

TỔNG QUAN VỀ CẠNH TRANH VÀ KIỂM SOÁT ĐỘC QUYỀN TRONG NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG

I. Cạnh tranh là động lực thúc đẩy phát triển trong kinh tế thị trường

1. Khái niệm thị trường và cạnh tranh

Thị trường là nơi trao đổi hàng hóa được sản xuất ra và hình thành trong quá trình sản xuất và trao đổi hàng hóa cùng với mọi quan hệ kinh tế giữa người với người, liên kết với nhau thông qua trao đổi hàng hóa. Vì vậy thị trường theo nghĩa rộng là chỉ các hiện tượng kinh tế được phản ánh thông qua trao đổi và lưu thông hàng hóa, cùng thiết lập quan hệ kinh tế và mối quan hệ kinh tế giữa người với người. Theo nghĩa hẹp của thị trường là chỉ khu vực và không gian trao đổi hàng hóa¹. Thị trường có chức năng phối hợp các quá trình quyết định riêng lẻ và giải đáp bốn vấn đề cực kì quan trọng là sản xuất cái gì, như thế nào, cho ai và đổi mới cái gì. Thị trường cũng là cơ chế giúp đạt được các mục tiêu của xã hội như tự do, công bằng, lành mạnh và tiến bộ.

Cạnh tranh là một trong những đặc trưng cơ bản của kinh tế thị trường, thể hiện năng lực phát triển của nền kinh tế thị trường và sự sống còn của mỗi doanh nghiệp. Cạnh tranh có thể được hiểu là sự ganh đua nhau giữa các doanh nghiệp trong việc dành một nhân tố sản xuất hoặc khách hàng nhằm nâng cao vị thế của mình trên thị trường hướng đến mục tiêu kinh doanh cụ thể như lợi nhuận, doanh số hoặc thị phần.v.v... Chính sách cạnh tranh được thực hiện trên cơ sở giá cả, số lượng, dịch vụ hoặc kết hợp các yếu tố này và các nhân tố khác nữa để tác động đến khách hàng. Trong nền kinh tế thị trường, cạnh tranh, các tín hiệu giá cả, lợi nhuận tạo ra sự kích thích để doanh nghiệp chuyển nguồn lực từ nơi tạo ra giá trị thấp hơn sang nơi giá trị cao hơn. Để các doanh nghiệp thúc đẩy phân bổ hiệu quả các nguồn lực khan hiếm của xã hội, tăng phúc lợi cho người tiêu dùng và tăng hiệu quả các hoạt động thông qua đổi mới, thay đổi kỹ thuật và tiến bộ của toàn bộ nền kinh tế cần phải tăng cường cơ chế phân cấp quá trình ra quyết định.

Các nước có đưa ra khái niệm cạnh tranh không lành mạnh khác nhau tùy thuộc vào đặc điểm nền kinh tế của mỗi quốc gia nhưng đều mang đặc tính chung thể hiện cạnh tranh không lành mạnh là những hành vi cạnh tranh không hợp pháp hoặc không phù hợp với đạo lí, truyền thống của dân tộc. Cạnh tranh không lành mạnh được định nghĩa rất khác nhau giữa các quốc gia. Nội dung cơ bản của Luật cạnh tranh là đưa ra những quy định pháp lý chống cạnh tranh không lành mạnh nghĩa hẹp và kinh điển.

¹Đại từ điển kinh tế thị trường

Dưới đây sẽ phân tích tác dụng tích cực của cạnh tranh và tác hại của việc chủ đạo đến mức độc quyền kinh doanh trong nền kinh tế thị trường.

2. Vai trò của cạnh tranh trong kinh tế thị trường

Cạnh tranh có thể đưa đến lợi ích cho người này và thiệt hại cho người khác, song xét dưới góc độ toàn xã hội, cạnh tranh luôn có tác động tích cực.

