**LEGAL SC’S COMMENTS ON THE DRAFT OF THE LAW ON PROTECTION OF CONSUMER RIGHTS**

| **No./STT.** | **Reference/Tham chiếu** | **Khuyến nghị** |
| --- | --- | --- |
| **Luật Bảo vệ người tiêu dùng** | **Draft of the Law on Protection of Consumer Rights(“Draft”)*****Dự thảo Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng******("Dự thảo")*** |
|  | **Điều 3****Article 3** | **Điều 3. Giải thích từ ngữ**Trong Luật này, các từ ngữ dưới đây được hiểu như sau:***Phương án 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 vì mục đích thương mại.****Phương án 2****Người tiêu dùng là người mua, sử dụng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ cho mục đích tiêu dùng, sinh hoạt của cá nhân, gia đình, tổ chức và không vì 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, hàng hóa hoặc cung cấp dịch vụ trên thị trường nhằm mục đích sinh lợi, bao gồm:a) Thương nhân theo quy định của Luật Thương mại;b) Cá nhân hoạt động thương mại độc lập, thường xuyên, không phải đăng ký kinh doanh.[…]*5. 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.**6. Cung cấp dịch vụ liên tục là việc cung cấp dịch vụ có thời hạn từ 03 tháng trở lên hoặc không xác định thời hạn.**7. 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.*8. Người có ảnh hưởng là các chuyên gia, người có uy tín, người được xã hội chú ý trong ngành nghề, lĩnh vực cụ thể theo quy định chi tiết của Chính phủ.*9. Giao dịch đặc thù bao gồm giao dịch từ xa, cung cấp dịch vụ liên tục và bán hàng trực tiếp giữa tổ chức, cá nhân kinh doanh và người tiêu dùng.* | 1. We propose to apply option 2 of Article 3.1 of this Draft. Accoring to option 2, the definition of consumers is no longer limited to individuals, but also be able to apply for organisations that satisfy the conditions to be considered as consumers (i.e., buying and using products, goods and services for the purposes of consumption and daily life of individuals, families, organisations and individuals and not for commercial purposes). We opine that organisations should also be considered as consumers and be guaranteed the same rights as individuals if they meet the above-mentioned conditions.

*1. Chúng tôi đề nghị áp dụng phương án 2 khoản 1 Điều 3 Dự thảo này. Theo phương án 2, khái niệm người tiêu dùng không còn giới hạn ở cá nhân mà còn có thể áp dụng cho các tổ chức đáp ứng các điều kiện được coi là người tiêu dùng (tức là mua, sử dụng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ nhằm mục đích tiêu dùng và sinh hoạt của cá nhân, gia đình, tổ chức, cá nhân và không nhằm mục đích thương mại). Chúng tôi cho rằng tổ chức cũng nên được coi là người tiêu dùng và được bảo đảm quyền lợi như cá nhân nếu đáp ứng các điều kiện nêu trên.*1. We should not encapsulate condition to be considered as consumers by the fact that the person must *"buy and use the products.".* For those who obtain such goods from giving, buying with gift cards should also be considered consumers in this Draft.

*2. Không nên gói gọn điều kiện được coi là người tiêu dùng bằng việc người đó phải “mua và sử dụng sản phẩm”. Đối với những người nhận được hàng hóa như vậy từ việc cho, mua bằng thẻ quà tặng cũng nên được coi là người tiêu dùng trong Dự thảo này.*1. Regarding definition of remote transaction under Article 3.5 of the Draft, in fact, in most of these transactions, consumers are not allowed to inspect the products directly until the transaction is completed. Thus, it is suggested to amend it properly based on remote transaction nature.

*3. Về định nghĩa giao dịch từ xa theo Điều 3.5 Dự thảo, thực tế trong hầu hết các giao dịch này, người tiêu dùng không được trực tiếp kiểm tra sản phẩm cho đến khi giao dịch hoàn tất. Vì vậy, chúng tôi khuyến nghị sửa đổi định nghĩa này theo đúng bản chất của giao dịch từ xa.*1. The buyers who purchase a product formed in the future (typically real estate formed in the future) should also be considered as consumers under this Draft. Additionally, specific sanctions and regulations for the providers of assets that are formed in the future should be added (e.g., not meeting the delivery schedule, not being able to issue an ownership certificate as committed etc).

