

# Lý thuyết cạnh tranh năng động và các khuyến nghị để định hình lại chính sách kiểm soát độc quyền

Trương Trọng Hiếu\*



Use your smartphone to scan this QR code and download this article

## TÓM TẮT

Thương mại quốc tế phát triển phản ánh sự thịnh hành của cơ sở lý thuyết về lợi thế so sánh. Nhưng thương mại nội ngành xuất hiện và phát triển đã tạo ra không ít thách thức cho việc vận dụng lý thuyết lợi thế so sánh. Theo đó, lợi thế cạnh tranh và cạnh tranh năng động trở thành mục tiêu, cả về phát triển kinh doanh, thương mại, kinh tế lẫn quá trình hoạch định chính sách. Từ kết quả nghiên cứu tổng hợp về các khái niệm và lý thuyết nền tảng về hủy diệt sáng tạo, cạnh tranh năng động và các phân tích về tình huống thực tiễn có liên quan, bài viết chỉ ra điểm khác biệt trong tiếp cận cạnh tranh năng động so với trường phái cổ điển trước đó. Nội dung phân tích đặt biệt nhấn mạnh về sự khác biệt và những phát triển trong quan điểm của trường phái kinh tế học Áo so với nền tảng lý thuyết cạnh tranh hủy diệt trước đó. Trên cơ sở các tình huống nghiên cứu và nội dung biện luận, bài viết đã chỉ ra những giá trị ưu trội đồng thời với những điểm tiếp cận hạn chế của trường phái cạnh tranh năng động, cụ thể là tiếp cận của nhà kinh tế học Gray Becker (Nobel kinh tế năm 1992). Từ những phân tích đó, bài viết giới thiệu một vài gợi ý bước đầu về mặt chính sách đối với quá trình hoàn thiện chính sách kiểm soát độc quyền ở Việt Nam sau khi chỉ ra một vài điểm yếu trong lựa chọn thả lỏng chính sách kiểm soát của một số kinh tế gia.

**Từ khoá:** Cạnh tranh, cạnh tranh năng động, hủy diệt sáng tạo, kiểm soát độc quyền.

## GIỚI THIỆU

Thương mại quốc tế phát triển phản ánh sự thịnh hành của cơ sở lý thuyết về lợi thế so sánh khi mà một quốc gia sẽ được lợi nếu chuyên môn hóa sản xuất và xuất khẩu những hàng hóa mình có thể sản xuất với chi phí thấp hoặc tương đối thấp hơn quốc gia khác. Nhưng chính sự hiện diện của thương mại nội ngành mang lại cho nó không ít thách thức. Rõ ràng, nhiều nước vẫn có thể cùng sản xuất và cùng tồn tại trong cùng một thị trường sản phẩm, dù lợi thế so sánh thiên thuộc về một nền kinh tế nào đó. Sự lựa chọn của Việt Nam trong lựa chọn và phát triển chính sách khoa học công nghệ, cũng như tạo lực để nghiên cứu, sản xuất và thương mại sản phẩm công nghệ cao có thể là một minh chứng cho sự trượt bỏ lợi thế so sánh để tiệm cận với thị trường cạnh tranh năng động trong thị trường sản phẩm chung: sản phẩm công nghệ.

Bức tranh sinh động của thị trường cạnh tranh – độc quyền khiến Paul Krugman (Nobel Kinh tế năm 2008) day dứt và đắn đo. Một trong những đóng góp quan trọng của ông cho lý thuyết thương mại mới chính là những phân tích về lợi thế cạnh tranh. Sức ép cạnh tranh là có thực, nên cạnh tranh hoàn toàn mang tính lý tưởng và độc quyền hoàn toàn khó có thể tồn tại mãi mãi. Để cạnh tranh, các hãng, cùng ngành, cần nghiên cứu, sáng tạo và tạo ra tính khác biệt cho sản

phẩm. Sự khác biệt hóa giúp sản phẩm thống lĩnh thị trường, thậm chí trở thành độc quyền, và tồn tại. Đương nhiên, sức mạnh đó đến lượt mình có thể bị bào mòn bởi quá trình khác biệt hóa của một sản phẩm cạnh tranh khác.

Nhưng điều quan trọng là, từ một tiếp cận về lợi thế so sánh mới, thương mại biết đến một lợi thế so sánh mới. Đó là lợi thế cạnh cạnh, là lợi thế cạnh tranh tự tạo. Sáng tạo vì vậy ngày càng trở nên quan trọng, và cạnh tranh ngày càng phát triển thêm nhiều biến thể, đặc biệt là từ hình thái cạnh tranh tĩnh (static competition) sang hình thái cạnh tranh mới – cạnh tranh năng động (dynamic competition)<sup>a</sup>. Chính sự xuất hiện và thịnh hành của hình thái cạnh tranh này đã mang lại nhiều hàm ý mới về mặt định hình chính sách cạnh tranh và kiểm soát độc quyền.

Hướng đến mục đích trên, bài viết tổng hợp ý kiến và phân tích của nhà kinh tế học Gray Becker (Nobel kinh tế năm 1992) về thực tiễn cuộc chiến cạnh tranh năng động giữa các công ty công nghệ hàng đầu. Tiếp cận của Becker về cạnh tranh năng động cập nhật nhiều điểm mới, trên cơ sở sự phong phú về mặt thực tiễn. Nhưng khuyến nghị về mặt chính sách của phân tích để lại điểm mờ nguy hiểm, và có thể tạo ra sự

<sup>a</sup> Các nghiên cứu ở Việt Nam thường gọi là “động”, ví dụ như “năng lực động” (dynamic capabilities).

Trường Đại học Kinh tế - Luật, ĐHQG HCM

Liên hệ

Trương Trọng Hiếu, Trường Đại học Kinh tế - Luật, ĐHQG HCM

Email: hieutt@uel.edu.vn

Lịch sử

- Ngày nhận: 28/1/2019
- Ngày chấp nhận: 10/3/2019
- Ngày đăng: 12/6/2019

DOI: 10.32508/stdjelm.v3i3.559



Bản quyền

© ĐHQG Tp.HCM. Đây là bài báo công bố mở được phát hành theo các điều khoản của the Creative Commons Attribution 4.0 International license.



**Trích dẫn bài báo này:** Trọng Hiếu T. Lý thuyết cạnh tranh năng động và các khuyến nghị để định hình lại chính sách kiểm soát độc quyền. *Sci. Tech. Dev. J. - Eco. Law Manag.*; 3(3):190-197.

không chắc chắn của hoạt động kiểm soát khi đề xuất gần như thả lỏng cạnh tranh và phủ nhận sự không cần thiết của hoạt động kiểm soát độc quyền. Nội dung này sẽ được bài viết phân tích và làm rõ.

