

**TỔNG LIÊN ĐOÀN LAO ĐỘNG  
VIỆT NAM**

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

Số: 4355/TLĐ-CSPL

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

Hà Nội, ngày 16 tháng 6 năm 2022

Kính gửi:

- Các Liên đoàn Lao động tỉnh, thành phố;
- Các Công đoàn ngành Trung ương và tương đương;  
Công đoàn Tổng công ty trực thuộc Tổng Liên đoàn

Thực hiện Kế hoạch số 556/KH-MTTW-BTT ngày 8/6/2022 của Ban Thường trực Ủy ban Trung ương MTTQ Việt Nam về việc tổ chức phản biện xã hội Dự án Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi), Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam đề nghị Liên đoàn Lao động tỉnh, thành phố; các Công đoàn ngành Trung ương và tương đương; Công đoàn Tổng công ty trực thuộc Tổng Liên đoàn nghiên cứu, có ý kiến vào dự thảo Luật (văn bản gửi kèm).

Văn bản góp ý gửi về Ban Chính sách – Pháp luật, Tổng Liên đoàn trước ngày 30/6/2022 để tổng hợp, trình Thường trực Đoàn Chủ tịch xem xét, quyết định<sup>1</sup>

**Nơi nhận:**

- Như trên;
- Lưu: VT, CSPL.



**TL. ĐOÀN CHỦ TỊCH  
CHÁNH VĂN PHÒNG**

Nguyễn Xuân Hùng

<sup>1</sup> Bản mềm vui lòng gửi cho đ/c Ngô Thị Thanh theo địa chỉ: ngothanhd6789@gmail.com



Số: /TTr-BCT

Hà Nội, ngày tháng 6 năm 2022

**TỜ TRÌNH**

**Về dự án Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi)**

Kính gửi: Chính phủ

Thực hiện Nghị quyết số 17/2021/QH15 ngày 27 tháng 7 năm 2021 của Quốc hội về việc điều chỉnh Chương trình xây dựng luật, pháp lệnh năm 2021 và Chương trình xây dựng luật, pháp lệnh năm 2022, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) đã được đưa vào chương trình xây dựng luật của Quốc hội với tiến độ trình Quốc hội cho ý kiến lần đầu tại kỳ họp thứ 4 (tháng 10/2022) và thông qua tại kỳ họp thứ 5 (tháng 5/2023).

Ngày 24 tháng 8 năm 2021, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 1427/QĐ-TTg về việc phân công cơ quan chủ trì soạn thảo và thời hạn trình các dự án luật, pháp lệnh, nghị quyết được bổ sung vào Chương trình xây dựng luật, pháp lệnh năm 2021 và Chương trình xây dựng pháp luật năm 2022, trong đó, Bộ Công Thương được giao chủ trì phối hợp với các Bộ, ngành liên quan xây dựng dự án Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi).

Bộ Công Thương xin trình Chính phủ về dự án Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) với nội dung như sau:

**I. SỰ CẦN THIẾT BAN HÀNH LUẬT BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG (SỬA ĐỔI)**

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 (*Sau đây gọi là Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 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, 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, 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 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. Căn cứ chính trị, pháp lý**

### **1.1. Căn cứ chính trị**

- Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 10 năm 2021-2030;
- Báo cáo đánh giá kết quả thực hiện nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2016 - 2020 và phương hướng, nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2021-2025;
- 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;
- 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 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.

### **1.2. Căn cứ pháp lý**

- Hiến pháp nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam năm 2013;
- Nghị quyết số 17/2021/QH15 ngày 27 tháng 7 năm 2021 của Quốc hội: Chương trình xây dựng luật, pháp lệnh năm 2022, điều chỉnh Chương trình xây dựng luật, pháp lệnh năm 2021;
- Nghị quyết số 48/NQ-CP ngày 06 tháng 5 năm 2021 của Chính phủ về phiên họp Chính phủ thường kỳ tháng 4 năm 2021.

## **2. Căn cứ thực tiễn**

### **2.1. Tình hình chung**

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 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 2015, Bộ luật Tố tụng dân sự 2015, Luật An ninh mạng 2018, Luật Cạnh tranh 2018, Luật Quản lý Ngoại thương 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 đã phát sinh

nhieu 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.....

## **2.2. Những hạn chế, bất cập của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2010**

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 sản phẩm, 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, gây khó khăn trong việc điều chỉnh những vấn đề phát sinh trong các lĩnh vực kinh doanh đặc thù.

- 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.<sup>1</sup> 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.

- Cơ chế tiếp nhận và giải quyết yêu cầu tại cơ quan nhà nước (chủ yếu là cấp huyện) được thiết kế “lùng lờ” khiến các quy định này không được thực thi hiệu quả trên thực tế.

- 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

<sup>1</sup> 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.

kiện cho các tổ chức xã hội tham gia bảo vệ người tiêu dùng hoạt động chuyên nghiệp, hiệu quả.

- Một số trách nhiệm của doanh nghiệp trong bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 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 các quy định về các hành vi cấm hoặc nghĩa vụ của các chủ thể có liên quan.

- 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. Xu thế hội nhập 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 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 có những diễn biến phức tạp, xu hướng trở 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 (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 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 đã 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. Đồng thời, vấn đề bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng không chỉ liên quan đến các điều ước quốc tế về thương mại mà còn liên quan đến các điều ước quốc tế về quyền con người (như Công ước quốc tế về các quyền dân sự và chính trị (Công ước ICCPR)...). Vì vậy, nội dung dự thảo Luật cũng đã được rà soát, sửa đổi, bổ sung để phù hợp, tương thích với các điều ước quốc tế về quyền con người mà nước CHXHCN Việt Nam là thành viên.

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 XÂY DỰNG DỰ THẢO LUẬT BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG (SỬA ĐỔI)**

### **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 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 dự thảo Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi)**

- 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. QUÁ TRÌNH XÂY DỰNG DỰ THẢO LUẬT BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG (SỬA ĐỔI)**

Thực hiện nhiệm vụ được Quốc hội và Chính phủ giao, ngày 27 tháng 10 năm 2021, Bộ trưởng Bộ 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 2413/QĐ-BCT) bao gồm các thành viên là đại diện của các cơ quan, Bộ, ngành, các trường đại học, viện nghiên cứu, cơ quan truyền thông báo chí và các cơ quan, đơn vị có liên quan.

Để phục vụ quá trình sửa đổi Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Bộ Công Thương đã phối hợp với các bên liên quan tiến hành thực hiện nhiều báo cáo nghiên cứu tổng kết việc thi hành Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2010 và rà soát các quy định của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, tổng kết kinh nghiệm quốc tế trong lĩnh vực bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, cụ thể là:

- Báo cáo tổng kết 10 năm thực thi Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng;



- Báo cáo nghiên cứu vấn đề xung đột pháp luật giữa Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và một số pháp luật chuyên ngành;
- Báo cáo nghiên cứu thu hồi sản phẩm có khuyết tật – Kinh nghiệm của Úc và bài học cho Việt Nam;
- Báo cáo nghiên cứu về việc thực thi trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh theo quy định của pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng;
- Báo cáo nghiên cứu về kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung – Kinh nghiệm của Úc và bài học cho Việt Nam;
- Báo cáo nghiên cứu về cơ chế hỗ trợ hoạt động của tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng;
- Báo cáo nghiên cứu đề xuất cơ chế giải quyết tranh chấp người tiêu dùng xuyên biên giới giữa Việt Nam với một số nước ASEAN;
- Báo cáo nghiên cứu kinh nghiệm quốc tế về một số vấn đề trong pháp luật bảo vệ người tiêu dùng – Bài học kinh nghiệm cho Việt Nam.

Bên cạnh đó, Bộ Công Thương đã chủ trì các hội thảo, tọa đàm với các chuyên gia nước ngoài, đồng thời tổ chức các hoạt động trao đổi, chia sẻ kinh nghiệm thực thi hiệu quả pháp luật và chính sách bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng với một số quốc gia trên thế giới và trong khu vực ASEAN.

Thực hiện theo quy định tại Điều 57 Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật năm 2015, Bộ Công Thương đã tiến hành song song nhiều hoạt động lấy ý kiến đối với Dự thảo Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) và tài liệu liên quan. Cụ thể:

- Gửi đăng tải Dự thảo Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) và tài liệu liên quan lên Cổng thông tin điện tử của Chính phủ và của Bộ Công Thương (từ ngày 10/01/2022 đến ngày 30/3/2022).
- Gửi văn bản xin ý kiến tất cả Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương và một số cơ quan khác.
- Phối hợp với Hội Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng Việt Nam tổ chức hội thảo lấy ý kiến các Sở Công Thương, Hội Bảo vệ người tiêu dùng các tỉnh, thành phố và các tổ chức, cá nhân có liên quan.
- Phối hợp với Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam tổ chức các hội thảo lấy ý kiến trực tiếp của cộng đồng doanh nghiệp tại Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh.
- Tổ chức xin ý kiến các chuyên gia, nhà nghiên cứu, các luật sư và giảng viên các trường đại học trong nước.

- Phối hợp với các sàn thương mại điện tử và nền tảng kinh doanh trực tuyến đăng tải Dự thảo Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) và tài liệu liên quan để xin ý kiến rộng rãi người tiêu dùng.

- Phối hợp với đài phát thanh, truyền hình cung cấp thông tin về các nội dung sửa đổi cơ bản của Dự thảo Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) tới người tiêu dùng.

Tính đến tháng 5 năm 2022, Bộ Công Thương đã nhận được ý kiến đóng góp của 21/28 Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, 54/63 UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương, và nhiều ý kiến đóng góp của công ty luật, doanh nghiệp, các Hội Bảo vệ người tiêu dùng, tổ chức quốc tế và nhiều cá nhân, tổ chức trong và ngoài nước.

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

Ngày 16 tháng 5 năm 2022, Bộ Tư pháp đã có Báo cáo số 83/BCTĐ-BTP báo cáo thẩm định dự án Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi). 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 CỦA DỰ THẢO LUẬT BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG (SỬA ĐỔI)**

##### **1. Bố cục**

Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010 có kết cấu 51 Điều và 06 Chương. 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) bổ sung mới 29 Điều khoản, sửa đổi 49 Điều khoản và giữ nguyên 02 Điều khoản (*Các điều 68, 80 của Dự thảo, trong Luật hiện hành tương ứng với các Điều 39, 51*).

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:

##### **1.1. Chương I: Những quy định chung (19 Điều, từ Điều 01 đến Điều 19)**

Chương này quy định về: Phạm vi điều chỉnh; Đối tượng áp dụng; Giải thích từ ngữ; Nguyên tắc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; Chính sách của Nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; Chính sách của Nhà nước về sản xuất và tiêu dùng bền vững; Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng dễ bị tổn thương; Trách nhiệm bảo vệ thông tin của người tiêu dùng; Chính sách bảo vệ thông tin của người tiêu dùng; Thông báo khi thu thập thông tin của người tiêu dùng; Sử dụng thông tin của người tiêu dùng; Bảo đảm an toàn, an ninh thông tin của người tiêu dùng; Kiểm tra, cập nhật, điều chỉnh, chuyển giao hoặc hủy bỏ thông tin của người tiêu dùng; 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; Quyền của người tiêu dùng; Nghĩa vụ của người tiêu dùng; Các hành vi bị cấm; Xử lý vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; Ngày Quyền của người tiêu dùng.

### **1.2. Chương II: Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng (17 Điều, từ Điều 20 đến Điều 36)**

Chương này quy định về: Trách nhiệm bảo đảm an toàn, chất lượng sản phẩm dịch vụ cung cấp cho người tiêu dùng; Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh trong việc cung cấp thông tin thông tin về sản phẩm, dịch vụ, hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung cho người tiêu dùng; Trách nhiệm của bên thứ ba trong việc cung cấp thông tin về sản phẩm, dịch vụ cho người tiêu dùng; Hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, điều kiện giao dịch chung; Giải thích hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, điều kiện giao dịch chung; Điều khoản của hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, điều kiện giao dịch chung không có hiệu lực; Thực hiện hợp đồng theo mẫu; Thực hiện điều kiện giao dịch chung; Kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung; Trách nhiệm cung cấp bằng chứng giao dịch; Trách nhiệm bảo hành sản phẩm, linh kiện, phụ kiện; Trách nhiệm tiếp nhận, giải quyết phản ánh, yêu cầu, khiếu nại của người tiêu dùng; Trách nhiệm đối với sản phẩm có khuyết tật; Trách nhiệm thu hồi sản phẩm có khuyết tật; Trách nhiệm bồi thường thiệt hại do sản phẩm có khuyết tật gây ra; Miễn trách nhiệm bồi thường thiệt hại do sản phẩm có khuyết tật gây ra; Yêu cầu cơ quan quản lý nhà nước xử lý vi phạm pháp luật liên quan đến bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

### **1.3. Chương III: Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong các giao dịch đặc thù với các tổ chức, cá nhân kinh doanh (11 Điều, từ Điều 37 đến Điều 47)**

Chương này quy định về: Các giao dịch đặc thù giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh; Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh trong giao dịch từ xa với người tiêu dùng; Giao kết hợp đồng trong bán hàng từ xa; Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh với người tiêu dùng trong các giao dịch trên không gian mạng; Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh cung cấp dịch vụ liên tục; Hợp đồng cung cấp dịch vụ liên tục; Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân bán hàng tận cửa; Hợp đồng bán hàng tận cửa; Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân bán hàng đa cấp; Hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp; Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh trong hoạt động bán sản phẩm, cung cấp dịch vụ tại các địa điểm không phải là địa điểm bán lẻ, giới thiệu dịch vụ thường xuyên.

### **1.4. Chương IV: Hoạt động của tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (5 Điều, từ Điều 48 đến Điều 52)**

Chương này quy định về: Tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; Hoạt động của tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu

dùng; Quyền của tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; Nghĩa vụ của tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; Tổ chức xã hội có tôn chỉ, mục đích tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

**1.5. Chương V: Giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh (21 Điều, từ Điều 53 đến Điều 73)**

Chương này quy định về: Phương thức giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh; Hợp tác quốc tế trong giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh; Trách nhiệm cung cấp thông tin trong quá trình giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh; Thương lượng; Trình tự, thủ tục thương lượng; Các trường hợp không tiếp nhận, yêu cầu hỗ trợ thương lượng; Quyền, nghĩa vụ và trách nhiệm của các bên trong quá trình thương lượng; Kết quả thương lượng; Hòa giải; Nguyên tắc thực hiện hòa giải; Tổ chức hòa giải; Hòa giải viên; Kết quả hòa giải; Thực hiện và công nhận kết quả hòa giải thành; Hiệu lực của điều khoản trọng tài; Trình tự, thủ tục giải quyết tranh chấp tại trọng tài; Nghĩa vụ chứng minh; Vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; Án phí, lệ phí Tòa án đối với vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; Thông báo thông tin về vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng do tổ chức xã hội khởi kiện; Tiền bồi thường thiệt hại trong vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng do tổ chức xã hội khởi kiện vì lợi ích công cộng.

**1.6. Chương VI: Trách nhiệm quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (04 Điều, từ Điều 74 đến Điều 77)**

Chương này quy định về: Trách nhiệm quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; Trách nhiệm của Bộ Công Thương; Trách nhiệm của các bộ, cơ quan ngang bộ, cơ quan, tổ chức có liên quan; Trách nhiệm của Ủy ban nhân dân các cấp.

**1.7. Chương VII: Điều khoản thi hành (03 Điều, từ Điều 78 đến Điều 80)**

Chương này quy định về: Sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật có liên quan đến hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; Hiệu lực thi hành; Quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành.

**2. Nội dung cơ bản của dự thảo Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi)**

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, cụ thể:

**2.1. Phạm vi điều chỉnh và đối tượng áp dụng**

So với Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2010, phạm vi điều chỉnh, đối tượng áp dụng tại dự thảo Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) hiện đang được quy định như sau:

- Bổ sung nhóm chủ thể: tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

- Bổ sung cơ quan, tổ chức, cá nhân trong nước và nước ngoài có liên quan vào đối tượng áp dụng.

