

Những giới hạn của tự do ý chí và vấn đề bảo vệ người tiêu dùng theo quy định của pháp luật Việt Nam hiện nay

Nguyễn Trọng Điệp*, Cao Thị Hồng Giang

Khoa Luật, ĐHQGHN, 144 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội, Việt Nam

Nhận ngày 22 tháng 3 năm 2016

Chỉnh sửa ngày 10 tháng 5 năm 2016; Chấp nhận đăng ngày 20 tháng 6 năm 2016

Tóm tắt: Các quy định của pháp luật về giới hạn tự do ý chí có mối quan hệ mật thiết với hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khi giao kết hợp đồng với thương nhân. Hiện nay, hoạt động bảo vệ người tiêu dùng còn gặp nhiều khó khăn, bởi nguyên nhân chính xuất phát từ hệ thống quy định pháp luật liên quan. Do đó, hoàn thiện pháp luật hợp đồng là cơ sở để công cuộc bảo vệ người tiêu dùng được hiệu quả hơn, đồng thời đảm bảo tính lành mạnh của thị trường. Bài viết rà soát các quy định về giới hạn về tự do ý chí trong Bộ luật Dân sự năm 2005 và năm 2015 (BLDS) gắn liền với giao kết hợp đồng giữa người tiêu dùng và thương nhân, nhằm phát hiện những điểm hạn chế, bất cập và so sánh, đối chiếu với các quy định của pháp luật nước ngoài và đề xuất giải pháp thích hợp.

Từ khóa: Giới hạn tự do ý chí tự do ý chí, bảo vệ người tiêu dùng, giao kết hợp đồng, Bộ luật Dân sự năm 2015.

1. Người tiêu dùng trong quan hệ giao kết hợp đồng

Quá trình hơn 05 năm thi hành Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cho thấy những thay đổi rõ rệt cả về thể chế và hiệu quả giải quyết. Khung pháp lý dần được hoàn thiện bởi 01 văn bản Luật; 01 Nghị định hướng dẫn chi tiết Luật cùng 03 Nghị định về xử phạt vi phạm hành chính; 01 Thông tư và 02 Quyết định hướng dẫn của Bộ Công Thương – pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng trở thành một trong những lĩnh vực pháp lý có tốc độ pháp điển hóa nhanh nhất. Bên cạnh đó, một hệ thống cơ quan, tổ chức bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cũng

dần hoàn bị bởi số lượng 50/63 Sở Công Thương tỉnh, thành phố đã hoàn thành phân công nhiệm vụ công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng về Phòng Quản lý Thương mại; 51 Hội bảo vệ người tiêu dùng được thành lập tại các tỉnh, thành phố [1]. Về hiệu quả, mỗi năm, các Hội trên cả nước giải quyết được trên 2.000 vụ việc khiếu nại về quyền lợi của người tiêu dùng, tỷ lệ thành công từ 80-82% thậm chí 90%; các Sở Công Thương tiếp nhận khoảng 550 vụ việc khiếu nại; khoảng 60 vụ được gửi đến Cục Quản lý cạnh tranh, tỷ lệ giải quyết thành công trên 90% [2].

Vậy người tiêu dùng có vai trò ra sao trong mối quan hệ tiêu dùng mà khung pháp lý và thể chế nói trên đang hướng tới?

* Tác giả liên hệ. ĐT.: 84-4-37547772
Email: dieptrongnguyen@yahoo.com

Có nhiều cách hiểu về khái niệm người tiêu dùng, dựa vào các tiêu chí khác nhau. Theo nghĩa hẹp, người tiêu dùng là các cá nhân, hộ gia đình hay tổ chức mua hoặc sử dụng sản phẩm hàng hóa, dịch vụ cho mục đích sinh hoạt, tiêu dùng của mình. Theo nghĩa rộng, người tiêu dùng tham gia quan hệ mua bán hàng hóa để phục vụ mục đích tái sản xuất kinh doanh. Còn theo quy định pháp luật Việt Nam, người tiêu dùng được hiểu là người mua, sử dụng hàng hóa, dịch vụ cho mục đích tiêu dùng, sinh hoạt của cá nhân, gia đình, tổ chức [3].

