

NGHĨA VỤ CUNG CẤP THÔNG TIN TRONG HỢP ĐỒNG DƯỚI GÓC ĐỘ KINH TẾ*

GIẢN THỊ LÊ NA

Tóm tắt:

Trên quan điểm cho rằng việc đặt ra nghĩa vụ cung cấp thông tin đối với các bên trong hoạt động kinh doanh là cần thiết, bài viết trước hết sẽ phân tích về vai trò của việc cung cấp thông tin trong quan hệ hợp đồng, cơ sở lý thuyết về pháp lý và kinh tế cho nghĩa vụ cung cấp thông tin. Tuy nhiên trong một số trường hợp, việc tiết lộ thông tin lại không mang lại hiệu quả tối ưu cho các bên trong quan hệ hợp đồng cũng như cho tổng lợi ích của xã hội. Phần 3 của bài viết phân tích, đánh giá hiệu quả của nghĩa vụ cung cấp thông tin dưới góc độ kinh tế để từ đó có được kết luận về việc pháp luật nên đặt ra nghĩa vụ cung cấp với những loại thông tin nào là phù hợp. Bài viết có sử dụng các bản án của Hoa Kỳ để phân tích và làm rõ vấn đề.

Từ khóa: *thông tin, nghĩa vụ cung cấp thông tin, hợp đồng*

Abstract:

Considering that the obligation to provide information to parties in business is necessary, the article analyzes the role of providing information in the contractual relationship, theories of the obligation to provide information. However, in some cases, the disclosure of information does not bring the optimal effect to the parties in the contracts as well as to the total benefits of society. Part 3 of the paper discusses and assesses the effectiveness of the obligation to provide information from an economic view before gives conclusions about what kind of information should be disclosed

Key words: *information, disclosure, contract*

Đặt vấn đề

Thông tin luôn đóng vai trò hết sức quan trọng và mang tính quyết định cao đối với sự thành bại cũng như hiệu quả của các giao dịch. Bên có được nhiều thông tin hơn về đối tượng của hợp đồng và các vấn đề xung quanh đối tượng đó sẽ là bên có nhiều lợi thế hơn so với bên còn lại. Khi chưa có quy định của pháp luật, việc tiết lộ các thông tin đó như thế nào là do sự thiện chí của các bên đối với nhau nhưng khi đã có luật định thì cung cấp thông tin còn trở thành một trong các nghĩa vụ của các bên trong quan hệ hợp đồng trước khi họ tiến hành xác lập các giao dịch với nhau và thậm chí là trong cả quá trình thực hiện các giao dịch đó. Tuy nhiên cho đến nay vẫn có nhiều ý kiến xung quanh việc pháp luật có cần phải quy định về nghĩa vụ cung cấp thông tin này hay không khi pháp luật đã đặt ra nguyên tắc trung thực, thiện chí đối với các bên chủ thể? Đồng thời nghĩa vụ cung cấp thông tin có cần đặt ra với tất cả các thông tin mà các bên có được không hay chỉ với một số loại thông tin nhất định? Các phân tích của bài viết hướng tới việc trả lời hai câu hỏi trên từ đó rút ra những kết luận cho hướng hoàn thiện các quy định của pháp luật hợp đồng Việt Nam về nghĩa vụ cung cấp thông tin của các bên trong hợp đồng.

1. Thông tin và vai trò của thông tin trong quan hệ hợp đồng

Thông tin ngày càng trở nên quan trọng, đặc biệt trong thời đại kỹ nguyên số hiện nay. Mọi quan hệ, mọi hoạt động của con người đều dựa trên một hình thức giao lưu thông tin nào đó. Quan hệ hợp đồng cũng không phải là ngoại lệ. Thông tin giúp cho cung và cầu gặp nhau, người bán có thể tiếp cận đến người mua và ngược lại. Để cam kết một cách tự nguyện, các bên phải có thông tin

* Bài viết được đăng tải trên Tạp chí Khoa học pháp lý Việt Nam, số 8 (138)/2020

về những gì mình muốn cam kết¹. Vì thế từ giai đoạn tiền hợp đồng các bên đã phải biết được thông tin cần thiết về nhau và về đối tượng của hợp đồng. Đồng thời yếu tố thông tin này cũng cần tiếp tục được duy trì để các bên có thể thực hiện đúng những gì mình đã cam kết trong hợp đồng, hoàn thành đúng nghĩa vụ hợp đồng. Ngay trong quá trình đàm phán, các bên phải tự tìm kiếm thông tin để bảo vệ lợi ích cho chính bản thân mình và cũng không loại trừ khả năng một bên sẽ phải cung cấp cho bên kia những thông tin cần thiết². Bởi lẽ:

Thứ nhất, thông tin minh bạch sẽ giúp cho các bên dễ dàng trong việc đưa ra quyết định có hay không giao kết hợp đồng. Việc không phải mất thêm nhiều thời gian tìm kiếm thông tin giúp giảm đi rất nhiều công sức, chi phí giao dịch của các bên, nâng cao hơn nữa hiệu quả của hợp đồng³. Ví dụ, khi người bán – chủ sở hữu là người biết rõ hơn về đối tượng của hợp đồng, cung cấp cho người mua các thông tin liên quan bao gồm các ưu điểm cũng như khiếm khuyết thì người mua sẽ dễ dàng, nhanh chóng đưa ra được quyết định của mình. Điều này sẽ khiến cho hợp đồng được giao kết nhanh hơn, các bên nắm bắt ngay được cơ hội kinh doanh của mình hơn.

Thứ hai, trong quá trình thực hiện hợp đồng, việc nắm bắt được các thông tin sẽ giúp cho các bên tận tâm và thận trọng hơn trong việc thực hiện nghĩa vụ của mình. Và đồng thời giả sử có tranh chấp phát sinh thì việc giải quyết tranh chấp, bồi thường thiệt hại cũng được giải quyết một cách nhanh chóng khi các bên đã có được đầy đủ thông tin và có thể dự tính được thiệt hại xảy ra bởi hành vi vi phạm⁴.