Để cụ thể hóa cũng như tạo cơ chế triển khai thực thi các nội dung trên, trong Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) cũng đồng thời bổ sung các quy định có liên quan như sau:

- Bổ sung “sản phẩm” trong khái niệm “hàng hóa, dịch vụ” (thành “sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ” để bảo đảm điều chỉnh đầy đủ các công đoạn của quá trình kinh doanh – tiêu dùng cũng như không bỏ sót đối với các đối tượng mới phát sinh trong quá trình kinh doanh như dịch vụ số, sản phẩm số.

- Sửa đổi khái niệm người tiêu dùng theo hướng bỏ đối tượng “tổ chức” ra khỏi khái niệm người tiêu dùng để xác định chính xác người tiêu dùng là các cá nhân thực hiện giao dịch vì mục đích tiêu dùng, sinh hoạt của cá nhân và gia đình. Cách xác định này giúp các cơ quan, tổ chức thuận lợi trong việc thực thi các quy định, tránh các tranh cãi, sự không thống nhất trong cách hiểu giữa các chủ thể. Bên cạnh đó, cách giải thích này giúp tập trung nguồn lực để giải quyết các yêu cầu, khiếu nại liên quan đến các cá nhân (những người vốn thực sự yếu thế trong các giao dịch tiêu dùng) mà không phải phân tán vào việc bảo vệ nhóm người tiêu dùng là tổ chức, vốn có đầy đủ khả năng sử dụng các công cụ hỗ trợ hiệu quả khác như pháp luật cạnh tranh, pháp luật về thương mại.

- Bổ sung thêm Chương mới về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong các giao dịch đặc thù với tổ chức, cá nhân kinh doanh, trong đó, hoàn thiện các quy định về giao dịch từ xa, cung cấp dịch vụ liên tục và bổ sung, hoàn thiện quy định về bán hàng trực tiếp.

- Bổ sung thêm quy định mới về hợp tác quốc tế trong giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và các tổ chức, cá nhân nước ngoài, trong đó, đưa ra các nguyên tắc hợp tác, phạm vi hợp tác giữa các cơ quan bảo vệ người tiêu dùng tại các quốc gia.

## ***2.2. Bổ sung quy định về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng dễ bị tổn thương***

Để làm rõ nội dung bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng dễ bị tổn thương, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) quy định một số nội dung như sau:

- Bổ sung khái niệm về người tiêu dùng dễ bị tổn thương theo hướng bao gồm: người cao tuổi theo quy định pháp luật người cao tuổi; người khuyết tật theo quy định pháp luật người khuyết tật; Trẻ em theo quy định pháp luật trẻ em; người

sống trong vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi theo quy định pháp luật về công tác dân tộc; phụ nữ đang mang thai; phụ nữ đang nuôi con dưới 12 tháng tuổi; người bị bệnh hiểm nghèo.

- Bổ sung quy định chi tiết về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng dễ bị tổn thương, trong đó, quy định cụ thể các nội dung liên quan như chính sách thu thập thông tin, cơ chế tiếp nhận, giải quyết khiếu nại, chính sách kinh doanh.

### ***2.3. Hoàn thiện quy định về bảo vệ thông tin của người tiêu dùng***

Để làm rõ hơn nội dung về bảo vệ thông tin của người tiêu dùng, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) điều chỉnh, bổ sung một số quy định, cụ thể như sau:

- Bổ sung khái niệm về thông tin của người tiêu dùng.

- Bổ sung khái niệm về người có ảnh hưởng.

- Bổ sung quy định về trách nhiệm bảo vệ thông tin của người tiêu dùng, trong đó, có quy định về hoạt động ủy quyền cho bên thứ ba thực hiện việc thu thập, lưu trữ, sử dụng thông tin của người tiêu dùng. Cùng với đó, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) cũng có quy định điều chỉnh trách nhiệm bảo vệ thông tin của tổ chức, cá nhân kinh doanh khi tổ chức, cá nhân thu lợi ích gián tiếp từ người tiêu dùng.

- Bổ sung quy định về các nội dung cần có trong chính sách bảo vệ thông tin của người tiêu dùng.

- Bổ sung quy định về trách nhiệm của 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, trừ một số thông tin phải cung cấp theo quy định.

- Bổ sung quy định về trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh phải thiết lập cơ chế để người tiêu dùng lựa chọn việc cho phép hoặc không cho phép sử dụng thông tin của người tiêu dùng trong một số hoạt động, như: chia sẻ cho bên thứ ba, sử dụng để thực hiện hoạt động tiếp thị.

- Bổ sung quy định về trách nhiệm thông báo cho cơ quan chức năng trong vòng 24h khi xảy ra sự cố đối với hệ thống thông tin làm phát sinh nguy cơ mất thông tin của người tiêu dùng.

### ***2.4. Bổ sung một số trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh đối với người tiêu dùng***

So với Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) có một số quy định mới đối với trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh, cụ thể như sau:

- Bổ sung một số quy định cấm đối với tổ chức, cá nhân kinh doanh, trong đó, có quy định về việc yêu cầu tổ chức, cá nhân kinh doanh tuân thủ đầy đủ các quy định pháp luật chuyên ngành trước khi thực hiện giao dịch với người tiêu

dùng; quy định về trách nhiệm thông báo của tổ chức, cá nhân kinh doanh khi 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.

- Bổ sung trách nhiệm về việc bảo đảm an toàn, chất lượng sản phẩm, dịch vụ cung cấp cho người tiêu dùng.

- Bổ sung quy định về việc xây dựng và công bố công khai về chính sách bảo hành trước khi áp dụng đối với người tiêu dùng; về việc tính lại thời hạn bảo hành đối với linh, phụ kiện được thay mới trong quá trình thực hiện bảo hành.

- Bổ sung quy định để phân loại sản phẩm có khuyết tật theo mức độ tác động, ảnh hưởng, đặc biệt tính chất gây mất an toàn, tới người tiêu dùng và trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh tương ứng với từng loại sản phẩm có khuyết tật.

- Bổ sung quy định về trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh khi giải quyết tranh chấp của người tiêu dùng.

- Bổ sung một số hành vi bị cấm.

### ***2.5. Hoàn thiện quy định về hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung***

So với Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) có một số quy định mới về kiểm soát hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, điều kiện giao dịch chung, cụ thể như sau:

- Bổ sung hành vi cấm liên quan đến việc quy định các điều khoản không có hiệu lực trong hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung để thống nhất với Bộ luật Dân sự 2015 và tạo cơ sở pháp lý cho việc tuyên bố vô hiệu theo cơ chế tố tụng dân sự đối với các trường hợp được Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng;

- Bổ sung quy định về các nội dung cơ bản của hợp đồng theo mẫu nhằm cụ thể hóa các nội dung cần thiết phải được quy định cụ thể trong hợp đồng mẫu. Nội dung bổ sung này giúp doanh nghiệp có cơ sở pháp lý khi xây dựng hợp đồng, đảm bảo tính tuân thủ pháp luật, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tốt hơn và đáp ứng yêu cầu đặt ra của thực tiễn thực thi pháp luật.

- Sửa đổi, bổ sung quy định về điều khoản của hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, điều kiện giao dịch chung không có hiệu lực do các trường hợp quy định tại Điều 17 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2010 không thể bao quát hết các trường hợp không công bằng giữa tổ chức, cá nhân kinh doanh và người tiêu dùng trên thị trường. Đồng thời, Dự thảo sửa đổi một số trường hợp hiện nay cho phù hợp với sự thay đổi linh hoạt của đời sống kinh tế, chẳng hạn trường hợp thay đổi giá hoặc thay đổi điều kiện giao dịch chung đối với trường hợp cung cấp dịch vụ liên tục.

- Các nội dung khác: ngoài các nội dung trên, Dự thảo (i) sửa đổi một số điều khoản để điều chỉnh thống nhất giữa hợp đồng theo mẫu với điều kiện giao dịch chung, chẳng hạn các yêu cầu về hình thức, ngôn ngữ đối với hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung; (ii) quy định cụ thể hơn về trách nhiệm công khai hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung, đồng thời (iii) bổ sung trách nhiệm của cơ quan quản lý ngành, lĩnh vực trong việc phối hợp với cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng về kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung.

## **2.6. Bổ sung quy định về một số giao dịch đặc thù**

### **2.6.1. Hoàn thiện quy định về giao dịch trên không gian mạng**

Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) bổ sung một số quy định cụ thể về trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh với người tiêu dùng trong các giao dịch trên không gian mạng, cụ thể như sau:

- Làm rõ khái niệm tổ chức, cá nhân kinh doanh trên không gian mạng.
- Làm rõ khái niệm nền tảng số, nền tảng trung gian số.
- Quy định trách nhiệm của các tổ chức, cá nhân kinh doanh trên không gian mạng, trong đó, đối với tổ chức, cá nhân kinh doanh thiết lập, vận hành, cung cấp dịch vụ nền tảng trung gian số cho người tiêu dùng có trách nhiệm thực hiện bổ sung một số nội dung, như: chỉ định, công bố công khai đầu mối liên hệ, người đại diện được ủy quyền phối hợp với cơ quan quản lý nhà nước trong việc giải quyết các vấn đề liên quan đến bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; chỉ định, công bố công khai đầu mối tiếp nhận, giải quyết các phản ánh, khiếu nại của người tiêu dùng liên quan đến sản phẩm, dịch vụ...
- Quy định trách nhiệm bên thứ ba đối với tổ chức, cá nhân kinh doanh nền tảng trung gian số.

### **2.6.2. Bổ sung quy định về bán hàng trực tiếp**

Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) bổ sung một số quy định mới về bán hàng trực tiếp, gồm:

- Làm rõ khái niệm bán hàng trực tiếp; phân loại bán hàng trực tiếp gồm: bán hàng tận cửa; bán hàng đa cấp và bán hàng tại địa điểm không phải là địa điểm giao dịch thường xuyên.
- Đối với bán hàng tận cửa, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) bổ sung trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh về việc thông báo về hoạt động bán hàng tận cửa tới UBND cấp xã nơi thực hiện bán hàng trước khi thực hiện; đồng thời, Luật cũng quy định tổ chức, cá nhân kinh doanh phải chịu trách nhiệm đối với mọi hoạt động của cá nhân bán hàng tận cửa.
- Đối với bán hàng đa cấp, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) bổ sung một số quy định như sau:



+ Về trách nhiệm của tổ chức bán hàng đa cấp, trong đó, có trách nhiệm mua lại sản phẩm theo yêu cầu của cá nhân tham gia bán hàng đa cấp trong thời hạn 30 ngày kể từ ngày nhận hàng; chịu trách nhiệm đối với hoạt động bán hàng đa cấp của người tham gia bán hàng đa cấp.

+ Về trách nhiệm của người tham gia bán hàng đa cấp.

+ Quy định việc lập hợp đồng bằng văn bản giữa tổ chức bán hàng đa cấp và cá nhân tham gia bán hàng đa cấp, về nội dung cơ bản của hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp.

- Đối với hoạt động bán sản phẩm, cung cấp dịch vụ tại các địa điểm không phải là địa điểm bán lẻ, giới thiệu dịch vụ thường xuyên, tổ chức, cá nhân kinh doanh có trách nhiệm: thông báo đến Ủy ban nhân dân cấp xã tại nơi tổ chức trước khi thực hiện; niêm yết công khai thông tin về tổ chức, cá nhân kinh doanh và sản phẩm, dịch vụ tại địa điểm tổ chức bán hàng; duy trì thông tin liên hệ, giải quyết khiếu nại, phản ánh của người tiêu dùng trong và sau khi kết thúc bán sản phẩm, cung cấp dịch vụ. Cùng với đó, Luật quy định người tiêu dùng có quyền trả lại sản phẩm trong vòng 30 ngày kể từ ngày nhận hàng với điều kiện sản phẩm còn nguyên bao bì tem nhãn, còn hạn sử dụng.

### ***2.7. Hoàn thiện quy định về tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng***

Để tiếp tục nâng cao hiệu quả hoạt động của các tổ chức xã hội tham gia bảo vệ người tiêu dùng, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) quy định bổ sung một số nội dung như sau:

- Đại diện người tiêu dùng khởi kiện khi có yêu cầu và ủy quyền theo quy định của pháp luật hoặc tự mình khởi kiện vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng vì lợi ích công cộng.

- Bổ sung một số quyền của tổ chức xã hội, như: tham gia các hoạt động kiểm tra liên quan đến bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

- Bổ sung thẩm quyền của tổ chức xã hội trong việc tiếp nhận, giải quyết yêu cầu tổ chức thương lượng do người tiêu dùng yêu cầu; về trách nhiệm của các cơ quan, tổ chức, cá nhân đối với việc cung cấp thông tin cho tổ chức xã hội trong quá trình giải quyết tranh chấp.

- Bổ sung quy định việc tổ chức xã hội đại diện người tiêu dùng khởi kiện hoặc tự mình khởi kiện vì lợi ích công cộng không phải nộp tạm ứng án phí, tạm ứng lệ phí Tòa án.

- Bổ sung quy định về việc tiền bồi thường thiệt hại trong vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng do tổ chức xã hội khởi kiện vì lợi ích công cộng được sử dụng để phục vụ cho các hoạt động chung vì quyền lợi người tiêu dùng.

Các quy định mới nêu trên đều nhằm tạo điều kiện thuận lợi, khuyến khích các tổ chức xã hội tham gia hiệu quả hơn vào công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

### ***2.8. Hoàn thiện quy định về giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh***

Để tiếp tục nâng cao hiệu quả giải quyết tranh chấp của người tiêu dùng, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) quy định một số nội dung mới như sau:

- Bỏ quy định về giải quyết yêu cầu về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cấp huyện.

- Bổ sung quy định về việc cho phép lựa chọn phương thức giải quyết tranh chấp trực tiếp hoặc trực tuyến trong trường hợp pháp luật có quy định.

- Bổ sung quy định về hợp tác quốc tế trong giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh nước ngoài.

- Bổ sung trách nhiệm cung cấp thông tin trong quá trình giải quyết tranh chấp của các cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan.

- Bổ sung quy định về trách nhiệm tiếp nhận, hỗ trợ/giải quyết yêu cầu tổ chức thương lượng do người tiêu dùng yêu cầu tại cơ quan quản lý nhà nước và tổ chức xã hội tham gia bảo vệ người tiêu dùng.

- Bổ sung quy định về việc trình tự, thủ tục hòa giải thực hiện theo quy định pháp luật hòa giải thương mại; bổ sung tổ chức hòa giải thương mại theo quy định pháp luật hòa giải thương mại được tham gia tổ chức hòa giải tranh chấp của người tiêu dùng; bổ sung hòa giải viên thương mại theo quy định pháp luật hòa giải thương mại là hòa giải viên hòa giải tranh chấp của người tiêu dùng; bổ sung quy định việc văn bản về kết quả hòa giải thành có hiệu lực thi hành đối với các bên theo quy định của pháp luật dân sự.

- Hoàn thiện quy định về vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng theo hướng: đề nghị quy định sửa đổi, bổ sung đối với Điều 317 Bộ Luật Tố tụng Dân sự để vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được giải quyết theo thủ tục rút gọn quy định trong pháp luật về tố tụng dân sự.

- Bổ sung quy định về việc tổ chức xã hội đại diện người tiêu dùng khởi kiện hoặc tự mình khởi kiện vì lợi ích công cộng không phải nộp tạm ứng án phí, tạm ứng lệ phí Tòa án.

- Bổ sung quy định về việc 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 do tổ chức xã hội khởi kiện vì lợi ích công cộng được sử dụng để phục vụ cho các hoạt động chung vì quyền lợi người tiêu dùng.

## **2.9. Nâng cao trách nhiệm quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) quy định rõ hơn về trách nhiệm chung và trách nhiệm quản lý ngành của Bộ Công Thương, trách nhiệm của các Bộ, cơ quan ngang Bộ, Ủy ban nhân dân các tỉnh thành phố đối với việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong lĩnh vực được phân công quản lý và tại địa phương.

