

TCVN

TIÊU CHUẨN QUỐC GIA

TCVN 10426:2014
ISO/IEC GUIDE 14:2003

Xuất bản lần 1

**THÔNG TIN MUA HÀNG VỀ HÀNG HÓA VÀ DỊCH VỤ DÀNH
CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG**

Purchase information on goods and services intended for consumers

HÀ NỘI - 2014

Mục lục

Trang

Lời nói đầu.....	4
Lời giới thiệu.....	5
1 Phạm vi áp dụng.....	7
2 Thuật ngữ và định nghĩa	7
3 Nguyên tắc truyền đạt thông tin.....	10
3.1 Khái quát	10
3.2 Thông tin bằng bản viết và bản in.....	10
3.3 Thông tin điện tử	11
3.4 Thông tin bằng lời.....	11
4 Nguyên tắc cung cấp thông tin mua hàng	11
4.1 Khái quát	11
4.2 Nội dung tối thiểu.....	12
4.3 Trình bày.....	12
4.4 Hợp đồng.....	13
4.5 Tính khách quan của dữ liệu	13
4.6 Sử dụng viện dẫn theo tiêu chuẩn hoặc văn bản quy phạm pháp luật.....	13
5 Nguyên tắc định dạng và thiết kế	14
5.1 Khái quát	14
5.2 Nguyên tắc cơ bản	14
5.3 Sử dụng biểu đồ, ký hiệu và minh họa bằng hình ảnh, thang đo và bảng.....	14
5.4 Ngôn ngữ, thuật ngữ và tính dễ hiểu.....	15
5.5 Khả năng nhận biết và tính đồng nhất.....	15
Phụ lục A (tham khảo) Từ việc cung cấp thông tin nói chung đến hệ thống thông tin mua hàng nhất quán	16
Phụ lục B (tham khảo) Cơ quan thông tin mua hàng.....	18
Phụ lục C (tham khảo) Hệ thống thông tin mua hàng.....	20
Thư mục tài liệu tham khảo	23

Lời nói đầu

TCVN 10426:2014 hoàn toàn tương đương với ISO/IEC Guide 14:2003;

TCVN 10426:2014 do Ban kỹ thuật tiêu chuẩn quốc gia TCVN/TC 02 Vấn đề chung về người tiêu dùng biên soạn, Tổng cục Tiêu chuẩn Đo lường Chất lượng đề nghị, Bộ Khoa học và Công nghệ công bố.

Lời giới thiệu

Tiêu chuẩn này là một trong những nội dung về thông tin người tiêu dùng. Mục đích chính của tiêu chuẩn này là tư vấn cho người có trách nhiệm soạn thảo tiêu chuẩn quốc gia hoặc quốc tế về thông tin mà người mua tiềm năng yêu cầu và kỳ vọng (dù là sản phẩm hay dịch vụ). Tiêu chuẩn này cũng có thể hỗ trợ những người đó viết thông tin mua hàng cũng như các cơ quan hành pháp.

Tiêu chuẩn này liên quan đến tất cả các phương pháp giới thiệu sản phẩm và dịch vụ đến người tiêu dùng, bao gồm cả bán hàng từ xa và bán hàng bằng phương tiện điện tử.

Thông tin cho người tiêu dùng là một phần quan trọng của bất kỳ sản phẩm hoặc dịch vụ nào. Cải tiến chất lượng thông tin làm tăng khả năng của người tiêu dùng trong việc đưa ra lựa chọn hợp lý tại thời điểm mua hàng. Tiêu chuẩn này giúp giảm thiểu rủi ro mua hàng hoặc hợp đồng không chính xác hoặc không thích hợp. Sự không chắc chắn của người tiêu dùng giảm đi và sự thỏa mãn của người tiêu dùng thì tăng lên. Những người cung cấp thông tin về người tiêu dùng có chất lượng cao sẽ nâng cao uy tín thương mại của họ, tiết kiệm thời gian và tiền bạc nhờ giảm các thắc mắc và khiếu nại.

Tiêu chuẩn này quan tâm đến các trường hợp trong đó thông tin nhìn chung được dựa trên các tiêu chuẩn do ISO và IEC và các cơ quan tiêu chuẩn quốc gia hoặc khu vực công bố hoặc thừa nhận.

Phạm vi tiêu chuẩn hóa là rất rộng trong lĩnh vực thông tin người tiêu dùng liên quan đến các sản phẩm và dịch vụ riêng lẻ và thậm chí còn rộng hơn đối với các nhóm sản phẩm và dịch vụ. Thông tin trong Phụ lục A minh họa cách thức các tiêu chuẩn riêng lẻ và tiêu chuẩn theo hệ dọc liên quan một cách nhất quán và có hệ thống với các tiêu chuẩn theo hệ ngang đối với các nhóm sản phẩm hoặc dịch vụ, cả hai loại tiêu chuẩn đều áp dụng các nguyên tắc đưa ra trong tiêu chuẩn này.

Thông tin mua hàng về hàng hóa và dịch vụ dành cho người tiêu dùng

Purchase information on goods and services intended for consumers

1 Phạm vi áp dụng

Tiêu chuẩn này áp dụng cho việc cung cấp thông tin liên quan đến sản phẩm và dịch vụ trước khi mua hàng. Tiêu chuẩn này đưa ra các nguyên tắc và khuyến nghị chung về nội dung, phương pháp, định dạng và thiết kế sao cho thông tin giúp người tiêu dùng có thể so sánh và lựa chọn sản phẩm hoặc dịch vụ. Ngoài ra, tiêu chuẩn này khuyến nghị các quy tắc chung về thiết lập và thực hiện các hệ thống thông tin mua hàng và cơ quan thông tin mua hàng.

