

UBND TỈNH KIÊN GIANG
SỞ CÔNG THƯƠNG

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Số: 89 /SCT-QLTM

Kiên Giang, ngày 18 tháng 01 năm 2022

V/v lấy ý kiến Dự thảo Luật Bảo
vệ quyền lợi người tiêu dùng
(sửa đổi).

Kính gửi:

- Các Sở, ban, ngành, đoàn thể cấp tỉnh;
- UBND các huyện, thành phố.

Thực hiện ý kiến chỉ đạo của Phó Chủ tịch UBND tỉnh Lê Quốc Anh tại Công văn số 514/VP-KT ngày 17/01/2022 của Văn phòng UBND tỉnh, về việc góp ý dự thảo Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi), theo yêu cầu tại Công số 196/BCT-CT ngày 13/01/2022 của Bộ Công Thương, theo đó giao Sở Công Thương chủ trì, phối hợp với các cơ quan, đơn vị có liên quan nghiên cứu, góp ý bằng văn bản.

Sở Công Thương đề nghị các cơ quan, đơn vị có liên quan nghiên cứu và tham gia góp ý kiến dự thảo Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) (đính kèm dự thảo Tờ trình Chính phủ về việc xây dựng Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi); Dự thảo Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) hoặc đăng tải vào website Sở (<https://sct.kien Giang.gov.vn>).

Văn bản góp ý gửi về Sở Công Thương, Phòng Quản lý Thương mại, Số 840, Nguyễn Trung Trực, phường An Hòa, thành phố Rạch Giá, tỉnh Kiên Giang; Điện thoại: 02973.814.195; Email: kqthanh.sct@kien Giang.gov.vn trước ngày 25/01/2022. Sau thời gian trên, cơ quan không có ý kiến đóng góp bằng văn bản xem như thống nhất nội dung Dự thảo Luật./.

Nơi nhận:

- Như trên;
- Lưu: VT; QLTM(kqthanh).



Lâm Huỳnh Nhân

UBND TỈNH KIÊN GIANG
VĂN PHÒNG

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Số: 5/4 /VP-KT

Kiên Giang, ngày 17 tháng 01 năm 2022

V/v góp ý dự thảo Luật Bảo vệ quyền
lợi người tiêu dùng (sửa đổi)

Kính gửi: Sở Công Thương

Ủy ban nhân dân tỉnh nhận được Công văn số 196/BCT-CT ngày 13/01/2022 của Bộ Công Thương về việc xin ý kiến dự thảo Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) (văn bản đính kèm).

Phó Chủ tịch UBND tỉnh Lê Quốc Anh có ý kiến chỉ đạo như sau:

Giao Sở Công Thương chủ trì, phối hợp với các đơn vị có liên quan nghiên cứu, tham mưu UBND tỉnh văn bản góp ý theo đề nghị của Bộ Công Thương tại Công văn số 196/BCT-CT nêu trên. Hoàn thành và gửi về Văn phòng UBND tỉnh trước ngày 05/02/2022.

Văn phòng Ủy ban nhân dân tỉnh thông báo ý kiến trên đến quý cơ quan biết, thực hiện./.

Nơi nhận:

- Như trên;
- CT và các PCT UBND tỉnh;
- LĐVP, CVNC;
- Lưu: VT, tmchau.

**KT. CHÁNH VĂN PHÒNG
PHÓ CHÁNH VĂN PHÒNG**



Dương Thanh Nhã

BỘ CÔNG THƯƠNG

**CỘNG HÒA XÃ HỘI
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**



Ký bởi: Bộ Công Thương
Cơ quan: Bộ Công Thương
Thời gian ký: 13/01/2022 11:2

Số: 196/BCT-CT

Hà Nội, ngày 13 tháng 01 năm 2022

V/v xin ý kiến Dự thảo Luật Bảo
vệ quyền lợi người tiêu dùng
(sửa đổi)

Kính gửi:

- Các bộ, cơ quan ngang bộ, cơ quan thuộc Chính phủ;
- UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương.

Thực hiện nhiệm vụ được giao tại Nghị quyết số 17/2021/QH15 ngày 27 tháng 7 năm 2021 của Quốc hội về Chương trình xây dựng luật, pháp lệnh năm 2022, điều chỉnh Chương trình xây dựng luật, pháp lệnh năm 2021 và Quyết định số 1427/QĐ-TTg ngày 24 tháng 8 năm 2021 của Thủ tướng Chính phủ phân công cơ quan chủ trì soạn thảo, thời hạn trình các dự án luật được điều chỉnh trong Chương trình xây dựng luật, pháp lệnh năm 2021 và các dự án luật thuộc Chương trình xây dựng luật, pháp lệnh năm 2022, trong thời gian qua, Bộ Công Thương đã phối hợp với các đơn vị, tổ chức liên quan xây dựng Hồ sơ Dự án Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi).

Căn cứ quy định tại Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật, nhằm lấy ý kiến rộng rãi của các cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan, Bộ Công Thương xin gửi kèm theo: (i) Dự thảo Tờ trình Chính phủ về việc xây dựng Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi); và (ii) Dự thảo Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) trong đường link hoặc mã QR dưới đây để Quý đơn vị nghiên cứu và cho ý kiến.

Ý kiến đóng góp xin gửi trước ngày 10 tháng 02 năm 2022 theo địa chỉ: Cục Cảnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng, Bộ Công Thương, số 25 Ngô Quyền, Hoàn Kiếm, Hà Nội; Điện thoại: 024.22205022, Email: bachht@moit.gov.vn.

Trân trọng./.

Nơi nhận:

- Như trên;
- Bộ trưởng (để b/c);
- Vụ PC;
- Lưu: VT, CT.

Link tài liệu:

<https://qrc0.de/bcgRiN>



Nguyễn Sinh Nhật Tân

DANH SÁCH GỬI:

1. Bộ, cơ quan ngang bộ

1. Bộ Quốc phòng
2. Bộ Công an
3. Bộ Ngoại giao
4. Bộ Tư pháp
5. Bộ Tài chính
6. Bộ Công Thương
7. Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội
8. Bộ Giao thông vận tải
9. Bộ Xây dựng
10. Bộ Thông tin và Truyền thông
11. Bộ Giáo dục và Đào tạo
12. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
- 13.
14. Bộ Kế hoạch và Đầu tư
15. Bộ Nội vụ
16. Bộ Y tế
17. Bộ Khoa học và Công nghệ
18. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch
19. Bộ Tài nguyên và Môi trường
20. Văn phòng Chính phủ
21. Thanh tra Chính phủ
22. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam
23. Ủy ban Dân tộc

2. Cơ quan thuộc Chính phủ

24. Đài Tiếng nói Việt Nam
25. Ban Quản lý Lăng Chủ tịch Hồ Chí Minh
26. Bảo hiểm Xã hội Việt Nam
27. Thông tấn xã Việt Nam
28. Đài Truyền hình Việt Nam
29. Viện Hàn lâm Khoa học và Công nghệ Việt Nam
30. Viện Hàn lâm Khoa học Xã hội Việt Nam

DỰ THẢO 02

TỜ TRÌNH

Về việc xây dựng Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi)

Kính gửi: Chính phủ

Thực hiện Chương trình xây dựng luật, pháp lệnh năm 2022, điều chỉnh Chương trình xây dựng luật, pháp lệnh năm 2021 tại Nghị quyết số 17/2021/QH15 ngày 27 tháng 7 năm 2021 của Quốc hội; Quyết định số 1427/QĐ-TTg ngày 24 tháng 8 năm 2021 của Thủ tướng Chính phủ về phân công cơ quan chủ trì soạn thảo, thời hạn trình các dự án luật, dự thảo Nghị quyết được điều chỉnh trong Chương trình xây dựng luật, pháp lệnh năm 2021, các dự án luật thuộc Chương trình xây dựng luật, pháp lệnh năm 2022 và quy định của Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật năm 2015, được sửa đổi, bổ sung năm 2020 và văn bản quy định chi tiết, hướng dẫn thi hành, Bộ Công Thương kính trình Chính phủ hồ sơ dự án Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) (dự án Luật) như sau:

I. SỰ CẦN THIẾT BAN HÀNH VĂN BẢN

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 hơn 10 năm thực thi (2011-2022), 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 như: Bộ luật Dân sự 2015, Bộ luật Tố tụng dân sự 2015, Luật An ninh mạng 2018, Luật Cạnh tranh 2018, Luật Ngoại Thương 2018... Bên cạnh đó, sự phát triển kinh tế, xã hội cũng như sự xuất hiện của dịch bệnh Covid - 19 đã làm xuất hiện và thúc đẩy sự phát triển của 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, trong đó có nhiều quy định quan trọng liên quan đến phạm vi điều chỉnh, đối tượng điều chỉnh, giao dịch giữa tổ chức, cá nhân kinh doanh và người tiêu dùng, các giao dịch có sự tham gia của nhiều bên hoặc có yếu tố nước ngoài....

