

**ĐẠI HỌC HUẾ  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC LUẬT**



**MAI VĂN PHƯƠNG**

**TRÁCH NHIỆM CỦA THƯƠNG NHÂN  
TRONG KINH DOANH HÀNG HÓA ĐỐI VỚI NGƯỜI  
TIÊU DÙNG THEO PHÁP LUẬT VIỆT NAM**

**Chuyên ngành: Luật Kinh tế**

**Mã số: 838 01 07**

**TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ LUẬT HỌC**

**THỪA THIÊN HUẾ, năm 2018**

Công trình được hoàn thành tại:

**Trường Đại học Luật, Đại học Huế**

Người hướng dẫn khoa học: **TS. Ngô Thị Hương**

Phản biện 1: .....

Phản biện 2: .....

Luận văn sẽ được bảo vệ trước Hội đồng chấm luận văn thạc sĩ họp  
tại: Trường Đại học Luật

Vào lúc.....giờ.....ngày.....tháng ..... năm.....

## MỤC LỤC

<b>PHẦN MỞ ĐẦU .....</b>	<b>1</b>
1. Tính cấp thiết của việc nghiên cứu đề tài .....	1
2. Tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài .....	2
3. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu .....	6
4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu .....	6
5. Phương pháp luận và phương pháp nghiên cứu .....	7
6. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của luận văn.....	7
7. Cơ cấu của luận văn.....	7
<b>Chương 1. MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ PHÁP LUẬT ĐIỀU CHỈNH TRÁCH NHIỆM CỦA THƯƠNG NHÂN KINH DOANH HÀNG HÓA, DỊCH VỤ ĐỐI VỚI NGƯỜI TIÊU DÙNG .....</b>	<b>8</b>
1.1. Khái quát trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ đối với người tiêu dùng .....	8
1.1.1. Khái niệm người tiêu dùng .....	8
1.1.2. Khái niệm thương nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ .....	8
1.1.3. Khái niệm trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa dịch vụ đối với người tiêu dùng .....	9
1.1.4. Sự cần thiết quy định trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ đối với người tiêu dùng.....	9
1.2. Khái quát nội dung trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ đối với người tiêu dùng.....	9
1.2.1. Trách nhiệm bảo đảm an toàn cho người tiêu dùng.....	10
1.2.2. Trách nhiệm cung cấp thông tin .....	10
1.2.3. Trách nhiệm bảo đảm quyền lựa chọn cho người tiêu dùng.....	10
1.2.4. Trách nhiệm lắng nghe ý kiến của người tiêu dùng.....	10
1.2.5. Trách nhiệm bảo hành sản phẩm.....	10
1.2.6. Trách nhiệm giải quyết khiếu nại của người tiêu dùng.....	10
1.3. Những yếu tố tác động đến thực hiện pháp luật trách nhiệm thương nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ đối với người tiêu dùng.....	10
1.3.1. Yếu tố văn hóa kinh doanh của thương nhân.....	10
1.3.2. Yếu tố pháp luật trong nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa...	11
1.3.3. Yếu tố tổ chức bộ máy cơ quan công quyền thực hiện việc thanh tra, giám sát, xử lý và giải quyết tranh chấp pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng .....	11

**Chương 2. THỰC TRẠNG PHÁP LUẬT VÀ THỰC TIỄN THỰC HIỆN PHÁP LUẬT VỀ TRÁCH NHIỆM CỦA THƯƠNG NHÂN KINH DOANH HÀNG HÓA, DỊCH VỤ ĐỐI VỚI NGƯỜI TIÊU DÙNG Ở VIỆT NAM.....11**

2.1. Thực trạng hệ thống pháp luật trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng ..... 11

2.1.1. Cấu trúc pháp luật Việt Nam về trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng ..... 11

2.1.2. Những thành công và những hạn chế của pháp luật về trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng ..... 13

2.1.2.1. Những thành công trong của pháp luật về trách nhiệm pháp lý của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng hiện nay ..... 13

2.1.2.2. Những hạn chế của pháp luật trách nhiệm pháp lý của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng hiện nay... 14

2.2. Thực tiễn áp dụng pháp luật trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng ..... 15

**Chương 3. ĐỊNH HƯỚNG VÀ CÁC GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN, THỰC THI TRÁCH NHIỆM CỦA THƯƠNG NHÂN KINH DOANH HÀNG HOÁ, DỊCH VỤ ĐỐI VỚI NGƯỜI TIÊU DÙNG17**

3.1. Định hướng hoàn thiện, thực thi trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng theo pháp luật Việt Nam ..... 17

3.2. Những giải pháp hoàn thiện, thực thi trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng theo pháp luật Việt Nam ..... 17

**KẾT LUẬN .....19**

**DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO**

## PHẦN MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của việc nghiên cứu đề tài

Trong những năm gần đây, hoạt động thương mại ngày càng phát triển mạnh với sự tham gia đông đảo của các tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ và các tổ chức, cá nhân tiêu dùng hàng hóa, dịch vụ. Trong quan hệ thương mại, khách hàng (hay người tiêu dùng) là chủ thể quyết định đến sự tồn tại và phát triển của các cá nhân, tổ chức kinh doanh. Mỗi quan hệ giữa hai nhóm chủ thể này càng trở nên phức tạp khi hoạt động thương mại hàng hóa, dịch vụ diễn ra ngày càng phổ biến với những phương thức giao dịch đa dạng. Do vậy, yêu cầu cấp thiết với mỗi quốc gia là phải xây dựng và hoàn thiện các chế định pháp lý nhằm điều chỉnh mối quan hệ nói trên để hài hòa quyền và lợi ích của cả hai nhóm chủ thể là người kinh doanh và người tiêu dùng. Trong mối quan hệ giữa thương nhân kinh doanh hàng hóa với người tiêu dùng, quyền lợi người tiêu dùng chỉ được bảo đảm khi vấn đề trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa được luật hóa, đây sẽ là căn cứ pháp lý để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và nâng cao trách nhiệm thương nhân trong hoạt động kinh doanh.

Trên thế giới, nhiều quốc gia (tiêu biểu như Anh, Pháp, Mỹ, Ấn Độ, Singapore...) cũng đã xây dựng và hoàn thiện hệ thống pháp luật bảo đảm tối đa quyền, nâng cao lợi ích cho người tiêu dùng thông qua việc quy định trách nhiệm của thương nhân gắn liền với các trách nhiệm bảo đảm chất lượng sản phẩm, cung cấp thông tin về chất lượng sản phẩm hay trách nhiệm trong các hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng...

Tại Việt Nam, tiếp thu và học hỏi từ kinh nghiệm quốc tế, trách nhiệm của thương nhân nói chung và thương nhân kinh doanh hàng hóa nói riêng đã được luật hoá trong các văn bản pháp luật về thương mại, doanh nghiệp, cạnh tranh, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng... và một số văn bản hướng dẫn liên quan khác. Qua nhiều năm thực hiện, mặc dù đã có các quy phạm pháp luật điều chỉnh trách nhiệm của thương nhân đối với người tiêu dùng nhưng vị thế giữa hai chủ thể này chưa khi nào được cân bằng thỏa đáng. Bên cạnh đó, các quy định về trách nhiệm của thương nhân đối với người tiêu dùng hiện nay còn chồng chéo, mâu thuẫn, nhiều nội dung còn thiếu sót, chưa phù hợp với thực tiễn đời sống kinh tế - xã hội. Những hạn chế trong hệ thống pháp luật thực định cùng những mặt trái của nền kinh tế thị trường như vấn nạn hàng giả, hàng kém chất lượng, thực phẩm bẩn, tình trạng lừa dối khách hàng, kinh

doanh gian lận... là những nguyên nhân gây ảnh hưởng tới lợi ích của người tiêu dùng khi tham gia quan hệ mua - bán với các chủ thể kinh doanh. Do vậy, cần có quy định cụ thể về trách nhiệm của các thương nhân kinh doanh hàng hóa nhằm bảo vệ lợi ích của người tiêu dùng, góp phần tạo ra một mạnh môi trường kinh doanh lành mạnh và có sức cạnh tranh.

