

QUY ĐỊNH VỀ HÀNH VI CẠNH TRANH KHÔNG LÀNH MẠNH TRÊN NỀN TẢNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

LÊ KIỀU TRANG
Khoa Luật, Học viện Phụ nữ Việt Nam
NGUYỄN MINH TUẤN
Báo Tiền Phong

Nhận bài ngày 20/8/2026. Sửa chữa xong 15/9/2026. Duyệt đăng 20/9/2026.

Abstract

Improving competition law in general, and the legal regulation of unfair competition in particular, has become an important trend in many countries in response to the impacts of globalization, including in Vietnam. The 2018 Competition Law and the 2025 Law on Electronic Commerce have established a fundamental legal framework for regulating unfair competition practices in the e-commerce sector. However, practical implementation has revealed a number of legal gaps and enforcement challenges. This article examines several fundamental theoretical issues concerning unfair competition and assesses the regulation and manifestation of unfair competition practices on digital platforms in Vietnam. On that basis, it proposes several recommendations aimed at improving the relevant legal framework and enhancing the effectiveness of law enforcement.

Keywords: Competition law, digital platforms, unfair competition.

1. Đặt vấn đề

Cạnh tranh là quy luật tất yếu của nền kinh tế thị trường, đồng thời là động lực thúc đẩy doanh nghiệp đổi mới mô hình kinh doanh, nâng cao chất lượng hàng hóa, dịch vụ và tối ưu hóa chi phí. Kinh doanh thương mại trong thời đại 4.0 không còn là các hoạt động thương mại truyền thống mà còn ngày một phát triển trên môi trường số. Sau đại dịch Covid-19, thương mại điện tử (TMĐT) trở thành một trụ cột quan trọng của nền kinh tế thế giới, trong đó có Việt Nam. Với tốc độ tăng trưởng ổn định ở mức hai con số hàng năm, TMĐT không chỉ mở ra một kênh phân phối hiện đại, hiệu quả cho doanh nghiệp mà còn cung cấp sự tiện lợi tối đa cho người tiêu dùng. Tuy nhiên, song hành với những lợi ích không thể phủ nhận, môi trường kinh doanh trên không gian mạng cũng phát sinh nhiều thách thức phức tạp, trong đó nổi bật là vấn đề cạnh tranh không lành mạnh được thực hiện thông qua các hoạt động ngày càng tinh vi. Những hành vi này không chỉ trực tiếp xâm phạm đến quyền và lợi ích hợp pháp của các doanh nghiệp cạnh tranh chân chính, làm suy giảm năng lực cạnh tranh của họ, mà còn gây ra những hệ lụy sâu sắc cho toàn thị trường, suy giảm tính minh bạch của hoạt động mua sắm trực tuyến, tạo ra một môi trường cạnh tranh thiếu công bằng, gây bất lợi cho sự phát triển bền vững của nền kinh tế số.

Mặc dù hệ thống pháp luật Việt Nam đã có những quy định điều chỉnh về hành vi cạnh tranh không lành mạnh trong Luật Cạnh tranh 2018 cùng các văn bản pháp luật chuyên ngành về TMĐT, sở hữu trí tuệ và bảo vệ người tiêu dùng; tuy nhiên, khi áp dụng vào kinh doanh trên nền tảng số, các quy định pháp luật hiện hành bộc lộ một số giới hạn. Việc nhận diện, thu thập chứng cứ và xử lý các vi phạm trên không gian mạng gặp nhiều khó khăn do tính ẩn danh, tốc độ lan truyền nhanh và tính phi biên giới của thông tin. Vì vậy, việc nghiên cứu thực trạng pháp luật và kiến nghị hoàn thiện cơ chế kiểm soát hành vi cạnh tranh không lành mạnh trong kinh doanh trên nền tảng số có ý nghĩa cả về mặt khoa học lẫn thực tiễn.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Khái quát chung về hành vi cạnh tranh không lành mạnh trên nền tảng thương mại điện tử

2.1.1. Khái niệm, đặc điểm hành vi cạnh tranh không lành mạnh

Thuật ngữ “hành vi cạnh tranh không lành mạnh” trong tiếng Anh gọi là “unfair competition” được định

Email: tranglk@hvpnv.vn.edu.vn

nghĩa theo học thuyết “nobody has any right to represent his goods as the goods of somebody else” (không ai có bất kỳ quyền đại diện cho hàng hóa của mình như là của người khác) và được mở rộng là “any conduct on the part of one trader which tends unnecessarily to injure another in his business” (bất kỳ một hành vi nào của một thương nhân không cần thiết làm thiệt hại đến người kinh doanh khác).