*4. Người mua sản phẩm hình thành trong tương lai (điển hình là bất động sản hình thành trong tương lai) cũng được coi là người tiêu dùng theo Dự thảo này. Ngoài ra, cần bổ sung các chế tài, quy định cụ thể đối với người cung cấp tài sản hình thành trong tương lai (ví dụ: không đúng tiến độ bàn giao, không cấp được giấy chứng nhận quyền sở hữu như cam kết…).* |
|  |  | **Điều 4. Quyền của người tiêu dùng**1. Được bảo đảm an toàn tính mạng, sức khoẻ, 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.[…]*10. Quyền của người tiêu dùng khi sử dụng dịch vụ công được bảo vệ theo quy định của pháp luật có liên quan.*11. Quyền khác theo quy định của pháp luật có liên quan. | 1. Regarding Article 4.4, we should add regulations on the responsibility of the providers in recording and handling comments/opinions from consumers, avoiding the case of giving feedback but not resolving it.

*1. Về Điều 4.4, chúng ta nên bổ sung quy định về trách nhiệm của nhà cung cấp trong việc ghi nhận và xử lý ý kiến đóng góp/ý kiến của người tiêu dùng, tránh trường hợp phản hồi nhưng không giải quyết.*1. The return or refund of the products mentioned under Article 4.6 of this Draft should be conducted in a reasonable time, depending on each type of the products.

The competent authorities should regulate the time limit of the refund/return of each type of product specifically. *2. Việc đổi trả hoặc hoàn tiền đối với sản phẩm nêu tại Khoản 6 Điều 4 của Dự thảo này cần được thực hiện trong một khoảng thời gian hợp lý tùy thuộc vào từng loại sản phẩm. Cơ quan chức năng cần quy định cụ thể thời hạn hoàn/trả hàng của từng loại sản phẩm.* |
|  |  | **Điều 5. Trách nhiệm của người tiêu dùng** 1. Kiểm tra về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ trước khi nhận theo quy định của 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; tuân thủ các điều kiện, hướng dẫn vận chuyển, bảo quản của người cung cấp sản phẩm, dịch vụ; tuân thủ quy định về kiểm định, bảo vệ môi trường trong quá trình sử dụng sản phẩm.[…]*3. Bảo đảm cung cấp chính xác, đầy đủ về các nội dung thông tin liên quan đến giao dịch giữa người tiêu dùng và tổ chức, cá nhân kinh doanh. Chịu trách nhiệm về việc cung cấp thông tin không chính xác hoặc không đầy đủ theo quy định của pháp luật.*4. Tuân thủ các nghĩa vụ khác theo quy định của pháp luật khác có liên quan. | We recommend adding the case of consumers who are responsible for denouncing the providers selling the products whose prices are unreasonably higher than the average price of the same type. There are sevaral similar cases that have been sanctioned administratively. We opine that this content should be included in the Draft to ensure more deterrence and have a clearer regulatory basis.*Đề nghị bổ sung thêm trường hợp người tiêu dùng có trách nhiệm tố cáo nhà cung cấp bán sản phẩm có giá cao hơn giá trung bình cùng loại một cách bất hợp lý. Có nhiều trường hợp tương tự đã bị xử phạt hành chính. Chúng tôi cho rằng nên đưa nội dung này vào Dự thảo để đảm bảo tính răn đe hơn và có cơ sở điều chỉnh rõ ràng hơn.* |
|  | **Điều 4** | **Điều 6. Nguyên tắc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng** 1. Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là trách nhiệm của Nhà nước, *tổ chức, cá nhân* và toàn xã hội.2. Quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng được *công nhận,* tôn trọng, *bảo đảm* và bảo vệ theo quy định của pháp luật.3. Bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng phải được thực hiện *từ sớm,* 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 *công bằng,* bình đẳng, *tự nguyện.* | We advise to add a procedure on protecting consumers’ rights (e.g., time limit to handling the report from the consumers, which authorities have competence to resolve consumers’ reports, etc). *Đề nghị bổ sung quy trình bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (ví dụ: thời hạn xử lý phản ánh của người tiêu dùng, cơ quan nào có thẩm quyền giải quyết phản ánh của người tiêu dùng, v.v.).* |