Trước vấn đề cấp thiết đó, việc chọn lựa đề tài: *“Trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa đối với người tiêu dùng theo pháp luật Việt Nam”* làm đề tài nghiên cứu luận văn của tác giả có ý nghĩa xây dựng và làm rõ những luận điểm liên quan đến trách nhiệm của thương nhân trong kinh doanh hàng hoá để đảm bảo và cân bằng lợi ích đối với người tiêu dùng. Thiết nghĩ, các nội dung nghiên cứu của đề tài sẽ đóng góp vào hệ thống cơ sở lý luận, cơ sở pháp lý và cơ sở thực tiễn về trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hoá, đồng thời là căn cứ để các thương nhân kinh doanh tham khảo, qua đó nhận thức đúng đắn hơn về trách nhiệm xã hội và trách nhiệm đối với người tiêu dùng trong điều kiện hội nhập kinh tế hiện nay. Do đó, điều đó tác giả chọn đề tài: *“Trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng theo quy định của pháp luật Việt Nam”*.

## **2. Tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài**

Cho đến thời điểm hiện tại, vấn đề trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng theo quy định của pháp luật Việt Nam vẫn còn là vấn đề tuy không mới nhưng rất mới mẻ đối với học viên và các chủ thể áp dụng pháp luật khi thực hiện pháp luật về trách nhiệm của thương nhân đối với người tiêu dùng theo quy định của pháp luật Việt Nam.

Khi tiến hành nghiên cứu đề tài này, tác giả có tìm hiểu và nhận thấy trước đó đã có một số công trình nghiên cứu về vấn đề này ở nhiều góc độ khác nhau như:

Cuốn *“Sổ tay Công tác Bảo vệ người tiêu dùng”* của Cục Quản lý cạnh tranh, Bộ Công Thương, xuất bản năm 2006 do Nhà xuất bản chính trị Quốc gia biên soạn, Hà Nội.

Đây là cuốn cẩm nang dùng trong công tác bảo vệ người tiêu dùng, bao gồm ba phần: Phần 1 – Giới thiệu khái quát về sự cần thiết phải bảo vệ người tiêu dùng, hoạt động bảo vệ người tiêu dùng trên thế giới; Phần 2 – Giới thiệu về các hướng dẫn của Liên Hợp Quốc về công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; Phần 3 – Giới thiệu về các văn bản pháp luật hiện hành liên quan đến công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Cuốn cẩm nang cung cấp cho người đọc những kiến thức cơ bản về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng theo hướng dẫn của Liên Hợp Quốc và các văn bản pháp luật có liên quan.

Cuốn *“Tổng quan về Luật bảo vệ người tiêu dùng”* của Cục Quản lý cạnh tranh, Bộ Công Thương, được thực hiện năm 2012 do Bộ Công Thương biên soạn, Hà Nội.

Đây là cuốn sách khái quát toàn bộ các quy định pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng theo Luật bảo vệ người tiêu dùng năm 2010. Cuốn sách cung cấp cho người đọc những quy định của pháp luật về hoạt động bảo vệ quyền lợi cho người tiêu dùng ở Việt Nam.

Đề tài khoa học *“Hoàn thiện pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ở Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế”* cấp Bộ, năm 2006 do TS. Đinh Thị Mỹ Loan – Cục Quản lý cạnh tranh, Bộ Công Thương làm chủ nhiệm đề tài.

Đề tài đã tập trung phân tích, bình luận và làm rõ nhiều vấn đề quan trọng như: các học thuyết, lý thuyết về người tiêu dùng và sự cần thiết phải bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong nền kinh tế thị trường. Bên cạnh đó, các nghiên cứu viên của đề tài còn đưa ra những đánh giá cụ thể về thực trạng pháp luật cũng như việc thực thi pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ở Việt Nam, đồng thời chỉ rõ những bất cập và nguyên nhân cụ thể từ những hạn chế liên quan đến công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Các nội dung như giải pháp hoàn thiện pháp luật, các đề xuất nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên thực tế cũng được đề cập trong nghiên cứu này. Có thể nói, đây là công trình nghiên cứu vĩ mô nhằm kiến nghị hoàn thiện quy định pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại Việt Nam.

Đề tài khoa học *“Trách nhiệm sản phẩm của doanh nghiệp – công cụ pháp lý bảo vệ người tiêu dùng”* cấp Bộ, năm 2009 do GS.TS Lê Hồng Hạnh, Viện Khoa học pháp lý – Bộ Tư Pháp làm chủ nhiệm đề tài.

Nhóm tác giả thực hiện công trình nghiên cứu này đã chỉ ra các vấn đề lý luận, pháp lý và thực tiễn thực hiện các quy định về trách nhiệm sản phẩm của doanh nghiệp. Theo đó, trách nhiệm sản phẩm được xác định gắn liền với thương nhân và đây là nghĩa vụ bắt buộc phải thực hiện nhằm bảo đảm quyền lợi cho người tiêu dùng. Nhóm tác giả đã làm rõ bản chất của trách nhiệm sản phẩm của thương nhân với những tổ chức, cá nhân tham gia vào việc tiêu thụ sản phẩm. Với trách nhiệm này, thương nhân phải có trách nhiệm với những thiệt hại gây ra cho người sử dụng sản phẩm nếu như việc sử dụng chúng tiềm ẩn những nguy hại

nhưng không được cảnh báo trước. Đây là công trình nghiên cứu xoay quanh trách nhiệm sản phẩm và chế định pháp luật về trách nhiệm sản phẩm nhằm kiến nghị các giải pháp tối ưu để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Đề tài khoa học “*Nghiên cứu vai trò của Hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong việc bảo vệ người tiêu dùng ở Việt Nam*” cấp Trường Đại học Luật Hà Nội, năm 2011 do TS. Nguyễn Thị Vân Anh làm chủ nhiệm đề tài.

Nghiên cứu làm rõ vai trò của một trong những thiết chế bảo vệ quyền của người tiêu dùng ở Việt Nam đó là Hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng hay còn được gọi là Hội tiêu chuẩn và Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam (VINASTAS). Hội giữ vai trò quan trọng trong việc Bảo vệ người tiêu dùng của Việt Nam trước những hành vi xâm hại của thương nhân. Nhóm tác giả thực hiện đề tài khoa học đã làm rõ các vấn đề liên quan đến tổ chức và hoạt động của Hội cũng như đưa ra các giới hạn trong vai trò của Hội đối với việc bảo vệ người tiêu dùng tại Việt Nam.

Đề tài khoa học “*Nghiên cứu các phương thức giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng và cá nhân, tổ chức kinh doanh để thực thi luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng*” cấp Bộ, năm 2012 do TS. Vũ Thị Bạch Nga – Cục Quản lý cạnh tranh, Bộ Công Thương làm chủ nhiệm đề tài.

Nghiên cứu chỉ ra các phương thức giải quyết tranh chấp, khiếu nại của người tiêu dùng đối thương nhân kinh doanh. Đồng thời, đề tài cũng nghiên cứu và chia sẻ kinh nghiệm giải quyết tranh chấp giữa các chủ thể này từ một số mô hình áp dụng hiệu quả trên thế giới. Điểm nổi bật của đề tài là đã đưa ra được một số giải pháp nhằm hạn chế tranh chấp xảy ra giữa người tiêu dùng và các thương nhân, qua đó đề xuất một số kiến nghị quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả của hoạt động giải quyết tranh chấp giữa các chủ thể này ở Việt Nam.