Dưới góc độ pháp lý, thuật ngữ “hành vi cạnh tranh không lành mạnh” đã được thống nhất điều chỉnh của pháp luật quốc tế bằng Điều 10 Bis Công ước Paris năm 1883¹ với định nghĩa là “bất kỳ hành vi cạnh tranh nào đi ngược lại các thông lệ trung thực, thiện chí trong công nghiệp hoặc trong thương mại”. Như vậy, tiêu chí để đánh giá tính chất không lành mạnh của hành vi được xác định một cách chung chung, mềm dẻo là “các thông lệ trung thực, thiện chí” được coi là cơ sở để các quốc gia thành viên cụ thể hóa và ghi nhận phù hợp với điều kiện kinh tế của pháp lý quốc gia.

Tại Việt Nam, Luật Cạnh tranh năm 2018² đã định nghĩa về hành vi cạnh tranh không lành mạnh là: “Hành vi của doanh nghiệp trái với nguyên tắc thiện chí, trung thực, tập quán thương mại và các chuẩn mực khác trong kinh doanh, gây thiệt hại hoặc có thể gây thiệt hại đến quyền và lợi ích hợp pháp của doanh nghiệp khác” (khoản 6, Điều 3). Cơ bản, nội hàm của đạo đức kinh doanh được xác định dựa trên nguyên tắc thiện chí, trung thực, tập quán thương mại và các chuẩn mực khác trong kinh doanh. Nguyên tắc này tương tự với Điều 10Bis của Công ước Paris năm 1883 và các nước phát triển trên thế giới.

Như vậy, hành vi cạnh tranh không lành mạnh theo luật Cạnh tranh Việt Nam năm 2018 mang những đặc điểm sau: (1) chủ thể vi phạm là các chủ thể kinh doanh trên thị trường bao gồm tổ chức, cá nhân kinh doanh, gọi chung là doanh nghiệp, và các hiệp hội ngành, nghề; (2) mục đích của hành vi, chủ thể vi phạm thực hiện các thủ đoạn trái pháp luật không phải vì những tư thù cá nhân hay các mục tiêu phi thương mại, mà hoàn toàn xuất phát từ động cơ kinh tế, nhằm giành lấy ưu thế trên thị trường, gia tăng thị phần, thu hút sự chú ý của khách hàng hoặc trực tiếp làm suy giảm năng lực hoạt động của đối thủ; (3) tính chất của hành vi, hành vi có tính trái với các chuẩn mực đạo đức kinh doanh và tập quán thương mại; (4) là hậu quả của hành vi: Biểu hiện ở việc gây thiệt hại hoặc có thể gây thiệt hại đến quyền và lợi ích hợp pháp của doanh nghiệp khác.