Luật cũng bổ sung quy định về trách nhiệm của Mặt trận Tổ quốc Việt Nam và các tổ chức chính trị - xã hội trong việc tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Việc quy định rõ hơn trách nhiệm của các bộ, ban, ngành cũng như mở rộng trách nhiệm tham gia của Mặt trận Tổ quốc Việt Nam và các tổ chức chính trị - xã hội sẽ góp phần nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, tạo cơ sở pháp lý để xây dựng và vận hành cơ chế phối hợp giữa các đơn vị trong việc thực hiện bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

### **3. Điều kiện bảo đảm về nguồn lực tài chính và nhân sự để bảo đảm thi hành Luật**

Việc bảo đảm thi hành Luật dựa trên nguồn nhân sự và tài chính sẵn có của các chủ thể có liên quan như cơ quan quản lý nhà nước, tổ chức xã hội, cộng đồng doanh nghiệp và người tiêu dùng. Các nội dung này đã được nêu cụ thể trong Báo cáo tổng kết cũng như Tờ trình Chính phủ trong quá trình đề xuất sửa đổi, bổ sung Luật.

Các quy định được sửa đổi, bổ sung trong dự thảo không làm phát sinh yêu cầu bắt buộc về tài chính và nhân sự.

### **4. Về việc lồng ghép vấn đề bình đẳng giới**

Các nội dung cụ thể về vấn đề lồng ghép bình đẳng giới được nêu trong Báo cáo về lồng ghép vấn đề bình đẳng giới kèm theo.

### **5. Bổ sung đánh giá tác động chính sách**

Do dự thay đổi nội dung trong quá trình xây dựng, cơ quan chủ trì soạn thảo đã bổ sung đánh giá tác động chính sách đối với việc thay đổi phạm vi điều chỉnh, đối tượng áp dụng của dự án Luật (*Phụ lục gửi kèm theo*).

## **V. NHỮNG VẤN ĐỀ XIN Ý KIẾN**

Ban soạn thảo không đề xuất vấn đề cần xin ý kiến.

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.

**Hồ sơ tài liệu gửi kèm theo:**

(i) Dự thảo Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi); (ii) Báo cáo thẩm định của Bộ Tư pháp; (iii) Báo cáo tiếp thu, giải trình ý kiến thẩm định của Bộ Tư pháp; (iv) Báo cáo đánh giá tác động chính sách (bổ sung); (v) Báo cáo về rà soát các văn bản quy phạm pháp luật có liên quan; (vi) Báo cáo đánh giá thủ tục hành chính; (vii) Báo cáo về lồng ghép vấn đề bình đẳng giới; (viii) Bản tổng hợp, giải trình, tiếp thu ý kiến góp ý; bản chụp ý kiến góp ý của các bộ, cơ quan ngang bộ; (ix) Nghị quyết của Chính phủ về đề nghị xây dựng Luật; (x) Báo cáo kinh nghiệm quốc tế; (xi) Dự thảo Nghị định quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi)./.

**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;
- VPCP: Vụ PL, Vụ KTTH (để phối hợp);
- Lưu: VT, PC, CT.

**BỘ TRƯỞNG**

**Nguyễn Hồng Diên**

**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.

**Chương I  
NHỮNG QUY ĐỊNH CHUNG****Điều 1. Phạm vi điều chỉnh**

Luật này quy định về nguyên tắc, chính sách bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; 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; trách nhiệm quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

**Điều 2. Đối tượng áp dụng**

- Người tiêu dùng.
- Tổ chức, cá nhân kinh doanh.
- 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.

**Điều 3. Giải thích từ ngữ**

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

1. Người tiêu dùng là cá nhân mua hoặc sử dụng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ cho mục đích tiêu dùng, sinh hoạt của cá nhân, gia đình và không bao gồm mục đích thương mại.

2. 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. Thông tin của người tiêu dùng bao gồm thông tin cá nhân của người tiêu dùng, thông tin về quá trình mua, sử dụng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ của người tiêu dùng và các thông tin khác liên quan đến giao dịch giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh.

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

- a) Sản phẩm, hàng hóa sản xuất hàng loạt có khuyết tật phát sinh từ thiết kế kỹ thuật;
- b) Sản phẩm, hàng hóa đơn lẻ có khuyết tật phát sinh từ quá trình sản xuất, chế biến, vận chuyển, lưu giữ và sử dụng;
- c) Sản phẩm, hàng hóa tiềm ẩn nguy cơ gây mất an toàn trong quá trình sử dụng nhưng không có hướng dẫn, cảnh báo đầy đủ cho người tiêu dùng;
- d) Các trường hợp khác theo quy định của pháp luật.

5. Nền tảng số là hệ thống thông tin tạo môi trường trên không gian mạng cho tổ chức, cá nhân kinh doanh khác tham gia cung cấp sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ. Nền tảng số bao gồm nền tảng số trung gian và các nền tảng số khác.

6. Nền tảng số trung gian là nền tảng số cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh và người tiêu dùng tương tác để thực hiện một phần hoặc toàn bộ quy trình giao dịch đối với sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ.

7. Người có ảnh hưởng bao gồm: người đã, đang có chức vụ, quyền hạn, có học hàm, học vị từ tiến sỹ trở lên đang công tác trong cơ quan, tổ chức, đơn vị, khu vực nhà nước theo quy định của pháp luật; chuyên gia trong các lĩnh vực; người biểu diễn nghệ thuật, trình diễn thời trang, người đẹp, người mẫu đã có danh hiệu theo quy định của pháp luật; người có uy tín theo quy định của pháp luật; chủ tài khoản, trang thông tin cá nhân có số lượng lớn người theo dõi trên không gian mạng, thông qua nền tảng số, mạng xã hội hoặc được nền tảng số, mạng xã hội công nhận, chứng nhận do cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền về thông tin và truyền thông công bố và các đối tượng khác 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 và lợi ích hợp pháp 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.
6. Trong quá trình tiêu dùng, mọi người đều bình đẳng trước pháp luật, không phân biệt dân tộc, giới tính, tín ngưỡng, tôn giáo, thành phần xã hội, trình độ văn hóa, nghề nghiệp, địa vị xã hội.

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

1. Tạo điều kiện thuận lợi để người tiêu dùng và các tổ chức, cá nhân trong xã hội thực hiện đầy đủ các quyền và phát huy sự chủ động trong các hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.
2. Khuyến khích, hỗ trợ tổ chức, cá nhân kinh doanh ứng dụng, phát triển khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.
3. Tạo điều kiện thuận lợi để 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.
4. Triển khai thường xuyên, đồng bộ các biện pháp tư vấn, hỗ trợ, khảo sát, đánh giá, thử nghiệm, tuyên truyền, phổ biến, hướng dẫn, quản lý, giám sát việc tuân thủ pháp luật của tổ chức, cá nhân kinh doanh.
5. Đẩy mạnh hội nhập, mở rộng hợp tác quốc tế, chia sẻ thông tin, kinh nghiệm trong việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.
6. Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng gắn với thúc đẩy thực hành kinh doanh có trách nhiệm, góp phần xây dựng nền kinh tế độc lập, tự chủ.

#### **Điều 6. Chính sách của Nhà nước về sản xuất và tiêu dùng bền vững**

1. Thúc đẩy sản xuất và tiêu dùng bền vững hướng đến tăng trưởng xanh,

kinh tế tuần hoàn nhằm nâng cao lợi ích người tiêu dùng.

2. Khuyến khích, thúc đẩy đầu tư, sản xuất, phân phối, xuất nhập khẩu sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ, công nghệ thân thiện môi trường.

3. 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.

### **Điều 7. Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng dễ bị tổn thương**

1. Người tiêu dùng dễ bị tổn thương là nhóm người có đặc điểm và hoàn cảnh khiến họ có khả năng phải chịu nhiều tác động bất lợi về sức khỏe, tài sản trong quá trình mua hoặc sử dụng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ, bao gồm:

- a) Người cao tuổi theo quy định pháp luật người cao tuổi;
- b) Người khuyết tật theo quy định pháp luật người khuyết tật;
- c) Trẻ em theo quy định pháp luật trẻ em;
- d) Người sống trong vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi theo quy định pháp luật về công tác dân tộc;
- đ) Phụ nữ đang mang thai;
- e) Phụ nữ đang nuôi con dưới 12 tháng tuổi;
- g) Người bị bệnh hiểm nghèo.

2. 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 của pháp luật có liên quan.

3. Khi giao dịch với người tiêu dùng dễ bị tổn thương, tổ chức, cá nhân kinh doanh có trách nhiệm:

- a) Bảo đảm thực hiện các quyền ưu tiên của người tiêu dùng dễ bị tổn thương trong quá trình mua bán sản phẩm, hàng hóa, cung ứng dịch vụ theo quy định của pháp luật;
- b) Áp dụng cơ chế khiếu nại, giải quyết tranh chấp phù hợp với yếu tố dễ bị tổn thương của người tiêu dùng theo quy định của pháp luật;
- c) Không được từ chối giải quyết khiếu nại, đề nghị giải quyết tranh chấp của người tiêu dùng quy định tại điểm d khoản 1 Điều này với lý do khác biệt về tiếng nói, chữ viết, phong tục, tập quán;
- d) Chống kỳ thị, phân biệt đối xử, lợi dụng yếu tố dễ bị tổn thương để xâm phạm quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng trong quá trình thực hiện giao dịch với người tiêu dùng dễ bị tổn thương.



đ) Thực hiện các trách nhiệm theo quy định của Luật này và các pháp luật có liên quan khác.

### **Điều 8. Trách nhiệm bảo vệ thông tin của người tiêu dùng**

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

2. Trường hợp tổ chức, cá nhân kinh doanh ủy quyền hoặc thuê bên thứ ba thu thập, lưu trữ, sử dụng thông tin của người tiêu dùng thì tổ chức, cá nhân kinh doanh vẫn phải chịu trách nhiệm bảo vệ thông tin của người tiêu dùng. Hợp đồng ủy quyền hoặc hợp đồng thuê giữa hai bên phải được lập thành văn bản và phải quy định rõ trách nhiệm của mỗi bên trong việc thực hiện quy định của Luật này và quy định của pháp luật có liên quan về bảo vệ thông tin.

3. Trong phạm vi công việc được ủy quyền hoặc được thuê quy định tại khoản 2 Điều này, tổ chức, cá nhân kinh doanh không phải thực hiện quy định tại Điều 9 và Điều 10 của Luật này. Trường hợp tự mình thực hiện việc thu thập, lưu trữ, sử dụng thông tin của người tiêu dùng, tổ chức, cá nhân kinh doanh phải thực hiện quy định của Luật này và các quy định pháp luật có liên quan.

### **Điều 9. Chính sách bảo vệ thông tin của người tiêu dùng**

1. Trừ trường hợp pháp luật có quy định khác, tổ chức, cá nhân kinh doanh thu thập, lưu trữ, sử dụng thông tin của người tiêu dùng phải xây dựng chính sách bảo vệ thông tin với các nội dung sau:

- a) Mục đích thu thập thông tin;
- b) Phạm vi sử dụng thông tin;
- c) Thời hạn lưu trữ thông tin.

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

### **Điều 10. Thông báo khi thu thập, sử dụng thông tin của người tiêu dùng**

1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh phải thông báo rõ ràng, công khai, bằng hình thức phù hợp với người tiêu dùng về mục đích, phạm vi thu thập, sử dụng thông tin của người tiêu dùng trước khi thực hiện và phải được người tiêu dùng đồng ý.

2. Tổ chức, cá nhân kinh doanh phải thiết lập cơ chế rõ ràng để người tiêu dùng lựa chọn phạm vi thông tin đồng ý cung cấp và bày tỏ sự đồng ý bằng hình

thức phù hợp, trừ trường hợp quy định tại điểm b và c khoản 1 Điều 11 của Luật này.

3. Tổ chức, cá nhân kinh doanh không phải thực hiện nghĩa vụ quy định tại khoản 1 Điều này trong trường hợp thu thập thông tin đã được người tiêu dùng công khai hoặc cho phép công khai theo quy định của pháp luật.

### **Điều 11. Sử dụng thông tin của người tiêu dùng**

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

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

b) Để cung cấp sản phẩm, hàng hóa hoặc dịch vụ theo yêu cầu của người tiêu dùng và chỉ trong phạm vi thông tin do người tiêu dùng đã đồng ý;

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

2. Khi tổ chức, cá nhân kinh doanh thay đổi mục đích, phạm vi sử dụng thông tin 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 của người tiêu dùng được quy định trong Luật này bao gồm cả việc chia sẻ, tiết lộ và chuyển giao thông tin của người tiêu dùng cho bên thứ ba.

4. Tổ chức, cá nhân kinh doanh thu thập, sử dụng thông tin phải có cơ chế để người tiêu dùng lựa chọn việc cho phép hoặc không cho phép:

a) Chia sẻ, tiết lộ, chuyển giao thông tin cho bên thứ ba, trừ trường hợp tổ chức, cá nhân kinh doanh chuyển giao thông tin đã được thu thập phù hợp quy định của Luật này và pháp luật có liên quan cho bên thứ ba lưu trữ hoặc phân tích nhằm phục vụ hoạt động kinh doanh của bên chuyển giao và hai bên đã có thỏa thuận bằng văn bản về việc bên thứ ba có trách nhiệm bảo vệ thông tin người tiêu dùng theo quy định tại Luật này;

b) Sử dụng thông tin của họ để quảng cáo, giới thiệu sản phẩm, hàng hóa và các hoạt động có tính thương mại khác.

### **Điều 12. Bảo đảm an toàn thông tin của người tiêu dùng**

1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh phải bảo đảm an toàn, chính xác, đầy đủ thông tin của người tiêu dùng mà họ thu thập, sử dụng, lưu trữ và có biện pháp 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 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 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 hai mươi bốn (24) giờ sau khi phát hiện sự cố và thực hiện các biện pháp cần thiết để bảo đảm an toàn thông tin của người tiêu dùng.

### **Điều 13. Kiểm tra, chỉnh sửa, cập nhật, chuyển giao hoặc hủy bỏ thông tin của người tiêu dùng**

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

2. Tổ chức, cá nhân kinh doanh có nghĩa vụ thực hiện theo yêu cầu của người tiêu dùng quy định tại khoản 1 Điều này hoặc cung cấp cho người tiêu dùng công cụ để tự kiểm tra, chỉnh sửa, cập nhật, chuyển giao hoặc hủy bỏ thông tin của mình.

3. Tổ chức, cá nhân kinh doanh có nghĩa vụ hủy bỏ thông tin của người tiêu dùng khi hết thời hạn lưu trữ.

### **Điều 14. 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, an toàn tính mạng, tài sản, sức khỏe, bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp khác cho người tiêu dùng khi mua, sử dụng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ của cá nhân hoạt động thương mại độc lập, thường xuyên, không phải đăng ký kinh doanh.

### **Điều 15. 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, hàng hóa, dịch vụ do tổ chức, cá nhân kinh doanh cung cấp.

2. Được cung cấp thông tin chính xác, đầy đủ về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ; tổ chức, cá nhân kinh doanh; nội dung giao dịch sản phẩm, hàng hóa, 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, hàng hóa, dịch vụ mà người tiêu dùng đã mua, sử dụng.

3. Lựa chọn sản phẩm, hàng hóa, 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; được cung cấp sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ đúng với nội dung đã giao dịch.

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

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

6. Yêu cầu bồi thường thiệt hại khi sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ không phù hợp tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật, đo lường, chất lượng, an toàn, 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, hàng hóa, dịch vụ.

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

10. Quyền khác theo quy định của pháp luật liên quan.

### **Điều 16. Nghĩa vụ của người tiêu dùng**

1. Kiểm tra về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ trước khi nhận theo quy định

pháp luật; lựa chọn tiêu dùng sản phẩm, hàng hóa, 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.

