

**MỘT SỐ HẠN CHẾ TRONG QUY ĐỊNH VỀ HÀNH VI CẠNH TRANH KHÔNG
LÀNH MẠNH THEO LUẬT GIÁ**
***SOME RESTRICTIONS ON REGULATIONS ABOUT
UNFAIR COMPETITIVE BEHAVIOURS UNDER THE PRICE LAW***

Ths. Nguyễn Thị Thúy Kiều

Khoa lý luận chính trị

SDT: 0939623438

Email: nguyenthithuykiieu@mtu.edu.vn

Tóm tắt:

Bài viết trình bày một số hạn chế trong quy định về hành vi cạnh tranh không lành mạnh theo Luật Giá và đề ra một số kiến nghị, giải pháp hoàn thiện.

Từ khóa: *cạnh tranh không lành mạnh, lợi nhuận, giá, thương mại*

Abstract:

This article presents some restrictions on regulations about unfair competitive behaviours under the price law and offer some petitionary and solutions for improvement.

Keywords: *Unfair competition, profit, price, trade*

1. Đặt vấn đề

Trong hoạt động kinh doanh, cạnh tranh là quy luật tất yếu và nổi bật thời gian gần đây là hành vi cạnh tranh không lành mạnh theo pháp luật về giá. Có thể kể đến một số hành vi thời gian qua như: hành vi và thủ đoạn của các cơ sở kinh doanh xăng dầu gian lận thường sử dụng như: pha xăng kiếm lời, gắn chip điện tử ở cột bơm nhằm làm sai lệch đồng hồ đo để trục lợi; tin đồn giá điều thô sẽ tăng làm cho Hiệp hội Điều Việt Nam buộc phải vào cuộc lập đoàn khảo sát làm rõ; hay trường hợp lợi dụng dịch cúm gia cầm tiêu thương ép giá người chăn nuôi ở Hà Nội... Hiện nay, cạnh tranh không lành mạnh theo pháp luật về giá đang ngày càng xuất hiện nhiều, với thủ đoạn tinh vi hơn và càng khó kiểm soát gây ảnh hưởng rất lớn đối với người tiêu dùng và ảnh hưởng đến sự phát triển của thị trường, tuy nhiên quy định điều chỉnh liên quan đến hành vi này còn hạn chế, bất cập ảnh hưởng đến công tác quản lý cũng như việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (NTD) chưa được bảo vệ tốt nhất..

2. Nội dung

2.1. Những hạn chế, bất cập trong quy định của Luật Giá:

Luật Giá có vai trò quan trọng đề thúc đẩy nền kinh tế thị trường phát triển. Việc ban hành Luật Giá đã khắc phục được những bất cập hiện tại và giúp nhà nước quản lý giá phù hợp với cơ chế kinh tế thị trường, đồng thời khuyến khích cạnh tranh về giá. Đến nay sau hơn 4 năm thực hiện, những quy định của Luật này đã đem lại nhiều kết quả, đáp ứng kịp thời yêu cầu công tác quản lý, điều hành giá. Tuy nhiên, hiện nay việc áp dụng quy định của Luật giá còn một số bất cập, gây ảnh hưởng đến hiệu quả áp dụng pháp luật cũng như giải quyết những vi phạm liên quan đến hành vi này, có thể kể đến các hạn chế như sau:

Thứ nhất, quy định về hành vi bịa đặt, loan tin, đưa tin không đúng sự thật về tình hình thị trường, giá hàng hóa, dịch vụ của tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh [1].

Có thể nói đây là những hành vi diễn ra rất phổ biến hiện nay của các doanh nghiệp gây ra những hậu quả nghiêm trọng nhưng quy định pháp luật về vấn đề này hiện nay còn quá ít, và đây cũng là một bất cập đáng lưu ý nhất.

