về NTD; giáo dục NTD trong tiêu dùng văn minh, lành mạnh; xây dựng, kiến nghị các chính sách về NTD để nâng cao đời sống tiêu dùng,...

Bên cạnh KCA, tham gia vào hoạt động bảo vệ NTD ở Hàn Quốc còn có chính quyền địa phương ở các tỉnh, thành phố, các đoàn thể và các tổ chức xã hội NTD (như Liên minh Người tiêu dùng Hàn Quốc (KCU) thành lập năm 1970, có trụ sở tại TP. Seoul và 08 chi nhánh trên toàn quốc). KCU còn được giao một nhiệm vụ quan trọng là quản lý và vận hành hệ thống wesite thương mại điện tử của TP. Seoul. KCU đã cùng chính quyền TP. Seoul xây dựng website để cung cấp các thông tin về các đơn vị bán hàng online, so sánh, đánh giá chất lượng, giá cả hàng hóa, dịch vụ, về doanh nghiệp để thông tin cho NTD, ..... KCU còn được KFTC và KCA giao thực hiện việc tiếp nhận và trả lời các cuộc gọi đến Tổng đài 1372,.... Nhờ đó, KCU được các cơ quan này hỗ trợ một phần kinh phí để thực hiện. Trong lĩnh vực thương mại điện tử còn có sự tham gia của các tổ chức như Cơ quan An toàn và Internet Hàn Quốc (KISA), Ủy ban Hòa giải E-Commerce Hàn Quốc (ECMC), Hiệp hội Bán hàng On-Line Hàn Quốc (KOLSA),....

Theo quy định của Luật Bảo vệ NTD trong Thương mại điện tử thì KFTC và Thị trưởng, người đứng đầu chính quyền địa phương (cấp tỉnh, huyện, xã) có trách nhiệm tiến hành các hoạt động điều tra, xử lý khi phát hiện hành vi sai phạm, cũng như giải quyết các tranh chấp cho người tiêu dùng trong lĩnh vực này. Trên thực tế, KCA là một đơn vị hoạt động độc lập, tuy nhiên theo quy định thì KCA vẫn thuộc sự điều hành của KFTC, vì vậy bên cạnh việc KCA chịu trách nhiệm thực thi Luật Khung về người tiêu dùng thì họ cũng là đơn vị thực thi các quy định có liên quan trong Luật Bảo vệ NTD trong Thương mại điện tử.

Một số điểm nổi bật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử ở Hàn Quốc: Trong những năm gần đây, mỗi năm, Hệ thống 1372 đã tiếp nhận và giải quyết trên dưới 1 triệu vụ việc, trong đó, năm 2014, Tổng đài đã hỗ trợ 118.097 vụ việc về thương mại điện tử, năm 2015 là 113.512 vụ việc về thương mại điện tử (chiếm hơn 10% tổng số cuộc gọi). Các giao dịch thương mại điện tử của Hàn Quốc cũng gia tăng nhanh chóng từ khoảng 23 tỷ USD năm 2010 lên khoảng 50 tỷ USD cho năm 2015 (tăng gấp đôi).

Công tác nâng cao nhận thức NTD được Hàn Quốc đặc biệt quan tâm, đặc biệt trong giao dịch thương mại điện tử. Chính phủ Hàn Quốc đã bắt đầu triển khai chương trình giao dục NTD này tại nhà trường (cấp 2, cấp 3) và tại các đoàn thể xã hội từ những năm 1980. Trong những năm gần đây, công tác này được đẩy mạnh tại các cấp học cao hơn, nhiều trường đại học đã thành lập khoa về bảo vệ NTD trong TMĐT hoặc về NTD..., thí điểm lựa chọn một số trường để tiến hành giáo dục NTD. Các lớp học được tổ chức dưới nhiều hình thức phong phú, nội dung đa dạng. Hàn Quốc đang có kế hoạch đẩy mạnh công tác này thông qua việc giáo dục NTD theo từng giai đoạn cuộc đời (trẻ em, thanh thiếu niên, giai đoạn mới cưới, giai đoạn nuôi con, giai đoạn về hưu…); theo từng đối tượng (người già, gia đình đa văn hóa, người tị nạn…); và tăng cường giáo dục NTD qua mạng trực tuyến.

Hệ thống hỗ trợ tổng thể cho Người tiêu dùng: Hệ thống này chính là một ứng dụng trên điện thoại di động thông minh (smart phone). Theo đó, hệ thống sẽ cung cấp cơ chế một cửa để NTD có thể yêu cầu bồi thường thiệt hại hoặc khiếu nại, cũng như cung cấp thông tin về hàng hóa và tính an toàn của sản phẩm cho NTD. Cụ thể, khi NTD phát hiện sản phẩm không đúng như quảng cáo, giới thiệu hoặc chất lượng không đảm bảo thì có thể chụp hình ảnh và gửi thông tin trực tiếp thông qua ứng dụng. Cơ quan có thẩm quyền (ví dụ KCA) sẽ tiếp nhận, xử lý và phản hồi lại cho NTD trong thời gian quy định.

**3. Bài học rút ra cho Việt Nam**

Qua kinh nghiệm tại Nhật Bản và Hàn Quốc cho thấy để triển khai tốt công tác QLNN về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, ngoài việc khuôn khổ pháp lý về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được hoàn thiện thì việc xây dựng một hệ thống thực thi pháp luật 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:

1. ***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 việc triển khai công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong 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 quyền lợi người tiêu dùng ở chính quyền địa phương, tổ chức bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, doanh nghiệp và cơ quan trung ương. Ngoài ra việc hỗ trợ đào tạo và bồi dưỡng cao năng lực các cán bộ 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 quyền lợi người tiêu dùng tại địa phương.

1. ***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 phần không nhỏ cho công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại địa phương cả về ngân sách và số lượng cán bộ làm chuyên trách về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. 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.

1. ***Về phối hợp với các tổ chức xã hội BVQLNTD***

Ngoài việc tự chủ trong các hoạt động thì việc phối hợp hiệu quả với các tổ chức xã hội làm công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cũng góp phần nâng cao hiệu quả và xã hội hóa công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 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 quyền lợi người tiêu dùng. 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 quyền lợi người tiêu dùng trên địa bàn địa phương.

**4. Bối cảnh quốc tế về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

Trong bối cảnh nền công nghiệp và thương mại phát triển vào nửa đầu thế kỷ XX, có một thực trạng là người tiêu dùng có rất ít quyền lợi khi tham gia giao dịch hàng hóa và dịch vụ với doanh nghiệp. Trong quá trình tiêu dùng, khi sản phẩm gặp lỗi hoặc sản phẩm khuyết tật, người tiêu dùng hầu như không thể bảo vệ chính mình và quyền lợi của mình. Chính vì vậy, bài phát biểu của cố Tổng thống Hoa Kỳ John Kennedy vào ngày 15 tháng 3 năm 1962 đã trở thành một dấu mốc lớn cho công tác BVQLNTD của các nước trên thế giới. Trong bài phát biểu, cố Tổng thống Kennedy đã chỉ ra 04 quyền cơ bản của người tiêu dùng mà sau đó, Tổ chức Liên hợp quốc đã phát triển thành 08 quyền và Tổ chức Quốc tế người tiêu dùng (CI) đã công nhận ngày 15 tháng 3 hàng năm là Ngày Quyền người tiêu dùng thế giới.

Kể từ sau sự kiện trên, nhận thức về công tác BVQLNTD và đóng góp của công tác này đối với sự phát triển của nền kinh tế đã tăng lên rõ rệt. Rất nhiều quốc gia lớn trên thế giới đã bắt đầu xây dựng luật pháp BVQLNTD như: Vương Quốc Anh (Luật Tín dụng tiêu dùng – năm 1974, Luật về Điều khoản không công bằng – 1977, Luật Quyền người tiêu dùng – năm 2015), Australia (Luật Người tiêu dùng Australia – 2011), Hoa Kỳ (Luật Tín dụng tiêu dùng – 1970), Trung Quốc (Luật BVQLNTD Trung Quốc – 1993)…

Cùng với sự thành lập hệ thống luật pháp BVQLNTD của các nước trên thế giới, có rất nhiều tổ chức quốc tế liên quan đến quyền người tiêu dùng được thành lập và đóng góp một phần quan trọng trong việc phát triển công tác này như:

*Liên hợp quốc (United Nations – UN):* là một [tổ chức quốc tế](https://vi.wikipedia.org/wiki/T%E1%BB%95_ch%E1%BB%A9c_qu%E1%BB%91c_t%E1%BA%BF) có mục đích duy trì hòa bình và an ninh trên thế giới, phát triển các mối quan hệ hữu nghị giữa các dân tộc và tiến hành hợp tác quốc tế giữa các nước trên cơ sở tôn trọng nguyên tắc bình đẳng và quyền tự quyết của các dân tộc. Trong nỗ lực không ngừng nhằm trợ giúp các nước đang phát triển, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được coi là một những nhiệm vụ quan trọng và xuyên suốt các hoạt động của UN. Năm 1985, UN ban hành Bản Hướng dẫn về BVQLNTD (UN Guidelines on Consumer protection). Nội dung của Bản Hướng dẫn tập trung vào vấn đề quyền lợi người tiêu dùng của tất cả các nước, đặc biệt là các nước đang phát triển; ghi nhận rằng người tiêu dùng thường phải chịu sự bất cân xứng về mặt kinh tế, các cấp độ giáo dục và khả năng thương lượng trong mua bán; và ý thức được rằng người tiêu dùng có quyền được sử dụng các sản phẩm an toàn, cũng như cần phải khuyến khích sự phát triển kinh tế, xã hội một cách đúng đắn, công bằng và hợp lý. Tài liệu này được cập nhật vào năm 1999 với một số nội dung mới về sản xuất và tiêu dùng bền vững nhằm phản ảnh những vấn đề nổi cộm về môi trường trong suốt những năm 1990.

*Ủy ban Chính sách người tiêu dùng OECD (OECD Consumer Policy Committee):* Là diễn đàn liên chính phủ duy nhất trên thế giới hoạt động tập trung vào các vấn đề của người tiêu dùng. Ủy ban được thành lập với mục tiêu hỗ trợ các cơ quan nhà nước tăng cường hiệu quả của hệ thống pháp luật BVQLNTD. Hoạt động của Ủy ban bao gồm nghiên cứu, phân tích và phát triển các hướng dẫn liên quan đến chính sách pháp luật, trao đổi thông tin về các vấn đề nổi cộm liên quan đến tiêu dùng và giám sát các hoạt động tăng cường pháp luật giữa các chính phủ và với các bên liên quan. Với các thành viên là cán bộ cấp cao của các nước thành viên OECD trong lĩnh vực thực thi pháp luật BVQLNTD, Ủy ban làm việc trực tiếp với các chuyên gia và cộng đồng doanh nghiệp. Bên cạnh hội nghị tổ chức 2 lần/năm, Ủy ban này còn tổ chức các khóa đào tạo trong đó bao gồm các quốc gia chưa phải là thành viên như Colombia, Ấn Độ, Peru, Latvia và Hy Lạp (tham gia với tư cách quan sát viên).

*Tổ chức Quốc tế người tiêu dùng (Consumer International – CI):* thành lập năm 1960 với 240 tổ chức thành viên/120 quốc gia trên khắp thế giới. CI được thành lập với mục tiêu bảo vệ, phát triển quyền và lợi ích của người tiêu dùng, đồng thời hỗ trợ, đào tạo trực tiếp các tổ chức thành viên nhằm nâng cao nhận thức về BVQLNTD trên khắp thế giới. Hoạt động của CI được đánh giá rất tích cực và luôn bám sát với các vấn đề xã hội liên quan đến người tiêu dùng, đặc biệt trong việc đưa ra chủ đề các năm cho Ngày Quyền người tiêu dùng quốc tế (15 tháng 3). Năm 2016, chủ đề được CI lựa chọn liên quan đến việc giảm lượng kháng sinh trong thịt động vật (Antibiotics off Menu). Bên cạnh việc tuyên truyền đến người tiêu dùng, CI còn trực tiếp kêu gọi những hãng đồ ăn nhanh nổi tiếng trên thế giới giảm hoặc ngừng sử dụng kháng sinh trong sản phẩm cung cấp ra thị trường;

*Mạng lưới Thực thi và Bảo vệ người tiêu dùng quốc tế (International Consumer Protection and Enforcement Network – ICPEN):* Là một mạng lưới bao gồm các cơ quan BVQLNTD của 60 quốc gia (Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng là thành viên chính thức của ICPEN). ICPEN được thành lập với mục tiêu bảo vệ quyền lợi của tất cả người tiêu dùng trên thế giới; chia sẻ thông tin về các hoạt động thương mại xuyên quốc gia có thể ảnh hưởng đến lợi ích của người tiêu dùng; thúc đẩy hợp tác quốc tế giữa các cơ quan BVQLNTD trên thế giới;

Bên cạnh các hoạt động tuyên truyền, phổ biến nâng cao nhận thức; đào tạo, tập huấn cho thành viên, các tổ chức người tiêu dùng trên thế giới còn tiến hành nghiên cứu và thống kê về tình hình tiêu dùng và BVQLNTD trên thế giới. Những nghiên cứu này cung cấp thông tin rất đầy đủ và hữu ích về công tác BVQLNTD, những thực trạng đang tồn tại, và đưa ra phương hướng, giải pháp cho các quốc gia trong lĩnh vực khắc phục tồn tại và phát triển công tác này. Một số nghiên cứu điển hình có thể kể đến như:

* Khảo sát người tiêu dùng 2014/15 của CI (Bản Tiếng Anh): <http://www.consumersinternational.org/media/1568496/ci-survey-summary-2015-english.pdf>
* Bản Hướng dẫn của Liên hợp quốc về BVQLNTD (Bản Tiếng Anh):

<http://www.consumersinternational.org/media/33866/consumption_e.pdf>

* Hướng dẫn của OECD về giải quyết tranh chấp người tiêu dùng (Bản Tiếng Anh): <http://www.oecd.org/sti/consumer/38960101.pdf>
* Hướng dẫn của OECD về bảo vệ thông tin cá nhân khi giao dịch trên mạng:[http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/science-and-technology/online-identity-theft\_9789264056596-en#.WAHCKtSLQ\_4#page1](http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/science-and-technology/online-identity-theft_9789264056596-en#.WAHCKtSLQ_4)

*Tại Đông Nam Á*, hoạt động BVQLNTD cũng rất phát triển kể từ nửa cuối thế kỷ XX, trong đó, Thái Lan là quốc gia tiên phong trong việc xây dựng pháp luật BVQLNTD: Luật Người tiêu dùng năm 1979. Tiếp theo là các quốc gia như: Philippines – năm 1992, Malaysia và Indonesia – năm 1999. Các quốc gia còn lại mới xây dưng và phát triển hệ thống pháp luật về BVQLNTD bao gồm: Singapore (2003), Brunei và Việt Nam (2011), Myanmar (2014). Tuy pháp luật BVQLNTD tại Đông Nam Á được hình thành và phát triển muộn hơn các nước khác trên thế giới, nhưng do có sự kế thừa và phát huy, hoạt động BVQLNTD tại các nước này rất sôi động và phong phú.

*Ủy ban ASEAN về Bảo vệ người tiêu dùng*: Các quốc gia Đông Nam Á còn thành lập Ủy ban Bảo vệ người tiêu dùng Đông Nam Á (ASEAN Committee on consumer protection – ACCP): với sự tham gia tích cực của 10 nước thành viên. Hội nghị ACCP được tổ chức 02 lần/năm tại các quốc gia thành viên nhằm thảo luận về tình hình thực thi pháp luật BVQLNTD tại các nước ASEAN, đồng thời đề xuất và xây dựng phương hướng hợp tác trong tương lại giữa các nước thành viên nhằm phát triển tối đa công tác BVQLNTD xuyên biên giới nói chung và tại mỗi quốc gia thành viên nói riêng. Bên cạnh Hội nghị, ACCP còn thường xuyên tổ chức các khóa đào tạo cho các nước thành viên về việc phát triển kỹ năng và nghiệp vụ trong công tác BVQLNTD. Có thể nói, ACCP đã và đang đóng góp nhiều thành tựu cho BVQLNTD, từ đó thúc đẩy nền kinh tế Đông Nam Á phát triển nhanh và bền vững.

* Một số thông báo và nghiên cứu của ACCP về BVQLNTD tại Khu vực Đông Nam Á:
* Công tác thu hồi sản phẩm: <http://aseanconsumer.org/accp/index.php?r=portal/article&id=3>;
* Tờ rơi hỗ trợ người tiêu dùng ASEAN: [*http*://aseanconsumer.org/accp/uploads/files/Smart\_Consumer\_Brochure.pdf](http://aseanconsumer.org/accp/uploads/files/Smart_Consumer_Brochure.pdf);
* Hướng dẫn thực thi chính sách và pháp luật BVQLNTD (Quyển 1): <http://aseanconsumer.org/accp/uploads/files/CPDCS_PGV1.pdf>;
* Hướng dẫn thực thi chính sách và pháp luật BVQLNTD (Quyển 2): <http://aseanconsumer.org/accp/uploads/files/CPDCS_PGV2.pdf>;

***Một số khó khăn, vướng mắc đối với công tác BVQLNTD trên thế giới:***

Mặc dù đã có nhiều mạng lưới các cơ quan, tổ chức BVQLNTD quy mô quốc tế và khu vực, nhưng với tốc độ phát triển kinh tế toàn cầu và các hình thức kinh doanh mới như hiện nay, có một thực trạng tồn tại đó là các cơ quan, tổ chức thực thi pháp luật phải đối mặt với rất nhiều khó khăn trong công tác BVQLNTD, một số khó khăn, thách thức trong đó là:

*- Sự phát triển của Internet và các thiết bị sử dụng internet:* Sự phát triển này tạo ra xu hướng sử dụng internet trong mọi thiết bị của người tiêu dùng: từ điện thoại, phương tiện vận chuyển, thiết bị y tế đến đồ điện tử gia dụng (nhà thông minh). Điều này đem lại sự thuận tiện tối đa cho người tiêu dùng, tuy nhiên, người tiêu dùng phải đối mặt với nguy cơ cao trong việc mất dữ liệu cá nhân quan trọng như: thông tin cá nhân, thông tin tài chính, các thói quen, thông tin mật về sức khỏe…;

*Các điều khoản không hợp lệ trong hợp đồng sử dụng dịch vụ điện toán đám mây:* Trong một nghiên cứu gần đây của Ủy ban Châu Âu về xu hướng tiêu dùng và thách thức đối với công tác BVQLNTD, hệ thống pháp luật về kiểm soát hợp đồng của các quốc gia trên thế giới không kịp thời cập nhật với các tính chất của dịch vụ điện toán đám mây. Trên thực tế, đã có nhiều tranh chấp về dịch vụ này, trong đó người tiêu dùng không được bảo vệ quyền lợi do không có đủ cơ sở pháp lý;

*Internet mang đến quá nhiều thông tin cho người tiêu dùng:* Trong hoạt động BVQLNTD, thông tin trên mạng có nghĩa là thông tin về sản phẩm, dịch vụ, đặc biệt là các thông tin so sánh hoặc đánh giá sản phẩm. Hiện nay, ngay cả các quốc gia phát triển cũng không có cơ chế hoặc kỹ thuật phân biệt thông tin thật – giả về hàng hóa, dẫn đến việc người tiêu dùng định hướng sai hoặc thậm chí bị lừa trong giao dịch với doanh nghiệp;

*Hồ sơ cá nhân trên các trang web:* Hiện nay, khi sử dụng bất kỳ trang web nào để giao dịch hoặc trao đổi thông tin, người tiêu dùng đều phải lập hồ sơ và khai các thông tin cá nhân. Tuy nhiên, không có kỹ thuật nào để kiểm tra các thông tin này được ai sử dụng và được sử dụng vào mục đích gì. Việc mất thông tin cá nhân vì thế mà cũng tăng lên rất nhiều trong khi công tác xác định thủ phạm rất khó khăn.

