**MỤC LỤC**

[MỞ ĐẦU 2](#_Toc38449216)

[NỘI DUNG 3](#_Toc38449217)

[I.MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ LẠM DỤNG VỊ TRÍ ĐỘC QUYỀN TRÊN THỊ TRƯỜNG 3](#_Toc38449218)

[1. Khái niệm 3](#_Toc38449219)

[2. Các hành vi lạm dụng vị trí cạnh tranh trên thị trường 4](#_Toc38449220)

[II. QUY ĐỊNH CỦA PHÁP LUẬT VỀ HÀNH VI LẠM DỤNG VỊ TRÍ ĐỘC QUYỀN 5](#_Toc38449221)

[1. Hành vi lạm dụng vị trí độc quyền theo quy đinh Luật Cạnh tranh 2018 5](#_Toc38449222)

[1.1.Áp đặt giá mua, giá bán hàng hóa, dịch vụ bất hợp lý hoặc ấn định giá bán lại tối thiểu gây ra hoặc có khả năng gây ra thiệt hại cho khách hàng 5](#_Toc38449223)

[1.2. Hành vi hạn chế sản xuất, phân phối hàng hóa, dịch vụ giới hạn thị trường, cản trở sự phát triển kĩ thuật, công nghệ gây ra hoặc có khả năng gây ra thiệt hại cho khách hàng 7](#_Toc38449224)

[1.3 Áp dụng điều kiện thương mại khác nhau trong các giao dịch tương tự dẫn đến hoặc có khả năng dẫn đến ngăn cản doanh nghiệp khác tham gia, mở rộng thị trường hoặc loại bỏ doanh nghiệp khác. 8](#_Toc38449225)

[1.4 Áp đặt điều kiện cho doanh nghiệp khác trong ký kết hợp đồng mua, bán hàng hóa, dịch vụ hoặc yêu cầu doanh nghiệp khác, khách hàng chấp nhận các nghĩa vụ không liên quan trực tiếp đến đối tượng của hợp đồng dẫn đến hoặc có khả năng dẫn đến ngăn cản doanh nghiệp khác tham gia, mở rộng thị trường hoặc loại bỏ doanh nghiệp khác. 8](#_Toc38449226)

[1.5 Ngăn cản việc tham gia hoặc mở rộng thị trường của doanh nghiệp khác 9](#_Toc38449227)

[1.6. Áp đặt các điều kiện bất lợi cho khách hàng 10](#_Toc38449228)

[1.7 Lợi dụng vị trí độc quyền để đơn phương thay đổi hoặc hủy bỏ hợp đồng đã giao kết mà không có lý do chính đáng; 10](#_Toc38449229)

[2. Quy định của pháp luật về mức cử phạt đối với hành vi lạm dụng vị trí độc quyền 11](#_Toc38449230)

[III. THỰC TRẠNG ÁP DỤNG VÀ THỰC THI PHÁP LUẬT TRONG LĨNH VỰC LẠM DỤNG VỊ TRÍ ĐỘC QUYỀN. 12](#_Toc38449231)

[IV. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ, GIẢI PHÁP KIỂM SOÁT HÀNH VI LẠM DỤNG VỊ TRÍ ĐỘC QUYỀN 13](#_Toc38449232)

[1. Một số kiến nghị hoàn thiện hệ thống pháp luật 13](#_Toc38449233)

[2. Một số kiến nghị khác về giải pháp khắc phục hành vi lạm dụng vị trí độc quyền 14](#_Toc38449234)

[KẾT LUẬN 15](#_Toc38449235)

[DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO 16](#_Toc38449236)

MỞ ĐẦU

Cạnh tranh là hiện tượng riêng có, mang tính chất tất yếu của nền kinh tế thị trường. Cạnh tranh lành mạnh và bình đẳng đóng vai trò trụ cột, bảo đảm sự vận hành năng động của thị trường. Tuy nhiên, doanh nghiệp độc quyền trên thị trường lại chỉ muốn giữ vững thế độc quyền của mình nên đã thực hiện một số hành vi lạm dụng vị trí độc quyền để vô hiệu hóa cơ chế tự điều chỉnh của thị trường bằng việc tạo ra những rào cản mở rộng kinh doanh hay rào cản gia nhập thị trường của đối thủ cạnh tranh, khiến cho doanh nghiệp thống lĩnh né tránh được sức ép cạnh tranh từ các đối thủ có thể làm lung lay vị thế thống lĩnh của nó hoặc lạm dụng quyền lực mạnh trên thị trường của mình để bóc lột khách hàng, gây thiệt hại cho khách hàng. Hành vi lạm dụng vị trí độc quyền đã được pháp luật cạnh tranh quy định trong luật cạnh tranh 2004, tuy nhiên đến năm 2018, nội dung về các hành vi có sự bổ sung thêm để phù hợp với sự phát triển kinh tế thị trường. Vì vậy, để nghiên cứu sâu hơn về vấn đề này, em xin chọn đề tài “ Thực trạng

