

# NHẬN DIỆN HÀNH VI LẠM DỤNG VỊ TRÍ THỐNG LĨNH, VỊ TRÍ ĐỘC QUYỀN THEO PHÁP LUẬT HIỆN HÀNH Ở VIỆT NAM

ThS. ĐOÀN TRUNG KIÊN \*

Hiện nay, hầu hết pháp luật cạnh tranh của các quốc gia trên thế giới đều quy định hành vi lạm dụng vị trí thống lĩnh, vị trí độc quyền để bảo vệ thị trường, bảo vệ sự vận hành bình thường của quy luật cạnh tranh. Tuy nhiên, dấu hiệu xác định vị trí thống lĩnh, vị trí độc quyền cũng như quy định các hành vi bị cấm lạm dụng vị trí này thì còn nhiều vấn đề cần phải xem xét cả về lý luận và thực tiễn. Đặc biệt trong bối cảnh Luật cạnh tranh của chúng ta vừa mới có hiệu lực từ ngày 1/7/2005 thì việc tìm hiểu và nghiên cứu các vấn đề này càng có ý nghĩa cấp thiết.

Trong khuôn khổ bài viết này, chúng tôi không đi vào tìm hiểu tất cả các vấn đề liên quan đến vị trí thống lĩnh, vị trí độc quyền cũng như cơ chế kiểm soát các hành vi lạm dụng vị trí thống lĩnh, vị trí độc quyền mà chỉ tập trung vào việc nhận diện chúng với hai vấn đề cơ bản sau: 1) Khái niệm và cách thức xác định vị trí thống lĩnh, vị trí độc quyền; 2) Hành vi lạm dụng vị trí thống lĩnh, vị trí độc quyền.

## II. KHÁI NIỆM VÀ CÁCH THỨC XÁC ĐỊNH VỊ TRÍ THỐNG LĨNH, VỊ TRÍ ĐỘC QUYỀN

### 1. Theo luật cạnh tranh của một số nước trên thế giới

Hiện nay, hầu hết các quốc gia có nền kinh tế thị trường đều đã có luật cạnh tranh. Một trong những vấn đề trung tâm mà luật

cạnh tranh của các nước đều có quy định đó là vấn đề lạm dụng vị trí thống lĩnh, vị trí độc quyền (nhóm hành vi gây hạn chế cạnh tranh). Để xác định các hành vi lạm dụng vị trí thống lĩnh, vị trí độc quyền cũng như cách thức kiểm soát các hành vi lạm dụng này, luật cạnh tranh của các nước đều xây dựng khái niệm vị trí thống lĩnh và vị trí độc quyền.

Theo quan niệm phổ biến được luật cạnh tranh của các nước ghi nhận thì: “*Vị trí thống lĩnh được hiểu là khả năng kiểm soát thực tế hoặc tiềm năng đối với thị trường liên quan của một loại hoặc một nhóm hàng hoá, dịch vụ của một hoặc một nhóm doanh nghiệp*”.<sup>(1)</sup> Với cách hiểu như vậy thì vị trí thống lĩnh không chỉ được xem xét dưới vị trí của một doanh nghiệp mà còn có thể là vị trí của một nhóm doanh nghiệp cùng hành động. Trong khi đó, “*vị trí độc quyền được hiểu là vị trí của một doanh nghiệp khi không còn đối thủ nào cạnh tranh với doanh nghiệp đó hoặc có sự cạnh tranh nhưng sự cạnh tranh đó rất yếu ớt và không đáng kể*”.<sup>(2)</sup> Nói cách khác, sự cạnh tranh trên thị trường liên quan của doanh nghiệp hầu như đã bị loại trừ cho nên việc xác định vị trí độc quyền tương đối dễ dàng nhưng trong trường

