

R

BỘ THƯƠNG MẠI
ĐỀ TÀI KHOA HỌC MÃ SỐ: 2003 -78 - 009

***** *** * *** *****

CƠ SỞ KHOA HỌC XÁC ĐỊNH MỨC ĐỘ HẠN CHẾ
CẠNH TRANH CỦA CÁC THOÁI THUẬN VÀ CÁC TIÊU CHÍ
CHO PHÉP MIỄN TRỪ TRONG LUẬT CẠNH TRANH

Cơ quan chủ quản: Bộ Thương mại

Cơ quan chủ trì thực hiện: Viện Nghiên cứu Thương mại

Chủ nhiệm: ThS. Trịnh Thị Thanh Thuỷ

Thành viên đề tài:

1. TS. Lê Trịnh Minh Châu
2. CN. Nguyễn Xuân Phương
3. CN. Phạm Đình Thưởng
4. CN. Ngô Việt Hoà
5. CN. Hoàng Xuân Bắc
6. CN. Nguyễn Việt Hùng

Hà Nội, 10/2004

5082

212 105

MỤC LỤC

Trang

Lời nói đầu	
CHƯƠNG I: MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ MỨC ĐỘ HẠN CHẾ CẠNH TRANH CỦA CÁC THỎA THUẬN VÀ CÁC TIÊU CHÍ CHO PHÉP MIỄN TRỪ TRONG LUẬT CẠNH TRANH	1
1 CÁC THỎA THUẬN HẠN CHẾ CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP	1
1.1 Khái quát về chiến lược hạn chế cạnh tranh của doanh nghiệp	1
1.1.1 Chiến lược thỏa thuận	2
1.1.2 Chiến lược ngăn cản	2
1.1.3 Chiến lược tích tụ	3
1.2 Thỏa thuận theo chiều ngang	4
1.2.1 Khái niệm	4
1.2.2 Hình thức và phân loại	4
1.2.3 Phân biệt giữa những loại thỏa thuận ủng hộ cạnh tranh và những thỏa thuận hạn chế cạnh tranh	11
1.3. Thỏa thuận theo chiều dọc	12
1.3.1. Khái niệm	12
1.3.2. Hình thức và phân loại	13
1.3.3. Phân biệt giữa những loại thỏa thuận ủng hộ cạnh tranh và những thỏa thuận hạn chế cạnh tranh	15
2 SỰ CẦN THIẾT ĐƯA VÀO LUẬT QUY ĐỊNH CẤM ĐỐI VỚI CÁC THỎA THUẬN HẠN CHẾ CẠNH TRANH VÀ CÁC TRƯỜNG HỢP MIỄN TRỪ	18
2.1 Sự cần thiết đưa vào luật các quy định cấm đối với thỏa thuận hạn chế cạnh tranh	18
2.1.1. Thỏa thuận án định giá	19
2.1.2. Đầu thầu thông đồng	20
2.1.3. Phân chia thị trường hay khách hàng (thỏa thuận phân chia thị trường tiêu thụ, nguồn cung cấp hàng hoá và dịch vụ)	21
2.1.4. Thỏa thuận hạn chế sản xuất, lượng mua bán (thỏa thuận hạn chế hoặc kiểm soát lượng mua bán hàng hoá, dịch vụ)	21
2.1.5. Thỏa thuận ngăn cản, kìm hãm, không cho doanh nghiệp khác tham gia thị trường hoặc phát triển kinh doanh , thỏa thuận nhằm loại bỏ khỏi thị trường những doanh nghiệp không phải là các bên thỏa thuận.	22