NỘI DUNG

I.MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ LẠM DỤNG VỊ TRÍ ĐỘC QUYỀN TRÊN THỊ TRƯỜNG

1. Khái niệm

-Độc quyền và cạnh tranh là hai hiện tượng có liên quan chặt chẽ đến nhau. Căn cứ điều 25 Luật Cạnh tranh 2018 quy định *“Doanh nghiệp được coi là có vị trí độc quyền nếu không có doanh nghiệp nào cạnh tranh về hàng hóa, dịch vụ mà doanh nghiệp đó kinh doanh trên thị trường liên quan”*.

- Hành vi lạm dụng vị trí độc quyền: Là những hành vi do doanh nghiệp, nhóm doanh nghiệp có vị trí độc quyền thực hiện nhằm củng cố vị trí độc quyền bằng cách loại bỏ doanh nghiệp khác ra khỏi thị trường; ngăn cản, kìm hãm doanh nghiệp khác không cho gia nhập thị trường, phát triển kinh doanh hoặc nhằm thu lợi nhuận độc quyền bằng cách bóc lột khách hàng.

***Về bản chất***, lạm dụng vị trí độc quyền để hạn chế cạnh tranh là việc các doanh nghiệp đã khai thác lợi thế mà quyền lực thị trường đem lại trong quan hệ với khách hàng để áp đặt những điều kiện giao dịch bất lợi cho khách hàng như áp đặt giá cao, áp đặt giá mua thấp, áp đặt các điều kiện mua bán bất hợp lý…Do đó, cạnh tranh đã không có cơ hội phát huy tác dụng đối với thị trường nói chung và đối với khách hàng, đối với người tiêu dùng nói riêng. Trong quan hệ cạnh tranh đối với đối thủ, các doanh nghiệp đã sử dụng lợi thế mà quyền lực thị trường đem lại để thực hiện các chiến lược cạnh tranh tiềm năng. Trong những trường hợp này, doanh nghiệp đã làm giảm, làm cản trở sự phát triển tình trạng cạnh tranh trên thị trường. Dưới góc độ kinh tế, các doanh nghiệp thực hiện hành vi khai thác sự yếu thế của khách hàng; của các đối thủ để củng cố, duy trì vị trí hiện tại trên thị trường. Dưới góc độ pháp lý, khi thực hiện hành vi lạm dụng, các doanh nghiệp đã vi phạm nghĩa vụ đặc thù của doanh nghiệp có vị trí độc quyền “không được làm giảm mức độ cạnh tranh hiện có trên thị trường”.

**- Đặc điểm của hành vi lạm dụng vị trí độc quyền:**

+ Chủ thể thực hiện hành vi là doanh nghiệp có vị trí độc quyền trên thị trường liên quan. Vị trí độc quyền đem lại cho doanh nghiệp quyền lực thị trường và khả năng chi phối các quan hệ trên thị trường. Quyền lực thị trường ở đây chính là lợi thế về cạnh tranh so với các doanh nghiệp khác: nguồn nguyên liệu, giá cả, số lượng sản phẩm đáp ứng cho người tiêu dùng, khả năng tài chính,..

+ Doanh nghiệp có vị trí độc quyền đã hoặc đang thực hiện hành vi hạn chế cạnh tranh được quy định trong luật cạnh tranh.

+ Hậu quả của hành vi lạm dụng vị trí độc quyền là làm sai lệch, làm cản trở hoặc giảm cạnh tranh trên thị trường liên quan. Đặc điểm này cho thấy tác hại của hành vi lạm dụng vị trí độc quyền đới với thị trường, gây suy giảm, cản trở tình trạng cạnh tranh của thị trường.