Tiêu chuẩn này dùng cho:

- ban kỹ thuật biên soạn tiêu chuẩn về sản phẩm hoặc dịch vụ cho người tiêu dùng;
- nhà thiết kế, nhà sản xuất sản phẩm, chuyên gia kỹ thuật hoặc những người tham gia vào công việc soạn thảo thông tin như vậy và, đặc biệt là những thành viên của cơ quan thông tin mua hàng;
- các cơ quan khác như cơ quan hành pháp hoặc thanh tra về vấn đề bảo vệ người tiêu dùng.

Tiêu chuẩn này không đề cập đến đánh giá sự phù hợp hay hướng dẫn sử dụng và không hướng dẫn chi tiết về thông tin được cung cấp bằng lời hay dạng điện tử.

2 Thuật ngữ và định nghĩa

Tiêu chuẩn này áp dụng các thuật ngữ, định nghĩa dưới đây.

2.1

Sản phẩm (product)

Vật phẩm được sản xuất dành cho người tiêu dùng.

2.2

Dịch vụ (service)

Kết quả của hoạt động giữa nhà cung ứng và khách hàng và các hoạt động nội bộ do nhà cung ứng thực hiện để đáp ứng yêu cầu của khách hàng.

2.3

Thông tin mua hàng (purchase information)

Thông tin cho phép lựa chọn có hiểu biết trước khi mua sản phẩm hoặc dịch vụ.

2.4

Ghi nhãn (marking)

Ký hiệu, minh họa bằng hình ảnh, cảnh báo, biểu tượng hoặc dòng chữ trên sản phẩm để nhận biết loại sản phẩm, và cũng có thể bao gồm thông tin bằng lời văn ngắn gọn.

2.5

Hệ thống thông tin mua hàng (purchase information system)

Hệ thống được thiết kế để thông tin cho người tiêu dùng về sản phẩm hoặc dịch vụ.

2.6

Phương thức thông tin mua hàng (purchase information scheme)

Các quy tắc hoặc thỏa thuận chính thức khác trong hệ thống thông tin mua hàng.

2.7

Cơ quan thông tin mua hàng (purchase information body)

Tổ chức được thành lập hợp pháp chịu trách nhiệm giám sát và quản lý hệ thống thông tin mua hàng theo các quy tắc của hệ thống đó.

2.8

Hướng dẫn sử dụng (instructions for use)

Thông tin do nhà sản xuất sản phẩm hoặc cung ứng dịch vụ cung cấp cho người sử dụng, bao gồm tất cả các điều khoản cần thiết để truyền đạt những hành động cần được thực hiện để sử dụng an toàn và hiệu quả sản phẩm hoặc dịch vụ.

2.9

Nhãn (label)

Vật gắn vào sản phẩm thể hiện thông tin liên quan đến một hoặc nhiều đặc tính của sản phẩm.

2.10

Tài liệu thông tin (information material)

Tài liệu được tạo ra để truyền đạt thông tin đến người mua tiềm năng sản phẩm hoặc dịch vụ.

2.11

Tổn hại (harm)

Thương tổn về thể chất hoặc hủy hoại sức khỏe con người hoặc thiệt hại về tài sản hoặc môi trường.
[TCVN 6844:2001 (ISO/IEC Guide 51:1999)].

2.12

Nguy cơ (hazard)

Nguồn gây tổn hại tiềm ẩn.

CHÚ THÍCH: Thuật ngữ nguy cơ có thể phân cấp nhằm xác định nguồn gốc hoặc bản chất của tổn hại được dự đoán (ví dụ như nguy hiểm điện giật, nguy cơ đâm xuyên, nguy hại do cắt, độc hại, nguy cơ cháy, nguy cơ chết đuối).

[TCVN 6844:2001 (ISO/IEC Guide 51:1999)].

2.13

Rủi ro (risk)

Kết hợp khả năng xảy ra tổn hại và thiệt hại do tổn hại đó gây nên.

[TCVN 6844:2001 (ISO/IEC Guide 51:1999)].

2.14

Rủi ro tồn dư (residual risk)

Rủi ro còn lại sau khi đã thực hiện các biện pháp bảo vệ.

2.15

Biện pháp bảo vệ (protective measure)

Các biện pháp sử dụng để giảm thiểu rủi ro.

VÍ DỤ: Giảm rủi ro nhờ an toàn vốn có, các thiết bị bảo vệ, hướng dẫn cá nhân (như thông tin sử dụng và lắp đặt) và đào tạo.

2.16

Nhà cung ứng (supplier)

Cá nhân hoặc tổ chức cung ứng sản phẩm hay cung cấp dịch vụ.

3 Nguyên tắc truyền đạt thông tin

3.1 Khái quát

Tiêu chuẩn này chỉ đưa ra mô tả tóm tắt về ba phương pháp được sử dụng phổ biến nhất để truyền đạt thông tin đến người tiêu dùng tại thời điểm mua hàng: bằng bản viết hoặc bản in, phương tiện điện tử và bằng lời. Tuy nhiên có một số nguyên tắc chung áp dụng cho tất cả các phương pháp truyền tải thông tin như dưới đây:

- thông tin cần đơn giản, chính xác, cập nhật và dễ hiểu;
- tại mọi thời điểm, người mua cần được cung cấp thông tin bằng ngôn ngữ mà họ hiểu được;
- thuật ngữ chuyên dùng về sản phẩm/dịch vụ cần được giải thích;
- việc sử dụng thuật ngữ và ngôn ngữ cần rõ ràng;
- hình ảnh, biểu đồ, ký hiệu, thang đo và bảng biểu có thể là phương tiện hiệu quả để truyền đạt thông tin đến người tiêu dùng, nhưng thông điệp chúng mang cần rõ ràng (xem 5.3);
- thông tin đến người tiêu dùng cần phân biệt được rõ ràng với thông tin nhằm quảng bá sản phẩm.

Tùy theo đặc tính sản phẩm, thông tin đến người tiêu dùng có thể thể hiện trên sản phẩm, trên bao bì, trong tài liệu kèm theo, hoặc dưới dạng kết hợp bất kỳ nào.

