

GIAN NẠN CHUYÊN THỰC THI PHÁP LUẬT BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG

*Nguyễn Thị Ngọc Anh**

Trong thời gian vừa qua, các phương tiện thông tin đại chúng liên tục đưa tin về hàng loạt vụ việc vi phạm nghiêm trọng quyền lợi của người tiêu dùng. Có thể kể ra một số vụ điển hình như: xăng có chứa acetone, gói gia vị lẫu không rõ xuất xứ, bánh phở có phoóc-môn, sơn môi có chứa Sudan, nước tương có chứa chất gây ung thư... Điều này đã gây cho người tiêu dùng sự hoang mang về chất lượng và độ an toàn của các sản phẩm hàng hóa, dịch vụ. Chưa bao giờ người tiêu dùng lại đứng trước nhiều nguy cơ như hiện nay. Bất cứ khi nào, các "thương đê" cũng có thể bị ảnh hưởng đến quyền lợi, sức khỏe và thậm chí là cả tính mạng. Nhiều người đã đặt ra câu hỏi: vậy cơ chế bảo vệ người tiêu dùng của Nhà nước ta đã được thiết lập và thực thi như thế nào? Liệu những quy định pháp luật hiện hành đã phát huy hết vai trò, ý nghĩa trong việc bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng hay chưa?

Nhận thức được tầm quan trọng của công tác bảo vệ người tiêu dùng trong thời kỳ phát triển kinh tế thị trường và tăng cường hội nhập kinh tế quốc tế, ngày 27/4/1999, Ủy ban Thường vụ Quốc hội đã ban hành Pháp lệnh Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, trong đó quy định các quyền cơ bản của người tiêu dùng cũng như trách nhiệm của các nhà sản xuất, kinh doanh hàng hoá, dịch vụ trong việc bảo đảm các quyền cơ bản ấy. Tiếp đó, ngày 02/10/2001, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 69/2001/NĐ-CP quy định chi tiết thi hành Pháp lệnh Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Tuy nhiên, sau gần mười năm thực hiện, những vướng mắc, hạn chế của các quy định nói trên đã thể hiện rõ. Chính vì vậy, những vụ việc vi phạm quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng không những không giảm đi mà còn có xu

hướng tăng lên về cả số lượng và tính chất nghiêm trọng. Vậy những vướng mắc, bất cập đó là gì?

Những quy định về cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là một vấn đề phức tạp, có liên quan đến nhiều bộ, ngành khác nhau. Vì vậy, việc xác định một cơ quan thống nhất quản lý nhà nước về bảo vệ người tiêu dùng là rất quan trọng. Cơ quan chuyên trách này sẽ trở thành đầu mối để tổ chức cũng như phối hợp hoạt động cùng các cơ quan, ban, ngành, đoàn thể khác trong việc thực hiện công tác bảo vệ người tiêu dùng. Tuy nhiên, các quy định pháp luật hiện hành của nước ta lại đang có sự mâu thuẫn, chồng chéo, không rõ ràng trong vấn đề này.

Tại Điều 8 Nghị định số 69/2001/NĐ-CP quy định chi tiết thi hành Pháp lệnh Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng có nêu: "*Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường chịu trách nhiệm trước Chính phủ thống nhất quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong phạm vi cả nước*". Ngay sau đó, Điều 9 của Nghị định này khẳng định: Tổng cục Tiêu chuẩn, Đo lường, Chất lượng là cơ quan "*trực tiếp quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng*". Cho đến nay, Nghị định này vẫn chưa bị sửa đổi, bổ sung hoặc thay thế bởi bất kỳ văn bản nào.

Trong khi đó, khoản 6 Điều 2 Nghị định số 29/2004/NĐ-CP ngày 16/1/2004 về chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Thương mại (nay là Bộ Công Thương) đã khẳng định rõ, Bộ Thương mại có chức năng "*thống nhất quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng*". Như vậy, các văn bản pháp luật đang có sự "xung đột" trong chế định về cơ quan quản lý nhà nước hoạt động bảo vệ người tiêu dùng.

* Trung tâm Luật So sánh, Đại học Luật Hà Nội.