2. Các hành vi lạm dụng vị trí cạnh tranh trên thị trường

Căn cứ theo quy định tại khoản 2 điều 27 quy định cụ thể về các hành vi của doanh nghiệp bao gồm:

*b) Áp đặt giá mua, giá bán hàng hóa, dịch vụ bất hợp lý hoặc ấn định giá bán lại tối thiểu gây ra hoặc có khả năng gây ra thiệt hại cho khách hàng;*

*c) Hạn chế sản xuất, phân phối hàng hóa, dịch vụ, giới hạn thị trường, cản trở sự phát triển kỹ thuật, công nghệ gây ra hoặc có khả năng gây ra thiệt hại cho khách hàng;*

*d) Áp dụng điều kiện thương mại khác nhau trong các giao dịch tương tự dẫn đến hoặc có khả năng dẫn đến ngăn cản doanh nghiệp khác tham gia, mở rộng thị trường hoặc loại bỏ doanh nghiệp khác;*

*đ) Áp đặt điều kiện cho doanh nghiệp khác trong ký kết hợp đồng mua, bán hàng hóa, dịch vụ hoặc yêu cầu doanh nghiệp khác, khách hàng chấp nhận các nghĩa vụ không liên quan trực tiếp đến đối tượng của hợp đồng dẫn đến hoặc có khả năng dẫn đến ngăn cản doanh nghiệp khác tham gia, mở rộng thị trường hoặc loại bỏ doanh nghiệp khác;*

*e) Ngăn cản việc tham gia hoặc mở rộng thị trường của doanh nghiệp khác;*

*- Hành vi áp đặt điều kiện bất lợi cho khách hàng,*

*-  Lợi dụng vị trí độc quyền để đơn phương thay đổi hoặc hủy bỏ hợp đồng đã giao kết mà không có lý do chính đáng;*

*d) Hành vi lạm dụng vị trí độc quyền bị cấm theo quy định của luật khác.*

II. QUY ĐỊNH CỦA PHÁP LUẬT VỀ HÀNH VI LẠM DỤNG VỊ TRÍ ĐỘC QUYỀN

1. Hành vi lạm dụng vị trí độc quyền theo quy đinh Luật Cạnh tranh 2018

1.1.Áp đặt giá mua, giá bán hàng hóa, dịch vụ bất hợp lý hoặc ấn định giá bán lại tối thiểu gây ra hoặc có khả năng gây ra thiệt hại cho khách hàng

- Bản chất của hành vi: tác động trực tiếp vào giá của hàng hóa, dịch vụ trong giao dịch với khách hàng.

Doanh nghiệp có vị trí độc quyền tác động trực tiếp vào giá của hàng hóa, dịch vụ trong giao dịch với khách hàng trong việc doanh nghiệp áp đặt giá mua đối với nguyên vật liệu hay chính là sản phẩm đầu vào của doanh nghiệp và giá bán đối với sản phẩm của chính doanh nghiệp đó.

-***Hành vi áp đặt giá hàng hóa, dịch vụ*** được coi là bất hợp lý gây thiệt hại cho khách hàng nếu giá mua tại cùng thị trường liên quan được đặt ra thấp hơn giá thành sản xuất hàng hóa, dịch vụ trong điều kiện sau: chất lượng hàng hóa, dịch vụ đặt mua không kém hơn chất lượng hàng hóa, dịch vụ đã mua trước đó; không có khủng hoảng kinh tế, thiên tai làm ảnh hưởng đến giá bán, giá cung ứng dịch vụ trên thị trường.

Với hành vi này, khách hàng là những người bị chịu thiệt hại bởi giá mà họ phải mua quá cao so với giá trị thực tế của sản phẩm hoặc phải bán hàng hóa với giá thấp hơn giá thành thực. Giá mua, giá bán sản phẩm trên thị trường không được hình thành từ cạnh tranh mà do các doanh nghiệp thống lĩnh ấn định. Mức chênh lệch giữa giá được ấn định với giá cạnh tranh là khoản lợi ích độc quyền mà doanh nghiệp có vị trí thống lĩnh có được.