Pháp luật giá không quy định rõ doanh nghiệp bịa đặt, loan tin, đưa tin có biết trước thông tin đó có đúng sự thật hay không, hay doanh nghiệp loan tin vì cho rằng thông tin đó là đúng. Có hai tình huống có thể xảy ra: một là, doanh nghiệp thực hiện hành vi loan tin, đưa tin không đúng sự thật về tình hình thị trường, giá hàng hóa, dịch vụ biết trước đó là thông tin không đúng sự thật; hai là, doanh nghiệp thực hiện hành vi loan tin, đưa tin không đúng sự thật về tình hình thị trường, giá hàng hóa, dịch vụ mà không biết được đó là thông tin không đúng sự thật. Pháp luật hiện hành không phân biệt hành vi cố tình hay vô tình loan tin, đưa tin miễn là hành vi bịa đặt, loan tin, đưa tin không đúng sự thật về tình hình thị trường, giá hàng

hóa, dịch vụ thì được xem là vi phạm. Việc xác định vô tình hay cố ý ảnh hưởng rất lớn chủ thể thực hiện hành vi. Mặt khác, Luật Giá không giải thích như thế nào là “không đúng sự thật” nên không có căn cứ xác định như thế nào là không đúng sự thật để áp dụng. Một điểm đáng lưu ý nữa là Luật Giá không định nghĩa như thế nào là “bịa đặt, loan tin, tung tin” vô hình chung dẫn đến khó khăn khi áp dụng pháp luật giải quyết các trường hợp vi phạm.

Thứ hai, quy định hành vi gian lận về giá bằng cách cố ý thay đổi các nội dung đã cam kết mà không thông báo trước với khách hàng về thời gian, địa điểm, điều kiện mua, bán, chất lượng hàng hóa, dịch vụ tại thời điểm giao hàng, cung ứng dịch vụ của tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh [1].

Ở quy định này, pháp luật lại không giải thích như thế nào là không thông báo trước cho khách hàng, việc không quy định rõ như thế sẽ gây bất lợi cho khách hàng. Dấu hiệu “không thông báo trước” là mấu chốt rất quan trọng để xác định doanh nghiệp có vi phạm hành vi này hay không? Nếu doanh nghiệp có hành vi gian lận về giá bằng cách cố ý thay đổi các nội dung đã cam kết với khách hàng về thời gian, địa điểm, điều kiện mua, bán, chất lượng hàng hóa, dịch vụ tại thời điểm giao hàng, cung ứng dịch vụ làm thiệt hại đến người tiêu dùng, nhưng doanh nghiệp lợi dụng khe hở pháp luật để chứng minh họ đã thông báo trước cho khách hàng rồi (bằng cách doanh nghiệp sẽ thông báo với một thời hạn ngắn làm cho khách hàng không kịp nhận được thông báo, hoặc thông báo một cách khó hiểu làm khách hàng không hiểu được...), nếu chứng minh được họ đã thông báo trước cho khách hàng thì quy định này trở thành vô nghĩa. Có thể thấy, với quy định về dấu hiệu không báo trước như hiện nay rất dễ để các doanh nghiệp lợi dụng để gây ảnh hưởng đến người tiêu dùng.

Bên cạnh đó, dấu hiệu của sự gian lận giá là thay đổi các yếu tố ban đầu về thời gian, địa điểm, điều kiện mua, bán, chất lượng hàng hóa, dịch vụ mà không thông báo trước, có nghĩa là hành vi được coi gian lận nếu thay đổi về thời gian, địa điểm, điều kiện mua, bán, chất lượng hàng hóa, dịch vụ mà không thông báo trước. Tuy nhiên, trong trường hợp, sự thay đổi này có lợi cho khách hàng nhưng không thông báo trước vẫn xem là vi phạm thì không hợp lý.

Thứ ba, quy định về hành vi lợi dụng khủng hoảng kinh tế, thiên tai, dịch họa, hỏa hoạn, dịch bệnh và điều kiện bất thường khác; lợi dụng chính sách của Nhà nước để định giá mua, giá bán hàng hóa, dịch vụ bất hợp lý của tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh [1].