Tóm lại, thực tiễn thi hành cùng với việc hội nhập quốc tế sâu rộng của Việt Nam trong thời gian qua cho thấy Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng còn tồn tại một số vướng mắc, bất cập như sau:

1. Các bất cập trong thực tiễn thi hành Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng¹

1.1. Về quy định pháp luật

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

- Các trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh đối với người tiêu dùng chưa được quy định hoặc có quy định nhưng theo hướng riêng rẽ, chưa có sự kết nối để tạo hiệu quả điều chỉnh thống nhất. Các yêu cầu, việc phân loại tính chất mức độ khuyết tật của hàng hóa và việc kiểm soát chưa được quy định phù hợp đã tạo khó khăn cho quá trình thực thi của cả cơ quan quản lý nhà nước và tổ chức, cá nhân kinh doanh.

- Các quy định liên quan đến hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung chưa thực sự chặt chẽ, đầy đủ, rõ ràng, đặc biệt là trong bối cảnh thời đại cách mạng công nghiệp lần thứ 4 khi sự phát triển không ngừng của Internet càng làm gia tăng vai trò của hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung; một số quy định còn thiếu tính linh hoạt, không cho phép tính toán đến hoàn cảnh, lĩnh vực kinh doanh đặc thù của từng loại thị trường.

- 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 khiến cho nhiều khiếu nại không được giải quyết.² Tuy số lượng tranh chấp được giải quyết qua phương thức thương lượng, hòa giải chiếm số lượng lớn nhưng hiệu quả, giá

¹ Các vấn đề bất cập được thể hiện theo cấu trúc của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

² 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.

trị và hiệu lực thi hành của các phương thức này là chưa cao. Chưa có sự phân biệt rõ ràng giữa các khái niệm yêu cầu, phản ánh, khiếu nại và cách xử lý.

- Cơ chế tiếp nhận và giải quyết yêu cầu tại cơ quan nhà nước (chủ yếu là cấp huyện), hiện tại được thiết kế “lưng lơ” khiến thực tế không phát huy được hiệu quả.

- Một số quy định hiện nay chỉ phù hợp với các giao dịch, kinh doanh – tiêu dùng có tính “truyền thống” mà chưa tính đến mô hình kinh doanh có yếu tố mới, công nghệ 4.0 hoặc trong điều kiện chuyển đổi số.

- Chưa có cơ chế kêu gọi toàn xã hội tham gia vào công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, đặc biệt chưa có cơ chế phù hợp để thành lập và tạo điều kiện cho các tổ chức xã hội tham gia bảo vệ người tiêu dùng hoạt động chuyên nghiệp, hiệu quả.

- Một số trách nhiệm bảo vệ người tiêu dùng của tổ chức, cá nhân kinh doanh đã không còn phù hợp, đầy đủ do sự xuất hiện của nhóm người tiêu dùng mới hoặc hành vi tiêu dùng mới.

- 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.

- 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.

- Chưa thể hiện rõ vai trò, trách nhiệm của người tiêu dùng trong việc thúc đẩy xu hướng sản xuất, tiêu dùng bền vững.

1.2. Về mô hình hoạt động và nguồn lực thực thi

a. Đối với cơ quan nhà nước

Về nguồn lực tài chính, 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.³

Về nguồn lực con người, tại Bộ Công Thương (Cục Cảnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng - cơ quan chuyên trách về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng) hiện có 12 cán bộ chuyên trách thực hiện công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Với nhân sự như vậy, trong giai đoạn 2011-2021, Cục CT&BVNTD đã

³ Tại Bộ Công Thương, chưa có ngân sách riêng cho công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng mà lồng ghép chung trong các hoạt động của Cục Cảnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng. Tổng ngân sách dành cho các hoạt động có liên quan nêu trên ở mức dưới 1 tỷ đồng/1 năm;

thực hiện trên 200 hoạt động tuyên truyền, tiếp nhận, xử lý hàng ngàn khiếu nại, yêu cầu của người tiêu dùng đồng thời thực hiện nhiều đợt làm việc tại các địa phương, hoạt động thanh, kiểm tra... Mô hình này là quá khiêm tốn so với yêu cầu thực tế của Việt Nam cũng như kinh nghiệm quốc tế.⁴

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.⁵ Việc chưa gắn chức năng bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong các đơn vị chuyên môn của các đơn vị hiện có 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.

b. Đối với các Hội Bảo vệ 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 (Hội Bảo vệ người tiêu dùng có phạm vi hoạt động trên toàn quốc) hiện nay cũng đang phải đi thuê trụ sở để hoạt động.

Về kinh phí, 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...⁶

Bên cạnh đó, 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, bất cập và có xu hướng thu hẹp.⁷ Vì lý do trên, nhiều nội dung hoạt động trong phạm vi chức

⁴ Cơ quan ngang Bộ ở Úc; cơ quan thuộc Văn phòng Chính phủ ở Thái Lan; Cục thuộc Ủy ban thương mại liên bang Hoa Kỳ...

⁵ 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...

⁶ Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng quy định tổ chức xã hội tham gia bảo vệ người tiêu dùng được Nhà nước hỗ trợ kinh phí khi thực hiện nhiệm vụ được cơ quan nhà nước giao. 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 33 Hội (chiếm trên 59%) chưa được thực hiện, đồng nghĩa chưa được Nhà nước hỗ trợ kinh phí (cao nhất là từ 300 – 400 triệu/năm đến chỉ từ 50– 200 triệu/năm). 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 đó Hội tại Bắc Kạn đã phải xin phép giải thể do không có kinh phí hoạt động.

⁷ Nội dung tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của tổ chức xã hội được quy định tại Điều 28 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng với 7 nội dung. Tuy nhiên, Điều 28 Nghị định

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.

Về mạng lưới, vẫn còn 8/63 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. Do khó khăn trong hoạt động, hiện một số Hội đã tạm dừng hoạt động thường xuyên.

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 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 đầy đủ các quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, cũng đồng nghĩa với việc không được thực hiện hết các nội dung mà Luật giao.

1.3. Về hiệu quả thực thi

a. Công tác tuyên truyền, nâng cao nhận thức

Do hạn chế về nguồn lực và mô hình hoạt động như trên, hoạt động tuyên truyền, nâng cao nhận thức của người tiêu dùng, tổ chức cá nhân kinh doanh còn nhiều hạn chế về đối tượng, nội dung và phương pháp triển khai. Cụ thể:

- Về đối tượng, với quy mô dân số 100 triệu dân phân bố trên 63 tỉnh, thành trên cả nước, hoạt động tuyên truyền, phổ biến còn hạn chế về phạm vi, chưa bao quát đến vùng sâu, vùng xa, trực tiếp đến người tiêu dùng.

