

SỰ TUÂN THỦ PHÁP LUẬT CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP

TĂNG VĂN NGHĨA *

LÊ PHƯƠNG HÀ **

Đưa pháp luật cạnh tranh vào đời sống là yêu cầu tất yếu của việc điều tiết và kiểm soát các hoạt động cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường. Là chủ thể tiến hành các hoạt động cạnh tranh, ý thức tôn trọng và sự tuân thủ pháp luật của doanh nghiệp đóng vai trò hết sức quan trọng trong việc đảm bảo tuân thủ pháp luật cạnh tranh, qua đó góp phần tạo lập môi trường cạnh tranh công bằng và lành mạnh. Ý thức tôn trọng và sự tuân thủ pháp luật của doanh nghiệp bao gồm từ việc chấp hành các chính sách, quy định của pháp luật, các quyết định của cơ quan thẩm quyền cho đến việc tuân thủ các quy tắc, chuẩn mực, tập quán kinh doanh thông thường. Bài viết này không chỉ đề cập sự tuân thủ pháp luật bằng hành vi thực tế mà còn cả vấn đề tự ý thức, tôn trọng pháp luật cạnh tranh của doanh nghiệp.

I. Khái quát về sự tuân thủ của doanh nghiệp đối với pháp luật cạnh tranh

Ý thức tôn trọng và tuân thủ pháp luật nằm trong khuôn khổ quản trị tuân thủ của doanh nghiệp nói chung (Corporate Compliance hay Compliance Management). “Corporate Compliance” là thuật ngữ mang tính phổ quát, về cơ bản liên quan đến sự tuân thủ pháp luật của doanh nghiệp tại các nước có nền kinh tế thị trường hiện đại và phát triển ở trình độ cao. “Corporate Compliance” được hiểu là ý thức tôn trọng và tuân thủ pháp luật (về cơ bản), đảm bảo các hoạt

động của doanh nghiệp phù với hợp pháp luật, bao gồm cả việc tuân theo các quy tắc khác của đời sống xã hội có liên quan cũng như các quy tắc thực hành kinh doanh do chính doanh nghiệp đưa ra một cách tự nguyện, dựa trên nhận thức và niềm tin vào sự đúng đắn của pháp luật.⁽¹⁾

Như đã đề cập, “Corporate Compliance” bao hàm một yếu tố quan trọng là tuân thủ pháp luật cạnh tranh. Nội dung tuân thủ pháp luật cạnh tranh là toàn bộ quá trình hoạt động của doanh nghiệp từ lập kế hoạch cho đến triển khai các các quyết định kinh doanh phù hợp với quy định của pháp luật cạnh tranh, quy tắc, tập quán kinh doanh một cách tự nguyện. Sự tuân thủ của doanh nghiệp đòi hỏi phải đáp ứng cả những yêu cầu “ngoài” pháp luật nếu đó là yêu cầu doanh nghiệp phải tiến hành hành vi phù hợp với lợi ích của chủ thể khác, phù hợp với chuẩn mực đạo đức kinh doanh thông thường.⁽²⁾

Sự tuân thủ của doanh nghiệp (theo nghĩa được sử dụng ở đây) không chỉ là hành vi thực tế mà còn bao gồm cả vấn đề mang tính tự ý thức, tự nguyện thực hiện các yêu cầu của pháp luật. Những hoạt động này góp phần làm cho doanh nghiệp nâng cao vị thế và lòng tin của khách hàng đối với chính doanh nghiệp. Sự tự nguyện tuân thủ sẽ làm cho

* Tiến sĩ luật học, phó giáo sư Trường đại học ngoại thương

** Thạc sĩ quản trị kinh doanh Trường đại học ngoại thương

doanh nghiệp tránh được những rủi ro không đáng có do vi phạm pháp luật. Với mục đích tránh những vi phạm pháp luật cạnh tranh do khinh suất, doanh nghiệp thường xây dựng chương trình tuân thủ (Corporate Compliance Program) để quản trị toàn bộ hoạt động của mình. Đây là chương trình thể hiện tinh tự ý thức và nhận thức của pháp luật của doanh nghiệp (trước hết là của nhà quản trị) trong việc xây dựng kế hoạch và công khai việc thực hiện trách nhiệm xã hội, tuân thủ pháp luật nói chung và pháp luật cạnh tranh nói riêng. Chương trình tuân thủ của doanh nghiệp bao gồm toàn bộ chính sách, nội dung, quy trình và các biện pháp tiến hành nhằm thực hiện sự tuân thủ pháp luật đối với hoạt động của doanh nghiệp. Việc xây dựng chương trình tuân thủ thể hiện sự cam kết của doanh nghiệp đối với xã hội về việc đảm bảo tuân thủ pháp luật, tập quán kinh doanh, tôn trọng lợi ích của khách hàng (người tiêu dùng). Chương trình tuân thủ nói chung không chỉ được khách hàng của doanh nghiệp quan tâm, mà còn được các quốc gia, tổ chức quốc tế có lĩnh vực hoạt động liên quan thúc đẩy nhằm tạo môi trường kinh doanh tốt và cạnh tranh lành mạnh giữa các doanh nghiệp. Điều này đặc biệt có ý nghĩa trong thời đại toàn cầu hoá và tự do hoá thương mại khi thị trường dễ bị chi phối bởi những doanh nghiệp lớn - những doanh nghiệp có sức mạnh thị trường (The Market Power). Những quy tắc ràng buộc hoặc những khuyến nghị (luật mềm - softlaw) về chương trình tuân thủ được các tổ chức có liên quan đưa ra đối với doanh nghiệp như: Hướng dẫn của OECD⁽³⁾ hay các quy tắc về tuân thủ đối với ngân hàng thương mại trong Hiệp ước vốn Basel

II⁽⁴⁾ nhằm tạo ra sự an toàn về vốn và quản lí rủi ro cho các ngân hàng.