*Lừa đảo xuyên quốc gia:* Hành vi này được hình thành khi người tiêu dùng bị lừa đảo tại một quốc gia khác như trong trường hợp đi du lịch hoặc mua hàng trên mạng. Với một số quốc gia chưa có cơ chế phối hợp để giải quyết khiếu nại xuyên quốc gia, việc BVQLNTD gặp rất nhiều khó khăn và vướng mắc.

***Sự xuất hiện của mô hình kinh doanh theo dạng nền tảng***

1. **Sự xuất hiện của mô hình kinh doanh theo dạng nền tảng**

Cùng với sự xuất hiện của internet, mô hình kinh doanh theo dạng nền tảng công nghệ đã xuất hiện kết nối những người tham gia giao dịch với nhau và thực hiện những tương tác tạo ra giá trị mọi lúc, mọi nơi. Mô hình này có nhiều tên gọi khác nhau như “nền kinh tế nền tảng” (the platform economy) hay “nền kinh tế chia sẻ” (the “sharing economy”), nền kinh tế với các giao dịch ngang hàng (the peer to peer economy) .

Trong thập kỷ qua mô hình kinh tế nền tảng phát triển mạnh mẽ trên thế giới và thâm nhập sâu rộng vào Việt Nam. Trên thế giới có thể kể đến sự xuất hiện rất sớm của Booking.com thành lập năm 1996 tại Hà Lan, Uber ra đời tại Paris năm 2008, Grab hình thành vào năm 2012 tại Malaysia, Go-jek ra đời năm 2010 tại Indonesia, Airbnb thành lập năm 2008 tại Hoa Kỳ,… Các nền tảng này, được nhiều nhà quan sát gọi là nền kinh tế chia sẻ, thiết lập các thị trường cho phép giao dịch giữa nhiều nhà cung cấp (thường là cá nhân hoặc tổ chức nhỏ) và người tiêu dùng. Các nền tảng này và các bên giao dịch với chúng, đang tận dụng việc áp dụng rộng rãi công nghệ điện thoại thông minh và internet và định hình lại đáng kể cách thức cung cấp sản phẩm và dịch vụ, đã và đang mang lại lợi ích đáng kể cho người tiêu dùng và nhà cung cấp, trong khi thách thức những đơn vị cung cấp dịch vụ truyền thống trong các lĩnh vực đó.

Nền tảng kinh tế nền tảng đã trải qua một sự gia tăng nhanh chóng trong những năm gần đây, và được dự đoán sẽ phát triển nhanh chóng trong tương lai gần. Ví dụ, PricewaterhouseCoopers đã ước tính rằng năm lĩnh vực chính đã tạo ra 15 tỷ đô la doanh thu trên toàn thế giới vào năm 2013 và họ sẽ tạo ra 335 tỷ đô la vào năm 2025.

Hai lĩnh vực liên quan đến du lịch là trung tâm của hiện tượng này: dịch vụ vận chuyển cho thuê (tương tự dịch vụ được cung cấp bởi taxi truyền thống và xe limousine) và dịch vụ lưu trú ngắn hạn (tương tự như dịch vụ được cung cấp bởi khách sạn). Hai công ty hàng đầu là Uber và Airbnb, mỗi công ty chưa đầy một thập kỷ và đã được định giá lần lượt là 62,5 tỷ đô la và 25,5 tỷ đô la.

Tại Việt Nam, trong ngành vận tải có sự xuất hiện của Uber vào tháng 6/2014, Grab vào tháng 02/2014 và đặc biệt là sự xuất hiện của các doanh nghiệp Việt Nam như Go-Việt ra đời tháng 7/2018, Be vào tháng 12/2018, hay Airbnb, Agoda, Traveloka trong ngành du lịch,…

Các nền tảng hoạt động trong rất nhiều lĩnh vực và đa dạng về phương thức hoạt động. Tuy nhiên, dựa trên mức độ ảnh hưởng của nền tảng đối với giao dịch, có thể chia các nền tảng thành 02 nhóm:

- Nhóm thứ nhất là các nền tảng chỉ đóng vai trò là trung gian cho các bên kết nối với nhau theo mô hình các sàn giao dịch thương mại điện tử như Amazon, lazada, shopee…

- Nhóm thứ hai là các nền tảng đóng vai trò quyết định tới nội dung của giao dịch như với Grab, Uber, Airbnb…người dùng nền tảng đó để kinh doanh không có quyền quyết định về giá.

Nhóm thứ nhất đã xuất hiện trên thị trường từ lâu, đã có nhiều quy định pháp lý để định hình và quản lý. Nhóm thứ hai là nhóm có mô hình hoạt động mới và vượt qua khỏi hầu hết các quy định quản lý hiện hành trên thế giới cũng như tại Việt Nam. Nhóm này là đối tượng chính của báo cáo tổng kết này.

**2. Đặc điểm của mô hình kinh doanh theo dạng nền tảng**

Thứ nhất, các nền tảng công nghệ là các trung gian đa diện (multi-sided platforms).

Thị trường truyền thống được biết đến là nơi người mua và người bán tiếp xúc trực tiếp hoặc gián tiếp với nhau để trao đổi mua bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ. Còn đối với thị trường kinh doanh theo mô hình nền tảng là thị trường mà trong đó, các công ty, tổ chức trung gian đóng vai trò kết nối các nhóm khách hàng như Airbnb, Uber, Grab… Khi sử dụng nền tảng công nghệ, các nhóm người sử dụng tương tác trực tiếp với nhau nhưng cả hai bên đều có mối liên kết với nền tảng. Các nền tảng đóng vai trò cung cấp cơ sở hạ tầng, các quy tắc giao dịch, các điều kiện nhằm tạo thuận lợi cho giao dịch của hai nhóm người sử dụng nền tảng. Cũng bởi tính chất đa diện mà việc quản lý nhà nước đối với các nền tảng trở nên khó khăn hơn do khó xác định vai trò của nền tảng trong giao dịch.

Thứ hai, về khả năng lưu và phân tích dữ liệu. Khả năng lưu giữ của công nghệ điện tử không bị giới hạn. Đồng thời, cũng rất linh hoạt, do đó, các dữ liệu về giao dịch sẽ được lưu giữ tốt hơn khi giao dịch được thực hiện qua các nền tảng. Các nền tảng phản hồi yêu cầu của người sử dụng rất nhanh. Hơn nữa, việc mua bán qua các nền tảng công nghệ sẽ không bị ảnh hưởng bởi khoảng cách địa lý, dù vẫn tồn tại những khó khăn về sự khác biệt ngôn ngữ, văn hoá…

Thứ ba, chi phí giao dịch thực hiện qua nền tảng thường rẻ hơn cách giao dịch truyền thống. Các nền tảng thường sử dụng các tiềm năng công nghệ kỹ thuật để giảm chi phí giao dịch như chi phí để tìm người cung ứng dịch vụ, chi phí tìm người có nhu cầu mua, sử dụng dịch vụ, chi phí thoả thuận và kí kết hợp đồng, chi phí sửa đổi, bổ sung hợp đồng, chi phí bỏ ra để giám sát hoặc thực thi hợp đồng. Do sự linh hoạt của công nghệ điện tử, những chi phí này sẽ được giảm một cách đáng kể. Trên thực tế, khi người sử dụng đặt khách sạn, xe ôm qua các ứng dụng (các nền tảng) thì sẽ rẻ hơn so với không sử dụng ứng dụng.

Từ những đặc điểm trên, có thể thấy, các nền tảng có những ưu và nhược điểm như sau:

Về ưu điểm, không thể phủ nhận là các nền tảng công nghệ đã đem đến rất nhiều lợi ích cho nhiều bên. Với bên sử dụng nền tảng vì nhu cầu sử dụng dịch vụ, sẽ dễ dàng tìm kiếm được bên cung ứng, có khả năng lựa chọn, so sánh giữa các nhà cung ứng khác nhau, chi phí phải trả ít hơn, phương thức thanh toán thuận tiện hơn. Với bên cung ứng dịch vụ, tiếp cận khách hàng dễ hơn, giảm được chi phí như chi phí tìm kiếm khách hàng (quảng cáo, thuê môi giới…), chi phí kí kết, sửa đổi hợp đồng, lưu giữ thông tin về giao dịch dễ hơn…

Tuy nhiên, bên cạnh đó, cũng có nhiều những mối lo ngại như vấn đề về sự công khai, minh bạch của các nền tảng về cơ chế hoạt động của nền tảng, bảo mật thông tin người dùng, phương thức tính giá của các nền tảng, trách nhiệm pháp lý của các nền tảng… Từ đó, có thể thấy rằng, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong nền kinh tế nền tảng là một vấn đề cấp thiết.

**3. Vấn đề bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong kinh tế nền tảng**

Theo một cuộc khảo sát của Cộng đồng châu Âu (European Commission), 55% người tiêu dùng tham gia khảo sát đã thừa nhận rằng trong năm 2018, họ gặp phải ít nhất là một vấn đề khi sử dụng dịch vụ qua các nền tảng công nghệ. Các vấn đề thường gặp nhất là về chất lượng dịch vụ kém, dịch vụ không giống như thông tin mô tả được hiển thị trên nền tảng. Ở Việt Nam, cũng đã xảy ra nhiều vụ việc liên quan tới lĩnh vực bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong nền kinh tế nền tảng. Ngoài ra, những hạn chế của mô hình kinh doanh theo dạng nền tảng không chỉ tác động tới người tiêu dùng mà còn tác động đối với quản lý nhà nước về bảo vệ người tiêu dùng.

Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010 và các văn bản pháp luật trong lĩnh vực bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng chưa có quy định nào điều chỉnh về các nền tảng cũng như việc kinh doanh theo mô hình nền tảng công nghệ. Những khó khăn thường gặp có thể thấy như sau:

*3.1. Khó khăn đối với người sử dụng nền tảng để sử dụng dịch vụ*

Một trong những vấn đề thường gặp nhất khi người tiêu dùng sử dụng nền tảng công nghệ là việc các nền tảng này không cung cấp thông tin một cách đầy đủ, hoặc cung cấp những thông tin khó hiểu, thiếu minh bạch.

Phương thức hoạt động của các nền tảng công nghệ hiện nay gần như là một điều bí ẩn với người tiêu dùng. Các nền tảng công nghệ hoạt động dựa trên những thuật toán nhất định (algorithms), cụ thể những thông tin như dựa trên thuật toán nào để nền tảng hiển thị: thông tin về sản phẩm, thông tin về nhà cung cấp; kết quả tìm kiếm khi người tiêu dùng sử dụng công cụ tìm kiếm trên nền tảng; sự so sánh, xếp hạng nhà cung ứng sản phẩm, dịch vụ trên nền tảng; thuật toán để nền tảng định giá dịch vụ.

*3.1.1. Về cách hiển thị thông tin sản phẩm, nhà cung ứng sản phẩm, dịch vụ của một nền tảng công nghệ.*

Đối với nhiều nền tảng, khi muốn sử dụng dịch vụ, người tiêu dùng sẽ sử dụng thanh công cụ tìm kiếm và nền tảng sẽ hiển thị một danh sách các nhà cung ứng dịch vụ. Thứ tự sắp xếp của các nhà cung ứng dịch vụ tại danh sách này có ý nghĩa quyết định đến việc mua hàng của người tiêu dùng. Đương nhiên xếp ở vị trí càng cao, bên cung ứng dịch vụ càng dễ tiếp cận với bên mua. Vấn đề quan trọng là thứ tự sắp xếp trong danh sách này là do nền tảng quyết định. Vậy, nền tảng căn cứ vào đâu để quyết định?

Căn cứ thứ nhất, dựa vào lợi ích của người tiêu dùng, dựa trên đánh giá của người tiêu dùng để hiển thị lên các vị trí trên cao những nhà cung ứng chất lượng cao.

Căn cứ thứ hai, dựa vào lợi ích mà bên cung ứng dịch vụ mang đến cho nền tảng, bên nào đem đến lợi ích cho nền tảng cao hơn thì xếp ở vị trí cao hơn?

Thực tế thì các thông tin này thường sẽ không được các nền tảng thông báo tới người sử dụng một cách chính xác, rõ ràng, dễ hiểu và đầy đủ. Do đó, khó khăn đầu tiên ảnh hưởng đến quyền lợi người tiêu dùng trong kinh tế nền tảng là việc các nền tảng không minh bạch về căn cứ họ dùng để hiển thị, sắp xếp thông tin về sản phẩm, dịch vụ, gây hiểu lầm cho người tiêu dùng.

Thông thường, người tiêu dùng có suy nghĩ mặc định rằng các nền tảng sẽ áp dụng căn cứ thứ nhất để hiển thị thông tin. Tuy nhiên, trên thực tế, chưa chắc các nền tảng đã chọn căn cứ thứ nhất. Trong nhiều trường hợp, để sản phẩm, dịch vụ của mình được đẩy lên trên, hiển thị ở vị trí cao trong kết quả tìm kiếm của người tiêu dùng, những nhà cung ứng sản phẩm, dịch vụ phải trả một khoản tiền cho nền tảng. Trong số các nền tảng phổ biến ở Đức, chỉ có Booking.com thể hiện trong điều khoản và điều kiện rằng việc sắp xếp thứ tự chịu ảnh hưởng của số tiền mà khách sạn trả cho Booking.com. Nhưng việc đưa thông tin này vào phần điều khoản và điều kiện mà không phải thông tin trực tiếp đến khách hàng cũng vẫn dẫn tới khả năng khách hàng hiểu nhầm.

Do đó, nếu các nền tảng dựa trên lợi ích mà họ nhận được từ nhà cung ứng dịch vụ để sắp xếp thứ tự hiển thị trong kết quả tìm kiếm, thì nền tảng phải thông báo rõ ràng cho người tiêu dùng biết lý do nội dung này được đẩy lên, tránh gây hiểu lầm cho người tiêu dùng.

*3.1.2 Về cách định giá*

Có rất nhiều nền tảng giữ vai trò quyết định về giá sử dụng dịch vụ như Grab, Uber…Thực tế, thông tin về cách xác định giá sử dụng dịch vụ vận tải cũng không được các nền tảng này cung cấp tới người tiêu dùng. Do đó, người sử dụng ứng dụng không biết ứng dụng tính giá dựa trên thông tin cá nhân của người dùng (personal pricing) hay tính giá căn cứ vào từng thời điểm (dynamic pricing). Do đó, các nền tảng cần phải cung cấp thông tin và giải thích rõ cho người tiêu dùng hiểu về phương thức xác định giá mà nền tảng áp dụng.

Hơn nữa, còn có những trường hợp làm người tiêu dùng hiểu lầm về giá. Theo kết quả của Nghiên cứu các vấn đề về người tiêu dùng trong thị trường nền tảng ngang hàng của Cộng đồng châu Âu , thay vì đưa ra tổng phí mà người sử dụng dịch vụ của nền tảng phải trả, thì có rất nhiều nền tảng chỉ thông báo cho người sử dụng về số tiền khoảng 10% đến 25% tổng chi phí phải trả, thực chất, thì đây chỉ là giá ở giai đoạn đặt hàng, dịch vụ, chứ không phải tổng chi phí.

Như vậy, việc không minh bạch về cách tính giá hoặc đưa ra giá gây hiểu nhầm cho người sử dụng là một trong những khó khăn ảnh hưởng trực tiếp đến quyền và lợi ích của người tiêu dùng.

*3.1.3. Những khó khăn của người tiêu dùng do các nền tảng không nhận trách nhiệm khi có vấn đề xảy ra đối với các giao dịch qua nền tảng.*

Như đã phân tích tại phần đặc điểm, các nền tảng công nghệ là những trung gian đa chiều. Do đó, khi các nền tảng hoạt động như bên trung gian kết nối giữa các bên, vấn đề quan trọng là cần phải xác định rõ ràng về việc liệu rằng các nền tảng có phải là một bên của hợp đồng không?

Về cơ sở pháp lý, hiện tại trong hệ thống pháp luật của Việt Nam chưa có quy định nào điều chỉnh về vấn đề này.

Đối với các nền tảng, họ thường muốn chỉ đơn thuần là nơi kết nối bên cung ứng dịch vụ với người có nhu cầu sử dụng dịch vụ. Nghĩa là nền tảng chỉ là bên tạo điều kiện cho các bên giao dịch với nhau, chứ bản thân họ không tham gia vào giao dịch. Cụ thể, có thể kể đến các Điều khoản và điều kiện của Grab dành cho tài xế như:

“Công ty là một công ty công nghệ không cung cấp cũng không tham gia vào dịch vụ vận tải và công ty không phải là nhà cung cấp dịch vụ vận tải. Phần mềm và ứng dụng được cung cấp nhằm tạo điều kiện cho bạn (với tư cách một nhà cung cấp dịch vụ vận tải) cung cấp các dịch vụ vận tải cho hành khách hoặc khách hàng của bạn. Công ty không có trách nhiệm hay nghĩa vụ pháp lý nào đối với các hành vi và/hoặc sai sót của bất kỳ dịch vụ nào do bạn cung cấp cho hành khách của bạn và bất kỳ hành động phi pháp nào do bạn thực hiện.