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

3. Tuân thủ các nghĩa vụ khác theo quy định của pháp luật khác có liên quan.

### **Điều 17. Các hành vi bị cấm**

1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh:

a) Lừa dối hoặc gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng thông qua việc cung cấp thông tin sai lệch, không đầy đủ, chính xác về một trong các nội dung sau đây: sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ mà tổ chức, cá nhân kinh doanh cung cấp; uy tín, khả năng kinh doanh, khả năng cung cấp sản phẩm, hàng hóa, 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; các hình ảnh, giấy tờ, tài liệu chứng nhận của cơ quan nhà nước có thẩm quyền về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ của tổ chức, cá nhân kinh doanh hoặc tổ chức, cá nhân kinh doanh;

b) Quấy rối người tiêu dùng thông qua hành vi tiếp xúc trực tiếp hoặc gián tiếp với người tiêu dùng để giới thiệu về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ, tổ chức, cá nhân kinh doanh hoặc đề nghị giao kết hợp đồng trái với ý muốn của người tiêu dùng 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 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;

d) Lợi dụng hoàn cảnh khó khăn, yếu tố dễ bị tổn thương của người tiêu dùng hoặc lợi dụng thiên tai, dịch bệnh để ép buộc giao dịch hoặc từ chối giao dịch với người tiêu dùng;

đ) Yêu cầu người tiêu dùng thanh toán cho sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ đã cung cấp mà không có thoả thuận trước với người tiêu dùng;

e) Lợi dụng hoàn cảnh khó khăn, yếu tố dễ bị tổn thương của người tiêu dùng hoặc lợi dụng thiên tai, dịch bệnh để cung cấp hàng hóa, dịch vụ không bảo đảm đo lường, chất lượng, an toàn, 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;

g) Không bảo đảm chất lượng sản phẩm, hàng hóa, 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, hàng hóa, dịch vụ cho người tiêu dùng do nhầm lẫn của tổ chức, cá nhân kinh doanh;

i) Không đền bù, trả lại tiền hoặc đổi lại sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ cho người tiêu dùng do sản phẩm, hàng hóa không đúng như quảng cáo, giới thiệu, cam kết hoặc công bố của tổ chức, cá nhân kinh doanh;

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

l) 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;

m) Tổ chức, cá nhân không tuân thủ các quy định pháp luật liên quan tới lĩnh vực sản xuất, kinh doanh và có ảnh hưởng trực tiếp đến quyền lợi người tiêu dùng trước khi cung cấp sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ tới người tiêu dùng;

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

o) Ngăn cản người tiêu dùng được kiểm tra về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ, trừ trường hợp pháp luật có quy định khác;

p) Yêu cầu người tiêu dùng phải mua sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ khác như là điều kiện tiên quyết để giao kết hợp đồng với người tiêu dùng;

q) Quy định các điều khoản không có hiệu lực tại Điều 25 của Luật này trong hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, điều kiện giao dịch chung.

r) Thu thập, lưu trữ, sử dụng thông tin của người tiêu dùng trái quy định của pháp luật.

2. Tổ chức, cá nhân tham gia bán hàng đa cấp thực hiện các hành vi bán hàng đa cấp bất chính quy định tại khoản 2 Điều 45 của Luật này.

3. Tổ chức, cá nhân kinh doanh thiết lập, vận hành, cung cấp dịch vụ nền tảng số:

a) Ép buộc hoặc ngăn cản người tiêu dùng đăng ký sử dụng hoặc sử dụng nền tảng số trung gian 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, hàng hoá giữa các tổ chức, cá nhân kinh doanh cung cấp trên nền tảng số mà không công bố công khai các tiêu chí lựa chọn;

c) Sử dụng các biện pháp ngăn chặn 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;

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 nền tảng trực tuyến.

e) Thực hiện các hành vi theo quy định tại khoản 1 và 2 Điều này.

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

1. Cá nhân, 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 hoặc bị truy cứu trách nhiệm hình sự, nếu gây thiệt hại thì phải bồi thường theo quy định của pháp luật.

2. 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.

3. Ngoài các tình tiết tăng nặng quy định tại pháp luật về xử lý vi phạm hành chính, vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng đối với người tiêu dùng quy định tại điểm d, e, g khoản 1 Điều 7 Luật này cũng được coi là tình tiết tăng nặng trong xử lý vi phạm hành chính về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

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

### **Điều 19. Ngày Quyền của người tiêu dùng Việt Nam**

Ngày 15 tháng 3 hàng năm là Ngày Quyền của người tiêu dùng Việt Nam.

## **Chương II**

### **TRÁCH NHIỆM CỦA TỔ CHỨC, CÁ NHÂN KINH DOANH ĐỐI VỚI NGƯỜI TIÊU DÙNG**

**Điều 20. Trách nhiệm bảo đảm an toàn, chất lượng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ cung cấp cho người tiêu dùng**

1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh có trách nhiệm bảo đảm an toàn, chất lượng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ cung cấp cho người tiêu dùng theo đúng nội dung đã đăng ký, thông báo, công bố, thỏa thuận hoặc theo quy định của pháp luật.

2. Trong quá trình thực hiện trách nhiệm bảo đảm an toàn, chất lượng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ, tổ chức, cá nhân kinh doanh phải bảo đảm sự phù hợp với các nhóm người tiêu dùng theo độ tuổi, giới tính, thu nhập, khu vực địa lý, dân tộc, tình trạng sức khỏe, đặc điểm tâm thần, thể chất.

3. Tổ chức, cá nhân kinh doanh có trách nhiệm cảnh báo sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ có khả năng gây mất an toàn, ảnh hưởng xấu đến sức khỏe, tính mạng, tài sản của người tiêu dùng và thông báo về các biện pháp phòng ngừa.

**Điều 21. Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh trong việc cung cấp thông tin về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ, hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung cho người tiêu dùng**

1. Cung cấp thông tin chính xác, đầy đủ về:

a) Sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ, tổ chức, cá nhân kinh doanh, chất lượng, số lượng, khối lượng, giá cả, xuất xứ hàng hóa, thời hạn sử dụng, phí, chi phí, phương thức, thời hạn giao hàng, phương thức vận chuyển, thanh toán.

b) Nhận xét, đánh giá của người tiêu dùng (nếu có) về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ hoặc tổ chức, cá nhân kinh doanh.

2. Thực hiện ghi nhãn hàng hóa bảo đảm trung thực, rõ ràng, chính xác, phản ánh đúng bản chất của hàng hóa theo quy định của pháp luật.

3. Niêm yết giá theo quy định của pháp luật về giá.

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

5. Cung cấp hướng dẫn sử dụng; chính sách bảo hành theo quy định tại Điều 29 của Luật này trong trường hợp sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ có bảo hành.

6. Minh bạch thông tin về thành phần, chức năng, lợi ích khác biệt đối với các sản phẩm, hàng hóa được sản xuất dành riêng cho từng giới.

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

**Điều 22. Trách nhiệm của bên thứ ba trong việc cung cấp thông tin về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ cho người tiêu dùng**



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

a) Bảo đảm cung cấp thông tin chính xác, đầy đủ về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ được cung cấp và các chương trình đánh giá, xếp hạng liên quan (nếu có);

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

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

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

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

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

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

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

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

3. Trường hợp tổ chức, cá nhân kinh doanh cung cấp thông tin về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ thông qua người có ảnh hưởng thì người có ảnh hưởng có trách nhiệm:

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

b) Thông báo trước cho người tiêu dùng đây là các nội dung được tài trợ.

**Điều 23. Hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung**

1. Hình thức hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung được thực hiện theo quy định của pháp luật về dân sự và pháp luật khác có liên quan.

2. Ngôn ngữ, hình thức của hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung trong trường hợp bằng văn bản phải

được thể hiện rõ ràng, dễ hiểu.

Ngôn ngữ sử dụng trong hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung là tiếng Việt và tiếng nước ngoài do các bên thỏa thuận lựa chọn (nếu có). Trong trường hợp có sự khác biệt giữa bản tiếng Việt và tiếng nước ngoài, bản tiếng Việt được ưu tiên áp dụng.

3. Hợp đồng theo mẫu phải có các nội dung cơ bản sau:

a) Thông tin của các bên trong hợp đồng bao gồm: tên, địa chỉ, số điện thoại, phương thức liên hệ của các bên;

b) Thông tin về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ được cung cấp theo hợp đồng;

c) Số lượng, chất lượng, giá đầy đủ của sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ được cung cấp (bao gồm các thành phần cấu thành nên giá cuối cùng của sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ nếu pháp luật chuyên ngành có quy định phải công khai cấu thành giá của sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ);

d) Phương thức, thời hạn thanh toán;

đ) Thời gian, địa điểm, phương thức cung cấp sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ;

e) Quyền và nghĩa vụ của các bên, bảo đảm tuân thủ các quy định của Luật này và pháp luật có liên quan;

g) Trách nhiệm bảo vệ thông tin của người tiêu dùng;

h) Các trường hợp chấm dứt hợp đồng và trách nhiệm phát sinh kèm theo;

i) Trường hợp bất khả kháng theo quy định pháp luật;

k) Phương thức giải quyết tranh chấp;

l) Thời điểm giao kết hợp đồng, thời hạn của hợp đồng;

m) Các nội dung khác phải có trong hợp đồng theo quy định của Luật này và pháp luật có liên quan.

#### **Điều 24. Giải thích hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung**

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

#### **Điều 25. Điều khoản của hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung không có hiệu lực**

1. Điều khoản của hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, hợp đồng theo

mẫu, điều kiện giao dịch chung không có hiệu lực nếu trái với nguyên tắc thiện chí theo quy định của pháp luật dân sự, dẫn đến mất cân bằng về quyền và nghĩa vụ của các bên theo hướng bất lợi cho người tiêu dùng.

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

a) Hạn chế, loại trừ trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh đối với người tiêu dùng theo quy định của pháp luật;

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

c) Cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh đơn phương thay đổi quy định của hợp đồng đã giao kết với người tiêu dùng;

d) Cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh đơn phương thay đổi điều kiện giao dịch chung trong khi không quy định quyền chấm dứt hợp đồng cho người tiêu dùng;

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

e) Cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh quy định hoặc thay đổi giá tại thời điểm giao sản phẩm, hàng hóa, cung cấp dịch vụ, trừ trường hợp đặc biệt do Chính phủ quy định;

g) Cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh thay đổi giá trong quá trình cung cấp dịch vụ liên tục trong khi không quy định quyền chấm dứt hợp đồng cho người tiêu dùng;

h) Cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh giải thích hợp đồng, điều kiện giao dịch chung trong trường hợp điều khoản của hợp đồng, điều kiện giao dịch chung được hiểu khác nhau;

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

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

l) Cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh chuyển giao nghĩa vụ cho bên thứ ba mà không được người tiêu dùng đồng ý, trừ trường hợp pháp luật có quy định khác;

m) Quy định về chế tài theo hướng bất lợi hơn cho người tiêu dùng do vi phạm hoặc chấm dứt hợp đồng;

n) Cho phép tổ chức, cá nhân kinh doanh gia hạn hợp đồng đã thỏa thuận với người tiêu dùng mà không quy định trách nhiệm thông báo trước hoặc không có cơ chế để người tiêu dùng lựa chọn gia hạn hay chấm dứt hợp đồng;

o) Quy định người tiêu dùng phải đồng ý cho tổ chức, cá nhân kinh doanh thu thập, lưu trữ, sử dụng thông tin của người tiêu dùng là điều kiện để giao kết hợp đồng, điều kiện giao dịch chung, trừ trường hợp pháp luật có quy định khác;

p) Các trường hợp khác do cơ quan giải quyết tranh chấp xác định dựa trên nguyên tắc quy định tại khoản 1 Điều này.

### **Điều 26. Thực hiện hợp đồng theo mẫu**

1. Trước khi giao kết hợp đồng theo mẫu, tổ chức, cá nhân kinh doanh phải dành thời gian hợp lý để người tiêu dùng nghiên cứu hợp đồng.

2. Tổ chức, cá nhân kinh doanh phải lưu giữ hợp đồng theo mẫu đã giao kết cho đến khi hợp đồng hết hiệu lực. Trường hợp hợp đồng do người tiêu dùng giữ bị mất hoặc hư hỏng thì trong vòng bảy (07) ngày làm việc kể từ khi nhận được yêu cầu từ người tiêu dùng, tổ chức, cá nhân kinh doanh có trách nhiệm cung cấp bản sao hợp đồng.

3. Hợp đồng theo mẫu phải được công bố công khai ở vị trí dễ nhìn thấy tại trụ sở, địa điểm kinh doanh và trên trang thông tin, ứng dụng điện tử (nếu có) để người tiêu dùng biết hoặc phải biết về những nội dung của hợp đồng trước khi người tiêu dùng giao kết hợp đồng hoặc thực hiện các hoạt động đặt cọc, thanh toán trước khi hợp đồng được xác lập.

### **Điều 27. Thực hiện điều kiện giao dịch chung**

1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh sử dụng điều kiện giao dịch chung có trách nhiệm công bố công khai và phải dành thời gian hợp lý để người tiêu dùng nghiên cứu điều kiện giao dịch chung trước khi giao dịch.

2. Điều kiện giao dịch chung phải quy định rõ thời điểm áp dụng và phải được công khai ở vị trí dễ nhìn thấy tại trụ sở, địa điểm kinh doanh và trên trang thông tin, ứng dụng điện tử (nếu có) để người tiêu dùng biết hoặc phải biết về những nội dung của điều kiện giao dịch chung.

3. Điều kiện giao dịch chung chỉ có hiệu lực với người tiêu dùng trong trường hợp điều kiện giao dịch này đã được công khai để người tiêu dùng biết hoặc phải biết về điều kiện đó trước khi giao dịch.

### **Điều 28. Kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung**

1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh sản phẩm, hàng hóa, 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 phải đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung với cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trước khi sử dụng để giao kết với người tiêu dùng. Căn cứ vào điều kiện kinh tế, xã hội và nhu cầu bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tùy từng thời kỳ, Thủ tướng Chính phủ ban hành danh mục sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ phải đăng ký hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung theo quy định tại Điều này.

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

3. Việc xác định hậu quả pháp lý của việc hủy bỏ, sửa đổi hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung đã xác lập với người tiêu dùng trong các giao dịch cụ thể được thực hiện theo quy định của pháp luật dân sự.

4. Cơ quan quản lý ngành, lĩnh vực trong phạm vi nhiệm vụ, quyền hạn của mình có trách nhiệm phối hợp với cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong việc kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung theo quy định tại Điều này.

5. Chính phủ quy định chi tiết Điều này.

### **Điều 29. Trách nhiệm cung cấp bằng chứng giao dịch**

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

2. Trường hợp giao dịch trên không gian mạng thì tổ chức, cá nhân kinh doanh có trách nhiệm tạo điều kiện cho người tiêu dùng truy nhập, tải, lưu trữ và in hóa đơn, chứng từ, tài liệu quy định tại khoản 1 Điều này.

### **Điều 30. Trách nhiệm bảo hành sản phẩm, hàng hóa, linh kiện, phụ kiện**

1. Sản phẩm, hàng hóa, linh kiện, phụ kiện được bảo hành theo thỏa thuận của các bên hoặc bắt buộc bảo hành theo quy định của pháp luật.

2. Trường hợp sản phẩm, hàng hóa, linh kiện, phụ kiện được bảo hành, tổ chức, cá nhân kinh doanh có trách nhiệm:

a) Công bố công khai chính sách bảo hành. Nội dung tối thiểu của chính sách bảo hành bao gồm: thời điểm, thời hạn áp dụng, nội dung, phạm vi, phương thức thực hiện bảo hành và các trường hợp loại trừ trách nhiệm bảo hành của tổ chức, cá nhân kinh doanh.

b) Thực hiện chính xác, đầy đủ nghĩa vụ bảo hành sản phẩm, hàng hóa, linh kiện, phụ kiện do mình cung cấp.

c) Cung cấp cho người tiêu dùng văn bản tiếp nhận bảo hành, trong đó ghi rõ thời gian thực hiện bảo hành. Trường hợp tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá thay thế linh kiện, phụ kiện thì thời hạn bảo hành linh kiện, phụ kiện đó được tính lại từ thời điểm thay thế linh kiện, phụ kiện. Trường hợp tổ chức, cá

nhân kinh doanh hàng hoá đổi sản phẩm, hàng hóa mới thì thời hạn bảo hành sản phẩm, hàng hóa đó được tính lại từ thời điểm đổi mới. Thời gian thực hiện bảo hành không tính vào thời hạn bảo hành sản phẩm, hàng hóa, linh kiện, phụ kiện.

d) Cung cấp cho người tiêu dùng sản phẩm, hàng hóa, linh kiện, phụ kiện tương tự để sử dụng tạm thời hoặc có hình thức giải quyết phù hợp khác theo thỏa thuận giữa người tiêu dùng và tổ chức cá nhân kinh doanh trong thời gian thực hiện bảo hành.