-***Ấn định giá bán lại:*** là việc một nhà sản xuất (hay nhà cung cấp) thỏa thuận với các nhà phân phối nhằm kiểm soát mức giá của sản phẩm mà các nhà phân phối-bán lẻ bán lại cho khách sau khi mua sản phẩm đó từ nhà sản xuất. Giá bán lại là kết quả của sự áp đặt của nhà sản xuất đối với người phân phối, thiếu vắng ý chí tự nguyện trong việc xác định mức giá bán lại. Theo đó, với vị trí độc quyền thì doanh nghiệp không cho phép các nhà phân phối, bán lẻ bán lại hàng hóa với giá thấp hơn giá đã quy định trước. Với hành vi này nhà phân phối không chỉ bị ảnh hưởng trực tiếp mà còn có sự ép buộc các nhà phân phối phải phối hợp với nhà cung cấp để bóc lột khách hàng mua lại hàng hóa.

+ Ấn định giá bán lại có thể diễn ra dưới ba dạng là ấn định giá tối đa, ấn định giá tối thiểu và ấn định giá cố định. Lần lượt theo các hình thức ấn định giá bán lại này các nhà phân phối bán lẻchỉ được phép bán lại sản phẩm cho khách hàng theo một mức giá (i) cụ thể không đổi, hoặc (ii) không cao hơn hay (iii) không thấp hơn một mức giá xác định mà nhà sản xuất, cung cấp đã ấn định.

Doanh nghiệp có vị trí độc quyền đã thu lợi nhuận về cho doanh nghiệp bằng các khả năng khống chế các yếu tố thị trường để áp đặt giá cho khách hàng như nguyên vật liệu, nguồn cung

1.2. Hành vi hạn chế sản xuất, phân phối hàng hóa, dịch vụ giới hạn thị trường, cản trở sự phát triển kĩ thuật, công nghệ gây ra hoặc có khả năng gây ra thiệt hại cho khách hàng

Doanh nghiệp độc quyền là doanh nghiệp nắm giữ thị trường và đại diện cho khả năng cung hoặc cầu của thị trường liên quan, các quyết định về số lượng hang hóa, dịch vụ được sản xuất mua bán sẽ ảnh hưởng đến mức độ thỏa mãn nhu cầu cho khách hàng.

-Hạn chế sản xuất, phân phối hàng hóa gây thiệt hại cho khách hàng là hành vi giảm khả năng cung cấp hàng hóa, dịch vụ để lũng đoạn thị trường, làm biến động quan hệ cung cầu theo hướng có lợi cho doanh nghiệp; ấn định lượng hàng hóa được cung ứng để tạo sự khan hiếm trên thị trường. Các doanh nghiệp độc quyền lạm dụng vị trí của mình để thực hiện các hành vi tạo sự khan hiếm thị trường bằng các chiến lược kinh doanh cắt giảm lượng hàng hóa, dịch vụ lưu thông trên thị trường xuống thấp hơn mức cung ứng.

-Hành vi giới hạn thị trường là hành vi cung ứng hàng hóa, dịch vụ trong một khu vực địa lý nhất định.

-Hành vi cản trở sự phát triển kĩ thuật, công nghệ gây thiệt hại hoặc có khả năng gây thiệt hại cho khách hàng: Doanh nghiệp có vị trí độc quyền lạm dụng quyền lực thị trường cản trở ứng dụng thành quả kĩ thuật, công nghệ vào thực tiễn bằng hành vi mua phát minh, sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghệ để tiêu hủy hoặc không sử dụng. Các doanh nghiệp đó làm hạn chế khả năng sáng tạo trong khoa học kĩ thuật, công nghệ. Hành vi này khiến cho nhu cầu của khách hang không được đáp ứng theo đúng khả năng thị trường, gây ra sự phát triển không đồng đều về nhu cầu và trình độ giữa các vùng.

1.3 Áp dụng điều kiện thương mại khác nhau trong các giao dịch tương tự dẫn đến hoặc có khả năng dẫn đến ngăn cản doanh nghiệp khác tham gia, mở rộng thị trường hoặc loại bỏ doanh nghiệp khác.

Hành vi áp đặt điều kiện thương mại khác nhau trong điều kiện giao dịch như nhau nhằm tạo bất bình đẳng trong cạnh tranh được hiểu là hành vi phân biệt đối xử giữa các doanh nghiệp về điều kiện mua bán, giá cả, thời hạn thanh toán, số lượng hàng hóa, dịch vụ để đặt một hoặc một số doanh nghiệp vào vị trí cạnh tranh có lợi hơn so với doanh nghiệp khác.