\* Giảng viên Khoa pháp luật kinh tế  
Trường Đại học Luật Hà Nội

hợp chưa đạt được vị trí độc quyền thì việc xác định vị trí thống lĩnh là khá phức tạp. Vì vị trí thống lĩnh chỉ cho thấy sức mạnh kinh tế vượt trội của doanh nghiệp hoặc một nhóm doanh nghiệp so với các đối thủ cạnh tranh khác trên thị trường liên quan đối với một hoặc một nhóm hàng hoá, dịch vụ cụ thể. Như vậy, cho dù doanh nghiệp hay nhóm doanh nghiệp đã có vị trí thống lĩnh thị trường thì trên thị trường vẫn có sự cạnh tranh từ các đối thủ yếu hơn. Điều đó có nghĩa là sự cạnh tranh trên thị trường liên quan vẫn tồn tại. Mặc dù có những nét đặc trưng giữa vị trí thống lĩnh và vị trí độc quyền như vậy song không có nghĩa là chúng hoàn toàn khác biệt mà thực chất vị trí độc quyền chỉ là một dạng đặc thù của vị trí thống lĩnh. Đỉnh cao nhất của vị trí thống lĩnh chính là độc quyền. Cho nên vấn đề mấu chốt và khó khăn hơn là việc xem xét các yếu tố xác định vị trí thống lĩnh.

Hiện nay, luật cạnh tranh của các nước không có công thức chung để xác định các yếu tố này, thậm chí ngay trong một quốc gia thì việc xác định vị trí thống lĩnh của một doanh nghiệp hay một nhóm doanh nghiệp nào đó còn phụ thuộc vào từng trường hợp cụ thể. Tuy nhiên, luật cạnh tranh của đa số các nước thường sử dụng phổ biến các yếu tố sau đây để xác định vị trí thống lĩnh của một doanh nghiệp hay một nhóm doanh nghiệp:

- Thứ nhất, yếu tố thị phần mà doanh nghiệp nắm giữ.

Luật cạnh tranh của các nước đều lấy thị phần là yếu tố đầu tiên để xác định một doanh nghiệp nào đó đã đạt đến vị trí thống lĩnh thị trường hay chưa và có thể coi thị

phần là yếu tố quan trọng hàng đầu. Tuy nhiên, mức thị phần cụ thể mà doanh nghiệp nắm giữ lại có sự xác định khác nhau giữa các nước. Chẳng hạn, theo Luật bảo vệ cạnh tranh của Croatia, Luật bảo vệ cạnh tranh thương mại của Cộng hoà Séc thì doanh nghiệp được xem là có vị trí thống lĩnh trên thị trường nếu thị phần của doanh nghiệp đó vượt quá 30%, Luật bảo vệ cạnh tranh của Bungari quy định là 35%; Luật chống hành vi độc quyền của Ba Lan là 40%; Luật cạnh tranh lành mạnh và những quy định về độc quyền của Hàn Quốc, Luật chống độc quyền tư nhân và duy trì cạnh tranh của Nhật Bản, Luật chống cạnh tranh không lành mạnh của Mông Cổ; Luật bảo vệ cạnh tranh kinh tế của Ucraina là 50%;<sup>(3)</sup> Luật cạnh tranh của Pháp là 80% và Luật cạnh tranh của Liên minh châu Âu là 40%<sup>(4)</sup>... Nếu là nhóm doanh nghiệp có vị trí thống lĩnh thị trường thì Luật bảo vệ cạnh tranh của Croatia xác định mức thị phần là 50% đối với hai doanh nghiệp; 60% đối với ba doanh nghiệp và 75% đối với bốn doanh nghiệp; Luật cạnh tranh lành mạnh và những quy định về độc quyền của Hàn Quốc là 75% đối với ba doanh nghiệp<sup>(5)</sup>...

Tuy nhiên, trong nhiều trường hợp, nếu chỉ dựa vào yếu tố thị phần để kết luận một doanh nghiệp nào đó đã đạt đến vị trí thống lĩnh hay chưa thì chưa hẳn đã chuẩn xác mà để xác định một cách chính xác vị trí thống lĩnh của doanh nghiệp hay nhóm doanh nghiệp còn phải dựa vào nhiều yếu tố khác như doanh thu hàng năm, năng lực hay sức mạnh tài chính, quy mô nhân sự, mạng lưới phân phối và tiêu thụ hàng hoá, dịch vụ, khả năng gia nhập thị trường của các đối thủ tiềm

năng... Ngoài ra, nó còn được căn cứ vào khả năng của doanh nghiệp trong việc tăng (hoặc giảm) giá trên (hoặc dưới) mức cạnh tranh trên thị trường trong một giai đoạn nhất định<sup>(6)</sup>...