Đối với người tiêu dùng có yêu cầu nhiều thông tin hơn về sản phẩm hoặc dịch vụ cụ thể trước khi đưa ra quyết định mua hàng hoặc ký kết hợp đồng thì phương tiện có được thông tin cần được xác định rõ.

3.2 Thông tin bằng bản viết và bản in

Việc sử dụng kiểu in và màu sắc có thể là biện pháp hiệu quả để phân biệt thông tin đến người tiêu dùng với tài liệu quảng bá. Chữ cần có kích cỡ có thể đọc được dễ dàng tại thời điểm mua hàng và như quy định trong tiêu chuẩn quốc gia hoặc quốc tế tương ứng.

Các phương thức thông tin mua hàng hiện tại thường kết hợp hai phương pháp truyền tải thông tin: thứ nhất, gắn với sản phẩm một tuyên bố cô đọng đề cập một số điểm cơ bản; và thứ hai, kèm theo sản phẩm nhiều thông tin trên phạm vi rộng trong catalô, tờ rơi hoặc tài liệu thông tin khác. Thông tin đến người tiêu dùng đầy đủ phụ thuộc vào khả năng tiếp nhận và sử dụng cả hai loại thông tin của người tiêu dùng. Do đó mỗi phần cần có ý nghĩa riêng và cũng cần tương quan với phần kia.

Vị trí, tính chất và nội dung của thông tin sẵn có cho người tiêu dùng cần được đề cập rõ ràng ở trang đầu tiên của bất kỳ tài liệu nào đi kèm sản phẩm hoặc dịch vụ. Nếu thích hợp, nên có sẵn hình ảnh của sản phẩm.

Thông tin cụ thể về khiếu nại và bồi thường cần được đưa vào bất kỳ hợp đồng mua hàng nào. Cũng cần có thông tin về quy định đưa ra hướng dẫn về khiếu nại và bồi thường, nếu có.

3.3 Thông tin điện tử

Khi sử dụng thông tin điện tử cho mua hàng, thông tin cần để ở trang đầu tiên.

Cần đặc biệt chú ý đến việc cung cấp thông tin trực tuyến về sản phẩm và dịch vụ. Phương pháp truyền tải thông tin này tạo cơ hội cho người mua dễ dàng tiếp cận với lượng lớn dữ liệu. Phương pháp này có thể bao gồm thông tin người mua tương tác, cũng như sự kết hợp giữa thông tin người mua và các phương thức thanh toán điện tử. Một ứng dụng hiệu quả và tiên tiến của phương tiện này là thông tin mua hàng được cung cấp dưới dạng danh mục kiểm tra được sử dụng như tài liệu hướng dẫn cho khách hàng và người tư vấn.

3.4 Thông tin bằng lời

Về nguyên tắc, thông tin bằng lời là phương tiện được sử dụng để hỗ trợ mối quan hệ giữa người bán và người mua sản phẩm và dịch vụ. Thông tin bằng lời cung cấp phương tiện cho người tiêu dùng hiểu biết thêm về những gì có sẵn để mua. Nếu cung cấp thông tin bằng lời, thì cần dùng ngôn ngữ dễ hiểu đối với người mua và tôn trọng quyền riêng tư của người tiêu dùng.

Danh mục kiểm tra về loại thông tin được cung cấp trong trao đổi thông tin bằng lời có thể có giá trị cho cả hai bên.

4 Nguyên tắc cung cấp thông tin mua hàng

4.1 Khái quát

Thông tin khách quan cần sẵn có trước khi đưa ra quyết định mua hàng hoặc ký kết hợp đồng. Thông tin này cần dễ hiểu đối với người tiêu dùng. Thông tin cần cho phép người tiêu dùng đánh giá sản phẩm hoặc dịch vụ hoàn chỉnh đối với nhu cầu cá nhân của họ.

Thông tin liên quan đến nhà sản xuất/nhà cung ứng sản phẩm hoặc dịch vụ là thiết yếu đối với người mua mà sau này có thể muốn truy tìm nguồn gốc của sản phẩm hoặc dịch vụ để tìm thêm thông tin, sự hỗ trợ hoặc bồi thường.

Mức độ quan tâm được thể hiện qua người mua tiềm năng sẽ khác nhau và đôi khi có thể hữu ích cho hệ thống thông tin mua hàng để khuyến khích việc cung cấp thông tin trên hai cấp độ.

Cấp độ thông tin thứ nhất là dành cho những người tìm kiếm lượng dữ liệu tối thiểu về đặc tính chính của sản phẩm hoặc dịch vụ. Cấp độ này có nội dung tối thiểu được trình bày dưới đây. Cấp độ thứ hai là cho những người muốn biết thông tin chi tiết hơn liên quan đến, ví dụ, các vấn đề kỹ thuật như là nội dung tối thiểu (bao trùm cấp độ thứ nhất), chức năng cụ thể, hoặc những hạn chế của dịch vụ hoặc sản phẩm.

4.2 Nội dung tối thiểu

Thông thường nội dung thông tin mua hàng tối thiểu cần mô tả các đặc tính thiết yếu của sản phẩm hoặc dịch vụ. Nội dung cần được đưa ra bằng ngôn ngữ chính thức của quốc gia nơi sản phẩm hoặc dịch vụ được chào bán.