Liên quan đến đề tài luận án, có nhiều kết quả nghiên cứu được công bố dưới hình thức là các luận văn thạc sỹ, luận án tiến sỹ, tiêu biểu như:

Luận văn thạc sỹ: “*Pháp luật về hợp đồng theo mẫu và vấn đề bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng*”, năm 2010 của tác giả Phạm Thị Thanh Nhân do PGS.TS Mai Hồng Quỳnh hướng dẫn.

Tác giả Phạm Thị Thanh Nhân cho rằng hợp đồng mẫu là một “*đặc trưng*” của nhiều doanh nghiệp, tổ chức kinh doanh khi áp dụng nó là phương tiện giao kết trong các hoạt động mua bán hàng hóa, dịch vụ.



Luận văn thạc sỹ “*Trách nhiệm của thương nhân trong việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ở Việt Nam hiện nay*”, năm 2011 của tác giả Nguyễn Thị Thu Hiền do TS. Bùi Ngọc Cường hướng dẫn.

Luận văn thạc sỹ “*Pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng trong giao dịch điện tử ở Việt Nam*”, năm 2012 của tác giả Nguyễn Ngọc Quyên do TS. Nguyễn Thị Vân Anh hướng dẫn.

Luận văn thạc sỹ “*Thực thi pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của hệ thống các cơ quan nhà nước tại Việt Nam*”, năm 2014 của tác giả Nguyễn Hoàng Mỹ Linh do TS. Phan Chí Hiếu hướng dẫn.

Tác giả tập trung vào việc nghiên cứu hoạt động thực thi pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của hệ thống các cơ quan nhà nước (một trong ba thiết chế bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại Việt Nam).

Luận án tiến sỹ “*Giải quyết tranh chấp giữa người tiêu dùng với thương nhân ở Việt Nam hiện nay*”, năm 2014 của tác giả Nguyễn Trọng Điệp do TS. Lê Mai Thanh và PGS.TS Bùi Nguyên Khánh hướng dẫn.

Luận án tiến sỹ “*Trách nhiệm của doanh nghiệp đối với chất lượng sản phẩm, hàng hóa*”, năm 2012 của tác giả Chu Đức Nhuận do PGS.TS Phạm Hữu Nghị hướng dẫn.

Đây là một trong số ít công trình có liên quan mật thiết đến vấn đề của đề tài nghiên cứu của Nghiên cứu sinh. Với đề tài “*Trách nhiệm của doanh nghiệp đối với chất lượng sản phẩm, hàng hóa*”, tác giả luận án đã có những đóng góp mới, quan trọng như: chỉ rõ cơ sở khoa học của trách nhiệm của doanh nghiệp đối với chất lượng sản phẩm hàng hóa – trách nhiệm phát sinh không phụ thuộc vào lỗi của doanh nghiệp;

Việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, tiêu biểu như nhóm các bài viết sau:

Các nghiên cứu về vấn đề lý luận, nguyên lý về trách nhiệm sản phẩm của thương nhân kinh doanh, tiêu biểu như: bài viết “*Các nguyên lý cơ bản của chế định trách nhiệm sản phẩm tại Hoa Kỳ và một số quốc gia trên thế giới*” của tác giả Lê Hồng Hạnh và Trương Hồng Quang đăng trên tạp chí Nhà nước và Pháp luật - Viện Nhà nước và Pháp luật, Số 2/2010, tr. 35; bài viết “*Trách nhiệm nghiêm ngặt và miễn, giảm trách nhiệm trong pháp luật về trách nhiệm sản phẩm*” của tác giả Phạm Thị Phương Anh đăng trên tạp chí Nghiên cứu lập pháp - Văn phòng Quốc hội, Số 10/2010, tr. 26; bài viết “*Một số vấn đề chung về chế định trách nhiệm sản phẩm và vai trò của chế định này dưới góc độ bảo vệ người tiêu dùng*” của tác giả Trần Thị Quang Hồng và Trương Hồng

Quang đăng trên tạp chí Nhà nước và Pháp luật - Viện Nhà nước và Pháp luật, Số 12/2010, tr. 25;...

Vì vậy, đề tài Luận văn về cơ bản là mới, chưa được nghiên cứu tổng thể, toàn diện. Đề tài được thực hiện trên cơ sở tiếp thu có chọn lọc và kế thừa các kết quả nghiên cứu của các công trình đã được ra nghiên cứu một cách tổng thể, toàn diện vấn đề này trong lý luận và thực tiễn.

### **3. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu**

#### ***3.1. Mục đích nghiên cứu***

Thông qua việc nghiên cứu lý luận, đánh giá các quy định quy định về pháp luật trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng của một số nước trên thế giới cũng như thực trạng thực thi pháp luật này được thực hiện trên thực tế để đưa ra các giải pháp hoàn thiện pháp luật ở Việt nam thông qua đó góp phần đảm bảo an toàn pháp lý trong hoạt động của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng.

#### ***3.2. Nhiệm vụ nghiên cứu***

Để đạt được mục đích đặt ra, tác giả thực hiện những nhiệm vụ sau:

- Đưa ra và phân tích những khái niệm cơ bản của trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng;
- Phân tích sở lý luận và thực tiễn của quy định pháp luật trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng ở Việt Nam hiện nay;
- Đánh giá thực trạng pháp luật trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng ở Việt Nam và hệ thống pháp luật có liên quan của Việt Nam hiện nay.
- Phân tích thực tiễn áp dụng pháp luật trong trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng hiện nay, từ đó chỉ ra những bất cập, hạn chế trong các quy định pháp luật.
- Đưa ra phương hướng và một số đề xuất hoàn thiện pháp trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng hiện nay

### **4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

#### ***4.1. Đối tượng nghiên cứu***

Đối tượng nghiên cứu: Các quan điểm, các quy định về pháp luật trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng và các pháp luật có liên quan trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng hiện nay .

#### ***4.2. Phạm vi nghiên cứu***

Phạm vi nghiên cứu về không gian: những quy định pháp luật hiện hành về trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng ở Việt Nam, đồng thời đi sâu vào nghiên cứu quan điểm hệ thống pháp luật trên thế giới theo hướng so sánh pháp luật Việt Nam với các nước.

Phạm vi nghiên cứu thời gian: Từ năm 2012 đến 2017

Địa bàn nghiên cứu: Cả nước

## **5. Phương pháp luận và phương pháp nghiên cứu**

### **5.1. Phương pháp luận**

Để hoàn thành các mục tiêu của đề tài, trong quá trình nghiên cứu, tìm hiểu, vận dụng luận văn đã được thực hiện trên cơ sở của phương pháp duy vật biện chứng. Luận văn được thực hiện trên cơ sở lý luận của chủ nghĩa Mác-Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh về Nhà nước và pháp luật, các đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước.

### **5.2. Phương pháp nghiên cứu**

Trong quá trình nghiên cứu và trình bày, luận văn sử dụng kết hợp các phương pháp nghiên cứu khoa học khác nhau bao gồm:

- Phương pháp phân tích và tổng hợp: Phương pháp này được sử dụng trong tất cả các chương của luận văn để phân tích các khái niệm, phân tích quy định của pháp luật, các số liệu,...

- Phương pháp so sánh: Được sử dụng trong luận văn để so sánh một số quy định của pháp luật trong các văn bản khác nhau, tập chung chủ yếu ở chương 2 của luận văn.

- Phương pháp diễn giải quy nạp: Được sử dụng trong luận văn để diễn giải các số liệu, các nội dung trích dẫn liên quan và được sử dụng tất cả các chương của luận văn.