- Thứ hai, phải xác định yếu tố thị trường liên quan.

Bên cạnh các yếu tố vừa phân tích ở trên thì còn một yếu tố nữa mà luật cạnh tranh của các nước không thể không đề cập khi xác định vị trí thống lĩnh của doanh nghiệp hoặc nhóm doanh nghiệp. Đó là việc xác định yếu tố thị trường liên quan vì yếu tố thị phần và các yếu tố khác chỉ xác định được khi xem xét chúng trong mối quan hệ với thị trường liên quan. Bởi cạnh tranh chỉ tồn tại trên thị trường liên quan nên khi xử lý các vụ việc về cạnh tranh trong đó có việc xác định vị trí thống lĩnh thị trường thì công việc đầu tiên mà cơ quan có thẩm quyền xử lý cần phải tiến hành là xác định được thị trường liên quan. Tuy nhiên, việc xác định thị trường liên quan là vấn đề không đơn giản. Theo Luật mẫu về cạnh tranh của Tổ chức thương mại và phát triển của Liên hợp quốc thì thị trường liên quan dùng để chỉ những điều kiện chung theo đó người bán và người mua trao đổi hàng hoá và cũng có nghĩa chỉ ra phạm vi về mặt không gian để xác định những nhóm người bán và người mua hàng hoá trong đó cạnh tranh có thể bị hạn chế. Những điều kiện chung này yêu cầu việc chỉ ra những ngành hàng và khu vực địa lý trong đó những nhóm nhất định về hàng hoá, người bán và người mua tác động lẫn nhau để xác định giá cả và sản lượng. Những điều kiện chung này cũng bao gồm mọi sản phẩm, dịch vụ có thể thay thế cho nhau một

cách hợp lý và bao gồm tất cả các nhà cạnh tranh trong phạm vi gần, trong đó người tiêu dùng có thể, trong ngắn hạn, lựa chọn nếu việc hạn chế hoặc lạm dụng làm gia tăng một cách đáng kể.

Như vậy, muốn xác định thị trường liên quan thì cần phải xác định những hàng hoá, dịch vụ cụ thể hay dòng hàng được sản xuất hay dịch vụ được cung cấp bởi một hay nhiều doanh nghiệp trong một khu vực địa lý nhất định. Điều đó có nghĩa là phải xác định được thị trường sản phẩm liên quan và thị trường địa lý liên quan. Theo đó thị trường sản phẩm liên quan là thị trường của hàng hoá, dịch vụ có khả năng thay thế cho nhau một cách hợp lý về đặc tính, hình dạng, mục đích sử dụng, giá cả... còn thị trường địa lý liên quan là một khu vực địa lý cụ thể có thể là một thành phố, một tỉnh, một miền, một quốc gia, một khu vực kinh tế, thậm chí là toàn cầu mà ở đó hàng hoá, dịch vụ có khả năng thay thế được cho nhau một cách hợp lý với các điều kiện cạnh tranh tương tự và khu vực địa lý này phải có sự khác biệt đáng kể với các khu vực lân cận khác như hàng rào kiểm soát thương mại, phương tiện phân phối, chi phí vận chuyển, ngôn ngữ...

Để xác định được mức thị phần và các yếu tố như trên, thông thường người ta tiến hành các cuộc điều tra hoặc buộc các doanh nghiệp phải thông báo với cơ quan có thẩm quyền về thị phần và các yếu tố có liên quan khác của doanh nghiệp.

## 2. Theo Luật cạnh tranh của Việt Nam

Trong quá trình xây dựng Luật cạnh tranh, đã có rất nhiều ý kiến khác nhau xung quanh quan niệm về thống lĩnh và độc quyền, cũng như việc xác định các hành vi

lạm dụng vị trí này. Tuy nhiên, sau khi nghiên cứu và tiếp thu có chọn lọc các quy định của pháp luật các nước về vấn đề này, Điều 11 Luật cạnh tranh quy định:

*"- Doanh nghiệp được coi là có vị trí thống lĩnh thị trường nếu có thị phần từ 30% trở lên trên thị trường liên quan hoặc có khả năng gây hạn chế cạnh tranh một cách đáng kể.*