-Đối với nền kinh tế, cạnh tranh đảm nhận một số chức năng quan trọng như cạnh tranh đảm bảo điều chỉnh giữa cung và cầu hướng việc sử dụng các nhân tố sản xuất vào những nơi có hiệu quả nhất; tạo môi trường thuận lợi để sản xuất thích ứng với sự biến động của cầu và công nghệ sản xuất; Cạnh tranh tác động một cách tích cực đến phân phối thu nhập: cạnh tranh sẽ hạn chế hành vi bóc lột trên cơ sở quyền lực thị trường và việc hình thành thu nhập không tương ứng với năng suất và là động lực thúc đẩy đổi mới. Có thể thấy, tầm quan trọng của những chức năng này có thể thay đổi theo từng thời kì. Tùy theo từng thời kì, tùy theo việc đánh giá tầm quan trọng của mỗi chức năng, người ta xây dựng mô hình chính sách cạnh tranh khác nhau.

Cạnh tranh điều chỉnh cung cầu hàng hóa trên thị trường. Khi cung một mặt hàng nào đó lớn hơn cầu, cạnh tranh giữa những người bán làm cho giá cả thị trường giảm xuống, chỉ những cơ sở kinh doanh nào đủ khả năng cải tiến công nghệ, trang bị kĩ thuật, phương thức quản lí và hạ được giá bán sản phẩm mới có thể tồn tại.. với ý nghĩa đó, cạnh tranh là nhân tố quan trọng kích thích việc ứng dụng khoa học, công nghệ tiên tiến trong sản xuất.

Khi cung của một hàng hóa nào đó thấp hơn cầu, hàng hóa đó trở nên khan hiếm trên thị trường, giá cả tăng lên tạo ra lợi nhuận cao hơn mức bình quân. Khi đó, người kinh doanh sẽ đầu tư vốn xây dựng thêm cơ sở sản xuất mới hoặc nâng cao năng lực sản xuất của những cơ sở sản xuất sẵn có. Đó là động lực quan trọng nhất làm tăng thêm lượng vốn đầu tư cho sản xuất, kinh doanh, nâng cao năng lực sản xuất cho toàn xã hội. Điều quan trọng đó là động lực hoàn toàn tự nhiên, không theo và không cần bất kì một mệnh lệnh hành chính nào của cơ quan quản lí Nhà nước.

Cạnh tranh buộc các chủ thể kinh doanh luôn luôn quan tâm đến việc cải tiến công nghệ, trang bị sản xuất và phương thức quản lí nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm, hạ giá thành và trên cơ sở đó, hạ giá bán của hàng hóa.

Trong cạnh tranh tất yếu sẽ có doanh nghiệp ngày càng lớn mạnh nhờ làm ăn hiệu quả, đồng thời có doanh nghiệp bị phá sản. Đối với xã hội, phá sản doanh nghiệp không hoàn toàn mang ý nghĩa tiêu cực vì các nguồn lực của xã hội được chuyển sang

cho nhà kinh doanh khác tiếp tục sử dụng một cách hiệu quả hơn. Vì vậy, phá sản không phải là sự hủy diệt hoàn toàn mà là sự hủy diệt sáng tạo. Việc duy trì doanh nghiệp kém hiệu quả còn gây ra nhiều lãng phí cho xã hội hơn là phá sản.

3. Mục tiêu và chức năng của chính sách cạnh tranh

Chính sách cạnh tranh theo nghĩa rộng bao gồm tất cả các biện pháp của Nhà nước để cạnh tranh được tồn tại như một công cụ điều tiết của nền kinh tế thị trường. Như vậy, chính sách cạnh tranh bao gồm những biện pháp chống cạnh tranh không lành mạnh và những biện pháp chống hạn chế cạnh tranh. Nội dung của chính sách sẽ được phân loại theo cấu trúc thị trường, hành vi ứng xử và kết quả đạt được trên thị trường.

Kết quả cạnh tranh sẽ xác định vị thế của doanh nghiệp trên thị trường mang tính tương đối. Trong thực tế, bên cạnh những chiến lược để nâng cao vị trí tuyệt đối của mình, một số doanh nghiệp còn tìm cách làm giảm vị trí tuyệt đối của đối thủ hoặc kìm chế số lượng đối thủ nhập cuộc. Như vậy phương thức cạnh tranh của các doanh nghiệp bao gồm cả những biện pháp tích cực lẫn biện pháp tiêu cực đối với hoạt động kinh tế. Vì thế Nhà nước phải xác định một chính sách cạnh tranh cùng với một khung pháp luật hợp lý để duy trì và khuyến khích cạnh tranh một cách tích cực nhằm đảm bảo sự phát triển của nền kinh tế.

