

# NHU CẦU KIỂM SOÁT ĐIỀU KIỆN THƯƠNG MẠI CHUNG

*Nguyễn Thị Hồng Hạnh \**

**Đ**ể tạo thuận lợi trong hoạt động kinh doanh của mình, nhiều doanh nghiệp đặc biệt là các doanh nghiệp có số lượng khách hàng lớn đã lựa chọn giải pháp chung là đưa ra các quy định, hợp đồng mẫu, điều kiện bán hàng (sau đây gọi tắt là “điều kiện thương mại chung”) áp dụng cho tất cả khách hàng của mình. Việc áp dụng các điều kiện thương mại chung sẽ góp phần tiết kiệm chi phí, tăng lợi nhuận, giảm thời gian và công sức trong đàm phán và thỏa thuận, điều chỉnh hành vi người tiêu dùng trên diện rộng và thực hiện phòng vệ chủ động.

Tuy nhiên, xét về logic, việc áp dụng điều kiện thương mại chung dễ dẫn đến việc hạn chế quyền tự do thỏa thuận của bên khách hàng bởi điều kiện thương mại chung và quyền tự do khế ước là hai xu hướng dường như đối ngược nhau. Vậy vấn đề đặt ra là phải có một cơ chế kiểm soát chặt chẽ điều kiện thương mại chung, ngăn chặn, hạn chế tình trạng lạm dụng điều kiện thương mại chung để trục lợi hoặc lạm dụng vị thế độc quyền, thống lĩnh thị trường nhằm áp đặt những “luật chơi” bất bình đẳng.

Bài viết này lý giải về sự cần thiết kiểm soát điều kiện thương mại chung nhằm đảm bảo quyền tự do khế ước và nội dung chủ yếu của điều chỉnh pháp luật đối với điều kiện thương mại chung.

## **1. Quan niệm về điều kiện thương mại chung**

Các điều kiện thương mại chung là sản phẩm của cuộc cách mạng công nghiệp diễn ra từ thế kỷ XIX. Xuất phát từ tính lặp đi lặp lại của các giao dịch cùng loại, ý tưởng về tiêu chuẩn hóa trong sản xuất và cung ứng, nhằm tăng lợi nhuận và giảm chi phí giao

dịch, đồng thời phân chia rủi ro và hạn chế trách nhiệm, điều kiện thương mại chung ra đời như một đòi hỏi tất yếu của một nền kinh tế phát triển. Sự xuất hiện của điều kiện thương mại chung ngày càng phổ biến trong hợp đồng, đặc biệt trong các hợp đồng bảo hiểm, ngân hàng... Điều này không chỉ đem đến sự thuận tiện trong giao dịch, mua bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ mà còn góp phần thiết lập các quy tắc bán hàng thống nhất trong các hiệp hội nghề nghiệp. Thông qua các điều kiện thương mại chung của một doanh nghiệp, chúng ta có thể nhận định về phương châm và thậm chí cả thủ thuật kinh doanh của doanh nghiệp đó. Nói cách khác, điều kiện thương mại chung góp phần thể hiện “cái tôi”, tạo nên bản sắc, uy tín của doanh nghiệp. Hơn thế nữa, thông qua điều kiện thương mại chung, pháp luật hợp đồng sẽ được cụ thể hóa trong các chủng loại giao dịch cụ thể, từ đó hình thành nhiều chủng loại hợp đồng cụ thể mà nhà làm luật chưa hề biết đến. Đồng thời, các điều kiện thương mại chung có khả năng ngăn ngừa những rủi ro từ nhận thức của các bên trong giải thích hợp đồng, đặc biệt trong trường hợp khách hàng là người tiêu dùng vốn rất khác nhau về trình độ, hiểu biết và văn hóa.

Như vậy, việc sử dụng điều kiện thương mại chung đem lại nhiều tiện ích và có ý nghĩa trên nhiều phương diện khác nhau. Trong khi đó, ở Việt Nam, sự điều chỉnh pháp luật về vấn đề này còn rất sơ sài và mờ nhạt. Có thể kể tới Điều 407 Bộ luật Dân sự năm 2005 về hợp đồng dân sự theo mẫu. Theo đó:

“1. Hợp đồng theo mẫu là hợp đồng gồm những điều khoản do một bên đưa ra theo mẫu để bên kia trả lời trong một thời gian hợp lý; nếu bên được đề nghị trả lời chấp nhận thì coi như chấp nhận toàn bộ nội dung hợp đồng

\* ThS. Luật học, Giảng viên Trường Cao đẳng Kinh tế - Kỹ thuật - Thương mại

theo mẫu mà bên đề nghị đã đưa ra.