Thứ ba, chia sẻ thông tin giữa các chủ thể là điều cần thiết để nâng cao sự hài lòng của các bên⁵ và đồng thời chính sự hài lòng này sẽ là cơ sở để xây dựng mối quan hệ tin cậy, lâu dài giữa các bên chủ thể trong quan hệ hợp đồng⁶. Sự hài lòng này sẽ là cơ sở quan trọng để các bên có thể thiết lập với nhau một mối quan hệ hợp tác bền vững chứ không chỉ dừng lại ở một giao dịch đầu tiên.

Thứ tư, trung thực, thiện chí cung cấp thông tin cho nhau trong các giao dịch còn góp phần giúp cho các bên giữ uy tín của chính mình. Với vai trò quan trọng bậc nhất trong làm ăn kinh doanh, thậm chí còn được xem là chiến lược, phương pháp kinh doanh của các chủ thể, chữ “tín” giúp cho các bên có thể thúc đẩy quá trình giao kết các hợp đồng tiếp theo và thậm chí còn tạo ra cơ hội để họ có thể tìm kiếm thêm được các đối tác khác cho mình.

2. Cơ sở cho nghĩa vụ cung cấp thông tin trong quan hệ hợp đồng

2.1 Nguyên tắc trung thực, thiện chí và học thuyết *Culpa in Contrahendo*

Hai nguyên tắc quan trọng trong quá trình đàm phán, giao kết và thực hiện hợp đồng đó là Tự do hợp đồng và Trung thực thiện chí. Pháp luật Việt Nam hiện nay đang đồng thời ghi nhận đây là hai trong những nguyên tắc cơ bản của pháp luật dân sự. Cụ thể các 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

¹ Đỗ Văn Đại, *Luật hợp đồng Việt Nam. Bản án và bình luận bản án*, Tập 1, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2011, tr. 345

² Đỗ Văn Đại, *sđd*, tr. 346

³ Xem Dương Anh Sơn, Hoàng Vĩnh Long, *Thử bàn về bản chất của hợp đồng từ góc độ kinh tế học*, Tạp chí Nhà nước và Pháp luật, 2013, số 2, tr 57-65

⁴ Stephanie Eckerd, James A. Hill, *The buyer-supplier social contract: information sharing as a deterrent to unethical behaviors*, International Journal of Operations & Production Management, 32(2), 2012, p.238-255

⁵ Selnes, F, *Antecedents and consequences of trust and satisfaction in buyer-seller relationships*, European Journal of Marketing, Vol. 32 Nos 3/4, 1998, p. 305-322.

⁶ Doney, P.M. and Cannon, J.P, *An examination of the nature of trust in buyer-seller relationships*, Journal of Marketing, Vol. 61 No. 2, 1997, p. 35-51

kết, thỏa thuận. Đồng thời cá nhân, pháp nhân phải xác lập, thực hiện, chấm dứt quyền, nghĩa vụ dân sự của mình một cách thiện chí, trung thực⁷. Vì thế cũng có nhiều quan điểm cho rằng không cần đặt ra nghĩa vụ cung cấp thông tin trong quan hệ hợp đồng nữa bởi lẽ đã tồn tại nguyên tắc trung thực thiện chí giữa các bên chủ thể trong quá trình đàm phán và giao kết hợp đồng.

Tuy nhiên, trung thực thiện chí được xem là nguyên tắc nền tảng của quan hệ hợp đồng và trên cơ sở của nền tảng này thì các quy định của pháp luật về nghĩa vụ cung cấp thông tin chính là sự cụ thể hóa của nguyên tắc trung thực và thiện chí⁸. Để biết nguyên tắc đó được thể hiện như thế nào, chúng ta cần tìm đến các quy định về nghĩa vụ của các bên trong từng điều luật. Điều 387 Bộ luật Dân sự năm 2015 chính là sự cụ thể hóa của nguyên tắc trung thực thiện chí được ghi nhận tại Điều 3 Bộ luật dân sự. Không chỉ riêng đối với pháp luật hợp đồng Việt Nam mà cách hình thành các nghĩa vụ cụ thể dựa trên những nguyên tắc cơ bản/ những điều khoản chung này cũng tồn tại trong pháp luật hợp đồng của các quốc gia trên thế giới. Tại Restatement (second) of Contracts được Quốc hội Mỹ thông qua vào năm 1979, công bố năm 1981 quy định: *Nghĩa vụ trung thực và thiện chí* Mọi hợp đồng đều đặt ra cho các bên nghĩa vụ trung thực và thiện chí trong giao kết và thực hiện hợp đồng⁹. Bộ luật Dân sự Pháp ghi nhận nguyên tắc trung thực thiện chí tại Điều 1104 theo đó Hợp đồng phải được đàm phán, hình thành và thực hiện trên nguyên tắc thiện chí, và đồng thời nguyên tắc này được cụ thể hóa tại quy định về nghĩa vụ cung cấp thông tin của các bên tại Điều 1112¹⁰. Tương tự như vậy với Bộ luật Dân sự Trung Quốc, nguyên tắc trung thực thiện chí được ghi nhận tại Điều 6 và đồng thời sau đó tiếp tục được cụ thể hóa bằng nghĩa vụ cung cấp thông tin tại Điều 42¹¹. Trong Bộ luật Dân sự Đức, Điều 157, 242 ghi nhận về nguyên tắc trung thực thiện chí và sau đó nghĩa vụ cung cấp thông tin cũng được cụ thể hóa tại các điều luật như Điều 312d, 402¹².