Mỗi nước đặt ra cho chính sách cạnh tranh những mục tiêu khác nhau. Việc áp dụng nguyên mẫu mô hình chính sách cạnh tranh của nước này vào mô hình cạnh tranh của nước khác chắc chắn sẽ không thu được kết quả như mong đợi, thậm chí còn làm nảy sinh những hậu quả tai hại cho nền kinh tế nhưng có thể tham khảo để học tập. Chính sách cạnh tranh của Mỹ có ba mục tiêu: tăng phúc lợi cho người tiêu dùng, bảo vệ tự do cạnh tranh và tăng hiệu quả kinh tế. Ở một số nước khác, mục tiêu cạnh tranh lại nhấn mạnh tới đổi mới và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Luật cạnh tranh Canada nêu rõ mục tiêu là duy trì và khuyến khích cạnh tranh, thúc đẩy hiệu quả kinh tế.

Chức năng của chính sách cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường bao gồm những nội dung cơ bản sau:

Thứ nhất, tạo nền tảng cơ bản cho quá trình cạnh tranh, duy trì và thúc đẩy quá trình cạnh tranh tự do hay bảo vệ hoặc thúc đẩy cạnh tranh hiệu quả. Để thực hiện được các mục tiêu này, chính sách cạnh tranh đảm bảo tự do thương mại, tự do lựa chọn và tự do tiếp cận thị trường cho các doanh nghiệp. Ở một số nước tự do hành

động một cách độc lập được gọi là biểu hiện dân chủ của hệ thống luật pháp kinh tế, điển hình là nước Đức. Một số nước khác lại nhấn mạnh chính sách cạnh tranh như một cách thức bảo đảm tự do kinh tế và tự do kinh tế chính là tự do cạnh tranh, như Cộng hòa Pháp.

Thứ hai, điều tiết quá trình cạnh tranh theo hướng phục vụ cho những mục tiêu đã được định sẵn như đạt hiệu quả kinh tế cao, bảo vệ các doanh nghiệp vừa và nhỏ, duy trì hệ thống doanh nghiệp tự chủ, duy trì sự công bằng, trung thực trong kinh doanh, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng...

Thứ ba, chính sách cạnh tranh còn có thể giúp bình ổn giá cả trong nước và ngược lại, nếu tồn tại xu hướng độc quyền sẽ ít có khả năng thành công trong việc bình ổn giá cả.

Thứ tư, hạn chế tác động tiêu cực nảy sinh do sự điều hành quá mức của nhà nước đối với thị trường như kéo dài thời gian ra quyết định của doanh nghiệp và chi phí giao dịch cao.

4. Vai trò của chính sách cạnh tranh trong cải cách quy chế

Chính sách cạnh tranh và cải cách quy chế tác động qua lại theo 4 cách sau:

Quy chế có thể mâu thuẫn với chính sách cạnh tranh. Các quy chế có thể được khuyến khích, hoặc thậm chí yêu cầu, hành vi và điều kiện vi phạm pháp luật cạnh tranh. Ví dụ, các quy chế cho phép hành vi câu kết ấn định giá cả, ngăn cản quảng cáo hoặc các cách thức khác thực hiện cạnh tranh hoặc yêu cầu phân chia thị phần theo khu vực địa lý; các quy chế cấm bán với giá thấp hơn chi phí, mặc dù đây là biện pháp thúc đẩy cạnh tranh nhưng thường được coi là hành vi chống cạnh tranh; nhiều quy chế hạn chế cạnh tranh hơn mức cần thiết nhằm đạt được mục tiêu của quy chế. Khi các quy chế này thay đổi hoặc bị xóa bỏ, các doanh nghiệp phải thay đổi thói quen và kì vọng của họ.

Quy chế có thể thay đổi chính sách cạnh tranh. Khi độc quyền là hình thức không thể tránh khỏi, quy chế cố gắng kiểm soát trực tiếp quyền lực thị trường thông qua ấn định giá hoặc kiểm soát việc nhập cuộc hoặc tiếp cận. Những thay đổi về kỹ thuật và các thể chế có thể dẫn tới việc xem xét lại giá định cơ bản ủng hộ cần có quy chế là chính sách cạnh tranh và các thể chế có thể không đủ để thực hiện nhiệm vụ ngăn cản độc quyền và lạm dụng vị thế thị trường.

