TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Ban Bí thư ban hành Chỉ thị về tăng cường công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

10:04 25/02/2019

Ban Bí thư vừa ban hành Chỉ thị số 30-CT/TW về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng và trách nhiệm quản lý của Nhà nước đối với công tác bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng.

Chỉ thị đã đưa ra 6 nhóm giải pháp rất cụ thể đối với các cấp ủy, tổ chức đảng, chính quyền, Mặt trận Tổ quốc và đoàn thể các cấp nhằm phát huy những kết quả đạt được, khắc phục những hạn chế, yếu kém và nâng cao hiệu quả công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong tình hình mới, cụ thể như sau:

Tăng cường sự lãnh đạo của các cấp ủy, tổ chức đảng; phát huy vai trò tiên phong, giám sát của chi bộ, đảng viên trong công tác bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng.

Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là nhiệm vụ quan trọng, thường xuyên, lâu dài, là trách nhiệm của cấp uỷ đảng, chính quyền, của cán bộ, đảng viên và các tổ chức trong hệ thống chính trị và toàn xã hội. Khắc phục triệt để tình trạng thiếu trách nhiệm, vô cảm, thiếu quyết liệt của từng ngành, địa phương, đơn vị được phân công phụ trách; có cơ chế phối hợp chặt chẽ, đồng bộ giữa các cơ quan, tổ chức và địa phương, trong đó có sự phân công nhiệm vụ rõ ràng, cụ thể đối với từng cấp, từng ngành trong công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.



Xây dựng tiêu chí đánh giá kết quả thực hiện bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng; coi đây là một trong những nội dung đánh giá mức độ hoàn thành nhiệm vụ hằng năm của cá nhân và tổ chức, người đứng đầu các cấp ủy, tổ chức đảng, cơ quan quản lý nhà nước.

Hoàn thiện khuôn khổ pháp lý, tổ chức bộ máy chuyên trách, nâng cao năng lực thực thi pháp luật, bảo đảm hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước đối với công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Rà soát, sửa đổi, bổ sung, hoàn thiện hệ thống chính sách, pháp luật, tạo hành lang pháp lý thuận lợi và khả năng thực thi hiệu quả công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng theo hướng thống nhất, đồng bộ và phù hợp với tập quán tiêu dùng của người dân trong bối cảnh hội nhập quốc tế, sự phát triển của khoa học, công nghệ và xu hướng phát triển các giao dịch thương mại điện tử. Công khai, minh bạch các thông tin liên quan đến tiêu chuẩn và nguồn gốc xuất xứ sản phẩm, hàng hóa.

Hoàn thiện cơ chế, chính sách huy động các nguồn lực, nâng cao năng lực thực thi của các cơ quan quản lý nhà nước và các hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Tổng kết thực hiện Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (2010), trên cơ sở đó sửa đổi, bổ sung Luật cho phù hợp với yêu cầu quản lý của đất nước và hội nhập quốc tế trong tình hình mới.

Xây dựng cơ chế quản lý nhà nước thống nhất từ Trung ương đến địa phương, trong nội bộ các ngành, giữa các ngành, các lĩnh vực; xác định rõ vai trò đầu mối, điều tiết và giám sát các hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên

phạm vi cả nước.

Kiện toàn hệ thống các cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng từ Trung ương đến địa phương phù hợp với tinh thần Nghị quyết số 18-NQ/TW, ngày 25/10/2017 của Ban Chấp hành Trung ương khóa XII về một số vấn đề về tiếp tục đổi mới, sắp xếp tổ chức bộ máy của hệ thống chính trị tinh gọn hoạt động hiệu lực, hiệu quả.

Khắc phục ngay "khoảng trống" trong quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ở tất cả các cấp, các ngành, các địa phương. Chính quyền các cấp, các ngành chủ động, có các giải pháp bảo vệ hiệu quả quyền lợi người tiêu dùng theo thẩm quyền, chức năng, nhiệm vụ.

Chú trọng đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao năng lực, trình độ chuyên môn, đạo đức công vụ, ý thức trách nhiệm cho đội ngũ cán bộ, công chức tham gia công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Đẩy mạnh cải cách hành chính, ứng dụng công nghệ thông tin và các thành tựu khoa học kỹ thuật mới trong lĩnh vực này.

Đẩy mạnh công tác tuyên truyền, giáo dục, phổ biến chính sách, pháp luật liên quan đến bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng.

Đa dạng hóa phương thức truyền thông, đổi mới nội dung tuyên truyền, phổ biến, giáo dục chính sách, pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Nâng cao kiến thức, kỹ năng tiêu dùng cho toàn xã hội và tạo điều kiện thuận lợi để thực thi hiệu quả các quyền của người tiêu dùng, nhất là đối với đối tượng người tiêu dùng yếu thế (trẻ em, học sinh, sinh viên, người già, phụ nữ, công nhân nghèo, khu vực nông thôn, miền núi, biên giới, hải đảo, vùng sâu, vùng xa...).