Trung thực, thiện chí xuất phát từ nguyên tắc *Pacta sunt servanda*, nguyên tắc cơ bản, lâu đời nhất của luật pháp quốc tế¹³. Tiền thân của nó là nguyên tắc Tuân thủ điều ước quốc tế xuất hiện từ thời La mã cổ đại và tồn tại hàng ngàn năm dưới dạng tập quán pháp lý quốc tế trước khi được ghi nhận chính thức trong điều ước quốc tế “Tận tâm, thiện chí thực hiện các cam kết”¹⁴.

Trong hợp đồng, nguyên tắc *Pacta sunt servanda* có thể được hiểu là các bên đã cam kết thỏa thuận như thế nào thì phải tận tâm thực hiện như thế. Điều 283 Bộ luật Dân sự năm 2005 thể hiện rõ nguyên tắc thực hiện nghĩa vụ dân sự: các bên phải thực hiện nghĩa vụ của mình một cách trung thực, theo tinh thần hợp tác, đúng cam kết... Bộ luật Dân sự năm 2015 tiếp tục ghi nhận nguyên tắc này tại Khoản 3 Điều 3. Trong pháp luật hợp đồng của các nước thuộc hệ thống Common Law, nguyên tắc trung thực thiện chí được ghi nhận trong các quy định về *good faith*.

⁷ Xem Khoản 2, Khoản 3 Điều 3, Bộ luật Dân sự năm 2015

⁸ Nguyễn Bình Minh, Hà Công Anh Bảo, *Nghĩa vụ cung cấp thông tin trong giai đoạn tiền hợp đồng – Pháp luật Việt Nam và một số nước trên thế giới*, Tạp chí Kinh tế đối ngoại, 2016, số 86

⁹ Restatement (Second) of Contract §205. *Duty of Good Faith and Fair Dealing* Every contract imposes upon each party a duty of good faith and fair dealing in its performance and its enforcement

¹⁰ French Civil Code 2016, bản đầy đủ đăng tải tại https://www.trans-lex.org/601101/french-civil-code-2016/#head_1, truy cập 12/6/2020

¹¹ Contract Law of The People's Republic of China, bản đầy đủ đăng tải tại <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/cn/cn137en.pdf>, truy cập 12/6/2020

¹² German Civil Code (BGB), bản đầy đủ đăng tải tại https://www.gesetze-im-internet.de/englisch_bgb/, truy cập 12/6/2020

¹³ MN Shaw, *International Law*, 6th ed. (Cambridge University Press 2008), p.904

¹⁴ Điều 26 của Công ước Viên về Luật Điều ước quốc tế năm 1969 ghi nhận lại nguyên tắc này như sau: “Mỗi điều ước quốc tế đang có hiệu lực đều ràng buộc các bên thành viên của điều ước đó và phải được các bên thực thi một cách thiện chí”

Xuất phát từ nguyên tắc trung thực thiện chí trong hợp đồng, học thuyết pháp lý về trách nhiệm của các bên trong giai đoạn tiền hợp đồng (*Culpa in Contrahendo*) đã ra đời và được khởi xướng bởi luật sư người Đức Rudolph Von Jhering trong bài viết được công bố năm 1861 của ông "*Culpa in contrahendo, oder Schadensersatz bei nichtigen oder nicht zur Perfektion gelangten Verträgen*"¹⁵. Theo đó một bên sẽ phải chịu trách nhiệm của mình kể cả trong giai đoạn đàm phán hợp đồng, các thiệt hại nên được bồi thường thỏa đáng bởi bên thiếu thiện chí giao kết trong quá trình đàm phán hợp đồng¹⁶. Trái với hệ thống luật Anh- Mỹ, trách nhiệm tiền hợp đồng được áp dụng tại nhiều nước trên thế giới, đặc biệt là các quốc gia theo hệ thống luật Châu Âu lục địa.

Nội dung đặc biệt quan trọng đối với trách nhiệm của các bên trong giai đoạn tiền hợp đồng đã được Jhering đặt ra đó là nghĩa vụ cung cấp thông tin trong quá trình đàm phán và đồng thời với nó là nghĩa vụ bảo mật thông tin. Điều 387 Bộ luật Dân sự năm 2015 hiện hành hoàn toàn phù hợp với nội dung của học thuyết *Culpa in Contrahendo* và đồng thời cũng thể hiện được đúng nguyên tắc trung thực và thiện chí trong giai đoạn tiền hợp đồng. Nghĩa vụ cung cấp thông tin ảnh hưởng đến việc chấp nhận giao kết hợp đồng¹⁷ chính là sự biểu hiện rõ rệt của sự trung thực, đồng thời với nó trách nhiệm bảo mật thông tin và không được sử dụng thông tin đó cho mục đích riêng của mình hoặc cho mục đích trái pháp luật khác¹⁸ chính là biểu hiện cao độ của sự thiện chí.

2.2 Lý thuyết bất cân xứng thông tin (*asymmetric information*)

Lý thuyết bàn tay vô hình đưa ra giả định rằng trong một thị trường, người mua và người bán có đầy đủ thông tin về sản phẩm mà họ giao dịch với nhau, tuy nhiên điều đó hầu như không bao giờ đạt được trên thực tế. Người mua thường ít biết hết các thông tin về món hàng mà mình sắp mua hơn so với người bán. Hiện tượng một hay nhiều người tham gia thị trường không có đầy đủ thông tin để ra quyết định như vậy được gọi là sự bất cân xứng thông tin (*asymmetric information*), hay thông tin không hoàn hảo (*imperfect information*).

Lý thuyết bất cân xứng thông tin (*asymmetric information*) lần đầu tiên được nhắc tới và bình luận bởi Akerlof trong một bài báo đăng tải vào năm 1970 với tựa đề: "*The Market for 'Lemons': Quality Uncertainty and the Market Mechanism*"¹⁹. Lý thuyết này tiếp tục được hoàn thiện bởi 3 nhà kinh tế George Akerlof, Michael Spence và Joseph Stiglitz đoạt giải Nobel kinh tế năm 2001.