2.1.6.	Các thoả thuận hạn chế cạnh tranh khác	23
2.2	Sự cần thiết đưa vào luật những miễn trừ áp dụng quy định cấm đối với thoả thuận hạn chế cạnh tranh	24
2.2.1.	Miễn trừ theo chủ thể tham gia thoả thuận	24
2.2.2.	Miễn trừ theo loại thoả thuận	25
2.2.3.	Miễn trừ theo ngành kinh tế	26
2.2.4.	Miễn trừ trong trường hợp khung hoảng kinh tế	27
2.2.5.	Miễn trừ đối với một số trường hợp khác	28
3	CÁC TIÊU CHÍ VÀ CÁCH THỨC XÁC ĐỊNH MỨC ĐỘ HẠN CHẾ CẠNH TRANH MỘT CÁCH ĐÁNG KẾ TRÊN THỊ TRƯỜNG LIÊN QUAN VÀ ĐƯỢC HƯỞNG MIỄN TRỪ KHỎI ÁP DỤNG QUY ĐỊNH CẤM ĐỐI VỚI MỘT THOẢ THUẬN HẠN CHẾ CẠNH TRANH.	28
3.1.	Tiêu chí và cách thức xác định mức độ hạn chế cạnh tranh trên thị trường liên quan của một thoả thuận hạn chế cạnh tranh.	28
3.1.1.	Các tiêu chí xác định mức độ hạn chế cạnh tranh.	29
3.1.2.	Cách thức xác định mức độ hạn chế cạnh tranh một cách đáng kể	32
3.2.	Tiêu chí và cách thức xét miễn trừ áp dụng quy định cấm đối với thoả thuận hạn chế cạnh tranh	33
3.2.1.	Xác định chủ thể tham gia thoả thuận	34
3.2.2.	Xác định thoả thuận ngang và thoả thuận dọc	34
3.2.3.	Xác định các thoả thuận phù hợp với quy định khác của pháp luật	36
3.2.4.	Xác định các thoả thuận đem lại lợi ích phát triển	36
CHƯƠNG II: KINH NGHIỆM CỦA MỘT SỐ NƯỚC VÀ BÀI HỌC ÁP DỤNG CHO VIỆT NAM		39
1	CÁC LOẠI THOẢ THUẬN HẠN CHẾ CẠNH TRANH BỊ CẤM TRONG LUẬT CỦA CÁC NƯỚC.	42
1.1.	Các thoả thuận chiêu ngang hạn chế cạnh tranh bị cấm trong Luật cạnh tranh các nước	42
1.1.1.	Đối với các thoả thuận án định giá	43
1.1.2.	Đối với các thoả thuận thông đồng trong đấu thầu.	46
1.1.3.	Đối với các thoả thuận hạn chế sản lượng	47
1.1.4.	Đối với các thoả thuận phân chia khách hàng và khu vực kinh doanh.	48
1.1.5.	Đối với các thoả thuận hạn chế việc gia nhập thị trường hoặc	49