Ngoài ra, luận văn còn sử dụng những phương pháp nghiên cứu khác: phương pháp thống kê,...

## **6. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của luận văn**

- Luận văn góp phần vào việc đưa ra một số cơ sở khoa học trong quá trình hoàn thiện pháp luật và đảm bảo hiệu quả thực thi pháp luật trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng hiện nay ở Việt Nam;

- Góp phần giúp chính quyền và các cơ quan ban ngành nghiên cứu hoàn thiện chính sách và nâng cao hiệu quả thực hiện pháp luật về trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng ở Việt Nam trong gian đoạn tới;

## **7. Cơ cấu của luận văn**

Cơ cấu của luận văn bao gồm: Phần mở đầu Phần nội dung gồm 03 chương:

*Chương 1: Một số vấn đề lý luận và pháp luật điều chỉnh trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng*

*Chương 2: Thực trạng pháp luật và thực tiễn thực hiện pháp luật về trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng ở Việt Nam.*

*Chương 3: Định hướng và các giải pháp hoàn thiện, thực thi trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng theo pháp luật Việt Nam.*

## **Chương 1**

### **MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ PHÁP LUẬT ĐIỀU CHỈNH TRÁCH NHIỆM CỦA THƯƠNG NHÂN KINH DOANH HÀNG HÓA, DỊCH VỤ ĐỐI VỚI NGƯỜI TIÊU DÙNG**

#### **1.1. Khái quát trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ đối với người tiêu dùng**

##### ***1.1.1. Khái niệm người tiêu dùng***

Tại Khoản 1 Điều 3 Luật BVQLNTD năm 2010 giải thích *người tiêu dùng là người mua, sử dụng hàng hóa, dịch vụ cho mục đích tiêu dùng, sinh hoạt của cá nhân, gia đình, tổ chức.* Như vậy, người tiêu dùng là các cá nhân hoặc pháp nhân được đề nghị mua hàng hóa hoặc sử dụng hợp pháp hàng hóa không nhằm mục đích kinh doanh. Người tiêu dùng không có nghĩa vụ phải chứng minh mục đích mua hoặc sử dụng hàng hóa của mình.

Do đó, người tiêu dùng là người mua sắm hàng hóa dịch vụ để phục vụ tiêu dùng cá nhân, gia đình hoặc một nhóm người vì nhu cầu sinh hoạt. Việc tiêu dùng hàng hóa của họ một mặt được xem như là việc sử dụng hay hủy bỏ một tài sản kinh tế; một mặt khác cũng là cách thể hiện mình. Thị trường tiêu dùng bao gồm các cá nhân, các hộ gia đình và nhóm người tập thể mua sắm hàng hóa dịch vụ nhằm mục đích tiêu dùng.

##### ***1.1.2. Khái niệm thương nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ***

Để tiếp cận với khái niệm “thương nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ”, trước hết chúng ta cần tiếp cận với khái niệm “kinh doanh”. Theo

Từ điển Tiếng Việt, kinh doanh được hiểu là tổ chức việc sản xuất, buôn bán, dịch vụ nhằm mục đích sinh lợi<sup>1</sup>.

Còn theo khoản 1 Điều 3 Nghị định số 39/2007/NĐ-CP ngày 16/03/2007 về cá nhân hoạt động thương mại một cách độc lập, thường xuyên, không phải đăng ký kinh doanh, theo đó, *cá nhân hoạt động thương mại là cá nhân tự mình hàng ngày thực hiện một, một số hoặc toàn bộ các hoạt động được pháp luật cho phép về mua bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ và các hoạt động nhằm mục đích sinh lợi khác nhưng không thuộc đối tượng phải đăng ký kinh doanh theo quy định của pháp luật về đăng ký kinh doanh và không gọi là “thương nhân” theo quy định của Luật Thương mại.*

### ***1.1.3. Khái niệm trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa dịch vụ đối với người tiêu dùng***

Quan hệ tiêu dùng là một loại quan hệ được thực hiện trên cơ sở hợp đồng mua bán, theo đó, người tiêu dùng mua hoặc sử dụng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ của thương nhân kinh doanh hàng hóa dịch vụ cung cấp mà không vì mục đích kinh doanh (bán lại).

*Cho nên, trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa dịch vụ đối với người tiêu dùng là hành vi thực hiện nghĩa vụ pháp lý và đạo đức kinh doanh đầy đủ của thương nhân đối người tiêu dùng nhằm hướng tới việc thực thi những quan hệ BVNTD được thực chất cả nội dung và hình thức.*

### ***1.1.4. Sự cần thiết quy định trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ đối với người tiêu dùng***

Sự cần thiết quy định trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ đối với người tiêu dùng xuất phát từ lý do như:

Thứ nhất, người tiêu dùng yếu thế trong việc tiếp cận, xử lý và hiểu các thông tin về hàng hoá, dịch vụ.

Thứ hai, người tiêu dùng yếu thế trong việc đàm phán, giao kết hợp đồng.

Thứ ba, người tiêu dùng yếu thế về khả năng chi phối giá cả, các điều kiện giao dịch trên thị trường.

Thứ tư, người tiêu dùng yếu thế về khả năng chịu rủi ro trong quá trình tiêu dùng sản phẩm.

## **1.2. Khái quát nội dung trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ đối với người tiêu dùng**

<sup>1</sup> Trung tâm Từ điển học (Vietlex) (2018), *Từ điển Tiếng Việt*, NXB. Đà Nẵng, Đà Nẵng, tr.605

### ***1.2.1. Trách nhiệm bảo đảm an toàn cho người tiêu dùng***

Thương nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ có nghĩa vụ bảo đảm an toàn cho người tiêu dùng tránh khỏi nguy cơ bị thiệt hại về tính mạng, sức khoẻ và tài sản trong quá trình sản xuất cũng như quá trình sử dụng hàng hóa, dịch vụ do mình cung cấp.

### ***1.2.2. Trách nhiệm cung cấp thông tin***

Thương nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ có nghĩa vụ cung cấp thông tin đầy đủ, trung thực cho người tiêu dùng về nhân thân của thương nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ (tên, trụ sở, uy tín, danh tiếng,...).

### ***1.2.3. Trách nhiệm bảo đảm quyền lựa chọn cho người tiêu dùng***

Các dạng hành vi chủ yếu có thể là:

- + Hành vi cung cấp thông tin sai sự thật, gây nhầm lẫn, lừa dối khách hàng.
- + Hành vi che giấu hoặc cung cấp thông tin không đầy đủ về hàng hoá, dịch vụ.
- + Các hành vi cưỡng bức, sách nhiễu, lạm dụng đối với người tiêu dùng.

### ***1.2.4. Trách nhiệm lắng nghe ý kiến của người tiêu dùng***

Khi người tiêu dùng phản ánh, góp ý kiến với thương nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ về giá cả, chất lượng hàng hoá, dịch vụ, phong cách phục vụ, phương thức giao dịch, thanh toán.

### ***1.2.5. Trách nhiệm bảo hành sản phẩm***

Điều 21 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng quy định trách nhiệm bảo hành hàng hóa, linh kiện, phụ kiện .

### ***1.2.6. Trách nhiệm giải quyết khiếu nại của người tiêu dùng***

Khiếu nại của người tiêu dùng được hiểu là việc người tiêu dùng đề nghị thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ giải quyết các yêu cầu liên quan tới hàng hóa, dịch vụ do họ cung cấp khi cho rằng quyền và lợi ích hợp pháp của mình bị vi phạm.