Sau nội dung đặt vấn đề ở phần này, bài viết này sẽ bắt đầu bằng nội dung khái quát về lý thuyết cạnh tranh năng động. Trong đó, tác giả sẽ tóm lược về tiếp cận hủy diệt sáng tạo, cạnh tranh năng động cũng giới thiệu thêm các đánh giá điển hình về thực tiễn cạnh tranh và đặc biệt nhấn mạnh đến ý kiến của Becker. Trên cơ sở đó, phần cuối của bài viết bàn về định hướng hoàn thiện khung chính sách kiểm soát độc quyền trong bối cảnh mới ở Việt Nam trước khi đưa ra các nhận định kết luận và hướng nghiên cứu tương lai.

## KHÁI QUÁT VỀ LÝ THUYẾT CẠNH TRANH NĂNG ĐỘNG

Sự xuất hiện, hưng thịnh rồi lụi tàn lập tức của nhiều ông lớn công nghệ phần nào phản ánh mức độ khắc nghiệt của nền khoa học kỹ thuật ngày càng tiến bộ và đổi mới. Với Gary Becker, chính sự định hình của các tên tuổi mới là minh chứng cho một phần của cạnh tranh năng động - lý thuyết được định hình từ những năm 1980s trên cơ sở những ý tưởng ban đầu về hủy diệt sáng tạo mà Joseph A. Schumpeter đã sớm vạch ra.

### *Hủy diệt sáng tạo và những phát kiến của Schumpeterian*

Hủy diệt sáng tạo (creative destruction) là khái niệm tiền đề được J.A. Schumpeter đưa ra từ những năm 1950s. Trên cơ sở nền tảng lý thuyết của chủ nghĩa Mác về sự tích lũy và thay thế của cải dưới dạng tư bản, Schumpeter đã phát triển và mô tả “cơn lốc hủy diệt sáng tạo” như “một quá trình liên tục biến đổi về công nghiệp để cải cách cấu trúc nền kinh tế từ bên trong; liên tục hủy diệt cái cũ cũng như liên tục sáng tạo cái mới”<sup>1</sup>. Đó là:

“Cạnh tranh bởi hàng hóa mới, công nghệ mới, nguồn cung ứng mới, mô thức tổ chức mới (chẳng hạn như đơn vị có quy mô lớn nhất) – cạnh tranh dựa vào lợi thế về chất lượng hay chi phí tiên quyết và nó không chỉ phá hủy những biên độ doanh thu hoặc lợi nhuận mà cả nền tảng và vòng đời của chúng”<sup>2</sup>.

Theo cách diễn giải của Ricardo J. Caballero (giải thưởng Risch Medal cùng với Eduardo Engel năm 2002), hủy diệt sáng tạo là cơ chế đổi mới sáng tạo không ngừng các sản phẩm và quy trình mà theo đó một sản phẩm mới sẽ thay thế cho một sản phẩm đã lỗi thời. Điều quan trọng là tiến trình sản xuất đó không chỉ lan tỏa rộng khắp, có tầm vĩ mô; đối với

cả quá trình phát triển trong dài hạn và những biến đổi kinh tế nhất thời lẫn các thay đổi về mặt cấu trúc và chức năng của thị trường. Thậm chí, xét về dài hạn, tiến trình hủy diệt sáng tạo có thể chiếm hơn 50% mức tăng hiệu suất. Ở cấp độ chu kỳ kinh doanh, quá trình tái cấu trúc thường thuyên giảm trong giai đoạn suy thoái kinh tế và điều này sẽ làm tăng chi phí đáng kể cho các quá trình đảo thái (downturns)<sup>3</sup>. Đương nhiên, những trở ngại cho tiến trình hủy diệt sáng tạo sẽ mang lại những hệ lụy cho nền kinh tế vĩ mô, cả trong ngắn hạn lẫn dài hạn<sup>4</sup>.

Thực tế, lý thuyết này sau đó một lần nữa được minh chứng bởi những thay đổi ở Mỹ, Nhật Bản và tây Âu vào những năm 1980s hay tại Trung Quốc và Ấn Độ những năm 1990s. Trên nền tảng công nghệ mới, các công ty, cấu trúc và lực lượng lao động có chuyên môn cũ đã bị xóa sổ, thay vào đó là sự xuất hiện của các tổ chức công nghiệp và các mối quan hệ lao động mới. Đáng chú ý, việc ứng dụng công nghệ thông tin và internet với sự giảm thiểu đáng kể về chi phí giao dịch chính là sự thay đổi nổi trội về mặt số lượng lẫn chất lượng cả khu vực kinh tế công và tư. Thụ vị là, một mặt phát triển ngoại tác (external growth) của các công ty lớn thông qua việc thầu tóm các công ty khác tạo nét đặc trưng cho chủ nghĩa tư bản hiện đại, một mặt lại có sự xuất hiện mỗi ngày của các công ty nhỏ - chủ yếu được thành lập bởi chính các nhân viên điều hành của các công ty cũ vẫn đang hoạt động<sup>1</sup>.

Nghiên cứu tổng hợp của Jerry Ellig cho thấy, theo lý thuyết cạnh tranh sáng tạo, các công ty khác nhau sẽ có khả năng khác nhau, có những phát kiến nhất định và sự đổi mới sáng tạo xuất hiện khi các công ty đã thử nghiệm nhiều hơn, và thậm chí có những hạn chế nhất định về lượng thông tin mà người đưa ra quyết định có thể tiếp cận và tìm kiếm<sup>5</sup>. Cuộc cạnh tranh vì vậy càng trở nên thú vị, khốc liệt và liên tục. Hủy diệt sáng tạo thật sự là tiến trình tạo ra giá trị. Và điều này mở ra một kênh mới cho quá trình cạnh tranh, trong lựa chọn sinh tồn hay diệt vong. Hay nói cách khác, đó là cuộc cạnh tranh bằng “cái mới”; và sáng tạo khi đó là để hủy diệt, nhưng hủy diệt để sinh tồn. Nhưng tồn tại khó bất biến, vì sáng tạo không ngừng.

Đó là thực tế cuộc sống và thị trường: cạnh tranh gay gắt và khốc liệt. Cho nên, những nghiên cứu của Paul Krugman được đánh giá là sự dẫn thân và thử thách khi phân tích lý thuyết trên mô hình thị trường cạnh tranh mang tính độc quyền (monopolistic competition). Nhưng đó là lựa chọn mang lại giá trị lớn, thay vì tiêu tốn thời gian vào các phân tích thuần túy lý thuyết của mô hình thị trường cạnh tranh hoàn hảo, hay độc quyền hoàn toàn.