đ) Đổi sản phẩm, hàng hóa, linh kiện, phụ kiện mới tương tự hoặc thu hồi sản phẩm, linh kiện, phụ kiện và trả lại tiền cho người tiêu dùng trong trường hợp hết thời gian thực hiện bảo hành mà không sửa chữa được hoặc không khắc phục được lỗi hoặc trong trường hợp đã thực hiện bảo hành sản phẩm, linh kiện, phụ kiện từ ba (03) lần trở lên trong thời hạn bảo hành mà vẫn không khắc phục được lỗi.

e) Chịu chi phí sửa chữa, vận chuyển sản phẩm, hàng hóa, linh kiện, phụ kiện đến nơi bảo hành và từ nơi bảo hành đến nơi ở của người tiêu dùng hoặc nơi sử dụng sản phẩm, hàng hóa, linh kiện, phụ kiện.

Chịu chi phí thực hiện bảo hành trong trường hợp việc bảo hành được thực hiện tại nơi ở của người tiêu dùng hoặc nơi sử dụng sản phẩm, hàng hóa, linh kiện, phụ kiện.

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

### **Điều 31. Trách nhiệm tiếp nhận, giải quyết phản ánh, yêu cầu, khiếu nại của người tiêu dùng**

Tổ chức, cá nhân kinh doanh có trách nhiệm:

1. Xây dựng và công bố công khai quy trình tiếp nhận và giải quyết phản ánh, yêu cầu, khiếu nại của người tiêu dùng ở vị trí dễ nhìn thấy tại trụ sở, địa điểm kinh doanh và trên trang thông tin điện tử hoặc các hình thức khác (nếu có).

2. Tổ chức tiếp nhận và giải quyết phản ánh, yêu cầu, khiếu nại của người tiêu dùng theo đúng quy trình đã công bố.

### **Điều 32. Trách nhiệm đối với sản phẩm, hàng hóa có khuyết tật**

1. Khi phát hiện sản phẩm, hàng hóa có khuyết tật, tổ chức, cá nhân kinh doanh có trách nhiệm:

a) Thu hồi và xử lý sản phẩm, hàng hóa có khuyết tật để bảo đảm các quyền lợi của người tiêu dùng theo quy định tại Điều 33 của Luật này và các

quy định pháp luật có liên quan.

b) Thực hiện các biện pháp cần thiết để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong quá trình thu hồi và xử lý sản phẩm, hàng hóa có khuyết tật.

c) Báo cáo cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các cơ quan quản lý nhà nước trong các ngành, lĩnh vực liên quan trước khi thực hiện việc thu hồi; thực hiện việc thu hồi đúng nội dung đã báo cáo, thông báo và chịu các chi phí phát sinh trong quá trình thu hồi.

2. Cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các cơ quan quản lý nhà nước trong các ngành, lĩnh vực liên quan cấp tỉnh nơi thực hiện thu hồi sản phẩm, hàng hóa có khuyết tật có trách nhiệm giám sát việc thực hiện để bảo đảm việc thu hồi được thực hiện đúng nội dung đã báo cáo, thông báo, bảo đảm quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng và phù hợp với quy định của pháp luật; trường hợp việc thu hồi sản phẩm, hàng hóa có khuyết tật được tiến hành trên địa bàn từ hai tỉnh trở lên thì cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cấp tỉnh và các cơ quan quản lý nhà nước trong các ngành, lĩnh vực liên quan ở trung ương có trách nhiệm giám sát.

3. Chính phủ quy định chi tiết Điều này.

### **Điều 33. Trách nhiệm thu hồi sản phẩm, hàng hóa có khuyết tật**

1. Sản phẩm, hàng hóa có khuyết tật bao gồm:

a) Sản phẩm, hàng hóa có khuyết tật nhóm A là sản phẩm, hàng hóa có khả năng gây thiệt hại cho tài sản của người tiêu dùng;

b) Sản phẩm, hàng hóa có khuyết tật nhóm B là sản phẩm, hàng hóa có khả năng gây thiệt hại cho sức khỏe, tính mạng của người tiêu dùng.

2. Trường hợp phát hiện sản phẩm, hàng hóa có khuyết tật nhóm A, tổ chức, cá nhân kinh doanh tự mình hoặc theo yêu cầu của cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng hoặc các cơ quan quản lý nhà nước trong các ngành, lĩnh vực liên quan có trách nhiệm thông báo công khai về sản phẩm, hàng hóa có khuyết tật và việc thu hồi sản phẩm, hàng hóa đó tại các địa điểm kinh doanh và trang thông tin điện tử hoặc các hình thức tương đương khác (nếu có) của tổ chức, cá nhân kinh doanh cho đến khi kết thúc việc thu hồi với các nội dung sau:

a) Mô tả sản phẩm, hàng hóa phải thu hồi;

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

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

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

đ) Các nội dung khác có liên quan (nếu có) để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

3. Trường hợp phát hiện sản phẩm, hàng hóa có khuyết tật nhóm B, tổ chức, cá nhân kinh doanh tự mình hoặc theo yêu cầu của cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng hoặc các cơ quan quản lý nhà nước trong các ngành, lĩnh vực liên quan có trách nhiệm:

a) Kịp thời tiến hành mọi biện pháp cần thiết để ngừng việc cung cấp sản phẩm, hàng hóa có khuyết tật trên thị trường;

b) Thông báo công khai về sản phẩm, hàng hóa có khuyết tật và việc thu hồi sản phẩm, hàng hóa đó ít nhất 05 số liên tiếp trên báo ngày hoặc năm (05) ngày liên tiếp trên đài phát thanh, đài truyền hình, báo điện tử thuộc địa phương mà sản phẩm, hàng hóa đó được lưu thông với các nội dung quy định tại khoản 1 Điều này.

### **Điều 34. Trách nhiệm bồi thường thiệt hại do sản phẩm, hàng hóa có khuyết tật gây ra**

1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh có trách nhiệm bồi thường thiệt hại trong trường hợp sản phẩm, hàng hóa có khuyết tật do mình cung cấp gây thiệt hại đến tính mạng, sức khỏe, tài sản của người tiêu dùng, kể cả khi tổ chức, cá nhân đó không biết hoặc không có lỗi trong việc phát sinh khuyết tật, trừ trường hợp quy định tại Điều 35 của Luật này.

2. Tổ chức, cá nhân kinh doanh có trách nhiệm bồi thường thiệt hại quy định tại khoản 1 Điều này bao gồm:

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

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

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

d) Tổ chức, cá nhân trung gian thương mại;

đ) Tổ chức, cá nhân trực tiếp cung cấp sản phẩm, hàng hóa có khuyết tật cho người tiêu dùng;

e) Tổ chức, cá nhân khác chịu trách nhiệm về sản phẩm, hàng hóa theo quy định của pháp luật.

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



4. Trường hợp không xác định được tổ chức, cá nhân kinh doanh tại điểm a, b, c và đ khoản 2 Điều này thì tổ chức, cá nhân kinh doanh quy định tại điểm đ khoản 2 Điều này có trách nhiệm bồi thường cho người tiêu dùng, trừ trường hợp pháp luật có quy định khác.

5. Trường hợp nhiều tổ chức, cá nhân kinh doanh quy định tại khoản 2 Điều này cùng gây thiệt hại thì các tổ chức, cá nhân kinh doanh đó phải liên đới bồi thường cho người tiêu dùng.

**Điều 35. Miễn trách nhiệm bồi thường thiệt hại do sản phẩm, hàng hóa có khuyết tật gây ra**

Tổ chức, cá nhân kinh doanh quy định tại Điều 34 của Luật này được miễn trách nhiệm bồi thường thiệt hại trong các trường hợp sau đây:

1. Khi chứng minh được khuyết tật của sản phẩm, hàng hóa không thể phát hiện được với trình độ khoa học, kỹ thuật tại thời điểm tổ chức, cá nhân kinh doanh cung cấp cho người tiêu dùng.

2. Theo quy định của pháp luật dân sự hoặc các pháp luật có liên quan.

**Điều 36. Yêu cầu cơ quan quản lý nhà nước xử lý vi phạm pháp luật liên quan đến bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

1. Trường hợp phát hiện hành vi vi phạm pháp luật liên quan đến bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thì người tiêu dùng và các tổ chức, cá nhân có liên quan khác có quyền yêu cầu trực tiếp hoặc bằng văn bản đến cơ quan quản lý nhà nước có liên quan để được xử lý theo quy định của pháp luật.

2. Các cơ quan quản lý nhà nước có liên quan có trách nhiệm tiếp nhận và giải quyết các yêu cầu của người tiêu dùng và các tổ chức, cá nhân có liên quan khác theo chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và lĩnh vực được phân công.

3. Trường hợp cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng nhận được yêu cầu xử lý vi phạm pháp luật theo quy định tại khoản 1 của Điều này thuộc lĩnh vực quản lý của cơ quan quản lý nhà nước khác thì có trách nhiệm chuyển yêu cầu tới cơ quan quản lý có liên quan và thông báo cho người tiêu dùng và các tổ chức, cá nhân có liên quan khác được biết.

4. Người tiêu dùng và các tổ chức, cá nhân có liên quan khác có nghĩa vụ cung cấp thông tin, bằng chứng có liên quan đến hành vi vi phạm của tổ chức, cá nhân kinh doanh.

**Chương III**

**BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG TRONG  
CÁC GIAO DỊCH ĐẶC THÙ VỚI TỔ CHỨC, CÁ NHÂN KINH DOANH**

### **Điều 37. Các giao dịch đặc thù giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh**

Các giao dịch đặc thù giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh bao gồm:

1. Giao dịch từ xa là giao dịch được thực hiện trên không gian mạng hoặc các phương tiện gián tiếp khác, trong đó, người tiêu dùng không được kiểm tra, tiếp xúc trực tiếp với sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ trước khi tham gia giao dịch.

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

3. Bán hàng trực tiếp là hoạt động của tổ chức, cá nhân kinh doanh chủ động tiếp cận, giới thiệu sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ để bán cho người tiêu dùng. Bán hàng trực tiếp bao gồm các hình thức sau:

a) Bán hàng tận cửa là hoạt động bán sản phẩm, hàng hóa, cung cấp dịch vụ tại nơi ở, nơi làm việc của người tiêu dùng;

b) Bán hàng đa cấp là hoạt động bán hàng hóa thông qua mạng lưới người tham gia gồm nhiều cấp, nhiều nhánh, trong đó, người tham gia được hưởng hoa hồng, tiền thưởng và lợi ích kinh tế khác từ kết quả bán hàng hóa của mình và của những người khác trong mạng lưới.

c) Bán hàng không tại địa điểm giao dịch thường xuyên là hoạt động giới thiệu, bán sản phẩm, hàng hóa, cung cấp dịch vụ tại các địa điểm không phải là địa điểm bán lẻ cố định, giới thiệu dịch vụ thường xuyên.

## **Mục 1**

### **GIAO DỊCH TỪ XA**

#### **Điều 38. Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh trong giao dịch từ xa với người tiêu dùng**

1. Khi thực hiện giao dịch từ xa, tổ chức, cá nhân kinh doanh phải cung cấp chính xác và đầy đủ cho người tiêu dùng những thông tin sau:

a) Tên, địa chỉ liên hệ, số điện thoại liên hệ của tổ chức, cá nhân kinh doanh, trừ trường hợp pháp luật có quy định khác hoặc của đại diện theo pháp luật của tổ chức, cá nhân kinh doanh tại Việt Nam (nếu có);

b) Giá cả, chất lượng, nguồn gốc xuất xứ, thời hạn sử dụng của sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ;

c) Chi phí giao hàng (nếu có);

d) Phương thức thanh toán, phương thức giao hàng, cung cấp dịch vụ; điều kiện và phương thức đổi, trả hàng;

- đ) Thời gian có hiệu lực của đề nghị thực hiện giao dịch;
- e) Thông tin về các khoản phí, chi phí, thuế giá trị gia tăng, cách thức tính phí, chi phí có thể phát sinh và các điều kiện giao dịch chung áp dụng trong quá trình cung cấp dịch vụ cho người tiêu dùng;
- g) Chi tiết về tính năng, công dụng, cách thức sử dụng, bảo hành của sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ là đối tượng giao dịch;
- h) Quyền của người tiêu dùng quy định tại khoản 3 Điều 39 Luật này;
- i) Quy trình xử lý việc trả lại sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ hoặc chấm dứt thực hiện hợp đồng đã giao kết;
- k) Quy trình tiếp nhận và xử lý khiếu nại của người tiêu dùng.

2. Trường hợp giao dịch được thực hiện thông qua điện thoại hoặc các hình thức liên lạc, đàm thoại khác, tổ chức, cá nhân kinh doanh có trách nhiệm thông tin ngay từ đầu về tên, địa chỉ của mình và mục đích của cuộc đàm thoại.

3. Trường hợp giao dịch được thực hiện trên không gian mạng, tổ chức, cá nhân kinh doanh có trách nhiệm thực hiện quy định của Luật này và các quy định pháp luật liên quan.

4. Chính phủ quy định chi tiết Điều này.

### **Điều 39. Giao kết hợp đồng trong giao dịch từ xa**

1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh khi giao dịch từ xa với người tiêu dùng có trách nhiệm xây dựng công cụ và thực hiện biện pháp bảo đảm:

- a) Cung cấp chính xác, đầy đủ nội dung hợp đồng để người tiêu dùng nghiên cứu trước khi xác lập giao dịch;
- b) Người tiêu dùng trao đổi, làm rõ nội dung hợp đồng và xác nhận đồng ý giao kết hợp đồng;
- c) Người tiêu dùng xem lại và tải về hợp đồng đã có xác nhận ký kết của người tiêu dùng.

2. Nội dung giao kết hợp đồng thực hiện theo quy định tại khoản 1 Điều 38 của Luật này.

Trường hợp có nhiều bên tham gia thực hiện hợp đồng, nội dung giao kết hợp đồng phải xác định rõ các chủ thể, trách nhiệm, quyền lợi của từng chủ thể liên quan.

3. Trường hợp tổ chức, cá nhân kinh doanh cung cấp không chính xác hoặc không đầy đủ các thông tin quy định tại khoản 1 Điều 38 của Luật này thì

trong thời hạn ba mươi (30) ngày kể từ ngày giao kết hợp đồng, người tiêu dùng có quyền:

a) Thỏa thuận lựa chọn cách thức xử lý hợp đồng với tổ chức, cá nhân kinh doanh;

b) Đơn phương chấm dứt thực hiện hợp đồng đã giao kết hoặc yêu cầu cơ quan có thẩm quyền tuyên hợp đồng vô hiệu hoặc tuyên bố hủy bỏ hợp đồng và thông báo cho tổ chức, cá nhân kinh doanh. Người tiêu dùng không phải trả bất kỳ chi phí nào để chấm dứt hợp đồng và chỉ phải trả chi phí đối với phần sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ đã sử dụng.

4. Trường hợp người tiêu dùng đơn phương chấm dứt thực hiện hợp đồng theo quy định tại điểm b khoản 3 Điều này, tổ chức, cá nhân kinh doanh phải trả lại tiền cho người tiêu dùng chậm nhất là ba mươi (30) ngày kể từ ngày người tiêu dùng tuyên bố đơn phương chấm dứt thực hiện hợp đồng. Quá thời hạn này, tổ chức, cá nhân kinh doanh phải trả lãi đối với số tiền chậm trả theo lãi suất do hai bên thỏa thuận hoặc theo quy định của pháp luật dân sự. Việc hoàn trả được thực hiện theo phương thức mà người tiêu dùng đã thanh toán, trừ trường hợp người tiêu dùng đồng ý thanh toán bằng phương thức khác.

