

TÀI LIỆU GIỚI THIỆU NỘI DUNG CƠ BẢN LUẬT BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG NĂM 2023

Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam khóa XV, kỳ họp thứ 5 thông qua ngày 20 tháng 6 năm 2023. Luật này có hiệu lực thi hành từ ngày 01 tháng 7 năm 2024. Đối với hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung đã được công khai, áp dụng đối với người tiêu dùng trước ngày Luật này có hiệu lực thi hành thì hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung không thuộc trường hợp phải đăng ký theo quy định của pháp luật, tổ chức, cá nhân kinh doanh phải hoàn thành việc sửa đổi, bổ sung nội dung, hình thức của hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung và công khai để phù hợp với quy định của Luật này trước ngày 31/12/2024; hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung thuộc trường hợp phải đăng ký theo quy định của pháp luật tại thời điểm Luật này có hiệu lực thi hành, tổ chức, cá nhân kinh doanh phải hoàn thành việc đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung phù hợp với quy định của Luật này trước ngày 31/12/2024

I. SỰ CẦN THIẾT BAN HÀNH

Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010 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. Sau gần 12 năm thực thi, các quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010 và các văn bản hướng dẫn đã góp phần thay đổi mạnh mẽ công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, đồng thời, kiến tạo các khung khổ, nền tảng cơ bản vững chắc để tiếp tục tạo dựng sự phát triển các hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại Việt Nam trong thời gian tới.

Tuy nhiên, nhu cầu cấp thiết về kịp thời thể chế hóa quan điểm chủ trương của Đảng tại Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII, Hiến pháp năm 2013; để phù hợp với sự thay đổi của bối cảnh kinh tế - xã hội, xu hướng hội nhập quốc tế; trên cơ sở nhận diện những hạn chế, bất cập sau 12 năm ban hành, tổ chức thực hiện các quy

định hiện hành cho thấy Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010 cần được sửa đổi, bổ sung với các lý do cụ thể như sau:

1. Đảm bảo sự thích ứng với môi trường kinh doanh mới

Tình hình môi trường kinh doanh – tiêu dùng cả trong nước và quốc tế có những biến động so với thời điểm nghiên cứu, xây dựng và ban hành Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010. 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 năm 2015, Bộ luật Tố tụng dân sự năm 2015, Luật An ninh mạng năm 2018, Luật Cạnh tranh năm 2018, Luật Quản lý ngoại thương năm 2017...

Bên cạnh đó, sự phát triển kinh tế, xã hội, khoa học và công nghệ 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 năm 2010 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...

2. Khắc phục hạn chế, bất cập của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010

Một số bất cập, hạn chế nổi bật trong các quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010 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 quyết¹. Tuy số lượng tranh chấp được giải quyết qua phương thức thương lượng, hòa giải chiếm số lượng lớn nhưng hiệu quả, giá trị và hiệu lực thi hành của các phương thức này là chưa cao.

- 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, 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 doanh nghiệp 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 điều chỉnh.

¹ 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.

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

3. Đáp ứng các yêu cầu trong xu thế hội nhập kinh tế và phù hợp với các cam kết quốc tế

Các quốc gia trên thế giới xác định pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là công cụ hữu hiệu để Nhà nước thực hiện chức năng đảm bảo quyền công dân, quyền của người tiêu dùng trong các giao dịch, đồng thời, điều chỉnh, định hướng hoạt động kinh doanh của các tổ chức, cá nhân kinh doanh. Việc sử dụng hiệu quả các cơ chế, công cụ, chính sách bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng mà chủ yếu là thông qua thực thi pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng sẽ có tác dụng tương hỗ cho các chính sách quản lý ngành khác, góp phần quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả vận hành của nền kinh tế, xây dựng môi trường kinh doanh lành mạnh, nâng cao uy tín và sức thu hút của nền kinh tế của đất nước trên bình diện khu vực và thế giới. Điều này đặc biệt quan trọng trong bối cảnh tình hình kinh tế thế giới được dự báo là có những diễn biến phức tạp, xu hướng trỗi dậy của chủ nghĩa bảo hộ tại một số quốc gia trên thế giới tiềm ẩn tác động bất lợi đến nền kinh tế trong nước.