## ***1.3. Những yếu tố tác động đến thực hiện pháp luật trách nhiệm thương nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ đối với người tiêu dùng***

### ***1.3.1. Yếu tố văn hóa kinh doanh của thương nhân***

Thời kỳ đổi mới đã mang lại một luồng sinh khí mới cho hoạt động kinh doanh và đã làm thay đổi cơ bản văn hóa kinh doanh Việt Nam. Ảnh hưởng của kinh tế thị trường và hội nhập kinh tế quốc tế đến văn

hóa kinh doanh Việt Nam đã có những tác động tích cực và tiêu cực tới việc thực hiện pháp luật trách nhiệm thương nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ đối với người tiêu dùng.

**1.3.2. *Yếu tố pháp luật trong nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa***

**1.3.3. *Yếu tố tổ chức bộ máy cơ quan công quyền thực hiện việc thanh tra, giám sát, xử lý và giải quyết tranh chấp pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng***

## **Chương 2**

# **THỰC TRẠNG PHÁP LUẬT VÀ THỰC TIỄN THỰC HIỆN PHÁP LUẬT VỀ TRÁCH NHIỆM CỦA THƯƠNG NHÂN KINH DOANH HÀNG HÓA, DỊCH VỤ ĐỐI VỚI NGƯỜI TIÊU DÙNG Ở VIỆT NAM**

**2.1. Thực trạng hệ thống pháp luật trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng**

**2.1.1. *Cấu trúc pháp luật Việt Nam về trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng***

Cấu trúc pháp luật Việt Nam về trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng được phân chia tương ứng với cách phân chia hệ thống pháp luật bảo vệ người tiêu dùng gồm: nhóm văn bản pháp luật điều chỉnh trực tiếp và nhóm văn bản pháp luật điều chỉnh gián tiếp.

*\* Nhóm văn bản pháp luật điều chỉnh trực tiếp*

Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và Nghị định số 99/2011/NĐ-CP của Chính phủ ngày 27 tháng 10 năm 2011 quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Nghị định số 99/2011/NĐ-CP của Chính phủ ngày 27 tháng 10 năm 2011 quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng .

*\* Nhóm văn bản pháp luật điều chỉnh gián tiếp*

Tuy nhiên, có thể kể ra một số văn bản pháp lý quan trọng trong hoạt động bảo vệ người tiêu dùng ở nước ta hiện nay như:

+ Bộ luật Dân sự năm 2015: quy định về nghĩa vụ dân sự và hợp đồng dân sự đều có những quy định liên quan đến nghĩa vụ của người kinh doanh hàng hoá, dịch vụ (nhất là những quy định về bảo đảm chất

lượng vật mua bán, bảo đảm thông tin về vật mua bán, vấn đề bảo hành, bồi thường thiệt hại ngoài hợp đồng,...).

+ Bộ luật Hình sự năm 2015: quy định về tội phạm và hình phạt liên quan đến quyền lợi người tiêu dùng như Tội sản xuất và buôn bán hàng; Tội lừa dối khách hàng; Tội quảng cáo gian dối, ....

+ Các quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong các lĩnh vực liên quan đến bảo vệ người tiêu dùng hiện nay đang nằm rải rác ở Luật xử lý vi phạm hành chính năm 2012.

+ Luật Cạnh tranh năm 2004: tuy chỉ là một công cụ pháp lý, là đạo luật có tác động gián tiếp nhưng lại rất tích cực và hiệu quả đến việc bảo vệ người tiêu dùng chống lại các tác động tiêu cực của các hành vi hạn chế cạnh tranh và cạnh tranh không lành mạnh của người kinh doanh hàng hoá, dịch vụ.

+ Luật Thương mại năm 2005 cũng quy định nghĩa vụ của người kinh doanh trong hoạt động thương mại (thương nhân) đối với việc bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng. Đưa mục tiêu bảo vệ lợi ích chính đáng của người tiêu dùng trở thành một trong những nguyên tắc cơ bản trong hoạt động của thương nhân (Điều 14).

*\* Đánh giá chung về cấu trúc pháp luật Việt Nam về trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng*

Trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng được quy định trong nhiều văn bản quy phạm pháp luật khác nhau, điều chỉnh trên mọi lĩnh vực của đời sống xã hội. Bên cạnh thành tựu đáng ghi nhận như quy định tương đối đầy đủ, toàn diện nghĩa vụ của người kinh doanh hàng hoá, dịch vụ trên mọi lĩnh vực, nhìn chung các quy định hiện hành về nghĩa vụ của người kinh doanh hàng hoá, dịch vụ còn có một số hạn chế cụ thể như sau:

*Một là*, các quy định về bảo vệ người tiêu dùng còn mang tính tuyên ngôn, khó thực hiện. Luật Bảo vệ người tiêu dùng mới chỉ dừng lại ở việc ghi nhận các quyền của người tiêu dùng như một “tuyên ngôn” mà chưa có những cơ chế cụ thể để thực thi các quyền này. Chính vì vậy, mà công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng còn gặp nhiều khó khăn.

*Hai là*, quy định của pháp luật hiện hành chưa xây dựng được một cơ chế giải quyết các khiếu nại, tranh chấp hữu hiệu để người tiêu dùng có thể tự bảo vệ mình.

Hiện nay, tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh được hiểu là các tranh chấp dân sự thông thường nên được xử lý theo các quy định hiện hành về pháp luật tố tụng dân sự. Tuy nhiên, các



tranh chấp của người tiêu dùng với tổ chức, cá nhân kinh doanh có đặc thù là những tranh chấp nhỏ, đơn giản và cần được giải quyết nhanh chóng, thuận tiện cho người tiêu dùng. Thực tế cho thấy việc áp dụng các quy định của pháp luật tố tụng dân sự hiện hành để giải quyết các khiếu nại, tranh chấp của người tiêu dùng là không phù hợp vì giải quyết theo thủ tục tố tụng dân sự là quá phức tạp và tốn kém, không phù hợp với khiếu nại, giải quyết tranh chấp của người tiêu dùng. Đây là lý do chính dẫn đến việc người tiêu dùng nước ta thường không khiếu nại, khởi kiện ra toà khi bị vi phạm quyền lợi. Lợi dụng điều này, nhiều tổ chức cá nhân kinh doanh thường không đề cao ý thức bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng dẫn đến thiệt hại quyền lợi người tiêu dùng và lợi ích chung của xã hội.

*Ba là*, quy định của pháp luật hiện hành chưa có những chế tài đặc thù, đủ sức răn đe để xử lý các hành vi vi phạm pháp luật của thương nhân, cho nên, trong một số trường hợp thương nhân coi thường pháp luật và người tiêu dùng.

Theo quy định hiện hành, các hành vi vi phạm pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng có thể phải chịu chế tài dân sự, hành chính và thậm chí là chế tài hình sự (nếu hành vi cấu thành tội phạm theo quy định của Bộ luật Hình sự. Thực tiễn công tác bảo vệ người tiêu dùng trong thời gian qua cho thấy các chế tài hiện hành không đủ sức răn đe, giáo dục đối với các tổ chức, cá nhân vi phạm quyền lợi của người tiêu dùng. Đây chính là một trong những nguyên nhân lý giải cho sự gia tăng cả về số lượng và mức độ của các vụ việc vi phạm quyền lợi của người tiêu dùng trên thực tế.

### ***2.1.2. Những thành công và những hạn chế của pháp luật về trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng***

#### ***2.1.2.1. Những thành công trong của pháp luật về trách nhiệm pháp lý của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng hiện nay***

Thứ nhất, trách nhiệm của thương nhân đối với trong việc cung cấp thông tin về hàng hóa, dịch vụ cho người tiêu dùng

Thứ hai, trách nhiệm của thương nhân đối với việc cung cấp bằng chứng giao dịch.

