**BÁO CÁO**

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

**và các văn bản hướng dẫn**

Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng đã được Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam khóa XII, kỳ họp thứ 8 thông qua ngày 17 tháng 11 năm 2010 và có hiệu lực thi hành từ ngày 01 tháng 7 năm 2011. Trong gần 08 năm thực thi vừa qua (2011-2018), 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; nhiều quy định pháp luật, hình thức kinh doanh và xu hướng tiêu dùng mới đã xuất hiện, tác động và ảnh hưởng trực tiếp tới công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Trong bối cảnh đó, việc thi hành Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng đã phát sinh nhiều vướng mắc, bất cập, một số quy định không còn phù hợp với thực tiễn..., do đó, 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.

Trên cơ sở báo cáo tổng kết, đánh giá và kiến nghị, đề xuất của các Bộ, ban ngành, UBND các tỉnh thành, phố, các Hội Bảo vệ người tiêu dùng và các doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân có liên quan, ngày 14 tháng 6 năm 2019, Bộ Công Thương đã tổ chức Hội nghị Tổng kết thi hành Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (2011-2018) và các văn bản hướng dẫn.

Bộ Công Thương báo cáo Chính phủ việc tổng kết thi hành Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các văn bản hướng dẫn trong giai đoạn 2011-2018 như sau:

# PHẦN I. THÀNH TỰU VÀ KẾT QUẢ ĐẠT ĐƯỢC

## 1. Đánh giá chung

Trong gần 08 năm thực thi, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các văn bản hướng dẫn đã góp phần đạt được một số kết quả nổi bật, trong đó đặc biệt là việc hình thành hệ thống văn bản pháp luật, hệ thống cơ quan quản lý từ Trung ương tới địa phương; mạng lưới các Hội Bảo vệ người tiêu dùng và một số thành tựu trong công tác tuyên truyền, nâng cao nhận thức về bảo vệ người tiêu dùng, tiếp nhận, giải quyết khiếu nại, thu hồi sản phẩm khuyết tật, bảo hành và thực thi các trách nhiệm của doanh nghiệp theo quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

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

### 2.1. Kết quả xây dựng và kiện toàn hệ thống các tổ chức thực thi

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

Sau gần 8 năm thực thi Luật, kết quả cho thấy đã hình thành được hệ thống các cơ quan nhà nước chịu trách nhiệm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng từ Trung ương xuống địa phương, cụ thể:

- Tại Trung ương: Nhiệm vụ về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại Bộ Công Thương được giao chủ yếu cho Cục Quản lý cạnh tranh (nay là Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng. Trong cơ cấu tổ chức của Cục, Phòng Bảo vệ người tiêu dùng và Phòng Kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung là hai đơn vị thực hiện chức năng bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

- Tại địa phương (cấp tỉnh): 100% Sở Công Thương đã giao nhiệm vụ bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cho các Phòng chuyên môn, ví dụ Phòng Quản lý thương mại, Phòng Kế hoạch, Tài chính, Thanh tra Sở, …

- Tại cấp huyện: Phần lớn UBND cấp huyện hiện đã giao nhiệm vụ bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cho Phòng Kinh tế hoặc Phòng Kinh tế Hạ tầng. Có một số ít UBND cấp huyện giao nhiệm vụ này cho Phòng Nông nghiệp hoặc một Phòng chuyên môn khác.

#### b. Hệ thống tổ chức xã hội

Trong giai đoạn 2011 – 2018, số lượng các tổ chức xã hội tham gia công tác bảo vệ người tiêu dùng (các hội bảo vệ người tiêu dùng) đã có sự gia tăng đáng kể, từ 44 Hội trên cả nước vào năm 2012 lên 57 Hội vào năm 2018. Tại một số tỉnh, thành đã phát triển mạng lưới Hội xuống cấp huyện, xã. Một số Hội tại các địa phương đã đăng ký thành thành viên của Hội Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam, tạo thành một khối tổ chức thống nhất, cùng hoạt động vì mục tiêu bảo vệ người tiêu dùng.