Về mặt lý thuyết, do cả hai văn bản này hiện nay vẫn còn hiệu lực, nên chúng ta có thể hiểu rằng ở Việt Nam đang tồn tại hai cơ quan có cùng một chức năng là quản lý nhà nước về bảo vệ người tiêu dùng. Nếu như vậy, giữa Cục Quản lý cạnh tranh của Bộ Thương mại và Tổng cục Tiêu chuẩn, Chất lượng, Đo lường của Bộ Khoa học và Công nghệ, đâu sẽ là cơ quan chuyên trách?

Mặc dù, trên thực tế, Cục Quản lý cạnh tranh đã tiếp nhận toàn bộ công việc này. Tuy nhiên, để đảm bảo tính phù hợp của luật pháp với thực tiễn, sự xung đột này rất cần phải được khắc phục ngay.

Những quy định cụ thể trong các văn bản luật

Một trong những lý do khiến việc bảo vệ người tiêu dùng trong thời gian qua không đạt được hiệu quả như mong muốn lại nằm trong chính các quy định pháp luật. Có nhiều ý kiến cho rằng, trên thực tế, các văn bản pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng hầu như không phát huy hiệu lực và có vẻ như người tiêu dùng đang bị bỏ rơi. Hiện nay, người tiêu dùng vẫn không ý thức được hết về các quyền cơ bản của mình. Hơn thế nữa, rất nhiều người trong số họ không hề biết về một văn bản pháp luật được ban hành chuyên để bảo vệ cho chính họ. Việc đúng sai trong nhận định trên xin phép không được bàn luận ở đây, tuy nhiên, thực tế chứng minh rằng các quy định pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng vẫn còn quá xa vời, thiếu thực tế, mới chỉ dừng ở mức chung chung, chưa đi vào cụ thể, do đó rất khó thực hiện. Và có lẽ chúng ta cũng cần phải suy nghĩ nhiều hơn về tính đúng sai của nhận định khi mà Pháp lệnh đã phát sinh hiệu lực được hơn 10 năm và Nghị định hướng dẫn cũng đã đi vào thực hiện 7 năm mà Việt Nam vẫn chưa hề có Thông tư quy định chi tiết về lĩnh vực này.

Theo hướng dẫn của Liên hợp quốc, người tiêu dùng có tám quyền cơ bản là: quyền được thoả mãn những nhu cầu cơ bản, quyền được an toàn, quyền được lựa chọn, quyền được thông tin, quyền được lắng nghe, quyền được khiếu nại và bồi thường, quyền được giáo dục về tiêu dùng và quyền được hưởng môi trường sống lành mạnh và bền

vững. Ở Việt Nam, vấn đề này đã được quy định rải rác ở một số văn bản pháp luật. Tuy nhiên, việc thực thi các quyền đó như thế nào thì vẫn bị bỏ ngỏ. Các quy định hiện hành mới chỉ dừng lại ở mức gọi tên các quyền theo ngôn ngữ “Nghị quyết” mà chưa đi vào quy định chi tiết các biện pháp, cách thức thực hiện chúng. Ví dụ, Điều 7 Pháp lệnh Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng quy định: “*nghiêm cấm các hành vi: sản xuất, kinh doanh hàng cấm, hàng giả; sản xuất, kinh doanh, tiêu dùng hàng hóa, dịch vụ gây ô nhiễm nghiêm trọng môi trường, nguy hại đến tính mạng, sức khỏe của con người, trái với thuần phong mỹ tục; thông tin, quảng cáo sai sự thật...*”. Trong khi đó, có vẻ như việc nêu ra hàng loạt tên gọi của những hành vi này là không cần thiết vì chúng đã được quy định khá cụ thể tại các văn bản pháp luật khác như Bộ luật Hình sự, Luật Môi trường, Pháp lệnh Vệ sinh an toàn thực phẩm, Pháp lệnh Quảng cáo... Hay tại Nghị định số 69/2001/NĐ-CP quy định chi tiết thi hành Pháp lệnh Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, khi đề cập vấn đề trách nhiệm của các tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh hàng hóa, dịch vụ cũng mới chỉ nêu tên các quyền của người tiêu dùng và đưa ra hàng loạt những quy định theo kiểu “hồ hào khẩu hiệu” như: “bảo đảm”, “tạo điều kiện” hay “thực hiện đầy đủ”... mà chưa hề nêu bật được về phương thức xử lý đối với những tổ chức, cá nhân không thực hiện hoặc thực hiện không đầy đủ những trách nhiệm đó? Vậy phải chăng, các văn bản pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng hiện hành của chúng ta đang thừa những quy định không cần thiết nhưng lại thiếu những điều cơ bản nhất, đáng quan tâm nhất?