- Về nội dung, hoạt động tuyên truyền, phổ biến chỉ tập trung vào quy định của pháp luật, chưa đi sâu đến việc hướng dẫn về quy trình, thủ tục, cách thức thực hiện.

- Về phương pháp, hoạt động triển khai công tác phổ biến pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng mới tập trung vào các hình thức truyền thống, chậm được đổi mới, thiếu linh hoạt. Cùng với đó, việc phối hợp trong công tác

số 99/2011/NĐ-CP mới quy định tổ chức xã hội chỉ được thực hiện một trong 4 nội dung. Việc tự tạo nguồn kinh phí của các tổ chức này cũng rất khó khăn do đa phần các tổ chức không thu phí hội viên và không thu phí từ việc thực hiện các nhiệm vụ.

phổ biến pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng giữa các Bộ, ngành, địa phương có liên quan còn chưa được triển khai chặt chẽ, hiệu quả chưa cao.

b. 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 phản ánh thực tế và chưa đáp ứng được một phần lớn yêu cầu của xã hội,⁸ với các nguyên nhân chính là:

- Các quy định về thẩm quyền, trình tự, thủ tục xử lý đối với các phản ánh, yêu cầu, khiếu nại, giải quyết tranh chấp còn chưa được xây dựng phù hợp, trong một số trường hợp còn gây ra sự chồng chéo.

- Về nhận thức, cộng đồng doanh nghiệp chưa ý thức rõ trách nhiệm của mình trong việc giải quyết khiếu nại nói riêng và công tác bảo vệ người tiêu dùng nói chung và nhận thức của người tiêu dùng còn hạn chế, vẫn còn tâm lý e ngại khiếu nại khi quyền lợi của mình bị xâm phạm.

- Về việc thực thi các quy định về giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức cá nhân kinh doanh chưa nghiêm, thể hiện ở các khía cạnh như:

+ Một số doanh nghiệp không có thiện chí trong việc phối hợp, hỗ trợ người tiêu dùng⁹;

+ Một số địa phương chưa xây dựng kênh tiếp nhận thông tin, khiếu nại, yêu cầu giải quyết tranh chấp của người tiêu dùng theo quy định của pháp luật. 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 chưa được triển khai triệt để; nhiều cán bộ cấp huyện chưa được quán triệt về trách nhiệm của mình, dẫn đến số vụ việc được giải quyết không nhiều.

+ Một số các Hội Bảo vệ người tiêu dùng đã hình thành đơn vị chuyên trách (Văn phòng khiếu nại) để tiếp nhận và giải quyết các phản ánh, yêu cầu, khiếu nại của người tiêu dùng. Tuy nhiên, trong nhiều trường hợp, kết quả thương lượng, hòa giải không được các bên nghiêm túc thực thi do giá trị pháp lý của biên bản hòa giải thành là không cao. Bên cạnh đó, không có cơ chế tài chính cho hoạt động tư vấn, thương lượng, hòa giải, vì vậy các Hội gặp nhiều khó khăn trong việc tìm nguồn kinh phí để duy trì hoạt động.¹⁰

⁸ Theo số liệu thống kê tại 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.

⁹ 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...

¹⁰ Để giúp người tiêu dùng đòi lại quyền lợi đã mất hoặc bị ảnh hưởng khi mua hàng hoặc sử dụng dịch vụ, tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, cụ thể là Hội Bảo vệ

c. Thu hồi sản phẩm có khuyết tật

Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010 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. Trong khi đó, để có thông tin về chương trình thu hồi, trong thời gian qua, các cơ quan nhà nước thường phải chủ động thu thập thông tin, chủ động liên hệ với doanh nghiệp. Do vậy, một số vụ việc thu hồi không được cơ quan nhà nước tổng hợp, dẫn tới hạn chế trong việc theo dõi và giám sát thực hiện chương trình.

d. Kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung

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 (i) kết quả xử lý hồ sơ đăng ký tại cơ quan có thẩm quyền (hầu hết hồ sơ đăng ký lần đầu tại Bộ Công Thương đều phát hiện nhiều nội dung chưa tuân thủ quy định pháp luật); (ii) kết quả thanh, kiểm tra do Bộ Công Thương thực hiện đối với việc sử dụng hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung của doanh nghiệp trên thực tế (hầu hết các hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung chưa đăng ký hoặc không thuộc danh mục phải đăng ký với cơ quan có thẩm quyền đều có các nội dung chưa tuân thủ quy định pháp luật).

2. Các vấn đề đặt ra trong việc thi hành các cam kết về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng theo các điều ước quốc tế

Cùng với quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, Việt Nam đã tham gia đàm phán và ký kết nhiều Hiệp định thương mại tự do (FTA) như FTA Việt Nam – Hàn Quốc (*Hiệp định VKFTA, hiệu lực từ 20/12/2015*); FTA giữa Việt Nam và Liên minh kinh tế Á-Âu (*Hiệp định VN-EAEU FTA, hiệu lực từ 05/10/2016*), các FTA thế hệ mới như Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (*Hiệp định CPTPP, có hiệu lực với Việt Nam từ ngày 14/01/2019*), FTA giữa Việt Nam và Liên minh châu Âu (*Hiệp định EVFTA, có hiệu lực từ ngày 01/8/2020*), FTA giữa Việt Nam và Vương quốc Anh và Bắc Ai-len (*Hiệp định UKVFTA, có hiệu lực từ ngày 01/5/2021*)...

Trong nhiều hiệp định nêu trên đã có những nội dung thể hiện các cam kết về chính sách bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ở Việt Nam. Ví dụ như tại Chương 16 (Chính sách về Cạnh tranh) của Hiệp định CP TPP có quy định tại Điều 16.6 về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Tuy nhiên, có thể thấy các quy

người tiêu dùng Việt Nam có các Văn phòng Tư vấn giải quyết khiếu nại từ Trung ương Hội đến các Hội thành viên ở các địa phương. Từ khi thành lập đến nay, bình quân mỗi năm tư vấn giải quyết khiếu nại từ 1000 đến 2.000 vụ; tỷ lệ thành công từ 80% đến trên 90%; hoạt động mang tính thiện nguyện, không thu phí và không được Nhà nước hỗ trợ kinh phí.

định trong các điều ước quốc tế thường dừng ở mức độ cam kết sẽ hoàn thiện thể chế chính sách, tăng cường hợp tác, tăng cường trao đổi thông tin giữa các cơ quan, tổ chức về bảo vệ người tiêu dùng.

3. Thể chế hóa quan điểm, chủ trương của Đảng và thực hiện Nghị quyết của Chính phủ

Ngày 26 tháng 9 năm 2018, trên cơ sở báo cáo đề xuất của Bộ Công Thương, Văn phòng Chính phủ đã có Văn bản số 9304/VPCP-PL truyền đạt ý kiến chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ về việc giao Bộ Công Thương chủ trì, phối hợp với các Bộ, ngành, UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương và các tổ chức, cá nhân có liên quan tiến hành tổng kết việc thi hành pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Cùng với đó, Chỉ thị số 30-CT/TW ngày 22 tháng 01 năm 2019 của Ban Bí thư về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng và trách nhiệm quản lý của Nhà nước đối với công tác bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng đã đề ra một trong những nhiệm vụ và giải pháp chủ yếu nhằm tăng cường hiệu quả công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là *“Tổng kết thực hiện Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (2010), trên cơ sở đó sửa đổi, bổ sung Luật cho phù hợp với yêu cầu quản lý của đất nước và hội nhập quốc tế trong tình hình mới.”*

Tiếp đó, Nghị quyết số 82/NQ-CP ngày 26 tháng 5 năm 2020 của Chính phủ về ban hành chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Chỉ thị số 30-CT/TW nêu trên đã xác định một trong những nhiệm vụ, giải pháp và phân công trách nhiệm cho Bộ Công Thương là *“Chủ trì, phối hợp với các cơ quan có liên quan tổng kết, đánh giá việc thực thi Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (2010), trên cơ sở đó đề xuất việc sửa đổi, bổ sung Luật và các văn bản quy phạm pháp luật có liên quan phù hợp với yêu cầu quản lý của đất nước và hội nhập quốc tế trong tình hình mới”*.

