TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

# Hướng tới Luật Cạnh tranh sửa đổi 2017: Cạnh tranh lành mạnh, bình đẳng, công khai

15:42 10/05/2017

Qua các tài liệu của Ban soạn thảo sửa đổi luật để chuẩn bị báo cáo Quốc hội trong kỳ họp tới, xét riêng trong lĩnh vực thương mại nội địa, nhận thấy có rất nhiều vấn đề liên quan đến bộ luật quan trọng này.

Có thể nêu lên một số ví dụ ở khâu bán lẻ, nhiều hiện tượng cạnh tranh không lành mạnh – "cá lớn nuốt cá bé" diễn ra thường xuyên trên thị trường như bán phá giá một số loại hàng hóa để diệt đối thủ; việc ép cấp, ép giá của khâu bán lẻ đối với các nhà cung cấp hàng hóa vào siêu thị, cửa hàng..., nhất là những đơn vị có doanh số lớn, có lợi thế ép buộc.

Trong lĩnh vực thuế và nghĩa vụ với ngân sách, bán nhiều nộp ít, bán ít phải nộp nhiều, kinh tế ngầm đã làm hại những DN thương mại nghiêm chỉnh, chân chính trên thị trường. Một nền thương mại công bằng, hoàn hảo chưa được thiết lập cơ bản ở thị trường nội địa Việt Nam. Chính vì vậy, chỉ có cạnh tranh lành mạnh, bình đẳng, công khai, được kiểm soát bằng luật một cách công bằng của các cơ quan quản lý nhà nước, thì ngành thương mại mới có sức sống và ngày càng phát triển một cách vững chắc.



*Ảnh minh họa*

Từ tình hình trên, xin góp ý một số nội dung.

Thứ nhất, về mối quan hệ mua bán trên thị trường, đặc biệt là khâu thu mua, ký gửi trong lĩnh vực bán lẻ, Luật Cạnh tranh cũ có ghi: “từ chối giao dịch mà không có lý do chính đáng”.

Thế nào là “lý do chính đáng”? Suốt 12 năm qua, kể từ khi có Luật Cạnh tranh, vẫn chưa có hướng dẫn chi tiết và chưa có đáp số thỏa đáng. Đa phần các nhà cung ứng đưa hàng hóa vào khâu bán lẻ, chủ yếu là ở một số siêu thị lớn đã bị ép giá, ép cấp, tốn nhiều chi phí, khó cạnh tranh trên thị trường.

Nguyên nhân là hệ thống siêu thị chưa phát triển mang tính cạnh tranh. Vì vậy, các nhà cung ứng phải “chiều chuộng”, thậm chí lệ thuộc vào một số ít các siêu thị tại thị trường Việt Nam. Một số nhà cung cấp đã không chịu nổi, phải lập chuỗi phân phối riêng của mình, mặc dù biết nếu được đứng chân ở siêu thị thì sẽ có nhiều cái lợi cho mặt hàng, cho thương hiệu của nhà sản xuất...

Tình hình trên đã đem lại sự cạnh tranh méo mó trên thị trường của các nhà cung ứng hàng hóa chân chính, nhất là trong điều kiện chúng ta đang khuyến khích tiêu thụ hàng Việt. Luật phải làm rõ thế nào thì các đơn vị bán lẻ mới từ chối đúng pháp luật (điều 20, điểm 10 Luật Cạnh tranh sửa đổi).

Thứ hai, trong Luật Cạnh tranh trước đây, cũng như dự thảo lần này, tôi chưa thấy đề cập đến vai trò của cơ quan quản lý nhà nước mà những động thái, quyết định không chính xác của họ đã làm giảm năng lực cạnh tranh của các DN chân chính.

Ví dụ, các quy định về điều kiện kinh doanh không phù hợp mà các chuyên gia, báo chí đã nêu rất nhiều trong thời gian qua. Những tác động không khách quan của các nhà quản lý đã làm thui chột ý chí lập nghiệp và phát triển của các DN. Luật cần điều chỉnh và quy trách nhiệm những cơ quan quản lý nhà nước đó.

Thứ ba, đó là vấn đề về vai trò của các hiệp hội ngành hàng, ngành nghề đối với năng lực cạnh tranh của các DN nói chung và bán lẻ nói riêng. Hiệp hội đúng ra phải là khâu trung gian, tập hợp các thành viên và dẫn dắt họ phát triển, điều quan trọng nhất là những chỉ dẫn này phải mang tính khách quan, chống cục bộ, không gây thiệt hại cho một nhóm DN khác.

Ví dụ, Hiệp hội Thép yêu cầu các thành viên chỉ mua thép trong nội bộ hiệp hội mà thôi; Hiệp hội Bán lẻ Việt Nam không đồng ý minh bạch thuế trong các thành viên của mình… Như vậy, những DN khác minh bạch sẽ có năng lực cạnh tranh thấp hơn những DN mà được hiệp hội bảo vệ.

Vấn đề này đi ngược lại sự chỉ đạo của Nhà nước về xây dựng một nhà nước liêm chính, công khai, minh bạch và cạnh tranh bình đẳng. Đề nghị, bổ sung vai trò và trách nhiệm của các hiệp hội trong dự thảo luật khi họ có những động thái không phù hợp với luật pháp nhà nước và Luật Cạnh tranh.

Thứ tư, thương mại điện tử phát triển với tốc độ nhanh trên thị trường Việt Nam; tuy hiện nay chỉ chiếm cho 3% doanh thu bán lẻ, nhưng đã xuất hiện nhiều cuộc cạnh tranh không lành mạnh trên mạng, quá nhiều ý kiến của các chuyên gia và khiếu nại của người tiêu dùng.

Ví dụ, bán hàng không xuất hóa đơn, trốn thuế; giao hàng không đúng như quảng cáo; hàng giao không đúng hẹn, khi có những khiếu nại thì giải quyết rất khó khăn và phiền hà…

Tất cả các hành vi này đều vi phạm quyền lợi của người tiêu dùng và ảnh hưởng tới sự cạnh tranh giữa các trang thương mại điện tử chân chính. Theo thống kê, 80% số người Việt Nam mua hàng trên mạng thực hiện việc nhận hàng rồi mới giao tiền, chứng tỏ thương mại điện tử đang có vấn đề, đòi hỏi Luật Cạnh tranh phải điều chỉnh nhằm khuyến khích phát triển.

Thứ năm, trong hoạt động thương mại, việc quảng cáo khuyến mại rất quan trọng và cần thiết. Tuy nhiên, những động thái trên còn rất nhiều việc phải điều

chỉnh sớm và quyết liệt hơn.

Ví dụ, những hiện tượng quảng cáo sai sự thật, không đúng mức, khuyến mại không đúng thực chất, không được quản lý một cách công khai, minh bạch bởi các cơ quan quản lý nhà nước như sở công thương một số tỉnh, thành phố hiện nay đã làm cho sự cạnh tranh thu hút khách hàng của một số DN trở nên méo mó và chưa được kiểm soát. Điều này, chắc chắn sẽ ảnh hưởng đến những DN khác khuyến mại quảng cáo một cách nghiêm túc và ảnh hưởng đến quyền lợi người tiêu dùng Việt. Điều cần lưu ý thêm là các cơ quan truyền thông cũng có phần trách nhiệm trong việc quảng cáo không lành mạnh này một khi những quảng cáo về hàng hóa khuyến mại không được thẩm định trước.

**Vũ Vinh Phú**