Nội dung cần bao gồm những thông tin dưới đây, khi liên quan:

- nhận biết sản phẩm hoặc dịch vụ;
- (các) quốc gia mà sản phẩm được sản xuất hay lắp ráp;
- tên và địa chỉ đầy đủ của nhà sản xuất hoặc nhà cung ứng;
- các điều kiện và mọi giới hạn sử dụng;
- đặc tính tính năng thiết yếu;
- đặc tính sản phẩm như thành phần, tính năng, nguyên liệu thô hoặc kích cỡ;
- thông tin về bảo dưỡng và làm sạch;
- thông tin về phụ kiện dự trữ hoặc thay thế và cách thức có được chúng;
- thông tin về các bộ phận bổ sung có thể có đối với môi trường nhất định, ví dụ: cơ cấu bảo vệ;
- các vấn đề liên quan an toàn, bao gồm cả rủi ro và nguy cơ đã biết;
- bảo đảm và bảo hành;
- thủ tục giải quyết khiếu nại;
- rủi ro tồn dư;
- nhu cầu lắp đặt đặc biệt (chuyên môn);
- tổng giá thành của sản phẩm, bao gồm mọi chi phí khác như là phí định kỳ, chi phí dịch vụ, chi phí đặt mua, chi phí kết nối, thuế;
- tiêu thụ tài nguyên, ví dụ: năng lượng cần thiết cho sử dụng;
- các vấn đề môi trường [xem IEC Guide 109 và TCVN 6845 (ISO Guide 64)].

4.3 Trình bày

Thông tin mua hàng cần

- đầy đủ,
- liên quan đến sản phẩm hoặc dịch vụ cụ thể,
- chính xác, cập nhật và kiểm tra được phù hợp với dữ liệu khách quan và các yêu cầu quy định,

- phân biệt rõ ràng với tài liệu quảng cáo và khuyến mại, và
- đầy đủ nội dung tối thiểu và được phân loại theo mức độ quan trọng,

Cần viện dẫn đến tài liệu hướng dẫn bổ sung thích hợp.

Thông tin mua hàng không được

- khó hiểu hay dối trá, hoặc
- sai lệch.

4.4 Hợp đồng

Trong trường hợp hợp đồng chính thức, tất cả các điều kiện bao gồm cả ký kết hoặc hủy bỏ hợp đồng cần được nêu rõ và viện dẫn văn bản quy phạm pháp luật hoặc quy định quốc gia có liên quan về bảo vệ người tiêu dùng.

Điều này đặc biệt quan trọng nếu người tiêu dùng yêu cầu bồi thường hoặc nếu việc hủy hợp đồng gây thêm chi phí và/hoặc tổn thất tài chính.

4.5 Tính khách quan của dữ liệu

Với mục đích so sánh, việc cung cấp thông tin cần dựa trên thuật ngữ được tiêu chuẩn hóa, dữ liệu khách quan, tài liệu chuẩn, hoặc thỏa thuận hay thực hành được chấp nhận chung, nếu có. Ngoài ra, các thỏa thuận hoặc thực hành được sử dụng cần tiếp cận được với tất cả các bên quan tâm và cho phép kiểm tra tái lập các đặc tính tính năng. Do đó, dữ liệu về đặc tính tính năng cần cho phép so sánh.

4.6 Sử dụng viện dẫn theo tiêu chuẩn hoặc văn bản quy phạm pháp luật

Khuyến nghị rằng bất cứ khi nào thông tin về bản chất kỹ thuật liên quan đến đặc tính sản phẩm được phổ biến đến công chúng, việc xác định những đặc tính này và phương pháp xác nhận thông tin cần dựa trên tiêu chuẩn quốc tế (ISO hoặc IEC). Nếu không có sẵn các tiêu chuẩn này thì cần sử dụng tiêu chuẩn quốc gia. Chỉ có ngoại lệ khi áp dụng văn bản quy phạm pháp luật hoặc quy định chính thức của quốc gia hoặc khu vực.

Sự phù hợp với tiêu chuẩn liên quan cần được trình bày theo cách cho phép người tiêu dùng nhận biết các đặc tính của sản phẩm hoặc dịch vụ phù hợp với tiêu chuẩn đó. Quá trình lựa chọn và phân nhóm các đặc tính và tiêu chí cơ bản liên quan đến người tiêu dùng có thể được thực hiện tốt nhất bởi ban kỹ thuật tiêu chuẩn hoặc cơ quan hợp pháp hay tư nhân khác đại diện cho tất cả các bên quan tâm, ví dụ như cơ quan thông tin mua hàng (xem Phụ lục B).

5 Nguyên tắc định dạng và thiết kế

5.1 Khái quát

Bất kỳ biện pháp nào được thực hiện để nâng cao nhận thức của người tiêu dùng về thông tin mua hàng đều hữu ích. Sự nhận biết và sự tin tưởng của người tiêu dùng vào thông tin mua hàng tăng lên là kết quả của sự quen thuộc với nguyên tắc định dạng và thiết kế phổ biến.

TCVN 10430 (ISO/IEC Guide 37) đưa ra hướng dẫn bổ sung liên quan đến các nguyên tắc và khuyến nghị về thiết kế và trình bày thông tin đối với người tiêu dùng.

5.2 Nguyên tắc cơ bản

Với mục đích dễ nhận thức, thừa nhận và so sánh, việc cung cấp thông tin mua hàng cần loại bỏ hoặc giảm thiểu sự nhầm lẫn của người tiêu dùng. Đối với các đặc tính thiết yếu của sản phẩm hoặc dịch vụ, thông tin cần phù hợp với các khuyến nghị dưới đây.

- Thông tin cần được cung cấp bằng nhiều phương tiện, tại các thời điểm khác nhau, hoặc ở các mức độ phức tạp hoặc chi tiết khác nhau.
- Thông tin cần được diễn đạt bằng từ ngữ đơn giản và dễ hiểu. Nếu có các yêu cầu hoặc quy định khác đề cập đến việc cung cấp thông tin chi tiết, thì chúng cần được đáp ứng. Dữ liệu cần được cung cấp theo hệ đơn vị chuẩn quốc tế (SI) và trên cơ sở chung (tốt nhất là tiêu chuẩn quốc tế) và cần được viện dẫn. Dữ liệu đơn lẻ cần được thể hiện trong mối quan hệ với dữ liệu thị trường hiện hành, ví dụ bằng cách đưa ra trị số tính năng đơn lẻ trong mối quan hệ với các loại sản phẩm và dịch vụ khác.
- Thông tin có nội dung kỹ thuật phức tạp, hoặc liên quan đến dịch vụ, cần thể hiện bằng biện pháp phân loại hoặc hệ thống xếp hạng, hoặc một số biện pháp khác kết hợp các dữ liệu tính năng đơn lẻ theo cách đơn giản hóa.
- Thông tin cần thể hiện một sản phẩm đơn lẻ tạo nên một bộ phận của nhóm sản phẩm riêng biệt hoặc “họ” sản phẩm là một bộ phận của nhóm sản phẩm hoặc dịch vụ mà nó là thành viên.