|  | **Điều 5** | **Điều 7. 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; *khuyến khích, tôn vinh các tổ chức, cá nhân và người tiêu dùng tham gia 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 và các cơ quan có liên quan; tư vấn, hỗ trợ, tuyên truyền, phổ biến, hướng dẫn kiến thức, kỹ năng *về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.*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.[…] *7. Nâng cao đạo đức kinh doanh và hình thành văn hóa tiêu dùng an toàn, văn minh, lành mạnh và bền vững.**8. Thúc đẩy sản xuất và tiêu dùng bền vững.**a) 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 hướng đến tăng trưởng xanh, kinh tế tuần hoàn nhằm nâng cao lợi ích người tiêu dùng.**b) Hỗ trợ các tổ chức, cá nhân ứng dụng, phát triển khoa học, công nghệ tiên tiến, mã số, mã vạch, truy xuất nguồn gốc để sản xuất sản phẩm, hàng hoá, cung ứng dịch vụ an toàn, bảo đảm chất lượng.**c) 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.* | We advise supplementing a provision in which all the providers must commit to ensuring the interests of consumers according to this Draft. This might help to ensure the providers (especially small and medium suppliers) are fully informed and acknowledged of their responsibilities under the Law, minimising the possibility of breaching the law due to lack of knowledge.*Chúng tôi đề nghị bổ sung một điều khoản trong đó tất cả các nhà cung cấp phải cam kết đảm bảo quyền lợi của người tiêu dùng theo Dự thảo này. Điều này có thể giúp đảm bảo các nhà cung cấp (đặc biệt là các nhà cung cấp vừa và nhỏ) được cung cấp đầy đủ thông tin và thừa nhận trách nhiệm của họ theo Luật, giảm thiểu khả năng vi phạm pháp luật do thiếu hiểu biết.* |
|  | **Điều 6** |  | Remove this and move the content to Article 7 above to ensure consistency.*Bỏ điều này và chuyển nội dung lên Điều 7 phía trên để đảm bảo tính thống nhất.* |
|  | **Điều 7** | **Điều 8. Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng dễ bị tổn thương***1. Người tiêu dùng dễ bị tổn thương theo quy định của Luật này bao gồm:* *a) Người cao tuổi theo quy định của pháp luật người cao tuổi;**b) Người khuyết tật theo quy định của pháp luật người khuyết tật;**c) Trẻ em theo quy định của pháp luật trẻ em;**d) Người dân tộc thiểu số; người sống ở vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi, hải đảo, vùng có điều kiện kinh tế - xã hội khó khăn, vùng có điều kiện kinh tế - xã hội đặc biệt khó khăn theo quy định của pháp luật về công tác dân tộc;**đ) Phụ nữ đang mang thai hoặc nuôi con dưới 12 tháng tuổi;**e) Người bị bệnh hiểm nghèo tại danh mục bệnh hiểm nghèo theo quy định của pháp luật về lao động;**g) Thành viên hộ nghèo theo quy định của pháp luật;**h) Người không thuộc các nhóm quy định tại các điểm a, b, c, d, đ, e, g khoản này nhưng tại thời điểm mua hoặc sử dụng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ có khả năng phải chịu nhiều tác động bất lợi về tiếp cận thông tin, sức khỏe, tài sản, giải quyết tranh chấp.