Sự bất cân xứng thông tin mang lại hai hậu quả to lớn đối với nền kinh tế, khiến cho thị trường không đạt được trạng thái hiệu quả tối ưu²⁰, do hàng hóa có thể được cung cấp dưới mức hiệu quả hoặc trên mức hiệu quả của xã hội²¹. Ví dụ khi người mua không có những thông tin xác thực, đầy đủ và kịp thời nên trả giá thấp hơn giá trị đích thực của hàng hóa, hậu quả là người

¹⁵ Bài viết được đăng tải lần đầu tại *Jahrbücher für die Dogmatik des heutigen römischen und deutschen Privatrechts* (1861) do C. F. von Gerber u. R. Jhering biên soạn, tái bản năm 1891

¹⁶ Friedrich Kessler, Edith Fine, *Culpa in contrahendo, bargaining in good faith, and freedom of contract: a comparative study*, Harvard Law Review, Volume 77, 1964, p.401-449

¹⁷ Xem khoản 1 Điều 387 Bộ luật Dân sự năm 2015

¹⁸ Xem khoản 2 Điều 387 Bộ luật Dân sự năm 2015

¹⁹ George A. Akerlof, *The Market for 'Lemons': Quality Uncertainty and the Market Mechanism*, The Quarterly Journal of Economics, Vol. 84, No. 3, 1970, p.488-500

²⁰ Chương trình giảng dạy kinh tế Fulbright niên khóa 2010-2012, Thông tin bất cân xứng, đăng tải tại <https://fspmm.fulbright.edu.vn/cache/MPP03-502-LN05V-2012-02-10-10015762.pdf>, truy cập 14/6/2020

²¹ George A. Akerlof, tidd

bán không có động lực để sản xuất hoặc sẽ cung cấp những hàng hóa có chất lượng thấp hơn chất lượng trung bình trên thị trường.

Bất cân xứng thông tin này sẽ tạo ra hai loại hành vi của các chủ thể trong giao dịch: (i) Lựa chọn nghịch, hay còn gọi là lựa chọn bất lợi (*adverse selection*), (ii) Tâm lý ỷ lại hay còn gọi là rủi ro đạo đức (*moral hazard*).

Lựa chọn nghịch/ lựa chọn bất lợi (*adverse selection*) là một tình trạng kinh tế có thể nảy sinh do kết quả của việc thông tin bị che đậy. Sự lựa chọn này xảy ra trong quá trình đàm phán, trước khi hợp đồng được giao kết. Nếu trong điều kiện thông tin đối xứng, các bên trong giao dịch nắm được lượng thông tin ngang nhau về đối tượng của giao dịch thì các chủ thể có thể tìm được thứ có giá trị tương xứng với chi phí mà họ phải bỏ ra. Nhưng trong nền kinh tế cạnh tranh không hoàn hảo, thông tin bất đối xứng thì kết quả lại hoàn toàn ngược lại. Bên không có lợi về thông tin phải gánh chịu nhiều rủi ro hơn khi người có ưu thế về thông tin có thể che giấu hoặc cung cấp những thông tin không trung thực về sản phẩm được giao dịch cho bên kém ưu thế thông tin. Kết quả là, bên kém ưu thế về thông tin có thể đồng ý với các giao dịch dựa trên sự thiếu hụt thông tin hoặc những thông tin không trung thực này và nhận được thứ không như mình mong muốn. Hoặc thậm chí vì không có thông tin chính xác nên có thể họ đã không đi đến giao kết hợp đồng mặc dù sản phẩm người mua tiếp cận được hoàn toàn phù hợp với những mong muốn của họ. Sự lựa chọn nghịch này khiến cho thị trường không đạt được trạng thái Hiệu quả tối ưu Pareto khi sản phẩm không thể được phân bổ đến nơi có giá trị.

Tâm lý ỷ lại/ rủi ro đạo đức (*moral hazard*) được định nghĩa là nguy cơ mất mát, tổn thất tiềm ẩn trong thái độ tinh thần của các bên chủ thể, có thể xuất phát từ sự không trung thực, bất cẩn hoặc thậm chí là hành vi phá hoại của một bên gây ra²². Thuật ngữ này được các nhà cung cấp dịch vụ bảo hiểm Anh quốc đưa ra vào thế kỷ 18 và được sử dụng thường xuyên vào cuối thế kỷ 19 và đầu thế kỷ 20 trong hệ thống bảo hiểm ở Châu Âu và Hoa Kỳ²³. Rủi ro đạo đức nảy sinh khi bên có ưu thế thông tin hiểu được tình thế thông tin phi đối xứng giữa các bên giao dịch và tự nhiên hình thành động cơ hành động theo hướng làm lợi cho bản thân bất kể hành động đó có thể làm hại cho bên kém ưu thế thông tin²⁴. Hành vi tha hóa theo hướng như thế của bên có ưu thế thông tin được bên kém ưu thế thông tin cho là không đúng đắn, là một thứ nguy hiểm, rủi ro cho mình. Nó còn là hình thức cơ hội chủ nghĩa sau hợp đồng, phát sinh do các hành động có tác động đến hiệu quả nhưng lại không dễ dàng quan sát được và vì thế những người thực hiện các hành động này có thể chọn theo đuổi những lợi ích cá nhân của mình trên cơ sở gây tổn hại cho người khác²⁵.