Quy chế có thể củng cố chính sách cạnh tranh. Các quy chế và các nhà lập pháp có thể cố gắng ngăn cản hành vi câu kết hoặc lạm dụng một ngành nào đó. Ví dụ, quy

chế có thể xác định các chuẩn mực cho cạnh tranh lành mạnh hoặc đưa ra quy chế bảo đảm đấu thầu cạnh tranh.

Quy chế có thể sử dụng các chính sách của phương pháp cạnh tranh. Các công cụ để đạt được mục tiêu thể chế có thể được thiết kế để khai thác lợi thế của các khuyến khích thị trường và tính năng động của cạnh tranh. Hành vi câu kết có thể là cần thiết để bảo đảm rằng các công cụ này thực hiện như mong muốn của chính sách cạnh tranh.

II. Độc quyền trong kinh doanh – Cơ chế hình thành và hậu quả

1. Cơ chế hình thành và tồn tại của độc quyền trong kinh doanh

Độc quyền trong kinh doanh là việc một doanh nghiệp hay một tập đoàn kinh tế, chính trị, xã hội nhất định khống chế thị trường sản xuất và tiêu thụ sản phẩm hàng hóa, dịch vụ.

Độc quyền hoặc khống chế thị trường là mơ ước của hầu hết các nhà doanh nghiệp. Tất cả các nhà doanh nghiệp đều ước muốn tồn tại và phát triển mà không phải đương đầu với cạnh tranh. Vì vậy, lịch sử của các chiến lược hạn chế cạnh tranh có một bề dày của nền kinh tế thị trường. Thông thường người ta đưa ra ba chiến lược hạn chế cạnh tranh khác nhau là; chiến lược đàm phán, chiến lược cản trở và chiến lược tích tụ. Khung dưới đây mô tả một cách khái quát những chiến lược hạn chế cạnh tranh của các doanh nghiệp.

Để đối phó với cạnh tranh trên thị trường, một số công ty, doanh nghiệp sản xuất, tiêu thụ cùng một mặt hàng hoặc những mặt hàng có mối liên hệ hữu cơ với nhau trong quá trình sản xuất hoặc tiêu thụ, cùng liên kết với nhau hình thành một tập đoàn kinh tế chi phối khối lượng sản xuất, cung ứng giá cả và thị trường. Đây chính là quá trình tích tụ tự bản thân phạm vi toàn xã hội và diễn ra một cách tự phát. Kết quả là những tập đoàn kinh tế mạnh ra đời và có khả năng quy định giá cả độc quyền, giá cả lũng đoạn cao.

Độc quyền còn được hình thành theo những con đường khác. Trong một số trường hợp, nhờ quyền lực chính trị - xã hội mà một doanh nghiệp có thể đạt được quyền kinh doanh một mặt hàng nhất định, còn các nhà đầu tư khác muốn tham gia kinh doanh thì không được phép. Như vậy độc quyền luôn luôn gắn liền với chủ trương của Nhà nước là người cầm quyền và quản lý kinh tế, xã hội. Trong các nước kinh tế chuyển đổi, độc quyền do chính sách nhà nước tạo ra và tương đối phổ biến.

Một hình thức độc quyền khác trong nền kinh tế là độc quyền tự nhiên khi nhiều doanh nghiệp không thể tham gia kinh doanh do mức độ kỹ thuật phức tạp, yêu cầu vốn lớn, và hiệu quả chỉ đạt được với quy mô sản xuất rất lớn.

2. Những hậu quả của độc quyền trong kinh doanh

Độc quyền trong kinh doanh dù hình thành và tồn tại bằng cách nào cũng thường gây ra những hậu quả tiêu cực với nền kinh tế quốc dân.