Hiện tại, Luật Giá không hướng dẫn và đưa ra trường hợp như thế nào là “điều kiện bất thường khác”, đây là quy định mở của các nhà làm luật với chủ ý muốn dự trù cho hành vi tương lai mà hiện tại luật chưa bao quát hết. Tuy nhiên, không có bất kỳ nghị định hay thông tư hướng dẫn về vấn đề này thì sẽ khó thực hiện khi xảy ra “điều kiện bất thường khác” ngoài điều kiện bất thường đã nêu. Ngoài ra, Luật Giá không định nghĩa rõ ràng như thế nào là “khủng hoảng kinh tế, thiên tai, dịch họa, hỏa hoạn, dịch bệnh”. Đây là một trong những hạn chế, bất cập cần được sửa đổi, bổ sung để hoàn thiện hơn.

Thứ tư, Luật Giá thiếu quy định đối với cơ chế khiếu nại, giải quyết khi có hành vi vi phạm xảy ra. Trong khi đó, Luật Cảnh tranh lại quy định hẳn một chương về xử lý, điều tra hành vi cạnh tranh. Việc Luật Giá không quy định cơ chế khiếu nại, giải quyết sẽ ảnh hưởng rất lớn đến công tác xử lý các hành vi vi phạm của cơ quan có thẩm quyền và ảnh hưởng quyền lợi của người tiêu dùng khi họ muốn khởi kiện cũng không có cơ chế nào để họ có thể thực hiện.

Thứ năm, hạn chế trong công tác quản lý, phối hợp và xử lý giữa cơ quan chưa hiệu quả. Hiện nay, hành vi cạnh tranh không lành mạnh theo pháp luật về giá được điều chỉnh bởi hai ngành luật là Luật Giá và Luật Cảnh tranh. Khi một hành vi vi phạm mà có hai cơ quan có thẩm quyền khác nhau xử lý thì ít hay nhiều cũng có những chồng chéo cũng như đùn đẩy trách nhiệm với nhau.

Chỉ riêng trong bản thân của Luật Giá quy định về công tác quản lý và xử phạt gặp đã nhiều mâu thuẫn, không thống nhất. Điều này làm cho việc quản lý và xử lý các hành vi vi phạm không triệt để và sâu sát, về thẩm quyền xử phạt vi phạm hành chính có sự chồng chéo, không thống nhất. Cụ thể, một hành vi vi phạm lại có nhiều người có thẩm quyền xử lý, đơn

cử như hành vi lợi dụng khủng hoảng kinh tế, thiên tai, dịch họa, hỏa hoạn, dịch bệnh và điều kiện bất thường khác; lợi dụng chính sách của Nhà nước để định giá mua, giá bán hàng hóa, dịch vụ bất hợp lý thì Chánh Thanh tra Bộ Tài chính, Trưởng đoàn thanh tra chuyên ngành giá, Chánh Thanh tra Sở Tài chính đều có thẩm quyền xử phạt vi phạm hành chính. Vấn đề đặt ra, khi có hành vi vi phạm thì ai sẽ là người xử lý, nếu tất cả cùng xử lý một hành vi thì không hợp lý, có thể xảy ra sự chồng chéo trong quá trình xử lý.

Tóm lại, các bất cập lớn nhất của Luật giá tại thời điểm hiện tại chính là nội hàm quy định không rõ; cơ quan giải quyết phân tán, trùng lặp và không có cơ chế điều tra và để giải quyết khiếu nại. Đây là nguyên nhân khiến việc quản lý các hành vi cạnh tranh không lành mạnh theo pháp luật về giá còn hạn chế, gây ra thực trạng nhiều hành vi vi phạm nhưng không được xử lý triệt để làm ảnh hưởng đến quyền lợi của người tiêu dùng.