	<i>tẩy chay giao dịch</i>	
1.2.	Các thoả thuận chiêu dọc hạn chế cạnh tranh bị kiểm soát và bị cấm trong luật.	52
1.2.1.	<i>Đối với các thoả thuận phân phối độc quyền</i>	52
1.2.2.	<i>Đối với các thoả thuận phân chia khách hàng</i>	53
1.2.3.	<i>Đối với các thoả thuận bán hàng ràng buộc</i>	54
1.2.4.	<i>Đối với các thoả thuận ấn định giá bán lại</i>	56
2.	CÁC TIÊU CHÍ VÀ CÁCH THỨC XÁC ĐỊNH MỨC ĐỘ HẠN CHẾ CẠNH TRANH ĐÁNG KẾ TRÊN THỊ TRƯỜNG LIÊN QUAN CỦA CÁC THOẢ THUẬN TRONG LUẬT CỦA CÁC NƯỚC.	58
2.1.	<i>Đối với các thoả thuận hạn chế cạnh tranh theo chiều ngang.</i>	60
2.2.	<i>Đối với các thoả thuận hạn chế cạnh tranh theo chiều dọc</i>	62
3.	TIÊU CHÍ VÀ CÁCH THỨC XÁC ĐỊNH CÁC TRƯỜNG HỢP MIỄN TRỪ KHỎI ÁP DỤNG CÁC QUY ĐỊNH CẤM ĐỐI VỚI CÁC LOẠI THOẢ THUẬN HẠN CHẾ CẠNH TRANH BỊ CẤM TRONG LUẬT CỦA CÁC NƯỚC.	64
3.1	<i>Đối với các thoả thuận chiêu ngang hạn chế cạnh tranh bị cấm.</i>	65
3.2.	<i>Đối với các thoả thuận chiêu dọc hạn chế cạnh tranh bị cấm</i>	66
4.	BÀI HỌC KINH NGHIỆM CÓ THỂ ÁP DỤNG CHO VIỆT NAM.	71
	CHƯƠNG III: KIẾN NGHỊ VỀ TIÊU CHÍ VÀ CÁCH THỨC XÁC ĐỊNH MỨC ĐỘ HẠN CHẾ CẠNH TRANH ĐÁNG KẾ TRÊN THỊ TRƯỜNG LIÊN QUAN VÀ MIỄN TRỪ ÁP DỤNG QUY ĐỊNH CẤM ĐỐI VỚI THOẢ THUẬN HẠN CHẾ CẠNH TRANH TRONG LUẬT CẠNH TRANH CỦA VIỆT NAM	74
1.	NHỮNG YÊU CẦU ĐẶT RA TỪ THỰC TIỄN CỦA VIỆT NAM	74
1.1.	<i>Tổng quan về các hành vi hạn chế cạnh tranh ở Việt Nam</i>	74
1.2.	Những vấn đề đặt ra cần giải quyết	79
1.3.	<i>Phương hướng giải quyết</i>	82
2.	KIẾN NGHỊ VỀ TIÊU CHÍ VÀ CÁCH THỨC XÁC ĐỊNH MỨC ĐỘ HẠN CHẾ CẠNH TRANH ĐÁNG KẾ TRÊN THỊ TRƯỜNG LIÊN QUAN CỦA CÁC THOẢ THUẬN HẠN CHẾ CẠNH TRANH	83
2.1.	Các yêu cầu đặt ra đối với tiêu chí đánh giá mức độ hạn chế cạnh tranh của các thoả thuận.	83
2.2	Kiến nghị về các tiêu chí và cách thức xác định mức độ hạn chế cạnh tranh đáng kể của thoả thuận trên thị trường liên quan.	86

2.2.1.	Số lượng các doanh nghiệp tham gia thoả thuận, số lượng doanh nghiệp cạnh tranh trên thị trường	88
2.2.2	Phương thức phân phối hàng hoá, cung ứng dịch vụ cho các doanh nghiệp và người tiêu dùng	88
2.2.3.	Giá cả hàng hoá, dịch vụ	90
2.2.4.	Những điều kiện tạo thuận lợi hay cản trở việc gia nhập hay mở rộng thị trường của đối thủ hoặc đối thủ tương lai trên thị trường liên quan	91
2.2.5.	Thị phần của các doanh nghiệp tham gia thoả thuận	93
3.	KIẾN NGHỊ VỀ CÁC TIÊU CHÍ VÀ THỦ TỤC CHO PHÉP MIỄN TRỪ ĐỐI VỚI THOẢ THUẬN HẠN CHẾ CẠNH TRANH BỊ CẤM	95
3.1.	Nguyên tắc cho phép miễn trừ	95
3.2	Các tiêu chí cho phép miễn trừ	97
3.2.1	Miễn trừ những trường hợp thoả thuận mang lại hiệu quả phát triển	99
3.2.2	Miễn trừ cho trường hợp thoả thuận nhằm mở rộng hệ thống doanh nghiệp vừa và nhỏ, tăng cường sức cạnh tranh của doanh nghiệp vừa và nhỏ	99
3.2.3	Miễn trừ cho trường hợp thoả thuận làm tăng sức cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam trên thị trường quốc tế	100
3.2.4	Miễn trừ cho thoả thuận cơ cấu lại trong thời kỳ khủng hoảng	101
3.2.5	Miễn trừ đối với các ngành ngoại lệ	102
3.3.	Thủ tục cho phép miễn trừ	103
3.3.1	Trình tự xem xét miễn trừ	103
3.3.2	Hồ sơ xin miễn trừ	103
3.3.3	Xử lý hồ sơ và yêu cầu giải trình	104
3.3.4.	Ra quyết định miễn trừ	105
	Kết Luận	106
	Tài liệu tham khảo	