*- Nhóm doanh nghiệp được coi là có vị trí thống lĩnh thị trường nếu cùng hành động nhằm gây hạn chế cạnh tranh và thuộc một trong các trường hợp sau đây:*

*a) Hai doanh nghiệp có tổng thị phần từ 50% trở lên trên thị trường liên quan;*

*b) Ba doanh nghiệp có tổng thị phần từ 65% trở lên trên thị trường liên quan;*

*c) Bốn doanh nghiệp có tổng thị phần từ 75% trở lên trên thị trường liên quan".*

Như vậy, để xác định vị trí thống lĩnh thị trường thì Luật cạnh tranh của Việt Nam chủ yếu dựa vào yếu tố thị phần mà doanh nghiệp đang nắm giữ trên thị trường liên quan. Nếu là một doanh nghiệp thì doanh nghiệp đó sẽ bị coi là có vị trí thống lĩnh khi: (1) Có thị phần từ 30% trở lên trên thị trường liên quan hoặc (2) Có khả năng gây hạn chế cạnh tranh một cách đáng kể (không cần đạt mức thị phần như trên). Nếu là một nhóm doanh nghiệp thì nhóm doanh nghiệp đó sẽ bị coi là có vị trí thống lĩnh khi thoả mãn cả hai dấu hiệu: (1) Cùng hành động nhằm gây hạn chế cạnh tranh và (2) Đạt mức thị phần kết hợp của các doanh nghiệp như Luật đã quy định.

Còn theo Điều 12 Luật cạnh tranh thì doanh nghiệp bị coi là có vị trí độc quyền trên thị trường liên quan nếu không có doanh nghiệp nào cạnh tranh về hàng hoá, dịch vụ

mà doanh nghiệp đó kinh doanh.

### III. HÀNH VI LẠM DỤNG VỊ TRÍ THỐNG LĨNH, VỊ TRÍ ĐỘC QUYỀN

Khi đã xác lập được vị trí thống lĩnh, vị trí độc quyền thì các doanh nghiệp lại luôn luôn có xu hướng lạm dụng vị thế đó để duy trì và nâng cao hơn nữa vị thế của mình trên thương trường, để thao túng thị trường, để bẻ hành động và thu lợi nhuận tối đa. Trong trường hợp như vậy, hành vi lạm dụng vị trí thống lĩnh thị trường, vị trí độc quyền đã vi phạm pháp luật cạnh tranh và cần phải bị xử lí. Tuy nhiên, để xử lí được thì trước hết phải thống nhất thế nào là hành vi lạm dụng vị trí thống lĩnh, vị trí độc quyền. Ở mức độ khái quát có thể hiểu: Lạm dụng vị trí thống lĩnh, vị trí độc quyền là hành vi của doanh nghiệp hoặc nhóm doanh nghiệp có vị trí thống lĩnh, vị trí độc quyền sử dụng bằng mọi cách, mọi thủ đoạn để loại bỏ sự cạnh tranh, loại bỏ và tiêu diệt các đối thủ cạnh tranh khỏi "rào cản" phát triển của mình, qua đó duy trì và nâng cao hơn nữa vị trí đó trên thương trường.

Luật cạnh tranh của các quốc gia trên thế giới bên cạnh đưa ra tiêu chí để xác định một doanh nghiệp nào đó có bị coi là có vị trí thống lĩnh, vị trí độc quyền hay không, còn quy định rất cụ thể các hành vi mà doanh nghiệp có vị trí thống lĩnh, vị trí độc quyền không được thực hiện.

Theo Luật mẫu về cạnh tranh của Tổ chức thương mại và phát triển Liên hợp quốc thì những hành vi sau đây bị coi là hành vi lạm dụng vị trí thống lĩnh, vị trí độc quyền:

- Hành vi ăn cướp với đối thủ cạnh tranh, như việc bán sản phẩm với giá dưới chi phí để loại bỏ đối thủ;

- Phân biệt đối xử (như đối xử khác nhau một cách không thoả đáng) trong việc định giá hay áp đặt các điều kiện chung cung cấp hoặc mua hàng hoá, dịch vụ, trong đó có những chính sách định giá trong giao dịch giữa các doanh nghiệp thành viên của một công ti với mức giá được mua hoặc bán thấp hoặc cao hơn so với mức giá áp dụng đối với các giao dịch tương tự với các doanh nghiệp bên ngoài;