Như vậy, tại Điều khoản và Điều kiện dành cho tài xế, Grab đã phủ nhận toàn bộ trách nhiệm cũng như nghĩa vụ pháp lý của mình đối với các hành vi, các sai sót của dịch vụ nào do lái xe cung cấp cho người sử dụng dịch vụ vận tải và bất kỳ hành động phi pháp nào do lái xe thực hiện. Nội dung này tại Điều khoản và Điều kiện khiến người tiêu dùng không có quyền yêu cầu Grab chịu trách nhiệm pháp lý khi có vấn đề xảy ra.

Không chỉ riêng Grab, mà hầu hết các nền tảng đều tự coi mình chỉ là bên trung gian kết nối, không tham gia cung cấp dịch vụ, do đó, không có trách nhiệm và nghĩa vụ pháp lý đối với giao dịch giữa người cung ứng dịch vụ và người sử dụng dịch vụ qua nền tảng. Do đó, trên thực tế các nền tảng thường không thực hiện tốt việc kiểm soát tính đúng sai của thông tin được cung cấp trên nền tảng cũng như chất lượng dịch vụ của các nhà cung cấp. Chính vì vậy, pháp luật cần có quy định để ràng buộc trách nhiệm pháp lý cho các nền tản nhằm mục đích bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

*3.1.4. Khó khăn do các điều khoản và điều kiện của các nền tảng không công bằng, không lành mạnh*

Theo nghiên cứu của Cộng đồng châu Âu, khoảng 85% người tiêu dùng cho rằng các nền tảng cần phải minh bạch về vấn đề chủ thể chịu trách nhiệm khi có rủi ro xảy ra, minh bạch về quyền lợi của người tiêu dùng trong trường hợp có vấn đề về giá hoặc chất lượng của sản phẩm, dịch vụ. Tuy nhiên, cũng theo nghiên cứu này, có khoảng 60% người sử dụng dịch vụ qua nền tảng không biết rõ về các quyền và nghĩa vụ của mình trong các giao dịch, không biết ai là người chịu trách nhiệm khi có vấn đề xảy ra. Khoảng 40% người cung cấp dịch vụ qua các nền tảng không biết hoặc không chắc chắn về các quyền và nghĩa vụ của mình. Thông thường nguyên nhân dẫn tới tình trạng này là do các điều khoản và điều kiện của các nền tảng có vấn đề. Cụ thể, gồm một số vấn đề như sau:

- Điều khoản sử dụng và chính sách quyền riêng tư thường rất dài và phức tạp, được viết bằng những thuật ngữ mà người sử dụng khó có thể hiểu được. Mục đích của các điều khoản này không phải để giải thích cho người tiêu dùng hiểu về các điều kiện, mà là để chối bỏ trách nhiệm của công ty cung cấp dịch vụ nền tảng, người tiêu dùng thường sẽ đồng ý sử dụng dịch vụ mà không biết điều này. Theo nghiên cứu của vzbv (Đức) năm 2014 chỉ ra rằng có 53% người tiêu dùng luôn luôn (27%) hoặc gần như (26%) đồng ý với điều khoản và điều kiện mà không hề đọc. Chỉ có 16% luôn luôn đọc các điều khoản và điều kiện sử dụng dịch vụ. 72% người tiêu dùng cho biết lí do không đọc điều khoản và điều kiện, bao gồm chính sách về quyền riêng tư, là do quá dài và phức tạp. Một nghiên cứu khác cho rằng, một người sẽ mất khoảng 76 ngày để đọc các chính sách về quyền riêng tư của các trang web mà người đó truy cập trong một năm. Như vậy, vấn đề điều khoản quá dài và khó hiểu cũng rất quan trọng trong việc xác định trách nhiệm pháp lý của các nền tảng cũng như xác định quyền và nghĩa vụ của người sử dụng nền tảng.

- Ngoài vấn đề về độ dài và khả năng đọc các điều khoản và điều kiện của người dùng, các nền tảng còn thường sử dụng dụng những điều khoản không lành mạnh. Theo nghiên cứu gần đây được thực hiện bởi Forbrukerrådet, (Na-uy) về điều khoản và điều kiện của 22 ứng dụng điện thoái phổ biến, có những điều khoản không lành mạnh.

Các nền tảng thường có các điều khoản khiến hợp đồng trở nên vô nghĩa, ví dụ: các điều khoản có thể được thay đổi đơn phương mà không cần thông báo tới người dùng như điều khoản của Grab với lái xe:

“Công ty bảo lưu quyền điều chỉnh, thay đổi hoặc sửa đổi các điều khoản và điều kiện của Hợp đồng này hoặc các chính sách của Công ty liên quan đến Dịch vụ tại bất cứ thời điểm nào mà Công ty cho là phù hợp. Những điều chỉnh, thay đổi hoặc sửa đổi Các Điều khoản và Điều kiện hoặc các chính sách có liên quan đến Dịch Vụ sẽ có hiệu lực ngay khi phiên bản cập nhật được đăng tải trên trang web https://www.grab.com/vn/terms-driver/. Bạn đồng ý rằng bạn phải có trách nhiệm thường xuyên kiểm tra Hợp đồng này và việc tiếp tục sử dụng Dịch vụ sau khi có bất kỳ thay đổi nào như vậy, bất kể là bạn đã xem xét chúng hay chưa, sẽ cấu thành việc bạn đã chấp thuận và đồng ý đối với những thay đổi đó.”

Ngoài ra, các nền tảng cũng thường có các điều khoản phức tạp và không rõ ràng bởi việc sử dụng ngôn ngữ giả định, gây khó hiểu cho người tiêu dùng về việc không xác định được rõ ràng ứng dụng sẽ thực hiện những việc nào.

- Dịch vụ đổi lấy dữ liệu, không phải tiền: Trong thế giới trực tuyến, nhiều dịch vụ không yêu cầu thanh toán bằng tiền, nhưng thường được phục vụ dựa trên dữ liệu dưới dạng thù lao. Theo nghĩa này, dịch vụ không miễn phí. Người tiêu dùng chủ động cung cấp dữ liệu cá nhân và phi cá nhân để đổi lấy dịch vụ, sản phẩm hoặc nội dung hoặc thụ động cho phép các nhà cung cấp dịch vụ theo dõi họ và thu thập dữ liệu về thói quen và sở thích của họ. Dữ liệu này sau đó thường được bán cho các mạng quảng cáo, đổi lại là trả cho nhà cung cấp dịch vụ. Luật Người tiêu dùng EU đã cho thấy rằng Luật không được thiết kế để áp dụng đầy đủ cho các mô hình kinh doanh này và do đó phải được cải cách.

*3.1.5. Các trách nhiệm, trách nhiệm tiềm năng của nhà cung cấp dịch vụ nền tảng*

Khi nền kinh tế nền tảng phát triển, và đặc biệt với sự gia tăng hợp tác của nhiều kinh tế nền tảng, ngày càng trở nên phổ biến hơn đối với các nền tảng có vai trò trung gian tích cực hơn so với mô hình trung gian truyền thống.

Nghiên cứu của Ủy ban Châu Âu về các nền tảng ngang hàng tạo ra sự khác biệt giữa ba mô hình kinh doanh chính:

- Lưu trữ danh sách: Nền tảng thường chỉ kiếm tiền thông qua việc bán các tùy chọn niêm yết cao cấp như ảnh, v.v.

- Tích cực quản lý các giao dịch ngang hàng: nền tảng chủ động điều tiết cung và cầu, tham gia vào nhiều hoạt động để tăng niềm tin vào người dùng của nền tảng. Họ thường tính phí giao dịch và / hoặc phí thuê bao. Trong các mô hình kinh doanh, nền tảng ảnh hưởng lớn đến các giao dịch.

- Giao dịch được quản lý bởi nền tảng: trong mô hình này, các nền tảng đặt ra các điều khoản và điều kiện cho các dịch vụ hoặc hàng hóa được giao dịch và kiểm soát trực tiếp hiệu suất của chúng. Họ đặt ra các quy tắc cho việc hủy bỏ, hoàn tiền, cài đặt giá tự động hoặc giá tối đa. Họ quản lý các khoản thanh toán, theo dõi sự thành công của việc cung cấp dịch vụ trước khi giao tiền chi trả cho các nhà cung cấp và chủ động can thiệp khi có khiếu nại.

Đặc biệt khi nền tảng trực tuyến tạo điều kiện giao tiếp và giao dịch hợp đồng giữa các bên tham gia thị trường khác, việc áp dụng luật tiêu dùng không rõ ràng. Tiêu chuẩn về tính đúng đắn và hợp lệ của thông tin cung cấp cho người tiêu dùng cần phải được củng cố. Ngoài ra, cho dù và trong mọi trường hợp, các nền tảng, đặc biệt là các nền tảng có quyền kiểm soát nhất định đối với các giao dịch, phải chịu trách nhiệm về việc không thực hiện hợp đồng cần phải được điều chỉnh.

Khi các nền tảng trở thành trung gian hoạt động vượt ra ngoài phạm vi của pháp luật về người tiêu dùng, có ba loại trách nhiệm cần thiết để điều chỉnh:

Thứ nhất, trách nhiệm đối với việc không thông báo về nhà cung cấp hàng hóa hoặc dịch vụ

Trong trường hợp nền tảng không thông báo cho người tiêu dùng rằng bên thứ ba là nhà cung cấp thực tế của hàng hóa hoặc dịch vụ, thì nền tảng phải chịu trách nhiệm về kết quả của giao dịch. Ví dụ: nếu người tiêu dùng mua xe trên nền tảng mà không được tiết lộ rằng nhà cung cấp nền tảng đã hành động thay mặt người khác, thì nền tảng phải chịu trách nhiệm với tư cách là người bán.

Thứ hai, trách nhiệm đối với thông tin sai lệch, bảo lãnh hoặc tuyên bố

Người tiêu dùng yêu cầu một cách hợp pháp rằng nền tảng chịu trách nhiệm về một số tiêu chí chất lượng hoặc an toàn về các sản phẩm và dịch vụ được giao dịch trên thị trường mà nền tảng kiểm soát, nền tảng nên chịu trách nhiệm về thiệt hại xảy ra nếu các tiêu chí chất lượng hoặc an toàn này không được đáp ứng.

Cụ thể, điều này sẽ bao gồm thông tin sai lệch được cung cấp bởi các nhà cung cấp hàng hóa hoặc dịch vụ trên nền tảng và đã được thông báo cho nền tảng. Nó cũng bao gồm các tuyên bố hoặc bảo đảm sai lệch được đưa ra bởi nền tảng liên quan đến nhà cung cấp hoặc về hàng hóa và dịch vụ được cung cấp bởi nhà cung cấp.

Thứ ba, trách nhiệm trong đó nền tảng có ảnh hưởng chủ yếu đến các nhà cung cấp Mô hình kinh doanh của nhiều nền tảng, đặc biệt là trong nền kinh tế hợp tác, mang lại cho họ quyền quyết định đối với các yếu tố thiết yếu của các giao dịch kinh tế diễn ra trên thị trường như phương tiện thanh toán, giá cả, điều khoản và điều kiện mặc định hoặc tiến hành.

Trong những trường hợp như vậy, vị trí của nền tảng gần với vị trí của nhà cung cấp thực tế của hàng hóa hoặc dịch vụ. Do đó, điều quan trọng là tạo ra các quy tắc rõ ràng về trách nhiệm đối với các nhiệm vụ thực hiện hợp đồng, đặc biệt khi nền tảng có ảnh hưởng chủ yếu đối với các nhà cung cấp.

*3.1.6. Khó khăn trong việc bảo mật thông tin người sử dụng nền tảng.*

Có những nền tảng yêu cầu người dùng cho phép vĩnh viễn, không thể huỷ bỏ đối với việc cho phép nền tảng sử dụng thông tin người dùng; các điều khoản hạn chế quyền riêng tư của người sử dụng, cho phép ứng dụng chia sẻ thông tin cá nhân với rất nhiều bên thứ ba, trong một số trường hợp yêu cầu người dùng đồng ý việc họ từ chối quyền khởi kiện liên quan đến vấn đề quyền riêng tư của họ. Đưa ra nhiều yêu cầu quá mức cần thiết và không liên quan đến dịch vụ và họ cung cấp, không cho người dùng xoá tài khoản trên ứng dụng, hay xoá tài khoản của người dùng mà không có nguyên nhân hay thông báo.

**3.2. Khó khăn đối với người sử dụng nền tảng để kinh doanh**

Khác với kinh doanh theo các mô hình truyền thống, một giao dịch giữa một bên cung ứng dịch vụ với một bên sử dụng dịch vụ thực hiện qua một nền tảng sẽ là một giao dịch có sự tham gia của ba bên. Do đó, cần xác định ai là người tiêu dùng trong mối quan hệ này.

Liệu quan hệ giữa nền tảng với người cung cấp dịch vụ có phải quan hệ giữa người sử dụng lao động với người lao động?

Hiện tại không có quy định pháp luật điều chỉnh về quan hệ này. Còn đối với các nền tảng, họ không công nhận người sử dụng nền tảng để kinh doanh là người lao động của họ. Có thể kể tới Điều kiện và điều khoản của Grab với tài xế như:

“Bạn sẽ, tại mọi thời điểm, không được tự nhận hoặc khiến bất kỳ ai khác hiểu lầm rằng bạn là một đại diện, người lao động hoặc nhân sự của công ty, và các dịch vụ do bạn cung cấp không được coi là dịch vụ của công ty, theo bất kỳ cách nào”.

Liệu quan hệ giữa nền tảng với người cung cấp dịch vụ có phải quan hệ giữa người cung ứng dịch vụ với người tiêu dùng?

Theo quy định tại Khoản 1 Điều 3 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng:

Người tiêu dùng là người sử dụng dịch vụ cho mục đích tiêu dùng, sinh hoạt của cá nhân, gia đình, tổ chức.

Khi xây dựng Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, vấn đề về mô hình kinh doanh theo dạng nền tảng chưa được điều chỉnh. Theo khái niệm Người tiêu dùng của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng hiện hành thì chỉ có bên sử dụng dịch vụ qua nền tảng mới được coi là người tiêu dùng. Bên cung ứng dịch vụ qua nền tảng không phải là người tiêu dùng vì không sử dụng dịch vụ mà nền tảng cung cấp để phục vụ cho mục đích tiêu dùng, sinh hoạt của cá nhân, gia đình, tổ chức. Mục đích của bên cung ứng dịch vụ qua nền tảng là mục đích sinh lợi. Do đó, cơ chế bảo vệ người tiêu dùng không áp dụng với đối tượng này.

Trên thực tế, điều này là không phù hợp. Theo quy định hiện hành thì trong mối quan hệ giữa nền tảng với bên cung ứng dịch vụ qua nền tảng, không có bên nào là người tiêu dùng. Còn bên còn lại, là nền tảng, thì không được pháp luật điều chỉnh. Về bản chất, xét trong mối quan hệ này, nền tảng chính là bên cung ứng dịch vụ, còn bên cung ứng dịch vụ qua nền tảng chính là bên sử dụng dịch vụ mà nền tảng cung cấp. Do đó, trong quá trình sử dụng dịch vụ, sẽ có những vấn đề phát sinh, pháp luật không có quy định sẽ tạo ra lỗ hổng pháp lý, ảnh hưởng đến quyền lợi của cả hai bên, đặc biệt là bên cung ứng dịch vụ qua nền tảng. Do đó, cần phải có cơ chế bảo vệ quyền lợi của bên sử dụng nền tảng để cung ứng dịch vụ.

Trên thực tế, tại Việt Nam đã xảy ra nhiều sự việc liên quan đến vấn đề này như:

*Vụ việc tài xế GrabBike xâm hại bé gái khiếm thính 12 tuổi*

Ngày 28/3/2019, tại Phường An Lạc A, quận Bình Tân, 1 bé gái khiếm thính, 12 tuổi bị tài xế Grabbike xâm hại. Tại xế grabbike đã khai, sáng 28/3 trong khi đứng chờ bắt khách thấy bé gái đi bộ lang thang bị khuyết tật, Phú liền nảy sinh tà ý. Đối tượng tiếp cận, yêu cầu bé Lan lên xe để chở đi. Phú đưa bé Lan đến 1 nhà nghỉ ở đường Đỗ Năng Tế để thuê phòng và thực hiện hành vi đồi bại. Vấn đề đặt ra trong trường hợp trên là mặc dù tài xế grabbike đã thừa nhận toàn bộ hành vi phạm tội, nhưng Grab, với tư cách là một nền tảng công nghệ, có trách nhiệm gì không?

Trước vụ việc trên, Grab đưa ra Quy tắc ứng xử (khi lập Biên bản thoả thuận hợp tác với tài xế grabbike, Grab có đính kèm một bộ Quy tắc ứng xử dành cho đối tác Grabbike, Grabbike premium, Grab express, Grab food) nhằm chối bỏ trách nhiệm đối với vụ việc trên và cho rằng tài xế Grabbike đã thực hiện hành vi đồi truỵ với bé gái phải chịu trách nhiệm hoàn toàn trước pháp luật, bản thân Grab là một nền tảng, không chịu trách nhiệm pháp lý nào liên quan đến vụ việc trên.

*Vụ việc tài xế grab bị cướp*

Tối 12/9, Trịnh Công Thành thuê anh Đức – tài xế grabbike chở từ quận Nam Từ Liêm sang thị trấn Trâu quỳ, huyện Gia Lâm. Sau đó, Thành lại yêu cầu anh Đức chở về quận Hà Đông. Rạng sáng 13/9, khi đến phố Linh Đường, Thành kề dao vào cổ anh Đức rồi cướp điện thoại và xe máy.

Với chính sách của Grab đang áp dụng hiện nay để nhận thưởng và được đánh giá cao, các tài xế phải hạn chế tối đa việc hủy chuyến. Tuy nhiên chỉ cần 1 khách trong ngày chấm số sao thấp thì tài xế không đạt chỉ tiêu. Vấn đề này cũng là áp lực nên anh Đức (người bị hại) trong vụ án trên phải cân nhắc có hủy chuyến không, dù là những cuốc xe vào thời điểm đêm khuya hoặc khu vực xảy ra cướp giật, các tuyến đường ở vùng ven vắng người.