Vì vậy, việc xây dựng Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) là hoạt động cần thiết, kịp thời, không chỉ nhằm khắc phục những tồn tại, bất cập đặt ra trong quá trình thi hành Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng mà còn nhằm thực hiện chủ trương của Đảng và Nhà nước về hoàn thiện thể chế về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; đảm bảo phù hợp với các văn bản trong hệ thống pháp luật, đặc biệt là các quy định của Bộ luật Dân sự và các văn bản pháp luật chuyên ngành; đảm bảo thực hiện các cam kết quốc tế mà Việt Nam đã ký kết, tham gia hoặc đang trong quá trình hoàn thiện các thủ tục để tham gia.

II. MỤC ĐÍCH, QUAN ĐIỂM CHỈ ĐẠO

1. Mục đích

Việc xây dựng Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng sửa đổi nhằm thể chế hóa các chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách của Nhà nước về việc

hoàn thiện thể chế bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; khắc phục những vướng mắc, bất cập trong thực tiễn hơn 10 năm thi hành cũng như những bất cập nảy sinh giữa các quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng với các văn bản quy phạm pháp luật khác được Quốc hội ban hành sau; thể chế hóa, nội luật hóa các cam kết đề phù hợp với thông lệ quốc tế; từ đó hoàn thiện thể chế về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng theo hướng khuyến khích sáng tạo, bảo đảm tính ổn định, thống nhất, đồng bộ, minh bạch, khả thi, bảo vệ các quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng, tạo động lực cho sự cạnh tranh và phát triển sáng tạo của doanh nghiệp, hỗ trợ, khuyến khích hoạt động của các tổ chức xã hội, đồng thời nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội của đất nước.

2. Quan điểm chỉ đạo

- Tiếp tục bảo vệ sự yếu thế của người tiêu dùng, từng bước trang bị các kiến thức, kỹ năng tiêu dùng để hình thành sự chủ động của người tiêu dùng.

- Bảo đảm sự cân bằng trong giao dịch dân sự giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh, sản xuất, 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 chân chính.

- Bảo vệ người tiêu dùng là trách nhiệm chung của toàn xã hội.

- Khuyến khích cả hệ thống chính trị, từng tổ chức, mỗi cá nhân tham gia vào công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

- Tăng cường bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong môi trường mạng và nền tảng số.

- Xã hội hóa công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

- Áp dụng mạnh mẽ khoa học, công nghệ trong triển khai thực hiện công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

- Kế thừa, phát triển các quy định hiện hành, tham khảo có chọn lọc kinh nghiệm quốc tế phù hợp với điều kiện tại Việt Nam.

III. QUÁ TRÌNH XÂY DỰNG

Thực hiện Chương trình xây dựng luật, pháp lệnh năm 2022, điều chỉnh Chương trình xây dựng luật, pháp lệnh năm 2021 tại Nghị quyết số 17/2021/QH15 ngày 27 tháng 7 năm 2021 của Quốc hội; Quyết định số 1427/QĐ-TTg ngày 24 tháng 8 năm 2021 của Thủ tướng Chính phủ về phân công cơ quan chủ trì soạn thảo, thời hạn trình các dự án luật, dự thảo Nghị quyết được điều chỉnh trong Chương trình xây dựng luật, pháp lệnh năm 2021, các dự án luật thuộc Chương trình xây dựng luật, pháp lệnh năm 2022 và quy định của

Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật năm 2015, được sửa đổi, bổ sung năm 2020 và văn bản quy định chi tiết, hướng dẫn thi hành.

Thực hiện Nghị quyết số 17/2021/QH15 ngày 27/7/2021 của Quốc hội về Chương trình xây dựng luật, pháp lệnh năm 2022, điều chỉnh Chương trình xây dựng luật, pháp lệnh năm 2021 và Quyết định số 1427/QĐ-TTg ngày 24/8/2021 của Thủ tướng Chính phủ giao Bộ Công Thương chủ trì xây dựng Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi), ngày 15/9/2021, Bộ trưởng Công Thương đã thành lập Ban soạn thảo và Tổ biên tập dự án Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) (Quyết định số 2143/QĐ-BCT) và phối hợp chặt chẽ với các Bộ ngành Trung ương và UBND các tỉnh, thành phố xây dựng Hồ sơ dự án Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi).

Hồ sơ dự án Luật đã được gửi lấy ý kiến các bộ, ngành, địa phương, các tổ chức, cá nhân có liên quan bằng văn bản và đăng tải trên Cổng thông tin điện tử của Chính phủ và của các Bộ liên quan để lấy ý kiến Nhân dân theo quy định của Luật ban hành văn bản quy phạm pháp luật năm 2015, được sửa đổi, bổ sung năm 2020.

Ngoài ra, do ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19 nên Bộ Công Thương chỉ tổ chức các hội thảo, tọa đàm tại Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh để lấy ý kiến các đối tượng chịu tác động trực tiếp của dự án Luật (các cơ quan quản lý nhà nước, các tổ chức xã hội, cộng đồng doanh nghiệp và người tiêu dùng), các nhà khoa học, chuyên gia, đại diện các cơ quan có liên quan như Văn phòng Quốc hội, đại diện một số Ủy ban của Quốc hội (Ủy ban Pháp luật; Ủy ban Khoa học, Công nghệ và Môi trường v.v.) để thảo luận và góp ý cho dự án Luật.

Các ý kiến đóng góp đã được cơ quan soạn thảo nghiêm túc nghiên cứu, tiếp thu để chỉnh lý, hoàn thiện dự án Luật.

Ngày / /2022, Bộ Tư pháp đã có Báo cáo số /BCTĐ-BTP thẩm định dự án Luật. Bộ Công Thương đã phối hợp với các cơ quan, tổ chức có liên quan nghiên cứu tiếp thu, giải trình ý kiến thẩm định của Bộ Tư pháp để hoàn thiện dự án Luật và các tài liệu kèm theo để trình Chính phủ.

IV. BỐ CỤC VÀ NỘI DUNG CƠ BẢN

1. Bố cục

Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010 có kết cấu 51 điều và chia thành 06 chương.

Sau khi sửa đổi, bổ sung, dự kiến, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) sẽ có bố cục 07 Chương và 80 Điều, cụ thể: (i) Chương 1: Những quy định chung (18 Điều); (ii) Chương 2: Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng (17 Điều); (iii) Chương 3: Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong các giao dịch đặc thù với các tổ chức, cá

nhân kinh doanh (11 Điều); (iv) Chương 4: Hoạt động của tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (5 Điều); (v) Chương 5: Giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh (22 Điều); (vi) Trách nhiệm quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (4 Điều); và (vii) Chương 7: Điều khoản thi hành (02 Điều).

So sánh với Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010, dự thảo Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) giữ nguyên 13 Điều khoản (Các Điều 13, 17, 28, 34, 47, 66, 67, 68, 70, 72, 73, 79, 80 của Dự thảo), sửa đổi 38 Điều khoản và bổ sung mới 29 Điều khoản.