## 2.2. Kết quả thực thi trách nhiệm của doanh nghiệp

Với vị trí là đối tượng điều chỉnh trực tiếp của hệ thống pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, trong 8 năm qua, nhận thức và hành động của các doanh nghiệp tại Việt Nam đã có sự chuyển biến rõ nét, thể hiện tính chủ động và hiệu quả, trong đó, nổi bật là việc thực thi các trách nhiệm về bảo vệ thông tin của người tiêu dùng, cung cấp thông tin về hàng hóa, dịch vụ; thực hiện đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung; thu hồi hàng hóa có khuyết tật; tiếp nhận và giải quyết khiếu nại của người tiêu dùng.

**2.3. Kết quả thực thi trách nhiệm của tổ chức xã hội trong việc tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

Trong giai đoạn từ 1999 đến nay, các Hội Bảo vệ người tiêu dùng đã có nhiều đóng góp nổi bật vào công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, cụ thể:

### - Số lượng các Hội Bảo vệ người tiêu dùng đã tăng từ hơn 40 Hội vào năm 2011 lên 57 Hội vào đầu năm 2019.

- Các Hội tham gia tích cực, chủ động và hiệu quả vào việc thực hiện các nội dung bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, trong đó tiêu biểu là tham gia 353 hoạt động đóng góp ý kiến vào dự thảo các văn bản pháp luật; Thực hiện tư vấn, giải quyết 13.294 khiếu nại trong giai đoạn 2017-2018. Tỷ lệ giải quyết thành công trên 80%; thực hiện nhiều khảo sát, nghiên cứu nhằm cung cấp thông tin cho người tiêu dùng và xã hội; Chủ động kiến nghị, đề xuất các hoạt động phối hợp với các cơ quan nhà nước trong thực hiện nhiệm vụ quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, qua đó, trong giai đoạn 2016-2018, đã có 20 Hội địa phương được hỗ trợ kinh phí từ ngân sách để thực hiện nhiệm vụ nhà nước giao.

## 2.4. Kết quả thực thi một số nội dung chính của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

### a. Công tác giải quyết khiếu nại

Tại Bộ Công Thương, số lượng vụ việc khiếu nại của người tiêu dùng tới Bộ tăng từ 26 vụ trong năm 2011 lên 263 vụ vào năm 2012, 450 vụ vào năm 2013 và duy trì trung bình gần 1.500 vụ trong giai đoạn 2014-2018. Tỷ lệ giải quyết thành công các vụ việc tại Bộ trung bình năm là trên 90%.

Tại các Sở Công Thương, số lượng vụ việc khiếu nại được tiếp nhận gia tăng rõ nét, cụ thể, từ số lượng khiếu nại trung bình 100 vụ việc mỗi năm trong 2011-2012 đã tăng lên hơn 500 vụ việc trong giai đoạn 2015-2018. Tỷ lệ giải quyết thành công các vụ việc là 85%.

Tại các Hội Bảo vệ người tiêu dùng, số vụ khiếu nại đến các Hội tăng nhanh, năm 2015 tăng gấp hơn 2 lần so với năm 2011, năm 2012. Đặc biệt, trong năm 2015, lần đầu tiên, với sự tham gia hỗ trợ của Hội bảo vệ người tiêu dùng tỉnh Bến Tre, hơn 190 người tiêu dùng đã thắng kiện tại phiên xét xử phúc thẩm trong vụ 190 người bị ngộ độc bánh mỳ kẹp thịt ở Bến Tre.

**b. Công tác kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung**

Tại Trung ương: Trong giai đoạn 2012-2018, Bộ Công Thương đã tiếp nhận và xử lý trên 4223 bộ hồ sơ đăng ký; số lượng hồ sơ đăng ký tăng theo các năm, trong đó, năm 2017 tăng gấp hơn 7 lần so với năm 2012; 100% hồ sơ xử lý đúng thời hạn luật định và đảm bảo không gây trở ngại, khó khăn cho quá trình sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp.

Tại các Sở Công Thương: từ năm 2012 đến hết 2017, số lượng hồ sơ đăng ký/đăng ký đạt 1309 hồ sơ, trong đó Sở đã ra kết quả chấp nhận đăng ký đối với 1087 hồ sơ, chiếm khoảng 83% trong tổng số hồ sơ nộp đăng ký.