Các văn bản pháp luật trong lĩnh vực này cũng không xây dựng được một cơ chế khiếu nại và giải quyết khiếu nại hiệu quả cho người tiêu dùng trong trường hợp các quyền và lợi ích hợp pháp của họ bị xâm hại. Điều này cũng gây không ít khó khăn cho người tiêu dùng trong quá trình bảo vệ quyền lợi chính đáng của mình.

Về mặt lý luận, khi bị vi phạm quyền lợi hoặc phát hiện hành vi vi phạm của các nhà

sản xuất, kinh doanh, người tiêu dùng có thể thực hiện việc bảo vệ quyền lợi của mình theo ba con đường khác nhau: khiếu nại lên chính nhà sản xuất, kinh doanh vi phạm; khiếu nại lên cơ quan quản lý nhà nước; hoặc khởi kiện ra Tòa án có thẩm quyền. Tuy nhiên, hiện nay pháp luật không có các quy định cụ thể về nghĩa vụ và quy trình giải quyết khiếu nại của nhà sản xuất, kinh doanh cũng như của cơ quan nhà nước. Chính vì vậy, trên thực tế, người tiêu dùng luôn gặp khó khăn trong quá trình khiếu nại. Do không có sự giám sát chặt chẽ từ phía các cơ quan nhà nước có thẩm quyền nên công tác giải quyết khiếu nại từ phía người tiêu dùng của các cơ sở sản xuất, kinh doanh rất lộn xộn, không theo bất kỳ một quy trình nào, hoàn toàn phụ thuộc ý chí của bên giải quyết khiếu nại. Do đó, có rất nhiều khiếu nại không được giải quyết thỏa đáng, kịp thời, không đảm bảo quyền và lợi ích cho khách hàng. Nhiều trường hợp khi mua hàng hóa có bảo hành, nhưng sau khi mua về, phát hiện hàng hóa không đảm bảo chất lượng, khách hàng yêu cầu cơ sở kinh doanh hàng hóa thực hiện nghĩa vụ bảo hành, các cơ sở kinh doanh này lại trì hoãn hoặc đổ lỗi hoàn toàn cho khách hàng. Nếu tiếp tục chuyển vụ việc lên cơ quan nhà nước có thẩm quyền, người tiêu dùng cũng phải chờ đợi rất lâu. Trong trường hợp này, rất nhiều khách hàng sẽ từ bỏ việc khiếu nại do mất quá nhiều thời gian, công sức mà không đạt kết quả như mong muốn. Điều đó cũng lý giải cho tình trạng người tiêu dùng “bàng quan”, “ngâm bồ hòn làm ngọt” trước những hành vi vi phạm quyền lợi của mình.

Có thể nói, trong chúng ta, hầu như ai cũng đã ít nhất một lần bị xâm phạm quyền lợi khi mua hay sử dụng hàng hóa, dịch vụ. Tuy nhiên, rất ít người đủ kiên nhẫn và có điều kiện để theo đuổi khiếu nại hoặc khởi kiện đòi quyền lợi đến cùng. Điều này xuất phát từ đâu? Từ tâm lý ngại va chạm, tránh phiền phức của người Việt Nam? Hay căn nguyên của mọi việc chính là do quy định pháp luật về bảo vệ quyền lợi cho người tiêu dùng còn quá “mù mờ”, khó thực hiện? Vậy, nên chăng, pháp luật cần ấn định một thời

hạn và quy trình nhất định để làm cơ sở bắt buộc các nhà sản xuất, kinh doanh cũng như cơ quan nhà nước phải giải quyết khiếu nại của người tiêu dùng? Tại nhiều nước trên thế giới và ngay trong khu vực châu Á, như Đài Loan, Malaysia, Hàn Quốc,... trình tự, thủ tục khiếu nại và thời gian, phương thức giải quyết khiếu nại của khách hàng được quy định rất rõ ràng. Điều này không chỉ tạo tính minh bạch của pháp luật, đảm bảo hiệu quả thực thi cao mà còn giúp nâng cao tính trách nhiệm của các nhà sản xuất, kinh doanh hàng hóa, dịch vụ.