Sau khi xảy ra vụ việc như trên, Grab cho biết tài xế khi đăng kí hoạt động ngoài việc được tập huấn về lái xe an toàn sẽ tham gia các lớp đào tạo kỹ năng tự vệ cơ bản những cách nhận diện rủi ro thực hành ứng phó với các tình huống nguy hiểm. Đồng thời Grab cũng có các đội phản ứng nhanh nhằm phối hợp hoặc thông báo cho các cơ quan chức năng xử lý nhanh khi tài xế gặp nạn trên đường. Grab cũng cho biết trên ứng dụng có sẵn phím S.0.S giúp tài xế thông báo ngay cho lực lượng chức năng hoặc các số điện thoại của người thường xuyên liên lạc trước đó để hỗ trợ nếu có sự cố. Grab cũng đã mua bảo hiểm tai nạn rủi ro của Công ty bảo hiểm Liberty cho tất các tài xế của đơn vị này. Trong suốt hành trình của một chuyến xe thông qua ứng dụng của Grab các tài xế đều được hưởng gói bảo hiểm này nếu bị sự cố, găp nạn trên đường. Bảo hiểm này sẽ tùy theo mức độ của các sự cố trong đó mức cao nhất đối với Grabbike là 200 triêu đồng .

Tuy nhiên, thực tế, dù các tài xế được tham gia tập huấn quy tắc ứng xử, cũng như cách phòng vệ…và làm bài kiểm tra trước khi được nhận làm việc nhưng những lớp này thường mang tính hình thức do chỉ có một buổi tập huấn trong khoảng 2 tiếng đồng hồ. Điều cần thực hiện là gắn trách nhiệm pháp lý của Grab đối với các rủi ro cho khách hàng sử dụng dịch vụ vận tải, cũng như rủi ro cho người lái xe./.

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

# PHỤ LỤC 5

# CÔNG TÁC KIỂM SOÁT HỢP ĐỒNG THEO MẪU, ĐIỀU KIỆN GIAO DỊCH CHUNG THỜI KỲ 2012-2019 VÀ MỘT SỐ VẤN ĐỀ ĐẶT RA

Vấn đề kiểm soát HĐTM, ĐKGDC trong giao dịch với người tiêu dùng được quy định trong nhiều văn bản pháp luật khác nhau như BLDS 1995, BLDS 2005, BLDS 2015, Luật BVQLNTD, Luật Kinh doanh bảo hiểm, Luật Viễn thông...

Đối với văn bản pháp luật quy định riêng về vấn đề bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, chế định kiểm soát HĐTM, ĐKGDC lần đầu tiên được quy định trong Luật BVQLNTD.

Trong một thời gian ngắn, các văn bản hướng dẫn thi hành đã được ban hành, bao gồm Nghị định 99/2011/NĐ-CP, Quyết định 02/2012/QĐ-TTg, Quyết định 35/2015/QĐ-TTg, Quyết định 38/2018/QĐ-TTg, Thông tư số 10/2013/TT-BCT ngày 30 tháng 5 năm 2013 Ban hành mẫu đơn đăng ký HĐTM, ĐKGDC tạo cơ sở, nền tảng pháp lý để vận hành thông suốt cơ chế kiểm soát HĐTM, ĐKGDC.

## I. Thực trạng

## 1. Đối với công tác kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung thuộc phạm vi phải đăng ký theo quyết định của Thủ tướng Chính phủ

### *1.1. Về chấp hành nghĩa vụ đăng ký của doanh nghiệp*

Về nghĩa vụ đăng ký, Khoản 1, Điều 19 Luật BVQLNTD quy định: “*Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ thuộc Danh mục hàng hóa, dịch vụ thiết yếu do Thủ tướng Chính phủ ban hành phải đăng ký HĐTM, ĐKGDC với cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng*”.

Hướng dẫn chi tiết hơn, Điều 8 Nghị định 99/2011/NĐ-CP quy định: “*HĐTM, ĐKGDC chỉ được áp dụng đối với người tiêu dùng khi việc đăng ký được hoàn thành theo quy định tại Điều 14 Nghị định này*”. Thời điểm xác định việc hoàn thành nghĩa vụ đăng ký là khi HĐTM, ĐKGDC được cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ra thông báo về việc chấp nhận đăng ký (khoản 1 Điều 14 Nghị định 99/2011/NĐ-CP).

Thực tế việc kiểm soát HĐTM, ĐKGDC không phân theo chủ thể thực hiện nghĩa vụ đăng ký là doanh nghiệp, mà phân theo loại/nhóm hàng hóa, dịch vụ mà doanh nghiệp đang kinh doanh. Như vậy, với những tổ chức, cá nhân kinh doanh các loại hàng hóa, dịch vụ thuộc Danh mục hàng hóa, dịch vụ thiết yếu do Thủ tướng Chính phủ ban hành thì phải thực hiện nghĩa vụ đăng ký HĐTM, ĐKGDC với cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền về BVQLNTD.

Ngoài ra, đối với những tổ chức, cá nhân kinh doanh đã hoàn thành nghĩa vụ đăng ký (theo Điều 19 Luật BVQLNTD, Điều 8 Nghị định 99/2011/NĐ-CP) mà thuộc các trường hợp sau thì phải thực hiện thủ tục đăng ký lại trước khi áp dụng HĐTM, ĐKGDC với người tiêu dùng, cụ thể: “*a) Khi pháp luật thay đổi làm thay đổi nội dung của HĐTM, ĐKGDC; b) Tổ chức, cá nhân kinh doanh thay đổi nội dung HĐTM, ĐKGDC.”* (khoản 1, Điều 15 Nghị định 99/2011/NĐ-CP).

Thực tế kiểm soát trong thời gian qua cho thấy, việc chấp hành nghĩa vụ đăng ký HĐTM, ĐKGDC thuộc các lĩnh vực theo quyết định của Thủ tướng Chính phủ cho thấy:

- Tại Cục CT&BVNTD: Lĩnh vực bảo hiểm nhân thọ là lĩnh vực chấp hành nghiên túc nhất nghĩa vụ đăng ký theo quy định (chiếm gần 100%); Lĩnh vực viễn thông, truyền hình chấp hành tương đối nghiêm túc; các lĩnh vực còn lại gồm tài chính, ngân hàng, chung cư, vận tải hàng không, vận tải đường sắt thực hiện chưa được nghiêm túc.

- Tại các Sở Công Thương địa phương: chủ yếu thực hiện nghĩa vụ đăng ký HĐTM, ĐKGDC thuộc lĩnh vực cung cấp nước sinh hoạt, cung cấp điện sinh hoạt, truyền hình trả tiền thì các doanh nghiệp cơ bản đã chấp hành nghiêm túc.

### *1.2. Về tiếp nhận và giải quyết hồ sơ đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung:*

*a) Tại* Cục CT&BVNTD

Trong số các nhiệm vụ về kiểm soát HĐTM, ĐKGDC, việc tiếp nhận và xử lý hồ sơ đăng ký là hoạt động chính của Cục CT&BVNTD với số liệu cụ thể như sau:

**Số lượng hồ sơ đăng ký tại Cục CT&BVNTD từ năm 2012 đến tháng 9 năm 2020**

*(Chú thích: Hồ sơ năm 2017 bao gồm 857 hồ sơ đăng ký chính thức và 82 hồ sơ thẩm định theo Quy chế phối hợp với Bộ Tài chính; năm 2018 bao gồm 541 hồ sơ đăng ký chính thức và 264 hồ sơ thẩm định theo Quy chế phối hợp với Bộ Tài chính; năm 2019 bao gồm 257 hồ sơ đăng ký chính thức và 114 hồ sơ thẩm định theo quy chế phối hợp với Bộ Tài chính)*

**Tỷ lệ kết quả xử lý hồ sơ đăng ký qua các năm**

Trong 8 năm, Cục CT&BVNTD đã tiếp nhận và xử lý trên 4.480 bộ hồ sơ đăng ký. 100% hồ sơ xử lý đúng thời hạn luật định và đảm bảo không gây trở ngại, khó khăn cho quá trình sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp.

Trên trang thông tin điện tử riêng về bảo vệ NTD tại địa chỉ <http://www.vca.gov.vn/hopdongmau.aspx?Cate_ID=453>, Cục CT&BVNTD cho đăng tải toàn bộ các HĐTM, ĐKGDC được chấp nhận. Việc làm này tạo điều kiện để các doanh nghiệp tham khảo, người tiêu dùng giám sát và tạo kênh kết nối thông tin với hoạt động của các Sở Công Thương trên cả nước.

*b) Tại Sở Công Thương*

Qua thống kê số liệu cho thấy, từ năm 2012 đến hết 2017, số lượng hồ sơ đăng ký/đăng ký lại HĐTM, ĐKGDC của doanh nghiệp tại các Sở Công Thương đạt 1.309 hồ sơ, trong đó các Sở Công Thương đã ra kết quả chấp nhận đăng ký đối với 1.087 hồ sơ, chiếm khoảng 83% trong tổng số hồ sơ nộp đăng ký. Cá biệt, một số địa phương không phát sinh trường hợp nộp hồ sơ đăng ký HĐTM, ĐKGDC nào như Đồng Nai, Ninh Thuận; một số địa phương chỉ phát sinh duy nhất 01 hồ sơ đăng ký là Cà Mau, Ninh Thuận, Điện Biên, Quảng Nam, Quảng Bình...

Các hồ sơ đăng ký HĐTM, ĐKGDC tại các Sở Công Thương tập trung vào bốn nhóm lĩnh vực bao gồm: dịch vụ cung cấp nước sinh hoạt (437 hồ sơ, chiếm 34%); điện sinh hoạt (483 hồ sơ, chiếm 37%); viễn thông (chủ yếu là dịch vụ truyền hình trả tiền – đạt 96 hồ sơ, chiếm 8%); chung cư (258 hồ sơ, chiếm 20%); tài chính, ngân hàng (17 hồ sơ, chiếm 1%).

**Các lĩnh vực đăng ký HĐTM, ĐKGDC tại địa phương từ 2012-2017**

### *1.3. Về các lỗi chủ yếu khi doanh nghiệp đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung*

Theo thống kê của Bộ Công Thương trong các năm qua, phần lớn các hồ sơ đăng ký mặc dù đã bị điều chỉnh bởi các pháp luật chuyên ngành khác như điện, nước, mua bán căn hộ chung cư, điều khoản vận chuyển hành khác theo đường hàng không (do Cục hàng không Việt Nam - Bộ Giao thông vận tải kiểm soát)... nhưng khi xem xét cơ quan bảo vệ người tiêu dùng vẫn phát hiện rất nhiều các điều khoản vi phạm quyền lợi người tiêu dùng. Thực tế kiểm soát cho thấy, hầu hết hồ sơ đăng ký lần đầu của các tổ chức, cá nhân kinh doanh đều chứa đựng các điều khoản chưa tuân thủ pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Tính trên tổng số đăng ký, tỷ lệ hồ sơ chưa tuân thủ qua các năm khoảng trên 60%, cụ thể như sau:

**Bảng 1: Kết quả xử lý hồ sơ đăng ký từ 2012 đến tháng 9/ 2020**

Trong đó:

- Khoảng 40% hồ sơ đăng ký có nhiều hơn 35 điều khoản chưa tuân thủ. Trong đó có khoảng 35% hồ sơ này có từ 50-80 điều khoản chưa tuân thủ.

- Khoảng 35% hồ sơ có từ 20-35 điều khoản chưa tuân thủ;

- Khoảng 25% hồ sơ có ít hơn 20 điều khoản chưa tuân thủ.

Một số các dạng điều khoản chưa tuân thủ quy định pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thường gặp trong từng lĩnh vực như sau:

**1.3.1. Nhóm dịch vụ cung cấp điện, nước**

***a) Tính đầy đủ của HĐTM, ĐKGDC***

Hồ sơ thiếu một/một số các nội dung tối thiểu theo quy định pháp luật, ví dụ: chưa quy định cụ thể chất lượng dịch vụ mà đơn vị cấp nước phải đảm bảo (*như chất lượng nước, áp lực, tiêu chuẩn sử dụng nước, tính liên tục, các điều kiện khác như tỷ lệ thất thoát, thất thu…)*; chưa quy định cụ thể các vấn đề về giá (*như về lộ trình tăng giá, nguyên tắc điều chỉnh giá, trình tự thủ tục, thẩm quyền điều chỉnh giá*); chưa quy định cụ thể về các vấn đề giải quyết khiếu nại (*như địa chỉ liên lạc của bộ phận, người có trách nhiệm tiếp nhận các ý kiến phản ánh, khiếu nại, tố cáo của khách hàng; thời hạn giải quyết và cơ chế giải quyết các yêu cầu/khiếu nại của khách hàng*).

***b)*** ***Tính rõ ràng, dễ hiểu về mặt nội dung theo quy định tại Điều 7 Nghị định 99/2011/NĐ-C***

i) Quy định các khoản phí không rõ ràng:

***Ví dụ 1:*** “*Các khoản phí dịch vụ: Các Bên thống nhất rằng, trong suốt thời hạn của Hợp Đồng, Bên A sẽ thu tiền nước và các khoản phí liên quan đến việc cung cấp nước, và Bên A sẽ thông báo cho Bên B […] ngày trước khi áp dụng*”.

***Ví dụ 2:*** “*Trường hợp ngừng cấp nước theo quy định tại Điểm (i), (ii), (iii) nêu trên, Bên B phải chịu chi phí phát sinh cho việc ngừng cung cấp nước và việc cấp nước trở lại theo thông báo của Bên A”.*

ii) Quy định không rõ ràng về thời điểm ngừng cung cấp dịch vụ:

***Ví dụ:*** “*Trường hợp, việc Bên B không thực hiện nghĩa vụ thanh toán Tiền Nước là do lý do khách quan và đã thông báo cho Bên A bằng văn bản những lý do trên, Bên A sẽ ngừng cung cấp nước cho Bên B sau [mười (10) tuần hoặc thời hạn khác nếu pháp luật có thay đổi] hoặc thời hạn khác theo quyết định của Bên A kể từ khi Bên A có văn bản thông báo về việc ngừng dịch vụ cấp nước*”.

iii) Tính hiệu lực của các điều khoản theo quy định tại Điều 16 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng:

***Ví dụ:***  “*Bên B (khách hàng) có nghĩa vụ bằng chi phí của mình, thực hiện việc kiểm tra chất lượng nước, tính chính xác của thiết bị đo đếm nước, số Tiền Nước phải thanh toán”*

Quy định này loại trừ trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh theo quy định tại Điều 50 Nghị định 117/2007/NĐ-CP của Chính phủ ngày ngày 11 tháng 7 năm 2007: “*Khi có nghi ngờ thiết bị đo đếm nước không chính xác, khách hàng sử dụng nước có quyền yêu cầu đơn vị cấp nước kiểm tra. Trong thời hạn 5 ngày làm việc, kể từ khi nhận được yêu cầu của khách hàng sử dụng nước, đơn vị cấp nước phải kiểm tra và hoàn thành việc sửa chữa hoặc thay thế thiết bị đo đếm nước*”. Theo đó, đây được xác định là điều khoản không có hiệu lực theo quy định tại Điều 16 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng nên cần được loại bỏ.

iv) Tính tuân thủ quy định pháp luật chuyên ngành, ví dụ:

***Ví dụ:*** “*Khách hàng sử dụng nước là các hộ gia đình đã thỏa thuận đấu nối vào mạng lưới cấp nước của đơn vị cấp nước mà không sử dụng hoặc sử dụng nước ít hơn 4m3/hộ gia đình/tháng thì hộ gia đình có nghĩa vụ thanh toán và đơn vị cấp nước được phép thu tiền nước theo khối lượng nước sử dụng tối thiểu quy định là 4m3/hộ gia đình/tháng, trừ trường hợp tạm ngừng dịch vụ cấp nước*”

Nội dung về khối lượng nước sử dụng tối thiểu đã bị hủy bỏ tại Nghị định 124/2011/NĐ-CP của Chính phủ ngày 28 tháng 12 năm 2011 về sửa đổi, bổ sung một số điều Nghị định số 117/2007/NĐ-CP. Theo đó, điều khoản nêu trên không còn phù hợp với quy định pháp luật tại thời điểm tổ chức, cá nhân kinh doanh đăng ký HĐTM, ĐKGDC nên cần được loại bỏ.

v) Tính công bằng trong các điều khoản quy định về quyền và nghĩa vụ của các bên:

***Ví dụ:***

*(i) Bên A (đơn vị cung cấp nước) sẽ chịu phạt vi phạm với mức phạt bằng 8% số tiền bồi thường nếu có một trong các vi phạm nêu tại Khoản 7.1 Điều 7 của Hợp Đồng;*

*(ii) Bên B (khách hàng) sẽ chịu phạt vi phạm với mức phạt bằng 12% số tiền bồi thường nếu có một trong các vi phạm nêu tại Khoản 7.2 Điều 7 của Hợp Đồng.*

Mức phạt áp dụng với tổ chức, cá nhân kinh doanh thấp hơn so với mức áp dụng đối với khách hàng nên không đảm bảo tính công bằng trong việc xử lý vi phạm Hợp đồng giữa hai bên. Theo đó, đối với những nội dung này, Bộ Công Thương khuyến cáo điều chỉnh chế tài xử lý cho cân bằng giữa hai bên.