## c. Công tác tuyên truyền, phổ biến chính sách, pháp luật

Hoạt động tuyên truyền, phổ biến đã được tất cả các chủ thể liên quan chủ động thực hiện liên tục, thường xuyên thông qua nhiều hình thức, phương thức, cụ thể: đã hình thành phong trào hưởng ứng Ngày Quyền của người tiêu dùng Việt Nam vào ngày 15 tháng 3 hàng năm; đã tổ chức hàng chục nghìn hội thảo, tập huấn, mit tinh, phát hành 387,219 bản sách báo, tạp chí và tài liệu tuyên truyền; hơn 2,300,000 tờ rơi và 116,045 buổi phát thanh, truyền hình nhằm nâng cao nhận thức của người tiêu dùng, cộng đồng doanh nghiệp đối với các quy định của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Phạm vi và đối tượng tuyên truyền cũng đã được mở rộng, không chỉ tập trung ở các vùng thành thị mà đã định hướng xuống các vùng sâu, vùng xa và hướng tới đối tượng đặc biệt (đồng bào dân tộc) hoặc các nhóm đối tượng như học sinh, sinh viên...

**d. Hợp tác quốc tế**

Trong giai đoạn 2011 – 2018, các cơ quan, tổ chức về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của Việt Nam cũng đã tham gia nhiều tổ chức quốc tế về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, gồm: Mạng lưới thực thi bảo vệ người tiêu dùng quốc tế (ICPEN); Ủy ban bảo vệ người tiêu dùng ASEAN (ACCP); Tổ chức Quốc tế người tiêu dùng (CI)...Không chỉ tham gia, Việt Nam còn đóng vai trò là thành viên chủ động, có nhiều sáng kiến nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động của các tổ chức, trong đó, góp phần xác định và đặt ra các vấn đề mới như: cơ chế giải quyết tranh chấp xuyên biên giới, thiết kế các dự án nhằm tăng cường năng lực bảo vệ người tiêu dùng tại các khu vực...

**PHẦN II. NHỮNG HẠN CHẾ VÀ BẤT CẬP**

**1. Những hạn chế và bất cập trong các quy định pháp luật**

Có thể nói, sau 08 năm thi hành, đã xuất hiện nhiều vấn để bất cập trong chính các quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các văn bản hướng dẫn. Một số hạn chế bất cập nổi bật trong các quy định có thể chỉ ra là:

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

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

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

- Một số quy định trong Luật chưa rõ ràng hoặc đã không còn phù hợp do sự xuất hiện của các chủ thể mới hoặc dạng hành vi mới.

**2. Những hạn chế, bất cập trong quá trình thực thi**

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

Thực trạng chung đối với các cơ quan quản lý nhà nước từ Trung ương tới địa phương và các Hội Bảo vệ người tiêu dùng là vấn đề hạn chế về ngân sách và nhân sự để đảm bảo hoạt động của tổ chức.

Ví dụ, tại Bộ Công Thương, ngân sách trung bình năm cho công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng chưa vượt mức 1 tỷ/1 năm. Tại các địa phương, phần lớn các tỉnh, thành chỉ bố trí được vài chục triệu đến 100 triệu đồng. Về nguồn lực, ngoại trừ tại Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng có 12 cán bộ chuyên trách công tác bảo vệ người tiêu dùng, 100% Sở Công Thương các tỉnh, thành phố không có cán bộ chuyên trách, 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.

Tại các Hội Bảo vệ người tiêu dùng, ngoại trừ 20 Hội được hỗ trợ một phần từ ngân sách, phần lớn các Hội phải tự tìm nguồn để trang trải, đảm bảo cho các hoạt động tối thiểu của Hội. Do thiếu hụt nghiêm trọng về kinh phí, tới hiện tại, phần lớn các Hội vẫn chưa có địa điểm, phương tiện làm việc ổn định. Thậm chí, trong đầu năm 2019, một số Hội đã phải tạm dừng hoạt động do không đủ kinh phí để đảm bảo.

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

Ở cấp Trung ương, Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng có 02 Phòng chuyên môn thực hiện công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng với tổng số nhân viên là 12 người. Mô hình này là quá khiêm tốn so với yêu cầu từ thực tế Việt Nam cũng như tình hình thực thi bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại một số quốc gia, ví dụ: Cơ quan Bảo vệ người tiêu dùng Thái Lan trực thuộc Văn phòng Thủ tướng, có số lượng nhân viên 400 người, có đại diện văn phòng trên cả nước; ...