2. Nội dung cơ bản

Các nội dung sửa đổi, bổ sung tập trung vào các nhóm nội dung chính trong 07 chính sách đã được thông qua theo Nghị quyết số 48/NQ-CP ngày 06 tháng 05 năm 2021 của Chính phủ, bao gồm:

a) Chính sách 1: Hoàn thiện các quy định về hàng hóa có khuyết tật và thu hồi hàng hóa có khuyết tật nhằm nâng cao trách nhiệm và hiệu quả thực thi các quy định có liên quan.

b) Chính sách 2: Hoàn thiện các quy định về hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung nhằm nâng cao hiệu quả bảo vệ người tiêu dùng trong các giao dịch có liên quan.

c) Chính sách 3: Hoàn thiện các quy định liên quan đến cơ chế giải quyết tranh chấp; bổ sung quy định về vai trò hỗ trợ của cơ quan nhà nước, vai trò của tổ chức xã hội trong công tác giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh phù hợp với thực tiễn.

d) Chính sách 4: Hoàn thiện các quy định bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch có yếu tố đặc thù, có tính mới trong điều kiện chuyển đổi số nền kinh tế.

đ) Chính sách 5: Xây dựng và hoàn thiện các quy định về các loại hình giao dịch, hoạt động, trách nhiệm của các chủ thể, cơ chế kiểm soát, khuyến khích, hỗ trợ các chủ thể nhằm khuyến khích, thúc đẩy sản xuất, tiêu dùng bền vững.

e) Chính sách 6: Hoàn thiện quy định về quản lý nhà nước nhằm nâng cao vai trò, trách nhiệm và hiệu quả hoạt động của các cơ quan quản lý nhà nước từ Trung ương đến địa phương.

g) Chính sách 7: Hoàn thiện quy định về vai trò, trách nhiệm của tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Chi tiết các nội dung như Dự thảo Luật gửi kèm theo.

V. TÍNH THỐNG NHẤT VỚI CÁC VĂN BẢN QUY PHẠM PHÁP LUẬT TRONG CÙNG LĨNH VỰC VÀ CÁC LĨNH VỰC CÓ LIÊN QUAN

Để bảo đảm tính thống nhất, Dự thảo Luật đã được rà soát với các luật khác trong cùng lĩnh vực và các lĩnh vực có liên quan như Bộ luật Dân sự (các chế định xác lập, thực hiện và bảo vệ quyền dân sự, quyền nhân thân, pháp nhân, giao dịch dân sự, hợp đồng...); Luật Thương mại (các chế định về trách nhiệm của thương nhân, nguyên tắc bảo vệ quyền lợi chính đáng của người tiêu dùng, xử lý vi phạm pháp luật về thương mại...); Luật Chất lượng sản phẩm (các chế định quyền và nghĩa vụ của tổ chức, cá nhân kinh doanh đối với chất lượng hàng hóa, quyền của người tiêu dùng...); Luật Quảng cáo (các chế định quyền và nghĩa vụ của tổ chức, cá nhân kinh doanh trong hoạt động quảng cáo, hoạt động quảng cáo...); Luật Ngoại thương (các chế định về các biện pháp hành chính...); Luật Cạnh tranh (các chế định về quyền và nguyên tắc cạnh tranh trong kinh doanh...); Luật người khuyết tật (các chế định về xác nhận khuyết tật...); Luật Giá (các chế định về quyền và nghĩa vụ của tổ chức, cá nhân kinh doanh và người tiêu dùng trong lĩnh vực giá...); Luật Doanh nghiệp (trách nhiệm của doanh nghiệp...); Bộ luật Tố tụng Dân sự (các chế định về việc giải quyết vụ án dân sự, bồi thường...); Bộ luật Hình sự (các quy định về quảng cáo, lừa dối người tiêu dùng...); Luật Xử lý vi phạm hành chính (hình thức xử phạt vi phạm hành chính, các biện pháp ngăn chặn và bảo đảm xử phạt hành chính); Luật Công nghệ thông tin (các chế định về ứng dụng công nghệ thông tin trong thương mại...); Luật An toàn thông tin mạng (các chế định về bảo đảm an toàn thông tin mạng...) v.v., trong đó một số quy định của dự thảo Luật cũng đã được sửa đổi, bổ sung để phù hợp với các văn bản pháp luật này.

Các văn bản hướng dẫn thi hành hoặc văn bản pháp luật khác cần phải sửa đổi để phù hợp với các quy định tại dự thảo Luật cũng đã được rà soát và được thể hiện cụ thể trong *Báo cáo rà soát các văn bản quy phạm pháp luật có liên quan đến dự thảo Luật (xin gửi kèm theo Tờ trình)*.

VI. TÍNH TƯƠNG THÍCH VỚI CÁC ĐIỀU ƯỚC QUỐC TẾ CÓ LIÊN QUAN

Tính đến thời điểm hiện tại, Việt Nam đã và đang tham gia nhiều điều ước quốc tế có nội dung liên quan đến vấn đề bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Một số quy định, cam kết trong các điều ước đã được cụ thể hóa trong dự thảo Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) nhằm bảo đảm thi hành các điều ước quốc tế nêu trên, đồng thời bảo đảm thi hành các FTA mà Việt Nam tham gia gần đây như Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) năm 2018; FTA Việt Nam - Liên minh Châu Âu (EVFTA) năm 2019; FTA Việt Nam - Vương quốc Anh và Bắc Ai-len (UKVFTA) năm 2020...

VII. LÒNG GHÉP VÁN ĐỀ BÌNH ĐẲNG GIỚI TRONG DỰ ÁN LUẬT

Qua rà soát, nội dung của dự thảo Luật cho thấy các quy định trong dự án Luật đã đáp ứng các nguyên tắc bình đẳng giới, theo đó đảm bảo nam giới và nữ giới được bình đẳng trong việc tham gia vào các hoạt động trong lĩnh vực bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là luật chuyên ngành trong lĩnh vực bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, có nhiều quy định ảnh hưởng như nhau đối với cả hai giới, vì vậy dự thảo Luật không có quy định riêng đối với từng giới. Tất cả các điều khoản, đặc biệt là các quy định về quyền và nghĩa vụ của người tiêu dùng, trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh, đều không có sự phân biệt về giới tính, qua đó quyền bình đẳng giới được thể hiện rất rõ: nữ giới và nam giới khi đáp ứng đầy đủ các yêu cầu theo đúng quy định sẽ có các quyền và nghĩa vụ như nhau.

Do đó, các quy định trong dự thảo Luật không ảnh hưởng đến cơ hội, điều kiện, năng lực thực hiện quyền và nghĩa vụ khi tham gia của mỗi giới; quyền lợi được áp dụng chung, không có sự phân biệt đối xử về giới, không gây bất bình đẳng về giới.

VIII. ĐIỀU KIỆN BẢO ĐẢM VỀ NGUỒN NHÂN LỰC, TÀI CHÍNH ĐỂ THI HÀNH LUẬT SAU KHI ĐƯỢC QUỐC HỘI BAN HÀNH

Sau khi Luật được Quốc hội thông qua sẽ có một số các hoạt động chủ yếu gồm: xây dựng các văn bản quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành Luật (bao gồm cả sửa đổi, bổ sung các văn bản hiện hành), các hoạt động tuyên truyền, phổ biến nội dung của Luật (in ấn tài liệu phổ biến, đăng bài trên các phương tiện thông tin đại chúng, tổ chức hội thảo, tập huấn để phổ biến những nội dung mới của Luật v.v.); triển khai thi hành Luật và theo dõi, sơ kết, tổng kết, đánh giá tình hình thực thi Luật theo thời gian định kỳ hoặc đột xuất; đào tạo, nâng cao năng lực cho đội ngũ cán bộ thực thi v.v.. Chi phí cho các hoạt động trên sẽ được dự toán chi từ nguồn ngân sách nhà nước, đồng thời, huy động sự tham gia, đóng góp từ các đối tượng khác (các nhà tài trợ, các dự án hỗ trợ kỹ thuật từ các tổ chức quốc tế, v.v.).

Tuy nhiên, các chi phí nêu trên không làm phát sinh đáng kể chi phí cho quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, do không thay đổi nhiều cơ chế quản lý hiện hành (kinh phí và tổ chức, nhân lực cho các hoạt động quản lý trong các lĩnh vực tương ứng).