2.1.2. Nhận diện hành vi cạnh tranh không lành mạnh trên nền tảng thương mại điện tử

Ngày 01/07/2026 vừa qua Luật Thương mại điện tử³ đầu tiên của Việt Nam chính thức có hiệu lực đã đưa ra thuật ngữ “nền tảng thương mại điện tử”, thay thế các thuật ngữ cũ được quy định trong Nghị định 52/2013/NĐ-CP⁴ về thương mại điện tử ngày 16/05/2013 như “sàn thương mại điện tử”, “website thương mại điện tử”. Từ đó, Luật xác lập lại định nghĩa một số thuật ngữ liên quan đến nền tảng số trong lĩnh vực thương mại. Khoản 2 Điều 3 Luật Thương mại điện tử 2025 quy định: “*Nền tảng thương mại điện tử là nền tảng số được thiết lập để thực hiện hoạt động thương mại điện tử, bao gồm: nền tảng thương mại điện tử kinh doanh trực tiếp, nền tảng thương mại điện tử trung gian, mạng xã hội hoạt động thương mại điện tử và nền tảng thương mại điện tử tích hợp.*”. Như vậy, nền tảng thương mại được hiểu là hệ thống thông tin phục vụ giao dịch điện tử trực tuyến, hoạt động theo mô hình sử dụng công nghệ số để tạo môi trường mạng cho phép nhiều bên cùng tham gia giao dịch, cung cấp dịch vụ cho tổ chức, cá nhân. Hoạt động kinh doanh dựa trên nền tảng thương mại điện tử là hoạt động kinh doanh của các chủ thể thông qua hệ thống kỹ thuật số trung gian nhằm kết nối với khách hàng, trong đó các hoạt động kết nối diễn ra trong môi trường số. Từ đặc điểm này, có thể thấy nền tảng thương mại điện tử không chỉ là “không gian” giao dịch mà còn là chủ thể thiết lập quy tắc, kiểm soát dữ liệu, điều phối hiển thị, quảng cáo, xếp hạng và điều kiện tiếp cận khách hàng. Đây chính là nguồn gốc làm phát sinh các dạng hành vi cạnh tranh không lành mạnh mới, đặc biệt là hành vi quảng cáo nhằm cạnh tranh không lành mạnh.

1) Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới (1883). *Công ước Paris về bảo hộ sở hữu công nghiệp*. Nguồn: <https://www.wipo.int/treaties/en/ip/paris>.

2) Quốc hội (2018). *Luật Cạnh tranh số 23/2018/QH14*. <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Doanh-nghiep/Luat-canh-tranh-345182.aspx>.

3) Quốc hội (2026). *Luật Thương mại điện tử số 122/2025/QH15*. <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Thuong-mai/Luat-Thuong-mai-dien-tu-2025-so-122-2025-QH15-662035.aspx>.

4) Chính phủ (2013). *Nghị định số 52/2013/NĐ-CP về thương mại điện tử*. <https://vanban.chinhphu.vn/default.aspx?pageid=27160&docid=167457>.

Trong kinh doanh trên nền tảng số, các đặc điểm hành vi cạnh tranh không lành mạnh vẫn giữ vai trò nền tảng nhưng cần được giải thích phù hợp trong bối cảnh số, cụ thể:

Thứ nhất, về chủ thể, chủ thể vi phạm không chỉ giới hạn ở người bán hàng trực tuyến mà còn có thể là doanh nghiệp cung cấp nền tảng, quảng cáo, dịch vụ trung gian, vận chuyển, thanh toán hoặc các chủ thể khác có khả năng chi phối dữ liệu và công cụ tiếp cận khách hàng. Luật Cạnh tranh năm 2018 tiếp cận khái niệm “doanh nghiệp” theo nghĩa rộng, bao gồm tổ chức, cá nhân kinh doanh, doanh nghiệp nước ngoài tại Việt Nam và một số chủ thể cung ứng sản phẩm, dịch vụ công ích (Luật Cạnh tranh, 2018, khoản 1 Điều 2), tạo cơ sở áp dụng pháp luật cạnh tranh cho nhiều chủ thể trong hệ sinh thái nền tảng số.

Thứ hai, về mục đích, hành vi cạnh tranh không lành mạnh trực tiếp nhằm vào đối thủ cạnh tranh vì mục tiêu lợi nhuận. Theo Luật Cạnh tranh 2018, các doanh nghiệp được xác định là đối thủ cạnh tranh khi có cùng thị trường liên quan bao gồm thị trường sản phẩm liên quan và thị trường địa lý liên quan. Mục tiêu cốt lõi của hành vi cạnh tranh không lành mạnh là tấn công trực tiếp tới đối thủ cạnh tranh, tác động vào quyền tự do lựa chọn sản phẩm của người tiêu dùng, thu hút về mình nhiều khách hàng và tối đa hoá lợi nhuận bất chính.

Thứ ba, tính “không lành mạnh” của hành vi trên nền tảng số thường không biểu hiện trực tiếp bằng hành vi vật lý mà thông qua cơ chế kỹ thuật. Doanh nghiệp có thể dùng đánh giá giả, lượt mua ảo, bình luận ảo, nội dung quảng cáo được ngụy trang như trải nghiệm của người tiêu dùng, hoặc sử dụng thuật toán để làm thay đổi vị trí hiển thị sản phẩm của đối thủ. Những hành vi này tạo lợi thế cạnh tranh không chính đáng, làm sai lệch thông tin thị trường và tác động đến quyết định lựa chọn của khách hàng.