**1.3.2. Nhóm dịch vụ viễn thông**

***a) Tính đầy đủ của HĐTM, ĐKGDC***

Hồ sơ thiếu một/một số các nội dung tối thiểu theo quy định pháp luật, ví dụ: mô tả thiếu thông tin về dịch vụ viễn thông sẽ cung cấp (*như thông tin về chất lượng dịch vụ; thông tin về hỗ trợ, chăm sóc người sử dụng dịch vụ viễn thông bao gồm: địa chỉ, số điện thoại, thư điện tử, website; các trường hợp tạm ngừng/ngừng cung cấp dịch vụ và hủy cung cấp dịch vụ viễn thông*); thiếu thông tin về doanh nghiệp cung cấp dịch vụ (*như tài khoản; địa chỉ, số điện thoại liên hệ, website, thư điện tử (nếu có)*);

***b) Quy định về hình thức tại Điều 7 Nghị định 99/2011/NĐ-CP***

Một số tài liệu có cỡ chữ nhỏ hơn 12, một số nội dung của hồ sơ bị che khuất do nền giấy và màu mực không tương phản nhau nên gây cản trở đến khả năng tiếp cận nội dung HĐTM, ĐKGDC của người tiêu dùng;

***c) Quy định về bảo mật thông tin của bên sử dụng dịch vụ theo Điều 6 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng***

Một số hợp đồng (i) chưa quy định rõ về quyền của bên sử dụng dịch vụ và các bên liên quan trong việc được bảo vệ thông tin theo Điều 6 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng hoặc (ii) cho phép doanh nghiệp cung cấp dịch vụ được quyền quyết định việc thu thập, sử dụng, chuyển giao thông tin của người dùng mà không cần khách hàng đồng ý.

Đối với những nội dung này: Bộ Công Thương hướng dẫn doanh nghiệp thực hiện theo một trong hai hướng:

- Bổ sung hoặc điều chỉnh hợp đồng theo hướng quy định rõ doanh nghiệp có trách nhiệm bảo mật thông tin của bên sử dụng dịch vụ/khách hàng. Các thông tin này chỉ được chuyển giao cho bên thứ ba khi được khách hàng đồng ý, trừ trường hợp có yêu cầu của cơ quan có thẩm quyền.

- Trường hợp doanh nghiệp có nhu cầu chuyển thông tin cho bên thứ ba (thí dụ như cho công ty con, công ty mẹ hoặc công ty trong cùng tập đoàn) thì phải nêu rõ phạm vi chuyển giao, mục đích, đối tượng chuyển giao, và bổ sung quyền được lựa chọn “đồng ý” hay “không đồng ý” cho khách hàng.

***d) Vấn đề giải quyết khiếu nại của người tiêu dùng:***

Nhiều hồ sơ đăng ký (i) không có quy định hoặc quy định không rõ ràng thời hạn giải quyết khiếu nại hoặc (ii) quy định thời hạn giải quyết khiếu nại vượt quá so với quy định pháp luật. Trong những trường hợp này, Bộ hướng dẫn doanh nghiệp cần quy định thời hạn giải quyết khiếu nại theo quy định tại Thông tư 39/2016/TT-BTTTT (được sửa đổi bởi Thông tư 16/2018/TT-BTTTT) và Nghị định 99/2011/NĐ-CP.

***đ) Quy định về phương thức giải quyết tranh chấp***

Một số hợp đồng đăng ký có quy định giới hạn về việc lựa chọn phương thức giải quyết trong trường hợp xảy ra tranh chấp, ví dụ:

*“Mọi tranh chấp phát sinh trong quá trình thực hiện hợp đồng này (nếu có) sẽ được hai bên thương lượng giải quyết trên tinh thần hợp tác, tôn trọng lẫn nhau. Trường hợp hai bên không thống nhất, vụ việc sẽ được chuyển lên Trọng tài Kinh tế Hà nội để giải quyết. Quyết định của Trọng tài trong trường hợp này sẽ là quyết định cuối cùng.”*

Quy định nêu trên vừa giới hạn quyền lựa chọn phương thức giải quyết tranh chấp khác, vừa không phù hợp quy định tại Điều 38 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Với những nội dung tương tự như vậy, Bộ thường đề nghị doanh nghiệp sửa đổi theo hướng bổ sung quyền của người tiêu dùng được lựa chọn phương thức giải quyết tranh chấp khác (như hòa giải, Tòa án) phù hợp quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

***e) Tính rõ ràng, dễ hiểu về mặt nội dung theo quy định tại Điều 7 Nghị định 99/2011/NĐ-CP***

Ví dụ một số dạng vi phạm điển hình như sau:

- Bỏ trống các nội dung cụ thể về thời hạn, mức phí/mức phạt trong trường hợp có vi phạm;

- Bỏ trống các nội dung cụ thể về các loại/mức phí/chi phí khác ngoài giá cước sử dụng dịch vụ (trong trường hợp doanh nghiệp quy định thu các loại phí/chi phí khác);

- Sử dụng các thuật ngữ chuyên ngành gây khó hiểu; các cụm từ viết tắt/bằng tiếng ngoài mà không có phần giải thích rõ ràng;

- Nhiều nội dung quy định người tiêu dùng phải tuân thủ, thực hiện theo các hướng dẫn/quy định/chính sách của doanh nghiệp nhưng không dẫn chiếu cụ thể đến nguồn quy định các nội dung đó.

Đối với những nội dung này, Bộ hướng dẫn tổ chức, cá nhân kinh doanh:

- Bổ sung các nội dung cụ thể về thời hạn, mức phí/mức phạt; hoặc bổ sung ghi chú theo hướng: “*Mức cụ thể do hai bên thỏa thuận điền khi ký kết hợp đồng và phù hợp quy định pháp luật*”.

- Bổ sung các nội dung cụ thể về các loại/mức phí/chi phí khác mà doanh nghiệp thu ngoài giá cước sử dụng dịch vụ và phải đảm bảo phù hợp quy định pháp luật; hoặc quy định rõ các loại phí/chi phí khác, đồng thời bổ sung ghi chú theo hướng: “*Mức cụ thể do hai bên thỏa thuận điền khi ký kết hợp đồng và phù hợp quy định pháp luật*”;

- Rà soát, bổ sung phần giải thích cho các thuật ngữ chuyên ngành/cụm từ viết tắt/tiếng nước ngoài đảm bảo người tiêu dùng có thể tiếp cận, đọc và hiểu được toàn bộ nội dung của hợp đồng/điều kiện giao dịch chung.

- Bổ sung dẫn chiếu đến nguồn tài liệu cụ thể/nguồn chứa tài liệu đó để người tiêu dùng có thể chủ động tiếp cận và tìm hiểu, ví dụ “*quy định của công ty được niêm yết/công khai tại quầy giao dịch/website của công ty*” …

**1.3.3 Nhóm dịch vụ vận tải**

***a) Tính đầy đủ của HĐTM, ĐKGDC***

Hồ sơ thiếu một/một số các nội dung tối thiểu theo quy định pháp luật, ví dụ: thiếu nội dung mô tả dịch vụ (*như không mô tả cụ thể về các hạng thẻ: Hạng thẻ Đăng ký, Hạng thẻ Bạc, Hạng thẻ Titan, Hạng thẻ Vàng và Hạng thẻ Bạch kim, hạng Elite và Elite Plus …*)

***b) Tính rõ ràng, dễ hiểu về mặt nội dung theo quy định tại Điều 7 Nghị định 99/2011/NĐ-CP***

Ví dụ một số dạng điều khoản quy định thiếu rõ ràng hoặc gây khó hiểu như sau:

i) Các cụm từ thiếu rõ ràng

**Ví dụ:** “*bao gồm nhưng không giới hạn*”; “*quy định/yêu cầu của Chúng tôi*”, “*quy định khác trong các quy định của chúng tôi/của mình*”, “*quy định của doanh nghiệp*”… ;

ii) Quy định mức phí chưa rõ ràng

**Ví dụ 1:** “*Nếu Hành khách thay đổi việc vận chuyển không có sự đồng ý trước của Chúng tôi, Chúng tôi sẽ áp dụng mức giá hợp lý cho hành trình thực đi mới của Hành khách*”.

**Ví dụ 2:** “*Là mức giá áp dụng cho vận chuyển từ sân bay của điểm xuất phát tới sân bay của điểm đến, trừ khi có qui định khác*”.

**Ví dụ 3:** “*Nếu Hành khách có Vé như tại Điều 3.1.3 mà hoàn toàn chưa sử dụng, và Hành khách không thể thực hiện hành trình vì các Điều kiện bất khả kháng, với điều kiện Hành khách nhanh chóng thông báo và cung cấp các chứng cứ của các Điều kiện bất khả kháng này cho Chúng tôi, Chúng tôi tính trừ hoàn phần giá không được chi hoàn này cho các lần sử dụng dịch vụ tiếp theo của Chúng tôi, sau khi đã trừ đi phí quản lý thích hợp”.*

iii) Quy định lý do chưa rõ ràng:

**Ví dụ 1:** “*Chúng tôi có quyền xếp chỗ hoặc xếp lại chỗ bất kì lúc nào, ngay cả khi Hành khách đã lên tàu bay, nếu thấy cần thiết cho việc khai thác, đảm bảo an toàn, tuân thủ quy định của nhà chức trách, vì lí do an ninh và sức khỏe”.*

“*Vì lý do khai thác, Chúng tôi không đảm bảo việc cung cấp và/hoặc sự sẵn sàng hoạt động của các thiết bị, chương trình giải trí trên chuyến bay, các loại suất ăn hoặc các dịch vụ khác trên chuyến bay như đã thông báo*”

**Ví dụ 2:** *“Hành khách đã có hành vi không đúng đắn trên một chuyến bay trước đó và hành vi ấy có thể lặp lại…”*

iv) Quy định cơ chế giải quyết quyền lợi cho khách hàng chưa rõ ràng:

**Ví dụ 1:** *“Nếu trọng tải hoặc số Hành khách vận chuyển vượt quá giới hạn quy định của tàu bay, Chúng tôi có quyền quyết định một cách hợp lý những Hành khách hay Hành lý không được vận chuyển”* (Điều lệ vận chuyển không quy định thêm cách xử lý đối với những hành khách, hành lý không được vận chuyển); hoặc

**Ví dụ 2:** “*Chuyên chở Hành khách ngay khi có thể bằng chuyến bay khác mà còn chỗ trống không thu thêm bất kỳ khoản phí nào*” (Điều lệ vận chuyển không quy định thêm về cách xử lý đối với trường hợp vé hành khách đã mua cao hơn vé chuyến bay khác).

***c) Tính hiệu lực của các điều khoản theo quy định tại Điều 16 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng***

**Ví dụ 1:** *“Điều lệ vận chuyển này và Quy định của Hãng vận chuyển có thể thay đổi vào bất cứ thời điểm nào”*

Quy định này cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh đơn phương thay đổi điều kiện của ĐKGDC - là một trong 09 trường hợp được xác định là điều khoản không có hiệu lực theo quy định tại Điều 16 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Theo đó, Bộ Công Thương hướng dẫn doanh nghiệp bổ sung theo hướng: việc thay đổi Điều lệ vận chuyển này sẽ được thông báo công khai tại website của doanh nghiệp... ngày (ví dụ 15 ngày) trước ngày có hiệu lực và chỉ áp dụng đối với những giao dịch phát sinh sau thời điểm thay đổi.

**Ví dụ 2:** *“Chúng tôi có thể từ chối vận chuyển những hành lý mà theo chúng tôi là không phù hợp để vận chuyển vì lý do hình dáng, kích thước, trọng lượng, đặc tính của chúng hoặc vì lý do an toàn, lý do khai thác hoặc vì chúng gây ảnh hưởng tới các hành khách khác hoặc các Hành lý khác”*

Quy định này chưa đáp ứng được yêu cầu rõ ràng và cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh giải thích hợp đồng - là một trong 09 trường hợp được xác định là điều khoản không có hiệu lực theo quy định tại Điều 16 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Theo đó, Bộ Công Thương đề nghị doanh nghiệp loại bỏ hoặc sửa lại theo hướng quy định các điều kiện cụ thể đối với hành lý được vận chuyển.

**Ví dụ 3:** *“Chúng tôi không chịu trách nhiệm dưới bất kỳ hình thức nào đối với Hành khách về các hướng dẫn hay thông báo mà nhân viên của Chúng tôi hay Đại lý được chỉ định cung cấp liên quan đến việc xin các giấy tờ hoặc thị thực cần thiết hoặc việc tuân theo pháp luật, quy chế, sắc lệnh, các yêu cầu, đòi hỏi, các quy định và hướng dẫn”*

Quy định này cho phép loại trừ trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh trong trường hợp nhân viên, đại lý cung cấp thông tin không chính xác. Theo đó, Bộ Công Thương đề nghị doanh nghiệp phải loại bỏ điều khoản này.

**1.3.4. Nhóm căn hộ chung cư**

***a) Dạng điều khoản không có hiệu lực theo quy định tại Điều 16 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng***

i)Loại trừ trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ đối với người tiêu dùng theo quy định của pháp luật.

***Ví dụ 1****:* *“Bảo hành là biện pháp khắc phục duy nhất của Bên Mua cho những khiếm khuyết trong Căn Hộ và Phần Sở Hữu Chung và mọi sự không phù hợp đối với các điều khoản của Hợp Đồng này”.*

Theo nội dung này trong hợp đồng, khi Căn hộ có khiếm khuyết, Bên Mua không được quyền từ chối nhận bàn giao và Bên Bán chỉ phải thực hiện việc bảo hành. Quy định trên đây loại trừ trách nhiệm “*Khi vật phải giao là vật đặc định thì bên có nghĩa vụ phải giao đúng vật đó và đúng tình trạng như đã cam kết*” theo quy định tại khoản 2 Điều 279 Bộ luật Dân sự 2015.

Bộ Công Thương đã hướng dẫn cách hoàn thiện:

**-** Bỏ điều khoản này; hoặc

- Sửa đổi theo hướng Bên Bán có nghĩa vụ khắc phục các khiếm khuyết của Căn hộ được các bên xác định tại thời điểm bàn giao và thời điểm bàn giao Căn Hộ cần được xác định từ thời điểm Bên Bán đã khắc phục các khiếm khuyết này trên thực tế.

***Ví dụ 2:*** *“Nếu Bên mua không thực hiện mọi nỗ lực nhằm hạn chế các thiệt hại hoặc không tuân thủ điều kiện bảo hành thì việc bảo hành sẽ bị mất hiệu lực toàn phần hoặc từng phần tuỳ theo mức độ vi phạm của Bên mua”*

Bản chất của việc bảo hành là khắc phục các khiếm khuyết nhằm mục đích khôi phục tình trạng ban đầu (hoặc bình thường) của hàng hóa, dịch vụ được cung cấp. Thời hạn bảo hành được đặt ra để xác định nghĩa vụ của bên cung cấp hàng hóa, dịch vụ.

Điều 21 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng quy định:

“*Hàng hoá, linh kiện, phụ kiện được bảo hành theo thoả thuận của các bên hoặc bắt buộc bảo hành theo quy định của pháp luật”.*

Đối với các trường hợp bảo hành theo thỏa thuận của các bên, các bên có thể thỏa thuận về điều kiện, trách nhiệm và các trường hợp loại bỏ hoặc giảm bớt trách nhiệm bảo hành. Tuy nhiên, việc bảo hành nhà ở được quy định tại Điều 85 Luật Nhà ở, là một nghĩa vụ bắt buộc của Bên Bán. Theo đó, Bên Bán có nghĩa vụ thực hiện toàn bộ nghĩa vụ bảo hành trong thời hạn bảo hành theo quy định của Luật mà không được đưa thêm các điều kiện để loại trừ hoặc giảm bớt nghĩa vụ bảo hành như ví dụ 2 nêu trên.

Bộ Công Thương đã hướng dẫn cách hoàn thiện:

- Bỏ điều khoản này; hoặc

- Sửa thành: "*Nếu Bên* mua *không thực hiện mọi nỗ lực nhằm hạn chế các thiệt hại hoặc không tuân thủ điều kiện bảo hành thì phải chịu một phần hoặc toàn bộ chi phí khắc phục thiệt hại phát sinh tùy mức độ vi phạm* "

ii) Hạn chế, loại trừ quyền khiếu nại, khởi kiện của người tiêu dùng

***Ví dụ 1:*** *“Trong trường hợp sau 30 (ba mươi) ngày kể từ khi Bên bán thông báo Bàn giao thực tế, nếu Bên mua không trả lời hoặc không tiến hành nhận bàn giao Căn hộ thì xem như Bên mua đã mặc nhiên nhận Bàn giao thực tế từ Bên bán và chấp nhận hiện trạng của Căn hộ mà không có quyền khiếu nại hay tranh chấp với Bên bán về bất kỳ vấn đề nào liên quan đến Căn hộ*”

Bên Bán thường đưa ra quy định này để giải quyết tình trạng Bên bán bàn giao Căn hộ nhưng Bên mua không đến nhận. Thông thường, trong hợp đồng mua bán căn hộ chung cư, thời điểm nhận bàn giao theo thông báo hoặc theo thực tế được xác định là thời điểm (i) thanh toán toàn bộ hoặc phần lớn giá trị hợp đồng còn lại, (ii) xác định việc Bên Bán hoàn thành nghĩa vụ bàn giao căn hộ (về mặt thời gian, chất lượng) và (iii) bắt đầu tính thời hạn bảo hành. Do vậy, mặc dù Bên mua không đến nhận nhưng Bên bán cần đưa ra quy định này để tránh các trách nhiệm có thể phải gánh chịu từ việc không có xác nhận của Bên mua về việc Căn hộ đã được bàn giao đúng thời hạn và đảm bảo chất lượng (ví dụ như Biên bản bàn giao).

Tuy nhiên, quy định trên đây đã loại trừ quyền khiếu nại hay tranh chấp của Bên mua với Bên bán về bất kỳ vấn đề nào liên quan đến Căn hộ, bao gồm cả vấn đề về chất lượng. Nói cách khác, việc không đến nhận bàn giao đồng nghĩa với việc Bên mua từ bỏ mọi quyền khiếu nại, khởi kiện của mình. Nhằm tạo điều kiện để Bên Mua có thể bảo vệ mình bất kỳ thời điểm và trong bất kỳ hoàn cảnh nào phát hiện ra vi phạm của Bên bán, pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng quy định điều khoản trên đây không có hiệu lực pháp luật.