Đối với pháp luật cạnh tranh, chương trình tuân thủ của doanh nghiệp về cơ bản liên quan đến các quy định về chống hạn chế cạnh tranh và các quy định về chống cạnh tranh không lành mạnh. Việc xây dựng chương trình tuân thủ đáng tin cậy và hiệu quả là một trong những tiêu chí đánh giá sự phát triển và đẳng cấp kinh doanh của doanh nghiệp. Bởi cạnh tranh lành mạnh và tuân theo pháp luật thông thường chỉ có thể được thực hiện bởi những doanh nghiệp có nhận thức đầy đủ và có ý thức tuân thủ pháp luật cao. Ở góc độ vĩ mô, chương trình tuân thủ liên quan đến pháp luật cạnh tranh được nhiều quốc gia quan tâm, mặc dù đây là vấn đề khá thuần tuý của doanh nghiệp. Nhiều quốc gia đã ban hành hướng dẫn để doanh nghiệp có thể xây dựng, thực hiện chương trình tuân thủ pháp luật cạnh tranh một cách hiệu quả. Chẳng hạn, tại Anh, Cơ quan thương mại công bằng của Vương quốc Anh (Office of Fair Trading - OFT) đã ban hành Bộ hướng dẫn chi tiết cho doanh nghiệp về việc tuân thủ pháp luật cạnh tranh. Bộ hướng dẫn này đã đưa ra hướng dẫn và khuôn khổ gợi ý cho doanh nghiệp trong việc xây dựng và thực hiện chương trình quản trị tuân thủ liên quan đến pháp luật cạnh tranh tại Anh.⁽⁵⁾ Tại Canada, Cơ quan cạnh tranh Canada (Competition Bureau Canada) đã ban hành văn bản hướng dẫn về chương trình tuân thủ (Corporate Compliance Programs ngày 27/9/2010) có tính gợi ý cho doanh nghiệp về xây dựng chương trình tuân thủ pháp luật cạnh tranh. Văn bản này đưa ra hướng dẫn việc áp dụng Luật cạnh tranh, Luật đóng gói, ghi nhãn

mác hàng tiêu dùng, Luật ghi nhãn hàng dệt may và Luật ghi nhãn hàng kim loại quý.⁽⁶⁾ Tại Liên minh châu Âu, Hội đồng Liên minh châu Âu cũng đã ban hành Hướng dẫn về chương trình tuân thủ pháp luật cạnh tranh (EU Commission, Compliance matters: What companies can do better to respect EU competition rules, Special first edition, Nov, 2011).⁽⁷⁾ Đây là hướng dẫn quan trọng giúp các doanh nghiệp, các tập đoàn lớn có thể xây dựng và thực hiện chương trình tuân thủ pháp luật cạnh tranh trong phạm vi thị trường nội khối EU.

Một vấn đề khác cần phải được nhấn mạnh đó là sự tuân thủ của doanh nghiệp chỉ thật sự có ý nghĩa và được thực hiện hiệu quả nếu doanh nghiệp có (xây dựng được) chương trình quản trị tuân thủ phù hợp. Tức là hoạt động tuân thủ phải được xây dựng thành chương trình, có hệ thống tổ chức cũng như nguồn tài chính phù hợp. Nhiều công ti tại các quốc gia có nền kinh tế thị trường phát triển còn thành lập bộ phận riêng về chương trình tuân thủ (Compliance Office) để giám sát chặt chẽ hoạt động của doanh nghiệp, đảm bảo các hoạt động của doanh nghiệp không trái với quy định của pháp luật, đặc biệt là pháp luật cạnh tranh, không trái với đạo lí kinh doanh, cũng như các chuẩn mực khác của đời sống xã hội.

Đối với pháp luật cạnh tranh, chương trình tuân thủ thể hiện sự minh bạch hoá của doanh nghiệp về các hoạt động tuân thủ, cam kết công khai trách nhiệm của mình đối với quy trình sản xuất kinh doanh, hàng hoá, dịch vụ mà mình cung cấp phù hợp với pháp luật. Những hoạt động này về bản chất sẽ làm tăng uy tín của doanh nghiệp trên thị trường.

Nhiều lãnh đạo doanh nghiệp nhận ra rằng sự tuân thủ là tiêu chuẩn tối thiểu của hoạt động doanh nghiệp, nó sẽ tác động tới sự mong đợi của khách hàng về tính hợp pháp trong các hoạt động của doanh nghiệp.⁽⁸⁾ Sự tuân thủ pháp luật cạnh tranh của doanh nghiệp luôn là tiền đề cho việc đảm bảo tính khả thi cũng như tính hiệu quả của quá trình thực thi pháp luật cạnh tranh. Các hành vi kinh doanh và cạnh tranh của doanh nghiệp chỉ diễn ra trong khuôn khổ công bằng và lành mạnh nếu doanh nghiệp tự ý thức và tôn trọng pháp luật cạnh tranh. Sự hiểu biết và ý thức tôn trọng pháp luật cạnh tranh của các chủ thể kinh doanh làm cho họ có thể nhận biết được mô hình ứng xử trong cạnh tranh trên thị trường. Doanh nghiệp phải tự ý thức được trách nhiệm của mình trước những hành vi có thể gây tổn hại cho chủ thể khác, cho người tiêu dùng thì thị trường mới tránh được những ảnh hưởng tiêu cực. Chẳng hạn, doanh nghiệp có sức mạnh thị trường cam kết không lạm dụng sức mạnh đó thì hoạt động cạnh tranh mới không bị ngăn trở, không có rào cản gia nhập thị trường...

Bên cạnh đó, quá trình thực thi pháp luật từ việc tiến hành hành vi kinh doanh cho đến hành vi thông báo (ví dụ trong tập trung kinh tế), cung cấp số liệu, thị phần, việc hợp tác để cung cấp chứng cứ đều do doanh nghiệp tiến hành. Nếu thiếu sự đồng thuận, thiếu sự tự nguyện tuân thủ pháp luật từ phía doanh nghiệp thì hoạt động thực thi luật trở nên khó khăn. Ngược lại, nếu các chủ thể kinh doanh tự ý thức về tôn trọng pháp luật, hợp tác và tạo điều kiện thuận lợi cho các cơ quan có thẩm quyền liên quan thực hiện các biện pháp, thủ tục cần thiết thì sẽ nâng cao được tính hiệu