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

#### **Điều 40. Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh với người tiêu dùng trong các giao dịch trên không gian mạng**

1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh trên không gian mạng gồm:

a) Tổ chức, cá nhân kinh doanh sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ thông qua hệ thống thông tin tự mình thiết lập hoặc thông qua các nền tảng số;

b) Tổ chức thiết lập, vận hành nền tảng số;

2. Tổ chức, cá nhân kinh doanh quy định tại điểm a khoản 1 Điều này có trách nhiệm thực hiện quy định tại Chương II, Điều 38, Điều 39 Luật này và Mục 2 Chương III trong trường hợp cung cấp dịch vụ liên tục.

3. Tổ chức thiết lập, vận hành nền tảng số tại điểm b khoản 1 Điều này có trách nhiệm thực hiện quy định tại Chương II, Điều 38, Điều 39 và Mục 2 Chương III Luật này. Tổ chức thiết lập, vận hành nền tảng số trung gian phải thực hiện thêm các trách nhiệm sau:

a) Chỉ định, công bố công khai đầu mối liên hệ, người đại diện được ủy quyền phối hợp với cơ quan quản lý nhà nước trong việc giải quyết các vấn đề liên quan đến bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng;

b) Xây dựng, công bố công khai quy chế hoạt động của nền tảng cho người tiêu dùng trong đó phân định rõ trách nhiệm của các bên tham gia giao dịch;

c) Cung cấp thông tin về tổ chức, cá nhân kinh doanh hoạt động trên nền tảng khi người tiêu dùng có yêu cầu;

d) Cho phép người tiêu dùng phản hồi, đánh giá về tổ chức, cá nhân kinh doanh, đồng thời hiển thị kết quả phản hồi, đánh giá đó;

đ) Hiển thị đầy đủ, minh bạch thông tin sản phẩm, hàng hóa bao gồm các nội dung bắt buộc thể hiện trên nhãn hàng hóa theo quy định pháp luật về nhãn hàng hóa, trừ các thông tin có tính chất riêng biệt theo sản phẩm như: năm, tháng, ngày sản xuất; hạn sử dụng; số lô sản xuất; số khung, số máy hoặc tiêu chuẩn kết quả cần đạt được trong cung cấp dịch vụ;

e) Chỉ định, công bố công khai đầu mối tiếp nhận, giải quyết các phản ánh, khiếu nại của người tiêu dùng liên quan đến sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ, nội dung thông tin trên nền tảng; tiếp nhận và giải quyết khiếu nại của người tiêu dùng đối với các quyết định của nền tảng;

g) Có biện pháp cho phép hiển thị ưu tiên đánh giá, phản ánh, kiến nghị của tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng hoặc tổ chức đánh giá tín nhiệm theo quy định của pháp luật;

h) Lưu trữ thông tin về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ và các giao dịch thực hiện; cho phép người tiêu dùng truy nhập, truy vết, tải, lưu trữ và in hóa đơn, chứng từ, tài liệu liên quan đến giao dịch nền tảng mà mình quản lý;

i) Minh bạch hoạt động quảng cáo trên không gian mạng theo quy định của pháp luật trong trường hợp có hoạt động quảng cáo đi kèm;

k) Công bố công khai báo cáo về các hoạt động kiểm duyệt nội dung đã thực hiện hoặc theo yêu cầu của cơ quan nhà nước có thẩm quyền;

l) Kết nối, cung cấp dữ liệu thông tin theo thời gian thực phục vụ hoạt động kiểm tra, giám sát của cơ quan nhà nước có thẩm quyền;

m) Thực hiện các trách nhiệm khác quy định tại Luật này và quy định của pháp luật khác có liên quan.

4. Tổ chức, cá nhân kinh doanh được xác định là nền tảng số lớn theo quy định của pháp luật phải đáp ứng các quy định tại khoản 3 Điều này và các trách nhiệm sau:

a) Thiết lập kho lưu trữ các quảng cáo có sử dụng thuật toán để nhắm đến người, nhóm người tiêu dùng cụ thể;

b) Đánh giá định kỳ hoạt động kiểm duyệt nội dung, việc sử dụng hệ thống thuật toán và quảng cáo nhắm đến người, nhóm người tiêu dùng;

c) Đánh giá định kỳ việc thực hiện quy định xử lý tài khoản giả, việc sử dụng trí tuệ nhân tạo, các hành vi tự động hoặc tự động một phần khác.

## Mục 2

### CUNG CẤP DỊCH VỤ LIÊN TỤC

#### **Điều 41. Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh cung cấp dịch vụ liên tục**

1. Trường hợp tổ chức, cá nhân kinh doanh cung cấp dịch vụ liên tục trên lãnh thổ Việt Nam mà không có đại diện theo pháp luật tại Việt Nam thì có trách nhiệm thông báo công khai về đại diện theo ủy quyền của tổ chức, cá nhân kinh doanh tại Việt Nam. Đại diện theo ủy quyền của tổ chức, cá nhân kinh doanh có trách nhiệm thực hiện các quy định pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng theo quy định tại Luật này.

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

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

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

#### **Điều 42. Hợp đồng cung cấp dịch vụ liên tục**

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

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

a) Tên, địa chỉ liên hệ, số điện thoại liên hệ của tổ chức, cá nhân kinh doanh hoặc của đại diện theo ủy quyền của tổ chức, cá nhân kinh doanh tại Việt Nam (nếu có);

b) Mô tả dịch vụ được cung cấp;

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

d) Thông tin chính xác, đầy đủ về các khoản phí, chi phí, cách thức tính

phí, chi phí có thể phát sinh và các điều kiện giao dịch chung có thể áp dụng trong quá trình cung cấp dịch vụ cho người tiêu dùng;

đ) Thông báo cho người tiêu dùng về việc nộp phí để tiếp tục sử dụng dịch vụ theo cách thức đã được thỏa thuận tối thiểu là bảy (07) ngày làm việc trước khi hết hạn sử dụng dịch vụ;

e) Thông báo cho người tiêu dùng về thời điểm kết thúc hợp đồng theo cách thức đã được thỏa thuận tối thiểu bảy (07) ngày làm việc trước khi hợp đồng kết thúc;

g) Các nội dung khác phải có trong hợp đồng theo quy định tại khoản 3 Điều 23 của Luật này.

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

### Mục 3

## BÁN HÀNG TRỰC TIẾP

### **Điều 43. Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh trong hoạt động bán hàng tận cửa**

1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh thực hiện hoạt động bán hàng tận cửa thông qua các hình thức:

a) Tự mình thực hiện.

b) Người lao động của tổ chức, cá nhân kinh doanh.

c) Đại diện được thuê hoặc được ủy quyền, đại diện thương mại.

2. Các cá nhân quy định tại khoản 1 Điều này khi bán hàng tận cửa có trách nhiệm sau đây:

a) Giới thiệu tên, số điện thoại liên lạc, địa chỉ, trụ sở của tổ chức, cá nhân kinh doanh chịu trách nhiệm về hoạt động bán hàng và cung cấp tài liệu chứng minh mối quan hệ với tổ chức, cá nhân kinh doanh;

b) Không được tiếp tục đề nghị cung cấp sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ khi người tiêu dùng đã từ chối;

c) Giải thích cho người tiêu dùng về điều kiện của hợp đồng, thông tin khác mà người tiêu dùng quan tâm liên quan đến sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ. 3. Tổ chức, cá nhân kinh doanh phải chịu trách nhiệm đối với hoạt động bán hàng của cá nhân bán hàng tận cửa quy định tại khoản 1 Điều này.

#### **Điều 44. Hợp đồng bán hàng tận cửa**

1. Hoạt động bán hàng tận cửa phải được lập thành hợp đồng bằng văn bản và cung cấp cho người tiêu dùng một bản, trừ trường hợp các bên có thỏa thuận khác.

2. Trường hợp hợp đồng bán hàng tận cửa được lập thành văn bản thì tổ chức, cá nhân kinh doanh phải dành thời hạn ba (03) ngày làm việc kể từ ngày giao kết hợp đồng để người tiêu dùng cân nhắc lại việc quyết định thực hiện hợp đồng. Trong thời hạn này, người tiêu dùng có quyền đơn phương chấm dứt hợp đồng đã giao kết và thông báo cho tổ chức, cá nhân kinh doanh.

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

#### **Điều 45. Trách nhiệm tổ chức, cá nhân bán hàng đa cấp**

1. Trách nhiệm của tổ chức bán hàng đa cấp:

a) Niêm yết công khai các tài liệu hoạt động tại trụ sở chính, chi nhánh, văn phòng đại diện và địa điểm kinh doanh của tổ chức bán hàng đa cấp;

b) Thực hiện đúng quy tắc hoạt động, kế hoạch trả thưởng;

c) Xuất hóa đơn theo từng giao dịch bán hàng;

d) Nhận lại hàng hóa và trả lại tiền theo yêu cầu của cá nhân tham gia bán hàng đa cấp hoặc người tiêu dùng nếu yêu cầu được thực hiện trong thời hạn ba mươi (30) ngày kể từ ngày nhận hàng và hàng còn nguyên bao bì, tem, nhãn và còn hạn sử dụng;

đ) Chịu trách nhiệm trước pháp luật và trước người tiêu dùng đối với hoạt động của cá nhân tham gia bán hàng đa cấp.

2. Trách nhiệm của cá nhân tham gia bán hàng đa cấp với người tiêu dùng:

a) Xuất trình thẻ thành viên trước khi giới thiệu hoặc tiếp thị, bán hàng;

b) Tuân thủ hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp và quy tắc hoạt động;

c) Không được lợi dụng chức vụ, quyền hạn, địa vị xã hội, nghề nghiệp để khuyến khích, yêu cầu, lôi kéo, dụ dỗ người khác tham gia vào mạng lưới bán hàng đa cấp hoặc mua sản phẩm, hàng hóa kinh doanh theo phương thức đa cấp.

3. Các hành vi bán hàng đa cấp bất chính:

a) Yêu cầu người khác phải đặt cọc hoặc nộp một khoản tiền nhất định để được ký hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp;

b) Yêu cầu người khác phải mua một số lượng sản phẩm, hàng hóa nhất định để được ký hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp;



c) Cung cấp thông tin gian dối về kế hoạch trả thưởng, về lợi ích của việc tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp;

d) Cung cấp thông tin gian dối, gây nhầm lẫn về tính năng, công dụng của sản phẩm, hàng hóa hoặc hoạt động của tổ chức bán hàng đa cấp;

đ) Kinh doanh theo phương thức đa cấp đối với dịch vụ hoặc các hình thức khác phải là mua bán hàng hóa, trừ trường hợp pháp luật có quy định khác;

4. Chính phủ quy định chi tiết Điều này.

#### **Điều 46. Hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp**

1. Tổ chức bán hàng đa cấp và cá nhân tham gia bán hàng đa cấp phải giao kết hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp bằng văn bản.

2. Hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp phải đáp ứng các điều kiện về hình thức quy định tại Điều 23 của Luật này.

#### **Điều 47. Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh trong hoạt động bán hàng không tại địa điểm giao dịch thường xuyên**

1. Trừ trường hợp pháp luật có quy định khác, trước khi bán sản phẩm, hàng hóa, cung cấp dịch vụ tại địa điểm không phải là địa điểm bán lẻ, giới thiệu dịch vụ thường xuyên với tổng giá trị hàng hóa bán cao hơn 10 triệu đồng hoặc có ít nhất một (01) sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ có giá trị cao hơn 100 nghìn đồng, tổ chức, cá nhân kinh doanh có trách nhiệm:

a) Thông báo đến Ủy ban nhân dân cấp xã tại nơi tổ chức trước khi thực hiện. Nội dung thông báo bao gồm: tên, địa chỉ liên hệ, nội dung, phương thức, giá bán và loại sản phẩm, hàng hóa có liên quan;

b) Niêm yết công khai thông tin về tổ chức, cá nhân kinh doanh và sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ tại địa điểm tổ chức bán hàng;

c) Duy trì thông tin liên hệ, giải quyết khiếu nại, phản ánh của người tiêu dùng trong và sau khi kết thúc bán sản phẩm, hàng hóa, cung cấp dịch vụ;

d) Cung cấp thông tin đầy đủ, trung thực, chính xác về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ và hoạt động của tổ chức, cá nhân kinh doanh;

đ) Cho phép người tiêu dùng trả lại sản phẩm, hàng hóa trong vòng ba mươi (30) ngày kể từ ngày nhận hàng với điều kiện sản phẩm, hàng hóa còn nguyên bao bì, nhãn hàng hóa, tem (nếu có), còn hạn sử dụng;

e) Giao hóa đơn, chứng từ mua bán, giao nhận sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ;

g) Trường hợp hoạt động cung cấp dịch vụ quy định tại Điều này được lập thành hợp đồng bằng văn bản, tổ chức, cá nhân kinh doanh phải dành thời hạn ba (03) ngày làm việc kể từ ngày hợp đồng được giao kết và được chuyển cho người tiêu dùng lưu trữ để người tiêu dùng cân nhắc lại việc quyết định thực

hiện hợp đồng. Trong thời hạn này, người tiêu dùng có quyền đơn phương chấm dứt thực hiện hợp đồng đã giao kết và thông báo bằng văn bản cho tổ chức, cá nhân kinh doanh. Trước khi hết thời hạn này, tổ chức, cá nhân kinh doanh không được yêu cầu người tiêu dùng đặt cọc, thanh toán hoặc thực hiện các nội dung hợp đồng, trừ trường hợp pháp luật có quy định khác.

3. UBND cấp xã có trách nhiệm tiếp nhận thông báo và giám sát việc bán hàng của tổ chức, cá nhân kinh doanh theo đúng nội dung đã thông báo theo quy định tại khoản 1 Điều này.. Chính phủ quy định chi tiết Điều này.

## **Chương IV**

### **HOẠT ĐỘNG CỦA TỔ CHỨC XÃ HỘI THAM GIA BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG**

#### **Điều 48. Tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

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

2. 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 và các tổ chức xã hội khác tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

3. Tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng hoạt động theo quy định tại Luật này và quy định khác của pháp luật có liên quan.

#### **Điều 49. Hoạt động của tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

1. Hoạt động của tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng bao gồm:

- a) Hướng dẫn, giúp đỡ, tư vấn người tiêu dùng khi có yêu cầu;
- b) Tổ chức thương lượng, hòa giải các tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh theo quy định tại Luật này khi có yêu cầu;
- c) Đại diện người tiêu dùng khởi kiện khi có yêu cầu và ủy quyền theo quy định của pháp luật hoặc tự mình khởi kiện vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng vì lợi ích công cộng;
- d) Cung cấp cho cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền thông tin về hành vi vi phạm pháp luật của tổ chức, cá nhân kinh doanh;
- đ) Độc lập khảo sát, thử nghiệm; công bố kết quả khảo sát, thử nghiệm chất lượng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ do mình thực hiện; thực hiện phản ánh, đánh giá mức độ tin cậy của tổ chức, cá nhân kinh doanh trên không gian mạng;

thông tin, cảnh báo cho người tiêu dùng về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ và chịu trách nhiệm trước pháp luật về việc thông tin, cảnh báo của mình; kiến nghị cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền xử lý vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng;

e) Tham gia góp ý xây dựng pháp luật, chủ trương, chính sách, phương hướng, kế hoạch, chương trình, dự án và biện pháp về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng;

g) Tuyên truyền, phổ biến giáo dục chủ trương, chính sách, pháp luật của nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và chủ trương, chính sách liên quan.

2. Chính phủ quy định điều kiện để tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thực hiện quyền khởi kiện vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng vì lợi ích công cộng quy định tại điểm c khoản 1 Điều này.

#### **Điều 50. Quyền của tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

1. Tham gia các hoạt động kiểm tra liên quan đến bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng theo yêu cầu của các cơ quan có thẩm quyền.