Thứ tư, thiệt hại trong môi trường số không chỉ là thiệt hại về doanh thu tức thời mà còn bao gồm suy giảm uy tín, giảm khả năng tiếp cận khách hàng, mất dữ liệu, mất thứ hạng hiển thị, bị hạn chế tài khoản hoặc bị loại khỏi hệ sinh thái giao dịch.

Như vậy, có thể nhận diện một số nhóm hành vi cạnh tranh không lành mạnh phổ biến trong kinh doanh trên nền tảng số. Nhóm thứ nhất là hành vi cung cấp thông tin sai lệch hoặc gây nhầm lẫn về hàng hóa, dịch vụ, nguồn gốc thương mại, uy tín của người bán hoặc năng lực của đối thủ. Nhóm thứ hai là hành vi quảng cáo trá hình, che giấu nội dung được tài trợ, sử dụng KOL, KOC hoặc tài khoản đánh giá để làm sai lệch nhận thức của người tiêu dùng⁵. Nhóm thứ ba là hành vi thao túng đánh giá, lượt mua, lượt xem, thứ hạng tìm kiếm hoặc kết quả gợi ý sản phẩm. Nhóm thứ tư là hành vi khai thác dữ liệu của người bán, người mua hoặc đối tác trên nền tảng để tạo lợi thế cạnh tranh không công bằng. Nhóm thứ năm là hành vi tự ưu tiên sản phẩm, dịch vụ của nền tảng hoặc của chủ thể có liên kết với nền tảng trong điều kiện gây bất lợi cho doanh nghiệp khác.

2.2. Thực trạng pháp luật về hành vi cạnh tranh không lành mạnh trên nền tảng thương mại điện tử ở Việt Nam hiện nay

2.2.1. Quy định về hành vi cạnh tranh không lành mạnh trên nền tảng thương mại điện tử

Pháp luật Việt Nam hiện nay chưa có một đạo luật riêng điều chỉnh toàn diện hành vi cạnh tranh không lành mạnh trong kinh doanh trên nền tảng số. Cơ chế kiểm soát được hình thành từ nhiều nhóm quy định khác nhau, trong đó Luật Cạnh tranh năm 2018 giữ vai trò trung tâm, bên cạnh pháp luật thương mại điện tử, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, quảng cáo, sở hữu trí tuệ, giao dịch điện tử, dữ liệu và xử phạt vi phạm hành chính. Cách tiếp cận đa ngành này có ưu điểm là tạo được nhiều công cụ điều chỉnh, nhưng cũng làm cho cơ chế áp dụng dễ bị phân tán.

Về nhận diện hành vi, Điều 45 Luật Cạnh tranh năm 2018 quy định các hành vi cạnh tranh không lành mạnh bị cấm, gồm: xâm phạm bí mật kinh doanh; ép buộc trong kinh doanh; cung cấp thông tin không trung thực về doanh nghiệp khác; gây rối hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp khác; lôi kéo khách hàng bất chính; bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ dưới giá thành toàn bộ nhằm loại bỏ đối thủ cạnh tranh; và các hành vi khác bị cấm theo luật khác. Đây là cơ sở pháp lý chủ yếu để xử lý các hành

5) KOL (Key Opinion Leader) là người có sức ảnh hưởng, chuyên gia trong một lĩnh vực, giúp thương hiệu tăng độ uy tín. KOC (Key Opinion Consumer) là người tiêu dùng chủ chốt, trải nghiệm và đánh giá sản phẩm.

vi trên nền tảng số, nhất là cung cấp thông tin gây nhầm lẫn, quảng cáo sai lệch, lôi kéo khách hàng bằng thông tin gian dối hoặc khai thác dữ liệu bí mật của đối thủ. Tuy nhiên, danh mục này được xây dựng theo logic thị trường truyền thống, chưa gọi tên trực tiếp các hành vi đặc thù trong môi trường số như thao túng thuật toán, hạ bậc hiển thị đối thủ, tạo đánh giá ảo có tổ chức, tự ưu tiên sản phẩm của nền tảng, phân biệt đối xử trong tiếp cận dữ liệu, hoặc khai thác dữ liệu người bán để cạnh tranh ngược lại chính người bán.