Doanh nghiệp độc quyền áp đặt điều kiện thương mại khác nhau trong điều kiện giao dịch giống nhau hoặc tương tự nhau nhằm tạo sự bất bình đẳng là hành vi phân biệt đối xử các doanh nghiệp về những điều kiện mua bán, giá cả, thời hạn thanh toán,..Sự tương tự của các giao dịch được thể hiện ở giá trị và tính chất của sản phẩm; tương tự về giá trị giao dịch là cùng một số lượng sản phẩm và cùng loại giao dịch; bên cạnh đó sự tương tự của giao dịch còn được thể hiện ở những thị trường như nhau, nhu cầu thị trường của các giao dịch là như nhau. Hậu quả của hành vi áp đặt các điều kiện khác nhau cho các giao dịch như nhau tạo ra sự bất bình đẳng giữa các khách hàng, từ sự bất bình đẳng thể hiện việc tạo ra ưu thế hoặc tình trạng bất lợi.

1.4 Áp đặt điều kiện cho doanh nghiệp khác trong ký kết hợp đồng mua, bán hàng hóa, dịch vụ hoặc yêu cầu doanh nghiệp khác, khách hàng chấp nhận các nghĩa vụ không liên quan trực tiếp đến đối tượng của hợp đồng dẫn đến hoặc có khả năng dẫn đến ngăn cản doanh nghiệp khác tham gia, mở rộng thị trường hoặc loại bỏ doanh nghiệp khác.

Ở đây ta thấy có hai nhóm hành vi cơ bản đó là hành vi áp đặt điều kiện cho doanh nghiệp khác kí kết hợp đồng, mua bán hàng hóa, dịch vụ và nhóm hành vi buộc doanh nghiệp khác chấp nhận các nghĩa vụ không liên quan trực tiếp đến đối tượng của hợp đồng là hành vi gắn việc mua, bán hàng hoá, dịch vụ là đối tượng của hợp đồng với việc phải mua hàng hoá, dịch vụ khác từ nhà cung cấp hoặc người được chỉ định trước hoặc thực hiện thêm một hoặc một số nghĩa vụ nằm ngoài phạm vi cần thiết để thực hiện hợp đồng.

Nhóm hành vi áp đặt điều kiện cho doanh nghiệp khác kí kết hợp đồng mua bán hàng hóa, dịch vụ

-Nhóm hành vi buộc doanh nghiệp khác chấp nhận các điều kiện liên quan đến hợp đồng là hành vi mà doanh nghiệp đã bắt buộc khách hang phải mua thêm hàng hóa, dịch vụ khác từ nhà cung cấp.

Qua các nhóm hành vi trên, các doanh nghiệp độc quyền đã hình thành nên hợp đồng mua bán kèm theo để làm điều kiện thực hiện hợp đồng mua bán liên quan trực tiếp đến đối tượng mà khách hàng cần. Các đối tượng phát sinh trong hợp đồng đi kèm là không phải là những nghĩa vụ phát sinh từ hợp đồng chính, doanh nghiệp có vị trí độc quyền tự đặt ra cho khách hàng, buộc khách hàng mua them sản phẩm phụ nếu muốn mua hang của doanh nghiệp độc quyền.

1.5 Ngăn cản việc tham gia hoặc mở rộng thị trường của doanh nghiệp khác

Các doanh nghiệp tìm cách tham gia thị trường hoặc mở rộng thị trường là các đối thủ cạnh tranh mới. Hành vi này được thực hiện nhằm mục đích ngăn cản các đối thủ tiềm năng gia nhập thị trường. Việc ngăn cản được thực hiện bằng nhiều thủ đoạn tạo ra các rào cản cho doanh nghiệp đối thủ.

Với doanh nghiệp độc quyền muốn giữ vững vị trí độc tôn trên thị trường thực hiện hành vi này mang tính chiến lược để nhằm củng cố địa vị độc quyền, loại bỏ tất cả các đối thủ cạnh trên thị trường. Thông thường các doanh nghiệp độc quyền ngăn cản việc gia nhập thị trường của doanh nghiệp khác bằng cách đưa ra các tiêu chuẩn cụ thể để được gia nhập thị trường hoặc hạ giá thành sản phẩm, các hành vi phân biệt đối xử thiết lập cạnh tranh không lành mạnh và thiết lập sự phân biệt đối xử về giá là một mặt hang có công dụng như nhau nhưng được bán với giá thấp hơn hoặc khác nhau cho người tiêu dùng.

