CHƯƠNG I : NHỮNG VẤN ĐỀ CỦA THỊ TRƯỜNG LIÊN QUAN

**I. Khái niệm thị trường liên quan:**

*Luật Cạnh tranh 2018* điều chỉnh chung về các quan hệ cạnh tranh. Việc điều tra, xử lý vụ việc cạnh tranh, miễn trừ đối với thỏa thuận hạn chế cạnh tranh bị cấm và thông báo tập trung kinh tế phải áp dụng quy định của Luật Cạnh tranh 2018. Trường hợp luật khác có quy định về hành vi hạn chế cạnh tranh, hình thức tập trung kinh tế, hành vi cạnh tranh không lành mạnh và việc xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh khác với quy định của Luật này thì áp dụng quy định của luật đó.

Thị trường liên quan - danh từ, trong tiếng Anh được dùng bởi cụm từ Relevant market, được định nghĩa và xuất hiện lần đầu tiên trong Luật cạnh tranh Việt Nam năm 2004, là một trong những định nghĩa quan trọng bậc nhất trong Luật cạnh tranh. Theo quy định tại Khoản 7 Điều 4 Luật Cạnh tranh 2018 (Có hiệu lực thi hành từ ngày 01/07/2019) thì khái niệm Thị trường liên quan được quy định cụ thể như sau:

*Thị trường liên quan* là thị trường của những hàng hóa, dịch vụ có thể thay thế cho nhau về đặc tính, mục đích sử dụng và giá cả trong khu vực địa lý cụ thể có các điều kiện cạnh tranh tương tự và có sự khác biệt đáng kể với các khu vực địa lý lân cận.

Theo đó, thị trường liên quan là loại thị trường được sử dụng trong Luật cạnh tranh để phân tích, đánh giá tác động, ý nghĩa về mặt cạnh tranh đối với một số hành vi nhất định trong một vụ việc cạnh tranh.

**II. Các yếu tố cấu thành thị trường liên quan:**

**1. Cơ sở pháp lý:**

Theo quy định tại Khoản 1 Điều 3 Luật cạnh tranh:

- Thị trường liên quan bao gồm thị trường sản phẩm liên quan và thị trường địa lý liên quan.

- Thị trường sản phẩm liên quan là thị trường của những hàng hoá, dịch vụ có thể thay thế cho nhau về đặc tính, mục đích sử dụng và giá cả.

- Thị trường địa lý liên quan là một khu vực địa lý cụ thể trong đó có những hàng hoá, dịch vụ có thể thay thế cho nhau với các điều kiện cạnh tranh tương tự và có sự khác biệt đáng kể với các khu vực lân cận.

**2. Phân tích:**

Do theo định nghĩa chung “Thị trường liên quan là thị trường được xác định đối với những hàng hóa, hoặc dịch vụ có khả năng thay thế cho nhau về tính năng, mục đích sử dụng theo sự lựa chọn của nhu cầu trong phạm vi địa lý nhất định và có thể trong một khoảng thời gian nhất định”, chúng ta có thể xác định Thị trường liên quan được cấu thành dựa trên các yếu tố về vật chất, về không gian và về thời gian.

*a. Yếu tố vật chất:*

- Yếu tố vật chất hay Thị trường sản phẩm có liên quan bao gồm tất cả các sản phẩm hoặc dịch vụ được coi là có thể thay thế hoặc thay thế vì lí do đặc điểm sản phẩm, giá cả và mục đích sử dụng.

- Các sản phẩm và hoặc dịch vụ có thể dễ dàng được đưa ra thị trường bởi các nhà sản xuất khác mà không cần quá nhiều chi phí hoặc với chi phí hợp lí trong một khoảng thời gian nhất định. Khả năng thay thế cho nhau về mặt chức năng và công dụng của dịch vụ, hàng hóa là vấn đề chìa khóa trong việc xác định sức mạnh thị trường của doanh nghiệp cũng như trong thị trường liên quan.

- Chỉ áp dụng pháp luật hạn chế cạnh tranh đối với doanh nghiệp trong trường hợp phát sinh mối quan hệ cạnh tranh đối với doanh nghiệp khác hoặc trong mối quan hệ với sản phẩm đó, doanh nghiệp có đủ thị phần để thống lĩnh hoặc độc quyền. Trong khi đó, yếu tố vật chất sẽ chỉ ra rằng doanh nghiệp kinh doanh sản phẩm đó có phải độc quyền hay không, là yếu tố trọng tâm trong việc xác định thị trường liên quan trong từng trường hợp cụ thể.

*b. Yếu tố không gian:*

- Yếu tố không gian hay Thị trường địa lý có liên quan dưới góc độ địa lý bao gồm khu vực có các chính sách liên quan đến cung cầu sản phẩm hoặc dịch vụ, trong đó có các điều kiện cạnh tranh đồng nhất, đủ để phân biệt với các khu vực xung quanh. Điều kiện cạnh tranh ở mỗi khu vực có sự khác biệt lớn. (Theo Luật cạnh tranh châu Âu), tùy theo mỗi loại thị trường sản phẩm, việc xác định phạm vi không gian của thị trường có thể khác nhau.