LỜI NÓI ĐẦU

Ngày nay, hầu như mọi quốc gia có nền kinh tế thị trường đều theo đuổi chính sách cạnh tranh tích cực để tạo môi trường cho các nhà sản xuất và phân phối trong nước cạnh tranh được ở thị trường nội địa cũng như ở thị trường thế giới. Nuôi dưỡng sự cạnh tranh lành mạnh trong nước hiện đang được xem như là một yếu tố then chốt cho sự thành công của chính sách kinh tế ở nhiều quốc gia. Trong quá trình hội nhập vào nền kinh tế thế giới, xu hướng tự do hóa thương mại đã mang lại bầu không khí thuận lợi cho cạnh tranh và cạnh tranh đang ngày càng trở nên gay gắt. Kết quả cạnh tranh sẽ xác định vị thế của doanh nghiệp trên thị trường, vì thế mỗi doanh nghiệp đều nỗ lực tìm cho mình phương thức và con đường cạnh tranh phù hợp để vươn tới vị thế cao nhất. Để đạt được vị trí thống lĩnh thị trường, các doanh nghiệp thường hoặc là cố gắng để trở thành doanh nghiệp lớn nhất hay duy nhất trên thị trường bằng những thủ pháp hạn chế kinh doanh để tăng quyền lực thị trường, hoặc là thoả thuận công khai hoặc ngầm ngầm giữa các nhà cạnh tranh hiện hữu về phân chia thị trường, phân chia sản lượng và thống nhất ấn định giá. Với mục tiêu cạnh tranh là để giành được, nắm giữ và mở rộng thị phần nên các nhà kinh doanh có xu hướng sử dụng các hành vi hạn chế kinh doanh nhằm hạn chế hoặc loại bỏ đối thủ cạnh tranh hơn là đương đầu với cạnh tranh bằng giảm giá, nâng cao chất lượng, đổi mới quản lý và công nghệ, tiến hành hiện đại hóa... Việc lạm dụng quyền lực thị trường của mỗi doanh nghiệp trong phạm vi của từng thị trường mục tiêu đều gây tổn hại cho người tiêu dùng và cho các doanh nghiệp khác. Trong nhiều trường hợp, sức mạnh của thị trường không bảo vệ được cạnh tranh trong kinh doanh và lợi ích mà sự cạnh tranh đó mang lại cho người tiêu dùng. Do vậy, việc kiểm soát sự tập trung quyền lực kinh tế, ngăn chặn các hành động hạn chế hoặc cản trở cạnh tranh, nâng cao tính cạnh tranh của thị trường, đồng thời chống việc lạm dụng vị thế trên thị trường của các doanh nghiệp đều là những nội dung cơ bản trong chính sách cạnh tranh của nhiều quốc gia.

Các thoả thuận có thể cho phép các doanh nghiệp phối hợp hoạt động để có được một số đặc tính độc quyền, như tăng giá, hạn chế sản lượng và ngăn cản sự nhập cuộc hoặc đổi mới. Các thoả thuận "chiều ngang" giữa các doanh nghiệp cạnh tranh trên cùng một thị trường, cùng cấp độ sản xuất hoặc phân phối thường gây tổn hại đến cạnh tranh là các thoả thuận ngăn cản đối thủ cạnh tranh tạo ra sự năng động trong cạnh tranh về giá cả và sản lượng. Hầu hết pháp luật cạnh tranh của các nước trừng phạt rất nặng các thoả thuận nhằm ấn định giá, hạn chế sản lượng, lừa đảo trong đấu thầu, phân chia thị trường, tẩy chay. Tuy nhiên, các thoả thuận về tiêu chuẩn sản phẩm, nghiên cứu và chất lượng, hợp lý hoá, hợp tác giữa các doanh nghiệp vừa và nhỏ, xuất và nhập khẩu... cũng có thể tác động đến cạnh tranh, nhưng tác động đó là tích cực hay tiêu cực còn phụ thuộc vào các điều kiện thị trường, nên hầu hết pháp luật xử lý các thoả