Thực ra, hoạt động thương mại có thiên hướng chuyển sang mô hình cạnh tranh mang tính độc

quyền và dựa vào quy mô từ khá sớm, như các phân tích của Robinson, Chamberlin từ những năm 1930s và các nghiên cứu của Lancaster, Spence, Dixit và Stieglitz những năm 1970s. Nhưng có thể nói, các bài viết của Krugman (và Helpman) kể từ năm 1985 và sau đó đã có những mô tả rõ nét hơn, và đặc biệt phát triển trên bình diện rộng hơn là thương mại quốc tế<sup>6</sup>. Trên thị trường thực tế, cạnh tranh để độc quyền. Nhưng độc quyền khó có thể tồn tại mãi mãi. Với Paul Krugman và cộng sự của ông ta, Helpman lhanan<sup>6</sup>, và các nhà nghiên cứu kinh tế cùng thời, điển hình như Micheal Porter<sup>7</sup>, thì “sản phẩm được làm khác biệt” (differentiated products) hay chính là đa dạng hóa và khác biệt (đi biệt) hóa sản phẩm để cạnh tranh, để tạo nên lợi thế cạnh tranh, tiến tới độc quyền vì vậy trở thành nhu cầu cốt tử trong chiến lược kinh doanh và quản trị của doanh nghiệp. Hay nói cách khác, cách tiếp cận đa dạng và tăng cường đa dạng hóa sản phẩm để mang lại độ thỏa dụng theo mức thay thế của sản phẩm có vai trò quan trọng<sup>8</sup>, và ngược lại chiến lược cạnh tranh về giá không còn được khuyến khích và trở nên thoái trào<sup>9</sup>. Chính điều đó quyết định đến sự hiện diện và phát triển của thương mại nội ngành, nơi các nhà sản xuất vẫn có thể sống tốt với các sản phẩm tương tự mà không cần đến lợi thế so sánh hay sản phẩm khác nhau hoàn toàn theo trường phái Ricardian hay mô hình Heckscher – Ohlin.

Điểm khác biệt giữa cạnh tranh năng động, chẳng hạn như trong thương mại nội ngành, so với cạnh tranh hủy diệt là sản phẩm cũ có thể sẽ không hoàn toàn bị “hủy diệt” mà vẫn có thể cùng tồn tại, ít nhất trong thời gian ngắn, cạnh tranh với sản phẩm mới, và tiếp tục cải tiến để đối đầu và giành lại vị thế hay thậm chí là vươn lên so với sản phẩm vừa thay thế. Và khá thú vị hơn nữa chính là sự xuất hiện của các sản phẩm “cạnh tranh cho thị trường” (compete for market) thay vì “cạnh tranh trong thị trường” (compete in market). Đó chính là một hình thái cạnh tranh mà doanh nghiệp không đơn thuần cung cấp một sản phẩm thay thế, mà đó phải là một sản phẩm thay thế mới, và tạo ra một thị trường mới<sup>10</sup>. Rõ ràng, từ các sản phẩm nhằm để cạnh tranh với Microsoft, Apple đã phát kiến và tạo ra một dòng sản phẩm mới, một thị trường mới. Giống như nhận định của Becker, đó là lựa chọn khôn ngoan của Apple mà bài viết đề cập ở phần sau. Thậm chí, Apple và các hãng công nghệ sau này đều rời xa hình thái cạnh tranh tĩnh, là không xem xét đến chu kỳ sống của sản phẩm và dịch vụ, để không ngừng mở ra các dòng sản phẩm mới, làm rút ngắn và ngắn dần các dòng hay thế hệ sản phẩm công nghệ trước đó.

### **Nghiên cứu tình huống: Thế trận Microsoft, Apple và Google và phân tích của Gary Becker**

Cuộc chiến cạnh tranh không mệt mỏi giữa Microsoft, Apple, Google và các hãng công nghệ mới gần đây là minh chứng sống động cho tiếp cận này. Đó là lý do để Gary Becker lựa chọn “cuộc chiến” giữa Microsoft và Apple để phân tích<sup>11</sup>.

Từ khoảng hơn năm năm trước, đặc biệt là khi Steve Ballmer chính thức nói lời chia tay, Microsoft cùng hệ điều hành Windows bắt đầu trượt ngã khỏi ngôi vị thống trị thị trường máy tính cá nhân. “Mạng lưới kinh tế” (economic network) đã không còn là lợi thế để Microsoft nắm lấy từ 90% đến 95% số lượng máy tính cài đặt Windows trên toàn thế giới. Không thể phủ nhận rằng, kể từ khi máy tính liên kết, không gì thuận lợi bằng nếu người tiêu dùng mua chiếc máy tính có cài Windows, vì hầu hết các máy tính khác cũng sử dụng Windows. Nhưng sự phát triển của Internet ngay sau đó đã thay đổi thế giới. Apple xuất hiện ngay lập tức đã giúp người tiêu dùng thoát khỏi sự lệ thuộc vào máy tính, và quan trọng hơn là đã trở thành nhà cải cách quan trọng trong lĩnh vực công nghệ thông tin.

Microsoft vì vậy chẳng thể tiếp tục hão huyền về sức mạnh của mình, họ đã khá muộn màng để bắt đầu một cuộc cạnh tranh mới. Và đương nhiên, Microsoft dần dà đánh mất ngôi vị thống trị và ngay cả Microsoft Explorer cũng chẳng bảo toàn được vị thế của mình. Theo Gary Becker, chính sự miễn cưỡng để “chiếm lĩnh” thị trường phần mềm máy tính đã khiến Microsoft chậm chạp trong việc tạo lập các sản phẩm mới cho phép truy cập trực tiếp vào Internet. Và quan trọng hơn, Microsoft đã đánh giá thấp tầm quan trọng của điện thoại thông minh và các thiết bị truy cập Internet cho đến khi buộc phải giật mình tỉnh ngộ và tiếp tục chiến đấu không mệt mỏi để có thể có được những cải thiện vượt trội như thời gian gần đây.

Nhưng rồi, Google xuất hiện. Chẳng lâu sau, chàng tân binh đã có thể thế chỗ Apple để trở thành cái tên dẫn đầu mới trong lĩnh vực công nghệ, và đặc biệt đã thống lĩnh thị trường tìm kiếm thông tin qua internet. Và rồi, hệ điều hành Android, chiếc xe không người lái, kính Google hay hàng loạt các sản phẩm cải tiến khác gần đây chính là những công cụ sáng tạo tạo nên sức mạnh của “ông trùm” Google.

