

# ĐẠI LÝ ĐỘC QUYỀN VÀ ĐIỀU CHỈNH CỦA PHÁP LUẬT CẠNH TRANH ĐỐI VỚI ĐẠI LÝ ĐỘC QUYỀN

**TRƯƠNG TRỌNG HIẾU \***

**Tóm tắt:** Bài viết tiếp cận quy định của Luật Thương mại về đại lý độc quyền và phân tích các tình huống pháp luật cạnh tranh có thể can thiệp vào hoạt động của hình thức đại lý này. Bài viết cũng chỉ ra khả năng can thiệp của Luật Cạnh tranh vào chính quá trình thiết lập đại lý, đặc biệt là bằng các quy định về kiểm soát thỏa thuận hạn chế cạnh tranh theo chiều dọc. Kết quả phân tích cho thấy, quy định về đại lý độc quyền của Luật Thương mại cần thiết phản ánh sự can thiệp của Luật Cạnh tranh cũng như khả năng viện dẫn các quy định này trong các quan hệ đại lý độc quyền.

**Từ khoá:** Đại lý độc quyền; sức mạnh thị trường; luật thương mại; luật cạnh tranh

Nhận bài: 25/3/2022

Hoàn thành biên tập: 30/9/2023

Duyệt đăng: 30/9/2023

## SOLE DISTRIBUTIONS AND THE PROVISIONS IN COMPETITION LAW ON SOLE DISTRIBUTIONS

**Abstract:** The article deals with provisions in the Commercial Law on sole distributions and analyses situations where legal provisions on competition could intervene in distributors' businesses. The article notably identifies that the Competition Law has the potential to intervene in the process of establishing sole distributors, particularly through provisions on agreements restraining vertical competition. The analysis shows that the provisions on sole distributions in the Commercial Law need to reflect the intervention of the Competition Law as well as the potential to invoke these provisions within relationships of sole distributions.

**Keywords:** Sole distribution; exclusive; market power; commercial law; competition law

Received: Mar 25<sup>th</sup>, 2022; Editing completed: Sept 30<sup>th</sup>, 2023; Accepted for publication: Sept 30<sup>th</sup>, 2023

### 1. Dẫn nhập

Cùng với đại diện cho thương nhân, môi giới thương mại, uỷ thác mua bán, đại lý thương mại là một trong bốn hoạt động trung gian thương mại được điều chỉnh bởi Luật Thương mại năm 2005. Theo đó, Luật đã đề cập hầu hết các hình thức đại lý phổ biến trên thực tế gồm: đại lý mua, đại lý bán; đại lý bao tiêu; tổng đại lý và đại lý độc quyền (Điều 169). Thực tế xuất hiện cả đại lý hoa hồng bên cạnh đại lý bao tiêu hay đại lý con bên cạnh tổng đại lý<sup>1</sup>.

So với các hình thức đại lý khác, đại lý độc quyền có những đặc trưng riêng bởi tính “độc quyền” của nó. Tuy nhiên, Luật chỉ có một quy phạm định nghĩa tại khoản 2 Điều 169. Vì vậy, trong quá trình vận dụng pháp luật, các quy định về đại lý nói chung thường được viện dẫn để thiết lập quyền và nghĩa vụ của các bên. Trong khi đó, xuất phát từ đặc điểm của mối quan hệ pháp luật cũng như thực tiễn điều chỉnh pháp lý, quyền giao và nhận đại lý của các bên có thể chịu sự chi phối của các quy định khác trong và ngoài

\* Thạc sĩ, Trường Đại học Kinh tế-Luật, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh  
E-mail: hieutt@uel.edu.vn

<sup>1</sup> Bùi Thị Hằng Nga, Lê Thị Diễm, Huỳnh Văn Hưng

(2018), *Pháp luật về thương mại hàng hóa và dịch vụ: Quy định và tình huống*, Nxb. Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, tr. 126.