Việt Nam đang trong tiến trình hội nhập sâu rộng vào kinh tế thế giới. Trong nhiều Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới mà Việt Nam tham gia đều có các cam kết về chính sách bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ở Việt Nam. (Ví dụ như tại Chương 16 của Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương có quy định tại Điều 16.6 về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong đó có các cam kết về 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...). Do đó, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010 cần được sửa đổi theo hướng phù hợp với các cam kết quốc tế và khai thác tốt cơ hội mà các hiệp định thương mại tự do mang lại.

Từ những lý do nêu trên, việc xây dựng Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023 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 năm 2010 mà còn nhằm thực hiện chủ trương của Đảng và Nhà nước về hoàn thiện thể

chế bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; đảm bảo phù hợp với 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 VÀ QUAN ĐIỂM XÂY DỰNG LUẬT BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG NĂM 2023

1. Mục đích

Việc xây dựng Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023 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 gần 12 năm thi hành của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010.
- Xử lý những mâu thuẫn, chồng chéo, bất cập giữa Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010 với các văn bản quy phạm pháp luật được Quốc hội ban hành sau như Bộ luật Dân sự năm 2015; Bộ luật Hình sự năm 2015, sửa đổi, bổ sung năm 2017; Bộ luật Tố tụng dân sự năm 2015; Luật Xử lý vi phạm hành chính năm 2012 (sửa đổi, bổ sung năm 2014, năm 2017 và năm 2020); Luật Doanh nghiệp năm 2020; Luật Đầu tư năm 2020; Luật Cạnh tranh năm 2018... nhằm đảm bảo tính thống nhất, đồng bộ của hệ thống pháp luật.
- Thể chế hóa, nội luật hóa các cam kết để phù hợp với thông lệ quốc tế.
- Hoàn thiện chính sách, pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng theo hướng khuyến khích sáng tạo trong việc xây dựng và thực thi quy định, 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 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 xây dựng Luật

- Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010 được xác định là đạo luật giữ vai trò trung tâm trong hệ thống các văn bản quy phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, là tiêu chuẩn, cơ sở để tham chiếu trong quá trình xây dựng hay thực thi các văn bản quy phạm pháp luật khác liên quan đến bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

- Khẳng định bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là trách nhiệm chung của toàn xã hội và bảo vệ người tiêu dùng chính là bảo vệ những quyền thiêng liêng của mỗi công dân.

- Tiếp tục bảo vệ sự yếu thế của người tiêu dùng trong các giao dịch với các tổ chức, cá nhân kinh doanh. Bản chất của quan hệ giữa người tiêu dùng và doanh nghiệp là một loại quan hệ tư, pháp luật của hầu hết các nước đều dành cho các bên trong quan hệ hợp đồng một sự tự do thỏa thuận và sự can thiệp của nhà nước vào các dạng quan hệ này tương đối hạn chế. 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, từ đó, gây hậu quả xấu tới lợi ích chung của xã hội. 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 thường ít có cơ hội đàm phán, thương lượng trong quan hệ với tổ chức, cá nhân kinh doanh. Do đó sự can thiệp của nhà nước vào các quan hệ tư này sẽ góp phần ổn định trật tự xã hội, bảo vệ lợi ích chung của xã hội và trong một chừng mực nhất định tạo ra thế cân bằng trong giao lưu dân sự.

- 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. Theo đó, các quy định cần phải được xây dựng theo hướng giúp ngăn chặn, hạn chế đối với các tổ chức, cá nhân kinh doanh vi phạm nhưng cũng cần khuyến khích, bảo vệ các tổ chức, cá nhân kinh doanh chân chính.

- Thúc đẩy xã hội hóa công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

- Tăng cường bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên không gian mạng và các giao dịch xuyên biên giới.