2. Trong trường hợp hợp đồng theo mẫu có điều khoản không rõ ràng thì bên đưa ra hợp đồng theo mẫu phải chịu bất lợi khi giải thích điều khoản đó.

3. Trong trường hợp hợp đồng theo mẫu có điều khoản miễn trách nhiệm của bên đưa ra hợp đồng theo mẫu, tăng trách nhiệm hoặc loại bỏ quyền lợi chính đáng của bên kia thì điều khoản này không có hiệu lực, trừ trường hợp có thỏa thuận khác”.

Pháp lệnh Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 1999 và Nghị định 69/2001 ngày 2/10/2001 về việc hướng dẫn thi hành Pháp lệnh Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (Điều 5) có quy định: “Tổ chức, cá nhân sản xuất kinh doanh không được đưa ra các quy tắc trái pháp luật và ép buộc người tiêu dùng trong cam kết, trong các quy ước bán hàng, quy ước phục vụ...”.<sup>1</sup> Như vậy, với các quy định như đã liệt kê ở trên chưa đủ cơ sở cho việc hình thành một cơ chế kiểm soát và thực thi điều kiện thương mại chung. Một cơ chế như thế cần có các quy định cụ thể về khái niệm, đối tượng, phạm vi, điều kiện có hiệu lực, đăng ký công khai điều kiện thương mại chung, thủ tục giám sát, hậu quả pháp lý của các hoạt động tố tụng và đặc biệt là thẩm quyền và trình tự tố tụng tại tòa án.

## 2. Một số vi phạm quyền tự do khách ước liên quan đến điều kiện thương mại chung

Trên thực tế, các thương nhân khi xây dựng các điều khoản thương mại chung thường có xu hướng ưu tiên bảo vệ lợi ích của mình với tư cách là nhà cung cấp nên thường đặt khách hàng ở vị trí thấp hơn, dẫn đến tình trạng quyền tự do của khách hàng bị xâm phạm. Thậm chí, nhiều trường hợp, các

thương nhân còn tìm cách hạn chế tính tùy nghi của các quy tắc, chèn ép khách hàng, dồn họ vào tình thế khó lựa chọn, hạn chế hay vi phạm nguyên tắc tự do khách ước trong giao dịch. Hoặc không ít các trường hợp, thương nhân cố tình dùng các thủ thuật pháp lý để phân chia rủi ro pháp lý và lợi ích một cách không công bằng, gây bất lợi cho khách hàng, người tiêu dùng. Xét dưới góc độ quyền tự do khách ước, các hành vi nêu trên đều ít nhiều xâm phạm tới nguyên tắc tự do khách ước - tự do thỏa thuận về những điều gì mình mong muốn mà pháp luật không cấm. Trên thực tế, khi ký kết hợp đồng, bản thân người tiêu dùng, khách hàng cũng ít ý thức về điều kiện thương mại chung, thường mặc nhiên chấp nhận những quy định, quy tắc bán hàng của thương nhân dưới dạng ký kết vào hợp đồng mẫu, dẫn chiếu các bảng niêm yết hoặc các điều khoản của hợp đồng lixăng mà không biết đến việc thỏa thuận lại (bảo lưu) điều khoản chưa rõ hoặc bất lợi cho bản thân. Và thông thường, địa vị giữa các bên thường bất cân xứng, người tiêu dùng nhiều khi phải chịu thiệt thòi bởi những chỉ dẫn gây nhầm lẫn, bởi hình thức thể hiện hợp đồng chưa phù hợp, ngôn từ và cách diễn đạt không rõ ràng hoặc thậm chí bởi những chiêu thức và thủ đoạn cố ý của thương nhân nhằm trục lợi từ người tiêu dùng. Có thể kể ra một số dạng hành vi vi phạm phổ biến quyền tự do của khách hàng liên quan đến điều kiện thương mại chung như sau<sup>2</sup>:

*Thứ nhất, điều kiện thương mại chung có những quy định nhằm hạn chế, loại bỏ quyền của khách hàng.* Ví dụ, có những cơ sở kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đã đưa ra các điều kiện thương mại chung dưới dạng dẫn chiếu tới bảng niêm yết như: “Hàng đã mua rồi miễn trả lại”, bất kể hàng hóa có khuyết tật, hư hỏng gì. Rõ ràng đây là những điều khoản hết sức bất lợi cho khách hàng trong khi theo các quy định của pháp luật, họ hoàn toàn có

<sup>1</sup> Gắn đây nhất, thuật ngữ “điều kiện thương mại chung” đã được đề cập chính thức trong Dự thảo Luật Bảo vệ người tiêu dùng. Theo đó, điều kiện thương mại chung được hiểu “là những quy định, quy tắc bán hàng, cung ứng dịch vụ của thương nhân áp dụng đối với khách hàng khi mua, sử dụng hàng hóa, dịch vụ không được thể hiện cụ thể trong hợp đồng” (Điều 3, Dự thảo Luật Bảo vệ người tiêu dùng).