Để bảo đảm phù hợp với Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, trong hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung, tổ chức, cá nhân kinh doanh có thể sửa thành: “*Trong trường hợp sau 30 (*ba *mươi) ngày kể từ khi Bên bán thông báo Bàn giao thực tế và căn hộ đã đủ điều kiện bàn giao theo quy định của hợp đồng, nếu Bên mua không trả lời hoặc không tiến hành nhận bàn giao Căn hộ trừ trường hợp do lỗi của Bên Bán thì xem như Bên mua đã đồng ý nhận bàn giao Căn hộ”.*

***Ví dụ 2:*** “*Sau khi bàn giao Căn Hộ Bên B không được khiếu nại bất kỳ lý do gì liên quan đến Căn Hộ, bao gồm* nhưng *không giới hạn ở chất lượng, nội thất của căn hộ và mọi rủi ro hoặc tổn thất xảy ra đối với căn hộ sau thời điểm đó, trừ những trường hợp cần được bảo hành theo quy định của hợp đồng này*”

Thông thường, tại thời điểm bàn giao các bên sẽ cùng xác định chất lượng của Căn hộ và việc bàn giao thực tế được tính từ thời điểm Bên bán khắc phục xong khiếm khuyết của Căn hộ. Do đó, sau khi đã nhận bàn giao Căn hộ, Bên mua được xem như đã đồng ý với các vấn đề liên quan đến Căn hộ, bao gồm chất lượng, nội thất của Căn hộ như đã đề cập trên đây. Các vấn đề phát sinh từ sau thời điểm bàn giao sẽ được giải quyết theo chế độ về bảo hành. Để tránh rơi vào trường hợp không có hiệu lực theo quy định tại điểm b khoản 2 Điều 1 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, tổ chức, cá nhân kinh doanh có thể điều chỉnh nội dung của điều khoản theo hướng: "*Sau khi nhận bàn giao Căn Hộ Bên B sẽ chịu mọi trách nhiệm liên quan đến Căn Hộ trừ nghĩa vụ bảo hành theo quy định của Hợp đồng này và quy định của pháp luật*"

iii)Cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ đơn phương thay đổi điều kiện của hợp đồng đã thoả thuận trước với người tiêu dùng hoặc quy tắc, quy định bán hàng, cung ứng dịch vụ áp dụng đối với người tiêu dùng khi mua, sử dụng hàng hóa, dịch vụ không được thể hiện cụ thể trong hợp đồng.

***Ví dụ 1:*** *“Chủ Đầu Tư, theo toàn quyền quyết định của mình, có thể thực hiện các thay đổi trong thiết kế nội thất của Căn Hộ so với các chi tiết nêu tại Hợp Đồng này”*

Đối tượng của Hợp đồng mua bán căn hộ chung cư là Căn hộ. Vì vậy, việc thay đổi thiết kế nội thất căn hộ đã làm thay đổi đối tượng hợp đồng, dẫn đến việc Căn hộ lúc bàn giao có thể không đáp ứng được yêu cầu và mục đích giao kết hợp đồng của người tiêu dùng. Bởi thế, việc thay đổi này cần thực hiện trên cơ sở có sự thỏa thuận trước với người tiêu dùng.

Để bảo đảm phù hợp với Luật Bảo vệ người tiêu dùng, trong hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung, tổ chức, cá nhân kinh doanh có thể sửa thành: *“Việc thực hiện các thay đổi trong thiết kế nội thất của Căn Hộ so với các chi tiết nêu tại Hợp Đồng này được thực hiện trên cơ sở thỏa thuận trước với người tiêu dùng”.*

***Ví dụ 2:*** “*Nội quy Nhà chung cư có thể được sửa đổi, bổ sung vào bất kỳ thời điểm nào dựa trên yêu cầu thực tế trong việc điều hành Nhà chung cư bởi Bên bán trong thời gian Ban quản trị Nhà chung cư chưa được thành lập*”

Bên cạnh Căn hộ thì các vấn đề liên quan đến việc quản lý, điều hành tòa nhà chung cư cũng là một trong những vấn đề rất được người tiêu dùng quan tâm. Đặc biệt so với các loại điều kiện giao dịch chung khác, Nội quy Nhà chung cư không chỉ là điều kiện giao dịch chung mà còn là một bộ phận đính kèm hợp đồng. Nói cách khác, không phải đợi đến lúc tòa nhà chung cư đi vào sử dụng thì Nội quy mới được ban hành mà ngay tại thời điểm giao kết hợp đồng, người tiêu dùng đã được đọc và quyết định việc mua căn hộ dựa trên những quy định này. Bởi vậy, trước thời điểm Ban Quản trị Nhà chung cư được thành lập, việc sửa đổi Nội quy cần được thực hiện trên cơ sở thống nhất giữa Bên Bán với người tiêu dùng.

Để bảo đảm phù hợp với Luật Bảo vệ người tiêu dùng, trong hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung, tổ chức, cá nhân kinh doanh có thể sửa thành:“*Trong thời gian Ban quản trị Nhà chung cư chưa được thành lập, Nội quy Nhà chung cư có thể được sửa đổi, bổ sung dựa trên yêu cầu thực tế trong việc điều hành Nhà chung cư trên cơ sở thống nhất với Bên Mua*”

iv)Cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ đơn phương xác định người tiêu dùng không thực hiện một hoặc một số nghĩa vụ.

***Ví dụ:*** “*Bên Bán sẽ gửi các thông báo cho Bên Mua nếu Bên Mua vi phạm bất kỳ nghĩa vụ thanh toán nào theo Hợp Đồng này (do Bên Bán xác định)*”

Hướng dẫn cách khắc phục:

“*Bên Bán sẽ gửi các thông báo cho Bên Mua nếu Bên Mua vi phạm bất kỳ nghĩa vụ thanh toán nào theo Hợp Đồng này*” (Bỏ cụm từ “*do Bên Bán xác định*”).

v)Cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ quy định hoặc thay đổi giá tại thời điểm giao hàng hóa, cung ứng dịch vụ

Ví dụ 1: "*Bên Mua được để 01 xe ô tô từ 7 chỗ ngồi trở xuống trên cơ sở không độc quyền (không có chỗ cố định), với điều kiện là có trả phí theo mức giá quy định của Chủ Đầu Tư và Bên Mua tuân thủ nghiêm và đầy đủ các quy định của Nội Quy về nơi để xe ô tô*".

Hướng dẫn cách hoàn thiện:

*“Bên Mua được để 01 xe ô tô từ 7 chỗ ngồi trở xuống trên cơ sở không độc quyền (không có chỗ cố định), với điều kiện là có trả phí cho Chủ Đầu Tư theo mức giá do Chủ Đầu Tư qui định, ban hành phù hợp quy định pháp luật và Bên Mua tuân thủ nghiêm và đầy đủ các quy định của Nội Quy về nơi để xe ô tô*".

Ví dụ 2: “*Trong trường hợp vì lợi ích chung của Toà nhà và của từng căn hộ cần thiết phải tiến hành sửa chữa lớn hoặc lắp đặt thêm, xây mới các Công trình tiện ích hoặc vì bất kỳ mục đích hợp lý nào khác, Chủ đầu tư/Ban quản trị sẽ phân bổ một cách hợp lý các khoản đóng góp của Cư dân để thực hiện các công việc trên. Việc đóng góp phải đầy đủ và đúng tiến độ theo quy định của Chủ đầu tư/ Ban quản trị*”.

Nếu không được Hội nghị nhà chung cư thông qua thì những việc sửa chữa này (bao gồm cả vấn đề chi phí phát sinh) sẽ phải có sự thỏa thuận trước với cư dân.

Hướng dẫn cách hoàn thiện:

“Trong *trường hợp vì lợi ích chung của Toà nhà và của từng căn hộ cần thiết phải tiến hành sửa chữa lớn hoặc lắp đặt thêm, xây mới các Công trình tiện ích hoặc vì bất kỳ mục đích hợp lý nào khác, trên cơ sở ủy quyền của Hội nghị nhà chung cư, Ban quản trị sẽ phân bổ một cách hợp lý các khoản đóng góp của Cư dân để thực hiện các công việc trên. Việc đóng góp phải đầy đủ và đúng tiến độ theo thông báo của Ban quản trị. Trước thời điểm Hội nghị nhà chung cư được thành lập, việc sửa chữa, lắp đặt thêm, xây mới này sẽ chỉ được thực hiện trên cơ sở thống nhất trước với các Cư dân*”

vi)Cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ giải thích hợp đồng trong trường hợp điều khoản của hợp đồng được hiểu khác nhau.

***Ví dụ:*** “*Trong trường hợp Bên Bán và Bên Mua không thống nhất trong cách hiểu về bất kỳ điều khoản nào của Hợp đồng, cách hiểu của Bên Bán sẽ được áp dụng*”.

Hướng dẫn cách hoàn thiện:

“*Trong trường hợp Bên Bán và Bên Mua* không *đồng nhất trong cách hiểu về bất kỳ điều khoản nào của Hợp đồng, hai bên sẽ thỏa thuận nội dung điều khoản đó trong phụ lục hợp đồng. Nếu không thống nhất được thì điều khoản đó sẽ do tổ chức, cá nhân có thẩm quyền giải quyết tranh chấp giải thích theo hướng có lợi cho Bên Mua*”

vii)Loại trừ trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ trong trường hợp tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ bán hàng hoá, cung ứng dịch vụ thông qua bên thứ ba.

***Ví dụ:*** *“Mọi thông báo sẽ được Bên Bán chuyển cho Bên Mua thông qua dịch vụ chuyển phát nhanh. Trong trường hợp này, Chủ Đầu Tư sẽ không chịu bất kỳ trách nhiệm nào về việc Bên Mua có nhận được hay không nhận được thông báo của Bên Bán”*

Cần quy định rõ trách nhiệm của Bên Bán theo *hướng* Bên Bán phải chịu trách nhiệm về việc gửi thông báo cho Bên Mua như việc gửi đúng địa chỉ, theo đúng hình thức các bên đã thỏa thuận, thời gian được xem là Bên Mua nhận được, ví dụ:

“*Các Bên thống nhất rằng, bất kỳ thông báo, yêu cầu, thông tin hoặc khiếu nại nào phát sinh từ và/hoặc liên quan đến Hợp Đồng này đều được coi là đã được nhận nếu được gửi đến đúng địa chỉ, đúng tên người nhận thông báo, đúng hình thức thông báo theo thỏa thuận và trong thời gian như sau:*

*- Vào ngày gửi trong trường hợp giao tận tay và có chữ ký của người nhận;*

*- Vào ngày thứ ba (3) kể từ ngày đóng dấu của đơn vị chuyển phát nhanh trong trường hợp gửi bằng thư chuyển phát nhanh*”

viii)Bắt buộc người tiêu dùng phải tuân thủ các nghĩa vụ ngay cả khi tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ không hoàn thành nghĩa vụ của mình.

***Ví dụ 1:*** *"Trường hợp Bên bán bàn giao nhà không đúng tiến độ, Bên bán sẽ chịu phạt 1,5%/tháng tính trên tổng giá trị tiền thanh toán còn lại của Bên mua với thời gian chậm bàn giao Căn hộ tính từ ngày đến hạn theo quy định tại Điều … của Hợp đồng với điều kiện là Bên mua đã tuân thủ đầy đủ các nghĩa vụ của mình quy định tại Hợp đồng”*

Điều khoản trên đây bắt buộc Bên mua phải hoàn thành đầy đủ nghĩa vụ của mình trong khi Bên bán đang vi phạm tiến độ bàn giao Căn hộ. Trong trường hợp vi phạm nghĩa vụ Hợp đồng, Bên mua không những phải chịu các chế tài xử lý và phải khắc phục vi phạm mà Bên bán còn lấy trường hợp này là lý do để miễn trừ các trách nhiệm cho Bên bán trong việc không hoàn thành tiến độ bàn giao. Nói một cách khác, chỉ cần Bên mua vi phạm bất kỳ nghĩa vụ gì, Bên bán sẽ được giải phóng khỏi các chế tài xử phạt (và gián tiếp được giải phóng khỏi trách nhiệm bàn giao căn hộ đúng thời hạn).

Hướng dẫn cách hoàn thiện:

Loại bỏ nội dung: *"và với điều kiện là Bên mua đã tuân thủ đầy đủ các nghĩa vụ của mình quy định tại Hợp đồng".* Việc xử lý vi phạm phải được quy định cho từng trường hợp vi phạm, không được lấy vi phạm của bên này làm điều kiện loại bỏ vi phạm cho bên kia.

***Ví dụ 2:*** *“Bên Mua đồng ý không được từ chối nhận bàn giao Căn Hộ vì lý do có khiếm khuyết. Các khiếm khuyết đó sẽ được giải quyết theo quy định về bảo hành"*

*“Căn hộ bàn giao phải đảm bảo đúng chất lượng và thiết kế theo quy định tại Hợp đồng này. Tuy nhiên, Bên mua không được quyền nêu bất kỳ lý do không hợp lý nào để không nhận bàn giao Căn hộ nhằm chấm dứt Hợp đồng này. Việc từ chối nhận bàn giao như vậy sẽ bị xem là vi phạm của Bên mua đối với Hợp đồng này và sẽ được xử lý theo quy định tại Điều ...”*

Điều khoản này bắt buộc Bên mua phải nhận bàn giao trong khi Bên bán không hoàn thành nghĩa vụ đảm bảo chất lượng Căn hộ.

Hướng dẫn cách hoàn thiện:

*"Bên Mua đồng ý nhận bàn giao căn hộ nếu các khiếm khuyết có thể khắc phục được trong vòng ….ngày. Ngày nhận bàn giao thực tế là ngày các khiếm khuyết được khắc phục xong"*

hoặc

*"Khi bàn giao, hai Bên sẽ lập Biên bản để ghi nhận về hiện trạng Căn hộ, những sai sót cần khắc phục và Bên bán sẽ thực hiện khắc phục trong thời hạn tối đa … ngày. Việc bàn giao Căn hộ sẽ được thực hiện sau khi Bên bán đã khắc phục các sai sót này "*

ix)Cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ chuyển giao quyền, nghĩa vụ cho bên thứ ba mà không được người tiêu dùng đồng ý.

***Ví dụ:*** *"Bên Mua đồng ý rằng Bên Bán được quyền, vào bất kỳ thời điểm nào, chuyển nhượng, chuyển giao các quyền hoặc sử dụng bất kỳ quyền nào của Bên Bán theo Hợp Đồng này như một biện pháp đảm bảo cho Bên thứ ba mà không cần phải có bất kỳ một văn bản chấp thuận nào khác của Bên Mua..."*

Hướng dẫn cách hoàn thiện:

Tổ chức, cá nhân kinh doanh cần quy định theo hướng việc chuyển nhượng, chuyển giao quyền, nghĩa vụ theo Hợp đồng sẽ thực hiện trên cơ sở có sự đồng ý của Bên Mua.

***b) Dạng vi phạm pháp luật chuyên ngành***

i) Thời hạn thanh toán tiền mua căn hộ:

- Để trống thời hạn thanh toán để sau này doanh nghiệp tự điền;

- Quy định các đợt thanh toán không theo quy định pháp luật, ví dụ: từ lần thứ 2 trở đi thu theo thời gian cụ thể chứ không thu theo tiến độ xây dựng; thu 100% trước khi bàn giao nhà…

Đối với những nội dung này, Bộ khuyến cáo doanh nghiệp chỉnh sửa theo quy định tại Điều 57 Luật Kinh doanh bất động sản 2014, cụ thể:

- Nếu hợp đồng quy định cụ thể về các lần thanh toán: sửa đổi hạn mức theo quy định hiện hành; hoặc

- Nếu hợp đồng để trống các lần thanh toán: bổ sung chú thích “*nội dung cụ thể sẽ được điền vào thời điểm ký kết hợp đồng nhưng đảm bảo hạn mức như sau:* ***lần đầu không quá 30%*** *giá trị hợp đồng, những* ***lần tiếp theo phải phù hợp với tiến độ xây dựng*** *bất động sản nhưng tổng số* ***không quá 70% giá trị hợp đồng khi chưa bàn giao nhà****, công trình xây dựng cho khách hàng; trường hợp bên bán, bên cho thuê mua là doanh nghiệp* ***có vốn đầu tư nước ngoài*** *thì tổng số* ***không quá 50% giá trị hợp đồng****. Trường hợp bên mua, bên thuê mua* ***chưa được cấp Giấy chứng nhận*** *quyền sử dụng đất, quyền sở hữu nhà ở và tài sản khác gắn liền với đất thì bên bán, bên cho thuê mua* ***không được thu quá 95% giá trị hợp đồng***”.

ii)Kinh phí bảo trì phần sở hữu chung 2%:

- Thời hạn thanh toán kinh phí bảo trì phần sở hữu chung 2%: Không quy định việc lập tài khoản tiền gửi tiết kiệm để chuyển khoản kinh phí bảo trì đã thu của bên mua; hoặc

- Quy định thời gian bàn giao quỹ bảo trì cho Ban Quản trị không đúng quy định pháp luật, ví dụ: 30 ngày kể từ ngày có Quyết định công nhận Ban quản trị của Ủy ban nhân dân cấp huyện (thậm chí lâu hơn);

- Quy định Chủ đầu tư có quyền quản lý, sử dụng đối với phần kinh phí để bảo trì phần sở hữu chung của cả tòa nhà và phần sở hữu chung của khu căn hộ.

Đối với những nội dung này, Bộ Công Thương khuyến cáo doanh nghiệp chỉnh sửa theo quy định tại Khoản 1 Điều 109 Luật Nhà ở 2014, cụ thể:

- Chủ đầu tư có trách nhiệm gửi vào tài khoản tiền gửi tiết kiệm mở tại tổ chức tín dụng đang hoạt động tại Việt Nam để quản lý kinh phí này;

- Trong thời hạn 07 ngày, kể từ ngày Ban quản trị nhà chung cư được thành lập, chủ đầu tư phải chuyển giao kinh phí bảo trì bao gồm cả lãi suất tiền gửi cho Ban quản trị

iii) Bảo lãnh ngân hàng:

- Quy định chỉ bảo lãnh nhà ở trong trường hợp bên mua có yêu cầu; hoặc

- Quy định phí bảo lãnh do bên mua chi trả; hoặc

- Quy định bên bán bàn giao bản sao hợp đồng bảo lãnh cho bên mua … ngày (ví dụ: 30 ngày) sau khi ký hợp đồng.

Đối với những nội dung này, Bộ Công Thương khuyến cáo doanh nghiệp bổ sung/ sửa đổi trách nhiệm của bên bán theo hướng như sau:

“*Bên bán có trách nhiệm ký hợp đồng bảo lãnh với ngân hành có đủ năng lực theo danh sách thuộc danh sách do Ngân hàng nhà nước công bố và gửi bản sao hợp đồng bảo lãnh cho bên mua khi ký kết hợp đồng*”

iv)Chỗ đỗ xe:

- Không quy định chỗ đỗ xe cụ thể cho bên mua; hoặc

- Quy định chỗ đỗ xe ô tô do bên bán toàn quyền quyết định.