1.6. Áp đặt các điều kiện bất lợi cho khách hàng

Hành vi áp đặt điều kiện bất lợi cho khách hàng được thực hiện trong các giao dịch giữa doanh nghiêp với khách hàng. Trong các giao dịch này, doanh nghiệp sẽ tạo mọi điều kiện để thu lợi tối đa từ khách hàng. Thông thường, doanh nghiệp độc quyền thường thiết lập giá bóc lột khách hàng thông qua các sản phẩm.  ngoài ra các doanh nghiệp còn có một số hành vi như thiếp lập và áp đặt mạng lưới phân phối độc quyền cho khách hàng hoặc phân biệt đối xử.

Ví dụ về hành vi áp đặt điều kiện bất lợi cho khách hàng như buộc khách hàng khi thực hiện hợp đồng cần phải thực hiện một hợp đồng phụ khác như mua một sản phẩm, dịch vụ kèm theo của hãng. Bởi vì khách hàng không còn sự lựa chọn nào khác trong thị trường này nên vẫn buộc phải chấp nhận

1.7 Lợi dụng vị trí độc quyền để đơn phương thay đổi hoặc hủy bỏ hợp đồng đã giao kết mà không có lý do chính đáng;

Doanh nghiệp độc quyền lợi dụng vị trí độc quyền đơn phương thay đổihoặc hủy bỏ giao kết mà không có lý do chính đáng, lý do dẫn đến việc doanh nghiệp lợi dụng vị trí để thực hiện hành vi này: thứ nhất có thể do việc thực hiện hợp đồng không đem lại đủ lợi ích cho doanh nghiệp như doanh nghiệp đã mong muốn; hai là do sự vô trách nhiệm của doanh nghiệp, không thực hiện nghĩa vụ đã giao kết trong hợp đồng. Hành vi đơn phương thay đổi hoặc hủy bỏ được thực hiện dưới một số hình thức sau:

-Đơn phương thay đổi hợp đồng nhưng không báo cho khách hàng, không phải chịu chế tài nào: hành vi này thể hiện ở việc thay đổi về nội dung hoặc thay đổi về chủ thể hợp đồng.

-Đơn phương thay đổi, hủy bỏ hợp đồng đã giao kết căn cứ vào một số lý do không liên quan trực tiếp đến các điều kiện thật sự cần thiết, không phải chịu chế tài

Đối với doanh nghiệp độc quyền là người cung ứng hàng hóa, dịch vụ đó trên thị trường, lợi dụng yếu tố này họ tự thay đổi hợp đồng mà không cần lý do chính đáng cũng như thông báo cho khách hàng Hành vi này đem lại lợi nhuận trực tiếp cho doanh nghiệp độc quyền, tuy nhiên khách hàng sẽ bị thiệt thòi.

Nhìn chung, sức mạnh độc quyền đem lại cho doanh nghiệp lợi thế cạnh tranh so với các doanh nghiệp khác và đem lại khả năng chi phối các quan hệ với khách hàng. Những lợi thế cạnh tranh có thể là khả năng kiểm soát các yếu tố của thị trường và các yếu tố tạo ra địa vị không ngang bằng trong cạnh tranh giữa các doanh nghiệp thống lĩnh trên thị trường và các đối thủ của nó. Doanh nghiệp độc quyền tận dụng ưu thế nhằm gây khó dễ cho đối thủ hoặc ngăn cản việc gia nhập thị trường. Với khách hàng, quyền lựa chọn của khách hàng trở nên hạn chế hơn, bị lệ thuộc vào khả năng đáp ứng của doanh nghiệp

2. Quy định của pháp luật về mức cử phạt đối với hành vi lạm dụng vị trí độc quyền

Căn cứ theo Điều 9 NĐ 75/2019/NĐ-CP quy định về mức xử phạt đối với hành vi lạm dụng vị trí độc quyền, theo đó Phạt tiền từ 01% đến 10% tổng doanh thu trên thị trường liên quan trong năm tài chính liền kề trước năm thực hiện hành vi vi phạm của doanh nghiệp có vị trí độc quyền đối với một trong các hành vi lạm dụng vị trí độc quyền như đã phân tích ở trên.