- Ấn định mức giá mà tại đó hàng hoá đã bán có thể được bán lại, kể cả hàng hoá xuất khẩu và nhập khẩu;

- Hạn chế nhập những hàng hoá được cấp nhãn hiệu giống hệt hoặc tương tự như nhãn hiệu thương mại hợp pháp của nước ngoài nhưng có nhãn hiệu thương mại được bảo hộ cấp cho các hàng hoá giống hệt hoặc tương tự nước nhập khẩu nơi mà các nhãn hiệu thương mại này bị nghi ngờ là có xuất xứ giống nhau, tức là thuộc cùng một sở hữu hoặc những nhãn hiệu đó được sử dụng bởi những doanh nghiệp phụ thuộc lẫn nhau về kinh tế, về cơ cấu tổ chức, về hành chính hoặc pháp lí và mục đích của sự hạn chế này là duy trì các mức giá cao hơn một cách giả tạo;

- Khi không đạt được những mục tiêu kinh doanh chính đáng như chất lượng, độ an toàn, phân phối và cung cấp dịch vụ thì:

+ Từ chối từng phần hoặc toàn bộ việc tuân thủ những điều kiện thương mại thông thường của doanh nghiệp;

+ Làm cho việc cung cấp một số hàng hoá và dịch vụ phải phụ thuộc vào việc chấp thuận những hạn chế trong quá trình phân phối hoặc sản xuất những hàng hoá cạnh tranh hay những loại hàng hoá khác;

+ Áp đặt những biện pháp hạn chế về địa điểm, người mua hoặc về hình thức và khối

lượng hàng hoá được cung cấp hoặc những hàng hoá khác được bán lại hoặc xuất khẩu;

+ Làm cho việc cung cấp một số hàng hoá và dịch vụ phụ thuộc vào việc mua hàng hoá và dịch vụ khác của người cung cấp hoặc người được người cung cấp chỉ định.

Luật bảo vệ cạnh tranh của Croatia cấm lạm dụng ưu thế hay vị trí độc quyền trên thị trường. Những hành vi sau đây được xem xét để đánh giá sự lạm dụng vị trí độc quyền hay thống lĩnh của doanh nghiệp trên toàn bộ hay một phần của thị trường:

- Tăng giá gián tiếp hay trực tiếp có chủ định hoặc giảm giá tạm thời xuống dưới giá thành với mục đích bảo đảm hay duy trì vị trí độc quyền;

- Phân chia toàn bộ hay một bộ phận của thị trường theo khu vực, sản phẩm, theo dịch vụ hay nhóm khách hàng;

- Áp dụng các điều kiện khác nhau với những giao dịch như nhau cho các thương nhân khác nhau, từ đó đặt các thương nhân này vào vị trí bất lợi về cạnh tranh trên toàn bộ hay một phần của thị trường;

- Ấn định việc bồi hoàn không hợp lí hay ra điều kiện cho hàng hoá, dịch vụ với việc chỉ ưu tiên cho một bên giành được những thuận lợi đặc biệt;

- Dùng hay giới hạn khối lượng sản xuất hay mua bán căn cứ vào khó khăn của người tiêu dùng;

- Rút lại việc bán hàng, dịch vụ hay dự trữ hàng hoá, dịch vụ để tăng giá;

- Giới hạn sự phát triển và đầu tư vào công nghệ;

- Đặt điều kiện trong hợp đồng bắt bên kia thực hiện thêm các nghĩa vụ mà theo thông lệ thương mại không có liên quan đến đối tượng của hợp đồng;

1. - Ngăn chặn cạnh tranh tự do bằng ưu thế của mình trên thị trường hay các biện pháp bất hợp pháp khác.