Đối với những nội dung này, Bộ Công Thương khuyến cáo doanh nghiệp sửa đổi theo Điều 101 Luật Nhà ở theo hướng:

- Quy định cụ thể số chỗ/ tổng diện tích để xe thuộc sở hữu chung phân bổ cho từng bên mua;

- Quy định nguyên tắc bố trí chỗ để xe ô tô: “*Việc bố trí chỗ để xe ô tô của khu nhà chung cư phải bảo đảm nguyên tắc ưu tiên cho các chủ sở hữu nhà chung cư trước sau đó mới dành chỗ để xe công cộng*”

v)Nội dung về bảo hành nhà ở:

Quy định thiếu phạm vi bảo hành, ví dụ: thiếu bảo hành khung, sân thượng, cầu thang bộ, bể nước, bể phốt, hệ thống chất thải sinh hoạt, trường hợp căn hộ bị nứt…

Với trường hợp này, Bộ Công Thương khuyến cáo doanh nghiệp sửa đổi, bổ sung đầy đủ phạm vi theo Điều 85 Luật Nhà ở 2014.

vi) Phần sở hữu riêng, phần sở hữu chung:

- Quy định thiếu phần diện tích thuộc sở hữu riêng, ví dụ: thiếu nhà sinh hoạt cộng đồng, sân thượng, hộp kỹ thuật…;

- Quy định sai về phần diện tích thuộc sở hữu riêng, ví dụ: quy định tất cả những diện tích không thuộc sở hữu riêng của bên bán và phần diện tích thuộc sở hữu chung thì thuộc sở hữu riêng của bên bán.

Hướng khuyến cáo của Bộ Công Thương:

- Quy định đầy đủ theo Điều 100 và 101 Luật Nhà ở;

- Sửa đổi theo hướng: các phần khác không thuộc phần sở hữu riêng của chủ sở hữu nhà chung cư thì sẽ thuộc sở hữu chung.

vii) Ban Quản trị:

Quy định Chủ đầu tư mặc nhiên là thành viên của ban quản trị.

Hướng khuyến cáo của Bộ Công Thương: sửa đổi theo hướng “Chủ trì tổ chức hội nghị nhà chung cư lần đầu, cử người tham gia Ban quản trị nhà chung cư và tham gia biểu quyết, bỏ phiếu tại hội nghị nhà chung cư theo quy định của Quy chế này nếu còn sở hữu căn hộ, phần diện tích khác trong nhà chung cư” cho phù hợp Khoản 3 Điều 38 Thông tư 02/2016/TT-BXD của Bộ Xây dựng ngày 15 tháng 02 năm 2016 ban hành quy chế quản lý, sử dụng nhà chung cư (được sửa đổi bởi Thông tư 28/2016/TT-BXD của Bộ Xây dựng ngày 15 tháng 12 năm 2016).

***c) Dạng vi phạm về tính rõ ràng và tính cân bằng trong quyền và nghĩa vụ của các bên***

i) Quy định về chế tài xử lý vi phạm chưa cân bằng giữa hai bên:

- Chênh lệch nhau về từng chế tài cụ thể, ví dụ:

Bên bán chậm bàn giao bị tính lãi theo “*lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của Vietcombank*” còn bên mua bị tính lãi theo “*lãi suất tiền gửi kỳ hạn 12 tháng của Vietcombank + biên độ 4%*”; và

Nếu vi phạm để bị chấm dứt hợp đồng thì bên bán bị phạt “*8% trên tổng số tiền bên mua đã thanh toán*” còn bên mua bị phạt “*8% giá bán căn hộ*”.

- Quy định chế tài áp dụng với bên mua nhiều hơn bên bán, ví dụ: nếu vi phạm để bị chấm dứt hợp đồng thì bên mua bị *tính lãi, tính phạt, bồi thường thiệt hại* còn bên bán chỉ bị *tính phạt.*

- Chỉ quy định trường hợp bên bán được quyền chấm dứt hợp đồng, không quy định trường hợp bên mua được quyền chấm dứt hợp đồng.

Đối với những trường hợp này, Bộ Công Thương hướng dẫn bên bán sửa lại chế tài hai bên bằng nhau.

ii)Quy định về thời gian hoàn trả tiền cho Bên Mua chưa rõ ràng, ví dụ:

“*Chỉ hoàn trả lại tiền cho Bên Mua khi đã bán được căn hộ cho bên thứ 3 và nhận được thanh toán đầy đủ từ bên thứ ba*”.

Hướng dẫn của Bộ Công Thương: xác định thời gian hoàn trả cụ thể theo ngày chấm dứt hợp đồng hoặc ngày bên bán ký kết hợp đồng với bên thứ 3 tùy thời điểm nào đến trước.

iii) Quy định về danh mục nguyên vật liệu hoàn thiện bên trong căn hộ chưa đầy đủ hoặc chưa rõ ràng:

- Để trống chưa điền hoặc

- Điền theo dạng “tương đương”

Bộ Công Thương hướng dẫn hoàn thiện nội dung danh mục theo hướng:

- Điền nội dung cụ thể vào danh mục và ghi rõ: nếu thay đổi nguyên vật liệu (bao gồm cả nguyên vật liệu tương đương thì phải được sự đồng ý của bên mua) hoặc;

- Nếu doanh nghiệp không đồng ý điền cụ thể thì có thể để trống và quy định cụ thể nguyên tắc để sau này hoàn thiện: “*Các Bên thỏa thuận cụ thể về (i) một/ một số chủng loại cụ thể (ví dụ Sơn bả Dulux, Maxilite, Kova) hoặc (ii) một/ một số chủng loại cụ thể hoặc tương đương (ví dụ Sơn bả Dulux, Maxilite, Kova hoặc tương đương). Nếu thay thế trang thiết bị, vật liệu hoàn thiện bên trong căn hộ so với nội dung đã quy định tại Phụ lục 1 này thì phải có sự thỏa thuận với Bên Mua*”.

iv) Quy định về giới hạn chênh lệch giữa diện tích sử dụng quy định trong hợp đồng và diện tích sử dụng thực tế làm cơ sở để bên mua được từ chối nhận bàn giao căn hộ chưa hợp lý:

Quy định giới hạn cao, ví dụ chênh lệch trên 15% thì Bên mua mới có quyền từ chối nhận bàn giao căn hộ.

Mức chênh lệch cao như ví dụ sẽ đẩy bên mua vào một trong hai tình huống: (i) diện tích căn hộ nhỏ hơn kỳ vọng, khiến không đáp ứng được nhu cầu về không gian sinh sống của bên mua hoặc (ii) diện tích căn hộ lớn hơn kế hoạch đề ra, khiến bên mua không có khả năng thu xếp về mặt tài chính. Ngoài ra, chênh lệch diện tích cao như vậy cũng tiềm ẩn rủi ro việc xây dựng căn hộ không đúng với thiết kế. Để khắc phục những rủi ro này, Bộ Công Thương hướng dẫn doanh nghiệp điền theo một trong hai cách:

- Điền tối đa 5%;

- Nếu doanh nghiệp không đồng ý điền mức cụ thể thì doanh nghiệp có thể để trống nhưng cần quy định cụ thể nguyên tắc để sau này hoàn thiện: “*nội dung cụ thể do hai bên thỏa thuận tại thời điểm ký kết hợp đồng, Bộ Công Thương khuyến cáo điền tối đa 5%”.*

## 2. Đối với công tác kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung không thuộc phạm vi phải đăng ký

Điều 16, Nghị định 99/2011/NĐ-CP của Chính phủ quy định về kiểm soát HĐTM, ĐKGDC không thuộc phạm vi phải đăng ký như sau:

*1. Trường hợp nội dung của HĐTM, ĐKGDC vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng hoặc trái với nguyên tắc chung về giao kết hợp đồng, cơ quan có thẩm quyền quy định tại Điều 9 Nghị định này có quyền yêu cầu tổ chức, cá nhân kinh doanh phải sửa đổi, hủy bỏ nội dung vi phạm đó.*

*2. Trường hợp nội dung trong HĐTM, ĐKGDC không rõ hoặc có nhiều cách hiểu khác nhau, cơ quan có thẩm quyền có quyền yêu cầu tổ chức, cá nhân kinh doanh giải trình làm rõ các nội dung trong HĐTM, ĐKGDC đó.*

*3. Trong thời hạn mười (10) ngày làm việc kể từ ngày nhận được yêu cầu của cơ quan có thẩm quyền, tổ chức, cá nhân kinh doanh phải sửa đổi, hủy bỏ nội dung vi phạm và thông báo cho người tiêu dùng đã giao kết hợp đồng. Trường hợp việc sửa đổi, hủy bỏ nội dung vi phạm dẫn đến điều khoản của hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, ĐKGDC không có hiệu lực và phát sinh thiệt hại đối với người tiêu dùng thì xử lý theo quy định của pháp luật dân sự.*

Như vậy, HĐTM/ĐKGDC không thuộc đối tượng phải đăng ký vẫn là đối tượng kiểm soát của cơ quan nhà nước có thẩm quyền tại Cục CT&BVNTD và các Sở Công Thương địa phương.

Thực tế triển khai tại trên cả nước cho thấy, hầu như các cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng chỉ triển khai kiểm soát đối với nhóm phải đăng ký thông qua việc tiếp nhận hồ sơ đăng ký của doanh nghiệp. Ngoài ra, các cơ quan này hầu như chưa thực hiện việc giám sát, rà soát để phát hiện vi phạm trong các HĐTM, ĐKGDC ngoài phạm vi phải đăng ký.

## 3. Đánh giá

Qua phần thực trạng đã được trình bày nêu trên, có thể thấy công tác kiểm soát HĐTM, ĐKGDC trong suốt những năm qua đến nay đã đạt được nhiều kết quả tích cực và có sự đóng góp nhất định cho xã hội. Trong đó, quan trọng nhất được thể hiện ở hai khía cạnh:

- Thứ nhất, loại bỏ nhiều điều khoản vi phạm trong HĐTM, ĐKGDC của nhiều lĩnh vực, công bố các HĐTM, ĐKGDC được chấp nhận.

- Thứ hai, thông qua hoạt động kiểm soát HĐTM, ĐKGDC, góp phần nâng cao ý thức tuân thủ pháp luật của doanh nghiệp và ý thức yêu cầu quyền lợi chính đáng của người tiêu dùng.

Đối với hầu hết các địa phương, theo báo cáo ghi nhận, công tác kiểm soát HĐTM, ĐKGDC thời gian qua cũng thu được một số kết quả nhất định, xuất phát từ những mặt thuận lợi như:

- Một là, hệ thống pháp luật về BVQLNTD cũng như kiểm soát HĐTM, ĐKGDC cho đến nay đã tương đối đầy đủ, thống nhất, từ các quy định về BVQLNTD, quy định về kiểm soát HĐTM, ĐKGDC, hệ thống cơ quan quản lý nhà nước liên quan đến BVQLNTD từ trung ương đến địa phương được quy định cụ thể giúp hình thành một hệ thống các cơ quan xuyên suốt chuyên trách về BVQLNTD, giúp công tác quản lý nhà nước về BVQLNTD được thực hiện đồng bộ, thống nhất và hiệu quả. Đặc biệt, cơ chế kiểm soát HĐTM, ĐKGDC với sự tham gia của cơ quan nhà nước là thực sự cần thiết, đã và đang phát huy hiệu quả trong việc hỗ trợ giảm thiểu rủi ro, bảo vệ quyền lợi cho người tiêu dùng trong quá trình giao kết HĐTM, ĐKGDC với doanh nghiệp.

- Hai là, công tác BVQLNTD ngày càng được toàn xã hội, các cấp, các ngành, cộng đồng doanh nghiệp và người tiêu dùng quan tâm nhiều hơn. Theo báo cáo các địa phương, tích cực triển khai các quy định về kiểm soát HĐTM, ĐKGDC (Quyết định 02/2012/QĐ-TTg và Quyết định 35/2015/QĐ-TTg), địa phương đã ban hành các văn bản hướng dẫn, đề nghị doanh nghiệp chấp hành nghiêm túc nghĩa vụ đăng ký/đăng ký lại và thực hiện HĐTM, ĐKGDC. Kết quả, về cơ bản phần lớn các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh thuộc phạm vi phải đăng ký HĐTM, ĐKGDC đều chấp hành nghĩa vụ thông qua việc nộp hồ sơ đăng ký HĐTM, ĐKGDC hoặc thông báo về việc hoàn thành đăng ký HĐTM, ĐKGDC (đối với doanh nghiệp đăng ký tại Cục CT&BVNTD).

- Ba là, số lượng hồ sơ đăng ký HĐTM, ĐKGDC tại các địa phương chiếm tỉ lệ ít nên không tạo quá nhiều áp lực về thời hạn, khối lượng hồ sơ đăng ký cần giải quyết cho địa phương. Phần lớn các đối tượng phải đăng ký HĐTM, ĐKGDC trên địa bàn tỉnh đều triển khai áp dụng ký kết với người tiêu dùng theo mẫu hợp đồng của các đơn vị tổng, được áp dụng trên phạm vi từ 02 tỉnh trở lên và thuộc thẩm quyền tiếp nhận đăng ký của Cục CT&BVNTD. Điều này giúp giảm thiểu số lượng hồ sơ đăng ký HĐTM, ĐKGDC tại các Sở Công Thương, đồng nghĩa với việc giảm thiểu áp lực về khối lượng công việc cho các cán bộ địa phương vốn đang phải đảm nhiệm nhiều nhiệm vụ cùng một lúc. Ngoài ra, một số lĩnh vực đã được CQNN ban hành mẫu hợp đồng (cung cấp nước sinh hoạt; điện sinh hoạt) giúp các cán bộ địa phương có được nguồn tham khảo và đối chiếu hợp đồng đăng ký trong quá trình xét duyệt hồ sơ, góp phần rút ngắn thời gian phê duyệt hồ sơ.

- Bốn là, các địa phương thời gian qua đã nhận được nhiều hỗ trợ từ phía Cục CT&BVNTD, Bộ Công Thương thông qua các buổi tập huấn về công tác kiểm soát HĐTM, ĐKGDC, giải đáp các vướng mắc khó khăn của địa phương trong quá trình triển khai (qua email, điện thoại, trao đổi trực tiếp), góp phần giúp địa phương hiểu thêm về vai trò QLNN đối với công tác này, giúp các cán bộ phụ trách có thêm kinh nghiệm, kiến thức trong quá trình xử lý các hồ sơ đăng ký của doanh nghiệp.

### II. Những bất cập trong quy định pháp luật BVNTD

**1. Định nghĩa HĐTM, ĐKGDC**

Điều 3 Luật BVQLNTD định nghĩa:

*“5. Hợp đồng theo mẫu là hợp đồng do tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ soạn thảo để giao dịch với người tiêu dùng.*

*6. Điều kiện giao dịch chung là những quy định, quy tắc bán hàng, cung ứng dịch vụ do tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ công bố và áp dụng đối với người tiêu dùng.”*

Điều 405 BLDS định nghĩa:

*“Hợp đồng theo mẫu là hợp đồng gồm những điều khoản do một bên đưa ra theo mẫu để bên kia trả lời trong một thời gian hợp lý; nếu bên được đề nghị trả lời chấp nhận thì coi như chấp nhận toàn bộ nội dung hợp đồng theo mẫu mà bên đề nghị đã đưa ra”*

Điều 406 BLDS định nghĩa:

*“Điều kiện giao dịch chung là những điều khoản ổn định do một bên công bố để áp dụng chung cho bên được đề nghị giao kết hợp đồng; nếu bên được đề nghị chấp nhận giao kết hợp đồng thì coi như chấp nhận các điều khoản này”*

Các quy định này bộc lộ những bất cập sau:

- Luật BVQLNTD và BLDS không thống nhất trong cách định nghĩa về HĐTM và ĐKGDC, dẫn tới sự lúng túng không cần thiết cho cả các cơ quan thực thi lẫn đối tượng kiểm soát;

- Trong Luật BVQLNTD và BLDS có những quy định điều chỉnh về HĐTM, ĐKGDC khác nhau. Trong khi đó, HĐTM, ĐKGDC đều là những điều khoản cấu thành hợp đồng, ràng buộc quyền và nghĩa vụ của NTD;

- Cần xem xét lại cụm từ "*đăng ký HĐTM*" hay "*đăng ký dự thảo HĐTM*".

**2. Danh mục hàng hóa, dịch vụ thiết yếu phải đăng ký HĐTM, ĐKGDC**

Khoản 1 Điều 19 Luật BVQLNTD quy định: *“Tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ thuộc Danh mục hàng hóa, dịch vụ thiết yếu do Thủ tướng Chính phủ ban hành phải đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung với cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng”.*

Quy định này bộc lộ những bất cập sau:

*Thứ nhất*, thiếu các tiêu chí xác định tính "thiết yếu". Điều này đã gây ra những tranh cãi không đáng có trong quá trình xây dựng các Quyết định ban hành danh mục hàng hóa, dịch vụ phải đăng ký.

*Thứ hai*, có nên xem xét lại từ "thiết yếu" không? Theo Từ điển Tiếng Việt năm 2001 của Viện ngôn ngữ học, NXB Đà Nẵng, thì “thiết yếu là rất cần thiết, không thể thiếu được”. Khoản 3 Điều 4 Luật giá (2012) quy định “Hàng hóa, dịch vụ thiết yếu là những hàng hóa, dịch vụ không thể thiếu cho sản xuất, đời sống, quốc phòng, an ninh, bao gồm: nguyên liệu, nhiên liệu, vật liệu, dịch vụ chính phục vụ sản xuất, lưu thông; sản phẩm đáp ứng nhu cầu cơ bản của con người và quốc phòng, an ninh”. Như vậy, có thể hiểu trong lĩnh vực tiêu dùng, hàng hoá, dịch vụ thiết yếu là loại hàng hoá, dịch vụ cần thiết, không thể thiếu trong cuộc sống bình thường của đại đa số người tiêu dùng (NTD).