Ngoài ra, hình thức xử phạt bổ sung đối với doanh nghiệp lạm dụng vị trí độc quyền là bị tịch thu khoản lợi nhuận thu được từ việc thực hiện hành vi. Bên cạnh đó, doanh nghiệp phải thực hiện các biện pháp khắc mục hậu quả như: a) Buộc cơ cấu lại doanh nghiệp lạm dụng vị trí độc quyền;

b) Buộc loại bỏ những điều khoản vi phạm pháp luật ra khỏi hợp đồng, thỏa thuận hoặc giao dịch kinh doanh;

c) Buộc khôi phục các điều kiện phát triển kỹ thuật, công nghệ mà doanh nghiệp đã cản trở;

d) Buộc loại bỏ các điều kiện bất lợi đã áp đặt cho khách hàng;

đ) Buộc khôi phục lại các điều khoản hợp đồng, hợp đồng đã thay đổi hoặc hủy bỏ mà không có lý do chính đáng.

**III. THỰC TRẠNG ÁP DỤNG VÀ THỰC THI PHÁP LUẬT TRONG LĨNH VỰC LẠM DỤNG VỊ TRÍ ĐỘC QUYỀN**.

Qua các giai đoạn thực hiện các quy định của pháp luật cạnh tranh cùng với sự phát triển kinh tế định hướng kinh tế thị trường, trong hoạt động kinh doanh đang xuất hiện và tồn tại một số biểu hiện về trình trạng cạnh tranh không lành mạnh. Trên thị trường độc quyền, doanh nghiệp độc quyền kiểm soát toàn bộ (hoặc phần lớn) lượng cung hàng hóa, dịch vụ nên có thể quyết định giá sản phẩm của mình để hưởng lợi nhuận siêu ngạch. Một vài vụ việc về hành vi lạm dụng vị trí độc quyền của doanh nghiệp có thể kể đến như sau:

Vị trí độc quyền của đài truyền hình Việt Nam (VTV) trong thị trường truyền hình cáp: Các đơn vị thuộc VTV như VCTV hiện đang nắm hơn 1 triệu thuê bao, SCTV nắm 1,5 triệu thuê bao còn K+ có trong tay hơn 400.000 thuê bao. Tức là VTV đã kiểm soát hơn 3 triệu thuê bao trên tổng số khoảng 4,5 triệu thuê bao truyền hình trả tiền (THTT) của cả nước (hơn 70% thị phần truyền hình cáp). Cũng trong 3 năm qua, VCTV và SCTV đã nhiều lần tăng cước thuê bao, từ 44.000 đồng/tháng lên 110.000 đồng/tháng hiện nay. Cũng có nghĩa là giá cước thuê bao đã tăng gấp gần 3 lần.

Một hành vi lạm dụng vị trí độc quyền của doanh nghiệp độc quyền điện ở Việt Nam là Tập đoàn Điện lực EVN đã nhiều lần tăng, giảm giá điện bất hợp lý khiến cho khách hàng là người dân và doanh nghiệp kêu ca nhiều. Việc Bộ Công thương trao quyền cho EVN tự tính toán các yếu tố đầu vào để làm căn cứ điều chỉnh giá bán điện càng khiến cho Tập đoàn này tăng cấp độ độc quyền.  Chi phí, giá cả do EVN đưa ra, công bố, đều mang tính áp đặt một chiều. Giá điện qua các kỳ điều chỉnh còn mang nặng dấu ấn của cơ chế hành chính, thiếu cơ sở khoa học, thiếu minh bạch, nên khó thuyết phục được sự đồng thuận của khách hàng sử dụng điện. Như vậy, EVN đã lạm dụng vị trí độc quyền để áp đặt giá mua, giá bán cho người dân và nhu doanh nghiệp có nhu cầu sử dụng điện, tuy nhiên khách hàng không có sự lựa chọn nào ngoài sử dụng điện năng do EVN cung cấp.

Về xử lý vi phạm đối với hành vi lạm dụng vị trí độc quyền, Luật cạnh tranh quy định mức phạt tiền được xác định căn cứ trên tổng doanh thu của năm tài chính trước năm thực hiện hành vi vi phạm trong quá trình áp dụng vẫn chưa hợp lí. Trên thực tế, hành vi vi phạm pháp luật cạnh tranh của doanh nghiệp chỉ gây tác động tiêu cực trên một thị trường sản phẩm trong khi doanh nghiệp có thể kinh doanh đối với nhiều sản phẩm khác nhau.. Vì vậy, mức xử phạt dựa trên tổng doanh thu không phản ánh đúng mức độ tác động của hành vi vi phạm và không tương xứng với thiệt hại trên thị trường do hành vi vi phạm gây ra. Bên cạnh đó, đối với hình thức xử phạt tiền, pháp luật cạnh tranh không quy định cụ thể việc sử dụng và đánh giá các căn cứ xác định tỷ lệ mức phạt như thế nào. Điều này đã dẫn đến sự khó khăn trong xác định mức phạt tiền cụ thể, thậm chí gây tranh cãi trong quyết định xử phạt và tùy tiện trong quyết định mức phạt.