- 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. BỐ CỤC VÀ NỘI DUNG CƠ BẢN CỦA LUẬT

Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023 có 07 Chương và 80 Điều, cụ thể:

- Chương I - Những quy định chung: Chương này gồm 13 điều (từ Điều 1 đến Điều 13).

- Chương II – Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh đối với người tiêu dùng: Chương này gồm 23 Điều (từ Điều 14 đến Điều 36).

- Chương III - Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh đối với người tiêu dùng trong giao dịch đặc thù: Chương này gồm 11 Điều (từ Điều 37 đến Điều 47).

- Chương IV - Hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, tổ chức Chính trị xã hội và tổ chức xã hội: Chương này gồm 6 Điều (từ Điều 48 đến Điều 53).

- Chương V - Giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh: Chương này gồm 20 Điều (từ Điều 54 đến Điều 73).

- Chương VI - Quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Chương này gồm 04 Điều (từ Điều 74 đến Điều 77).

- Chương VII - Điều khoản thi hành: Chương này gồm 03 Điều (từ Điều 78 đến Điều 80).

IV. NỘI DUNG CƠ BẢN CỦA LUẬT

1. Về đối tượng áp dụng:

Điều 2 Luật Bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng quy định đối tượng áp dụng gồm: người tiêu dùng; tổ chức, cá nhân kinh doanh; Mặt trận Tổ quốc Việt Nam; tổ chức chính trị - xã hội; tổ chức chính trị xã hội - nghề nghiệp, tổ chức xã hội, tổ chức xã hội - nghề nghiệp (sau đây gọi chung là tổ chức xã hội) tham gia bảo vệ quyền

lợi người tiêu dùng; cơ quan, tổ chức, cá nhân trong nước và nước ngoài có liên quan đến bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

So với Luật năm 2010, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023 bổ sung thêm nhóm đối tượng áp dụng là Mặt trận Tổ quốc Việt Nam; tổ chức chính trị - xã hội; làm rõ tổ chức xã hội bao gồm tổ chức chính trị xã hội - nghề nghiệp, tổ chức xã hội, tổ chức xã hội - nghề nghiệp; cơ quan, tổ chức, cá nhân trong nước và nước ngoài có liên quan đến bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Đối với tổ chức xã hội, Luật phân tách rõ tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng bao gồm tổ chức xã hội có tôn chỉ, mục đích tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (thường được biết đến là các Hội Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng) và tổ chức xã hội khác tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được Nhà nước giao thực hiện một số nhiệm vụ về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và được Nhà nước hỗ trợ kinh phí theo quy định của pháp luật về ngân sách nhà nước. Riêng đối với tổ chức xã hội có tôn chỉ, mục đích tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Luật quy định một khoản cụ thể về các hoạt động mà cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền giao thực hiện. Quy định cụ thể, rõ ràng như trên sẽ tạo căn cứ cụ thể để các Hội Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng đề xuất các cơ quan quản lý nhà nước thực hiện giao nhiệm vụ và cấp ngân sách để thực hiện các nhiệm vụ giao cho các Hội.

Cùng với những đối tượng mới trên, Luật bổ sung đối tượng áp dụng là cơ quan, tổ chức, cá nhân nước ngoài có liên quan đến bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng nhằm kịp thời điều chỉnh các giao dịch có yếu tố xuyên biên giới, đặc biệt là các giao dịch phát sinh trên không gian mạng. Để điều chỉnh đối tượng mới này, Luật bổ sung quy định về hợp tác quốc tế trong bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, trong đó xác định rõ các nguyên tắc, phạm vi hợp tác quốc tế.