Để đảm bảo tính hiệu lực và hiệu quả của các quy định pháp luật, vấn đề chế tài xử lý các hành vi vi phạm có vai trò rất quan trọng. Hiện nay, các văn bản pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng mới chỉ đưa ra quy định rất chung chung mang tính lý thuyết và được sao chép lại trong khá nhiều văn bản: *“Tổ chức, cá nhân có hành vi vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thì tùy theo tính chất, mức độ, đối tượng vi phạm mà bị xử phạt vi phạm hành chính hoặc bị truy cứu trách nhiệm hình sự theo quy định của pháp luật”* (Điều 21 Nghị định số 69/2001/NĐ-CP). Trong khi đó, tại những văn bản pháp luật hiện hành, cũng chỉ có một số hành vi vi phạm quyền lợi người tiêu dùng được quy định cụ thể về dấu hiệu nhận biết và chế tài xử lý, như hành vi bán hàng cấm, hàng giả, hành vi vi phạm tiêu chuẩn vệ sinh, an toàn thực phẩm... (Nghị định 175/2004/NĐ-CP về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực thương mại và các điều luật về Tội sản xuất, tàng trữ, vận chuyển, buôn bán hàng cấm; Tội sản xuất, buôn bán hàng giả... trong Bộ luật Hình sự 1999). Còn một số hành vi xâm phạm quyền lợi của người tiêu dùng khác mang tính chất chuyên ngành thì chưa có chế tài xử lý. Ví dụ, trường hợp người tiêu dùng bị vi phạm quyền được thông tin, tuy vẫn mua đúng mặt hàng với chất lượng đảm bảo, nhưng nếu được nhà sản xuất, kinh doanh tư vấn thêm thông tin, khách hàng đó có thể sẽ mua được một mặt hàng với chất lượng tương đương bằng mức giá thấp hơn rất nhiều... Trên thực tế, những trường hợp này vẫn chưa được xác

định trong bất kì văn bản pháp luật nào và đương nhiên là cũng chưa hề có chế tài xử lý chúng. Chính “lỗ hổng” này đã làm mất đi tính răn đe, giáo dục cho các tổ chức, cá nhân sản xuất kinh doanh và ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu lực và hiệu quả của các quy định pháp luật.

Một vấn đề nữa đặt ra là, ngay cả khi cơ quan quản lý nhà nước có thể quản lý việc giải quyết khiếu nại hoặc tự mình giải quyết khiếu nại cho người tiêu dùng một cách thỏa đáng thì trong điều kiện của các cơ quan quản lý nhà nước hiện nay, so với số lượng ngày càng lớn và tính chất ngày càng phức tạp của các vụ việc vi phạm, liệu các trường hợp đó có thể được xử lý kịp thời và nhanh chóng hay không? Đây có lẽ là một bài toán khó mà hiện chúng ta vẫn đang “loay hoay” tìm kiếm lời giải. Hơn nữa, có nhiều quan điểm cũng cho rằng, các cơ quan quản lý nhà nước chỉ nên tham gia chủ yếu vào công tác quản lý, xây dựng chính sách, hỗ trợ các địa phương hơn là đi giải quyết các khiếu nại cụ thể của người tiêu dùng trừ trường hợp vụ việc có ảnh hưởng đến lợi ích của xã hội hoặc xảy ra trên một địa bàn rộng lớn. Còn những vụ việc có quy mô nhỏ và tính chất không nghiêm trọng sẽ được hỗ trợ giải quyết bởi các Hội bảo vệ người tiêu dùng được thành lập tại các tỉnh, thành trong cả nước.

Hội bảo vệ người tiêu dùng hoạt động như thế nào?