### **Lý thuyết cạnh tranh năng động và phân tích của Austrian**

Cùng với “hủy diệt sáng tạo” của J.A. Schumpeter, trường phái kinh tế học Áo (Austrian) là những đại diện tiếp theo tạo nên nền tảng lý thuyết mới với tên

gọi là cạnh tranh năng động. Đó là lý thuyết phân tích thị trường năng động (dynamic market), và lý giải cách mà mỗi doanh nghiệp trong một thị trường năng động như thế đã hành động, phản ứng, tiến và lùi như thế nào. Các nhà kinh tế học Áo, tiêu biểu là John Maurice Clark, đã cho rằng cạnh tranh của thị trường như là một quy trình năng động (dynamic process) (thay vì trạng thái tĩnh) trong tìm kiếm lợi nhuận sẽ phá vỡ trạng thái ổn định của thị trường, và vì vậy thị trường sẽ không giờ đạt trạng thái cân bằng, trừ khi không có cạnh tranh. Đây là điều minh chứng cho sự chống lại của các nhà kinh tế học Áo với những phân tích về sự cân bằng của trường phái kinh tế tân cổ điển. Thậm chí, với tiếp cận nhấn mạnh một tiến trình kinh tế liên tục, các nhà kinh tế học Áo còn phủ nhận các tư tưởng cạnh tranh hoàn toàn<sup>12</sup>.

Thậm chí, để làm rõ điều này, trường phái kinh tế học Áo còn đưa ra khái niệm “sự khai phá trong kinh doanh” (entrepreneurial discovery). Khi cơ hội thị trường xuất hiện, doanh nghiệp có thể sẽ thành công trong việc định hướng việc phân chia nguồn lực để từ đó có những quyết định đáp ứng nhu cầu người tiêu dùng. Từ đó, tiếp cận về sự năng động sẽ tiếp tục nhấn mạnh đến hành vi cạnh tranh từ đổi mới sáng tạo, như là phản ứng năng động trước nhất hay là căn bản<sup>13</sup>.

Điều khá thú vị là những phân tích mới mẻ cũng được phản ánh trong tư tưởng và lý thuyết kinh tế của Marx, và điều đó theo Willi Semmler cho thấy tính năng động trong cạnh tranh của trường phái mac-xít. Cụ thể, chính Marx cũng đã từng khẳng định rằng, “các công ty độc quyền cần được xem như những trường hợp ngoại lệ vì đó chỉ là ‘độc quyền tạm thời’ (temporary monopolies) khi cấu vượt xa cung trong ‘một khoảng thời gian nhất định’ hoặc do sự độc quyền tự nhiên dựa trên việc sở hữu đất đai hoặc tài nguyên thiên nhiên”. Theo Marx, trong” sản xuất, tái cơ cấu công ty và thay đổi về mặt kỹ thuật (technical change) chính là “vũ khí” (weapon) chính yếu của quá trình cạnh tranh<sup>14</sup>. Rõ ràng, đây là các tiếp cận quan trọng đặt nền móng cho sự phát triển của J.A. Schumpeter và nhiều nhà kinh tế học Áo khác sau này.

Nhìn vào thực tế nêu trên giữa các đại gia công nghệ, Becker cũng xem quá trình tiệm tiến đó là một phần của cạnh tranh năng động. Ở đó, chính lợi nhuận lớn của các công ty có sức mạnh đã thúc đẩy việc tham gia của các đối thủ cạnh tranh mới. Chừng nào lợi nhuận của những công ty đang nắm giữ sự độc quyền còn hấp dẫn thì chừng đó còn có sự tham gia của các công ty mới. Cạnh tranh trở thành một tiến trình “đóng-mở” (open-ended process) sáng tạo, kiểm nghiệm và phản hồi nhằm tiệm cận mục đích cuối cùng là tìm ra dịch vụ, chi phí hay mức giá hợp lý nhất<sup>11</sup>.

Quan trọng là, những đối thủ mới sẽ không có khả năng cạnh tranh hiệu quả bằng cách cung cấp các sản phẩm và dịch vụ giống sản phẩm và dịch vụ của các công ty lớn, vì họ không có sẵn mạng lưới lẫn lợi thế kinh tế về quy mô. Cho nên, lựa chọn khôn ngoan là sáng tạo ra các sản phẩm tương tự khác để có thể đánh lấy đi một phần thị trường cũng như doanh thu của các công ty thống lĩnh. Bằng chứng, không giống như Microsoft, Apple đã không quan tâm cũng như không có hào hứng để ôm trọn thị trường của Microsoft mà đã tung ra Mac rồi Iphone, Ipad, Ipad và đặc biệt là hệ điều hành IOS để len lỏi và dần dần thay thế sự lựa chọn của người tiêu dùng về phía mình.

Rõ ràng, những công ty còn sống sót và phát triển sau đó chính là những công ty tiên phong trong việc tìm ra nhu cầu thật sự của người tiêu dùng cùng cách thức tốt nhất để làm ra sản phẩm đó. Thậm chí, các hãng cũng cần phải đủ tinh táo để... từ bỏ hay thêm thắt các dịch vụ, nâng cấp sản phẩm theo công nghệ mới hay thậm chí phải thay đổi giá cả khi điều kiện thị trường thay đổi. Thay đổi chiến lược kinh doanh mau chóng cũng được nhắc đến như một mưu lược sáng tạo mang lại nhiều ý nghĩa cho môi trường hủy diệt để sinh tồn. Mấu chốt của cạnh tranh năng động vì vậy chính là sự khác biệt, ý tưởng mới lạ và khả năng sáng tạo khi đã đủ trải nghiệm. Theo nghiên cứu của Fabrizio và Terziovski (dẫn theo Nguyễn Phúc Nguyên (2016)<sup>15</sup>), điều đó phụ thuộc rất lớn vào khả năng phát triển kiến thức, sáng tạo quá trình và khai thác khối kiến thức đó một cách hiệu quả. Hay nói cách khác, giống như Schumpeter đã tổng kết, cạnh tranh từ sản phẩm mới, công nghệ mới, nguồn cung ứng mới và mô hình tổ chức mới... có ý nghĩa rất quan trọng.

## MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ VỀ ĐỊNH HÌNH CHÍNH SÁCH KIỂM SOÁT ĐỘC QUYỀN TRÊN CƠ SỞ LÝ THUYẾT CẠNH TRANH NĂNG ĐỘNG

### *Nghiên cứu tình huống: Thị trường Việt Nam với cuộc giằng co giữa taxi truyền thống và công nghệ*

Cuộc giằng co giữa các hãng sản xuất, dịch vụ và thương hiệu lớn trên thị trường Việt Nam có vẻ cũng không khác biệt gì so với cuộc chiến khốc liệt giữa các công ty và tập đoàn quốc tế. Tranh cãi ồn ào giữa Vinasun và Grab hay taxi công nghệ gần đây là minh chứng điển hình. Không khó để nhận ra những lợi thế của Grab (và cả Uber trước đó) về vốn, chiến lược marketing, quản trị lẫn mức độ công nghệ hóa sản phẩm.