2. Về định nghĩa người tiêu dùng

Theo Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023, định nghĩa về người tiêu dùng đã có sự thay đổi quan trọng, trở nên rõ ràng và toàn diện hơn, đồng thời đáp ứng tốt hơn nhu cầu và quyền lợi của các cá nhân và nhóm người tiêu dùng trong xã hội. Theo đó, người tiêu dùng hiện được xác định là người mua và sử dụng sản

phẩm, hàng hoá, dịch vụ với mục đích tiêu dùng và sinh hoạt mà không vì mục đích thương mại. Trong khi đó, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010 chỉ xác định người tiêu dùng là người mua và sử dụng hàng hoá, dịch vụ cho mục đích tiêu dùng và sinh hoạt cá nhân, gia đình, tổ chức.

Ngoài ra, Luật năm 2023 cũng bổ sung thêm 07 đối tượng được coi là người tiêu dùng dễ bị tổn thương, bao gồm người cao tuổi, người khuyết tật, trẻ em, người dân tộc thiểu số, người sống tại vùng dân tộc thiểu số và miền núi, hải đảo, vùng có điều kiện khó khăn hoặc đặc biệt khó khăn, phụ nữ mang thai/nuôi con dưới 3 tuổi, người bị bệnh hiểm nghèo, thành viên hộ nghèo. Điều này nhằm đảm bảo rằng những đối tượng này sẽ được hưởng các quyền lợi và bảo vệ đặc biệt trong quá trình tiêu dùng.

3. Về quyền và nghĩa vụ của người tiêu dùng:

Nhằm bảo đảm và nâng cao vai trò, vị trí của người tiêu dùng trong xu hướng tiêu dùng mới, Luật năm 2023 bổ sung một số quyền và nghĩa vụ của người tiêu dùng so với Luật năm 2010, cụ thể:

* Về quyền: Điều 4 Luật Bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng năm 2023 quy định người tiêu dùng có 11 quyền trong đó có 03 quyền mới, gồm:

- + Được tạo điều kiện lựa chọn môi trường tiêu dùng lành mạnh và bền vững;
- + Được bảo vệ khi sử dụng dịch vụ công theo quy định của Luật này và quy định khác của pháp luật có liên quan;
- + Quyền khác theo quy định của pháp luật.

* Về nghĩa vụ: Để cân bằng giữa quyền và nghĩa vụ của người tiêu dùng, Điều 5 Luật Bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng 2023 đã bổ sung thêm 04 nghĩa vụ mới, gồm:

- + Không xâm phạm đến lợi ích quốc gia, dân tộc, lợi ích công cộng.
- + Tuân thủ điều kiện, hướng dẫn vận chuyển, bảo quản, sử dụng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ; quy định về kiểm định, bảo vệ môi trường, tiêu dùng bền vững theo quy định của pháp luật.

+ Chịu trách nhiệm về việc cung cấp không chính xác hoặc không đầy đủ về thông tin liên quan đến giao dịch giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh theo quy định của pháp luật.

+ Nghĩa vụ khác theo quy định của pháp luật.

4. Về sản xuất và tiêu dùng bền vững

Để kịp thời đáp ứng yêu cầu của thực tiễn, thể hiện rõ vai trò của người tiêu dùng trong xu hướng tiêu dùng mới, khoản 10 Điều 3 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023 bổ sung thêm khái niệm về “tiêu dùng bền vững là việc sử dụng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ đáp ứng mục đích tiêu dùng, sinh hoạt của cá nhân, gia đình, cơ quan, tổ chức một cách hiệu quả, đồng thời giảm thiểu các tác động tiêu cực về môi trường, kinh tế - xã hội”.

Ngoài ra, tại khoản 7 Điều 7 Luật cũng quy định cụ thể các hoạt động thúc đẩy sản xuất và tiêu dùng bền vững, bao gồm:

+ Khuyến khích, thúc đẩy đầu tư, sản xuất, lưu thông, phân phối, xuất khẩu, nhập khẩu sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ, công nghệ thân thiện môi trường hướng đến kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn nhằm nâng cao lợi ích của người tiêu dùng;

+ Hỗ trợ tổ chức, cá nhân ứng dụng, phát triển khoa học, công nghệ tiên tiến, mã số, mã vạch, truy xuất nguồn gốc để sản xuất, cung cấp sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ an toàn, bảo đảm chất lượng, nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ;

+ Tham gia chủ động và có trách nhiệm vào các hoạt động thúc đẩy sản xuất, tiêu dùng bền vững của khu vực và thế giới.