doanh nghiệp tránh được những rủi ro không đáng có do vi phạm pháp luật. Với mục đích tránh những vi phạm pháp luật cạnh tranh do khinh suất, doanh nghiệp thường xây dựng chương trình tuân thủ (Corporate Compliance Program) để quản trị toàn bộ hoạt động của mình. Đây là chương trình thể hiện tính tự ý thức và nhận thức của pháp luật của doanh nghiệp (trước hết là của nhà quản trị) trong việc xây dựng kế hoạch và công khai việc thực hiện trách nhiệm xã hội, tuân thủ pháp luật nói chung và pháp luật cạnh tranh nói riêng. Chương trình tuân thủ của doanh nghiệp bao gồm toàn bộ chính sách, nội dung, quy trình và các biện pháp tiến hành nhằm thực hiện sự tuân thủ pháp luật đối với hoạt động của doanh nghiệp. Việc xây dựng chương trình tuân thủ thể hiện sự cam kết của doanh nghiệp đối với xã hội về việc đảm bảo tuân thủ pháp luật, tập quán kinh doanh, tôn trọng lợi ích của khách hàng (người tiêu dùng). Chương trình tuân thủ nói chung không chỉ được khách hàng của doanh nghiệp quan tâm, mà còn được các quốc gia, tổ chức quốc tế có lĩnh vực hoạt động liên quan thúc đẩy nhằm tạo môi trường kinh doanh tốt và cạnh tranh lành mạnh giữa các doanh nghiệp. Điều này đặc biệt có ý nghĩa trong thời đại toàn cầu hoá và tự do hoá thương mại khi thị trường dễ bị chi phối bởi những doanh nghiệp lớn - những doanh nghiệp có sức mạnh thị trường (The Market Power). Những quy tắc ràng buộc hoặc những khuyến nghị (luật mềm - softlaw) về chương trình tuân thủ được các tổ chức có liên quan đưa ra đối với doanh nghiệp như: Hướng dẫn của OECD⁽³⁾ hay các quy tắc về tuân thủ đối với ngân hàng thương mại trong Hiệp ước vốn Basel

II⁽⁴⁾ nhằm tạo ra sự an toàn về vốn và quản lí rủi ro cho các ngân hàng.

Đối với pháp luật cạnh tranh, chương trình tuân thủ của doanh nghiệp về cơ bản liên quan đến các quy định về chống hạn chế cạnh tranh và các quy định về chống cạnh tranh không lành mạnh. Việc xây dựng chương trình tuân thủ đáng tin cậy và hiệu quả là một trong những tiêu chí đánh giá sự phát triển và đẳng cấp kinh doanh của doanh nghiệp. Bởi cạnh tranh lành mạnh và tuân theo pháp luật thông thường chỉ có thể được thực hiện bởi những doanh nghiệp có nhận thức đầy đủ và có ý thức tuân thủ pháp luật cao. Ở góc độ vĩ mô, chương trình tuân thủ liên quan đến pháp luật cạnh tranh được nhiều quốc gia quan tâm, mặc dù đây là vấn đề khá thuần tuý của doanh nghiệp. Nhiều quốc gia đã ban hành hướng dẫn để doanh nghiệp có thể xây dựng, thực hiện chương trình tuân thủ pháp luật cạnh tranh một cách hiệu quả. Chẳng hạn, tại Anh, Cơ quan thương mại công bằng của Vương quốc Anh (Office of Fair Trading - OFT) đã ban hành Bộ hướng dẫn chi tiết cho doanh nghiệp về việc tuân thủ pháp luật cạnh tranh. Bộ hướng dẫn này đã đưa ra hướng dẫn và khuôn khổ gợi ý cho doanh nghiệp trong việc xây dựng và thực hiện chương trình quản trị tuân thủ liên quan đến pháp luật cạnh tranh tại Anh.⁽⁵⁾ Tại Canada, Cơ quan cạnh tranh Canada (Competition Bureau Canada) đã ban hành văn bản hướng dẫn về chương trình tuân thủ (Corporate Compliance Programs ngày 27/9/2010) có tính gợi ý cho doanh nghiệp về xây dựng chương trình tuân thủ pháp luật cạnh tranh. Văn bản này đưa ra hướng dẫn việc áp dụng Luật cạnh tranh, Luật đóng gói, ghi nhãn

mác hàng tiêu dùng, Luật ghi nhãn hàng dệt may và Luật ghi nhãn hàng kim loại quý.⁽⁶⁾ Tại Liên minh châu Âu, Hội đồng Liên minh châu Âu cũng đã ban hành Hướng dẫn về chương trình tuân thủ pháp luật cạnh tranh (EU Commission, Compliance matters: What companies can do better to respect EU competition rules, Special first edition, Nov, 2011).⁽⁷⁾ Đây là hướng dẫn quan trọng giúp các doanh nghiệp, các tập đoàn lớn có thể xây dựng và thực hiện chương trình tuân thủ pháp luật cạnh tranh trong phạm vi thị trường nội khối EU.

Một vấn đề khác cần phải được nhấn mạnh đó là sự tuân thủ của doanh nghiệp chỉ thật sự có ý nghĩa và được thực hiện hiệu quả nếu doanh nghiệp có (xây dựng được) chương trình quản trị tuân thủ phù hợp. Tức là hoạt động tuân thủ phải được xây dựng thành chương trình, có hệ thống tổ chức cũng như nguồn tài chính phù hợp. Nhiều công ti tại các quốc gia có nền kinh tế thị trường phát triển còn thành lập bộ phận riêng về chương trình tuân thủ (Compliance Office) để giám sát chặt chẽ hoạt động của doanh nghiệp, đảm bảo các hoạt động của doanh nghiệp không trái với quy định của pháp luật, đặc biệt là pháp luật cạnh tranh, không trái với đạo lí kinh doanh, cũng như các chuẩn mực khác của đời sống xã hội.

Đối với pháp luật cạnh tranh, chương trình tuân thủ thể hiện sự minh bạch hoá của doanh nghiệp về các hoạt động tuân thủ, cam kết công khai trách nhiệm của mình đối với quy trình sản xuất kinh doanh, hàng hoá, dịch vụ mà mình cung cấp phù hợp với pháp luật. Những hoạt động này về bản chất sẽ làm tăng uy tín của doanh nghiệp trên thị trường.

Nhiều lãnh đạo doanh nghiệp nhận ra rằng sự tuân thủ là tiêu chuẩn tối thiểu của hoạt động doanh nghiệp, nó sẽ tác động tới sự mong đợi của khách hàng về tính hợp pháp trong các hoạt động của doanh nghiệp.⁽⁸⁾ Sự tuân thủ pháp luật cạnh tranh của doanh nghiệp luôn là tiền đề cho việc đảm bảo tính khả thi cũng như tính hiệu quả của quá trình thực thi pháp luật cạnh tranh. Các hành vi kinh doanh và cạnh tranh của doanh nghiệp chỉ diễn ra trong khuôn khổ công bằng và lành mạnh nếu doanh nghiệp tự ý thức và tôn trọng pháp luật cạnh tranh. Sự hiểu biết và ý thức tôn trọng pháp luật cạnh tranh của các chủ thể kinh doanh làm cho họ có thể nhận biết được mô hình ứng xử trong cạnh tranh trên thị trường. Doanh nghiệp phải tự ý thức được trách nhiệm của mình trước những hành vi có thể gây tổn hại cho chủ thể khác, cho người tiêu dùng thì thị trường mới tránh được những ảnh hưởng tiêu cực. Chẳng hạn, doanh nghiệp có sức mạnh thị trường cam kết không lạm dụng sức mạnh đó thì hoạt động cạnh tranh mới không bị ngăn trở, không có rào cản gia nhập thị trường...