Nhưng không thể không kể đến nhân tố quan trọng trong chiếm lĩnh thị trường thành công của taxi công

nghe là độ nhạy và khả năng dự liệu trước nhu cầu của người tiêu dùng có cuộc sống thường ngày gắn chặt với smartphone và các sản phẩm công nghệ khác. Quan trọng hơn, mô hình kinh doanh nền tảng lưỡng diện (two side platform) thâm dụng công nghệ đã mang lại quá nhiều lợi thế cho taxi công nghệ. Đến mức, Grab chẳng có vẻ gì suy yếu dù có quá nhiều tay chơi taxi công nghệ “nội địa” mới xung trận sau đó nhờ Grab có được lợi thế ngoại tác mạng lưới từ mô hình được gầy dựng từ trước.

Chắc hẳn, nhiều nhà kinh doanh mưu lược của Việt Nam không quá xa lạ với định hướng của chủ thuyết cạnh tranh năng động. Nhưng có vẻ, không phải bất kỳ tay chơi nào cũng nắm bắt, hay ít ra khai thác được nó, thậm chí là còn chút ít ừ lì và khinh địch như Microsoft đã từng. Hệ quả là những cuộc đối đầu về mặt pháp lý tiếp tục bị trượt dài mà khó có thể tìm được đường ra.

### **Phân tích liên quan của Gary Becker về duy trì độc quyền “tạm thời”**

Tương tự Apple hay Google, Microsoft từ thời hoàng kim cũng đã đối diện với rất nhiều vụ kiện, cả về cạnh tranh lành mạnh lẫn độc quyền. Các tranh cãi tốn kém và bầm dập trong lựa chọn chính sách cũng kéo dài dai dẳng.

Becker cho rằng, phán quyết của các cơ quan tư pháp cho các cáo buộc nêu trên không những không thay đổi được tình hình, đặc biệt là đối với vị thế thị trường của bị đơn, mà thậm chí còn có tác dụng ngược khi chính các phán quyết này có thể là nguyên nhân đẩy hãng này rời xa mục tiêu đổi mới sáng tạo ban đầu. Quả thật, thị trường và nền kinh tế thiếu vắng sự sáng tạo và động lực sáng tạo là một viễn cảnh không hề sáng sủa và được trông đợi. Chính sách cạnh tranh vì vậy cần được định vị trong bối cảnh cạnh tranh năng động, thay vì tiếp tục được thiết kế trong không gian hạn hữu của cạnh tranh tĩnh.

Để chế taxi truyền thống cần phải từ bỏ sự thống trị hay tiếp tục liên minh tạo sức ép thị trường như đã từng hoặc là taxi công nghệ cần phát huy vai trò hay quay về với một sản phẩm taxi cũ từng có trên thị trường ... là những lựa chọn nghiệt ngã và đều phải trả giá. Các bài toán về hiệu quả và phúc lợi vì vậy luôn luôn được chú ý. Rõ ràng, nếu từ taxi truyền thống tiếp tục được bảo vệ và cố thủ, sự kỳ vọng về một thị trường năng động và hiệu quả về mặt thúc đẩy cạnh tranh sáng tạo sẽ không còn. Cụ thể nhất, cơ hội tiếp cận sản phẩm taxi công nghệ của người tiêu dùng không còn, mà cánh cửa sử dụng tài sản nhân rồi trong nền kinh tế chia sẻ cũng đóng lại. Nhưng nếu bước tiếp với taxi công nghệ, hiệu quả sẽ không

luôn dương nếu cân bằng với hàng loạt vấn đề phát sinh, như giao thông công cộng, môi trường đô thị hay chính sách an sinh đối với người lao động.

Liệu chính quyền có thể để thị trường tự rượt đuổi và thanh lọc theo những hấp lực về doanh thu và lợi nhuận độc quyền là một câu hỏi chính sách quá khó. Becker lẽ dĩ nhiên cho rằng, không cần thiết phải tốn quá nhiều thời gian và chi phí để chống lại các công ty độc quyền với giả thuyết về khả năng các công ty đối thủ mới sẽ xuất hiện để “bào mòn” lợi nhuận độc quyền của các công ty lớn. Becker thậm chí còn tuyên bố, có thể để các công ty lớn “tạm thời” chi phối quyền lực kinh tế như Marx đã từng tuyên bố.

Đương nhiên, sự lý giải của Becker đã mở rộng ra với xu thế phát triển chung của thị trường ở thời điểm mới. Đặc biệt, tiếp cận của ông cũng tương đồng với các ý kiến xem cạnh tranh là một tiến trình và đặc biệt là cần phải nhìn vào kết cục tự có của tiến trình cạnh tranh đó chứ không phải dựa theo các kết quả kinh tế được mong muốn<sup>16</sup>. Điều này cũng có nghĩa, để có thể đạt được các mục tiêu trong kiểm soát cạnh tranh, cần thiết phải thu hẹp phạm vi kiểm soát của nhà nước và mở rộng tối đa khu vực tự cân chỉnh của thị trường. Đến đây, mục tiêu của chính sách cạnh tranh được lập luận là cần phải được hoạch định rộng lớn so với sự hạn hẹp trong việc giới hạn sức mạnh thị trường của các doanh nghiệp lớn<sup>17</sup>.

Thực ra, đó là tiếp cận chung của trường phái kinh tế Chicago trong xu hướng cổ vũ một mô hình cạnh tranh thoát khỏi trạng thái tĩnh để có thể năng động hơn<sup>18</sup>. Không nằm ngoài xu hướng đó, nhưng Becker cũng có phần khá thận trọng khi kêu gọi chính sách cạnh tranh “thả lỏng” bằng cách đưa ra lý giải về sự “tạm thời” của trạng thái độc quyền. Đây chính là điểm “mờ” trong tiếp cận của Becker, bởi những nghi vấn về mức độ chắc chắn của thị trường cũng như mức độ chắc chắn của chính sách.

Cụ thể, “tạm thời” sẽ là bao lâu, và liệu có phải tình trạng độc quyền đó không làm hao tổn lợi ích của người tiêu dùng khi khả năng xuất hiện các công ty đối thủ mới chỉ tồn tại ở dạng giả thuyết hay chỉ là các bằng chứng kinh nghiệm vừa thấy. Chính nỗi lo lắng này đã lý giải về sự tồn tại tiếp tục của chính sách kiểm soát độc quyền cùng với sự gia tăng theo thời gian số lượng các phán quyết.