Thứ ba, trách nhiệm của thương nhân đối với việc bảo hành hàng hóa, linh kiện, phụ kiện.

Thứ tư, trách nhiệm thu hồi hàng hóa có khuyết tật; và Trách nhiệm bồi thường thiệt hại do hàng hóa có khuyết tật gây ra.

Thứ năm, thương nhân kinh doanh hàng hóa còn có trách nhiệm bồi thường thiệt hại trong trường hợp hàng hóa có khuyết tật do mình cung cấp gây thiệt hại đến tính mạng, sức khỏe, tài sản của người tiêu dùng

Thứ sáu, thương nhân có nghĩa vụ giải quyết khiếu nại cho người tiêu dùng.

#### ***2.1.2.2. Những hạn chế của pháp luật trách nhiệm pháp lý của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng hiện nay***

Thứ nhất, chế tài yêu cầu thương nhân tăng cường ý thức trách nhiệm của người kinh doanh hàng hoá, dịch vụ trong việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng chưa rõ ràng.

Thứ hai, quy định của pháp luật hiện hành chưa có những chế tài đặc thù, đủ sức răn đe để xử lý các hành vi vi phạm pháp luật của thương nhân, cho nên, trong một số trường hợp thương nhân coi thường pháp luật và người tiêu dùng.

Thứ ba, khung thể chế cơ chế phối hợp giữa các cơ quan có thẩm quyền trong công tác bảo vệ người tiêu dùng chưa được quy định một cách rõ ràng. Cho nên, thương nhân dễ xâm phạm quyền lợi của khách hàng.

Thứ tư, chưa có cơ chế hữu hiệu để các tổ chức bảo vệ người tiêu dùng hoạt động một cách hiệu quả. Kinh nghiệm trong công tác bảo vệ người tiêu dùng của nhiều nước trên thế giới cho thấy, vai trò của các tổ chức bảo vệ người tiêu dùng là hết sức quan trọng, góp phần quyết định vào sự thành công của công tác này.

Thứ năm, hệ thống pháp luật đa dạng và nhưng lại thiếu những quy định cập nhật thị trường của Việt Nam đang sôi động với nhiều cách thức mới mẻ. Các doanh nghiệp làm trong nước bước đầu giành được thị phần từ các công ty nước ngoài bằng các sản phẩm đầy sáng tạo.

Thứ sáu, các quy phạm pháp luật phân tán và chưa có tính thống nhất cao. Việc đưa các QPPL về trách nhiệm pháp lý của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng vào một số luật chuyên ngành ra đời sau Luật BVQLNTD đã kịp thời bổ sung khung pháp lý để điều chỉnh những hoạt động chưa được quy định trong Luật khác.

Thứ bảy, pháp luật thiếu những quy định mang tính chế tài nghiêm khắc đối với trách nhiệm pháp lý của thương nhân kinh doanh hàng hóa,

dịch vụ đối với người tiêu dùng, bởi lẽ, chế tài phù hợp để đảm bảo các chủ thể phải tuân thủ đạo đức kinh doanh trong hoạt động trách nhiệm pháp lý của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng.

## 2.2. Thực tiễn áp dụng pháp luật trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng

*Thứ nhất, xử lý vi phạm trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng không rõ ràng.*

**Bảng 2.3. Báo cáo kết quả khảo sát người tiêu dùng về các hành vi vi phạm của thương nhân trong giao dịch tiêu dùng**

STT	Lý do	Tỉ lệ
1	Gian lận đo lường	16%
2	Chất lượng không đảm bảo	25%
3	Bị quấy rối	18%
4	Gian lận xuất xứ	12%
5	Gian lận về hạn sử dụng	10%
6	Không cung cấp hóa đơn, chứng từ mua bán	8%
7	Không bảo hành đúng cam kết	7%
8	Bị lừa đảo	4%

(Nguồn: Cục Quản lý cạnh tranh, 2006, tr.9)

*Thứ hai, Hiệp hội vẫn chưa có tổ chức cơ sở và cũng chưa chủ động tham gia ý kiến với các cơ quan quản lý nhà nước ở trung ương và địa phương để góp bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2010 quy định bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là trách nhiệm chung của Nhà nước và toàn xã hội (khoản 1 Điều 4).*

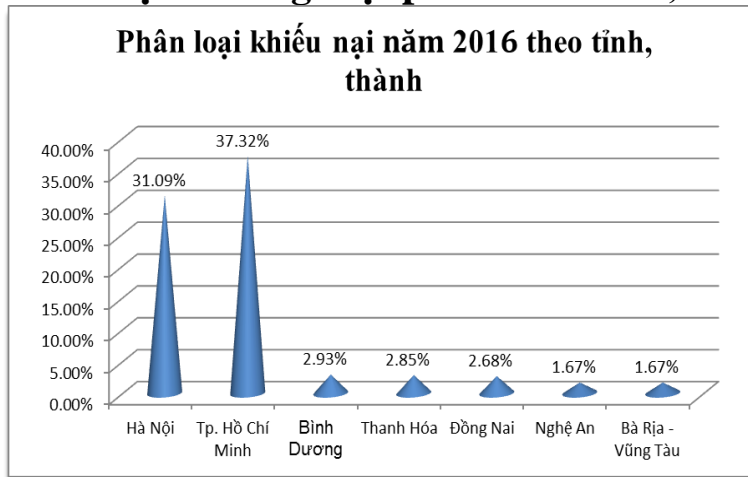
## Biểu đồ 2.1. Phân loại khiếu nại liên quan đến bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010- 2016



(Nguồn: Hội bảo vệ bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng)

Thứ ba, ý thức tự giác của người tiêu dùng tự mình thông qua cơ quan hành chính khiếu nại khi bị lừa đảo, không hài lòng về việc giao dịch mua bán sản phẩm thông qua ngày một tăng sau khi Luật Thương mại và Luật Bảo vệ người tiêu dùng được ban hành

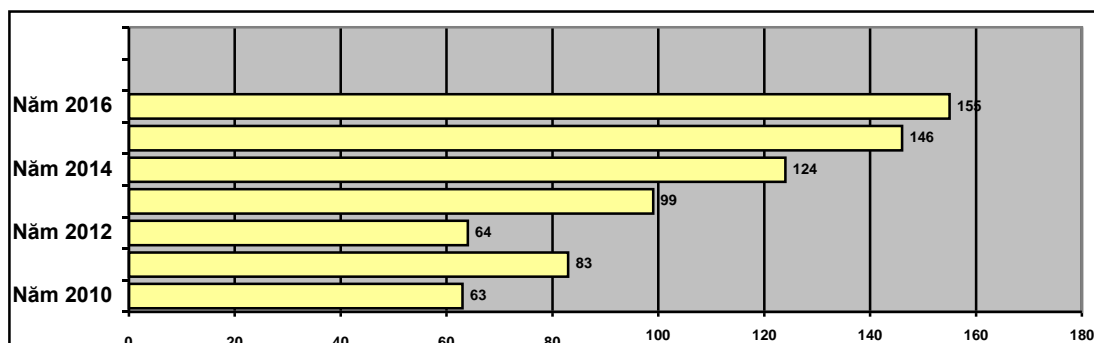
**Biểu đồ 2.2. Phân loại khiếu nại của người tiêu dùng liên quan đến khiếu nại thương mại phân theo tỉnh, thành năm 2016**



(Nguồn: Hội bảo vệ bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng)

Thứ tư, xử lý tranh chấp bằng luật dân sự là chủ yếu, do quy định của pháp luật hiện hành chưa có những chế tài đặc thù, đủ sức răn đe để xử lý các hành vi vi phạm Luật bảo vệ người tiêu dùng. Hiện nay, các tranh chấp của người tiêu dùng với tổ chức, cá nhân kinh doanh vẫn đang áp dụng các quy định của pháp luật tố tụng dân sự hiện hành để giải quyết là không phù hợp vì giải quyết theo thủ tục tố tụng dân sự là quá phức tạp và tốn kém, không phù hợp với khiếu nại, giải quyết tranh chấp của người tiêu dùng.