5.3 Sử dụng biểu đồ, ký hiệu và minh họa bằng hình ảnh, thang đo và bảng

Các dạng minh họa bằng hình ảnh có thể là phương tiện quan trọng để thể hiện thông tin. Chúng bao gồm:

- thể hiện bằng hình vẽ, như là đưa ra tổng quan bằng cách đưa dữ liệu vào bảng, chúng là phương tiện hữu ích làm cho sản phẩm hoặc dịch vụ minh bạch hơn, và
- biểu đồ, bảng biểu hoặc đồ thị liên hệ giá trị thực của đặc tính tính năng đơn lẻ so với trình độ thực hiện trên thị trường.

Sản phẩm hoặc dịch vụ đơn lẻ tạo thành một bộ phận của nhóm sản phẩm hoặc dịch vụ cùng loại có liên quan chặt chẽ nên được trình bày trong bối cảnh của nhóm đó để thấy rõ các lựa chọn hoặc thay thế.

Khi sử dụng ký hiệu và minh họa bằng hình ảnh, chúng cần được kiểm tra một cách khách quan và thể hiện độc lập để người mua tiềm năng có thể hiểu được. Ký hiệu bằng hình vẽ cần phù hợp với các tiêu chuẩn đã được thừa nhận, ví dụ ISO 7000, TCVN 4898 (ISO 7001) hoặc IEC 60417. Ngoài ra, ký hiệu, minh họa bằng hình ảnh và nhãn cần được giải thích trong hướng dẫn sử dụng của sản phẩm. Không nên chỉ sử dụng riêng minh họa bằng hình ảnh để truyền đạt cảnh báo an toàn. Hướng dẫn chi tiết hơn được đưa ra trong TCVN 10430 (ISO/IEC Guide 37).

5.4 Ngôn ngữ, thuật ngữ và tính dễ hiểu

Trình bày thông tin mua hàng cần dựa trên việc sử dụng đơn giản và dễ hiểu các ngôn ngữ của quốc gia hoặc các nước dự kiến bán hàng. Việc sử dụng thuật ngữ kỹ thuật cần được hạn chế ở mức thấp nhất.

Cần xem xét việc sử dụng “kiểm tra tập trung” trên mẫu đại diện của người sử dụng tiềm năng để đảm bảo tính dễ hiểu của hướng dẫn người sử dụng.

5.5 Khả năng nhận biết và tính đồng nhất

Cần chú ý dành vị trí thích hợp nhất cho thông tin.

Để nhấn mạnh các thông báo cảnh báo và mọi thông tin khác liên quan đến an toàn, khuyến nghị sử dụng cỡ chữ lớn hơn hoặc kiểu chữ khác biệt hoặc các cách khác để dễ thấy hơn. TCVN 10430 (ISO/IEC Guide 37) đề cập đến những vấn đề trên.

Kiểu chữ và cỡ chữ càng rõ ràng và càng lớn càng tốt để đảm bảo dễ đọc nhất có thể đối với tất cả người mua tiềm năng, bao gồm cả người khuyết tật hoặc người có nhu cầu đặc biệt.

Khi sử dụng màu sắc để truyền đạt thông tin về an toàn, cần lựa chọn phù hợp với ISO 3864-1.

Tính đồng nhất về hình thức, định dạng và trình tự của nội dung thông tin, đặc biệt về thông tin mua hàng, là cần thiết nhằm hỗ trợ sự thừa nhận và thông hiểu của người tiêu dùng.

Tất cả thông tin dự kiến cho người mua giữ lại để sử dụng trong tương lai cần ở dạng không bị suy giảm giá trị trong sử dụng thông thường.

Trong phạm vi có thể, tài liệu cần có thể sao chụp được để đảm bảo bản sao chụp tài liệu màu thành đen trắng không làm mất thông tin thiết yếu.

Phụ lục A

(tham khảo)