Ở cấp địa phương, hiện tại, chưa có sự thống nhất về việc giao nhiệm vụ bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cho Phòng tại các Sở Công Thương. Cụ thể, đa số (50/63) các Sở Công Thương giao chức năng bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cho Phòng Quản lý thương mại. Một số khác (13/63) giao cho các Phòng ban khác như Phòng Xuất nhập khẩu, Phòng Kế hoạch Tài chính, Thanh tra Sở.

Đối với các Hội Bảo vệ người tiêu dùng, hiện một số tỉnh, thành vẫn chưa thành lập Hội Bảo vệ người tiêu dùng, đồng thời, một số Hội vẫn giữ tên gọi và chức năng, nhiệm vụ có liên quan đến lĩnh vực tiêu chuẩn (Hội tiêu chuẩn và bảo vệ người tiêu dùng). Với tên gọi như vậy, các Hội này sẽ không đủ cơ sở pháp lý để được thực hiện các nhiệm vụ do cơ quan nhà nước giao theo quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

### 2.3. Tính chủ động trong thực thi pháp luật của doanh nghiệp chưa cao

Trong năm 2018, Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng đã tiến hành 6 cuộc thanh , kiểm tra, phối hợp thực hiện 11 đoàn thanh, kiểm tra và xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng với tổng số tiền là hơn 700 triệu đồng. Trong đó, các hành vi vi phạm chủ yếu liên quan tới trách nhiệm thông tin, trách nhiệm thực hiện hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung và giải quyết khiếu nại. Nhiều hành vi trong đó có tính chất lặp lại nhiều lần, tác động tới số đông người tiêu dùng.

**2**.**4. Công tác tuyên truyền, phổ biến còn hạn chế**

Hoạt động tuyên truyền còn mang tính chất nhỏ lẻ, theo các sự kiện, các mốc thời gian riêng lẻ trong năm, chưa xây dựng được bộ tài liệu thống nhất về thực thi công tác phổ biến, giáo dục pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên phạm vi cả nước; Nội dung phổ biến pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng còn dàn trải, thiếu trọng tâm, trọng điểm, chưa sát với nhu cầu; Đối tượng phổ biến mới chỉ tập trung ở các tỉnh, thành phố lớn, vào nhóm công chức, viên chức, cán bộ thực hiện công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại cấp tỉnh, chưa lan tỏa tới các vùng sâu, vùng xa, chưa tiếp cận trực tiếp tới người tiêu dùng, chưa có hoạt động tuyên truyền cụ thể với các nhóm đối tượng người tiêu dùng đặc thù...

### 2.5. Công tác tiếp nhận và giải quyết yêu cầu, khiếu nại của người tiêu dùng chưa đáp ứng thực tế

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. Số lượng này là rất nhỏ so với thực tế giao dịch tiêu dùng tại Việt Nam. Ngoài ra, ghi nhận cho thấy, các địa phương chưa xây dựng và chưa công bố rộng rãi các kênh thông tin hỗ trợ người tiêu dùng trong quá trình khiếu nại; thủ tục khiếu nại còn rườm rà, phức tạp, gây khó khăn cho người dân, hệ thống ghi nhận, lưu trữ và xử lý thông tin khiếu nại chưa được hình thành, chưa tạo ra cơ sở dữ liệu về khiếu nại của người tiêu dùng tại địa phương.

Cùng với đó, nhiều quy định pháp luật nhằm tạo cơ chế thuận tiện, hỗ trợ cho người tiêu dùng trong giải quyết tranh chấp tuy đã có nhưng thực tế chưa được áp dụng hoặc có áp dụng nhưng còn nhiều vướng mắc, ví dụ: việc thành lập các tổ chức hòa giải; việc áp dụng thủ tục đơn giản để giải quyết vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại tòa...