Thực tiễn cho thấy một số hàng hoá, dịch vụ theo Quyết định số 02/2012/QĐ-TTg và Quyết định số 35/2015/QĐ-TTg không hẳn là “*không thể thiếu*” trong đời sống tiêu dùng, ví dụ như: dịch vụ truy cập internet, mua bán căn hộ chung cư, các dịch vụ sinh hoạt do đơn vị quản lý khu chung cư cung cấp, bảo hiểm nhân thọ, phát hành thẻ ghi nợ nội địa, mở và sử dụng dịch vụ tài khoản thanh toán (áp dụng cho khách hàng là cá nhân), vay vốn cá nhân (nhằm mục đích tiêu dùng)… , tuy nhiên đã chứng minh được sự cần thiết phải quy định vào danh mục các hàng hóa, dịch vụ phải đăng ký để bảo vệ bên yếu thế trong từng hoàn cảnh xã hội khác nhau.

Vì vậy, việc xác định tiêu chí làm căn cứ xây dựng danh mục hàng hóa, dịch vụ bắt buộc phải đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung trở thành vấn đề cốt lõi, là cơ sở lý luận và thực tiễn cho việc ban hành danh mục hàng hóa, dịch vụ bắt buộc phải đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung của Thủ tướng Chính phủ. Việc làm này là hết sức cần thiết, và phải căn cứ vào tình hình thực tế với các điều kiện của nền kinh tế Việt Nam hơn là tính “*thiết yếu*” hay “*không thiết yếu*” của hàng hóa, dịch vụ. Vấn đề chính ở đây là làm sao để bảo vệ NTD một cách tốt nhất và “*thiết yếu*” có thể được hiểu là “*bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng*”, hay nói một cách khác “*mọi hệ thống pháp luật nhân đạo đều phải ưu tiên bảo vệ kẻ yếu*”.

**2. Các quy định về kiểm soát hợp đồng giao kết với NTD và ĐKGDC**

*Thứ nhất*, danh sách các điều khoản không có hiệu lực trong HĐTM, ĐKGDC:

Điều 16 Luật BVQLNTD quy định:

"Điều 16. Điều khoản của hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, điều kiện giao dịch chung không có hiệu lực

1. Điều khoản của hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, điều kiện giao dịch chung không có hiệu lực trong các trường hợp sau đây:

a) Loại trừ trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ đối với người tiêu dùng theo quy định của pháp luật;

b) Hạn chế, loại trừ quyền khiếu nại, khởi kiện của người tiêu dùng;

c) Cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ đơn phương thay đổi điều kiện của hợp đồng đã thoả thuận trước với người tiêu dùng hoặc quy tắc, quy định bán hàng, cung ứng dịch vụ áp dụng đối với người tiêu dùng khi mua, sử dụng hàng hóa, dịch vụ không được thể hiện cụ thể trong hợp đồng;

d) Cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ đơn phương xác định người tiêu dùng không thực hiện một hoặc một số nghĩa vụ;

đ) Cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ quy định hoặc thay đổi giá tại thời điểm giao hàng hóa, cung ứng dịch vụ;

e) Cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ giải thích hợp đồng trong trường hợp điều khoản của hợp đồng được hiểu khác nhau;

g) Loại trừ trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ trong trường hợp tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ bán hàng hoá, cung ứng dịch vụ thông qua bên thứ ba;

h) Bắt buộc người tiêu dùng phải tuân thủ các nghĩa vụ ngay cả khi tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ không hoàn thành nghĩa vụ của mình;

i) Cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ chuyển giao quyền, nghĩa vụ cho bên thứ ba mà không được người tiêu dùng đồng ý.

2. Việc tuyên bố và xử lý điều khoản của hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, điều kiện giao dịch chung không có hiệu lực được thực hiện theo quy định của pháp luật về dân sự."

Có thể phân loại các điều khoản nêu tại khoản 1 Điều 16 Luật BVQLNTD thành ba nhóm như sau:

Nhóm thứ nhất bao gồm các điều khoản cho phép loại trừ hoặc giới hạn trách nhiệm của thương nhân đối với người tiêu dùng. Cụ thể:

Điều 16.1.(a) Loại trừ trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng theo quy định của pháp luật;

Điều 16.1.(b) Hạn chế, loại trừ quyền khiếu nại, khởi kiện của người tiêu dùng;

Điều 16.1.(g) Loại trừ trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ trong trường hợp tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ thông qua bên thứ ba.

Nhóm thứ hai bao gồm các điều khoản trao cho thương nhân quyền đơn phương quyết định:

Điều 16.1.(c) cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đơn phương thay đổi điều kiện của hợp đồng đã thỏa thuận trước với người tiêu dùng hoặc quy tắc, quy định bán hàng, cung ứng dịch vụ áp dụng đối với người tiêu dùng khi mua, sử dụng hàng hóa, dịch vụ không được thể hiện cụ thể trong hợp đồng;

Điều 16.1.(d) cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đơn phương xác định người tiêu dùng không thực hiện một hoặc một số nghĩa vụ;

Điều 16.1.(đ) cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ quy định hoặc thay đổi giá tại thời điểm giao hàng hóa, cung ứng dịch vụ;

Điều 16.1.(e) cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ giải thích hợp đồng trong trường hợp điều khoản của hợp đồng được hiểu khác nhau;

Điều 16.1.(i) cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ chuyển giao quyền, nghĩa vụ cho bên thứ ba mà không được người tiêu dùng đồng ý.

Nhóm thứ ba bao gồm các điều khoản ngăn cản các bên được hưởng quyền tương xứng:

Điều 16.1.(h) bắt buộc người tiêu dùng phải tuân thủ các nghĩa vụ ngay cả khi tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ không hoàn thành nghĩa vụ của mình.

Về nguyên tắc, cách tiếp cận này của Luật BVNTD có tác dụng tạo nên cơ chế kiểm soát điều khoản mẫu nhanh chóng và hiệu quả, giảm chi phí tiếp cận cho người tiêu dùng hay giúp người ban hành điều khoản mẫu có thể tự kiểm soát tính công bằng của các điều khoản do mình đưa ra; qua đó thúc đẩy một cơ chế ngăn chặn việc áp dụng các điều khoản không công bằng mà không cần đợi có sự can thiệp của toà án hay cơ quan hành chính. Tuy nhiên, cách quy định này bộc lộ hai bất cập:

*Thứ nhất*, bên cạnh ưu điểm nổi trội là tính xác định, việc sử dụng cách tiếp cận cấm đoán hoàn toàn như Điều 16 LBVNTD có hạn chế là sự thiếu linh hoạt, cứng nhắc, không cho phép tính toán đến hoàn cảnh, lĩnh vực kinh doanh đặc thù của từng loại thị trường. Ví dụ: đối với các loại hợp đồng có đặc tính là quá trình thực hiện hợp đồng diễn ra lâu dài, chịu sự chi phối của biến động thị trường ví dụ hợp đồng viễn thông, việc yêu cầu thương nhân phải liên hệ và đàm phán lại với từng khách hàng để sửa đổi hợp đồng là không khả thi và không thực tế.

*Thứ hai*, thiếu quy định chung mang tính khái quát để định hình chuẩn mực kiểm soát tính bất công bằng của các điều khoản mẫu. Danh mục các điều khoản không có hiệu lực tại Điều 16 Luật BVNTD không thể bao quát tất cả các dạng thức mới của các điều khoản bất công trên thị trường, đơn cử thiếu các trường hợp sau:

(i) Quy định về chế tài xử lý vi phạm giữa các bên theo hướng không cân bằng, tương xứng, trong đó Bên mua luôn là bên phải chịu chế tài xử lý vi phạm nặng hơn

Ví dụ: Trong trường hợp chậm thanh toán dẫn đến việc chấm dứt hợp đồng, bên mua bị phạt 20% giá trị căn hộ; trong khi đó nếu bên bán chậm bàn giao căn hộ dẫn tới việc chấm dứt hợp đồng, bên bán chỉ bị phạt 8% giá trị căn hộ hoặc 8% số tiền bên mua đã nộp.

(ii) Quy định chưa đảm bảo quyền lợi cho người tiêu dùng liên quan đến trách nhiệm bồi thường và mức bồi thường thiệt hại:

Ví dụ: “Trong trường hợp hư hỏng hàng hóa thì mức bồi thường áp dụng không quá 03 (ba) lần cước chuyển phát và hoàn trả tiền cước nếu khách hàng đã thanh toán. Mức bồi thường trong từng trường hợp cụ thể, Công ty sẽ căn cứ vào mức độ hàng hóa hư hỏng thực tế để xem xét quyết định.”

Điều khoản nêu trên quy định chưa đảm bảo quyền lợi người tiêu dùng dưới hai góc độ: Một là, quy định này cho phép doanh nghiệp đơn phương xác định mức độ hàng hóa hư hỏng từ đó xác định mức bồi thường cho khách hàng mà không có sự thống nhất với khách hàng là bên chịu thiệt hại; Hai là, quy định trên đã giới hạn mức bồi thường áp dụng tối đa (nếu có) mà doanh nghiệp phải chi trả là không quá ba lần cước chuyển phát, được hiểu là áp dụng trong mọi trường hợp, bao gồm cả trường hợp mức bồi thường đó thấp hơn giá trị hàng hóa bị hư hỏng.

Do đó, trong trường hợp xuất hiện các điều khoản mới bất công thái quá cho người tiêu dùng, nhưng lại nằm ngoài danh mục liệt kê tại Điều 16 Luật BVNTD, cơ quan nhà nước không có cơ sở pháp lý để kiểm soát điều khoản đó. Việc thiếu vắng một điều khoản quy định chung đồng nghĩa với việc thiếu vắng một công cụ quan trọng để thiết lập một chuẩn mực về tính công bằng trong pháp luật hợp đồng Việt Nam, cũng như đảm bảo tính linh hoạt của cơ chế kiểm soát trước sự thay đổi nhanh chóng của đời sống kinh tế - xã hội.

*Thứ hai*, trách nhiệm của DN sau khi được cơ quan NN chấp nhận đăng ký/ đăng ký lại:

Theo pháp luật hiện hành, “*Cơ quan có thẩm quyền tiếp nhận đăng ký phải thường xuyên kiểm tra, theo dõi việc lưu hành các hợp đồng theo mẫu và điều kiện giao dịch chung* đã *đăng ký*” và “*Tổ chức, cá nhân kinh doanh phải thông báo cho người tiêu dùng về việc thay đổi hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung sau khi hoàn thành việc đăng ký lại*”.

Pháp luật hiện hành còn thiếu các quy định liên quan đến:

- Nghĩa vụ báo cáo định kỳ của DN về việc áp dụng các mẫu đã được chấp nhận trên thực tế để tạo điều kiện cho cơ quan tiếp nhận đăng ký phải thường xuyên kiểm tra, theo dõi việc lưu hành các hợp đồng theo mẫu và điều kiện giao dịch chung đã đăng ký;

- Trách nhiệm của DN như thế nào trong việc ký kết lại HĐ với khách hàng theo bản đăng ký lại (ví dụ: đối với các hợp đồng cung cấp dịch vụ liên tục, các hợp đồng phải đăng ký lại do pháp luật thay đổi).

*Thứ ba*, thiếu một số quy định đảm bảo tính chặt chẽ cho thủ tục đăng ký HĐTM, ĐKGDC, ví dụ:

- Giá trị pháp lý của kết quả chấp nhận hồ sơ đăng ký của cơ quan bảo vệ quyền lợi NTD;

- Phạm vi trách nhiệm của cơ quan bảo vệ quyền lợi NTD trong việc chấp nhận hồ sơ đăng ký;

- Quyền hạn của cơ quan chấp nhận hồ sơ đăng ký trong việc sửa đổi kết quả chấp nhận (ví dụ: yêu cầu DN sửa đổi, hủy bỏ một số các điều khoản vi phạm phát sinh từ hồ sơ đã được chấp nhận).

*Thứ tư*, thiếu một số quy định bảo vệ tốt quyền lợi người tiêu dùng trong các giao kết hợp đồng đặc thù, trong đó có hợp đồng giao kết từ xa qua phương tiện điện tử, ví dụ:

- Phạm vi quyền, trách nhiệm của từng chủ thể của hợp đồng, nhất là đối với các hơp đồng giao kết có sự tham gia của nhiều hơn hai chủ thể (bên bán hàng, sàn thương mại điện tử, bên vận chuyển, người tiêu dùng,…);

- Bảo vệ người tiêu dùng đối với các giao kết hợp đồng xuyên biên giới (ví dụ: lĩnh vực truyền hình trả tiền, giao dịch trên các sàn/ứng dụng thương mại điện tử mà chủ thể không có hiện diện thương mại tại Việt Nam.)

*Thứ năm,* các quy định liên quan đến việc kiểm soát HĐTM, ĐKGDC không thuộc phạm vi phải đăng ký còn sơ sài. Trong khi đó, với cơ chế tiền kiểm, cơ quan có thẩm quyền chỉ kiểm soát được HĐTM, ĐKGDC trong phạm vi các hàng hóa, dịch vụ thiết yếu phải đăng ký. Đây chỉ là một phạm vi nhỏ so với các giao dịch mà người tiêu dùng tham gia giao kết hàng ngày và cần được bảo vệ. Vì vậy, việc triển khai cơ chế hậu kiểm song song với cơ chế tiền kiểm là cần thiết để đảm bảo được quyền lợi chung của người tiêu dùng.

**III. Đề xuất hướng hoàn thiện quy định pháp luật**

**1. Định nghĩa HĐTM, ĐKGDC**

Sửa đổi theo hướng:

- Sửa định nghĩa HĐTM, ĐKGDC thống nhất với BLDS hoặc xây dựng chung một khái niệm bao trùm HĐTM và ĐKGDC (ví dụ: điều khoản mẫu);

- Điều chỉnh giống nhau giữa HĐTM và ĐKGDC

**2. Các quy định về kiểm soát hợp đồng giao kết với NTD và ĐKGDC**

*Thứ nhất*, bổ sung các nguyên tắc chung định nghĩa về điều khoản không có hiệu lực/điều khoản bất công làm cơ sở pháp lý cho việc đánh giá tính công bằng của tất cả các điều khoản mẫu; sau đó làm rõ bởi danh mục cụ thể (trên cơ sở sửa đổi danh mục tại Điều 16 Luật BVQLNTD hiện hành) hoặc quy định cơ quan bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng có thể rà soát hàng năm để ban hành, điều chỉnh danh mục cụ thể trên cơ sở thay đổi của thị trường..

*Thứ hai*, bổ sung thêm các quy định về nghĩa vụ của doanh nghiệp trước và sau khi hoàn thành nghĩa vụ đăng ký; các quy định về thủ tục đăng ký HĐTM, ĐKGDC như giá trị pháp lý của kết quả chấp nhận hồ sơ đăng ký; phạm vi trách nhiệm, quyền hạn của cơ quan chấp nhận hồ sơ đăng ký./.

1. Xem chi tiết tại Phụ lục 3. Kết quả pháp điển Đề mục bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng [↑](#footnote-ref-1)
2. Báo cáo của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa IX về phương hướng, nhiệm vụ phát triển KT-XH 5 năm 2006 - 2010 tại Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ X của Đảng [↑](#footnote-ref-2)
3. Nghị quyết số 01/NQ-CP của Chính phủ ngày 09 tháng 1 năm 2009 về những giải pháp chủ yếu chỉ đạo, điều hành thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội và dự toán ngân sách nhà nước năm 2009 [↑](#footnote-ref-3)
4. Xem chi tiết tại Phụ lục 2. Văn bản pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng [↑](#footnote-ref-4)
5. Xem Bảng 1 tại Phụ lục 1: Danh mục bảng biểu [↑](#footnote-ref-5)
6. Xem Bảng 5 tại Phụ lục 1: Danh mục bảng biểu [↑](#footnote-ref-6)
7. Xem Bảng 6 tại Phụ lục 1: Danh mục bảng biểu [↑](#footnote-ref-7)
8. Xem chi tiết tại Phụ lục 5: Công tác kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung theo quy định của Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các văn bản hướng dẫn [↑](#footnote-ref-8)
9. Xem Bảng 7 tại Phụ lục 1: Danh mục bảng biểu [↑](#footnote-ref-9)
10. Xem Bảng 2 tại Phụ lục 1: Danh mục bảng biểu [↑](#footnote-ref-10)
11. Xem Bảng 16 tại Phụ lục 1: Danh mục bảng biểu [↑](#footnote-ref-11)
12. Xem Bảng 8 đến Bảng 14 tại Phụ lục 1: Danh mục bảng biểu [↑](#footnote-ref-12)
13. Xem Bảng 15 tại Phụ lục 1: Danh mục bảng biểu [↑](#footnote-ref-13)
14. Xem Bảng 4 tại Phụ 1ục 1: Danh mục bảng biểu [↑](#footnote-ref-14)
15. Xem thêm tại Phụ lục 4: Công tác bảo vệ người tiêu dùng tại một số nước và bối cảnh quốc tế về bảo vệ người tiêu dùng [↑](#footnote-ref-15)
16. Xem chi tiết tại Bảng 17 của Phụ lục 1: Danh mục bảng biểu [↑](#footnote-ref-16)
17. Xem chi tiết tại Phụ lục 5: Công tác kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung theo quy định của Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các văn bản hướng dẫn (trang 48 đến trang 56) [↑](#footnote-ref-17)
18. Xem chi tiết tại Phụ lục 4: Công tác bảo vệ người tiêu dùng tại một số nước và bối cảnh quốc tế về bảo vệ người tiêu dùng (trang 22 đến trang 32) [↑](#footnote-ref-18)
19. <http://www.japaneselawtranslation.go.jp/law/detail/?printID=&ft=1&re=01&dn=1&co=01&ia=03&x=36&y=10&ky=%E6%B6%88%E8%B2%BB%E8%80%85%E5%9F%BA%E6%9C%AC%E6%B3%95&page=6&vm=02> [↑](#footnote-ref-19)
20. <http://www.japaneselawtranslation.go.jp/law/detail/?printID=&ft=1&re=01&dn=1&co=01&ia=03&x=36&y=10&ky=%E6%B6%88%E8%B2%BB%E8%80%85%E5%9F%BA%E6%9C%AC%E6%B3%95&page=5&vm=02&id=2546&lvm=02> [↑](#footnote-ref-20)
21. <https://vi.wikipedia.org/wiki/Nh%E1%BA%ADt_B%E1%BA%A3n> [↑](#footnote-ref-21)
22. <http://www.worldometers.info/world-population/japan-population/> [↑](#footnote-ref-22)
23. Thông tin cập nhật vào tháng 4 năm 2015 [↑](#footnote-ref-23)
24. 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 [↑](#footnote-ref-24)
25. Số liệu do KCA cung cấp [↑](#footnote-ref-25)