Ý nghĩa ban đầu của việc thành lập các Hội bảo vệ người tiêu dùng là tạo ra một tổ chức để thực hiện việc tư vấn, giúp đỡ người tiêu dùng trong quá trình giải quyết khiếu nại. Hội cũng có thể đại diện cho người tiêu dùng thực hiện việc khiếu nại lên các tổ chức, cá nhân sản xuất kinh doanh vi phạm quyền của người tiêu dùng. Tuy nhiên, trên thực tế, tổ chức bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng vẫn chưa phát huy được vai trò của mình.

Hiện nay, cả nước có 28 tổ chức bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng bao gồm 27 Hội bảo vệ tiêu dùng ở 27 tỉnh thành và Hội Tiêu chuẩn và Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam. Từ trước tới nay, Hội Tiêu chuẩn và Bảo vệ

người tiêu dùng Việt Nam vẫn mặc nhiên được coi là Hội Trung ương – có quyền đại diện cho toàn bộ người tiêu dùng Việt Nam, còn các Hội bảo vệ người tiêu dùng địa phương là thành viên của Hội Trung ương thực hiện việc bảo vệ người tiêu dùng ở địa phương. Thực chất, đây là quan niệm hoàn toàn sai lầm, bởi vì:

Thứ nhất, về cơ sở thành lập: Theo quy định của Nghị định số 69/2001/NĐ-CP nói trên, các Hội bảo vệ người tiêu dùng chỉ được hoạt động khi đăng ký tại Ủy ban nhân dân sở tại và là tổ chức đại diện cho người tiêu dùng. Điều này có thể được hiểu là, Hội bảo vệ người tiêu dùng chỉ được coi là hợp pháp nếu được người tiêu dùng lập nên và được sự chấp thuận (trên cơ sở đăng kí hoạt động) của các cơ quan nhà nước có thẩm quyền. Nhưng, trên thực tế, các Hội bảo vệ người tiêu dùng địa phương đều được thành lập trên cơ sở Quyết định của Ủy ban nhân dân và bản thân Hội Tiêu chuẩn và Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam cũng ra đời bởi sự phê duyệt của Bộ Nội vụ. Như vậy, Hội Tiêu chuẩn và Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam cũng như các Hội bảo vệ người tiêu dùng địa phương không phải do người tiêu dùng lập nên và do đó họ không có tư cách để bảo vệ quyền lợi cho người tiêu dùng.

Thứ hai, theo quy định của Nghị định số 88/2003/NĐ-CP ngày 30/07/2003 quy định về tổ chức, hoạt động và quản lý của hội thì các hội được thành lập nhằm mục đích chủ yếu là bảo vệ quyền lợi của các hội viên và do chính hội viên thành lập nên. Như vậy, Hội bảo vệ người tiêu dùng hiện nay không thể nói là hội bảo vệ lợi ích cho toàn bộ người tiêu dùng và Hội Tiêu chuẩn và Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam cũng không thể coi là tổ chức đại diện cho tất cả người tiêu dùng trên cả nước. Bởi vì, giữa các tổ chức này và người tiêu dùng không hề có một sự ràng buộc pháp lý nào và tư cách hội viên của chúng cũng không đương nhiên phát sinh.

Trên thực tế, đã có nhiều vụ việc vi phạm quyền lợi của người tiêu dùng trên một địa bàn rộng lớn (như những vụ xăng pha

acetone, vụ gói lấu không rõ xuất xứ...vừa qua). Vấn đề đặt ra là: các hội này có quyền đại diện cho toàn bộ người tiêu dùng đã bị vi phạm quyền lợi để khiếu nại đến nhà sản xuất kinh doanh hay không? Và nếu việc khiếu nại có kết quả thì nhà sản xuất kinh doanh phải bồi thường cho khách hàng của mình như thế nào? Căn cứ trên các quy định pháp luật hiện hành, các Hội bảo vệ người tiêu dùng của chúng ta không được quyền thay mặt người tiêu dùng Việt Nam đòi quyền lợi của mình. Để khắc phục, Hội bảo vệ người tiêu dùng chỉ có thể đứng ra tập hợp những khách hàng đã bị xâm phạm quyền lợi và đề nghị họ kí vào lá đơn khiếu nại tập thể gửi cho nhà sản xuất, kinh doanh mà thôi. Đương nhiên, việc xử lý theo hướng này sẽ tốn kém hơn rất nhiều và chắc chắn vẫn sẽ không thể bao quát hết mọi khách hàng đã từng bị thiệt hại.