2. Luật bảo vệ cạnh tranh của Bungari coi là lạm dụng vị trí độc quyền khi một doanh nghiệp đã có vị trí độc quyền, thực hiện hành vi làm hạn chế cạnh tranh hoặc phương hại đến lợi ích của người tiêu dùng bằng cách:

1. - Tạo ra những khó khăn cho hoạt động kinh tế của những pháp nhân khác bằng việc hạn chế sự phát triển của thị trường hoặc gia nhập thị trường;

2. - Phân biệt đối xử với các khách hàng với nhau hoặc sử dụng các điều khoản hợp đồng không bình đẳng, kể cả việc hạn chế không có căn cứ hoặc làm gia tăng trách nhiệm hoặc cung ứng hàng hoá, dịch vụ có chất lượng thấp hơn các yêu cầu thông thường của thị trường;

3. - Tạo ra sự khan hiếm hàng hoá, dịch vụ bằng việc không cung ứng, phá hủy hoặc làm hư hại chúng, bằng việc đưa hàng hoá vào tái chế không có lí do chính đáng, bằng việc mua vét hàng hoá từ các đối thủ cạnh tranh và bằng các hình thức khác;

4. - Tiến hành kí kết hoặc thực hiện hợp đồng với điều kiện có sự chấp thuận của các bên về điều khoản bổ sung mà thực chất không liên quan tới đối tượng của hợp đồng hoặc việc thực hiện hợp đồng đó;

5. - Sử dụng sức ép kinh tế nhằm làm chấm dứt hoạt động, chia tách, sáp nhập hoặc chuyển đổi các công ty khác;

6. - Trong một thời gian dài áp dụng các mức giá độc quyền vượt quá các chi phí sản xuất và tiếp thị đối với hàng hoá, dịch vụ.

Theo Pháp lệnh về tự do giá cả và cạnh tranh của nước Cộng hoà Pháp thì nghiêm cấm doanh nghiệp hoặc nhóm doanh nghiệp khai

thác một cách quá đáng những tình huống sau:

1. - Khai thác quá đáng ưu thế nổi trội trên thị trường nội địa hoặc trên phần lớn thị trường nội địa;

2. - Khai thác quá đáng sự lệ thuộc về kinh tế đối với mình của một doanh nghiệp khác là khách hàng hoặc là nhà cung ứng do doanh nghiệp này không có khả năng lựa chọn nào khác.

Việc khai quá đáng có thể được thể hiện thành những hành vi cụ thể như từ chối bán hàng, bán kèm hàng, bán hàng theo những điều kiện mang tính phân biệt đối xử, cắt đứt quan hệ thương mại chỉ với lí do duy nhất là doanh nghiệp đối tác từ chối tuân theo các điều kiện thương mại do mình đặt ra dù đó là các điều kiện vô lí.

Những hành vi nêu trên thể hiện chiến lược của doanh nghiệp tạo ra các rào cản gia nhập thị trường. Những rào cản này ngăn cản sự gia nhập thị trường của các doanh nghiệp mới, thậm chí ngay cả khi doanh nghiệp đi trước đang kiếm được những khoản lợi nhuận siêu ngạch. Cho dù có sự xác định khác nhau trong một số hành vi nhưng trên thực tế pháp luật cạnh tranh của các nước đều coi các hành vi hạn chế cạnh tranh do doanh nghiệp có vị trí thống lĩnh, vị trí độc quyền thực hiện là các hành vi lạm dụng vị trí thống lĩnh, vị trí độc quyền và đều bị ngăn cấm. Chẳng hạn, một số hành vi tiêu biểu sau đây: Bán phá giá; phân biệt đối xử về giá hoặc các điều kiện thương mại; ấn định giá bán lại hàng hoá; hạn chế thị trường tiêu thụ sản phẩm; áp đặt điều kiện không hợp lí cho các giao dịch thương mại; cản trở sự phát triển của kĩ thuật, công nghệ; hạn chế nhập khẩu song song...

Đề phù hợp với thông lệ quốc tế đó, Điều 13 Luật cạnh tranh của Việt Nam cũng đã quy

định cụ thể các hành vi bị coi là lạm dụng vị trí thống lĩnh, vị trí độc quyền mà doanh nghiệp hoặc nhóm doanh nghiệp có vị trí này bị cấm là:

- Bán hàng hoá, cung cấp dịch vụ dưới giá thành toàn bộ nhằm loại bỏ đối thủ cạnh tranh. Pháp luật cạnh tranh của các nước gọi hành vi này là bán phá giá - bán dưới giá vốn nhằm loại bỏ đối thủ cạnh tranh. Đây là hành vi cạnh tranh mang tính chất huỷ diệt.