Bên cạnh đó, quá trình thực thi pháp luật từ việc tiến hành hành vi kinh doanh cho đến hành vi thông báo (ví dụ trong tập trung kinh tế), cung cấp số liệu, thị phần, việc hợp tác để cung cấp chứng cứ đều do doanh nghiệp tiến hành. Nếu thiếu sự đồng thuận, thiếu sự tự nguyện tuân thủ pháp luật từ phía doanh nghiệp thì hoạt động thực thi luật trở nên khó khăn. Ngược lại, nếu các chủ thể kinh doanh tự ý thức về tôn trọng pháp luật, hợp tác và tạo điều kiện thuận lợi cho các cơ quan có thẩm quyền liên quan thực hiện các biện pháp, thủ tục cần thiết thì sẽ nâng cao được tính hiệu

quả trong việc thực thi pháp luật cạnh tranh.

Ngoài ra, nếu có nhận thức đầy đủ về pháp luật cạnh tranh, doanh nghiệp có thể thực hiện được quyền tự bảo vệ quyền lợi của chính đáng họ thông qua sự phản ứng nhất định trước các hành vi phản cạnh tranh, cạnh tranh xấu của những chủ thể khác.⁽⁹⁾ Ý thức tự bảo vệ thông qua pháp luật của doanh nghiệp (khách hàng) làm cho sự nhận thức về trách nhiệm của doanh nghiệp trước các hành vi phản cạnh tranh, cạnh tranh xấu trên thị trường cũng được nâng cao. Nếu hành vi đó bị phản ứng mạnh mẽ từ phía các chủ thể tham gia thị trường thì môi trường cạnh tranh cũng sẽ bớt đi được những vi phạm pháp luật cạnh tranh do áp lực từ các bên tham gia thị trường. Doanh nghiệp nếu có ý định tiến hành hành vi cạnh tranh trái pháp luật cũng sẽ phải cân nhắc lợi ích và thiệt hại trước khi tiến hành.

Cuối cùng, ý thức tôn trọng pháp luật cạnh tranh của doanh nghiệp còn được thể hiện trong việc nghiêm chỉnh thực thi quyết định của cơ quan có thẩm quyền về cạnh tranh (nếu có) mà doanh nghiệp là bên liên quan. Thủ tục tố tụng cũng như các biện pháp xử lý trong các vụ việc cạnh tranh thực sự chỉ có ý nghĩa nếu doanh nghiệp tự nguyện chấp hành các quyết định tương ứng.

2. Vấn đề quản trị tuân thủ pháp luật cạnh tranh

Quản trị tuân thủ (Compliance Management) là một khái niệm rộng và được hiểu với nội hàm khác nhau tùy theo từng góc độ tiếp cận. Quản trị tuân thủ phản ánh sự đảm bảo của doanh nghiệp đối với việc tuân thủ pháp luật và các quy tắc, tập quán kinh doanh thông qua quá trình và những biện pháp phù

hợp.⁽¹⁰⁾ Cũng như các lĩnh vực quản trị khác, quản trị tuân thủ được thực hiện thông qua các bước hoạch định, tổ chức thực hiện, phân công công việc và kiểm tra, giám sát quá trình tuân thủ của toàn bộ hệ thống. Quản trị tuân thủ cũng có mối liên chặt chẽ với quản trị nguồn nhân lực, xử lý thông tin và quản trị tài chính nhằm đảm bảo chương trình tuân thủ được thực hiện một cách hiệu quả. Quản trị tuân thủ ở đây cũng chính là sử dụng có hiệu quả các nguồn lực cho sự vận hành của hệ thống và đạt được mục tiêu doanh nghiệp hoạt động an toàn về mặt pháp lý và có trách nhiệm với xã hội. Nhà quản trị định hướng và kiểm soát mọi hoạt động của doanh nghiệp từ bộ máy quản trị đến các cá nhân tham gia để đạt được mục tiêu về tuân thủ mà doanh nghiệp đã đề ra. Quản trị tuân thủ đòi hỏi mọi thành tố quản trị phải hoạt động trong quy trình thống nhất và dựa trên những chuẩn mực của pháp luật và đạo lý kinh doanh.

Để thực hiện tốt mục tiêu quản trị tuân thủ, doanh nghiệp phải có tổ chức bộ máy phù hợp, có nguồn nhân lực đủ trình độ và có kỹ năng thực hiện cũng như có nguồn tài chính phù hợp. Doanh nghiệp cũng phải đưa ra những biện pháp khuyến khích việc chấp hành pháp luật và đạo lý kinh doanh thông qua đánh giá công việc, đãi ngộ và danh cơ hội thăng tiến cho nhân viên. Bên cạnh đó, việc xây dựng và tăng cường bản sắc văn hoá riêng của doanh nghiệp gắn với tuân thủ cũng là yếu tố quan trọng, theo đó mọi thành viên tự ý thức được việc tuân thủ, thấm thấu vào văn hoá tổ chức công việc và coi đó là phương châm hành động của mọi thành viên. Khuyến khích các thành viên của doanh nghiệp hành động tuân thủ pháp luật sẽ tạo thêm động lực

cho họ luôn định hướng tới những hành vi kinh doanh phù hợp với pháp luật.

Ngoài ra, việc xác định những biện pháp khuyến khích thường phải đi kèm với các hình thức kỉ luật, biện pháp chế tài cho những người vi phạm nhằm tạo ra áp lực đối với nhân viên không sẵn sàng thực hiện đúng chương trình tuân thủ. Doanh nghiệp cần phải có những biện pháp chế tài thích hợp khi thành viên trong doanh nghiệp vi phạm pháp luật trong khi tiến hành công việc hay không thực hiện đúng chương trình tuân thủ đã được thống nhất xây dựng. Một chương trình tuân thủ hiệu quả thường quy định rõ ràng những biện pháp gây hậu quả bất lợi (như cắt khen thưởng, giáng chức, sa thải...) có thể áp dụng đối với người vi phạm. Thông qua hoạt động kiểm soát, người có thẩm quyền sẽ phát hiện, ngăn chặn ngay cơ vi phạm pháp luật của bộ phận chuyên trách hay nhân viên thực hiện.