Như vậy, một vấn đề cần phải được đặt ra là làm thế nào để hạn chế được những hành vi tiêu cực này – hậu quả của bất đối xứng về thông tin trong quan hệ hợp đồng. Trong các công trình của mình, Michael Spence²⁶ đã đưa ra một giải pháp là bên có nhiều thông tin hơn có thể phát tín hiệu (*signaling*)²⁷. Còn Joseph Stiglitz²⁸ đưa ra ý tưởng rằng bên thiếu thông tin có thể

²² Black's Law Dictionary (8th ed. 2004), p.2103

²³ Allard Dembe, Leslie I Boden, *Moral Hazard: A Question of Morality?*, *NEW SOLUTIONS A Journal of Environmental and Occupational Health Policy*, Vol. 10(3), 2000, p.257-279

²⁴ Allard Dembe, Leslie I Boden, *ltd*

²⁵ Chương trình giảng dạy kinh tế Fullbright niên khóa 2010-2012, *ltd*

²⁶ Michael Spence, một trong 3 nhà kinh tế đã đạt giải Nobel năm 2001 cho các nghiên cứu về bất cân xứng thông tin

²⁷ Michael Spence, *Job Market Signaling*, *Quarterly Journal of Economics*, Volume 87, Issue 3, 1973, p.355-374

sàng lọc (screening) để giảm bớt sự bất cân xứng thông tin của các giao dịch²⁹. Lúc này vai trò thuộc về Nhà nước cần tham gia can thiệp hay hỗ trợ khắc phục loại thất bại này của thị trường thông qua phát tín hiệu và sàng lọc bằng nhiều cách khác nhau. Có thể đó là việc cấp phép chứng nhận các doanh nghiệp, cơ sở cung cấp dịch vụ hợp pháp, có chất lượng sản phẩm đảm bảo. Nhà nước có thể thiết lập và duy trì hệ thống thanh tra, kiểm soát trong quá trình doanh nghiệp hoạt động, để đảm bảo rằng họ đang làm đúng với tiêu chuẩn đã được đăng ký³⁰. Đồng thời nhà nước có quyền yêu cầu bên có thông tin cung cấp thông tin riêng của họ cho thị trường, thông qua việc dán nhãn mác, bao bì, hay các tài liệu hướng dẫn sử dụng...³¹. Và nếu đó là những hợp đồng giữa các cá nhân đơn lẻ với nhau trên thị trường, không thuộc các lĩnh vực điều chỉnh chuyên biệt thì việc quy định nghĩa vụ cung cấp thông tin tại Bộ luật Dân sự là điều thực sự cần thiết.

Tóm lại nhà nước đóng một vai trò quan trọng, và có khả năng hạn chế hay giảm bớt sự bất cân xứng thông tin trên thị trường kinh doanh thông qua việc tạo ra một thể chế pháp lý hiệu quả trong đó có cơ chế về nghĩa vụ cung cấp thông tin của các bên trong quan hệ hợp đồng, tăng cường giám sát và từ đó khắc phục tình trạng thông tin bất cân xứng. Bên cạnh đó để hạn chế các rủi ro đạo đức từ sự bất cân xứng thông tin thì pháp luật cũng cần đặt ra các chế tài đối với bên có nhiều thông tin hơn khi họ thực hiện những hành vi có lợi cho mình mà gây hại cho người khác. Cơ chế trừng phạt này sẽ buộc các bên phải cân nhắc lợi ích của mình với các chế tài họ sẽ phải gánh chịu để từ đó có sự điều chỉnh hành vi phù hợp.

2.3 Lý thuyết chi phí giao dịch

Các yếu tố gây cản trở đối với quá trình trao đổi trong kinh tế có lẽ đã xuất hiện từ khi sự giao thương bắt đầu, tuy nhiên rất lâu sau đó các học giả kinh tế mới cho thấy rằng những trở ngại để trao đổi đó là một chi phí kinh tế³². Trong lý thuyết về trao đổi của mình, Carl Menger đã nhận ra rằng các giao dịch đòi hỏi sự hi sinh về kinh tế như mất thời gian, chi phí vận chuyển, chi phí liên lạc v.v..., tuy nhiên ông không phản ánh chúng là chi phí cơ hội³³. Vào cuối thế kỷ 19, thuật ngữ “Chi phí giao dịch” đã bắt đầu xuất hiện trên thị trường tài chính. Khái niệm khoa học về chi phí giao dịch được giới thiệu bởi Ronald H. Coase và sau đó được Oliver E. Williamson phổ biến, mở rộng³⁴.

Chi phí giao dịch đã được trình bày trong các tài liệu kinh tế theo nhiều cách khác nhau. Chi phí giao dịch có thể được hiểu là (1) những chi phí trực tiếp mà một tác nhân kinh tế phải chịu khi tham gia vào một giao dịch trên thị trường hoặc (2) chi phí được phát sinh khi một quyền sở hữu được xác lập và có nhu cầu phải được bảo vệ. Tuy nhiên, việc xác định định nghĩa nào phù hợp hơn chỉ có ý nghĩa khi phụ thuộc vào các vấn đề cần phân tích là gì³⁵. Để phân tích trong bối cảnh quan hệ hợp đồng, thích hợp hơn cả là sử dụng khái niệm chi phí giao dịch là các chi phí

²⁸ Joseph Stiglitz, một trong 3 nhà kinh tế đã đạt giải Nobel năm 2001 cho các nghiên cứu về bất cân xứng thông tin

²⁹ Joseph E. Stiglitz, *The Theory of "Screening," Education, and the Distribution of Income*, The American Economic Review, Vol. 65, No. 3, 1975, p.283-300

³⁰ Chương trình giảng dạy kinh tế Fullbright niên khóa 2010-2012, tldd

³¹ Hiện nay pháp luật Việt Nam đã có những quy định cụ thể về nhãn hàng hóa, Nghị định 43/2017/NĐ-CP Về nhãn hàng hóa ngày 14/4/2017

³² Tomasz Famulski, *Selected legal aspects of transaction costs*, Journal of Finance and Financial Law, vol. 1(13), 2017, p.22

³³ Tomasz Famulski, tldd, p.23

³⁴ Cả hai đã được trao giải Nobel Kinh tế về các nghiên cứu liên quan đến Chi phí giao dịch, Ronald Coase nhận giải vào năm 1991 và Oliver E. Williamson được trao giải vào năm 2009

³⁵ Douglas W. Allen (2000), *Transaction Costs*, in Boudewijn Bouckaert and Gerrit De Geest, eds, The Encyclopedia of Law and Economics, volume 1. Cheltenham, Edward Elgar, 2000, p.912-913

phát sinh khi một giao dịch được xác lập trên thị trường, theo đó chi phí giao dịch bao gồm cả các chi phí để hình thành và kiểm soát các hợp đồng³⁶.