Trong chuỗi phân phối hàng hóa của thị trường, người tiêu dùng có vai trò chủ thể tiêu thụ sản phẩm do các doanh nghiệp sản xuất thông qua hành vi tiêu dùng được thực hiện dưới các hình thức hợp đồng tiêu dùng khác nhau. Người tiêu dùng sử dụng sản phẩm để thỏa mãn nhu cầu mình, còn mục đích của doanh nghiệp là lợi nhuận. Trong quan hệ này, hai chủ thể này trao đổi quyền và nghĩa vụ. Nền kinh tế càng phát triển, các quan hệ hợp đồng tiêu dùng ngày càng được mở rộng. Xét dưới góc độ thực tiễn, người tiêu dùng luôn ở vị thế bất cân xứng về thông tin trong hợp đồng. Nắm bắt rõ được điểm này, bên bán luôn cố gắng “gài thêm” các điều kiện bất lợi, gây ảnh hưởng tới quyền lợi người tiêu dùng. Vẫn là các chủ thể yếu thế về thông tin và năng lực tiếp cận pháp luật, người tiêu dùng càng trở nên yếu thế hơn do người bán đã bỏ qua các quyền lợi chính đáng của người tiêu dùng và đạo đức kinh doanh.

Pháp luật một mặt là công cụ bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng nhưng mặt khác cũng được ghi nhận là công cụ ngăn chặn hành vi xâm phạm quyền từ phía thương nhân, góp phần nâng cao ý thức kinh doanh. Song, lợi nhuận luôn là yếu tố chi phối trực tiếp, động lực thúc đẩy các doanh nghiệp “bỏ qua” các chuẩn mực đối với quyền lợi người tiêu dùng. Chính vì vậy, vai trò quản lý của Nhà nước thông qua công cụ pháp luật điều chỉnh quan hệ giao kết hợp đồng giữa người tiêu dùng với thương nhân là đặc biệt quan trọng. Một trong những nội dung liên quan tới vấn đề trên là những giới

hạn của tự do ý chí trong quan hệ hợp đồng tiêu dùng.

2. Tự do ý chí và giới hạn của tự do ý chí

Xuất phát từ nguyên tắc thỏa thuận trong pháp luật dân sự, tự do ý chí là nền tảng hình thành quan hệ hợp đồng. Thông qua việc biểu lộ ý chí mong muốn trao đổi nghĩa vụ và nhận lấy quyền lợi, sự thống nhất về ý chí giao kết làm phát sinh ra hậu quả pháp lý của hợp đồng tiêu dùng. Không có tự do ý chí không thể hình thành quan hệ hợp đồng và ngược lại, tự do ý chí có vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ nhằm biến các dự định hoặc kế hoạch trở thành hiện thực [4].

Học thuyết tự do ý chí được xuất phát từ thế kỷ 18 tại Pháp và được lan truyền mạnh mẽ. BLDS Đức 1900 và BLDS Pháp 1804 là hình mẫu cho tư tưởng của học thuyết này. Đối với hệ thống pháp luật Common Law, tự do hợp đồng được thừa nhận là học thuyết của trung tâm luật hợp đồng cổ điển. Kế thừa tinh thần đó, BLDS Việt Nam 2005 đề cao tự do ý chí thông qua các nguyên tắc chung điều chỉnh cho mọi giao dịch dân sự, bên cạnh các quy định của pháp luật chuyên ngành.

Tuy nhiên, trong nền kinh tế thị trường hiện nay với sự đan xen phức tạp giữa lợi ích chung và lợi ích riêng, tự do ý chí dường như không giải quyết ổn thỏa một số giao dịch mà đời sống thực tiễn đặt ra. Vì lẽ đó, tự do ý chí bị hạn chế bởi công cụ pháp luật hay nói cách khác trong tự do ý chí có giới hạn của tự do ý chí. Tự do ý chí trong quan hệ hợp đồng không có nghĩa là tự do tuyệt đối mà được giải thích phù hợp với hoàn cảnh. Nên hạn chế tự do ý chí cũng có nghĩa tương đối, nhưng là một nguyên tắc được ghi nhận trong quan hệ dân sự [5]. Do đó, giới hạn của tự do ý chí có ý nghĩa tích cực nhất định trong việc giải thích các quan điểm xây dựng pháp luật như: (i) cân bằng giữa lợi ích cá nhân và lợi ích chung của toàn xã hội; (ii) bảo vệ người yếu thế trong giao dịch nhất định; (iii) đảm bảo trật tự và có định hướng trong sự phát triển của đời sống kinh tế xã hội.

3. Đánh giá về giới hạn tự do ý chí trong BLDS 2005, BLDS 2015 và bảo vệ người tiêu dùng trong giao kết hợp đồng

BLDS 2005 là sự kế thừa, học hỏi và phát huy từ các điểm tích cực của pháp luật dân sự trên thế giới. Liên quan tới vấn đề giới hạn của tự do ý chí, Bộ luật này cũng đã quy định một cách khái quát và đầy đủ thông qua nguyên tắc giao kết hợp đồng và hợp đồng theo mẫu. Tuy nhiên, các quy định này còn thiếu sự nhất quán và chặt chẽ.