Do có phạm vi tác động lớn đến hành vi kinh doanh của doanh nghiệp, pháp luật cạnh tranh luôn được coi là một trong những vấn đề cốt yếu của chương trình tuân thủ, là nội dung cơ bản mà doanh nghiệp chú trọng trong quá trình xây dựng và thực hiện chương trình. Quản trị tuân thủ pháp luật cạnh tranh là quá trình đảm bảo cho sự tuân thủ của toàn bộ hoạt động của doanh nghiệp từ bộ máy lãnh đạo, điều hành đến các thành viên theo quy định của pháp luật cạnh tranh, kể các chuẩn mực đạo đức kinh doanh có liên quan. Để kinh doanh không trái pháp luật cạnh tranh, doanh nghiệp thường phải sử dụng hệ thống quản trị tuân thủ phù hợp, hiện đại và vận hành quá trình này hiệu quả.⁽¹¹⁾ Tại Việt Nam, tham gia thị trường chủ yếu là các

doanh nghiệp vừa và nhỏ, nguồn lực kinh doanh hạn chế. Nhìn chung, số đông doanh nghiệp khó có thể có lợi thế cạnh tranh thông qua việc sử dụng nguồn lực sẵn có của mình. Bởi vậy, tình trạng doanh nghiệp lựa chọn cách dàn xếp, thoả thuận với đối thủ cạnh tranh trên thị trường (chẳng hạn về giá cả, sản xuất, thị trường, khách hàng...) nhằm duy trì thị phần, lợi nhuận kinh doanh của các doanh nghiệp tham gia thoả thuận, đồng thời loại bỏ các đối thủ không tham gia thoả thuận hoặc ngăn cản đối thủ mới gia nhập thị trường rất dễ xảy ra. Ngoài ra, doanh nghiệp cũng dễ sử dụng những biện pháp cạnh tranh xấu, không phù hợp với chuẩn mực hay tập quán kinh doanh thông thường. Điều này chính là nguyên nhân dẫn tới những hành vi vi phạm pháp luật cạnh tranh trên thị trường. Một chương trình quản trị tuân thủ phù hợp sẽ định hướng, tạo ra khuôn khổ hành động sao cho không có sự vi phạm pháp luật cạnh tranh và quy tắc chuẩn mực kinh doanh xảy ra. Trong quá trình quản trị chương trình tuân thủ, việc định hướng và kiểm soát mọi hoạt động, hành vi kinh doanh của doanh nghiệp có ý nghĩa to lớn trong việc đảm bảo sự an toàn, duy trì vị thế và nâng cao uy tín của doanh nghiệp.

3. Thực tiễn tuân thủ pháp luật cạnh tranh của doanh nghiệp ở Việt Nam

Do môi trường pháp luật cạnh tranh bao trùm lên mọi hoạt động kinh doanh nên doanh nghiệp không thể không tính tới những yêu cầu tuân thủ đối với hoạt động của họ. Khi hoạt động trong cơ chế thị trường, nhận thức và tự ý thức của doanh nghiệp về tuân thủ pháp luật cạnh tranh đóng vai trò vô cùng quan trọng trong việc đảm

bảo thực thi chính sách và pháp luật cạnh tranh vì các doanh nghiệp là chủ thể tiến hành các hành vi cạnh tranh. Do pháp luật cạnh tranh là lĩnh vực pháp luật mới ở Việt Nam, nhận thức về pháp luật cạnh tranh của các doanh nghiệp còn nhiều hạn chế. Điều này có ảnh hưởng tiêu cực tới yêu cầu tuân thủ trong quá trình thực thi pháp luật cạnh tranh. Theo Báo cáo khảo sát doanh nghiệp và phỏng vấn chuyên gia về pháp luật cạnh tranh Việt Nam do Cục quản lý cạnh tranh (Bộ công thương) công bố năm 2012, có tới 92,8% trong số 500 doanh nghiệp được khảo sát “chưa hiểu rõ” về Luật cạnh tranh (năm 2004). Trong đó, số doanh nghiệp “hiểu rất rõ” về Luật cạnh tranh chỉ chiếm 1,6%. Đó là chưa kể lượng lớn doanh nghiệp đã được loại bỏ ra khỏi cuộc khảo sát do “không biết”, không sẵn sàng trả lời các câu hỏi hoặc từ chối tham gia khảo sát.⁽¹²⁾ Đây là thực tế phản ánh sự hiểu biết còn rất hạn chế của doanh nghiệp về pháp luật cạnh tranh.

Tại Việt Nam, những doanh nghiệp lớn, đặc biệt là các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài thường có luật sư, bộ phận chuyên trách về các vấn đề pháp lý có thể tư vấn, kiểm tra tính hợp pháp của các hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Họ thường có chương trình tuân thủ chung cho chính sách kinh doanh toàn cầu của họ, chẳng hạn như Bayer,⁽¹³⁾ Baker & McKenzie,⁽¹⁴⁾ Coca-cola,⁽¹⁵⁾ Colgate⁽¹⁶⁾... Trong khi đó, các doanh nghiệp thuần túy trong nước, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ thường thiếu vắng bộ phận hoặc nhân sự thực hiện chức năng này. Sự thiếu vắng đó làm cho quá trình nhận thức pháp luật, hoạt động kiểm tra, rà soát các giao dịch kinh doanh ít hiệu quả. Đây

cũng là nguyên nhân dẫn đến doanh nghiệp dễ có những hành vi cạnh tranh không lành mạnh hay hạn chế cạnh tranh. Việc thiếu ý thức tuân thủ pháp luật xảy ra ở nhiều lĩnh vực pháp nói chung chứ không chỉ riêng đối với pháp luật cạnh tranh.

Nhìn chung, doanh nghiệp Việt Nam hiện nay hầu như không có chương trình quản trị tuân thủ (trong khi các tại các nước phát triển, các doanh nghiệp, tập đoàn lớn thường công khai chương trình quản trị tuân thủ của mình). Việc thiếu ý thức tôn trọng pháp luật cạnh tranh, không có sự cam kết từ phía doanh nghiệp về tuân thủ còn nằm ngay ở chính những nhà quản trị doanh nghiệp. Hành vi vi phạm pháp luật cạnh tranh trên thực tế thường là hậu quả của việc nhận thức kém dẫn đến không tuân thủ pháp luật và điều này mang tính ý thức và tổ chức của bản thân doanh nghiệp. Hoạt động của doanh nghiệp trên thị trường cho thấy còn nhiều biểu hiện của cạnh tranh không lành mạnh,⁽¹⁷⁾ lạm dụng sức mạnh thị trường⁽¹⁸⁾ hoặc tiến hành thoả thuận hạn chế cạnh tranh.⁽¹⁹⁾ Nguyên nhân sâu xa của những vụ việc này chính là sự nhận thức yếu kém về pháp luật cạnh tranh của người hay bộ phận quản trị doanh nghiệp.