Chi phí giao dịch luôn tồn tại như một lực cản đối với sự trao đổi lợi ích giữa các chủ thể và nhiệm vụ của các nhà kinh tế học cũng như luật học là phải tìm ra các phương cách để chi phí giao dịch là thấp nhất³⁷. Bởi lẽ chi phí giao dịch bao gồm thời gian và chi phí đàm phán, soạn thảo, thực thi các hợp đồng nên việc thiết kế các quy phạm pháp luật để có thể giúp cho các bên tiết giảm được thời gian cũng như các chi phí này chính là phương cách để giảm chi phí giao dịch. Nếu pháp luật không đặt ra nghĩa vụ cung cấp thông tin giữa các bên trong quan hệ hợp đồng thì ắt hẳn sẽ các bên sẽ phải mất một khoảng thời gian và kinh phí nhất định để tìm kiếm những thông tin này, khiến cho chi phí giao dịch trong hợp đồng tăng cao. Chưa kể, hành vi của mỗi người luôn vốn dĩ là để tìm kiếm những lợi ích cho chính mình, điều này xuất phát từ tính vị kỷ của mỗi cá nhân, như nhà triết học Thomas Hobbes đã nói: mỗi hành vi mà chúng ta thực hiện dù có vẻ ngoài là tử tế hoặc vị tha thì thực ra cũng là nhằm mục đích vị lợi³⁸. Trong kinh doanh, chi phí giao dịch sẽ gia tăng khi đối tác có những hành động cơ hội, thu lợi cá nhân từ chi phí của người khác. Việc cung cấp thông tin sai lệch hoặc chỉ tiết lộ thông tin một cách hạn chế là những hành vi cơ hội và gây ra chi phí giao dịch lớn dẫn tới cản trở thị trường vận hành hiệu quả³⁹.

Vì thế, để giảm thiểu chi phí giao dịch - yếu tố then chốt giúp thị trường vận hành một cách hiệu quả, việc pháp luật đặt ra nghĩa vụ cung cấp thông tin trong quan hệ hợp đồng là vô cùng cần thiết. Điều này giúp cho các bên tiết giảm được thời gian và kinh phí, đồng thời những quy định này của pháp luật cũng giúp hạn chế được tính cơ hội trong hành vi của các chủ thể.

3. Loại thông tin cần cung cấp trong hợp đồng

Có thể khẳng định rằng thông tin có vai trò hết sức quan trọng, mang tính quyết định tới hiệu quả của hợp đồng và nghĩa vụ cung cấp thông tin đối với các bên trong quan hệ hợp đồng là vô cùng cần thiết. Pháp luật Việt Nam cũng như pháp luật của nhiều quốc gia trên thế giới đã quy định các bên có nghĩa vụ cung cấp cho nhau những thông tin ảnh hưởng đến việc chấp nhận giao kết hợp đồng của bên kia. Tuy nhiên có nên đặt ra nghĩa vụ này đối với tất cả các loại thông tin mà các bên có được hay không (bao gồm cả thông tin về sản phẩm và thông tin về thị trường), cho dù đó đều là những thông tin ảnh hưởng đến việc chấp nhận giao kết hợp đồng của các bên?

Liệu người bán có nghĩa vụ phải cung cấp cho người mua những thông tin liên quan đến tình trạng mỗi một của căn nhà đang là đối tượng của hợp đồng mua bán không? Vào năm 1942, tòa án Tối cao Massachusetts đã đưa ra phán quyết người bán không có nghĩa vụ phải cung cấp thông tin về tình trạng mỗi một của căn nhà cho người mua với lập luận người bán không có nghĩa vụ tiết lộ những khiếm khuyết không hiển hiện một cách rõ ràng, dễ dàng nhận biết về đối tượng của hợp đồng và làm giảm giá trị của hợp đồng⁴⁰. Tuy nhiên sau đó, với tình huống tương tự thì Tòa án tối cao Washington cho rằng nghĩa vụ cung cấp thông tin về tình trạng mỗi một của căn nhà thuộc về bên bán⁴¹ cho dù bên mua không đặt ra câu hỏi nào liên quan đến tình trạng mỗi một này. Rõ ràng khi người bán biết về tình trạng khiếm khuyết này của ngôi nhà trong khi người

³⁶ Douglas W. Allen, *lđđ*, p.906

³⁷ Dương Anh Sơn, Hoàng Vĩnh Long, *lđđ*

³⁸ Thomas Hobbes, *Leviathan or the matter forme and power of a commonwealth ecclesiastical and civil*, Chapter XVI Of person, Authors, and things personated.

Xem: <https://quod.lib.umich.edu/e/eebo/A43998.0001.001/1:8.16?rgn=div2;view=fulltext>.