### **Các khuyến nghị để định vị lại chính sách kiểm soát độc quyền**

Theo Alan Hughes, cạnh tranh cần được phân tích trên cơ sở sự tiếp cận tiến trình năng động gắn kết với những thay đổi về mặt cấu trúc dựa từ các hành vi của thị trường chủ phải dựa trên trạng thái của văn

để. Những ước muốn thị trường hoàn thiện với hiệu quả Pareto khá mong lung. Quy tắc giá cả phù hợp thực ra chỉ đúng với từng trường hợp cụ thể và thậm chí trong một chừng mực nào đó còn bị làm chệch đi so với chi phí biên. Lý thuyết về cái tốt thứ nhì (the second best)<sup>b</sup> [Xem thêm: <sup>19</sup>] vì vậy cần được xem xét trong định hình chính sách cạnh tranh<sup>20</sup>.

Từ đặc trưng và thực tiễn của cạnh tranh năng động nêu trên, lý thuyết cạnh tranh năng động là một lựa chọn hữu ích trong hoạch định chính sách cạnh tranh, đặc biệt là khung pháp lý về kiểm soát độc quyền. Trên cơ sở tiếp cận này, qua kinh nghiệm và đề xuất được đề cập trong các nghiên cứu quốc tế<sup>5,21,22</sup>, bài viết xin giới thiệu một vài gợi ý về hoàn thiện pháp luật và chính sách kiểm soát độc quyền ở nước ta như sau:

**Thứ nhất**, kiểm soát độc quyền không nên quá nhấn mạnh về mức độ tập trung của thị trường. Hay nói cách khác, cần nhấn mạnh có chừng mực kích cỡ của thị trường cũng như quy mô của doanh nghiệp. Thậm chí, pháp luật cạnh tranh cũng cần phân tích thận trọng trong các trường hợp kiểm soát sức mạnh thị trường. Với đặc trưng của thị trường cạnh tranh năng động, một hay một vài doanh nghiệp thành công, nắm giữ một phần quyền kiểm soát là trường hợp không quá bất thường. Đặc biệt, việc kiểm soát mức độ tập trung sức mạnh thị trường cần được hạn chế trong trường hợp doanh nghiệp có nâng sức cạnh tranh và thống lĩnh bởi chính những kết quả có được từ đầu tư nghiên cứu, sáng tạo và các công cụ, giải pháp hay sản phẩm công nghệ. Phân tích của J. Gregory Sidak and David J. Teece là nghiên cứu điển hình chứng minh sự nghèo nàn của tiêu chí thị phần trong đảm bảo tính hợp lý của chính sách và pháp luật kiểm soát độc quyền<sup>21</sup>.

**Thứ hai**, kiểm soát cạnh tranh mà cụ thể là chính sách kiểm soát độc quyền không nên lệ thuộc và can thiệp vào mức doanh thu của doanh nghiệp. Với khả năng sáng tạo không ngừng, doanh nghiệp có khả năng cải thiện mức tăng doanh thu và doanh thu, thậm chí luôn mong muốn và có thể tiệm cận đến mức doanh thu hoàn mỹ (perfect) hay mức lợi nhuận siêu hạng (supranormal). Hay nói cách khác, đó là khoản doanh thu không thể có được nếu không có sự sáng tạo và “tiến trình năng động” trong cạnh tranh. Nhà làm luật và chính sách đến hướng đến điều đó để khuyến khích doanh nghiệp mang lại nhiều hơn giá trị tăng thêm, của cải và nguồn phân phối lợi ích (nộp thuế doanh thu nhiều hơn là một ví dụ). Việc hạn chế mức doanh thu và khống chế quá trình tăng cao thu nhập có thể sẽ làm thui chột động lực sáng tạo, đồng nghĩa với việc

mất tính cạnh tranh năng động của doanh nghiệp, thị trường và nền kinh tế.

**Thứ ba**, phân tích tác động cạnh tranh cần dựa vào một tiến trình của doanh nghiệp và của thị trường, và nếu cần can thiệp của nhà nước (thông qua chính sách và pháp luật) thì đó phải là sự can thiệp vào “tiến trình” (process) vận động của thị trường chứ không đơn thuần là biểu hiện hay hành vi cạnh tranh đơn lẻ. Nói một cách tổng quát, cách tiếp cận dựa vào đặc trưng của cạnh tranh tính cần được hạn chế và loại bỏ khi xây dựng chính sách. Mở rộng ra, pháp luật về kiểm soát hoạt động quảng cáo, hình thành và phát triển thương hiệu cần được hoàn thiện theo hướng tạo tiền đề kích ứng để doanh nghiệp có cơ hội biến khả năng thành lợi thế.

**Thứ tư**, kiểm soát về rào cản gia nhập thị trường cần cẩn trọng, và đặc biệt là phải được phân tích trong dài hạn. Bởi lẽ, những giới hạn nhất định của thị trường không phải bao giờ cũng đối nghịch và làm tổn hại đến phúc lợi tiêu dùng<sup>22</sup>. Hay nói cách khác, việc kiểm soát mức độ gia nhập thị trường của doanh nghiệp có thể chỉ ra điểm rơi “độc quyền” của thị trường độc quyền mang tính cạnh tranh và về mặt đặc tính của thị trường hấp lực đó sẽ chịu sức ép cạnh tranh và có thể bị bào mòn, thay thế. Và như đã nói, điều quan trọng là chính sách kinh tế của chính phủ cần có các biện pháp và giảm pháp để kéo ngắn chu kỳ “tạm thời” bằng những khuyến khích và ưu đãi tham gia thị trường của các chủ thể mới.

**Đặc biệt**, nhà hoạch định chính sách cần thận trọng với những yêu cầu đòi hỏi các nền tảng cởi mở hơn để tháo bỏ mức độ độc quyền, ví dụ yêu cầu bê khóa (lock-out) của những sản phẩm, ứng dụng đã bị khóa (lock-in), vì nó có thể dẫn đến quá trình độc quyền hóa cho chính công ty đó do các tay chơi mới không còn hứng thú để sáng tạo và gia nhập thị trường. Theo đó, sự kiểm soát, phân biệt đối xử và thậm chí nỗ lực cài “khóa” sản phẩm, dịch vụ cần phải được đánh giá kỹ lưỡng theo tinh thần cân bằng hợp lý (rule of reason) để tránh sai lầm hay thủ tiêu động lực cạnh tranh.