Luật năm 2023 cũng quy định về trách nhiệm của các Bộ, cơ quan ngang Bộ, UBND các cấp trong việc thúc đẩy sản xuất và tiêu dùng bền vững.

5. Về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng dễ bị tổn thương

Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng dễ bị tổn thương là quy định mới, thể hiện rõ nét chủ trương, chính sách nhân văn của Nhà nước và Chính phủ trong việc bảo vệ toàn diện quyền lợi chính đáng của người dân. Khoản 1 Điều 8 Luật năm 2023 đã xác định rõ: Người tiêu dùng dễ bị tổn thương là người tiêu dùng có khả năng chịu

nhiều tác động bất lợi về tiếp cận thông tin, sức khỏe, tài sản, giải quyết tranh chấp tại thời điểm mua hoặc sử dụng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ, bao gồm:

- + Người cao tuổi theo quy định của pháp luật về người cao tuổi;
- + Người khuyết tật theo quy định của pháp luật về người khuyết tật;
- + Trẻ em theo quy định của pháp luật về trẻ em;
- + Người dân tộc thiểu số; người sinh sống tại vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi, hải đảo, vùng có điều kiện kinh tế - xã hội khó khăn, vùng có điều kiện kinh tế - xã hội đặc biệt khó khăn theo quy định của pháp luật;
- + Phụ nữ đang mang thai hoặc nuôi con dưới 36 tháng tuổi;
- + Người bị bệnh hiểm nghèo theo quy định của pháp luật;
- + Thành viên hộ nghèo theo quy định của pháp luật.

Để tăng cường bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng dễ bị tổn thương, Luật quy định cụ thể việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng dễ bị tổn thương được thực hiện như sau:

- Người tiêu dùng dễ bị tổn thương được bảo đảm các quyền của người tiêu dùng theo quy định của Luật này và các quyền, chính sách ưu tiên theo quy định khác của pháp luật có liên quan.

- Tổ chức, cá nhân kinh doanh chủ động, tự chịu trách nhiệm tổ chức thực hiện quy định về giao dịch với người tiêu dùng dễ bị tổn thương (gồm: Bảo đảm việc thực hiện quyền của người tiêu dùng dễ bị tổn thương trong quá trình mua bán sản phẩm, hàng hóa, cung cấp dịch vụ theo quy định của pháp luật; áp dụng cơ chế giải quyết khiếu nại, tranh chấp theo quy định của pháp luật phù hợp với từng đối tượng người tiêu dùng dễ bị tổn thương; không được từ chối giải quyết yêu cầu được bảo vệ của người tiêu dùng dễ bị tổn thương do khác biệt về tiếng nói, chữ viết, phong tục, tập quán; chống kỳ thị, phân biệt đối xử, lợi dụng yếu tố dễ bị tổn thương để xâm phạm quyền, lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng trong quá trình thực hiện giao dịch; xây dựng, ban hành trình tự, thủ tục, phương thức hoặc biện pháp phù hợp với từng đối tượng người tiêu dùng dễ bị tổn thương để bảo đảm quyền khiếu nại, yêu cầu giải quyết tranh chấp và các quyền khác của người tiêu dùng dễ bị tổn thương; xây dựng,

cập nhật, công khai cho người tiêu dùng dễ bị tổn thương các nội dung quy định tại khoản này theo hình thức niêm yết tại trụ sở, địa điểm kinh doanh hoặc đăng tải trên trang thông tin điện tử, phần mềm ứng dụng (nếu có) và đào tạo, tập huấn cho người lao động của mình về các nội dung đó; trách nhiệm khác theo quy định của Luật này và quy định khác của pháp luật có liên quan). Trách nhiệm này không bắt buộc áp dụng đối với cá nhân hoạt động thương mại độc lập, thường xuyên, không phải đăng ký kinh doanh; doanh nghiệp nhỏ, siêu nhỏ theo quy định của pháp luật, trừ trường hợp doanh nghiệp đó thực hiện giao dịch quy định tại Chương III của Luật này.