³⁹ Dương Anh Sơn, Hoàng Vĩnh Long, *lđđ*

⁴⁰ *Swinton v. Whitinsville Sav. Bank*, 311 Mass. 677, 42 N.E.2d 808 (1942)

⁴¹ *Obde v. Schlemeyer*, 56 Wash. 2d 449, 353 P.2d 672 (1960)

mua không có khả năng biết được thông tin này thì bên bán là bên có khả năng tốt nhất có thể giúp cho bên mua tránh được một sự nhầm lẫn về tình trạng của căn nhà. Mặt khác, đứng trên góc độ kinh tế cũng có thể phản biện rằng nghĩa vụ này chỉ nên đặt ra với người bán khi họ không phải bỏ ra chi phí để có được thông tin về mỗi một trong căn nhà bởi lẽ nếu nghĩa vụ cung cấp thông tin thuộc về họ thì người bán khó lòng chịu bỏ ra những chi phí cần thiết để có được thông tin và điều này ảnh hưởng đến khả năng các bên có được những thông tin xác thực liên quan đến đối tượng của hợp đồng, yêu cầu này cũng sẽ làm hạn chế về tình trạng chủ động thu thập thông tin của các bên trong hợp đồng⁴². Tuy nhiên, việc kiểm tra các khiếm khuyết của tài sản mà mình sở hữu cũng thường được chủ sở hữu thực hiện dù luật có đặt ra nghĩa vụ cung cấp thông tin đó của người bán hay không và trong nhiều trường hợp chủ sở hữu không cần đầu tư chi phí cũng sẽ phát hiện được những khiếm khuyết này thông qua quá trình sử dụng. Thêm vào đó, đứng trên góc độ đạo đức có thể nói rằng việc người bán không cung cấp các thông tin về mỗi một của căn nhà cho người mua là một hành vi đi trái với các nguyên tắc về đạo đức trong quan hệ hợp đồng. Khi đó là những khiếm khuyết nghiêm trọng có khả năng ảnh hưởng xấu đến hiệu quả sử dụng, khai thác giá trị của sản phẩm thì nghĩa vụ đặt ra cho người bán là phải cung cấp thông tin trung thực cho người mua, và việc che giấu những thông tin này trong một số trường hợp có thể được xem là hành vi lừa dối của người bán.

Ở một tình huống khác, liệu người mua có phải cung cấp thông tin cho người bán không khi người mua phát hiện ra một cây đàn quý có giá 10.000 đô la trong một tiệm đồ cũ hiện chỉ đang được bán với giá 150 đô la hay một quyển sách hiếm có giá 100 đô la trong một tiệm sách cũ đồng giá 1 đô la. Có thể thấy rằng đây rõ ràng là thông tin có khả năng ảnh hưởng đến việc giao kết hợp đồng đối với các bên. Khi bên bán biết được về giá trị thật của những sản phẩm này thì chắc chắn việc giao kết hợp đồng với người mua ở mức giá trên sẽ không bao giờ được diễn ra. Nếu nghĩa vụ cung cấp thông tin được đặt ra trong trường hợp này sẽ làm ngăn cản quá trình phân bổ sản phẩm về nơi có giá trị cao hơn bởi lẽ nếu chiếc đàn và quyển sách quý này được phát hiện thì nó sẽ có thể phục vụ cho một mục đích xã hội khác có giá trị hơn ví dụ được sử dụng bởi những nghệ sĩ hòa nhạc danh tiếng, có mặt trong những bộ sưu tập cao quý của các trường đại học, hoặc thậm chí là được trả giá cao hơn bởi những người săn lùng đồ cổ... thay vì bị phủ một lớp bụi dày ở những tiệm đồ cũ. Và rõ ràng người mua đã phải bỏ ra những chi phí nhất định mới có thể có được những kiến thức để phát hiện các sản phẩm quý này. So với người bán là chủ sở hữu nhưng lại không đánh giá hoặc không có khả năng đánh giá đúng giá trị của sản phẩm thì rõ ràng người mua cần được hưởng lợi từ những thông tin mà chính họ mới có khả năng có được này. Đồng thời nếu nghĩa vụ cung cấp thông tin được đặt ra trong trường hợp này cũng sẽ làm giảm sự khuyến khích đối với chủ sở hữu trong quá trình họ phải chủ động tìm kiếm thông tin chính xác về sản phẩm của mình, người mua cũng sẽ không còn có động lực để tìm kiếm các sản phẩm có giá trị và thêm vào đó nó sẽ làm tăng khả năng tồn tại nhiều phân bổ sai đối với những nguồn lực khan hiếm trong xã hội⁴³.

Ví dụ liên quan đến thị trường mà chúng ta vẫn thường thấy là người mua có thông tin chính xác liên quan đến việc sắp tới sẽ có một con đường lớn được mở trước nhà của người bán. Liệu người mua có nghĩa vụ phải cung cấp thông tin này hay không khi đây là thông tin mang tính quyết định đến việc giao kết hợp đồng. Nếu biết được về việc mở đường thì người bán chắc

⁴² Anthony T. Kronman, *Mistake, Disclosure, Information, And the Law of Contracts*, 7 *Journal of Legal Studies* 1, 1978

⁴³ Anthony T. Kronman, *id*

chấn sẽ không vội vàng bán nhà cho người mua. Quan điểm của người viết cho rằng không nên đặt ra nghĩa vụ cung cấp thông tin đối với các bên khi đây là những thông tin liên quan đến thị trường. Bởi lẽ:

Thứ nhất, phải khẳng định dù người mua có bỏ ra chi phí để có được thông tin hay vô tình có được nó thì thông tin đó cũng nên được coi là tài sản của bên có thông tin và họ phải có quyền sở hữu đối với tài sản của mình. Nhất là đối với trường hợp họ đã phải bỏ ra chi phí để có được thông tin thì một cách hiệu quả để đảm bảo rằng một cá nhân sẽ được hưởng lợi từ việc sở hữu thông tin là trao cho họ quyền tài sản với chính thông tin đó để loại trừ việc người khác có thể sử dụng và hưởng lợi từ chính thông tin này⁴⁴. Một nghĩa vụ tiết lộ thông tin trong trường hợp này tương đương với yêu cầu chia sẻ lợi ích từ thông tin và đi ngược lại với những lợi ích mà quyền sở hữu mang lại cho họ.