- Áp đặt giá mua, giá bán hàng hoá, dịch vụ bất hợp lý hoặc ấn định giá bán lại tối thiểu gây thiệt hại cho khách hàng. Đây là một hành vi cạnh tranh liên quan đến yếu tố giá cả của hàng hoá, dịch vụ - một dạng phân biệt đối xử về giá. Doanh nghiệp có vị trí thống lĩnh, vị trí độc quyền trực tiếp hay gián tiếp ấn định giá mua hoặc giá bán bất hợp lý (thấp hơn chi phí sản xuất hoặc cao hơn chi phí sản xuất một cách bất hợp lý) đối với một loại hàng hoá, dịch vụ nhằm gây thiệt hại cho các đối thủ cạnh tranh, bảo vệ quyền lợi cho doanh nghiệp thứ ba hoặc thu lợi nhuận độc quyền từ các khách hàng có nhu cầu khác. Hoặc việc ấn định giá bán lại tối thiểu nhằm duy trì mức giá độc quyền của doanh nghiệp để ngăn ngừa sự cạnh tranh từ các đối thủ cạnh tranh trên thị trường liên quan.

- Hạn chế sản xuất, phân phối, giới hạn thị trường, cản trở sự phát triển kỹ thuật, công nghệ gây thiệt hại cho khách hàng. Đây là hành vi khống chế số lượng hàng hoá, dịch vụ, hạn chế khách hàng, hạn chế thị trường địa lý, hạn chế thị trường sản phẩm và hạn chế cách thức tiêu thụ sản phẩm của các đối thủ cạnh tranh nhằm tạo ra sự mất ổn định của thị trường để các doanh nghiệp có vị trí thống lĩnh, vị trí độc quyền thu lợi nhuận

bất chính. Hoặc là những hành vi nhằm cản trở sự phát triển trong tương lai về kỹ thuật, công nghệ của đối thủ cạnh tranh qua đó sẽ hạn chế sự cạnh tranh của thủ thế này.

- Áp dụng các điều kiện thương mại khác nhau trong giao dịch như nhau nhằm tạo bất bình đẳng trong cạnh tranh. Đây cũng là một hành vi cạnh tranh có tính chất phân biệt đối xử - phân biệt đối xử về điều kiện thương mại, bao gồm điều kiện được mua hoặc bán hàng hoá, dịch vụ hay các điều kiện kèm theo khi mua hoặc bán hàng hoá, dịch vụ có quy định các nghĩa vụ hay quyền lợi có tính chất phân biệt như các hỗ trợ về vốn, bảo lãnh, vận chuyển... để tạo ra ưu tiên cho một hoặc một số khách hàng, qua đó họ có lợi thế hơn so với các đối thủ khác.

- Áp đặt điều kiện cho doanh nghiệp khác kí kết hợp đồng mua bán hàng hoá, dịch vụ hoặc buộc doanh nghiệp khác chấp thuận các nghĩa vụ không liên quan một cách trực tiếp đến đối tượng của hợp đồng. Đây là hành vi cạnh tranh không còn xa lạ đối với thị trường Việt Nam, nó diễn ra phổ biến trong các lĩnh vực điện, nước, viễn thông, hàng không, đường sắt, bảo hiểm... Các doanh nghiệp có vị trí thống lĩnh, độc quyền trong các lĩnh vực này thường áp đặt điều kiện giao dịch từ trước buộc khách hàng của họ muốn giao dịch thì phải chấp thuận toàn bộ các điều kiện đó.

- Ngăn cản việc tham gia thị trường của những đối thủ cạnh tranh mới. Cạnh tranh chỉ tồn tại khi không có sự độc quyền. Hành vi này nhằm duy trì thế thống lĩnh, thế độc quyền với mục tiêu là thủ tiêu cạnh tranh bằng nhiều cách, chẳng hạn như buộc khách hàng của họ không được quan hệ thương mại

với các đối thủ cạnh tranh mới trên thị trường liên quan, khiến các đối thủ này bị cô lập và rút lui khỏi thị trường một cách “không sòng phẳng” hoặc lobby với cơ quan công quyền để tạo ra rào cản về các điều kiện gia nhập thị trường để độc chiếm thị trường, thu lợi nhuận bất chính.

