

ĐỀ CƯƠNG GIỚI THIỆU
LUẬT BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG

Ngày 20/6/2023, tại Kỳ họp thứ 5, Quốc hội khóa XV đã thông qua Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (Luật số 19/2023/QH15), có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2024. Theo đó, Luật được ban hành với những nội dung cơ bản như sau:

I. SỰ CẦN THIẾT BAN HÀNH LUẬT

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 17/11/2010 và có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011 (*sau đây gọi là Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010*). Trong gần 12 năm thực thi, 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 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 và 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:

Một là, bảo đảm 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 01/01/2014 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 Quản lý Ngoại thương năm 2017, Luật An ninh mạng năm 2018, Luật Cạnh tranh năm 2018 ...

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...

Hai là, 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 cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 với 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.¹ 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 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.

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

Ba là, 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

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.

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 CP TPP 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 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.

Vì vậy, việc xây dựng Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) là 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 để thực hiện chủ trương của Đảng và Nhà nước trong việc 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 năm 2015 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 XÂY DỰNG LUẬT

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 gần 12 năm thi hành của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2010.
- Xử lý những mâu thuẫn, chồng chéo, bất cập của 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 Cạnh tranh năm 2018; Luật Đầu tư năm 2020... 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 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 CỦA LUẬT

Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023 có 07 chương, 80 Điều. So với Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010, Luật mới bổ sung thêm 01 Chương; số lượng các điều tăng từ 51 lên 80 điều, cụ thể như sau:

Chương I. Những quy định chung, gồm 13 điều, từ Điều 1 đến Điều 13, quy định về phạm vi điều chỉnh; đối tượng áp dụng; giải thích từ ngữ; quyền, nghĩa vụ của người tiêu dùng; nguyên tắc và chính sách về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng dễ bị tổn thương, trong giao dịch với cá nhân hoạt động thương mại độc lập, thường xuyên, không phải đăng ký kinh doanh; các hành vi bị cấm; xử lý vi phạm pháp luật có liên quan đến quyền lợi người tiêu dùng; hợp tác quốc tế về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và Ngày Quyền của người tiêu dùng Việt Nam.

Chương II. Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh đối với người tiêu dùng, gồm 23 điều, từ Điều 14 đến Điều 36, quy định về các 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; bảo vệ thông tin của người tiêu dùng; cung cấp thông tin cho người tiêu dùng; hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung; cung cấp bằng chứng giao dịch; bảo hành; thu hồi sản phẩm, hàng hóa có khuyết tật; và 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.

Chương III. Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh đối với người tiêu dùng trong giao dịch đặc thù, gồm 11 điều, từ Điều 37 đến Điều 47, quy định về trách nhiệm trong các giao dịch đặc thù gồm: giao dịch từ xa; cung cấp dịch vụ liên tục; và bán hàng trực tiếp. Hoạt động bán hàng trực tiếp bao gồm: bán hàng tận cửa; bán hàng đa cấp; và bán hàng không tại địa điểm giao dịch thường xuyên.

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, gồm 06 điều, từ Điều 48 đến Điều 53, quy định về trách nhiệm của Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, tổ chức chính trị - xã hội và tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Chương V. Giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh, gồm 20 điều, từ Điều 54 đến Điều 73, quy định các phương thức giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh, gồm: thương lượng, hòa giải, trọng tài và tòa án.

Chương VI. Quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, gồm 04 điều, từ Điều 74 đến Điều 77, quy định trách nhiệm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của Bộ Công Thương, Bộ, cơ quan ngang Bộ và Ủy ban nhân dân các cấp.

Chương VII. Điều khoản thi hành, gồm 03 điều, từ Điều 78 đến Điều 80, quy định về sửa đổi, bổ sung một số điều của Bộ luật Tố tụng dân sự; hiệu lực thi hành và điều khoản chuyển tiếp.