Thứ hai, việc không tiết lộ thông tin của người mua trong trường hợp này có thể nói không làm giảm sút đi lợi ích của người bán, người bán cũng đã đạt được giá trị lợi ích như họ mong muốn tại thời điểm giao kết hợp đồng (có chăng giá trị lợi ích này không cao bằng giá trị như khi người bán có được thông tin và chờ đợi việc mở đường xảy ra mà thôi). Điều này khác hoàn toàn với nghĩa vụ cung cấp thông tin của người bán đối với tình trạng môi trường đã được phân tích ở trên bởi lẽ đó là những khiếm khuyết nghiêm trọng của tài sản và nó ảnh hưởng đến khả năng sử dụng tài sản, ảnh hưởng tới lợi ích của người mua. Và nếu để người bán được hưởng lợi trong trường hợp này có vẻ không phù hợp bởi lẽ người bán đã làm gì để xứng đáng với khoản lợi đó khi thông tin về thị trường có được bởi người mua.

Thứ ba, xét về lợi ích chung của xã hội, nếu nghĩa vụ tiết lộ những thông tin về thị trường này được đặt ra thì nó sẽ làm giảm đi chủ đích tìm kiếm thông tin của các bên. Đặc biệt nếu đó là loại thông tin mà các bên phải bỏ ra chi phí để có được rồi sau đó phải tiết lộ nó cho bên còn lại thì chắc chắn nỗ lực tìm kiếm và thu thập thông tin như vậy của các bên trong tương lai sẽ không còn được diễn ra. Và khi thông tin không còn là thứ khiến các bên mong muốn kiếm tìm thì dường như yếu tố thị trường đã giảm đi rất nhiều tính thú vị và hấp dẫn của nó. Điều này ảnh hưởng rất lớn đến sự phát triển kinh tế xã hội.

Như vậy, trong kinh doanh, vai trò của thông tin là rất to lớn, việc pháp luật đặt ra nghĩa vụ cung cấp thông tin đối với các bên là rất cần thiết. Tuy nhiên nghĩa vụ này chỉ nên đặt ra với những thông tin về sản phẩm, đặc biệt là những khiếm khuyết, làm giảm giá trị sử dụng của tài sản mà không nên đặt ra với những thông tin liên quan đến yếu tố thị trường và những thông tin khiến cho tài sản được sử dụng một cách hiệu quả hơn, đồng thời khiến nó được phân bổ đến nơi có giá trị cao hơn.

⁴⁴ Harold Demsetz, *Towards a Theory of Property Rights*, The American Economic Review, Volume 57, 1967, p.347-359

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Chương tình giảng dạy kinh tế Fullbright niên khóa 2010-2012, Thông tin bất cân xứng, [trans: *Fulbright Economics Teaching Program Academic Year 2010-2012, Asymmetric information*] Retrieved from <https://fsppm.fulbright.edu.vn/cache/MPP03-502-LN05V-2012-02-10-10015762.pdf>
2. Đỗ Văn Đại, *Luật hợp đồng Việt Nam. Bản án và bình luận bản án*, Tập 1, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội 2011 [trans: Do Van Dai, *Vietnamese contracts Law - Judgment and comment*, Volume 1, Publishing House. National Politics, Hanoi, 2010]
3. Nguyễn Bình Minh, Hà Công Anh Bảo, *Nghĩa vụ cung cấp thông tin trong giai đoạn tiền hợp đồng – Pháp luật Việt Nam và một số nước trên thế giới*, Tạp chí Kinh tế đối ngoại, số 86/2016 [trans: Nguyen Binh Minh, Ha Cong Anh Bao, *Obligation to provide information in pre-contract - Law of Vietnam and some countries in the world*, External Economics Review, No.86/2016]
4. Dương Anh Sơn, Hoàng Vĩnh Long, *Thử bàn về bản chất của hợp đồng từ góc độ kinh tế học*, Tạp chí Nhà nước và Pháp luật, số 2/2013 [trans: Duong Anh Son, Hoang Vinh Long, *Discuss the nature of the contract from an economic perspective*, The Journal of State and Law, No.2/2013]
5. Allard Dembe, Leslie I Boden, *Moral Hazard: A Question of Morality?*, New Solutions A Journal of Environmental and Occupational Health Policy, Vol. 10(3), 2000
6. Anthony T. Kronman, *Mistake, Disclosure, Information, And the Law of Contracts*, 7 Journal of Legal Studies 1, 1978
7. Doney, P.M. and Cannon, J.P, *An examination of the nature of trust in buyer-seller relationships*, Journal of Marketing, Vol. 61 No. 2, 1997
8. Douglas W. Allen (2000), *Transaction Costs*, in Boudewijn Bouckaert and Gerrit De Geest, eds, *The Encyclopedia of Law and Economics*, volume 1. Cheltenham, Edward Elgar, 2000
9. Friedrich Kessler, Edith Fine, *Culpa in contrahendo, bargaining in good faith, and freedom of contract: a comparative study*, Harvard Law Review, Volume 77, 1964, tr.401-449
10. George A. Akerlof, *The Market for 'Lemons': Quality Uncertainty and the Market Mechanism*, The Quarterly Journal of Economics, Vol. 84, No. 3, 1970
11. Harold Demsetz, *Towards a Theory of Property Rights*, The American Economic Review, Volume 57, 1967
12. Selnes, F, *Antecedents and consequences of trust and satisfaction in buyer-seller relationships*, European Journal of Marketing, Vol. 32 Nos 3/4, 1998
13. Stephanie Eckerd, James A. Hill, *The buyer-supplier social contract: information sharing as a deterrent to unethical behaviors*, International Journal of Operations & Production Management, 32(2), 2012
14. Swinton v. Whitinsville Sav. Bank, 311 Mass. 677, 42 N.E.2d 808 (1942)
Obde v. Schlemeyer, 56 Wash. 2d 449, 353 P.2d 672 (1960)
15. Tomasz Famulski, *Selected legal aspects of transaction costs*, Journal of Finance and Financial Law, vol. 1(13), 2017