Ngoài ra, theo Điều 14 Luật cạnh tranh, nếu doanh nghiệp có vị trí độc quyền thì ngoài các hành vi bị cấm ở trên còn bị cấm hai hành vi nữa, đó là:

- Áp đặt các điều kiện bất lợi cho khách hàng;
- Lợi dụng vị trí độc quyền để đơn phương thay đổi hoặc huỷ bỏ hợp đồng đã giao kết mà không có lý do chính đáng.

Với hai hành vi bổ sung này thể hiện thái độ khắt khe hơn của Nhà nước đối với việc kiểm soát doanh nghiệp có vị trí độc quyền so với doanh nghiệp hoặc nhóm doanh nghiệp có vị trí thống lĩnh.

Việc Luật cạnh tranh xác định các hành vi lạm dụng vị trí thống lĩnh, vị trí độc quyền như trên là sự tiếp thu và chỉnh lý có chọn lọc các hành vi bị coi là lạm dụng vị trí thống lĩnh, vị trí độc quyền của pháp luật cạnh tranh của các nước có nền kinh tế thị trường phát triển. Đây là một bước tiến trong tư duy lập pháp và là động thái rất tích cực của Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, đưa pháp luật cạnh tranh của chúng ta tiến dần đến chuẩn mực của thông lệ và luật pháp quốc tế. Tuy nhiên, việc quy định các hành vi bị coi là hành vi lạm dụng vị trí thống lĩnh, vị trí độc quyền đó cũng không thể đủ sức để kiểm soát được tất cả các hành vi có tích chất lạm dụng vị thế này trên thực tế mà các doanh nghiệp có vị trí thống lĩnh, vị trí độc quyền

trong một số ngành đặc thù như bưu chính viễn thông, điện lực, nước sạch, đường không, đường sắt, than... ở Việt Nam vẫn thực hiện. Điều đó đòi hỏi Nhà nước cần phải có thêm các cơ chế kiểm soát mới để kiểm soát hữu hiệu vấn đề này và trước hết có thể là:

- Cấu trúc lại một cách hợp lý cơ cấu nền kinh tế quốc dân theo hướng thu hẹp dần khu vực kinh tế nhà nước, tăng tỉ trọng của các thành phần kinh tế khác;

- Dân chủ hoá trong việc phê duyệt các chủ trương, chính sách của Nhà nước về đầu tư, kinh doanh và đặc biệt là vấn đề phê duyệt giá cả hàng hoá, dịch vụ độc quyền;

- Bên cạnh việc sử dụng các biện pháp hành chính để can thiệp trực tiếp vào các hoạt động kinh doanh như ấn định khung giá (giá chuẩn, giá sàn, giá trần), áp dụng các chính sách thuế... Nhà nước cũng phải thực hiện phương thức quản lý và điều tiết nền kinh tế bằng các công cụ của thị trường, do thị trường tự điều tiết cung - cầu, mặt khác không ngừng hoàn thiện hệ thống pháp luật về cạnh tranh nhằm kiểm soát và điều tiết vấn đề này một cách có hiệu quả, khuyến khích cạnh tranh một cách thống nhất, đồng bộ./.

(1), (2). Tài liệu tham khảo khuôn khổ pháp lý đa phương điều chỉnh hoạt động cạnh tranh và luật cạnh tranh của một số nước và vùng lãnh thổ, Bộ thương mại (2003).

(3), (5). Luật mẫu về cạnh tranh, Tổ chức thương mại và phát triển Liên hợp quốc (2003).

(4). Xem: ThS. Nguyễn Hữu Huyền, “*Luật cạnh tranh của Pháp và Liên minh châu Âu*”, Nxb. Tư Pháp (2004).

(6). Xem: TS. Nguyễn Như Phát & ThS. Bùi Nguyên Khánh, “*Tiến tới xây dựng pháp luật về cạnh tranh trong điều kiện chuyển sang nền kinh tế thị trường*”, Nxb. Công an nhân dân (2001).