Luật cạnh tranh chỉ thật sự đi vào đời sống kinh tế khi nó được xã hội, mà cụ thể là doanh nghiệp nhận thức đầy đủ, tôn trọng và chấp nhận. Sự thiếu vắng nhận thức về pháp luật cạnh tranh cũng như nhận thức những yêu cầu đặt ra của pháp luật cạnh tranh đối với hành vi kinh doanh đã dẫn đến những vi phạm điều cấm của Luật cạnh tranh hay một số luật khác có liên quan. Mặt khác, dưới góc độ là phía khách hàng, doanh nghiệp

cũng chưa có thói quen sử dụng pháp luật cạnh tranh như công cụ pháp lý để bảo vệ quyền lợi chính đáng của mình trước những hành vi cạnh tranh xấu. Cạnh tranh vốn là hoạt động rất rộng, nguy cơ vi phạm các quy định về cạnh tranh là rất lớn nếu doanh nghiệp không hiểu đầy đủ về những hành vi bị cấm. Nhận thức của doanh nghiệp về pháp luật cạnh tranh chỉ thật sự có ý nghĩa khi nó trở thành hành động thực tiễn kinh doanh của doanh nghiệp. Theo hướng đó, doanh nghiệp cần có một chương trình tuân thủ pháp luật cạnh tranh nhằm định hướng hành vi kinh doanh và cạnh tranh trên thị trường phù hợp với các quy định của pháp luật.

Ý thức tuân thủ của doanh nghiệp không chỉ đối với pháp luật nói chung mà còn bao gồm cả các quy tắc, tập quán, đạo lý trong kinh doanh. Nếu ý thức tôn trọng pháp luật được doanh nghiệp đề cao, pháp luật cạnh tranh sẽ được chấp hành tự nguyện và môi trường cạnh tranh sẽ trở nên ổn định, bình đẳng và công bằng hơn. Tại các quốc gia phát triển, nơi chính sách và pháp luật cạnh tranh đã thấm sâu vào đời sống kinh doanh, các công ti, tập đoàn lớn luôn có sự quan tâm thích đáng tới pháp luật và chính sách cạnh tranh để tránh sự vi phạm và theo đó bị áp dụng các thủ tục không mong muốn do cơ quan cạnh tranh tiến hành. Bởi tại các quốc gia này, pháp luật cạnh tranh được thực thi nghiêm ngặt, các chế tài phạt xử lý vi phạm có thể được áp dụng cũng rất nghiêm khắc và mang tính răn đe cao. Các cơ quan quản lý cạnh tranh thường xuyên tổ chức các đợt điều tra đối với các doanh nghiệp hoặc những tổ chức có sức mạnh thị trường khi xuất hiện dấu hiệu vi phạm. Các hành vi vi

phạm tùy theo mức độ sẽ bị xử phạt từ phạt hành chính tới các chế tài dân sự, thậm chí ở nhiều quốc gia, hành vi vi phạm còn có thể bị xử lý về mặt hình sự.

Ý thức tôn trọng và tuân thủ pháp luật của doanh nghiệp luôn luôn là tiền đề cho việc đảm bảo tính khả thi cũng như tính hiệu quả của quá trình thực thi pháp luật cạnh tranh. Trước hết, các hành vi kinh doanh và cạnh tranh của doanh nghiệp chỉ diễn ra trong khuôn khổ của pháp luật nếu doanh nghiệp có được sự ý thức và tôn trọng pháp luật cạnh tranh. Sự hiểu biết và ý thức tôn trọng pháp luật cạnh tranh của các chủ thể kinh doanh làm cho họ có thể nhận thức được mô hình ứng xử trong cạnh tranh trên thị trường. Qua đó, doanh nghiệp cũng sẽ tự ý thức được trách nhiệm của mình về những hành vi có thể gây tổn hại cho chủ thể khác và cho người tiêu dùng. Dù có sức mạnh thị trường, doanh nghiệp cần phải cam kết sẽ không lạm dụng sức mạnh đó thì hoạt động cạnh tranh mới diễn ra một cách công bằng và mang lại hiệu quả kinh doanh. Pháp luật cạnh tranh thông qua đó mới được thực hiện, đáp ứng yêu cầu về tính thượng tôn pháp luật trong kinh doanh. Mặt khác, quá trình thực thi pháp luật từ việc thông báo (ví dụ tập trung kinh tế) đến việc cung cấp số liệu doanh thu, thị phần, việc hợp tác để cung cấp chứng cứ... đều phải do doanh nghiệp tiến hành. Nếu thiếu sự đồng thuận từ phía doanh nghiệp, thiếu ý thức tôn trọng, thiếu sự tự nguyện tuân thủ pháp luật thì hoạt động thực thi pháp luật trở nên khó khăn. Ngược lại, nếu các chủ thể kinh doanh tự ý thức, tôn trọng pháp luật, hợp tác và tạo điều kiện thuận lợi cho các cơ quan có thẩm quyền

liên quan thực hiện các biện pháp, thủ tục cần thiết thì việc thực thi pháp luật cạnh tranh mới đảm bảo hiệu quả.

Việc thiếu kiến thức về Luật cạnh tranh là nguyên nhân dẫn đến những hành vi cạnh tranh của doanh nghiệp trái pháp luật hay không phù hợp với tập quán kinh doanh thông thường. Doanh nghiệp vi phạm do không biết đến những mô hình ứng xử (cạnh tranh) phù hợp, bởi vì những mô hình ứng xử này chỉ có thể nhận biết được thông qua tri thức và sự suy đoán từ các quy định của pháp luật. Pháp luật cạnh tranh không đưa ra mô hình ứng xử trong cạnh tranh trực tiếp cho doanh nghiệp mà chỉ đưa ra biện pháp tác động vào mặt trái của hành vi cạnh tranh.