Thứ nhất, quy định tại Khoản 1 Điều 389 của BLDS 2005, rằng: “*Tự do giao kết hợp đồng không được trái pháp luật, đạo đức xã hội*”. Quan điểm này giống với quan điểm của pháp luật dân sự Pháp về tự do giao kết hợp đồng. Theo Điều 6 BLDS Pháp năm 1804 quy định: “*Không thể, thông qua giao ước cụ thể, làm trái với pháp luật liên quan tới trật tự công cộng và thuần phong mỹ tục*” [6]. Thay vì đề cập lại trong tiêu mục hợp đồng dân sự, BLDS 2015 chỉ ghi nhận nguyên tắc tự do ý chí trong quan hệ dân sự duy nhất và thống nhất ngay tại Điều 3 về các nguyên tắc cơ bản của pháp luật dân sự “*Cá nhân, pháp nhân xác lập, thực hiện, chấm dứt quyền, nghĩa vụ dân sự của mình trên cơ sở tự do, tự nguyện cam kết, thỏa thuận*”. [7]

Khái niệm “*không trái pháp luật và đạo đức xã hội*” với “*không trái với trật tự công cộng và thuần phong mỹ tục*” có nhiều tương đồng cho thấy sự kế thừa và ảnh hưởng của BLDS Pháp trong tư tưởng xây dựng luật của nước ta và cũng đề phù hợp với hoàn cảnh của xã hội nước ta.

Tuy nhiên, trong các quy định của BLDS 2005 về giới hạn tự do ý chí chưa có sự nhất quán. Trong khi nguyên tắc tự do ý chí được giới hạn lại theo Khoản 1 Điều 389 nói trên thì Khoản 1 Điều 122 lại mở rộng nguyên tắc này bằng việc bỏ đi những hạn chế tự do ý chí. Rõ ràng, đối với điều luật này, chỉ có mục đích và nội dung của hợp đồng vi phạm điều cấm của pháp luật và trái đạo đức xã hội thì làm vô hiệu hợp đồng, còn những trường hợp khác thì không vô hiệu. Điều này cho thấy sự chưa sự

thống nhất giữa các quy định của BLDS 2005 về vấn đề giới hạn của tự do ý chí trong giao kết hợp đồng. Có hiệu lực từ 01/01/2017, BLDS 2015 đã khắc phục được những mâu thuẫn này khi thống nhất các quy định liên quan bằng quy định duy nhất tại Điều 3 ghi nhận về nguyên tắc tự do ý chí nhưng “*không vi phạm điều cấm của luật, không trái đạo đức xã hội*” [7].

Thứ hai, vấn đề hợp đồng theo mẫu được quy định tại Điều 407 BLDS 2005 cũng như quy định tương tự tại Khoản 3 Điều 406 BLDS 2015. Theo ý kiến tác giả, các điều khoản này dù đã đề cập tới bản chất của hợp đồng theo mẫu nhưng chưa đầy đủ và rõ ràng. Cụ thể, bắt cập nằm chỗ các quy định này chỉ ghi nhận điều khoản vô hiệu khi bên soạn thảo hợp đồng mẫu đưa ra điều khoản miễn trách nhiệm của chính mình hoặc tăng trách nhiệm hoặc loại bỏ quyền lợi bên kia. Tuy nhiên, điều khoản lại không nói rõ mức độ tăng trách nhiệm của bên kia hoặc loại bỏ trách nhiệm nào sẽ khiến vô hiệu điều khoản. Trên thực tế, các hợp đồng theo mẫu mà các doanh nghiệp soạn thảo để giao kết với người tiêu dùng, hiếm thấy một điều khoản nào mà miễn trách nhiệm cho bên soạn thảo hoặc loại bỏ quyền lợi chính đáng của người tiêu dùng một cách lộ liễu, mà luôn nhấn mạnh quyền lợi người tiêu dùng một cách rõ ràng, đồng thời hạn chế trách nhiệm của mình bằng cách tinh vi nhất. Vì vậy, nếu giữ nguyên Khoản 3 của Điều 407 thì các thương nhân sẽ lợi dụng để đưa vào trong hợp đồng mẫu những điều khoản miễn trách nhiệm, “*gài bẫy*” người tiêu dùng mà dường như không vi phạm điều cấm của pháp luật hay đạo đức xã hội.