2.2. Kiến nghị hoàn thiện

Thứ nhất, cần thiết bổ sung quy định hướng dẫn cụ thể các điểm a, b, c, khoản 2, điều 10 của Luật Giá như cần ban hành các quy định hướng dẫn rõ ràng như thế nào là “bịa đặt, loan tin, đưa tin”, “không đúng sự thật”, “không thông báo trước”, quy định cơ sở và nguồn gốc để xác định mức độ như thế nào là “không đúng sự thật”; Luật nên quy định hướng dẫn một cách cụ thể, rõ ràng và đầy đủ để việc thực hiện các quy định được hiệu quả.

Thứ hai, pháp luật nên xem xét chỉ xử phạt đối với quy định tại điểm a, khoản 2, điều 10 Luật Giá trong trường hợp mà doanh nghiệp tung tin với “mục đích trước” tức là có sự sắp xếp, kế hoạch tung tin để phá hoại thị trường.

Thứ ba, xem xét hướng dẫn bổ sung thêm trong trường hợp “nếu hành vi thay đổi thời gian, địa điểm, điều kiện mua, bán, chất lượng hàng hóa, dịch vụ tại thời điểm giao hàng, cung ứng dịch vụ mà có lợi cho khách hàng thì không xem là hành vi gian lận giá” tại điểm b, khoản 2, Điều 10 Luật Giá.

Thứ tư, xem xét liệt kê thêm “các dịp lễ, tết” vào điểm c, khoản 2, điều 10 Luật Giá vì các dịp lễ tết là thời gian mà doanh nghiệp lợi dụng để định giá mua bán, dịch vụ bất hợp lý ảnh hưởng khách hàng.

Thứ năm, hiện nay ở Việt Nam, sự bùng nổ của internet, công nghệ 4.0 có hiệu quả tích cực nhưng cũng có ảnh hưởng đáng kể, các hành vi cạnh tranh không lành mạnh theo pháp luật về giá diễn ra phổ biến và phức tạp, gây ảnh hưởng đến môi trường kinh doanh lành mạnh, ảnh hưởng đến đất nước. Trước tình hình đó, đòi hỏi các cơ quan Nhà nước có thẩm quyền cần phải kịp thời điều tra và xử lý một cách thích đáng và triệt để những vi phạm. Cần quy định một cơ chế để giải quyết hành vi cạnh tranh không lành mạnh theo pháp luật về giá, nếu không có cơ chế giải quyết rõ ràng thì dù có phát hiện thì khó có thể xử lý được.

3. Kết luận

Trong kinh doanh, sự cạnh tranh đem đến cho người tiêu dùng nhiều lợi ích, nhiều sự lựa chọn. Tuy nhiên, sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp phải bảo đảm nguyên tắc bình đẳng, công bằng, không trái pháp luật. Trên thực tế, các hành vi cạnh tranh không lành mạnh theo pháp luật về giá chưa phát hiện, xử lý kịp thời, cũng như việc điều chỉnh và kiểm soát các hành vi cạnh tranh không lành mạnh theo pháp luật về giá vẫn còn nhiều khó khăn, xuất phát từ nhiều nguyên nhân đã nêu. Do vậy, đòi hỏi các cơ quan có thẩm quyền phải có những giải pháp cụ thể như: hoàn thiện pháp luật về giá, nâng cao năng lực của cơ quan quản lý giá, kiến thức bản thân các chủ thể tham gia quan hệ pháp luật cạnh tranh này. Từ đó, góp phần bảo vệ môi trường cạnh tranh lành mạnh, thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế và đặc biệt là bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng.

Tài liệu tham khảo

- [1]. Luật Giá (Luật số 11/2012/QH13) ngày 20 tháng 06 năm 2012.
- [2]. Luật Cạnh tranh (Luật số 27/2004/QH11) ngày 03 tháng 12 năm 2004.
- [3]. Luật Cạnh tranh (Luật số 23/2018/QH14) ngày 12 tháng 6 năm 2018 (có hiệu lực thi hành từ ngày 01 tháng 7 năm 2019).
- [4]. Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (Luật số 59/2010/QH12) ngày 30 tháng 11 năm 2010.