Ví dụ điển hình là vụ việc 19 doanh nghiệp bảo hiểm⁽²⁰⁾ thống nhất nâng phí bảo hiểm xe cơ giới (thỏa thuận ấn định giá). Cụ thể, ngày 15/9/2008, tại hội nghị CEO các nhà bảo hiểm phi nhân thọ lần thứ VI, 15 doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ đã kí thỏa thuận hợp tác kinh doanh trong lĩnh vực bảo hiểm hàng hoá, bảo hiểm tàu biển, bảo hiểm xe cơ giới và các điều khoản biểu phí bảo hiểm vật chất xe ô tô. Tiếp đó, đến ngày 01/10/2008 đã có thêm 4 doanh nghiệp bảo hiểm khác đăng kí tham gia, nâng tổng số doanh nghiệp tham gia thỏa thuận lên 19 thành viên. Việc những doanh nghiệp trên kí bản thỏa thuận nhằm ấn định giá là biểu hiện rõ ràng về vi phạm Luật cạnh tranh, tuy nhiên do thiếu hiểu biết pháp luật nên hành động của các doanh nghiệp trên đã được tiến hành một cách công khai. Hoặc trong đề án tái cơ cấu hai nhà cung cấp dịch vụ di động của VNPT bao gồm 3 phương án: sáp nhập VinaPhone và MobiFone; cô phần hoá một

trong hai mạng di động trên; cô phần hoá toàn bộ Tập đoàn. Trong giai đoạn đầu hình thành phương án liên quan đến việc sáp nhập VinaPhone và MobiFone, quy định của pháp luật cạnh tranh về tập trung kinh tế hầu như không được nhắc đến. Tương tự như vậy, Viettel kiến nghị giảm cước di động⁽²¹⁾ với Bộ thông tin và truyền thông mà không đề cập Luật cạnh tranh, trong khi hành vi này rất nhạy cảm và đặc trưng cho hành vi lạm dụng vị trí thống lĩnh thị trường.

4. Một số kết luận mang tính khuyến nghị

Nâng cao nhận thức và ý thức tuân thủ pháp luật cạnh tranh là yêu cầu quan trọng đối với doanh nghiệp hướng tới sự phát triển bền vững trong nền kinh tế thị trường hiện đại. Là con đường để nâng cao uy tín và tính hiện đại trong quản trị doanh nghiệp, tăng cường nhận thức và tuân thủ pháp luật cạnh tranh làm cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp trở nên an toàn và hiệu quả. Để đáp ứng được mục tiêu trên, một số khuyến nghị đối với doanh nghiệp được đưa ra là:

- Tăng cường ý thức tôn trọng pháp luật cạnh tranh và đạo lí kinh doanh phải được doanh nghiệp xác định rõ ràng như một phương châm hành động nhằm góp phần tạo môi trường cạnh tranh công bằng và lành mạnh. Doanh nghiệp cần chú trọng việc giáo dục, bồi dưỡng kiến thức pháp luật cạnh tranh, tăng cường hiểu biết về đạo lí kinh doanh và ý thức tôn trọng lợi ích của chủ thể khác cho bộ máy quản trị cũng như nhân viên của họ.

- Nhận thức về pháp luật cạnh tranh và đạo lí kinh doanh cần phải được giáo dục từ các hoạt động đào tạo nguồn nhân lực trình độ cử nhân (lựa chọn thông qua tuyển dụng) cho đến các hoạt động bồi dưỡng trong phạm

vi của doanh nghiệp. Do nền kinh tế thị trường Việt Nam đang trong giai đoạn đầu của sự phát triển, việc tuân thủ quy tắc pháp luật cạnh tranh cũng như đạo lí kinh doanh của chủ thể kinh doanh chưa được đề cao. Những hoạt động kinh doanh tiềm ẩn rủi ro cao, kinh doanh qua mạng (E-Business) mang tính lừa đảo, marketing đa cấp bất chính gây bất lợi cho người tiêu dùng vẫn còn là những hiện tượng vi phạm pháp luật khá phổ biến. Bởi vậy, việc giáo dục đạo lí kinh doanh và kiến thức pháp luật cho các doanh nhân sẽ tác động tích cực tới hành vi cạnh tranh của doanh nghiệp. Đây là việc làm hết sức cần thiết không chỉ từ phía doanh nghiệp mà cả từ phía cơ quan có thẩm quyền liên quan.

- Doanh nghiệp cần xây dựng cho mình chương trình tuân thủ nói chung, trong đó bao gồm tuân thủ pháp luật cạnh tranh nhằm đảm bảo hành vi cạnh tranh của doanh nghiệp đúng pháp luật, không làm tổn hại đến quyền lợi chính đáng của chủ thể khác trên thị trường và không làm tổn hại môi trường cạnh tranh. Chương trình tuân thủ cũng phải bao hàm cả quy tắc, chuẩn mực đạo đức trong kinh doanh và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Với chương trình hành động và quy tắc tuân thủ được đặt ra như vậy, các thành viên trong doanh nghiệp sẽ nhận biết rõ trách nhiệm công việc và có “kìm chỉ nam” cho hành động của mình. Đồng thời, có chương trình tuân thủ phù hợp, doanh nghiệp mới có thể đưa ra cam kết về hành vi kinh doanh của mình phù hợp với pháp luật, tập quán kinh doanh và thân thiện với thị trường.

- Chương trình tuân thủ liên quan đến pháp luật cạnh tranh cần được xây dựng, phổ biến công khai trên phương tiện truyền thông

của doanh nghiệp, theo đó khách hàng hay người tiêu dùng, cơ quan nhà nước có thẩm quyền liên quan có thể nhận biết dễ dàng chương trình đó. Chương trình tuân thủ cần thể hiện mô hình quản trị doanh nghiệp hiện đại từ việc xây dựng quy trình, triển khai cho đến quá trình tự kiểm soát các hoạt động kinh doanh và cạnh tranh phù hợp với yêu cầu pháp luật. Uy tín của doanh nghiệp sẽ được nâng cao khi có chương trình tuân thủ được công khai và là định hướng cho hành vi kinh doanh của doanh nghiệp. Bằng chương trình tuân thủ pháp luật cạnh tranh, doanh nghiệp có thể tránh được các rủi ro do vi phạm pháp luật cạnh tranh.

- Chương trình tuân thủ pháp luật cạnh tranh phải bao quát được toàn bộ lĩnh vực hàng hoá, dịch vụ mà doanh nghiệp kinh doanh sao cho hành vi cạnh tranh không chứa đựng nguy cơ tiềm ẩn vi phạm pháp luật cạnh tranh. Sự phức tạp của hoạt động kinh doanh ở những lĩnh vực hàng hoá, dịch vụ mới sẽ buộc doanh nghiệp phải dự liệu được các tình huống nhạy cảm để tránh được những vi phạm không đáng có xảy ra.