- Khi người tiêu dùng dễ bị tổn thương có yêu cầu được bảo vệ kèm theo chứng cứ, tài liệu chứng minh mình là người tiêu dùng dễ bị tổn thương và về việc quyền lợi của mình bị xâm phạm, tổ chức, cá nhân kinh doanh phải ưu tiên tiếp nhận, xử lý và không chuyển yêu cầu của người tiêu dùng cho bên thứ ba giải quyết, trừ trường hợp bên thứ ba đó có nghĩa vụ liên quan. Trường hợp từ chối giải quyết yêu cầu của người tiêu dùng dễ bị tổn thương, tổ chức, cá nhân kinh doanh phải trả lời bằng văn bản, trong đó nêu rõ căn cứ pháp lý và sự không phù hợp với nội dung chính sách đã công bố theo quy định.

- Tổ chức, cá nhân kinh doanh phải bồi thường thiệt hại theo quy định của pháp luật về dân sự cho người tiêu dùng dễ bị tổn thương trong trường hợp chậm, từ chối ưu tiên hoặc từ chối tiếp nhận, xử lý yêu cầu của người tiêu dùng theo quy định.

- Cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, tổ chức chính trị - xã hội, tổ chức xã hội bảo đảm ưu tiên tiếp nhận, xử lý yêu cầu của người tiêu dùng dễ bị tổn thương và hướng dẫn người tiêu dùng dễ bị tổn thương cung cấp các chứng cứ, tài liệu về việc quyền lợi của mình bị xâm phạm.

- Cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, tổ chức chính trị - xã hội, tổ chức xã hội có trách nhiệm hướng dẫn, kiểm tra, giám sát, xử lý vi phạm đối với tổ chức, cá nhân kinh doanh trong quá trình tổ chức thực hiện trách nhiệm khi giao dịch với người tiêu dùng dễ bị tổn thương, tổ chức, cá nhân kinh doanh tại khoản 3 Điều 8 Luật năm 2023 phù hợp với thẩm quyền theo quy định của pháp luật.

6. Về các hành vi bị cấm

Điều 10 Luật năm 2023 quy định về các hành vi bị nghiêm cấm trong bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, trong đó Luật đã bổ sung một số hành vi bị nghiêm cấm, gồm:

+ Hành vi bị nghiêm cấm với tổ chức, cá nhân bán hàng đa cấp, gồm: yêu cầu người khác phải đặt cọc, nộp một khoản tiền hoặc mua một số lượng hàng hóa nhất định để tham gia bán hàng đa cấp; cung cấp thông tin gian dối, gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng, cá nhân tham gia bán hàng đa cấp; kinh doanh theo phương thức đa cấp không có giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp; tổ chức hoạt động giới thiệu về hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp không có giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp; kinh doanh theo phương thức đa cấp đối với dịch vụ hoặc hình thức khác không phải là mua bán hàng hóa, trừ trường hợp pháp luật có quy định khác; phát triển mạng lưới bán hàng đa cấp không dựa trên giao dịch mua bán hàng hóa; thực hiện hành vi quy định nghiêm cấm với tổ chức, cá nhân kinh doanh.