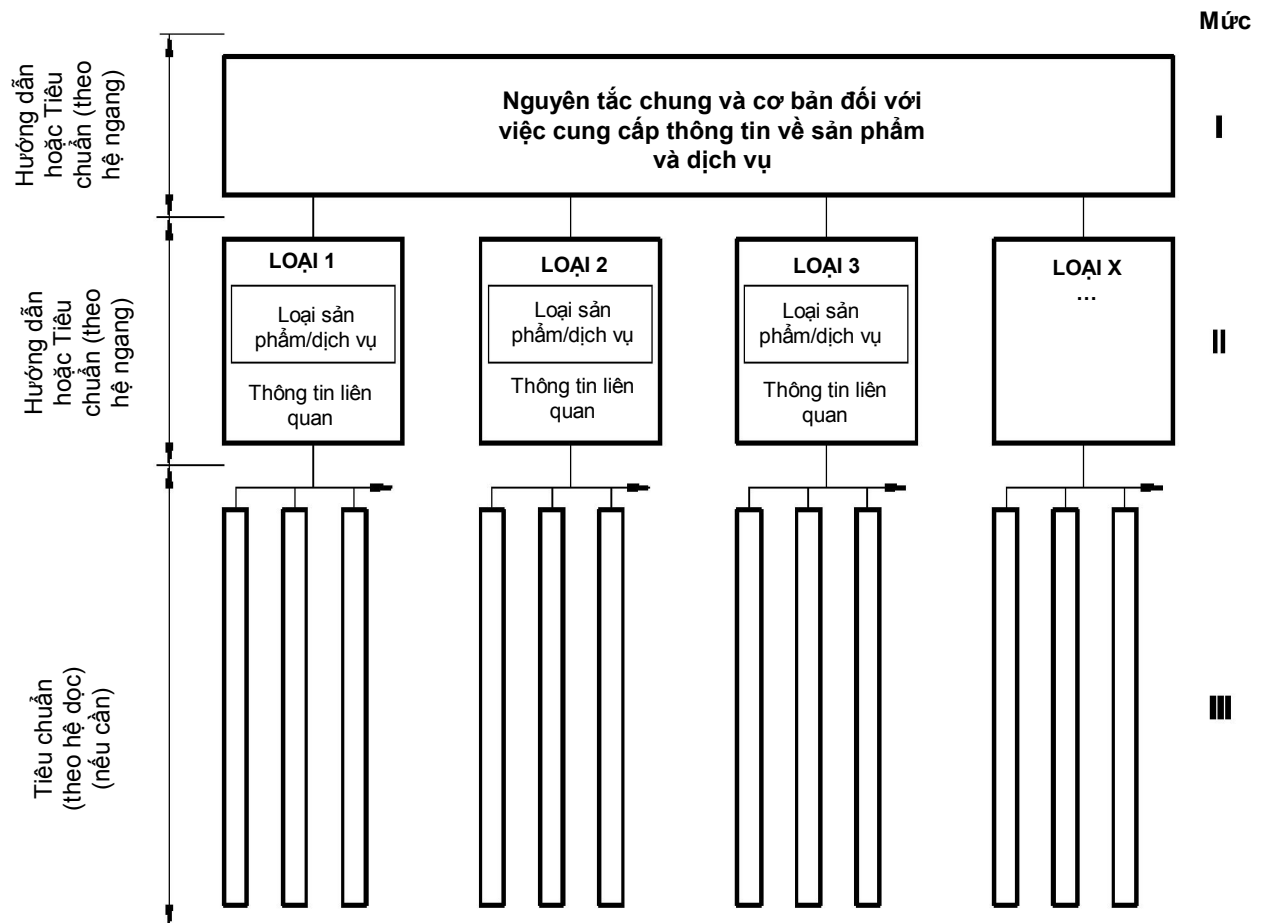
Từ việc cung cấp thông tin nói chung đến hệ thống thông tin mua hàng nhất quán

Tiêu chuẩn này đưa ra các quy tắc cung cấp thông tin nói chung. Khái niệm thông tin mua hàng có thể được phát triển thêm để thiết lập hệ thống các quy tắc nhất quán và thích hợp cho thông tin về sản phẩm và dịch vụ. Giá trị của hệ thống thông tin kết hợp toàn bộ các loại sản phẩm hoặc dịch vụ thực sự lớn hơn rất nhiều so với đoạn thông tin chính xác nhưng đơn lẻ.

Việc tạo lập hệ thống như vậy (xem Phụ lục B và Phụ lục C) có thể dựa trên các tiêu chuẩn, quy tắc pháp lý, quy tắc do hiệp hội tư nhân thiết lập, v.v... Sự kết hợp và nhất quán là đặc tính chính cần được xem xét. Có ba mức độ hành động đã được chứng minh là hữu ích, được nêu dưới đây.

- a) **Mức I:** Các nguyên tắc chung áp dụng cho tất cả các phương án và sáng kiến. Hướng dẫn theo hệ ngang được mô tả trong tiêu chuẩn này ở phạm vi rộng. Chúng có thể được mở rộng theo nhu cầu tương lai.
- b) **Mức II:** Các nguyên tắc cụ thể hơn liên quan đến nhóm sản phẩm nhất định (ví dụ: đồ nội thất) hoặc loại dịch vụ (ví dụ: dịch vụ bảo hiểm) có thể được xây dựng bằng cách tính đến các quy tắc chung ở Mức I:
 - 1) xác định nhóm và phân nhóm đủ đồng nhất, trong đó có thể thiết lập cách tiếp cận theo lĩnh vực cụ thể (xem phân loại trong Hình A.1);
 - 2) lựa chọn các đặc tính thiết yếu của dịch vụ làm thông tin chính; xác định các hệ thống phân cấp nếu có các vấn đề phức tạp;
 - 3) nhận biết nhu cầu đối với thông tin chi tiết hơn, chúng có thể đáp ứng dưới hình thức của thông tin thứ cấp;
 - 4) quy định về thuật ngữ và định nghĩa tiêu chuẩn; các phương pháp xác định và đo lường;
 - 5) thống nhất về phương tiện trình bày thông tin chính đồng nhất, đầy đủ;
 - 6) các quy định khác theo nhu cầu.
- c) **Mức III:** Phương án thông tin về sản phẩm riêng lẻ (ví dụ: giường và đệm) hay dịch vụ (ví dụ: bảo hiểm trách nhiệm cá nhân) dựa trên các quy tắc chung đưa ra ở Mức II:
 - 1) lựa chọn đặc tính tính năng thiết yếu đối với sản phẩm hay dịch vụ riêng lẻ; xác định thông tin chính và thông tin thứ cấp;
 - 2) xác định đặc tính tính năng; quy định của phương tiện đo;

- 3) quy định về cách thức và dạng thức trình bày các giá trị, dữ liệu, minh họa bằng hình ảnh, v.v...;
- 4) tham khảo thông tin thứ cấp nếu cần;
- 5) quy định khác theo nhu cầu.



Hình A.1

Phụ lục B

(tham khảo)

Cơ quan thông tin mua hàng

Cơ quan thông tin mua hàng là tổ chức được thành lập hợp pháp chịu trách nhiệm giám sát và quản lý hệ thống thông tin mua hàng theo các quy tắc của hệ thống đó.