thuận này bằng cách đánh giá điểm tích cực và tiêu cực hoặc bằng cách thiết kế các quy định chi tiết hơn để xác định và miễn trừ các hành vi tích cực. Các thỏa thuận “chiêu dọc” giữa các doanh nghiệp ở các khâu khác nhau của quá trình sản xuất hoặc phân phối, có thể dẫn tới giá tăng, chất lượng giảm hoặc tồi, ngăn cản sự nhập cuộc hoặc đổi mới. Tác động lên cạnh tranh của các thỏa thuận chiêu dọc có thể phức tạp hơn và khó xác định hơn thỏa thuận chiêu ngang. Những thỏa thuận này có thể có những tác động tích cực như giảm giá sản phẩm, tạo điều kiện thuận lợi cho việc gia nhập thị trường của các doanh nghiệp mới..., thỏa thuận chiêu dọc cũng có thể được sử dụng để độc quyền hoá một ngành, hoặc ngăn cản việc gia nhập thị trường, đặc biệt khi một phía thỏa thuận giữ vai trò thống lĩnh thị trường. Vì vậy, trong pháp luật cạnh tranh của nhiều nước, các thỏa thuận chiêu dọc mặc dù được phép, nhưng cũng thường bị kiểm soát về hành vi lạm dụng và bị cấm, nếu dẫn đến hạn chế cạnh tranh đáng kể trên thị trường liên quan tuỳ thuộc vào tính chất và cấu trúc thị trường.

Cùng với quá trình chuyển đổi theo hướng nền kinh tế thị trường, thực hiện các cam kết hội nhập kinh tế quốc tế, quy luật cạnh tranh cũng được phát huy mạnh mẽ, mang đến bầu không khí cạnh tranh ngày càng khốc liệt ở thị trường Việt Nam. Tuy vậy, cho đến nay, Việt Nam chưa có một chính sách cạnh tranh hữu hiệu được thể chế hoá và thực hiện nhất quán, khung pháp lý cho cạnh tranh nói chung cũng như luật cạnh tranh nói riêng chưa được ban hành đồng bộ. Vì vậy, hiệu quả cạnh tranh của cả nền kinh tế cũng như của các doanh nghiệp Việt Nam còn rất thấp kém. Việc nghiên cứu những cơ sở khoa học cho quá trình xây dựng và thực thi chính sách cạnh tranh nói chung, luật cạnh tranh nói riêng là một yêu cầu cấp thiết, đáp ứng đòi hỏi của thực tiễn quản lý nhà nước về kinh tế ở nước ta hiện nay. Do vậy, đề tài “Cơ sở khoa học xác định mức độ hạn chế cạnh tranh đáng kể trên thị trường liên quan và các tiêu chí cho phép miễn trừ trong Luật cạnh tranh” được nghiên cứu nhằm góp phần hoàn thiện Dự thảo Luật cạnh tranh và xây dựng Nghị định hướng dẫn thi hành Luật cạnh tranh của Việt Nam trong thời gian tới.

- **Mục tiêu nghiên cứu:**

- Làm rõ luận cứ khoa học của khái niệm và tiêu chí “mức độ hạn chế cạnh tranh đáng kể” trên thị trường liên quan của thỏa thuận hạn chế cạnh tranh; các trường hợp được hưởng miễn trừ việc áp dụng quy định cấm đối với thỏa thuận hạn chế cạnh tranh”.

- Kinh nghiệm của một số nước trên thế giới về xác định các thỏa thuận hạn chế cạnh tranh và các trường hợp được miễn trừ áp dụng quy định cấm đối với các thỏa thuận hạn chế cạnh tranh trong luật cạnh tranh.

- Kiến nghị đưa vào dự thảo Luật cạnh tranh của Việt Nam những nội dung và các tiêu chí cụ thể.