+ Hành vi bị nghiêm cấm với tổ chức, cá nhân kinh doanh thiết lập, vận hành, cung cấp dịch vụ nền tảng số, gồm: ép buộc hoặc ngăn cản người tiêu dùng đăng ký sử dụng hoặc sử dụng nền tảng số trung gian khác như là điều kiện bắt buộc để sử dụng dịch vụ; hạn chế quyền lựa chọn của người tiêu dùng thông qua việc sắp xếp ưu tiên lựa chọn sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ giữa các tổ chức, cá nhân kinh doanh cung cấp trên nền tảng số mà không công khai tiêu chí lựa chọn; sử dụng biện pháp ngăn hiển thị hoặc hiển thị không trung thực kết quả phản hồi, đánh giá của người tiêu dùng về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ, tổ chức, cá nhân kinh doanh trên nền tảng số, trừ trường hợp phản hồi, đánh giá đó vi phạm quy định của pháp luật, trái đạo đức xã hội; sử dụng biện pháp ngăn cản đăng ký, hoạt động, đánh giá, hiển thị phản hồi của tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; ngăn cản người tiêu dùng gỡ bỏ phần mềm, ứng dụng cài đặt sẵn mà không ảnh hưởng đến tính năng kỹ thuật cơ bản giúp nền tảng số vận hành bình thường hoặc buộc người tiêu dùng cài đặt phần mềm, ứng dụng kèm theo trên nền tảng số; thực hiện hành vi quy định nghiêm cấm với tổ chức, cá nhân kinh doanh.

7. Về trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh đối với người tiêu dùng

Luật bổ sung quy định về trách nhiệm bảo đảm an toàn, đo lường, số lượng, khối lượng, chất lượng, công dụng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ bán, cung cấp cho người tiêu dùng; quy định cụ thể trách nhiệm bảo vệ thông tin của người tiêu dùng; làm rõ thời hạn tính lại bảo hành trong trường hợp đổi mới sản phẩm, hàng hóa; bổ sung quy định về trách nhiệm tiếp nhận và giải quyết phản ánh, yêu cầu, khiếu nại của người tiêu dùng.

Đối với quy định về thu hồi sản phẩm, hàng hóa có khuyết tật: Luật phân loại 02 nhóm sản phẩm, hàng hóa có khuyết tật, gồm nhóm A và nhóm B. Nhóm A là sản phẩm, hàng hóa có khả năng gây thiệt hại cho tính mạng, sức khỏe của người tiêu dùng; nhóm B là sản phẩm, hàng hóa có khả năng gây thiệt hại cho tài sản của người tiêu dùng. Đối với mỗi nhóm, Luật quy định trách nhiệm thu hồi tương ứng nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho tổ chức, cá nhân kinh doanh trong việc xác định nhóm khuyết tật và thực hiện thu hồi theo phương thức phù hợp.

Để bảo vệ toàn diện quyền lợi người tiêu dùng, Luật bổ sung quy định về trách nhiệm trong việc cung cấp dịch vụ không đúng nội dung đã đăng ký, thông báo, công bố, niêm yết, quảng cáo, giới thiệu, giao kết, cam kết.

8. Về một số giao dịch đặc thù

Trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghệ lần thứ tư và kinh tế số đang phát triển mạnh mẽ, để kịp thời điều chỉnh và tăng khả năng bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong các giao dịch có yếu tố mới, đặc thù, Luật năm 2023 bổ sung một số quy định nhằm tăng cường trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh trong các giao dịch, gồm:

- Quy định về giao dịch từ xa: Luật năm 2010 không đề cập đến thuật ngữ "giao dịch từ xa". Thay vào đó, chỉ có quy định về hợp đồng giao kết từ xa trong Nghị định số 99/2011/NĐ-CP. Tuy nhiên, theo Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023, giao dịch từ xa được hiểu là các giao dịch thực hiện qua mạng, phương tiện điện tử hoặc phương tiện khác mà người tiêu dùng không có cơ hội kiểm tra hoặc tiếp xúc trực tiếp với sản phẩm, dịch vụ trước khi tham gia giao dịch. Một số điểm mới liên quan đến giao dịch từ xa:

+ Giao dịch từ xa buộc các bên tham gia cung cấp các thông tin một cách chính xác và đầy đủ: tên, địa chỉ, số điện thoại, phương thức liên hệ khác; giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh hoặc mã số doanh nghiệp...; số lượng, chất lượng, công dụng, giá cả, nguồn gốc, xuất xứ, thời hạn sử dụng... của hàng hoá, dịch vụ; phí giao hàng (nếu có); thời hạn thanh toán; cách bán hàng hoặc cung cấp sản phẩm, điều kiện đổi, trả hàng hoá nếu bị lỗi;...