Các khuyến nghị trong Điều 4 nhằm đạt được thông tin mua hàng thân thiện với người tiêu dùng được áp dụng tương tự cho bối cảnh hệ thống thông tin mua hàng. Ngoài ra, khi cơ quan thông tin mua hàng được thành lập, các khuyến nghị dưới đây cần được xem xét.

Cơ quan thông tin mua hàng cần

- tự điều tiết hoạt động và có tiêu chí kết nạp và tham gia,
- đặt ra quyền và nghĩa vụ của các bên tham gia và các hình thức xử phạt sẽ được áp dụng đối với việc sử dụng sai hệ thống thông tin mua hàng,
- thiết lập thủ tục khiếu nại,
- tìm cách thúc đẩy sự sẵn có của thông tin mua hàng và thông tin người sử dụng
- xuất bản và phổ biến văn bản quy phạm thực hành đối với hoạt động của hệ thống thông tin mua hàng,
- nêu rõ hệ thống thông tin mua hàng áp dụng cho phần nào hoặc các khía cạnh nào của ngành hoặc lĩnh vực,
- nhận biết và xác định rõ ràng những sản phẩm hoặc dịch vụ được áp dụng trong hệ thống thông tin mua hàng,
- nhận biết những thị trường được áp dụng trong hệ thống thông tin mua hàng,
- làm cho sản phẩm hoặc dịch vụ được áp dụng trong hệ thống thông tin mua hàng áp dụng dễ dàng được nhận biết bởi người mua tiềm năng,
- đảm bảo thông tin được cung cấp có thể định lượng hoặc đo lường được,
- đặt ra hệ thống đo lường cho mọi khía cạnh sản phẩm hoặc dịch vụ thuộc hệ thống thông tin mua hàng,
- quyết định đặc tính nào của sản phẩm hoặc dịch vụ được cân nhắc nhiều nhất trong quyết định mua hàng trước khi xác định việc cung cấp thông tin gì,

- xác định phương pháp trao đổi thông tin,
- lựa chọn loại thông tin cần được sử dụng,
- đưa ra biện pháp xem xét và đánh giá tính năng của hệ thống thông tin mua hàng, và
- đặt ra và thực hiện kế hoạch trao đổi thông tin với khách hàng về tính chất của hệ thống thông tin mua hàng.

Phụ lục C

(tham khảo)

Hệ thống thông tin mua hàng

C.1 Giới thiệu

Hệ thống thông tin mua hàng tồn tại khi nhiều nhà sản xuất sản phẩm hoặc nhà cung cấp dịch vụ có cùng một hệ thống cung cấp thông tin cho người mua về sản phẩm hoặc dịch vụ của họ.

Hệ thống thông tin mua hàng thường được thiết kế để khắc phục những hạn chế của thông tin mua hàng do từng công ty hoặc nhà cung cấp dịch vụ riêng lẻ đưa ra. Chúng có khả năng tăng đáng kể số lượng và chất lượng tổng thể của thông tin mua hàng sẵn có và khắc phục những hạn chế và các vấn đề đi kèm với thông tin được tạo ra từ nhiều nguồn với một số ít đặc điểm chung nếu có. Thông tin mua hàng được cải thiện có khả năng làm tăng tính minh bạch của thị trường và nâng cao năng lực của người mua tiềm năng trong việc so sánh những gì đang được các nhà cung ứng sản phẩm và dịch vụ cung cấp.

Giá trị của hệ thống thông tin mua hàng gia tăng theo sự phát triển của nó, tạo cho tất cả những người tham gia tuân thủ các quy tắc của hệ thống. Giá trị của hệ thống thông tin mua hàng thực chất đối với người tiêu dùng sẽ tăng tỷ lệ với số lượng những điểm chung của hệ thống đó. Tình huống lý tưởng là tình huống trong đó tất cả thông tin đến người tiêu dùng được dựa trên một hệ thống thông tin mua hàng quốc tế chung duy nhất. Trong khi đó, sự phát triển của hệ thống quốc gia hoặc khu vực nên được coi là bước phát triển quan trọng hướng tới mục tiêu đó.

Phạm vi hiện tại của hệ thống thông tin mua hàng hiện có là khác nhau và bao gồm:

- các hệ thống liên quan đến sản phẩm hoặc dịch vụ riêng lẻ, tách biệt không có bất kỳ cơ sở thường xuyên hoặc liên tục nào;
- hệ thống được xây dựng bởi, hoặc cho, các công ty quốc gia hoặc hiệp hội mà điều chỉnh tính liên tục, đồng nhất và khả năng so sánh thông tin đối với nhóm sản phẩm hoặc dịch vụ nhất định;
- hệ thống thuộc về các cơ quan thông tin mua hàng quốc gia dựa trên thỏa thuận tự nguyện hoặc pháp lý;
- hệ thống do một công ty đa quốc gia duy nhất điều hành, hoạt động trên nhiều quốc gia với sản phẩm hoặc nhóm sản phẩm nhất định;
- hệ thống do nhóm công ty điều hành đối với một loạt sản phẩm;
- hệ thống dựa trên tiêu chuẩn hoặc quy chuẩn khu vực liên quan đến các sản phẩm hoặc dịch vụ nhất định.

C.2 Quy tắc chung đối với hệ thống thông tin mua hàng

Các khuyến nghị trong Điều 4 nhằm có được thông tin mua hàng thân thiện với khách hàng cũng áp dụng tương tự như trong bối cảnh hệ thống thông tin mua hàng.

Mục tiêu của các quy tắc này là thiết lập hệ thống thông tin mua hàng

- cho phép người tiêu dùng đưa ra lựa chọn hợp lý tại thời điểm mua hàng,
- rõ ràng, không phức tạp và được thiết kế để giảm thiểu khả năng nhầm lẫn của người tiêu dùng, và
- có thể mô tả cách thức sản phẩm được sử dụng, tái chế, xử lý và đưa ra cảnh báo rủi ro, nếu thích hợp.