Do vậy, với điều kiện thực tế hiện nay về tài chính, cơ sở vật chất, công nghệ, nguồn nhân lực tại các cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ở Trung ương và địa phương, các cơ quan quản lý chuyên ngành trong các lĩnh vực... đủ nguồn lực, điều kiện cơ bản cho việc thi hành Luật sau khi được Quốc hội thông qua.

IX. NHỮNG VẤN ĐỀ XIN Ý KIẾN

Bộ Công Thương xin ý kiến Chính phủ đối với một số vấn đề có liên quan trong Dự thảo Luật, bao gồm:

...

Trên đây là Tờ trình về dự án Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi), Bộ Công Thương kính trình Chính phủ xem xét, quyết định.

(Xin gửi kèm theo: (1) Dự thảo Luật; (2) Báo cáo thẩm định; báo cáo giải trình tiếp thu ý kiến thẩm định của Bộ Tư pháp; (3) Báo cáo về rà soát các văn bản quy phạm pháp luật có liên quan đến dự thảo Luật; (4) Bản đánh giá thủ tục hành chính trong dự thảo Luật (5) Báo cáo về lồng ghép vấn đề bình đẳng giới; (6) Bản tổng hợp, giải trình, tiếp thu ý kiến góp ý)./.

Nơi nhận:

- Như trên;
- Thủ tướng Chính phủ (để báo cáo);
- Các Phó Thủ tướng Chính phủ (để báo cáo);
- Ủy ban KHCN MT của Quốc hội;
- Ủy ban Pháp luật của Quốc hội;
- Văn phòng Quốc hội;
- Các Bộ: TP, KH&CN, NNPTNT (để phối hợp);
- VPCP: Vụ PL, Vụ KTTH (để phối hợp);
- Lưu: VT, PC, CT.

BỘ TRƯỞNG

Nguyễn Hồng Diên

DỰ THẢO 02

LUẬT
BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG
(SỬA ĐỔI)

Căn cứ Hiến pháp nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam,
Quốc hội ban hành Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi).

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 đối với người tiêu dùng; hoạt động của tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh; bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong các giao dịch đặc thù với tổ chức, cá nhân kinh doanh; 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.
- Tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.
- Hiệp hội ngành, nghề khác hoạt động tại Việt Nam.
- Cơ quan, tổ chức, cá nhân trong nước và nước ngoài có liên quan.

Điều 3. Giải thích từ ngữ

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

- Người tiêu dùng là cá nhân mua hoặc sử dụng sản phẩm, dịch vụ cho mục đích tiêu dùng, sinh hoạt của cá nhân, gia đình.
- Tổ chức, cá nhân kinh doanh 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 sản phẩm

hoặc cung cấp dịch vụ trên thị trường nhằm mục đích sinh lợi, bao gồm:

a) Thương nhân, thương nhân nước ngoài 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. Sản phẩm có khuyết tật là sản phẩm 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 sản phẩm 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) Sản phẩm sản xuất hàng loạt có khuyết tật phát sinh từ thiết kế kỹ thuật;

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

c) Sản phẩm 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. Hợp đồng theo mẫu là hợp đồng do tổ chức, cá nhân kinh doanh soạn thảo để giao dịch với người tiêu dùng.

5. Điều kiện giao dịch chung là những quy định, quy tắc bán sản phẩm, cung cấp dịch vụ do tổ chức, cá nhân kinh doanh công bố và áp dụng đối với người tiêu dùng.

6. Sản phẩm, dịch vụ thiết yếu là sản phẩm, dịch vụ có số lượng lớn người tiêu dùng mua, sử dụng thường xuyên, liên tục, có tác động trực tiếp, lâu dài tới người tiêu dùng.

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

8. Quấy rối người tiêu dùng là hành vi tiếp xúc trực tiếp hoặc gián tiếp với người tiêu dùng để giới thiệu về sản phẩm, dịch vụ, tổ chức, cá nhân kinh doanh 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.

9. Thông tin của người tiêu dùng bao gồm thông tin cá nhân của người tiêu dùng, thông tin về quá trình tiêu dùng và các thông tin khác do người tiêu dùng hoặc tổ chức, cá nhân đưa ra liên quan đến giao dịch.

10. Người tiêu dùng dễ bị tổn thương theo quy định của Luật này bao gồm: người cao tuổi, người khuyết tật, trẻ em, người dân tộc thiểu số trong vùng dân tộc

thiểu số theo quy định của pháp luật (sau đây gọi tắt là người dân tộc thiểu số) và các nhóm người dễ bị tổn thương khác theo quy định của pháp luật có liên quan.

11. Nền tảng trung gian trực tuyến là các hệ thống thông tin do tổ chức, cá nhân thiết lập và vận hành để cung cấp môi trường trên không gian mạng cho các tổ chức, cá nhân khác giao dịch với người tiêu dùng.

12. Nền tảng trung gian trực tuyến lớn là nền tảng tác động đến số lượng đủ lớn người tiêu dùng sử dụng dịch vụ trực tuyến trên nền tảng theo quy định của Chính phủ.

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 và tổ chức, cá nhân khác.

5. Giao dịch giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh phải bảo đảm sự bình đẳng.

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 và tạo điều kiện thuận lợi để người tiêu dùng thực hiện đầy đủ các quyền của mình.

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

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

4. Huy động mọi nguồn lực nhằm tăng cường 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, kỹ năng; phát huy sự chủ động của 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.

6. Thúc đẩy sản xuất, kinh doanh, tiêu dùng bền vững.

Điều 6. Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng dễ bị tổn thương

1. Đối với người tiêu dùng là người cao tuổi, tổ chức, cá nhân kinh doanh có trách nhiệm đảm bảo thực hiện các nội dung sau:

a) Có chính sách và bảo đảm thực hiện quyền ưu tiên về giá, phí và các ưu đãi khác cho người cao tuổi trong hoạt động mua bán sản phẩm, cung cấp dịch vụ theo quy định của Luật này và pháp luật khác có liên quan;

b) Cung cấp cơ chế khiếu nại, giải quyết tranh chấp phù hợp với quyền, nghĩa vụ của người cao tuổi theo quy định của pháp luật;

c) Ngoài các hành vi bị cấm theo quy định tại Điều 16 của Luật này, chịu trách nhiệm với các hành vi bị cấm theo quy định của pháp luật về người cao tuổi trong quá trình thực hiện giao dịch với một bên là người cao tuổi;

d) Có cơ chế, chính sách chống phân biệt đối xử, xúc phạm người cao tuổi trong việc thu thập, lưu trữ, sử dụng thông tin cá nhân của người cao tuổi theo quy định của Luật này và quy định của pháp luật có liên quan;

đ) Có cơ chế, chính sách ưu đãi, hỗ trợ khác theo quy định của pháp luật đối với người cao tuổi.

2. Đối với người tiêu dùng là người khuyết tật, tổ chức, cá nhân kinh doanh có trách nhiệm đảm bảo thực hiện các nội dung sau:

a) Có chính sách và bảo đảm thực hiện quyền ưu tiên về giá, phí và các ưu đãi khác cho người khuyết tật trong quá trình mua bán sản phẩm, cung cấp dịch vụ theo quy định của Luật này và pháp luật khác có liên quan;

b) Cung cấp cơ chế khiếu nại, giải quyết tranh chấp phù hợp với dạng tật và mức độ khuyết tật của người tiêu dùng theo quy định của pháp luật;

c) Ngoài các hành vi bị cấm theo quy định tại Điều 16 của Luật này, chịu trách nhiệm với các hành vi bị cấm theo quy định của pháp luật về người khuyết tật trong quá trình thực hiện giao dịch với một bên là người khuyết tật;

d) Có cơ chế, chính sách chống kỳ thị, phân biệt đối xử, lợi dụng người khuyết tật trong việc thu thập, lưu trữ, sử dụng thông tin cá nhân của người khuyết tật theo quy định của Luật này và quy định của pháp luật có liên quan;

đ) Có cơ chế, chính sách ưu đãi, hỗ trợ khác theo quy định của pháp luật cho người khuyết tật.