IV. MỘT SỐ NỘI DUNG MỚI CỦA LUẬT

1. Đối tượng áp dụng

Luật mới bổ sung thêm 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. Luật cũng bổ sung, làm

rõ khái niệm về một số chủ thể mới, bao gồm: Người tiêu dùng, người có ảnh hưởng, người tiêu dùng dễ bị tổn thương, tổ chức, cá nhân kinh doanh trên không gian mạng, tổ chức bán hàng đa cấp và cá nhân tham gia bán hàng đa cấp. Đối với các giao dịch có yếu tố xuyên biên giới, các giao dịch trên không gian mạng, Luật đã bổ sung đối tượng mới là cơ quan, tổ chức, cá nhân nước ngoài có liên quan đến bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

2. Quyền và nghĩa vụ của người tiêu dùng

Nhằm nâng cao vai trò, vị trí của người tiêu dùng trong xu hướng tiêu dùng mới, đồng thời, bảo đảm cân bằng giữa quyền và nghĩa vụ của người tiêu dùng, Luật bổ sung một số quyền mới của người tiêu dùng như: Quyền được tạo điều kiện lựa chọn môi trường tiêu dùng lành mạnh và bền vững; quyền yêu cầu tổ chức hoặc hỗ trợ thương lượng để giải quyết tranh chấp phát sinh, đồng thời bổ sung một số nghĩa vụ như: Tuân thủ 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.

3. Sản xuất và tiêu dùng bền vững

Nhằm kịp thời đáp ứng yêu cầu của thực tiễn, đồng thời, thể hiện rõ vai trò của người tiêu dùng trong xu hướng tiêu dùng mới, Luật bổ sung quy định về sản xuất và tiêu dùng bền vững, bao gồm: khái niệm về tiêu dùng bền vững, quy định các hoạt động thúc đẩy sản xuất và tiêu dùng bền vững và quy định về trách nhiệm của các Bộ, cơ quan ngang Bộ, Ủy ban nhân dân các cấp trong việc thúc đẩy sản xuất và tiêu dùng bền vững.

4. 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 Đảng, Nhà nước trong việc bảo vệ toàn diện quyền lợi chính đáng của người dân. Luật xác định rõ 07 nhóm người tiêu dùng dễ bị tổn thương và quy định một số trách nhiệm cụ thể của tổ chức, cá nhân kinh doanh, trong đó nổi bật là trách nhiệm 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.

5. Các hành vi bị cấm

Luật bổ sung một số hành vi bị cấm, trong đó, bao gồm hành vi bị cấm chung, hành vi bị cấm đối với tổ chức, cá nhân bán hàng đa cấp; tổ chức, cá nhân kinh doanh thiết lập, vận hành, cung cấp dịch vụ nền tảng số.

6. 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 và 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.

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. 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.

7. Một số giao dịch đặc thù

Luật bổ sung một số quy định nhằm tăng cường trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh trong các giao dịch đặc thù, bao gồm:

- Quy định rõ các thông tin cần cung cấp trong giao dịch từ xa; trách nhiệm đặc thù của tổ chức, cá nhân kinh doanh với người tiêu dùng trong giao dịch trên không gian mạng, trong đó, bao gồm trách nhiệm của tổ chức thiết lập, vận hành nền tảng số trung gian và tổ chức thiết lập, vận hành nền tảng số lớn.

- 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.

8. 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 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 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.

9. Phương thức giải quyết tranh chấp

Luật 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.

Đối với phương thức tại tòa: Luật hoàn thiện quy định về thủ tục rút gọn 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.

Luật bổ sung quy định về tiền bồi thường thiệt hại trong vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng theo hướng: 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.

10. Quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Luật bổ sung trách nhiệm cụ thể của Ủy ban nhân dân cấp tỉnh, cấp huyện và cấp xã. Bổ sung để làm rõ trách nhiệm của các cơ quan quản lý nhà nước, Ủy

ban nhân dân 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./.