2. Phối hợp với các cơ quan, tổ chức trong hoạt động tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

3. Được các cơ quan quản lý nhà nước thông báo kết quả tiếp nhận, xử lý, bảo mật thông tin do mình cung cấp, kiến nghị.

4. Được đào tạo, tập huấn kiến thức, kỹ năng về hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

5. Tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng có phạm vi hoạt động toàn quốc được gia nhập các tổ chức quốc tế tương ứng theo quy định của pháp luật.

6. Tham gia chương trình, dự án, đề tài nghiên cứu, tư vấn, phản biện và giám định xã hội theo đề nghị của cơ quan quản lý nhà nước.

#### **Điều 51. Nghĩa vụ của tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

1. Chấp hành nghiêm chỉnh các quy định tại Luật này và quy định của pháp luật có liên quan về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

2. Không xâm phạm lợi ích của Nhà nước, quyền, lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân khác trong quá trình tham gia hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

3. Thực hiện nhiệm vụ khi được cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền giao.

## **Điều 52. Tổ chức xã hội có tôn chỉ, mục đích tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

1. Ngoài các hoạt động tại Điều 49 của Luật này, tổ chức xã hội có tôn chỉ, mục đích tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được cơ quan nhà nước có thẩm quyền giao thực hiện một hoặc các nhiệm vụ sau:

a) Tuyên truyền, phổ biến giáo dục chủ trương, chính sách, pháp luật của nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và chủ trương, chính sách liên quan;

b) Hướng dẫn, đào tạo nâng cao nhận thức và kiến thức tiêu dùng cho người tiêu dùng;

c) Tư vấn, hỗ trợ và tổ chức thương lượng cho người tiêu dùng;

d) Thực hiện các nghiên cứu, khảo sát, thử nghiệm chất lượng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ; đánh giá mức độ tin cậy của tổ chức, cá nhân kinh doanh trên không gian mạng; tập hợp ý kiến, phản ánh nhu cầu của người tiêu dùng;

đ) Thực hiện việc khởi kiện vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng vì lợi ích công cộng.

2. Khi thực hiện nhiệm vụ được cơ quan quản lý nhà nước giao theo quy định tại khoản 1 Điều này, tổ chức xã hội có tôn chỉ, mục đích tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được Nhà nước hỗ trợ kinh phí và các điều kiện khác theo quy định của pháp luật.

3. Tổ chức xã hội có tôn chỉ, mục đích tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng không được từ chối tư vấn, hỗ trợ những khiếu nại chính đáng của người tiêu dùng.

## **Chương V**

### **GIẢI QUYẾT TRANH CHẤP GIỮA NGƯỜI TIÊU DÙNG VÀ TỔ CHỨC, CÁ NHÂN KINH DOANH**

#### **Mục 1**

#### **QUY ĐỊNH CHUNG**

### **Điều 53. Phương thức giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh**

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

a) Thương lượng;

b) Hòa giải;

c) Trọng tài;

d) Tòa án.

2. Không được thương lượng, hoà giải trong trường hợp tranh chấp gây thiệt hại đến lợi ích của Nhà nước, lợi ích công cộng hoặc lợi ích của nhiều người, trừ trường hợp xác định được số người cụ thể.

3. Các phương thức giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh có thể được thực hiện theo hình thức trực tiếp, trực tuyến hoặc các hình thức khác theo quy định của pháp luật có liên quan.

**Điều 54. Hợp tác quốc tế trong giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và các tổ chức, cá nhân nước ngoài**

1. Hợp tác quốc tế trong giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và các tổ chức, cá nhân nước ngoài được thực hiện trên nguyên tắc tôn trọng độc lập, chủ quyền, toàn vẹn lãnh thổ quốc gia, không can thiệp vào công việc nội bộ của nhau, bình đẳng và cùng có lợi, phù hợp với Hiến pháp, pháp luật của Việt Nam và điều ước quốc tế mà nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam là thành viên.

2. Trường hợp nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam chưa ký kết hoặc chưa gia nhập điều ước quốc tế có liên quan thì việc hợp tác quốc tế trong giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và các tổ chức, cá nhân nước ngoài được thực hiện theo nguyên tắc có đi có lại nhưng không được trái với Hiến pháp, pháp luật của Việt Nam, phù hợp với pháp luật và tập quán quốc tế.

3. Bộ Công Thương tiến hành hoạt động hợp tác với các cơ quan, tổ chức bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của nước ngoài trong quá trình giải quyết tranh chấp để kịp thời phát hiện, xử lý đối với các hành vi vi phạm quy định của pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

4. Phạm vi hợp tác quốc tế trong giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và các tổ chức, cá nhân nước ngoài bao gồm tham vấn, trao đổi thông tin, tài liệu, tiếp nhận và giải quyết các tranh chấp, xử lý các hành vi vi phạm quyền lợi người tiêu dùng hoặc các hoạt động hợp tác quốc tế phù hợp khác theo quy định của pháp luật Việt Nam và điều ước quốc tế mà nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam là thành viên.

**Điều 55. Trách nhiệm cung cấp thông tin trong quá trình giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và các tổ chức, cá nhân kinh doanh**

1. Cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan có trách nhiệm cung cấp đầy đủ, chính xác và kịp thời các thông tin, tài liệu theo yêu cầu của cơ quan quản lý nhà nước, tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong quá trình giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh, trừ trường hợp pháp luật có quy định khác.

2. Cơ quan quản lý nhà nước, tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi

người tiêu dùng có trách nhiệm bảo mật thông tin, tài liệu được cung cấp theo quy định của pháp luật.

## Mục 2

### THƯƠNG LƯỢNG

#### Điều 56. Thương lượng

1. Người tiêu dùng có quyền yêu cầu tổ chức, cá nhân kinh doanh thương lượng.
2. Tổ chức, cá nhân kinh doanh phải tiếp nhận yêu cầu thương lượng của người tiêu dùng theo quy định tại Điều 57 Luật này.
3. Trường hợp tổ chức, cá nhân kinh doanh không trả lời yêu cầu thương lượng của người tiêu dùng theo quy định tại Điều 57 Luật này hoặc từ chối thương lượng mà không có lý do chính đáng, người tiêu dùng có 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 cho rằng quyền, lợi ích hợp pháp của mình bị xâm phạm.

#### Điều 57. Trình tự, thủ tục thương lượng

1. Người tiêu dùng gửi yêu cầu thương lượng với các thông tin, tài liệu liên quan (nếu có) đến tổ chức, cá nhân kinh doanh tại trụ sở chính, địa điểm kinh doanh, trang thông tin điện tử, các phương thức liên lạc khác do tổ chức, cá nhân kinh doanh đã công bố công khai hoặc đang áp dụng.
2. Tổ chức, cá nhân kinh doanh có trách nhiệm tiếp nhận, tiến hành thương lượng với người tiêu dùng trong thời hạn không quá bảy (07) ngày làm việc, kể từ ngày nhận được yêu cầu, trừ trường hợp pháp luật có quy định khác.
3. Trong trường hợp quy định tại khoản 3 Điều 56, người tiêu dùng gửi yêu cầu tổ chức thương lượng và các tài liệu liên quan bằng hình thức trực tiếp hoặc qua đường bưu điện hoặc trực tuyến đến 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.
4. Trong thời hạn bảy (07) ngày làm việc kể từ ngày nhận được yêu cầu của người tiêu dùng, 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 có trách nhiệm chuyển yêu cầu của người tiêu dùng đến tổ chức, cá nhân kinh doanh được yêu cầu thương lượng.
5. Tổ chức, cá nhân kinh doanh có trách nhiệm tiến hành thương lượng với người tiêu dùng trong thời hạn bảy (07) ngày làm việc kể từ ngày nhận được yêu cầu và thông báo bằng văn bản kết quả thương lượng đến 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 trong vòng năm (05) ngày làm việc kể từ thời điểm

kết thúc thương lượng.

6. Trường hợp từ chối yêu cầu thương lượng của người tiêu dùng theo quy định tại Điều này, tổ chức, cá nhân kinh doanh phải trả lời bằng văn bản hoặc các hình thức có giá trị tương đương và nêu rõ lý do.

**Điều 58. Các trường hợp không tiếp nhận, giải quyết yêu cầu hỗ trợ thương lượng**

1. Người tiêu dùng không có năng lực hành vi dân sự đầy đủ mà không có người đại diện hợp pháp.

2. Người đại diện không hợp pháp thực hiện yêu cầu.

3. Người tiêu dùng không cung cấp đầy đủ thông tin, tài liệu để xác định chính xác tổ chức, cá nhân có liên quan hoặc bằng chứng liên quan đến giao dịch.

4. Nội dung yêu cầu hỗ trợ không thuộc chức năng, nhiệm vụ, thẩm quyền của cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng hoặc mục đích, phạm vi, lĩnh vực hoạt động của tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

5. Yêu cầu đã được cơ quan quản lý nhà nước khác giải quyết hoặc đã được 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 giải quyết trước đó.

**Điều 59. Quyền, nghĩa vụ và trách nhiệm của các bên trong quá trình thương lượng**

1. Người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh trong quá trình thương lượng có các quyền sau đây:

a) Đồng ý hoặc từ chối tham gia thương lượng theo quy định của Luật này;

b) Lựa chọn thời gian, hình thức thương lượng;

c) Yêu cầu tạm dừng hoặc chấm dứt thương lượng trong quá trình thương lượng;

d) Yêu cầu giữ bí mật về việc thương lượng;

đ) Được tự do bày tỏ ý chí về nội dung thương lượng;

e) Các quyền khác theo quy định của Luật này và pháp luật có liên quan.

2. Người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh trong quá trình thương lượng có các nghĩa vụ sau đây:

a) Tiến hành thương lượng theo quy định của pháp luật và phù hợp với

đạo đức xã hội, quyền, trách nhiệm công dân, văn hóa kinh doanh;

b) Trình bày đúng sự thật, các tình tiết của tranh chấp, cung cấp thông tin, tài liệu có liên quan đến vụ tranh chấp;

c) Thực hiện kết quả thương lượng thành trên nguyên tắc trung thực, thiện chí;

d) Các nghĩa vụ khác theo quy định của Luật này và pháp luật có liên quan.

### **Điều 60. Kết quả thương lượng**

1. Kết quả thương lượng của tổ chức, cá nhân kinh doanh với người tiêu dùng được lập thành văn bản hoặc các hình thức có giá trị pháp lý tương đương, trừ trường hợp các bên có thoả thuận khác.

2. Biên bản thương lượng bao gồm các nội dung sau:

a) Các bên tham gia thương lượng;

b) Thời gian, địa điểm tiến hành thương lượng;

c) Nội dung thương lượng;

d) Kết quả thương lượng;

đ) Các nội dung khác theo thoả thuận của các bên phù hợp với quy định của pháp luật.

3. Trường hợp kết quả thương lượng được lập thành biên bản thì biên bản phải có chữ ký của đại diện các bên thương lượng.

## **Mục 3 HÒA GIẢI**

### **Điều 61. Hòa giải**

1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh và người tiêu dùng có quyền thoả thuận lựa chọn bên thứ ba là hòa giải viên để thực hiện việc hòa giải.

2. Trình tự, thủ tục hòa giải thực hiện theo quy định pháp luật hòa giải thương mại.

### **Điều 62. Nguyên tắc thực hiện hòa giải**

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



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

### **Điều 63. Tổ chức hòa giải**

1. Tổ chức hòa giải tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh gồm:

a) Tổ chức công lập thực hiện hoạt động hòa giải theo chức năng, nhiệm vụ được giao và theo quy định của pháp luật.

b) Tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

c) Tổ chức hòa giải thương mại theo quy định pháp luật hòa giải thương mại.

2. Tổ chức hòa giải theo quy định tại điểm a, điểm b khoản 1 Điều này có trách nhiệm công nhận, công bố Danh sách hòa giải viên đủ điều kiện theo quy định của Luật này và chỉ định các hòa giải viên tham gia thực hiện việc hòa giải theo yêu cầu của các bên.

3. Tổ chức hòa giải thương mại có trách nhiệm công bố Danh sách hòa giải viên và chỉ định các hòa giải viên tham gia thực hiện việc hòa giải theo quy định của pháp luật về hòa giải thương mại.

### **Điều 64. Hòa giải viên**

Hòa giải viên hòa giải tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh gồm:

1. Hòa giải viên thương mại theo quy định pháp luật hòa giải thương mại.

2. Hòa giải viên thuộc các tổ chức quy định tại điểm b, điểm c khoản 1 Điều 63 là công dân Việt Nam đáp ứng đủ các điều kiện sau:

a) Có năng lực hành vi dân sự đầy đủ;

b) Có phẩm chất đạo đức tốt, trung thực;

c) Có ít nhất hai (02) năm kinh nghiệm làm việc trong lĩnh vực được đào tạo;

d) Có kỹ năng hòa giải, hiểu biết pháp luật.

3. Người đang bị quản chế hành chính, đang bị truy cứu trách nhiệm hình sự hoặc đã bị kết án mà chưa được xóa án tích không được làm Hòa giải viên.

### **Điều 65. Kết quả hòa giải**

1. Khi đạt được kết quả hòa giải thành, các bên lập văn bản về kết quả hòa giải thành. Văn bản về kết quả hòa giải thành có hiệu lực thi hành đối với các bên theo quy định của pháp luật tố tụng dân sự.

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

- a) Tổ chức, cá nhân tiến hành hòa giải;
- b) Các bên tham gia hòa giải;
- c) Nội dung hoà giải;
- d) Thời gian, địa điểm tiến hành hòa giải;
- đ) Ý kiến của các bên tham gia hòa giải;
- e) Kết quả hòa giải và giải pháp thực hiện;
- g) Thời hạn thực hiện kết quả hòa giải thành;
- h) Các nội dung khác theo thỏa thuận của các bên phù hợp với quy định của pháp luật.

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

#### **Điều 66. Thực hiện và công nhận kết quả hòa giải thành**

Các bên có trách nhiệm thực hiện kết quả hòa giải thành trong thời hạn đã thỏa thuận trong biên bản hòa giải. Việc công nhận kết quả hòa giải thành thực hiện theo quy định của pháp luật tố tụng dân sự.

### **Mục 4**

#### **TRỌNG TÀI**

##### **Điều 67. Hiệu lực của điều khoản trọng tài**

1. Tổ chức, cá nhân kinh doanh phải thông báo về điều khoản trọng tài trước khi giao kết hợp đồng và được người tiêu dùng chấp thuận.

2. Trường hợp điều khoản trọng tài do tổ chức, cá nhân kinh doanh đưa vào hợp đồng theo mẫu hoặc điều kiện giao dịch chung thì khi xảy ra tranh chấp, người tiêu dùng có quyền lựa chọn phương thức giải quyết tranh chấp khác.

##### **Điều 68. Trình tự, thủ tục giải quyết tranh chấp tại trọng tài**

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

##### **Điều 69. Nghĩa vụ chứng minh**

1. Người tiêu dùng có nghĩa vụ cung cấp chứng cứ và chứng minh để bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp của mình theo quy định của pháp luật về trọng tài thương mại, trừ việc chứng minh lỗi của tổ chức, cá nhân kinh doanh.

2. Tổ chức, cá nhân kinh doanh có nghĩa vụ chứng minh mình không có

lỗi gây ra thiệt hại.

## Mục 5

### GIẢI QUYẾT TRANH CHẤP TẠI TÒA ÁN

#### **Điều 70. Vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

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

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

- a) Cá nhân là người tiêu dùng khởi kiện; tổ chức, cá nhân trực tiếp cung cấp sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ cho người tiêu dùng bị khởi kiện;
- b) Vụ án đơn giản, chứng cứ rõ ràng;
- c) Giá trị giao dịch dưới 100 triệu đồng.

#### **Điều 71. Án phí, lệ phí Tòa án đối với vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

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

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

3. Tổ chức xã hội đại diện người tiêu dùng khởi kiện hoặc tự mình khởi kiện vì lợi ích công cộng không phải nộp tạm ứng án phí, tạm ứng lệ phí Tòa án.