- Các doanh nghiệp lớn cần có cơ cấu tổ chức hoặc nhân sự chuyên trách về tuân thủ pháp luật cạnh tranh để giúp cho doanh nghiệp xây dựng và thực thi chiến lược cạnh tranh phù hợp và không trái với pháp luật. Chỉ khi có nguồn nhân lực đủ trình độ để xây dựng và thực thi chương trình tuân thủ pháp luật cạnh tranh, doanh nghiệp mới có thể có chiến lược cạnh tranh khả thi và thân thiện với thị trường. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cần phổ biến chương trình tuân thủ pháp luật cạnh tranh tới toàn bộ nguồn nhân lực của doanh nghiệp.

Trong điều kiện kinh tế thị trường ở Việt Nam, thông qua việc xây dựng chương tuân thủ, doanh nghiệp có thể nhận thức được chuẩn mực kinh doanh, nhận thức được rõ năng lực cạnh tranh thật sự để vận dụng vào hoạt động của họ sao cho có hiệu quả nhất. Doanh nghiệp sẽ nhận thức được giới hạn hợp pháp của các hành vi cạnh tranh, biết bảo vệ uy tín, tài sản, những thu nhập chính đáng của họ trước các hành vi cạnh tranh bất hợp pháp. Khi có đạo li kinh doanh, doanh nghiệp có thể quan tâm và bảo vệ lợi ích chung của toàn xã hội cũng như quyền lợi chính đáng của các chủ thể cùng cạnh tranh và của người tiêu dùng./.

(1).Xem: Behringer, Stefan: *Compliance Kompakt*, 2 Aufl., Erich Schmidt Verlag, Berlin, 2011, S. 39.
 (2).Xem: Cannon, Tom: *Corporate Responsibility. Governance, compliance and ethics in a sustainable environment*, Pearson, Harlow, 2012.
 (3). The OECD good practice guidance for company compliance and ethics programs. Nguồn: <http://www.oecd.org/investment/anti-bribery/anti-briberyconvention/44884389.pdf>
 (4). Basel II (A set of agreements set by Committee on Banking Supervision) sử dụng 3 trụ cột: 1) minimum capital requirements (addressing risk); 2) supervisory review và 3) market discipline.
 (5).Xem: Office of Fair Trading (OFT), *Competition Law compliance*, nguồn: <http://www.oft.gov.uk/OFTwork/competition-act-and-cartels/competition-law-compliance/#.UWzRK6LniX4>
 (6).Xem: Competition Bureau Canada, *Corporate Compliance Programs* nguồn: [http://www.competitionbureau-gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/vwapj/CorporateCompliancePrograms-sept-2010-e.pdf/\\$FILE/CorporateCompliancePrograms-sept-2010-e.pdf](http://www.competitionbureau-gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/vwapj/CorporateCompliancePrograms-sept-2010-e.pdf/$FILE/CorporateCompliancePrograms-sept-2010-e.pdf).
 (7).Xem: Murphy, Joe: *The EU offers guidance on competition law compliance programs*, nguồn: <http://compliance.saiglobal.com/community/know/blogs/item/2862-eu-guidance-on-competition-law-compliance-programs>.

(8).Xem: Kennedy-Glans, Donna/Schulz Bob: *Corporate Integriti*, Wiley Publisher, p. 11.
 (9).Xem: Oded, Sharon: *Corporate Compliance. New Approaches to Regulatory Enforcement*, Cheltenham/Northampton, 2013, p. 29, 28; Xem thêm: Möllers, Thomas M./Heinemann, Andreas: *The Enforcement of Competition Law in Europe*, Cambridge University Press, 2007.
 (10).Xem: Pape, Jonas: *Corporate Compliance – Rechtspflichten zur Verhaltenssteuerung von Unternehmensangehörigen in Deutschland und den USA*, Verlag Berliner Wissenschafts, Berlin, 2011, S. 22.
 (11).Xem: Oded, Sharon, sdd, p.123 -135.
 (12). Nguồn: <http://www.baocongthuong.com.vn/doanh-nghiep/37408/doanh-nghiep-chua-ro-luat-can-hanh-hinh#UdlKmm1HW6Q>, truy cập ngày 15/6/2013.
 (13). Nguồn: <http://www.bayer.com.vn/>, truy cập ngày 26/8/2014.
 (14). Nguồn: <http://www.bakermckenzie.com/de-DE/NL.GermanyComplianceKompaktDec2012/>
 (15). Nguồn: <http://assets.coca-colacompany.com/3f7147f073b64458cbd6adf2f278998e1/code-of-business-conduct-vietnamese.pdf>, truy cập ngày 26/8/2014.
 (16). Nguồn: http://www.colgate.co.in/Colgate/IN/Corp_v2/LivingOurValues/CodeOfConduct/PDFs/DY-245_code_of_conduct_p_VIE.pdf
 (17).Xem: Phạm Huyền, *Rượu nội đim nhau: Bôi xầu dôi thủ ở quán nhậu*, nguồn: <http://www.vef.vn/2012-01-11-ruou-noi-dim-nhau-boi-xau-doi-thu-o-quan-nhau>; Hoàng Thắng, Mạnh Kiên, *Vodka Men – AvinaA: Cuộc chiến bên ngoài bàn rượu*, nguồn: http://petrotimes.vn/news/vn/phong-su-dieu-tra/vodka-men-_8211-avinaa-cuoc-chien-ben-ngoai-ban-ruou.html, truy cập ngày 02/7/2014.
 (18). Vụ việc Vinapco lạm dụng vị trí độc quyền, xem thêm: Tăng Văn Nghĩa, *Pháp luật cạnh tranh* (giáo trình) Nxb. Giáo dục Hà Nội, 2013, tr. 212 - 216.
 (19). Cục quản lí cạnh tranh, *Báo cáo thường niên của năm 2010*, tr. 16, 17.
 (20). Cục quản lí cạnh tranh, *Báo cáo thường niên năm 2010*, tr. 16, 17.
 (21).Xem: Anh Quân, *Viettel xin giảm cước di động, giữ giá 3G*, nguồn: <http://kinhdoanh.vnexpress.net/tin-tuc/doanh-nghiep/viettel-xin-giam-cuoc-di-dong-giu-gia-3g-3014267.html>, truy cập ngày 07/7/2014.