IV. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ, GIẢI PHÁP KIỂM SOÁT HÀNH VI LẠM DỤNG VỊ TRÍ ĐỘC QUYỀN

1. Một số kiến nghị hoàn thiện hệ thống pháp luật

***- Thứ nhất,*** cần nghiên cứu để thay đổi cách thức xác định sức mạnh thị trường dựa chủ yếu vào tiêu chí thị phần thông qua các ngưỡng thị phần cố định như hiện nay. Để đánh giá chính xác hơn về sức mạnh thị kiểm soát thị trường của doanh nghiệp, các yếu tố có thể xem xét đến bao gồm năng lực vượt trội của doanh nghiệp; rào cản gia nhập thị trường; nguồn lực thiết yếu mà doanh nghiệp đang nắm giữ

***- Thứ hai***, cơ quan cạnh tranh nên quy định các tiêu chí đánh giá vị trí doanh nghiệp trên thị trường dưới dạng quy tắc chung thay vì liệt kê.

***- Thứ ba***, xây dựng hệ thống các tiêu chí đánh giá hành vi lạm dụng vị trí độc quyền

***- Thứ tư***, Nâng cao hiệu quả hoạt động của Cơ quan cạnh tranh: hiệu quả của một vụ việc xử lý cạnh tranh cũng như vai trò của cơ quan cạnh tranh trong việc bảo vệ người tiêu dùng có vai trò rất lớn, Việt Nam nên thành lập Ủy ban cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng.

2. Một số kiến nghị khác về giải pháp khắc phục hành vi lạm dụng vị trí độc quyền

- Kiểm soát hoạt động và xu thế tăng trưởng của các doanh nghiệp thông qua chính sách thuế;

- Quy định về yêu cầu bảo vệ môi trường, an toàn lao động, chính sách phát triển nguồn nhân lực, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng ;

- Kiểm soát giá cả hàng hoá, dịch vụ độc quyền, các doanh nghiệp phải công khai hoá phương pháp xác định giá cả hàng hoá, dịch vụ của mình để Nhà nước phê duyệt, có nhiều loai hàng hoá, dịch vụ Nhà nước còn trực tiếp ấn định ‘‘mức giá trần’’, hay giá cả của một số loại hàng hoá, dịch vụ vào một thời điểm nhất định. Ví dụ như xăng dầu.

KẾT LUẬN

Từ những phân tích trên ta có thể thấy những doanh nghiệp độc quyền ở Việt Nam hiện nay tồn tại dưới hình thức sở hữu nhà nước, Nhà nước bảo hộ những doanh nghiệp độc quyền trong các lĩnh vực điện, vận tải, viễn thông,…vì vậy chưa có một doanh nghiệp nào giành được thế độc quyền bằng tự do cạnh tranh. Doanh nghiệp độc quyền là hành vi gây ảnh hưởng đến sự cạnh tranh trên thị trường, đặc biệt những hành vi lạm dụng vị trí độc quyền gây bất lợi trực tiếp cho khách hàng. Vì vậy, hệ thống pháp luật Việt Nam nói chung và Luật Cạnh tranh 2018 cần quy định rõ ràng các tiêu chí xác định hành vi lạm dụng và có chế tài nghiêm khắc đối với doanh nghiệp cố tình vi phạm

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Luật Cạnh tranh 2018
2. Nghị định 75/2019/NĐ-CP quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực cạnh tranh
3. Luận văn “Kiểm soát hành vi lạm dụng vị trí độc quyền”
4. <http://lapphap.vn/Pages/tintuc/tinchitiet.aspx?tintucid=208973>
5. <http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/nghien-cuu-dieu-tra/thuc-trang-va-giai-phap-hoan-thien-cac-quy-dinh-cua-phap-luat-canh-tranh-142812.html>