**2.6. Công tác kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung còn tồn tại bất cập**

Các bất cập trong công tác kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung cụ thể như sau: Số lượng hồ sơ đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung chênh lệch quá lớn giữa Trung ương và tại các địa phương; Xu hướng cắt giảm các thủ tục tiền kiểm để chuyển sang hậu kiểm gây áp lực trong quá trình thực hiện kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung giữa cơ quan nhà nước và doanh nghiệp; Các chế tài xử lý vi phạm hành chính hiện nay chưa đủ tính răn đe và chưa đủ sức bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

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

Thực tế đã ghi nhận một số nội dung mới trong hoạt động kinh doanh và tiêu dùng, có ảnh hưởng trực tiếp tới quyền lợi người tiêu dùng, cụ thể: Sự xuất hiện của mô hình kinh doanh theo dạng nền tảng (Uber, Grab, các mô hình cho vay ngang hàng...); trách nhiệm liên đới của chủ sàn thương mại điện tử; cơ chế giải quyết tranh chấp xuyên biên giới; xu hướng và yêu cầu đối với việc tiêu dùng bền vững.

**PHẦN III. ĐỀ XUẤT**

## Trên cơ sở kết quả đạt được và những tồn tại, hạn chế phát sinh trong quá trình thực thi pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, trong thời gian tới, cần tập trung vào một số giải pháp, định hướng, cụ thể như sau:

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

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

Việc sửa đổi, bổ sung Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cần đảm bảo các nguyên tắc như sau:

*- Thứ nhất*, thể chế hóa các nhiệm vụ, giải pháp đã được Ban chấp hành Trung ương Đảng thể hiện trong Chỉ thị số 30CT/TW ngày 22 tháng 01 năm 2019 về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng và trách nhiệm quản lý của Nhà nước đối với công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

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

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

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

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

*2.1.1. Sửa đổi đối với Nhóm Những quy định chung*

Các nội dung cần xem xét gồm:

- Bổ sung một số khái niệm mới như: Bên thứ ba tham gia việc cung cấp thông tin cho người tiêu dùng, thông tin (cá nhân) của người tiêu dùng, hàng hóa, dịch vụ thiết yếu, tranh chấp xuyên biên giới, các chủ thể mới xuất hiện trong các hình thức kinh doanh nền tảng…

- Hoàn thiện quy định về Hàng hóa có khuyết tật.

*-* Bổ sung một số hành vi cấm

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

*2.1.2 Sửa đổi đối với nhóm quy định về Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng*

Các nội dung cần xem xét gồm:

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

- Sửa đổi, bổ sung để hoàn thiện cơ chế kiểm soát đối với hợp đồng giao kết cũng như hợp đồng theo mẫu, điều kiện gia dịch chung, bao gồm: (i) Cần quy định chi tiết về cơ chế hậu kiểm; (ii) Bổ sung điều khoản chung để xác định các điều khoản không có hiệu lực;(iii) Sửa đổi, bổ sung phạm vi xem xét hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung; (iv) Sửa đổi, bổ sung các quy định liên quan đến sự phân cấp giữa Trung ương và địa phương (v) Sửa đổi, bổ sung chế tài xử lý vi phạm hành chính và (vi) Trách nhiệm cung cấp bằng chứng giao dịch.

- Sửa đổi, bổ sung về trách nhiệm bảo hành hàng hóa, linh kiện, phụ kiện

- Sửa đổi, bổ sung về hàng hóa có khuyết tật

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

*2.1.3 Sửa đổi đối với nội dung về trách nhiệm của tổ chức xã hội trong việc tham gia việc tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng*

Sửa đổi, bổ sung để làm rõ nguyên tắc: Khuyến khích mọi cá nhân, tổ chức trong xã hội tham gia các hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng nhưng chỉ có các tổ chức xã hội được thành lập hợp pháp theo Luật mới được thực hiện các hoạt động có tính “đặc thù”. Đồng thời, nghiên cứu tạo cơ sở cho một số chính sách, cơ chế nhằm hỗ trợ các tổ chức trong quá trình hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

*2.1.4 Sửa đổi đối với nội dung giải quyết tranh chấp giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng)*

*2.1.5 Sửa đổi đối với nội dung trách nhiệm quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng*

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

#### 2.2. Bổ sung quy định mới

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

*2.2.1 Về cơ chế phối hợp*

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

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

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

*2.2.3 Xây dựng cơ quan chuyên trách về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng*

Tạo cơ sở để hình thành hệ thống cơ quan chuyên trách về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, đưa bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thành một lĩnh vực nghề nghiệp.

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

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

Trên đây là Báo cáo Tổng kết thi hành Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các văn bản hướng dẫn giai đoạn 2011- 2018, Bộ Công Thương xin báo cáo Chính phủ./.