Độc quyền trong kinh doanh là động lực là kìm hãm sự phát triển của nền kinh tế. Bởi lẽ, với thể độc quyền, người sản xuất không cần quan tâm đến cải tiến kỹ thuật, công nghệ sản xuất và phương thức quản lý mà vẫn thu được lợi nhuận đặc biệt cao. Độc quyền trong kinh doanh sẽ dẫn đến hình thành giá cả độc quyền, giá cả lũng đoạn cao, làm ảnh hưởng đến lợi ích của người tiêu dùng. Độc quyền trong kinh doanh là yếu tố hạn chế tự do kinh doanh và văn minh thương mại.

Vì những hậu quả nêu trên của độc quyền trong kinh doanh, nhiều quốc gia trên thế giới đã coi chống độc quyền là nhiệm vụ đặc biệt quan trọng của nhà nước. Nhà nước kiểm soát và ngăn chặn quá trình tích tụ, tập trung để hình thành những tập đoàn kinh tế đủ sức không chế thị trường bằng Luật chống độc quyền. Mặc khác Nhà nước ngày càng giảm bớt sự can thiệp bằng những mệnh lệnh hành chính để tạo thể độc quyền cho một số doanh nghiệp đặc biệt.

III. CÔNG CỤ QUẢN LÝ CẠNH TRANH VÀ CÁC ĐIỀU KIỆN ĐẢM BẢO

Pháp luật chung về cạnh tranh thường xử lý các vấn đề của quyền lực độc quyền theo nhóm: quan hệ và thỏa thuận giữa các doanh nghiệp độc lập; các hành vi của doanh nghiệp độc quyền duy nhất; liên kết cấu trúc của doanh nghiệp độc lập. Để giúp cho việc phân tích, nhóm thứ nhất, các thỏa thuận, được tiếp tục chia thành hai nhóm nhỏ: các thỏa thuận “chiều ngang” giữa các doanh nghiệp sản xuất cùng sản phẩm và các thỏa thuận “chiều dọc” giữa các doanh nghiệp ở các công đoạn khác nhau của quy trình sản xuất và phân phối. Nhóm thứ nhất còn được gọi là “độc quyền hóa” hoặc “lạm dụng vị thế độc quyền”; các hệ thống luật pháp khác nhau sử dụng các thuật ngữ khác nhau cho nhóm này và phát triển các cách tiếp cận tương đối khác nhau để xử lý vấn đề quyền lực kinh tế của doanh nghiệp độc quyền duy nhất. Nhóm thứ ba, còn được gọi là “sát nhập” hoặc “tập trung hóa”, thường bao gồm các hình thức kết hợp khác nhau, như mua cổ phần hoặc tài sản, liên doanh.

Các *thỏa thuận* có thể cho phép doanh nghiệp phối hợp hoạt động để có được một số đặc tính độc quyền, như tăng giá, hạn chế sản lượng và ngăn chặn sự nhập cuộc hoặc đổi mới. Các thỏa thuận *chiều ngang* gây tổn hại nhiều nhất là các thỏa thuận ngăn cản đối thủ cạnh tranh tạo ra sự năng động trong cạnh tranh, giá cả và sản lượng. Hầu hết pháp luật cạnh tranh hiện đại trừng phạt rất nặng các thỏa thuận không chính đáng nhằm ấn định giá, hạn chế sản lượng, lừa đảo trong đấu thầu và phân chia thị trường. Để thực thi các thỏa thuận này, các đối thủ cạnh tranh có thể phải thống nhất với nhau về thủ thuật ngăn cản đối thủ cạnh tranh mới hoặc trừng phạt các doanh nghiệp không tuân thủ; như vậy luật cũng cố gắng ngăn cản hành vi trừng phạt và tẩy chay. Hoạt động phối hợp *chiều ngang* trong các vấn đề khác, như tiêu chuẩn sản phẩm, nghiên cứu và chất lượng cũng có thể tác động đến cạnh tranh, nhưng tác động đó là tiêu cực hay tích cực còn phụ thuộc vào các điều kiện thị trường. Như vậy, hầu hết pháp luật xử lý các loại thỏa thuận này bằng cách đánh giá điểm tích cực và tiêu cực bằng cách thiết kế các quy định cho tiết hơn để xác định và miễn trừ các hành vi tiêu cực.