<sup>2</sup> Văn Thành (2009), Thực tiễn thực hiện điều kiện thương mại chung và những vấn đề đặt ra để bảo vệ người tiêu dùng, Xã luận.

quyền thực hiện việc khiếu nại, đổi hàng khi hàng có khuyết tật, hư hỏng.

*Thứ hai, điều kiện thương mại có quy định nhằm buộc khách hàng phải gánh chịu những rủi ro bất hợp lý.* Các quy định này thường buộc khách hàng phải chịu những rủi ro mà lẽ ra họ không phải chịu theo quy định của pháp luật, đồng thời loại trừ trách nhiệm của thương nhân bán hàng hóa, cung cấp dịch vụ phải chịu. Ví dụ, trong các hợp đồng điện, nước, người tiêu dùng phải chi trả cả phần điện, nước thất thoát trên đường vận chuyển.

*Thứ ba, các điều kiện thương mại chung với những thuật ngữ chuyên môn khó hiểu, cách trình bày không phù hợp gây cản trở cho khách hàng trong quá trình giao kết và thực hiện giao dịch.* Trong nhiều trường hợp khách hàng, đặc biệt là người tiêu dùng với sự hạn chế về trình độ, nhận thức, không thể hiểu được các thuật ngữ chuyên môn của các điều kiện thương mại mà thương nhân đưa ra. Do vậy, họ không hoàn toàn nhận thức được bản chất của các điều khoản, điều kiện đó. Vì vậy, khi xảy ra tranh chấp, phần thiệt thường thuộc về người tiêu dùng. Nhiều người khi đọc các hợp đồng như hợp đồng bảo hiểm, hợp đồng tín dụng, hợp đồng xây dựng, hợp đồng mua bán căn hộ,... không thể nào hiểu được những từ ngữ quy định trong hợp đồng đó và do vậy, trong nhiều trường hợp người tiêu dùng đành “nhắm mắt ký” mà có thể bị cài bẫy bởi những chi tiết rất nhỏ. Đương nhiên, các thuật ngữ chuyên môn nhiều khi rất khó để diễn tả được một cách thông dụng để ai cũng hiểu được nhưng cũng không ít trường hợp thương nhân cố tình đưa ra những thuật ngữ đó nhằm “che mắt” người tiêu dùng. Rõ ràng người tiêu dùng cần hết sức cẩn trọng khi giao kết những điều kiện thương mại như vậy.

*Thứ tư, thương nhân cố tình cản trở việc tiếp cận điều kiện thương mại chung* bằng việc đưa ra các điều kiện này dưới những hình thức không thuận tiện cho khách hàng hay nói một cách khác, điều kiện thương mại

chung được trình bày dưới hình thức hết sức phức tạp. Ví dụ: Phần trình bày về quyền lợi của khách hàng khi giao kết hợp đồng thì được trình bày rất rõ ràng, chữ in to, dung lượng lớn, trong khi phần điều kiện để được hưởng quyền lợi đó thì lại in chữ rất bé, dung lượng nhỏ khiến nhiều khách hàng không để ý. Đến khi khách hàng đã tưởng chắc được hưởng quyền lợi (trúng thưởng) mới “ngã ngựa” ra rằng còn rất nhiều điều kiện kèm theo. Nhiều người phàn nàn khi họ phải ký kết các hợp đồng theo mẫu mà trong đó cỡ chữ cũng như cách trình bày rất khó đọc. Các hợp đồng loại này thường là rất dài, có khi lên đến cả chục trang, do vậy trong nhiều trường hợp không thể đọc hết hợp đồng hoặc không đủ “kiên nhẫn” để đọc hết hợp đồng vì hợp đồng cần phải được ký ngay. Trong trường hợp này rõ ràng khách hàng có nguy cơ chịu rủi ro rất lớn nếu có tranh chấp phát sinh.

### **3. Điều chỉnh pháp luật đối với điều kiện thương mại chung**

Để đảm bảo quyền lợi khách hàng, đặc biệt là người tiêu dùng và xa hơn nữa là đảm bảo quyền lợi của chính các thương nhân, các nhà cung cấp, pháp luật Việt Nam cần thiết phải thiết lập một cơ chế kiểm soát điều kiện thương mại chung với các quy định chặt chẽ, đồng bộ. Trong quá trình xây dựng cơ chế này, chúng ta có thể tham khảo kinh nghiệm của một số nước. Chẳng hạn, Luật về các điều kiện thương mại chung năm 1976 của Cộng hòa liên bang Đức, sửa đổi năm 1996 đã có các quy định tương đối chặt chẽ và cụ thể về điều kiện thương mại chung như sau:

- Định nghĩa điều kiện thương mại chung;
- Điều kiện hình thành và khả năng trở thành nội dung hợp đồng của các điều kiện thương mại chung;
- Các nguyên tắc áp dụng điều kiện thương mại chung.