- **Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:**

- Đối tượng nghiên cứu: Mức độ hạn chế cạnh tranh một cách đáng kể trên thị trường liên quan của thoả thuận hạn chế cạnh tranh; Các trường hợp được hưởng miễn trừ việc áp dụng quy định cấm đối với thoả thuận hạn chế cạnh tranh bị cấm.
- Phạm vi nghiên cứu: các thoả thuận hạn chế cạnh tranh trong luật cạnh tranh của một số nước.

- ***Phương pháp nghiên cứu:***

Đề tài sử dụng các phương pháp nghiên cứu: Nghiên cứu tài liệu; Khảo sát thực tế; Sử dụng chuyên gia

- ***Nội dung nghiên cứu:*** Gồm ba phần chính

Chương I: Một số vấn đề lý luận về mức độ hạn chế cạnh tranh của các thoả thuận và các tiêu chí cho phép miễn trừ trong luật cạnh tranh

Chương II: Kinh nghiệm của một số nước và bài học áp dụng cho Việt Nam

Chương III: Kiến nghị về tiêu chí và cách thức xác định mức độ hạn chế cạnh tranh đáng kể trên thị trường liên quan và miễn trừ áp dụng quy định cấm đối với thoả thuận hạn chế cạnh tranh trong Luật cạnh tranh của Việt Nam

Chương I

MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ MỨC ĐỘ HẠN CHẾ CẠNH TRANH CỦA CÁC THỎA THUẬN VÀ CÁC TIÊU CHÍ CHO PHÉP MIỄN TRỪ TRONG LUẬT CẠNH TRANH

1. CÁC THỎA THUẬN HẠN CHẾ CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP

1.1. Khái quát về chiến lược hạn chế cạnh tranh của doanh nghiệp

Trong nền kinh tế thị trường, cạnh tranh là cơ chế vận hành chủ yếu và là động lực thúc đẩy nền kinh tế phát triển. Dưới sức ép cạnh tranh, để tồn tại, những người tham gia trên thị trường buộc phải nỗ lực hết mình trong cuộc chạy đua về chất lượng và giá cả của hàng hoá, dịch vụ. Các hãng kinh doanh phải hoạt động hiệu quả hơn, đưa ra nhiều sự lựa chọn hơn về sản phẩm và dịch vụ với ở mức giá hợp lý nhất cho khách hàng. Cạnh tranh là động lực quan trọng nhất để huy động các nguồn lực vào sản xuất kinh doanh hàng hóa, dịch vụ, qua đó nâng cao năng lực sản xuất của toàn xã hội. Tuy nhiên, bên cạnh mặt tích cực, hoạt động cạnh tranh của các doanh nghiệp nếu không được điều tiết một cách hợp lý có thể gây ra những tác động tiêu cực không nhỏ đến môi trường kinh doanh, kìm hãm sự phát triển của nền kinh tế, cũng như gây ra những thiệt hại cho lợi ích của người tiêu dùng. Một số biểu hiện tiêu cực do hành vi hạn chế cạnh tranh của doanh nghiệp gây ra như giảm khối lượng đầu ra từ đó dẫn đến việc tăng giá của sản phẩm, dịch vụ, hoặc hiện tượng các doanh nghiệp phối hợp, thỏa thuận với nhau để tạo ra các rào cản gia nhập thị trường đối với các doanh nghiệp mới, hoặc loại bỏ các doanh nghiệp không phải là thành viên của thỏa thuận. Ngoài ra, còn xuất hiện trường hợp một số doanh nghiệp sử dụng các hành vi cạnh tranh không lành mạnh như xâm phạm bí mật kinh doanh, hoặc gây rối hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp khác nhằm chiếm ưu thế trên thị trường đối với đối thủ cạnh tranh.