**Biểu đồ 2.3. Thống kê số vụ việc được giải quyết tại VIAC (2010-2016)**



(Nguồn: viac.vn)

### **Chương 3**

## **ĐỊNH HƯỚNG VÀ CÁC GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN, THỰC THI TRÁCH NHIỆM CỦA THƯƠNG NHÂN KINH DOANH HÀNG HOÁ, DỊCH VỤ ĐỐI VỚI NGƯỜI TIÊU DÙNG**

### **3.1. Định hướng hoàn thiện, thực thi trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng theo pháp luật Việt Nam**

*Thứ nhất*, bảo vệ môi trường kinh doanh lành mạnh. Xây dựng tư duy pháp lý về trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng của Việt Nam phải thay đổi lớn.

*Thứ hai*, yêu cầu hoàn thiện pháp luật cạnh tranh nhằm nâng cao dần từng bước trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng.

*Thứ ba*, bảo đảm sự cân bằng trong giao dịch dân sự giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh

*Thứ tư*, xây dựng xã hội hóa công tác bảo vệ người tiêu dùng. Theo định hướng này, nhà nước khuyến khích các tổ chức, cá nhân trong xã hội tham gia cùng Nhà nước trong công tác bảo vệ người tiêu dùng.

*Thứ năm*, 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

### **3.2. Những giải pháp hoàn thiện, thực thi trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng theo pháp luật Việt Nam**

*Thứ nhất, nhóm giải pháp xây dựng pháp luật.*

Trong quá trình xây dựng Luật bảo vệ người tiêu dùng, việc hoàn thiện các quy định về nghĩa vụ của thương nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ cần lưu ý một số điểm sau đây:

+ Hiện nay, nghĩa vụ của người kinh doanh hàng hoá, dịch vụ đang được các nhà làm luật xây dựng theo hướng phân định nghĩa vụ của người kinh doanh hàng hoá, dịch vụ gắn liền với các nội dung bảo vệ người tiêu dùng trước khi giao dịch với người kinh doanh hàng hoá, dịch vụ; trong quan hệ giao dịch với thương nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ và trong quá trình sử dụng hàng hoá, dịch vụ.

+ Việc áp dụng pháp luật về nghĩa vụ của thương nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ trong Luật Bảo vệ người tiêu dùng và các văn bản pháp luật khác phải dựa trên nguyên tắc có lợi cho người tiêu dùng, tức là ưu tiên áp dụng quy định có lợi hơn cho người tiêu dùng.

- Trong quá trình xây dựng pháp luật về nghĩa vụ của thương nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ đối với người tiêu dùng, cần tập trung vào sửa đổi, bổ sung một số vấn đề sau:

+ Cần quy định rõ ràng, cụ thể chế tài xử lý đối với từng hành vi vi phạm nghĩa vụ của thương nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ đối với người tiêu dùng.

+ Các quy định về bảo hành: Bổ sung một cách cụ thể hơn nữa các quy định về bảo hành trong Luật Bảo vệ người tiêu dùng.

+ Các quy định về hợp đồng tiêu dùng: trong thực tiễn người tiêu dùng rất dễ bị xâm phạm quyền và lợi ích hợp pháp khi tham gia quan hệ hợp đồng với thương nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ.

+ Các quy định về hành vi thương mại không công bằng, các hành vi thương mại không công bằng ảnh hưởng rất lớn đến quyền tự do lựa chọn, định đoạt của người tiêu dùng.

+ Các quy định về trách nhiệm sản phẩm.

*Thứ hai, nhóm giải pháp bảo đảm thực thi pháp luật*

- *Tăng cường ý thức trách nhiệm của người kinh doanh hàng hoá, dịch vụ*

*Quyền lợi người tiêu dùng được bảo đảm chủ yếu trong mối quan hệ với người kinh doanh hàng hoá, dịch vụ.*

- *Nâng cao khả năng tự bảo vệ của người tiêu dùng.* Để pháp luật bảo vệ người tiêu dùng nói chung và pháp luật về nghĩa vụ của người kinh doanh hàng hoá, dịch vụ nói riêng được thực thi hiệu quả trên thực tế, pháp luật cũng phải phát huy được vai trò cơ bản và chủ động của từng người tiêu dùng trong việc tự bảo vệ và thiết lập các cơ chế để họ thực hiện quyền năng của mình một cách tích cực.

- *Nâng cao hiệu quả hoạt động của các thiết chế thực thi pháp luật bảo vệ người tiêu dùng.*

+ *Nâng cao vị trí của cơ quan thống nhất quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng.*

+ *Cần tạo ra cơ chế phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan nhà nước có thẩm quyền quản lý lĩnh vực bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng*

+ *Hệ thống Tòa án nhân dân các cấp có vai trò rất đặc biệt trong số các cơ quan tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng bởi lẽ khi xử lý các hành vi xâm phạm lợi ích của người tiêu dùng Tòa án phải tuân thủ theo một trình tự, thủ tục hết sức chặt chẽ và nhân danh Nhà nước để xử lý.*

## KẾT LUẬN

Luận văn đã làm sáng tỏ một số vấn đề lý luận về trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng trong việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng như: làm rõ khái niệm người tiêu dùng, khái niệm người kinh doanh hàng hóa, dịch vụ; sự cần thiết quy định về trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng; phân tích các trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng trong tương quan với các quyền của người tiêu dùng và cách thức xử lý hành vi vi phạm nghĩa vụ của người kinh doanh hàng hóa, dịch vụ trong việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Luận văn cũng đánh giá một cách tổng quát hệ thống các văn bản pháp luật về trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng. Đồng thời phân tích một cách cụ thể thực trạng pháp luật Việt Nam đối với từng trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng cả trên phương diện quy định pháp luật và thực thi pháp luật.

Luận văn đã đưa ra những định hướng và giải pháp cơ bản để hoàn thiện pháp luật Việt Nam về trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng. Theo đó, việc hoàn thiện pháp luật về trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng phải đảm bảo một số định hướng cơ bản như: phù hợp với sự phát triển của nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và đáp ứng yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế ở Việt Nam; phải đặt trong tổng thể việc hoàn thiện hệ thống pháp luật bảo vệ người tiêu dùng, đảm bảo tính thống nhất của pháp luật; đảm bảo hài hòa lợi ích của người tiêu dùng và người kinh doanh hàng hóa, dịch vụ; quy định cụ thể và chi tiết về nghĩa vụ của người kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng và có chế tài đủ nghiêm khắc để răn đe, trừng phạt thích đáng những trường hợp vi phạm; tạo ra cơ chế hiệu quả để đảm bảo thi hành pháp luật về nghĩa vụ của người kinh doanh hàng hóa, dịch vụ trong việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Từ những định hướng đó, luận văn đưa ra hai nhóm giải pháp cơ bản nhằm hoàn thiện pháp luật về trách nhiệm của thương nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đối với người tiêu dùng: Nhóm giải pháp xây dựng pháp luật và nhóm giải pháp đảm bảo thực thi pháp luật.

## DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bá Linh (2015), *Tìm hiểu pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng*, NXB.Tư pháp, Hà Nội; tr.61
2. Bộ Công thương (2016), *Báo cáo thực hiện pháp luật phòng chống buôn lậu và gian lận thương mại*, Hà Nội, tr.3
3. Bùi Thị Long (2017), Luận văn thạc sĩ, *Pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ở Việt Nam trong giai đoạn hiện nay*, - Viện HL Khoa học xã hội Việt Nam, Hà Nội.
4. Cục Quản lý cạnh tranh – Bộ Công Thương (2008), *So sánh pháp luật bảo vệ người tiêu dùng một số nước trên thế giới – Bài học kinh nghiệm và đề xuất một số nội dung cơ bản quy định trong dự thảo Luật bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam*, Hà nội, tr.29
5. Cục Quản lý cạnh tranh – Bộ Công Thương (2008), *Thiết chế bảo vệ người tiêu dùng: Thực trạng Việt Nam, kinh nghiệm quốc tế và định hướng hoàn thiện – Báo cáo nghiên cứu chuyên đề, Tài liệu phục vụ công tác xây dựng Luật Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam*, Hà Nội, tr.47-49
6. Cục quản lý cạnh tranh (2006), *Sổ tay công tác bảo vệ người tiêu dùng*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội.
7. Đặng Vũ Huân (2004), *Pháp luật về kiểm soát độc quyền và chống cạnh tranh không lành mạnh ở Việt Nam*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội.
8. Đặng Vũ Huân (2005), *Pháp luật và vấn đề bảo vệ người tiêu dùng, Tạp chí dân chủ và pháp luật*, Tạp chí Dân chủ và pháp luật - chuyên đề về pháp luật và tiêu dùng, (1), tr.2-4.
9. Đinh Ngọc Vượng (2008), *Quyền của người tiêu dùng và trách nhiệm của các cơ quan nhà nước*, Tham luận Hội thảo “Hoàn thiện cơ chế pháp lý về bảo vệ người tiêu dùng ở Việt Nam”, Tp. Hồ Chí Minh.
10. Đinh Thị Mỹ Loan (2008), *Pháp luật bảo vệ người tiêu dùng của Việt Nam – Thực trạng và nhu cầu hoàn thiện*, Tham luận Hội thảo “Hoàn thiện cơ chế pháp lý về bảo vệ người tiêu dùng ở Việt Nam”, Tp. Hồ Chí Minh.
11. Đoàn Tử Tích Phước (2013), *Điều chỉnh hoạt động quảng cáo trong khuôn khổ pháp luật cạnh tranh tại Việt Nam*, Luận văn Thạc sĩ Đại học Quốc gia Hà Nội, tr.57



12.Đoàn Văn Trường (2013), *Nghiên cứu người tiêu dùng: Những vấn đề về việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ở Việt Nam*, NXB. Khoa học và kỹ thuật, Hà Nội, tr.104-105

13.Hãng Luật Minh Khuê (2018), *Bảo vệ quyền người tiêu dùng ở Việt Nam giai đoạn hiện nay*, truy cập tại <https://luatminhkhue.vn/tu-van-luat-thue/bao-ve-quyen-nguoi-tieu-dung-o-viet-nam-giai-doan-hien-nay.aspx> [truy cập lúc 14h ngày 8 tháng 2 năm 2018]

14.Học viện Tài chính (2018), *Văn hoá kinh doanh*, Nxb. Tài chính, Hà Nội.

15.Hội Khoa học và Phát triển Nông nghiệp Việt Nam (2016), *Thực phẩm mất an toàn lần 4: vì thói quen tiêu dùng*, truy cập tại <http://hanoimoi.com.vn> ngày 18/5/2016.

16.Hội Tiêu chuẩn và Bảo vệ người tiêu dùng Việt nam (VINATAS) (2009), *Tài liệu Hội thảo góp ý dự thảo Luật Bảo vệ người tiêu dùng*, Đà Nẵng, tr.7

17.Lê Thanh Hà (2009), *Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong bối cảnh Việt Nam gia nhập WTO và hội nhập kinh tế quốc tế*, Nxb Khoa học kỹ thuật, Hà Nội.

18.Lê Văn Sua (2015), *Một số quy định của pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng – bất cập cần hoàn thiện*, truy cập tại <http://moj.gov.vn/qt/tintuc/Pages/nguyen-cuu-trao-doi.aspx?ItemID=1901>[truy cập lúc 12h ngày 20 tháng 3 năm 2018]

19.Ngô Văn Hiệp (2018), *Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao kết và thực hiện hợp đồng gia nhập*, truy cập tại <http://tcdcpl.moj.gov.vn/qt/tintuc/Pages/phap-luat-kinh-te.aspx?ItemID=106> [truy cập lúc 16 h ngày 20 tháng 1 năm 2018]

20.Ngô Vĩnh Bạch Dương (2000), *Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong pháp luật cạnh tranh*, Tạp chí Nhà nước và Pháp luật (11), tr.36-40.

21.Nguyễn Như Phát (2000), *Đối tượng điều chỉnh của pháp luật chống cạnh tranh không lành mạnh*, Tạp chí Nhà nước và Pháp luật, (9), tr 23-31.

22.Nguyễn Như Phát (2011), *Một số vấn đề lý luận xung quanh Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng*, Tham luận kết hợp khảo sát học tập kinh nghiệm một số nước trên thế giới, Bộ Công Thương đã tiến hành xây dựng Dự thảo Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, Hà Nội. tr.5-8

23. Phạm Phương Đông (2007), *Bảo đảm quyền của người tiêu dùng ở Việt Nam hiện nay - Thực trạng và giải pháp*, Tạp chí Cộng sản điện tử, (125).

24. Phan Thế Thắng (2015), *Trách nhiệm bảo hành của tổ chức, cá nhân kinh doanh trong Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Một số lưu ý cho người tiêu dùng và doanh nghiệp*, truy cập tại <http://www.vca.gov.vn/NewsDetail.aspx?ID=2897&CateID=373> [truy cập lúc 12h ngày 13 tháng 3 năm 2018]

25. Tô Giang (2005), *Quyền lợi người tiêu dùng chưa được đảm bảo - cần tăng cường các biện pháp bảo vệ người tiêu dùng*, Tạp chí Dân chủ và pháp luật - chuyên đề về pháp luật và tiêu dùng (1), tr.5-7.

26. Trung tâm Từ điển học (Vietlex) (2018), *Từ điển Tiếng Việt*, NXB. Đà Nẵng, Đà Nẵng, tr.605

27. Từ điển mở Wikipedia (2017), *Người tiêu dùng*, truy cập tại [https://vi.wikipedia.org/wiki/Ng%C6%B0%E1%BB%9Di\\_ti%C3%AAu\\_d%C3%B9ng](https://vi.wikipedia.org/wiki/Ng%C6%B0%E1%BB%9Di_ti%C3%AAu_d%C3%B9ng) [truy cập lúc 12h ngày 12 tháng 2 năm 2018]

28. Viện Khoa học pháp lý (2016), *Báo cáo tổng hợp kết quả Dự án điều tra cơ bản: thực trạng thi hành pháp luật và vai trò của các cơ quan bảo vệ pháp luật trong việc đảm bảo thi hành*, Hà Nội, tr.87

29. Viện Khoa học và pháp lý (2007), *Tài liệu Hội thảo Cơ chế pháp lý bảo vệ người tiêu dùng: thực tiễn Việt Nam và kinh nghiệm thế giới*, tháng 8/2007.

30. Viện Nghiên cứu quyền con người - Học viện Chính trị - Hành chính quốc gia Hồ Chí Minh (2017), *Bảo đảm quyền của người tiêu dùng trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở nước ta hiện nay*, Tổng quan khoa học đề tài nghiên cứu cấp Bộ, Hà Nội.

31. Vũ Thị Thuý Hằng (2005), *Pháp luật chống cạnh tranh không lành mạnh ở Việt Nam*, Luận văn thạc sĩ luật kinh tế, Khoa Luật - Đại học Quốc gia Hà Nội.