Hệ thống thông tin mua hàng cần

- được xây dựng bởi một doanh nghiệp, nhóm doanh nghiệp hoặc nhóm chuyên ngành,
- được công bố và có thể tiếp cận với tất cả các bên quan tâm,
- cho thấy trách nhiệm của cơ quan thông tin mua hàng, bao gồm cả quyền của họ,
- dễ hiểu,
- chỉ sử dụng những đặc tính của sản phẩm hoặc dịch vụ có thể được xác nhận bằng việc viện dẫn tiêu chuẩn quốc tế, khu vực hoặc quốc gia hoặc hệ thống kiểm tra xác nhận độc lập được thừa nhận khác; kết quả kiểm tra xác nhận cần dễ dàng tiếp cận, và
- tùy thuộc vào văn bản quy phạm pháp luật và quy định hiện hành, tính đến các điều kiện trong đó yêu cầu của người sử dụng có thể được coi là chấp nhận được, cùng với thủ tục giải quyết bồi thường và khiếu nại.

C.3 Quy tắc cụ thể cho các hệ thống đối với loại sản phẩm hoặc dịch vụ riêng lẻ

Khuyến nghị các quy tắc này gồm có yêu cầu như dưới đây.

- Quy tắc cần xác định các điều kiện ban hành và sử dụng thông tin người tiêu dùng, bao gồm cả thủ tục cho việc kiểm tra xác nhận rằng thông tin được cung cấp tương ứng với dữ liệu thực tế liên quan đến sản phẩm hoặc dịch vụ, và hệ thống xử phạt liên quan, như cảnh báo, đình chỉ hoặc các hình thức xử phạt khác.
- Quy tắc cần liệt kê các đặc tính của sản phẩm hoặc dịch vụ được coi là đặc biệt quan trọng đối với người tiêu dùng. Các đặc tính cần được nêu theo cách người tiêu dùng có thể hiểu được.
- Quy tắc cần quy định các phương pháp thử nghiệm hoặc đo lường liên quan đối với đặc tính thiết yếu bằng cách viện dẫn các tiêu chuẩn, nếu có. Nếu không có thì, các phương pháp sử dụng cần

TCVN 10426:2014

tương ứng với thực tiễn thường được chấp nhận. Các phép thử quy định cần có khả năng tái lập và có thể kiểm tra đặc tính thiết yếu trong một khoảng thời gian. Những phương pháp này cần được tất cả các bên quan tâm chấp nhận.

- Quy tắc cần thiết lập, phù hợp với các điều kiện nêu trong Điều 4, thuật ngữ và nếu cần, hệ thống ký hiệu bằng hình vẽ được xác định, theo các tiêu chuẩn nếu có, kèm theo các chữ và ký hiệu được sử dụng với kết quả các phép thử hoặc phép đo được thực hiện.
- Quy tắc cần xác định dạng thức của thông tin, bao gồm cả bố cục và nội dung thông tin. Cần tính đến các đặc tính được liệt kê trong 5.1 và 5.2, cũng như thuật ngữ và hệ thống ký hiệu bằng hình vẽ được đề cập trong 5.3 và 5.4. Ngoài những hạng mục này, có thể có hướng dẫn cho việc sử dụng và quan tâm đến sản phẩm và nếu thích hợp có chỉ thị về bất kỳ nguy cơ nào có thể có.

Cần có các thỏa thuận để cung cấp thông tin bổ sung cho những người tiêu dùng có yêu cầu trước khi đưa ra quyết định mua hàng.

Thư mục tài liệu tham khảo

- [1] ISO 3864-1, *Graphical symbols – Safety colours and safety signs – Part 1: Design principles for safety signs in workplaces and public areas* (Ký hiệu bằng hình vẽ – Màu sắc an toàn và biển báo an toàn – Phần 1: Nguyên tắc thiết kế cho biển báo an toàn tại nơi làm việc và nơi công cộng)
- [2] ISO 3864-2, *Graphical symbols – Safety colours and safety signs – Part 2: Design principles for safety labels* (Ký hiệu bằng hình vẽ – Màu sắc an toàn và biển báo an toàn – Phần 2: Nguyên tắc thiết kế cho nhãn an toàn)
- [3] ISO 7000, *Graphical symbols for use on equipment – Index and synopsis* (Ký hiệu bằng hình vẽ sử dụng trên thiết bị – Chỉ mục và tóm tắt)
- [4] TCVN 4898 (ISO 7001), Biểu trưng thông tin công cộng
- [5] TCVN ISO 14020 (ISO 14020), Nhãn môi trường và bảng công bố môi trường – Nguyên tắc chung
- [6] TCVN 6845 (ISO Guide 64), Hướng dẫn việc đề cập các vấn đề môi trường trong tiêu chuẩn sản phẩm
- [7] TCVN 10430 (ISO/IEC Guide 37), Hướng dẫn sử dụng sản phẩm cho người tiêu dùng
- [8] TCVN 6313 (ISO/IEC Guide 50), Các khía cạnh an toàn – Hướng dẫn về an toàn cho trẻ em
- [9] TCVN 6844 (ISO/IEC Guide 51), Các khía cạnh an toàn – Hướng dẫn việc đề cập vấn đề an toàn trong tiêu chuẩn
- [10] ISO/IEC Guide 71, *Guidelines for standards developers to address the needs of older persons and persons with disabilities* (Hướng dẫn cho người xây dựng tiêu chuẩn đề cập đến nhu cầu của người cao tuổi và người khuyết tật)
- [11] IEC 60417, *Graphical symbols for use on equipment*¹⁾ (Ký hiệu bằng hình vẽ sử dụng trên thiết bị)
- [12] IEC Guide 109, *Environmental aspects – Inclusion in electrotechnical product standards* (Khía cạnh môi trường – Đề cập trong các tiêu chuẩn sản phẩm kỹ thuật điện).

¹⁾ Trên Website: <<http://domino.iec.ch/iec60417/iec60417.nsf/>>.