**Thứ năm**, tư duy giá, lợi nhuận, tiền thuê hay lương được quyết định qua cạnh tranh và tiến hành kiểm soát cạnh tranh qua các yếu tố theo nguyên lý về mối quan hệ giữa sản xuất và phân phối mà thiếu nhìn nhận về các cơ chế phối hợp về mặt kinh tế và xã hội một cách trực tiếp và rõ ràng là cách tiếp cận cũ<sup>23</sup>. Rõ ràng, việc xem xét yếu tố giá một cách tách bạch cần được thay thế bởi cách đánh giá mức độ tác động của chất lượng và tính năng của sản phẩm hay hiệu quả thị trường. Phê bình khung giá của Grab, taxi công nghệ hay các sản phẩm từ dịch vụ nền tảng khác mà

<sup>b</sup> Khuyến nghị phương án lựa chọn là phương án tốt hơn các phương án còn lại khi không có phương án nào là tốt nhất.

quên đi đặc trưng cơ chế giá không trung lập (non-neutral price strategy) của mô hình kinh doanh sẽ không mang lại ý nghĩa, thậm chí phiến diện bởi “sản phẩm mới, quy trình mới và mô hình kinh doanh mới” chính là đặc trưng và thế mạnh của cạnh tranh năng động<sup>21</sup>. Đặc biệt, khi hiệu quả Pareto là thứ khó có thể tìm kiếm thì hiệu quả Kaldor-Hick có thể đương xem là một giải pháp thay thế hữu hiệu để phân tích và tìm ra điểm hợp lý trong bảo toàn lợi ích của người tiêu dùng. Khi đó, sự mất cân xứng về lợi ích nhất thời có thể chấp nhận nếu như tổng phúc lợi là đương so với trước, vì về mặt nguyên lý nó có thể được tái phân phối trở lại cho bên bị tổn thất.

**Cuối cùng**, quá trình pháp điển hóa pháp luật cạnh tranh nói chung, kiểm soát độc quyền nói riêng, cần rà soát lại cách tiếp cận và quy định về xác định thị trường, đối thủ cạnh tranh tiềm năng cũng như những khả năng tiếp cận vị trí của đối thủ cạnh tranh trên thị trường. Mặt khác, các yếu tố có liên quan trên thị trường cần được huy động cho quá trình phân tích và đánh giá tác động của một vụ việc cạnh tranh, như quỹ đầu tư mạo hiểm, hỗ trợ của nhà nước, nhu cầu thị trường và cả hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo. Đơn cử, nếu sau một vụ sáp nhập mà doanh nghiệp sáp nhập là doanh nghiệp duy nhất thì quy trình rà soát và kiểm soát cần giữ bình tĩnh để tiếp tục đánh giá liệu rằng thị trường có đang nỗ lực để phát triển sản phẩm mới, quy trình mới hay không. Và đương nhiên, điều này còn cần phải thận trọng hơn đối với các mô hình kinh doanh mới, như mô hình kinh doanh lưỡng diện (two side business) kiểu Grab và Uber, vì các nhóm khách hàng, nhu cầu và độ co giãn của cầu có sự khác biệt giữa các bên (side). Khả năng gây hại của vụ việc có thể chỉ xảy ra nếu các giả thuyết đều mang về kết quả không mà thôi.

## THẢO LUẬN, PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU VÀ KẾT QUẢ ĐẠT ĐƯỢC

Việt Nam là một trong những quốc gia đi sau về muộn trong việc xây dựng và hoàn thiện chính sách và pháp luật cạnh tranh. Phiên bản Luật cạnh tranh đầu tiên, là văn kiện trụ cột cho tiếp cận cận về chính sách ở nước ta, được Quốc hội thông qua vào năm 2004. Có thể nói, Việt Nam không thể tránh khỏi những tiếp cận sơ khai, thậm chí còn lệ thuộc không ít vào hình thái cạnh tranh tĩnh, điển hình nhất là đặt nặng yếu tố giá và đồng thời sử dụng thông số thị phần và trao quyền quyết định cho thị phần rất lớn trong hầu hết các vụ việc chống hạn chế cạnh tranh, và đương nhiên đó là điều cần tránh.

Luật Cạnh tranh sửa đổi đã được Quốc hội thông qua năm 2018 (có hiệu lực từ ngày 1/7/2019) có thể được

xem là minh chứng cho hướng tiếp cận mới, và vì vậy đã có nhiều sửa đổi và hoàn thiện trong kiểm soát độc quyền và cạnh tranh ở Việt nam. Tiêu biểu nhất là tiếp cận của Luật cạnh tranh sửa đổi đã tháo bỏ sự lệ thuộc vào yếu tố thị phần và đặc biệt là cơ quan cạnh tranh trong thời gian tới phải sử dụng cơ chế đánh giá tác động dựa vào nhiều yếu tố có liên quan để khẳng định về sự tồn tại của khả năng gây hạn chế cạnh tranh cũng như mức độ của đó trong các vụ việc được rà soát.

Nhưng điều đó không có nghĩa, tất cả các khuyến nghị và cơ chế tiếp cận động theo hình thái cạnh tranh năng động đã được phản ánh đầy đủ trong sắc luật ở thời điểm hiện tại. Một vài quy định có thể mang lại hiệu quả cho quá trình điều chỉnh pháp luật. Đặc biệt hơn, quá trình xây dựng các quy định hướng dẫn chi tiết hiện nay cần phải mô tả và “kỹ thuật hóa” rất nhiều các tiêu chí đánh giá và kiểm soát. Một lần nữa, tư duy và phân tích về cạnh tranh năng động cần phải được xem xét trong quá trình thực thi, đặc biệt là trong hoạt động đánh giá tác động cạnh tranh của vụ việc cạnh tranh được nhấn mạnh trong Luật Cạnh tranh 2018.

Hướng đến mục tiêu đó, bài viết bắt đầu từ cơ sở lý thuyết về cạnh tranh huỷ diệt sáng tạo (Phần: Khái quát về lý thuyết cạnh tranh năng động). Bằng phương pháp nghiên cứu tổng hợp, nội dung bài viết đã tóm lược các quan điểm và tiếp cận chính của *Schumpeterian* cũng như những mở rộng của Paul Krugman lẫn phân tích thực tế của Gray Becker và các nhà kinh tế học Austrian sau này. Đặc biệt, từ tình huống cụ thể về cuộc chiến của Microsoft, Apple và Google, nội dung bài viết đã tiếp tục trao đổi, biện luận trên cơ sở những phân tích của Becker. Kết quả quan trọng của phần nội dung này cho thấy giá trị của phát kiến về sáng tạo huỷ diệt cũng như những phát triển và ý nghĩa của lý thuyết cạnh tranh năng động.