Trong phần thủ tục, Luật này cũng có quy định về vai trò và thẩm quyền của các hội nghề nghiệp, Phòng công nghiệp và thương mại trong quá trình tố tụng tại tòa án liên quan đến điều kiện thương mại chung;

giám sát của công quyền liên quan đến điều kiện thương mại chung, đăng ký điều kiện thương mại chung... Việc quy định cụ thể, chi tiết về điều kiện thương mại chung như trên sẽ hạn chế được tình trạng lạm dụng điều kiện thương mại chung để trục lợi. Luật Bảo vệ người tiêu dùng Malaixia năm 1999 đã có những quy định cụ thể để tránh cho người tiêu dùng không bị “ngã ngửa” trước những “lời đề nghị miễn phí”. Cụ thể, khi một người áp đặt điều kiện cho lời đề nghị của mình, anh ta sẽ phải mô tả rõ ràng điều kiện và “bảo đảm rằng dung lượng cho việc mô tả điều kiện phải ít nhất bằng một nửa dung lượng dành cho việc diễn tả “miễn phí” hoặc “lời đề nghị miễn phí”. Điều này sẽ giúp khách hàng có sự “lưu tâm” cần thiết về các điều kiện để được hưởng “miễn phí”.

Luật Bảo vệ người tiêu dùng Đài Loan (Điều 11) quy định: Khi doanh nghiệp kinh doanh có ý định đưa ra một hợp đồng theo mẫu thì phải để một thời gian ít nhất là 30 ngày để người tiêu dùng xem xét lại nội dung của tất cả các điều khoản và điều kiện, nếu các điều khoản và điều kiện trong hợp đồng theo mẫu được hiểu theo nhiều nghĩa thì phải giải thích trên cơ sở có lợi cho người tiêu dùng. Luật cũng quy định nếu điều khoản của hợp đồng không công bằng đối với người tiêu dùng thì bị coi là vô hiệu.

Ở Việt Nam, từ nhiều năm nay, điều kiện thương mại chung đã được sử dụng rộng khắp trong các quan hệ hợp đồng, tuy nhiên, như trên đã phân tích, quyền tự do khế ước của khách hàng (đặc biệt là người tiêu dùng) lại bị hạn chế. Trong khi đó, các quy định

pháp luật về vấn đề này còn rất sơ sài và mờ nhạt. Do vậy, vấn đề đặt ra là phải thiết lập cơ chế kiểm soát điều kiện thương mại chung nhằm đảm bảo quyền tự do khế ước.

Theo PGS.TS Nguyễn Như Phát việc xây dựng pháp luật về điều kiện thương mại chung cần theo các nội dung sau<sup>3</sup>:

- Xác định yêu cầu và điều kiện công nhận sự hợp pháp của các điều kiện thương mại chung;

- Xác định thẩm quyền và thủ tục giám sát tính hợp pháp của các điều kiện thương mại chung;

- Quy định khả năng tố tụng và hậu quả pháp lý của những hành vi liên quan đến việc ban hành và áp dụng điều kiện thương mại chung.

Mặt khác, từ góc độ người tiêu dùng, chúng ta cần quan tâm đến hoạt động tuyên truyền, phổ biến tri thức nhằm nâng cao nhận thức và tính cẩn trọng của người tiêu dùng khi tham gia vào một quan hệ hợp đồng. Từ góc độ các thương nhân, các nhà cung cấp, chúng ta cần đánh thức tinh thần hiệp hội, đạo đức nghề nghiệp của các thương nhân chân chính. Có như vậy, chúng ta mới có thể tiến tới một nền kinh tế hiện đại, phát triển và giàu tính nhân văn.

Tóm lại, từ thực tiễn thực hiện điều kiện thương mại chung ở Việt Nam đã phát sinh một nhu cầu là phải kiểm soát điều kiện thương mại chung nhằm bảo đảm quyền lợi khách hàng, bảo đảm nguyên tắc tự do khế ước.

<sup>3</sup> PGS. TS. Nguyễn Như Phát, Điều kiện thương mại chung và nguyên tắc tự do khế ước, Tạp chí Nhà nước và Pháp luật, số 3/2003.