Trước thực tế đó, tác giả cho rằng cần tiếp tục bổ sung, thay thế cho Khoản 3 Điều 407 của BLDS 2005 cũng như Khoản 3 Điều 406 BLDS 2015 như sau: “*Trường hợp điều kiện giao dịch chung có quy định về miễn trách nhiệm của bên đưa ra điều kiện giao dịch chung, tăng trách nhiệm hoặc loại bỏ quyền lợi chính đáng của bên kia làm cho bên kia không thực hiện đạt được mục đích chính đáng của mình khi giao kết hợp đồng thì quy định này không có hiệu lực,*

trừ trường hợp có thỏa thuận khác”. Việc sửa đổi này cho phép bên giao kết (người tiêu dùng) trong hợp đồng tiêu dùng bảo đảm được quyền vận dụng pháp luật để tuyên bố loại trừ nghĩa vụ khi tồn tại các điều khoản bất lợi, vi phạm quyền lợi của mình. Trong hợp đồng giao kết, nêu xuất hiện các điều khoản nói trên với mức độ “*quá nặng nề*” đồng tồn tại một mối quan hệ nhân quả dẫn tới mục đích chính đáng của người tiêu dùng không đạt được ghi nhận trong hợp đồng thì điều khoản đó không có giá trị pháp lý.

Thứ ba, một trong những giới hạn của tự do ý chí đó là việc hạn chế không giao kết hợp đồng. Quyền tự do ý chí được thể hiện thông qua tự do giao kết hợp đồng. Tuy nhiên, BLDS 2005 cũng như BLDS 2015 chưa đề cập tới vấn đề này. Nội dung của hạn chế tự do giao kết hợp đồng để đảm bảo quyền lợi chính đáng được giao kết hợp đồng trong những hoàn cảnh cho phép. Đối với quan hệ tiêu dùng, thương nhân có xu hướng lợi dụng “*lỗ hổng*” của pháp luật để từ chối giao kết hợp đồng với người tiêu dùng, xâm phạm quyền và lợi ích chính đáng của họ. Do đó, bằng quy định nghĩa vụ không được từ chối giao kết hợp đồng vì lý do tôn giáo, sắc tộc..., thương nhân phải đáp ứng nhu cầu cung cấp dịch vụ hàng hóa trong phạm vi

cho phép, phải cung cấp sản phẩm như đã quảng cáo.

Tóm lại, bảo vệ người tiêu dùng trong giao kết hợp đồng với thương nhân là một vấn đề quan trọng liên quan tới quyền con người và sự phát triển kinh tế. Vì vậy, hoàn thiện chế định hợp đồng nói chung và giới hạn của tự do ý chí nói riêng là biện pháp nhanh nhất để đạt được các mục tiêu trên.

Tài liệu tham khảo

- [1] Trần Quốc Khánh, Báo cáo của Bộ Công Thương về công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tại Việt Nam giai đoạn 2011 – 2015 tại Hội nghị Tổng kết công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng giai đoạn 2011-2015 tổ chức ngày 07/01/2016 tại Hà Nội;
- [2] Nguyễn Phương Nam, Báo cáo tại Hội thảo Nhìn lại 3 năm thực thi Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tổ chức ngày 28/10/2014 tại Hà Nội;
- [3] Khoản 1, Điều 3 Luật Bảo vệ Quyền lợi người tiêu dùng 2010;
- [4] Ngô Huy Cương (2013), Giáo trình Luật Hợp đồng, ĐHQGHN, Hà Nội, tr.25;
- [5] Ngô Huy Cương (2013), Giáo trình Luật Hợp đồng, ĐHQGHN, Hà Nội, tr.27;
- [6] BLDS Pháp 1804.
- [7] Khoản 2 Điều 3 BLDS năm 2015

The Limitations of Free Will and the Protection of the Consumer in accordance with the Provision of Current Law in Vietnam

Nguyen Trong Diep, Cao Thi Hong Giang

VNU School of Law, 144 Xuan Thuy, Cau Giay, Hanoi, Vietnam

Abstract: The provisions of the law on the limitation of free will have an intimate relationship with the protection of the consumer’s interests when entering into the contract with traders. Currently, the protection of the consumer is facing many difficulties; the main reason is the provisions of the relevant legal system. Therefore, perfecting the law on contract is the basis for a more effective protection of consumer, and at the same time ensure the soundness of the market. This article reviews the provisions on the limitation of free will in the Civil Code (CC) 2005 and 2015 which is closely

associated with the contracting between the consumer and trader with a view to discovering the limitations and inadequacies and then compare with the the provisions of foreign law so as to recommend the suitable solutions.

Keywords: The limitations of free will, the protection of the consumer, enter into the contract, 2015 Civil Code.