Phần tiếp theo của bài viết (Phần: Một số khuyến nghị về định hình chính sách kiểm soát độc quyền trên cơ sở lý thuyết cạnh tranh năng động) được tiến hành trên cơ sở phương pháp tổng hợp, phân tích và nghiên cứu tình huống. Trên cơ sở hai tình huống về thực trạng cạnh tranh trên thị trường taxi ở Việt Nam, nội dung phân tích gắn kết với tình huống phân tích mà Grey đã đề cập mà bài viết đã giới thiệu ở phần nội dung trước. Kết quả phân tích và biện luận đã cho thấy những điểm “mờ” trong tiếp cận của Gray Becker cũng như nhiều nhà kinh tế học khác về cạnh tranh năng động. Liên hệ với nội dung khẳng định giá trị của cạnh tranh năng động ở phần trước, những điểm hạn chế được chỉ ra ở phần nội dung này phản ánh góc nhìn hoàn chỉnh cũng như phương thức tiếp cận hợp lý đối với lý thuyết cạnh tranh mới này. Đó chính là cơ sở để bài

viết đưa ra sáu nội dung kiến nghị quan trọng, cũng là kết quả nghiên cứu quan trọng của bài viết, ở cuối phần này.

## KẾT LUẬN

Những khuyến nghị bước đầu của bài viết sẽ gợi mở nhiều điểm mới cho quá trình pháp điển hóa chính sách kiểm soát độc quyền cũng như pháp luật cạnh tranh nói chung trong thời gian tới. Đặc biệt, các khuyến nghị này cần tiếp tục được nghiên cứu ở mức độ rộng hơn, và sâu hơn trong thời gian tới khi có đủ nguồn lực, và đặc biệt có thể công bố trong một bài viết khác trong sự hạn hữu không gian của tạp chí. Nghiên cứu tương lai khi đó cần triển khai theo hướng: Một, mở rộng nghiên cứu tổng hợp lịch sử về tiếp cận và đặc trưng của cạnh tranh tĩnh. Hai, phân tích và dẫn chứng chi tiết các quy định cụ thể của Việt Nam cần được điều chỉnh. Và thứ ba, trên cơ sở đó, đưa ra những kiến nghị và giải pháp cụ thể cho từng điểm hạn chế.

## TUYÊN BỐ VỀ XUNG ĐỘT LỢI ÍCH

Nhóm tác giả xin cam đoan rằng không có bất kỳ xung đột lợi ích nào trong công bố bài báo.

## TUYÊN BỐ ĐÓNG GÓP CỦA CÁC TÁC GIẢ

Tác giả chịu trách nhiệm đối với nội dung toàn bài báo.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Heertje A. Creative Destruction (Schumpeterian Conception). In: The New Palgrave Dictionary of Economics London: Palgrave Macmillan UK. 2017;p. 1–2.
2. Schumpeter JA. Capitalism, Socialism, and Democracy: Third Edition (1950). New York: Harper Perennial Modern Classics. 2008;466.
3. Caballero RJ. Creative Destruction. In: The New Palgrave Dictionary of Economics (Edited by Durlauf, Steven N; Blume, Lawrence E). London: Palgrave Macmillan UK. 2017;p. 1–5.
4. Caballero RJ, Hammour ML. Creative Destruction and Development: Institutions, Crises, and Restructuring. National Bureau of Economic Research. 2000;Report No.: 784.
5. Ellig J. Dynamic Competition, Online Platforms, and Regulatory Policy. In the House of Lords Select Committee on the European Union., EU Internal Market Sub-Committee: Georger Mason University. 2015;.
6. Helpman E, Krugman PR. Market Structure and Foreign Trade: Increasing Returns, Imperfect Competition, and the International Economy. MIT Press. 1985;294.
7. Porter ME. Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance. New York : London: Free Press. Collier Macmillan. 1985;p. 557.
8. Birkeland TH. Trade theory and intraindustry trade: Data from European trade 1970 – 2010 [Master Thesis]. University of Oslo. 2012;.
9. Lancaster KJ. Non-price Competition. In: The New Palgrave Dictionary of Economics. London. Palgrave Macmillan UK. 2016;p. 1–4.
10. Vương Hưng Cuong. Hướng tới chiến lược cạnh tranh động. VnEconomy [Internet]. 2010;[cited 2019 Feb 15]. Available from: <http://vneconomy.vn/news-20100310115640495.htm>.
11. Becker. Dynamic Competition and Anti Trust Policy [Internet]. The Becker-Posner Blog. 2013;[cited 2019 Feb 15]. Available from: <https://www.becker-posner-blog.com/2013/09/dynamic-competition-and-anti-trust-policy-becker.html>.
12. McNulty PJ. Competition, Austrian. In: The New Palgrave Dictionary of Economics. London. Palgrave Macmillan UK. 2017;p. 1–3.
13. Zhang J, Gao D. Review on the Research of Dynamic Competition Theory. J Hum Resour Sustain Stud. 2014;02:246.
14. Semmler W. Competition: Marxian Conceptions. In: The New Palgrave Dictionary of Economics. London. Palgrave Macmillan UK. 2016;p. 1–5.
15. Nguyen NP. Nâng cao năng lực cạnh tranh động của các doanh nghiệp: Nghiên cứu trong lĩnh vực du lịch. Tạp Chí Kinh Tế Phát Triển ĐH Kinh Tế TP HCM. 2016;225:99–107.
16. William JB, Ronald R, C. Solving Competition Problems in Merger Control: The Requirements for an Effective Divestiture Remedy. In: Merger Remedies in American and European Union Competition Law. Edward Elgar Publishing Limited. 2003;.
17. Kaysen C, Turner DF. Antitrust Policy: An Economic and Legal Analysis (Be Written in 1959). 1st ed. New York: Oxford University Press; 1991.
18. Sullivan ET, editor. The Political Economy of the Sherman Act: The First One Hundred Years. 1st ed. New York: Oxford University Press; 1991. 1st ed.
19. Lipsey RG. The General Theory of Second Best. Lancaster K, et al., editors. Oxford University Press; 1956.
20. Hughes A. Competition Policy. London, UK: Palgrave Macmillan; 2016.
21. Sidak JG, Teece DJ. Dynamic competition in Antitrust law. J Compet Law Econ Oxf Acad. 2009;5(4):581–631.
22. Ellig J, Lin D. A Taxonomy of Dynamic Competition Theories. J E, editor. Cambridge: Cambridge University Press; 2001.
23. Eatwell J. Competition, Classical. London, UK: Palgrave Macmillan; 2008.