+ Giao dịch từ xa lập thành văn bản có các nội dung về: thông tin mà bên cung cấp hàng hoá; quyền, nghĩa vụ của các bên; biện pháp xử lý khi thông tin được cung cấp có sai sót;...

+ Nêu rõ phương thức giao dịch từ xa cụ thể là: qua điện thoại hay qua không gian mạng,...

- Quy định trách nhiệm thông báo công khai về đại diện theo pháp luật tại Việt Nam hoặc chỉ định đại diện theo ủy quyền tại Việt Nam và thông báo công khai về đại diện theo ủy quyền tại Việt Nam trong cung cấp dịch vụ liên tục.

- Bổ sung bán hàng đa cấp; bán hàng không tại địa điểm giao dịch thường xuyên, đồng thời, quy định thêm trách nhiệm đặc thù của các tổ chức, cá nhân kinh doanh khi thực hiện giao dịch trên với người tiêu dùng.

9. Về hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, tổ chức chính trị - xã hội và tổ chức xã hội

Luật năm 2023 mở rộng phạm vi các tổ chức tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên cơ sở khuyến khích, tạo điều kiện để tất cả các loại hình tổ chức tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Theo đó, Luật năm 2023 bổ sung sự tham gia của Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, tổ chức chính trị - xã hội và tổ chức xã hội trong công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Sự tham gia đa dạng, toàn diện của các tổ chức trên sẽ góp phần nâng cao hiệu quả thực thi bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên phạm vi cả nước.

10. Về phương thức giải quyết tranh chấp

Luật năm 2023 bổ sung quy định về quyền của người tiêu dùng yêu cầu tổ chức, cá nhân kinh doanh thương lượng hoặc quyền yêu cầu cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người

tiêu dùng hỗ trợ thương lượng khi quyền, lợi ích hợp pháp của mình bị xâm phạm. Đây được đánh giá là phương thức nhằm tiếp tục nâng cao hiệu quả giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh.

Đối với phương thức tại tòa, Luật năm 2023 hoàn thiện quy định về thủ tục rút gọn áp dụng để giải quyết vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Quy định này nhằm tạo ra sự đột phá, có khả năng nâng cao hiệu quả xét xử các vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại tòa án. Theo đó, vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng có giá trị giao dịch dưới 100 triệu đồng thì được giải quyết theo thủ tục rút gọn mà không phải đáp ứng các điều kiện quy định tại khoản 1 Điều 317 của Bộ luật tố tụng Dân sự. Quy định như trên phù hợp với đặc điểm vụ việc của người tiêu dùng, đáp ứng yêu cầu thực tiễn và xu hướng kinh nghiệm tại nhiều nước trong khu vực và trên thế giới.

Nhằm tạo ra cơ chế hỗ trợ chung cho hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Luật bổ sung quy định về tiền bồi thường thiệt hại trong vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, cụ thể như sau: trong trường hợp không xác định được đối tượng thụ hưởng, tiền bồi thường thiệt hại trong vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng vì lợi ích công cộng do tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khởi kiện được sử dụng để phục vụ cho các hoạt động chung vì quyền lợi người tiêu dùng theo quy định của Chính phủ.

11. Về quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Luật bổ sung trách nhiệm cụ thể của UBND từng cấp; bổ sung để làm rõ trách nhiệm của các cơ quan quản lý nhà nước, UBND cấp tỉnh trong việc: xây dựng cơ sở dữ liệu thông tin quốc gia về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; thực hiện việc giao nhiệm vụ cho tổ chức xã hội có tôn chỉ, mục đích tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và xây dựng cơ chế phối hợp bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại trung ương và tại địa phương

Với những nội dung mới cơ bản trên, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2023 được ban hành 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 năm 2010 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./.