**[…]**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) Xây dựng, ban hành trình tự, thủ tục, phương thức hoặc các biện pháp khác phù hợp với từng yếu tố dễ bị tổn thương của người tiêu dùng nhằm bảo đảm quyền khiếu nại, yêu cầu giải quyết tranh chấp hoặc các quyền ưu tiên của người tiêu dùng dễ bị tổn thương;**e) Xây dựng, cập nhật, công bố công khai cho người tiêu dùng dễ bị tổn thương các nội dung chính sách quy định tại khoản này tại trụ sở, tại địa điểm kinh doanh hoặc trên trang thông tin, ứng dụng điện tử (nếu có) và đào tạo, tập huấn cho người lao động của mình các nội dung này. Các tổ chức, cá nhân kinh doanh là doanh nghiệp nhỏ, siêu nhỏ theo quy định của pháp luật được khuyến khích thực hiện các trách nhiệm quy định tại điểm này, trừ trường hợp thực hiện các giao dịch quy định tại Chương III Luật này thì phải tuân thủ đầy đủ;**g) Thực hiện các trách nhiệm theo quy định của Luật này và các pháp luật có liên quan khác.* | We advise adding the poor, and the homeless to the list of vulnerable consumers. In fact, many poor and homeless people are not listed in the list of poor households. Therefore, the provisions at point g, Clause 1, Article 8 are still incomplete and quite limited.*Chúng tôi khuyên nên thêm người nghèo và người vô gia cư vào danh sách những người tiêu dùng dễ bị tổn thương. Trên thực tế, nhiều người nghèo, vô gia cư không có tên trong danh sách hộ nghèo. Do vậy, quy định tại điểm g khoản 1 Điều 8 là chưa đầy đủ và còn khá nhiều hạn chế.* |
|  | **Điều 17** | **Điều 10. 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;[….]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;[…]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.  | We recommend adding regulations under which the providers are not allowed to request consumers to pay an unreasonable fee (normally called shipping fee) for the return/refund of the products. *Chúng tôi đề xuất bổ sung quy định nhà cung cấp không được phép yêu cầu người tiêu dùng trả một khoản phí vô lý (thường được gọi là phí vận chuyển) cho việc trả lại/hoàn tiền sản phẩm.*The fee for the refund or return of the products must be informed to the consumers prior to conducting the transaction.*Phí hoàn hoặc trả lại sản phẩm phải được thông báo cho người tiêu dùng trước khi thực hiện giao dịch.* |
|  |  | **Điều 15. 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 áp dụng chung cho người tiêu dùng 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;*d) Biện pháp bảo vệ thông tin, bảo đảm an toàn thông tin của người tiêu dùng.*2. Nội dung quy định tại khoản 1 Điều này 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) và thông tin rõ ràng, tạo điều kiện để người tiêu dùng tiếp cận trước hoặc tại thời điểm thu thập thông tin. | We advise supplementing sanctions for providers that are found to disclose the personal information of customers to third parties for purposes other than these regulations.*Đề nghị bổ sung chế tài đối với các nhà cung cấp bị phát hiện tiết lộ thông tin cá nhân của khách hàng cho bên thứ ba vì mục đích ngoài quy định này.* |
|  | **Điều 24** | **Điều 23. 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 giải thích theo hướng có lợi cho người tiêu dùng**.** | We propose to remove this Article.*Chúng tôi khuyến nghị bỏ Điều này.* |
|  | **Điều 25** | **Điều 24. Điều khoản của hợp đồng giao kết với người tiêu dùng, hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung không có hiệu lực**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: 1. Hạn chế, loại trừ trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh đối với người tiêu dùng theo quy định của pháp luật.[…]15. Quy định trái với nguyên tắc thiện chí theo quy định của pháp luật dân sự, dẫn đến mất cân bằng về quyền và trách nhiệm của các bên theo hướng bất lợi cho người tiêu dùng. | We propose to remove Article 24.14 of this Draft since it is contrast with Article 16 of this Draft. *Chúng tôi đề nghị bỏ Điều 24.14 của Dự thảo này vì trái với Điều 16 của Dự thảo này.* |