3. Đối với người tiêu dùng là trẻ em, tổ chức, cá nhân kinh doanh có trách

nhệm đảm bảo thực hiện các nội dung sau:

a) Có chính sách bảo đảm thực hiện quyền ưu tiên về giá, phí, các ưu đãi khác cho trẻ em trong quá trình mua bán sản phẩm, cung cấp dịch vụ theo quy định của Luật này và pháp luật khác có liên quan;

b) Bảo đảm không bán sản phẩm, cung cấp dịch vụ bị cấm cho trẻ em theo quy định của pháp luật;

c) Cung cấp cơ chế khiếu nại, giải quyết tranh chấp phù hợp với trẻ em theo quy định của pháp luật;

d) Ngoài các hành vi bị cấm theo quy định tại Điều 16 của Luật này, chịu trách nhiệm với các hành vi bị cấm theo quy định của pháp luật về trẻ em trong quá trình thực hiện giao dịch với một bên là trẻ em;

đ) Có chính sách chống xâm hại, lạm dụng, bóc lột trẻ em trong việc thu thập, lưu trữ, sử dụng thông tin cá nhân của trẻ em theo quy định của Luật này và quy định của pháp luật có liên quan;

đ) Có cơ chế, chính sách ưu đãi, hỗ trợ khác theo quy định của pháp luật cho trẻ em.

4. Đối với người tiêu dùng là người dân tộc thiểu số, tổ chức, cá nhân kinh doanh có trách nhiệm đảm bảo thực hiện các nội dung sau:

a) Không được từ chối giải quyết khiếu nại, đề nghị giải quyết tranh chấp của người dân tộc thiểu số với lý do tiếng nói, chữ viết, phong tục, tập quán của các dân tộc này theo quy định của pháp luật;

b) Ngoài các hành vi bị cấm theo quy định tại Điều 16 của Luật này, chịu trách nhiệm với các hành vi bị cấm theo quy định của pháp luật về người dân tộc thiểu số trong quá trình thực hiện giao dịch với một bên là người dân tộc thiểu số;

c) Có cơ chế, chính sách chống phân biệt đối xử, kỳ thị, lợi dụng trong việc thu thập, lưu trữ, sử dụng thông tin cá nhân của người dân tộc thiểu số theo quy định của Luật này và quy định của pháp luật có liên quan.

Điều 7. Trách nhiệm bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng

1. Trong quá trình hoạt động kinh doanh, nếu tổ chức, cá nhân kinh doanh thực hiện việc thu thập, lưu trữ, sử dụng thông tin cá nhân của người tiêu dùng thì phải tuân thủ các quy định tại Luật này và quy định của pháp luật có liên quan về bảo vệ thông tin cá nhân.

2. Trường hợp tổ chức, cá nhân kinh doanh ủy quyền cho bên thứ ba thực hiện việc thu thập, lưu trữ, sử dụng thông tin cá nhân của người tiêu dùng:

a) Hợp đồng giữa hai bên phải quy định rõ trách nhiệm của mỗi bên trong việc tuân thủ các quy định tại Luật này và quy định của pháp luật có liên quan về bảo vệ thông tin cá nhân;

b) Nếu hợp đồng giữa hai bên không quy định rõ trách nhiệm của mỗi bên thì tổ chức, cá nhân kinh doanh chịu trách nhiệm trong trường hợp việc thu thập, lưu trữ, sử dụng thông tin cá nhân của người tiêu dùng vi phạm pháp luật.

3. Trường hợp tổ chức, cá nhân kinh doanh thu lợi ích một cách gián tiếp từ người tiêu dùng, việc thu thập, lưu trữ, sử dụng thông tin cá nhân của người tiêu dùng sẽ chịu sự điều chỉnh của Luật này và các quy định pháp luật khác có liên quan.

Điều 8. Chính sách bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng

1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh thu thập, lưu trữ, sử dụng thông tin cá nhân của người tiêu dùng phải xây dựng và công bố chính sách bảo vệ thông tin cá nhân với các nội dung sau:

a) Mục đích thu thập thông tin;

b) Phạm vi sử dụng thông tin;

c) Thời gian lưu trữ thông tin;

d) Những người hoặc tổ chức có thể được tiếp cận với thông tin đó;

đ) Địa chỉ của đơn vị thu thập và quản lý thông tin, bao gồm cách thức liên lạc để người tiêu dùng có thể liên hệ tìm hiểu về hoạt động thu thập, xử lý thông tin liên quan đến cá nhân mình;

e) Phương thức và công cụ để người tiêu dùng tiếp cận và chỉnh sửa dữ liệu cá nhân của mình.

2. Nội dung quy định tại khoản 1 Điều này phải được thông tin rõ ràng và tạo điều kiện để người tiêu dùng lựa chọn trước hoặc tại thời điểm thu thập thông tin.

Điều 9. Thông báo khi thu thập thông tin cá nhân của người tiêu dùng

1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh thu thập thông tin cá nhân của người tiêu dùng phải được sự đồng ý trước của người tiêu dùng có thông tin đó.

2. Tổ chức, cá nhân kinh doanh phải thiết lập cơ chế để người tiêu dùng có điều kiện lựa chọn các trường thông tin mà người tiêu dùng đồng ý cung cấp và bày tỏ sự chấp thuận, trừ trường hợp quy định tại khoản 1 Điều 10 Luật này.

3. Tổ chức, cá nhân kinh doanh thu thập thông tin phải có cơ chế để người

tiêu dùng lựa chọn việc cho phép hoặc không cho phép sử dụng thông tin cá nhân của họ trong những trường hợp sau:

a) Chia sẻ, tiết lộ, chuyển giao thông tin cho bên thứ ba;

b) Sử dụng thông tin cá nhân để gửi quảng cáo, giới thiệu sản phẩm và các thông tin có tính thương mại khác.

4. Tổ chức, cá nhân kinh doanh không phải thông báo cho người tiêu dùng khi thu thập thông tin trong các trường hợp sau:

a) Thu thập thông tin cá nhân đã được công bố công khai;

b) Thu thập thông tin cá nhân để giao kết hoặc thực hiện hợp đồng mua bán sản phẩm, dịch vụ;

c) Thu thập thông tin cá nhân để tính giá, cước sử dụng thông tin, sản phẩm, dịch vụ.

Điều 10. Sử dụng thông tin cá nhân của người tiêu dùng

1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh phải sử dụng thông tin cá nhân của người tiêu dùng đúng với mục đích và phạm vi đã thông báo, trừ các trường hợp sau:

a) Có thỏa thuận riêng với người tiêu dùng về mục đích và phạm vi sử dụng ngoài những mục đích, phạm vi đã thông báo;

b) Để cung cấp sản phẩm hoặc dịch vụ theo yêu cầu của người tiêu dùng;

c) Thực hiện các nghĩa vụ theo quy định của pháp luật.

2. Khi tổ chức, cá nhân kinh doanh thay đổi mục đích và phạm vi đã thông báo cho người tiêu dùng thì phải thông báo lại và nhận được sự đồng ý của người tiêu dùng về việc thay đổi.

3. Việc sử dụng thông tin quy định tại Điều này bao gồm cả việc chia sẻ, tiết lộ và chuyển giao thông tin cá nhân của người tiêu dùng cho bên thứ ba.

Điều 11. Bảo đảm an toàn, an ninh thông tin cá nhân của người tiêu dùng

1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh phải đảm bảo an toàn, an ninh cho thông tin cá nhân của người tiêu dùng mà họ thu thập và lưu trữ, ngăn ngừa các hành vi sau:

a) Đánh cắp hoặc tiếp cận thông tin trái phép;

b) Sử dụng thông tin trái phép;

c) Thay đổi, phá hủy thông tin trái phép.