Để xây dựng một môi trường kinh doanh lành mạnh, các hành vi hạn chế cạnh tranh và cạnh tranh không lành mạnh cần thiết phải được điều tiết bởi các quy định của pháp luật. Theo các chuyên gia về cạnh tranh trên thế giới, các hành vi cạnh tranh gây tổn hại tới môi trường kinh doanh được phân chia ra làm hai nhóm chủ yếu: các hành vi hạn chế cạnh tranh và các hành vi cạnh tranh không lành mạnh. Thỏa thuận giữa các doanh nghiệp được xếp vào nhóm các hành vi hạn chế cạnh tranh.

Trong các chiến lược hạn chế cạnh tranh, doanh nghiệp thường sử dụng chiến lược thỏa thuận, chiến lược ngăn cản và chiến lược tích tụ.

1.1.1. Chiến lược thỏa thuận

Chiến lược thỏa thuận là việc phối hợp hành động giữa các doanh nghiệp độc lập để nâng cao vị thế của họ. Thỏa thuận phối hợp hành động có thể diễn ra theo chiều ngang hoặc theo chiều dọc.

Thỏa thuận theo chiều ngang là thỏa thuận giữa các doanh nghiệp ở cùng một vị trí trên thị trường, hay nói cách khác giữa các doanh nghiệp kinh doanh cùng loại hàng hoá, dịch vụ. Những loại thỏa thuận theo chiều ngang phổ biến là thỏa thuận liên quan tới giá cả, phân chia thị trường, ngăn cản doanh nghiệp khác tham gia thị trường.

Thỏa thuận giữa các doanh nghiệp ở các khâu khác nhau trên thị trường như giữa nhà sản xuất và nhà phân phối được gọi là thỏa thuận theo chiều dọc. Những hành vi phổ biến trong thỏa thuận theo chiều dọc là ấn định giá bán lại, phân phối độc quyền theo lãnh thổ hoặc nhóm khách hàng và thỏa thuận đại lý mượn danh (franchising).

Tác động của phần lớn các thỏa thuận, kể cả dọc và ngang, đều nhằm mục đích loại bỏ cạnh tranh giữa các doanh nghiệp tham gia vào thỏa thuận. Khi tham gia vào thỏa thuận, các doanh nghiệp thường đạt được những lợi ích kinh tế nhất định do sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp này đã bị suy giảm hoặc triệt tiêu. Thực tế đã chứng minh, phần lớn các thỏa thuận (tuy nhiên cũng có một số trường hợp ngoại lệ) gây tác động tiêu cực đến cạnh tranh. Trong đó, tác động của các thỏa thuận theo chiều ngang có phần nặng nề hơn tác động do các thỏa thuận theo chiều dọc mang lại.

Hành vi thông đồng giữa các doanh nghiệp cũng thường ảnh hưởng nghiêm trọng đến môi trường kinh doanh lành mạnh, vì nó loại trừ cạnh tranh. Cấu kết khiến các doanh nghiệp hoạt động mang tính chất độc quyền. Hành vi thông đồng có tác động tiêu cực và ngay lập tức ảnh hưởng đến người tiêu dùng, họ phải trả nhiều tiền hơn cho một lượng hàng hoá ít hơn. Bên cạnh đó, cấu kết thông đồng có thể tác động tiêu cực đến tất cả các giai đoạn của quá trình sản xuất, vì khiến giá cả tăng lên hoặc hạn chế sự sẵn có của các đầu vào sản xuất hay các hàng hóa trung gian. Tình trạng này tác động trực tiếp lên lợi nhuận và khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Sự gia tăng chi phí nguyên vật liệu đầu vào do sự cấu kết thông đồng của các nhà cung cấp đầu vào có thể dẫn đến những bất lợi cho những người sản xuất, và cuối cùng gây thiệt hại cho người tiêu dùng.

1.1.2. Chiến lược ngăn cản

Một chiến lược khác nhằm loại bỏ sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp là hạn chế số lượng doanh nghiệp tham gia vào một thị trường hàng hóa và dịch vụ cụ thể. Thực hiện chiến lược ngăn cản, doanh nghiệp tiến hành cạnh tranh không công bằng như tẩy chay và từ chối không giao dịch, phân biệt đối xử, đặc biệt là về giá, hoặc cấu kết để loại bỏ những đối thủ