#### **Điều 72. Thông báo thông tin về vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng do tổ chức xã hội khởi kiện**

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

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

- a) Tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khởi kiện;
- b) Tổ chức, cá nhân kinh doanh bị kiện;
- c) Nội dung khởi kiện;

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

**Điều 73. Tiền bồi thường thiệt hại trong vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng do tổ chức xã hội khởi kiện vì lợi ích công cộng**

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

2. 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 do tổ chức xã hội khởi kiện vì lợi ích công cộng được sử dụng để phục vụ cho các hoạt động chung vì quyền lợi người tiêu dùng.

3. Chính phủ quy định chi tiết Điều này.

## **Chương VI**

### **TRÁCH NHIỆM QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG**

**Điều 74. Trách nhiệm quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng**

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

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

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

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

**Điều 75. Trách nhiệm của Bộ Công Thương**

1. Trách nhiệm chung

a) Chủ trì xây dựng, trình cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền ban hành và tổ chức thực hiện các chương trình quốc gia, kế hoạch tổng thể về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và sản xuất, tiêu dùng bền vững;

b) Chủ trì xây dựng, trình cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền ban hành các chính sách, pháp luật thúc đẩy sản xuất và tiêu dùng bền vững hướng

đến nền kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn; chính sách khuyến khích, thúc đẩy đầu tư, sản xuất, phân phối, xuất nhập khẩu sản phẩm, công nghệ thân thiện môi trường phù hợp với các lộ trình hội nhập và cam kết quốc tế, thực hiện các hiệp định thương mại song phương và đa phương;

c) Chủ trì tổ chức thực hiện tuyên truyền, phổ biến, giáo dục kiến thức và pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; tư vấn, hỗ trợ và nâng cao nhận thức về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng;

d) Chủ trì xây dựng cơ sở dữ liệu thông tin phục vụ công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; xây dựng cơ chế, chính sách để khuyến khích thu hút, đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trong lĩnh vực bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng;

đ) Thanh tra, kiểm tra đối với cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan đến công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng;

e) Yêu cầu các bộ, cơ quan ngang bộ, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương báo cáo định kỳ, đột xuất về công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, tổng hợp báo cáo cơ quan có thẩm quyền;

g) Xây dựng cơ chế phối hợp với các bộ, cơ quan ngang bộ có liên quan để triển khai các hoạt động về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng theo thẩm quyền;

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

## 2. Trách nhiệm quản lý ngành

a) Ban hành theo thẩm quyền hoặc trình cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền ban hành và tổ chức thực hiện chiến lược, quy hoạch, kế hoạch, chương trình, dự án, chính sách, pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong lĩnh vực được phân công quản lý;

b) Ban hành quy chế giám sát việc thực thi công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong lĩnh vực công thương;

c) Quản lý hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng;

d) Quản lý hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của tổ chức hòa giải về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng;

đ) Kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung; giám sát, chủ trì xây dựng và ban hành các quy tắc áp dụng đối với tổ chức, cá nhân kinh doanh trong việc soạn thảo và áp dụng hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung với người tiêu dùng ở những lĩnh vực có nhiều nguy cơ phát sinh tranh chấp tùy từng thời kỳ;

e) Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong các giao dịch đặc thù với tổ chức, cá nhân kinh doanh;

g) Quản lý hoạt động khảo sát, thử nghiệm; công bố kết quả khảo sát, thử nghiệm chất lượng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ trong lĩnh vực được phân công quản lý; thông tin, cảnh báo cho người tiêu dùng về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ.

h) Các nhiệm vụ khác theo quy định tại Luật này.

## **Điều 76. Trách nhiệm của các bộ, cơ quan ngang bộ, cơ quan, tổ chức có liên quan**

### **1. Trách nhiệm của các bộ, cơ quan ngang bộ**

a) Ban hành theo thẩm quyền hoặc trình cơ quan nhà nước có thẩm quyền ban hành và tổ chức thực hiện chính sách, pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và sản xuất, tiêu dùng bền vững;

b) Chủ trì, phối hợp với Bộ Công Thương xây dựng và triển khai thực hiện các chương trình, kế hoạch bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong lĩnh vực được phân công quản lý;

c) Tuyên truyền chủ trương, chính sách, đường lối của Đảng, pháp luật của Nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong lĩnh vực được phân công;

d) Chủ trì, phối hợp với Bộ Công Thương và các bộ, cơ quan ngang bộ có liên quan tiến hành thanh tra, kiểm tra, giải quyết khiếu nại, tố cáo của người tiêu dùng trong lĩnh vực được phân công;

đ) Cung cấp, chia sẻ thông tin có liên quan đến tổ chức, cá nhân kinh doanh trong giao dịch với người tiêu dùng cho cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; ban hành quy chế giám sát việc thực thi công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong lĩnh vực được phân công quản lý;

e) Xây dựng cơ sở dữ liệu thông tin phục vụ công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; đào tạo nguồn nhân lực, bồi dưỡng nghiệp vụ phục vụ công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong lĩnh vực được phân công quản lý;

g) Tổ chức hoạt động khảo sát, thử nghiệm; công bố kết quả khảo sát, thử nghiệm chất lượng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ trong lĩnh vực được phân công quản lý; thông tin, cảnh báo cho người tiêu dùng về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ;

h) Thực hiện hợp tác quốc tế về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong lĩnh vực được phân công quản lý.

### **2. Trách nhiệm của Mặt trận Tổ quốc Việt Nam**

a) Tham gia trong việc tuyên truyền để người dân hiểu rõ về chủ trương của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước về công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng;

b) Phối hợp với các cơ quan chức năng giám sát việc thực hiện các quy

định của pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

3. Tổ chức chính trị - xã hội, tổ chức xã hội có trách nhiệm tham gia trong việc tuyên truyền để người dân hiểu rõ về chủ trương của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước về công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

### **Điều 77. Trách nhiệm của Ủy ban nhân dân các cấp**

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

2. Quản lý hoạt động về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của tổ chức xã hội, tổ chức hòa giải tại địa phương, kiểm soát hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung; bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong các giao dịch đặc thù với tổ chức, cá nhân kinh doanh.

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

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

5. Quản lý hoạt động khảo sát, thử nghiệm; công bố kết quả khảo sát, thử nghiệm chất lượng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ trên địa bàn; thông tin, cảnh báo cho người tiêu dùng về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ.

6. Thực hiện việc giao nhiệm vụ cho tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng theo quy định tại khoản 2 Điều 50 của Luật này.

7. Ban hành quy chế phối hợp quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại địa phương.

8. Tham gia hợp tác quốc tế về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng theo phân công, phân cấp hoặc hợp tác quốc tế với các tỉnh của quốc gia láng giềng có đường biên giới chung.

9. Ban hành quy chế giám sát việc thực thi công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên địa bàn tỉnh.

## **Chương VII ĐIỀU KHOẢN THI HÀNH**

**Điều 78. Sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật có liên quan đến hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng:**

Bổ sung khoản 5 Điều 317 Bộ Luật Tố tụng Dân sự như sau:

*“5. Các vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được áp dụng*

*thủ tục rút gọn khi có đủ các điều kiện quy định tại khoản 2 Điều 70 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng”.*

#### **Điều 79. Hiệu lực thi hành**

Luật này có hiệu lực thi hành từ ngày 01 tháng 01 năm 2024.

Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng số 59/2010/QH12 hết hiệu lực kể từ ngày Luật này có hiệu lực.

#### **Điều 80. Quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành**

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

---

Luật này đã được Quốc hội nước Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam khoá XV kỳ họp thứ 5 thông qua ngày      tháng 5 năm 2023.

**CHỦ TỊCH QUỐC HỘI**

**Vương Đình Huệ**



## KẾ HOẠCH

### Tổ chức phản biện xã hội Dự án Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi)

- Căn cứ Luật Mặt trận Tổ quốc Việt Nam năm 2015;

- Căn cứ quy định tại khoản 2 Điều 1 của Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật;

- Căn cứ Nghị quyết liên tịch số 403/2017/NQLT-UBTVQH14-CP-ĐCTUBTWMTTQVN ngày 15/6/2017 của Ủy ban Thường vụ Quốc hội, Chính phủ và Đoàn Chủ tịch Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc (MTTQ) Việt Nam quy định chi tiết các hình thức giám sát, phản biện xã hội của MTTQ Việt Nam;

- Căn cứ Thông tri số 23/TTr-MTTW-BTT ngày 21/7/2017 của Ban Thường trực Ủy ban Trung ương MTTQ Việt Nam Hướng dẫn quy trình giám sát và quy trình phản biện xã hội của Mặt trận Tổ quốc Việt Nam; Thông báo số 165/TB-MTTW-BTT ngày 27/01/2022 của Ban Thường trực Ủy ban Trung ương MTTQ Việt Nam về phân công tham gia xây dựng, góp ý và phản biện xã hội đối với các dự án văn bản quy phạm pháp luật năm 2022;

Để góp phần tham gia ý kiến xây dựng dự án Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi), Ban Thường trực Ủy ban Trung ương MTTQ Việt Nam ban hành kế hoạch phản biện xã hội đối với dự án Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi), cụ thể như sau:

#### I. Mục đích, yêu cầu

Nghiên cứu, xem xét dự án Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi); đánh giá những bất cập, hạn chế, vướng mắc trong Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010, một số quy định không còn phù hợp với thực tiễn, trong đó có quy định 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...; chỉ ra nguyên nhân và đề xuất giải pháp hoàn thiện dự thảo.

Việc phản biện xã hội cần được thực hiện một cách khách quan, khoa học, có sự tham gia của các chuyên gia, nhà khoa học liên quan đến bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; đại diện một số tổ chức thành viên của Mặt trận (Tổng Liên đoàn

BAN PHONG TẾ. L.Đ.V.N	
Số: 10590	ĐẾN
Ngày: 10-06-2022	

Lao động Việt Nam, Trung ương Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam, Trung ương Hội Nông dân Việt Nam, Trung ương Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh, Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, Hiệp hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng...), Hội đồng tư vấn về Kinh tế, Hội đồng tư vấn về Văn hóa – Xã hội, Hội đồng tư vấn Dân chủ và Pháp luật; các cơ quan có liên quan như Bộ Công Thương, Bộ Tư pháp, Văn phòng Chính phủ và một số đại diện cho những đối tượng trong xã hội chịu sự tác động của dự án Luật.

## II. Nội dung và thời gian

STT	Nội dung công việc	Thời gian
1	Ban Phong trào nghiên cứu, xem xét những vướng mắc, bất cập trong dự án Luật; Dự kiến những nội dung trọng tâm cần phản biện.	Từ 07/6 - 13/6/2022
2	Gửi dự án Luật đề nghị các chuyên gia, nhà khoa học, thành viên Hội đồng tư vấn của Ủy ban Trung ương MTTQ Việt Nam; các tổ chức chính trị - xã hội và một số tổ chức thành viên ở Trung ương nghiên cứu góp ý kiến, phản biện xã hội.	Từ 14/6 - 24/6/2022
3	Làm văn bản mời cơ quan chủ trì soạn thảo dự án Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) đến trao đổi, trình bày những nội dung cơ bản của dự thảo Luật tại Hội nghị phản biện xã hội.	Từ 14/6- 16/6/2022
4	Tổ chức Hội nghị phản biện xã hội, mời HĐTV Kinh tế, Hội đồng tư vấn Văn hóa – Xã hội, Hội đồng tư vấn Dân chủ - Pháp luật và các chuyên gia; đại diện các tổ chức chính trị - xã hội; đại diện Bộ Công Thương, Bộ Tư pháp, Văn phòng Chính phủ, đại diện một số cơ quan của Quốc hội, các cơ quan có liên quan và một số cá nhân đại diện cho những đối tượng chịu sự tác động của dự án Luật	Từ 27/6- 08/7/2022
5	Xây dựng dự thảo văn bản phản biện xã hội.	Từ 08/7 -13/7/2022
6	Xin ý kiến và trình Ban Thường trực Ủy ban Trung ương MTTQ Việt Nam ký văn bản phản biện xã hội và văn bản kiến nghị sau phản biện xã hội gửi Chính phủ, Bộ Công Thương, Bộ Tư pháp, Ủy ban Thường vụ Quốc hội và các Ủy ban của Quốc hội và các cơ quan có liên quan.	Từ 13/7- 20/7/2022

\*Thời gian tổ chức phản biện xã hội có thể điều chỉnh phù hợp theo kế hoạch tổ chức lấy ý kiến của cơ quan chủ trì soạn thảo.

### **III. Tổ chức thực hiện**

**1. Chỉ đạo chung:** Đồng chí Trương Thị Ngọc Ánh, Phó Chủ tịch Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam.

#### **2. Ban Phong trào**

- Tham mưu xây dựng Kế hoạch triển khai thực hiện; dự trù kinh phí trình Thủ trưởng cơ quan phê duyệt;

- Tham mưu xây dựng dự thảo văn bản phản biện xã hội, tổ chức xin ý kiến, hoàn thiện báo cáo và gửi Chính phủ, Bộ Công Thương, Bộ Tư pháp, Ủy ban Thường vụ Quốc hội, các Ủy ban của Quốc hội và các cơ quan có liên quan.

#### **3. Các Hội đồng tư vấn của Ủy ban Trung ương MTTQ Việt Nam.**

- Phân công thành viên Hội đồng tư vấn nghiên cứu, xem xét, đánh giá dự án Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi).

- Tham gia tổ chức Hội nghị phản biện xã hội đề nghị của Ban Thường trực.

#### **4. Văn phòng cơ quan**

Bảo đảm kinh phí và các điều kiện cần thiết để thực hiện Kế hoạch. Kinh phí phản biện xã hội thực hiện theo quy định tại Thông tư số 337/2016/TT-BTC ngày 28/12/2016 của Bộ Tài Chính quy định về lập dự toán, quản lý, sử dụng và quyết toán kinh phí bảo đảm hoạt động phản biện xã hội, phản biện xã hội của Ủy ban MTTQ Việt Nam và các tổ chức chính trị - xã hội (*từ nguồn kinh phí phân bổ cho hoạt động giám sát, phản biện xã hội năm 2022 của Ban Thường trực Ủy ban Trung ương MTTQ Việt Nam*).

#### **5. Ban Tuyên giáo, Báo Đại Đoàn kết, Tạp chí Mặt trận**

Tuyên truyền các nội dung liên quan đến hoạt động phản biện xã hội Dự án Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi).

6. Đề nghị Lãnh đạo Trung ương các tổ chức thành viên của Mặt trận, Ban Thường trực Mặt trận Tổ quốc các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương trong phạm vi chức năng, quyền hạn của mình tổ chức các hoạt động để tham gia ý kiến phản biện xã hội đối với Dự án Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) và gửi về Ban Thường trực Ủy ban Trung ương MTTQ Việt Nam (qua Ban Phong trào, email: lehoangmttw@gmail.com **trước ngày 06/7/2022**; tham dự Hội nghị phản biện xã hội do Ban Thường trực Ủy ban Trung ương MTTQ Việt Nam tổ chức.

Hồ sơ dự án Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) được đăng tải trên link: <https://bit.ly/38FTzj9>

Trên đây là kế hoạch phản biện xã hội Dự án Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) của Ban Thường trực Ủy ban Trung ương MTTQ Việt Nam.

Đề nghị các cơ quan, tổ chức, đơn vị có liên quan chủ động phối hợp chặt chẽ để triển khai thực hiện kế hoạch bảo đảm chất lượng và tiến độ./.

**Nơi nhận:**

- Chủ tịch Đỗ Văn Chiến (để báo cáo);
- Các đồng chí trong BTT (để báo cáo);
- Bộ Công Thương; Bộ Tư pháp; Văn phòng Chính phủ; Ủy ban Kinh tế, Ủy ban Pháp luật; Ủy ban xã hội của Quốc hội;
- MTTQ các tỉnh, thành phố trực thuộc TW;
- Các Hội đồng tư vấn của UBTWMTTQVN;
- Các ban, đơn vị cơ quan (để thực hiện);
- Lưu: VT, BPT.

TM. BAN THƯỜNG TRỰC  
**PHÓ CHỦ TỊCH**



**Trương Thị Ngọc Ánh**