Các thỏa thuận *chiều dọc* cố gắng kiểm soát các phía cạnh phân phối. Các lý do gây hại cũng tương tự như đối với thỏa thuận chiều ngang – đó là các thỏa thuận để dẫn tới giá tăng, chất lượng giảm (hoặc chất lượng tồi) hoặc ngăn cản sự nhập cuộc và đổi mới. Do tác động lên cạnh tranh của các thỏa thuận chiều dọc có thể phức tạp hơn trường hợp thỏa thuận chiều ngang, nên sự chế định với các thỏa thuận chiều dọc khác nhau thậm chí còn đa dạng hơn trường hợp thỏa thuận chiều ngang. Một loại thỏa thuận cơ bản là duy trì giá bán lại: các thỏa thuận chiều dọc có thể kiểm soát giá tối thiểu hoặc giá tối đa. Trong một số trường hợp, điều này có thể ngăn cản vị thế sử dụng thị trường của các nhà phân phối. Trong trường hợp khác, điều này chỉ là sự sao chép hoặc thực thi hình thức thỏa thuận chiều ngang. Các thỏa thuận cho phép độc quyền bán hàng trong một vùng có thể kích thích tăng nỗ lực trong việc bán sản phẩm của người cung ứng, nhưng cũng có thể lại bảo vệ người phân phối khỏi cạnh tranh hoặc ngăn cản sự nhập cuộc của những người cung ứng khác. Tùy thuộc vào từng trường hợp, các thỏa thuận về kết hợp sản phẩm, như yêu cầu nhà phân phối đảm nhận lại toàn bộ loại sản phẩm hoặc kết hợp loại sản phẩm khác nhau, có thể tạo điều kiện thuận lợi hoặc gây bất lợi cho việc giới thiệu các sản phẩm mới. Sự đặc quyền thường liên quan đến tập hợp các thỏa thuận chiều dọc với các đối thủ cạnh tranh có tiềm năng có sức mạnh: một thỏa thuận đặc quyền có thể bao gồm các điều khoản về cạnh tranh trong các vùng địa lý, về độc quyền bán hàng đối với các nhà cung ứng, và về quyền sở hữu trí tuệ, như thương hiệu.

Quy định về lạm dụng vị thế không chế hoặc *độc quyền hóa* là nhóm quy định chủ yếu liên quan đến hành vi và điều kiện của từng doanh nghiệp. Một doanh nghiệp độc quyền thuần túy, tức là doanh nghiệp không phải đối mặt với cạnh tranh hoặc đe dọa bởi cạnh tranh, sẽ ấn định mức giá cao hơn và sản xuất ra sản phẩm với chất lượng thấp hơn; doanh nghiệp này cũng ít có khả năng áp dụng các phương pháp hiệu quả hoặc đổi mới sản phẩm. Quy định pháp luật chống độc quyền thường hướng tới xử lý các thủ thuật loại trừ được doanh nghiệp sử dụng để cố gắng có được hoặc duy trì vị thế độc quyền. Quy định pháp luật chống hành vi lạm dụng vị thế độc quyền cũng xử lý các vấn đề tương tự và có thể cố gắng xử lý việc vận dụng trên thực tế quyền lực thị trường. Ví dụ, trường hợp doanh nghiệp có vị thế không chế ấn định mức giá quá cao có thể được coi là vi phạm luật.

Quy định về *kiểm soát sát nhập* cố gắng ngăn cản việc tạo lập, thông qua mua doanh nghiệp hoặc các hình thức kết hợp cấu trúc khác, hình thức kinh doanh có thể khuyến khích hoặc giúp thực hiện quyền lực thị trường. Trong một số trường hợp, việc kiểm tra tính hợp pháp dựa vào quy định về vị thế chi phối hoặc các hạn chế; trong các trường hợp khác, việc kiểm tra dựa trên tác động đến cạnh tranh nói chung. Quá trình phân tích được áp dụng thường yêu cầu phải xác định đặc trưng cạnh tranh, các doanh nghiệp có thể cạnh tranh, thị phần và tầm quan trọng chiến lược của các doanh nghiệp trên thị trường đó. Một nhân tố quan trọng là khả năng nhập cuộc của doanh nghiệp mới hoặc sự tồn tại các rào cản nhập cuộc. Hầu hết các hệ thống đều sử dụng một số hình thức kiểm tra thị phần nhằm định hướng tiếp tục cho cuộc điều tra hoặc giả định về tính hợp pháp. Việc sát nhập trong các thị trường tập trung bất thường hoặc tạo ra doanh nghiệp có thị phần cao bất thường có nhiều khả năng sẽ tác động đến cạnh tranh. Hơn nữa, hầu hết các hệ thống đều xác lập thủ tục cảnh báo cho cơ quan thi hành về các giao dịch lớn và quang trọng là trình tự cụ thể cho việc tiến hành điều tra, vì thế các vấn đề có thể được xác định và xử lý trước khi việc tái cấu trúc xảy ra.