- Về nguyên tắc, đối với những sản phẩm sản xuất hàng loạt thuộc về nhu cầu thiết yếu chung của mọi các nhân, đặc biệt là những dịch vụ tồn tại dựa vào lợi ích kinh tế theo quy mô, thị trường địa lý liên quan sẽ bao gồm toàn bộ lãnh thổ quốc gia (và có thể mở rộng trong những trường hợp khác dựa trên nhu cầu của khách hàng và sự mở rộng quy mô hệ thống phân phối hay đại lý mà không làm thay đổi công năng sử dụng, chất lượng hay giá cả của loại hàng hóa đó…)

- Theo pháp luật Việt Nam, thị trường địa lý liên quan được đề cập là một khu vực địa lý cụ thể, trong đó có các hàng hóa, dịch vụ có thể thay thế cho nhau với các điều kiện cạnh tranh tương ứng và có sự khác biệt đánh kể với các khu vực địa lý lân cận. (Khoản 1, Điều 7 NĐ số 116/2005/NĐ-CP)

- Yếu tố rào cản xâm nhập thị trường cũng là căn cứ để xác định thị trường địa lý liên quan.

*c. Yếu tố thời gian:*

- Là yếu tố được xem xét trong những trường hợp khi cung hoặc cầu chỉ tồn tại trong những thời điểm hoặc khoảng thời gian nhất định.

- Chúng có ý nghĩa đặc biệt đối với những sản phẩm đặc thù tồn tại theo thời gian, theo chu kì hoặc quan hệ cạnh tranh chỉ tồn tại khi có trường hợp đặc biệt mà theo đó sức mạnh thị trường của doanh nghiệp cũng thay đổi đột biến trong thời gian ngắn. mặt khác, một số doanh nghiệp chỉ có sức mjanh cạnh tranh trong thời gian ngắn do quá trình cạnh tranh là liên tục và các chủ thể không ngừng theo đuổi để giành lợi thế cạnh tranh.

- Theo đó, yếu tố thời gian cần đươc chú ý thích đáng trong một số trường hợp để xác định thị trường liên quan. Đối với một số loại hàng hóa dịch vụ thị trường liên quan chỉ xuất hiện trong một số giai đoạn nhất định. Khi không còn tính cạnh tranh, đối tượng được xem xét sẽ không còn thuộc một thị trường liên quan nào đó. Tuy nhiên, pháp luật cạnh tranh Việt Nam vẫn chưa đề cập và quy định về yếu tố này.

*c. Nhận xét:*

Việc phân chia thị trường liên quan thành thị trường sản phẩm liên quan và thị trường địa lý liên quan không có nghĩa là có hai thị trường riêng biệt. Ngược lại, đây là hai khía cạnh của một thị trường liên quan: khía cạnh sản phẩm và khía cạnh địa lý.

*Ví dụ*: Thị trường nước giải khát có ga tại Việt Nam – Thị trường của sản phẩm liên quan là các loại nước giải khát có ga có thể thay thế cho nhau trong một khu vực địa lý liên quan là toàn bộ lãnh thổ Việt Nam.

Việc xác định thị trường liên quan có ý nghĩa hết sức quan trọng trong quá trình xử lý vụ việc cạnh tranh.

*Thứ nhất*, xác định thị trường liên quan là công việc đầu tiên để xác định thị phần của từng doanh nghiệp trong vụ việc cạnh tranh. Theo các quy định tại Khoản 2 Điều 9, Điều 11, Điều 18 và 19 của Luật Cạnh tranh, thị phần là cơ sở để xác định liệu các doanh nghiệp tham gia thỏa thuận hạn chế cạnh tranh có bị cấm thực hiện thỏa thuận đó hay không; xác định vị trí thống lĩnh thị trường của doanh nghiệp/nhóm doanh nghiệp; xác định trường hợp tập trung kinh tế bị cấm và trường hợp các doanh nghiệp tập trung kinh tế cần phải thông báo cho Cục Quản lý Cạnh tranh trước khi tiến hành.

*Thứ hai,* xác định thị trường liên quan là cơ sở quan trong để xác định hai doanh nghiệp có phải là đối thủ cạnh tranh của nhau hay không. Các doanh nghiệp chỉ có thể là đối thủ cạnh tranh của nhau nếu những doanh nghiệp này cùng hoạt động trên cùng một thị trường liên quan.

*Thứ ba*, xác định thị trường liên quan giúp cho việc xác định mức độ gây hạn chế cạnh tranh do hành vi vi phạm các quy định của Luật Cạnh tranh gây ra.