|  |  | **Điều 35. Trách nhiệm đối với dịch vụ cung cấp không đúng nội dung đã đăng ký, thông báo, công bố, giao kết***1. Trong trường hợp cung cấp dịch vụ không đúng nội dung đã đăng ký, thông báo, công bố, giao kết, tổ chức, cá nhân kinh doanh có trách nhiệm thỏa thuận với người tiêu dùng để thực hiện một hoặc một số biện pháp khắc phục sau:**a) Cung cấp lại dịch vụ;**b) Tiếp tục cung cấp dịch vụ nhưng không thu tiền hoặc giảm giá đối với phần dịch vụ đã cung cấp;**c) Chấm dứt việc cung cấp dịch vụ và hoàn tiền cho người tiêu dùng.**d) Các biện pháp khác theo thỏa thuận của các bên.**2. Tổ chức, cá nhân kinh doanh chịu các chi phí trong việc thực hiện các biện pháp khắc phục đối với dịch vụ cung cấp không đúng nội dung đã đăng ký, thông báo, công bố, giao kết.**3. Người tiêu dùng có quyền yêu cầu bồi thường trong trường hợp dịch vụ cung cấp không đúng nội dung đã đăng ký, thông báo, công bố, giao kết gây thiệt hại cho người tiêu dùng.* *4. Việc yêu cầu bồi thường thực hiện theo quy định của pháp luật dân sự.* *5. Tổ chức, cá nhân kinh doanh được miễn trách nhiệm bồi thường thiệt hại khi chứng minh được việc cung cấp không đúng nội dung đã đăng ký, thông báo, công bố, giao kết 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 hoặc thuộc trường hợp miễn trách nhiệm bồi thường khác theo quy định của pháp luật.* | This Draft has yet provided any regulations on (i) the registered content, announcement and commitment mentioned in Article 35 of this Draft and (ii) legal consequences if either party fails to make an agreement or fails to reach an agreement.*Dự thảo này chưa quy định về (i) nội dung đăng ký, thông báo và cam kết nêu tại Điều 35 của Dự thảo này và (ii) hậu quả pháp lý nếu một trong hai bên không thỏa thuận hoặc không đạt được thỏa thuận.* |
|  |  | **Điều 67. 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. | This Article is mentioned under Section 4 (Arbitration). It’s unclear whether it is applied for Litigation at the court.*Điều khoản này được đề cập trong Mục 4 (Trọng tài). Nó không rõ liệu nó có được áp dụng cho Tranh tụng tại tòa án hay không.* |
|  |  | **Điều 68. *Trách nhiệm* chứng minh**1. Người tiêu dùng có trách nhiệm 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. | Consumers are not obliged to prove the fault and **violation** of business organizations and individuals in claiming damages.*Người tiêu dùng không có nghĩa vụ chứng minh lỗi và* ***vi phạm*** *của tổ chức, cá nhân kinh doanh trong việc yêu cầu bồi thường thiệt hại.*Business, organizations, and individuals are obliged to prove that they are not **at fault, do not violate, do not cause damage** to consumers or the damage of consumers is not caused by their own faults or violations.Tổ chức, cá nhân kinh doanh có nghĩa vụ chứng minh mình không có lỗi, **không vi phạm, không gây ra thiệt hại cho người tiêu dùng hoặc thiệt hại của người tiêu dùng không phải do lỗi, vi phạm của mình gây ra.** |
|  |  | **Điều 69. 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) 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;*d) Các đương sự đều có địa chỉ nơi cư trú, trụ sở rõ ràng.**3. Tòa án nhân dân tối cao quy định chi tiết việc áp dụng thủ tục rút gọn để giải quyết vụ án dân sự về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.* | The provision on "consumers have no obligations to provide evidence” should be added in this civil case to ensure consistency with the Civil Code.*Cần bổ sung quy định “người tiêu dùng không có nghĩa vụ cung cấp chứng cứ” trong vụ việc dân sự này để đảm bảo tính thống nhất với Bộ luật Dân sự.* |