Theo tinh thần của dự thảo Luật về Hội (dự kiến sẽ được Quốc hội thông qua trong thời gian tới) thì Hội không nhất thiết chỉ bảo vệ quyền lợi của hội viên mà có thể đứng ra làm đại diện, bảo vệ lợi ích của cả cộng đồng. Nếu quy định này ra đời thì các tổ chức bảo vệ người tiêu dùng hiện nay mới có một cơ sở pháp lý để thực hiện vai trò đại diện đương nhiên của mình khi có sự việc gây ảnh hưởng cho cộng đồng người tiêu dùng Việt Nam.

Thứ ba, hiện nay mối quan hệ giữa Hội Tiêu chuẩn và Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam và các Hội bảo vệ người tiêu dùng địa phương là rất lỏng lẻo. Về mặt pháp lý, giữa những tổ chức này không hề có sự ràng buộc. Cho đến nay, không hề tồn tại văn bản nào quy định rõ về mối quan hệ của chúng. Do đó, có thể nói, hoạt động của các hội bảo vệ người tiêu dùng hiện nay đang ở trong tình trạng “mạnh ai nấy làm”, thiếu sự phối hợp, chia sẻ thông tin, kinh nghiệm trong công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Đặc biệt, khi vụ việc xảy ra có liên quan đến nhiều địa phương, việc phối kết hợp để giải quyết là rất khó khăn và đương nhiên, hiệu quả đạt được cũng không cao.

Thêm nữa, các hội bảo vệ người tiêu dùng cũng đang phải đối mặt với những thách thức không nhỏ khác mà trước hết là vấn đề kinh phí hoạt động. Thực tế, các hội bảo vệ người tiêu dùng ra đời trên cơ sở quyết định thành lập của các cơ quan thẩm quyền, do chưa thu hút được nhiều hội viên, lại hoạt động phi lợi nhuận nên hiện nay, kinh phí của các hội vẫn phụ thuộc vào sự hỗ trợ từ ngân sách nhà nước. Vừa qua Bộ Thương mại đã có Công văn số 3057/TM-QLCT gửi Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương về việc hỗ trợ công tác bảo vệ người tiêu dùng tại địa phương. Tuy nhiên, trên thực tế, các hội này vẫn chưa nhận được sự hỗ trợ đáng kể nào từ cơ quan chức năng ở địa phương. Điều này khiến hoạt động của các Hội mất đi tính chủ động, phụ thuộc nhiều vào các cơ quan nhà nước nên không đạt hiệu quả cao.

Bên cạnh đó, vấn đề nhân sự cũng là một bài toán khá nan giải đối với các hội. Hiện tại, các hội bảo vệ người tiêu dùng không có thành viên hoạt động chuyên trách bởi hầu hết thành viên đều là những người đã nghỉ hưu hoặc hoạt động kiêm nhiệm. Do đó, chất lượng hoạt động của các hội cũng bị ảnh hưởng không nhỏ.

Theo chúng tôi, để khắc phục tất cả những khó khăn này, trước mắt, chúng ta vẫn cần phải có một văn bản quy định rõ ràng về cơ cấu tổ chức và hoạt động của các hội bảo vệ người tiêu dùng theo hướng cụ thể hóa các vấn đề quy chế hội viên, phí hội viên, các nguồn thu, phương thức hạch toán chi tiêu của hội...

Thay lời kết

Hiện nay, Bộ Công Thương đang gấp rút soạn thảo Nghị định thay thế Nghị định số 69/2001/NĐ-CP, dự kiến sẽ trình Chính phủ thông qua vào cuối năm nay. Bên cạnh đó, trong thời gian không xa, Pháp lệnh Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cũng sẽ được nâng lên thành luật. Hi vọng rằng, những quy định trong luật sẽ khắc phục được tất cả những vướng mắc, bất cập trên để việc thực thi đúng pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng không còn là một chặng đường gian nan nữa.