

Bộ Công Thương công bố chủ đề Ngày Quyền người tiêu dùng 2025

19:58 11/10/2025

Các hoạt động hưởng ứng Ngày Quyền của người tiêu dùng Việt Nam năm 2025 được tổ chức nhằm kêu gọi, động viên, khuyến khích sự tham gia của các cơ quan nhà nước, tổ chức xã hội, doanh nghiệp và người tiêu dùng vào các hoạt động liên quan; từng bước đưa Ngày Quyền của người tiêu dùng thành động lực và điểm nhấn quan trọng trong đời sống kinh tế xã hội, góp phần xây dựng môi trường kinh doanh, tiêu dùng lành mạnh cho đất nước.

Bộ Công Thương đã ban hành Kế hoạch số 7604/KH-BCT Kế hoạch tổ chức các hoạt động hưởng ứng Ngày Quyền của người tiêu dùng Việt Nam năm 2025. Công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (BVQLNTD) đang được đẩy mạnh theo hướng phân cấp, phân quyền, giao thêm trách nhiệm cho Sở Công Thương và chính quyền địa phương trong việc quản lý, giải quyết khiếu nại tại cơ sở. Sự tham gia tích cực của các Hội Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cũng được khuyến khích nhằm tăng cường tính xã hội hóa của công tác này.



Bộ Công Thương phát động chủ đề Ngày Quyền của người tiêu dùng Việt Nam 2025: “Thông tin minh bạch - Tiêu dùng trách nhiệm”

Tuy nhiên, thách thức vẫn hiện hữu. Thực tế cho thấy các vụ việc vi phạm về hàng giả, hàng kém chất lượng vẫn phức tạp, đặc biệt là trong lĩnh vực thực phẩm chức năng, mỹ phẩm và các mặt hàng tiêu dùng thiết yếu. Các hành vi lừa đảo cung cấp thông tin trên mạng xã hội và các nền tảng thương mại điện tử ngày càng tinh vi, đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ hơn giữa các cơ quan quản lý thị trường, an ninh mạng và Ủy ban Cảnh tranh Quốc gia.

Ngày Quyền của người tiêu dùng Việt Nam 2025 là dịp để hệ thống hóa lại các nỗ lực, từ việc hoàn thiện khung pháp lý đến việc triển khai đồng bộ tại địa phương. Với thông điệp “Thông tin minh bạch - Tiêu dùng trách nhiệm”, Việt Nam đặt mục tiêu xây dựng một môi trường tiêu dùng không chỉ an toàn về pháp lý mà còn văn minh, lành mạnh, nơi quyền lợi của người tiêu dùng được đảm bảo như một động lực phát triển kinh tế bền vững.

Nếu "minh bạch" là trách nhiệm của nhà cung cấp, thì "Tiêu dùng trách nhiệm" chính là vai trò then chốt của người tiêu dùng trong việc định hình thị trường. Người tiêu dùng ngày nay không chỉ là đối tượng được bảo vệ mà còn là lực lượng kiến tạo thị trường, nắm giữ sức mạnh quyết định đối với xu hướng phát triển kinh tế.

Thị trường đang chứng kiến sự trỗi dậy mạnh mẽ của xu hướng tiêu dùng xanh và bền vững. Người tiêu dùng ngày càng ưu tiên các sản phẩm thân thiện với môi trường, có nguồn gốc rõ ràng, và sẵn sàng chi trả cao hơn cho chất lượng và uy tín. Sự lựa chọn thông minh này đang tạo ra áp lực tích cực, buộc các doanh nghiệp phải đầu tư vào nâng cao năng lực sản xuất, thực hiện chuyển đổi số và đặc biệt là chuyển đổi xanh, nhằm đáp ứng các tiêu chuẩn ngày càng cao của người tiêu dùng.

Hành vi tiêu dùng trách nhiệm – bao gồm việc tìm hiểu kỹ lưỡng thông tin, sử dụng quyền khiếu nại của mình và kiên quyết nói không với hàng giả, hàng kém chất lượng – đóng vai trò thanh lọc thị trường, thúc đẩy cạnh tranh lành mạnh và trực tiếp đóng góp vào mục tiêu phát triển bền vững của quốc gia.

Thách thức phân cấp, phân quyền và cuộc chiến chống vi phạm

Trong quá trình đẩy mạnh phân cấp, phân quyền cho các địa phương, công tác BVQLNTD đã được tăng cường năng lực xử lý tại cơ sở. Việc giao thêm một số nhiệm vụ quản lý thương mại điện tử cho Ủy ban nhân dân cấp tỉnh được kỳ vọng sẽ nâng cao hiệu quả quản lý.

Năm 2025, với chủ đề mang tính định hướng cao, người tiêu dùng Việt Nam đứng trước cơ hội lớn để khẳng định vị thế của mình. Sự kết hợp giữa thông tin minh bạch từ doanh nghiệp và tiêu dùng trách nhiệm từ người dân chính là chìa khóa để kiến tạo một môi trường kinh doanh – tiêu dùng công bằng, lành mạnh, thúc đẩy nền kinh tế phát triển bền vững.

Tâm An