2. Tổ chức, cá nhân kinh doanh phải có cơ chế tiếp nhận và giải quyết khiếu nại của người tiêu dùng liên quan đến việc thông tin cá nhân bị thu thập trái phép, sử dụng sai mục đích hoặc phạm vi đã thông báo.

3. Trong trường hợp hệ thống thông tin bị tấn công làm phát sinh nguy cơ mất thông tin cá nhân của người tiêu dùng, tổ chức, cá nhân kinh doanh hoặc bên lưu trữ thông tin liên quan phải thông báo cho cơ quan chức năng trong vòng 24 (hai mươi bốn) giờ sau khi phát hiện sự cố và thực hiện các biện pháp cần thiết để bảo đảm an toàn, an ninh thông tin cá nhân của người tiêu dùng.

Điều 12. Kiểm tra, cập nhật, điều chỉnh, chuyển giao hoặc hủy bỏ thông tin cá nhân của người tiêu dùng

1. Người tiêu dùng có quyền yêu cầu tổ chức, cá nhân kinh doanh thực hiện việc kiểm tra, cập nhật, điều chỉnh, chuyển giao hoặc hủy bỏ thông tin cá nhân của mình.

2. Tổ chức, cá nhân kinh doanh có nghĩa vụ kiểm tra, cập nhật, điều chỉnh, chuyển giao hoặc hủy bỏ thông tin cá nhân của người tiêu dùng khi có yêu cầu hoặc cung cấp cho người tiêu dùng công cụ để tự kiểm tra, cập nhật, điều chỉnh, chuyển giao hoặc hủy bỏ thông tin cá nhân của mình.

Điều 13. 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 sản phẩm, dịch vụ của cá nhân hoạt động thương mại độc lập, thường xuyên, không phải đăng ký kinh doanh.

Điều 14. Quyền của người tiêu dùng

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

2. Được cung cấp thông tin chính xác, đầy đủ về sản phẩm, dịch vụ; tổ chức, cá nhân kinh doanh; nội dung giao dịch sản phẩm, dịch vụ; nguồn gốc, xuất xứ hàng hóa; được cung cấp hoá đơn, chứng từ, tài liệu liên quan đến giao dịch và

thông tin cần thiết khác về sản phẩm, dịch vụ mà người tiêu dùng đã mua, sử dụng.

3. Lựa chọn sản phẩm, dịch vụ, tổ chức, cá nhân kinh doanh 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.

4. Góp ý kiến với tổ chức, cá nhân kinh doanh về giá cả, chất lượng sản phẩm, 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.

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 sản phẩm, 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 đã đăng ký, công bố, niêm yết, quảng cáo, cam kết hoặc theo quy định của pháp luật.

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 và kỹ năng về tiêu dùng sản phẩm, dịch vụ.

9. Được tạo điều kiện lựa chọn môi trường tiêu dùng lành mạnh và bền vững.

Điều 15. Nghĩa vụ của người tiêu dùng

1. Kiểm tra về sản phẩm, dịch vụ trước khi nhận; lựa chọn tiêu dùng sản phẩm, dịch vụ có nguồn gốc, xuất xứ rõ ràng; tiêu dùng bền vững, không 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 sản phẩm, dịch vụ.

2. Thông tin cho cơ quan quản lý nhà nước, tổ chức, cá nhân có liên quan khi phát hiện sản phẩm, 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 xâm phạm đến lợi ích của Nhà nước, lợi ích công cộng, quyền, lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng.

Điều 16. Các hành vi bị cấm

1. Cấm tổ chức, cá nhân kinh doanh:

a) 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: sản phẩm, dịch vụ mà tổ chức, cá nhân kinh doanh cung cấp; uy tín, khả năng kinh doanh, khả năng cung cấp sản phẩm, dịch vụ của tổ chức, cá nhân kinh doanh; nội dung, đặc điểm giao dịch giữa người tiêu dùng với tổ chức, cá nhân kinh doanh;

b) Quấy rối người tiêu dùng thông qua tiếp thị sản phẩm, 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;

c) Ép buộc người tiêu dùng thông qua việc thực hiện một trong các hành vi: 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; lợi dụng hoàn cảnh khó khăn của người tiêu dùng hoặc lợi dụng thiên tai, dịch bệnh để ép buộc giao dịch;

d) 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;

đ) Yêu cầu người tiêu dùng thanh toán cho việc sử dụng sản phẩm, dịch vụ đã cung cấp mà không có thỏa thuận trước với người tiêu dùng;

e) Lợi dụng hoàn cảnh khó khăn của người tiêu dùng hoặc lợi dụng thiên tai, dịch bệnh để cung cấp sản phẩm, dịch vụ gây thiệt hại đến tính mạng, sức khỏe, tài sản của người tiêu dùng;

g) Không bảo đảm chất lượng sản phẩm, dịch vụ theo quy định của pháp luật gây thiệt hại đến tính mạng, sức khỏe, tài sản của người tiêu dùng;

h) Không đền bù, trả lại tiền hoặc đổi lại sản phẩm, dịch vụ cho người tiêu dùng do nhầm lẫn;

i) Đánh tráo, gian lận sản phẩm, dịch vụ khi giao hàng, cung cấp dịch vụ cho người tiêu dùng;

k) Tự ý bớt lại bao bì, phụ tùng, linh kiện thay thế, hàng khuyến mại, tài liệu kỹ thuật và hướng dẫn sử dụng kèm theo khi bán hàng, cung cấp dịch vụ;

l) Tổ chức, cá nhân không tuân thủ các quy định pháp luật liên quan tới lĩnh vực sản xuất, kinh doanh trước khi cung cấp sản phẩm, dịch vụ tới người tiêu dùng;

m) Sử dụng hoặc lợi dụng hình ảnh, lời khuyên, khuyến nghị của người có ảnh hưởng, có uy tín nhằm xúc tiến thương mại hoặc khuyến khích người tiêu dùng mua, sử dụng sản phẩm, dịch vụ, mà không thông báo trước cho người tiêu dùng đây là các nội dung được tài trợ.

2. Cấm thực hiện các hành vi bán hàng đa cấp bất chính quy định tại

khoản 3 Điều 44 Luật này.

3. Cấm quy định các điều khoản không có hiệu lực quy định tại Điều 24 của Luật này trong các hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, điều kiện giao dịch chung.

4. Ngoài các quy định tại khoản 1, khoản 3 Điều này, cấm nền tảng trung gian trực tuyến thực hiện những hành vi sau đây:

a) Ép buộc hoặc ngăn cản người tiêu dùng đăng ký, sử dụng nền tảng trung gian trực tuyến khác như điều kiện bắt buộc để sử dụng dịch vụ;

b) Hạn chế sự lựa chọn của người tiêu dùng thông qua việc sắp xếp ưu tiên lựa chọn sản phẩm bất hợp lý giữa các tổ chức, cá nhân kinh doanh cung cấp trên nền tảng;

c) Sử dụng các biện pháp ngăn hiển thị hoặc hiển thị không trung thực kết quả phản hồi, đánh giá của người tiêu dùng về sản phẩm, dịch vụ; tổ chức, cá nhân kinh doanh trên nền tảng;

d) Sử dụng các biện pháp để ngăn cản đăng ký, hoạt động, đánh giá, hiển thị phản hồi của tổ chức xã hội tham gia bảo vệ người tiêu dùng;

đ) Ngăn cản người tiêu dùng gỡ bỏ các phần mềm, ứng dụng cài đặt sẵn hoặc buộc người dùng cài đặt các phần mềm, ứng dụng kèm theo dịch vụ nền tảng trung gian trực tuyến.

5. Cấm người tiêu dùng, tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, tổ chức, cá nhân kinh doanh 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.

Điều 17. 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.