Công khai, minh bạch và thông tin rộng rãi, đầy đủ bằng nhiều hình thức phù hợp đến người tiêu dùng về chất lượng hàng hóa, dịch vụ và cảnh báo những nguy cơ gây mất an toàn cho người tiêu dùng. Nâng cao đạo đức kinh doanh và hình thành văn hóa tiêu dùng an toàn, văn minh, lành mạnh và phát triển bền vững.

Tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát, xử lý vi phạm và hỗ trợ người tiêu dùng.

Có giải pháp căn cơ, hiệu quả phát hiện, ngăn chặn các hành vi xâm phạm quyền lợi, sức khỏe, gây thiệt hại hoặc đe dọa đến tính mạng, an toàn của người tiêu dùng, đồng thời tạo điều kiện để người tiêu dùng nâng cao khả năng tự bảo vệ. Hoàn thiện các chế tài đủ răn đe đối với những hành vi sai phạm ảnh hưởng đến quyền lợi, sức khỏe, tính mạng..., nhất là đối với các hàng hóa, dịch vụ thiết yếu và các đối tượng người tiêu dùng yếu thế. Xây dựng cơ chế phù hợp

để có kinh phí cho các hoạt động bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng.

Đẩy mạnh hoạt động phân tích, kiểm định, đánh giá, kiểm soát, không để lưu thông trên thị trường những hàng hoá, dịch vụ không bảo đảm chất lượng hoặc có nguy cơ gây mất an toàn cho người tiêu dùng.

Quy định việc tiếp nhận và giải quyết các yêu cầu, khiếu nại của người tiêu dùng theo hướng thủ tục đơn giản, thuận tiện để người tiêu dùng và doanh nghiệp có thể giải quyết tranh chấp qua phương thức trọng tài và toà án; khuyến khích và tạo điều kiện thuận lợi để doanh nghiệp và người tiêu dùng giải quyết tranh chấp qua phương thức thương lượng, hòa giải. Từng bước xây dựng và phát triển các cơ chế thuận tiện, dễ dàng tiếp cận để hỗ trợ người tiêu dùng có thể nâng cao khả năng tự bảo vệ.

Đẩy mạnh xã hội hóa, nâng cao vai trò, trách nhiệm của các tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh hàng hóa, dịch vụ và tổ chức xã hội trong công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Xây dựng môi trường kinh doanh lành mạnh, gắn trách nhiệm của doanh nghiệp trong thực thi pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng với việc nâng cao lợi thế cạnh tranh sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ; tạo động lực nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp và cạnh tranh quốc gia. Tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh hàng hóa, dịch vụ nghiêm túc tuân thủ các nghĩa vụ đối với người tiêu dùng, coi đây là lợi thế cạnh tranh và phát triển doanh nghiệp.

Tạo điều kiện để các tổ chức xã hội tham gia bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng hình thành, phát triển và hoạt động có hiệu quả. Các tổ chức có nhiệm vụ bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thường xuyên quan tâm phân tích, đánh giá, phân loại để kịp thời có cơ chế, chính sách để xử lý nghiêm minh các trường hợp vi phạm.

Đồng thời khuyến khích, động viên các doanh nghiệp có sản phẩm, dịch vụ chất lượng tốt, giá thành hợp lý, có uy tín, thương hiệu trên thị trường để cung cấp thông tin đến người tiêu dùng. Có chính sách khen thưởng kịp thời đối với các tổ chức, cá nhân có nhiều đóng góp cho công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, các đoàn thể tăng cường giám sát đối với công tác bảo vệ người tiêu dùng.

Chủ động, tích cực hội nhập quốc tế trong các hoạt động hợp tác về bảo vệ người tiêu dùng trong khuôn khổ ASEAN và quốc tế.

Coi trọng việc tham gia và thực hiện các thỏa thuận song phương, đa phương và các điều ước quốc tế về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Tăng cường trao đổi thông tin, kinh nghiệm, tiếp cận, ứng dụng, sử dụng có hiệu quả các nguồn lực đầu tư, hỗ trợ, kỹ thuật và công nghệ tiên tiến của các nước, các tổ chức quốc tế; từng bước hỗ trợ kỹ thuật, chuyên gia đối với một số nước trong khu vực ASEAN và quốc tế.

Quan tâm hợp tác với các nước có kim ngạch thương mại, số lượng du khách qua lại, nguồn vốn đầu tư lớn hoặc có nhiều hoạt động giao lưu nhân dân với Việt Nam; xây dựng cơ chế giải quyết tranh chấp người tiêu dùng xuyên biên giới. Tăng cường hỗ trợ, hợp tác giải quyết các tranh chấp nhằm bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam; thúc đẩy sự tin tưởng của người tiêu dùng các nước đối với sản phẩm, dịch vụ, môi trường đầu tư, kinh doanh tại Việt Nam.

Theo G.Nam/ BCĐ 389 Quốc gia