IV. NHỮNG ĐIỀU KIỆN NHẪM BẢO ĐẢM CẠNH TRANH VÀ CHỐNG ĐỘC QUYỀN TRONG KINH DOANH

Xuất phát từ cơ chế hình thành, tồn tại của độc quyền, từ mối liên hệ hữu cơ giữa độc quyền và cạnh tranh trong kinh doanh, để có sự cạnh tranh lành mạnh và chống độc quyền, cần có những điều kiện nhất định, những điều kiện quan trọng cần có là:

Thứ nhất, về các yếu tố pháp lý đối với hoạt động kinh doanh, đây là yếu tố quan trọng nhất hình thành môi trường kinh doanh của mỗi quốc gia. Với xu thế hội nhập

ngày càng cao về kinh tế trên thế giới hiện nay, nhiều quy định về pháp lí – thể chế điều chỉnh các hành vi kinh doanh đã và đang không bị giới hạn trong phạm vi quốc gia mà được hình thành và có hiệu lực trong phạm vi khu vực hoặc toàn cầu. Song, dù hình thành và có phạm vi trong khu vực nào, để đảm bảo cho cạnh tranh và chống độc quyền, các yếu tố pháp lí – thể chế phải bảo đảm sự đồng bộ trong toàn hệ thống thuộc mọi lĩnh vực của hoạt động kinh doanh; các quy định được ban hành ra phải bảo đảm tính minh bạch, công khai, tạo môi trường kinh doanh lành mạnh và hợp với yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế. Ngoài ra, các quy định được ban hành ra phải đảm bảo sự thống nhất trong việc điều chỉnh hành vi kinh doanh. Điều đó có nghĩa là cần được hạn chế đến mức thấp nhất những ngoại lệ đối với một chủ thể hay một hành vi kinh doanh nào đó nhằm tạo ra sự bình đẳng trên thực tế giữa các chủ thể kinh doanh.

Thứ hai, về điều kiện về chỉ đạo, điều hành nền kinh tế quốc dân phải được xem là sản phẩm chủ quan trên cơ sở nhận thức khách quan. Để các quy định pháp luật ban hành có hiệu lực trong thực tiễn thì việc chỉ đạo và điều hành của bộ máy hành chính Nhà nước đóng vai trò quyết định. Vì vậy, để thực hiện vai trò kinh tế của mình, Nhà nước phải hình thành được bộ máy điều hành đủ năng lực chuyên môn, tận tụy, công tâm khi thi hành công vụ. Mọi văn bản quy định đều không thể đưa vào thực hiện trong cuộc sống nếu bộ máy điều hành non kém về chuyên môn, quan liêu và lãng phí.

Thứ ba, về công tác tuyên truyền và phổ biến kiến thức cho các tổ chức chức cá nhân, doanh nghiệp khi tham gia kinh doanh bởi sự hình thành các văn bản pháp luật, công tác chỉ đạo, điều hành của bộ máy công quyền là những điều kiện cần thì trình độ văn hóa và đạo đức của các chủ thể kinh doanh lại là điều kiện đủ để đảm bảo sự cạnh tranh lành mạnh và chống độc quyền trong kinh doanh. Sự phân biệt cạnh tranh lành mạnh và cạnh tranh không lành mạnh thường thông qua những tiêu chí định tính, khó có thể thương lượng. Vì vậy, chỉ có thể đảm bảo sự cạnh tranh lành mạnh khi nhân dân – với tư cách là người tiêu dùng – có trình độ văn hóa cần thiết và đạo đức trong kinh doanh được tôn trọng. Điều này phụ thuộc rất nhiều vào hiệu quả của công tác tuyên truyền và giáo dục pháp luật về kinh doanh.