Về chủ thể chịu trách nhiệm, Luật Cạnh tranh năm 2018 áp dụng đối với doanh nghiệp theo nghĩa rộng. Song song đó, pháp luật thương mại điện tử xác định các chủ thể tham gia hoạt động thương mại điện tử, gồm chủ quản nền tảng, người bán trên nền tảng và các chủ thể cung cấp dịch vụ hỗ trợ khác (Luật Thương mại điện tử, 2025, Điều 15, Điều 21, Điều 33, Điều 34 và Điều 35). Quy định này bước đầu phản ánh tính đa chủ thể của môi trường số. Tuy nhiên, ranh giới trách nhiệm giữa người bán, đơn vị cung cấp dịch vụ nền tảng, đơn vị quảng cáo, đơn vị vận chuyển, thanh toán và bên cung cấp hạ tầng kỹ thuật vẫn chưa thật sự rõ ràng khi hành vi cạnh tranh không lành mạnh được thực hiện thông qua công cụ kỹ thuật do nền tảng kiểm soát.

Về thẩm quyền và cơ chế thực thi, Ủy ban Cạnh tranh quốc gia giữ vai trò trung tâm trong phát hiện, điều tra và xử lý vụ việc cạnh tranh. Theo các báo cáo thường niên, cơ quan cạnh tranh đã xử lý nhiều vụ việc cạnh tranh không lành mạnh, nổi bật là nhóm hành vi lôi kéo khách hàng bất chính, cung cấp thông tin gây nhầm lẫn, cũng như các vụ việc trong lĩnh vực logistics, chuyển phát, y tế, tài chính, vàng bạc và một số lĩnh vực tiêu dùng khác (Luật Thương mại điện tử, 2025, Điều 15, Điều 21, Điều 33, Điều 34 và Điều 35). Tuy nhiên, số vụ việc liên quan trực tiếp đến thuật toán, dữ liệu, xếp hạng hiển thị hoặc hành vi của nền tảng số còn hạn chế, cho thấy khoảng cách giữa sự phát triển của thị trường số và năng lực nhận diện, điều tra của cơ chế thực thi hiện hành.

Về chế tài, pháp luật hiện hành chủ yếu sử dụng chế tài xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực cạnh tranh, tuy nhiên chế tài dân sự và chế tài hình sự cũng được áp dụng. Luật thương mại điện tử 2025 cũng quy định về cả ba hình thức chế tài trong xử lý vi phạm trong lĩnh vực thương mại điện tử gồm: hành chính, dân sự và hình sự. (Điều 39).

Chế tài hành chính, là chế tài trọng tâm và thường được áp dụng để xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh bị cấm trong Luật Cạnh tranh 2018 được quy định trong Nghị định số 75/2019/NĐ-CP của Chính phủ ngày 26/09/2019 về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực cạnh tranh⁶ (đã được sửa đổi, bổ sung một số điều bởi Nghị định số 102/2026/NĐ-CP⁷) (sau đây gọi tắt là Nghị định 75/2019/NĐ-CP) bao gồm: phạt tiền, các hình thức phạt bổ sung và biện pháp khắc phục hậu quả (Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia, 2023; Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia, 2024).

Chế tài dân sự, việc yêu cầu bồi thường thiệt hại ngoài hợp đồng đối với hành vi cạnh tranh không lành mạnh theo trình tự tố tụng dân sự chỉ được đặt ra khi đã có Quyết định xử lý vụ việc cạnh tranh của Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia, trong đó kết luận về hành vi vi phạm của chủ thể bị xử lý. Đây được xem là điều kiện tiên quyết, có tính chất tiền đề cho việc thực hiện quyền khởi kiện dân sự (Nghị định số 75/2019/NĐ-CP, 2019).

Chế tài hình sự, Luật Cạnh tranh 2018 quy định trong quá trình điều tra vụ việc cạnh tranh, khi phát hiện dấu hiệu của tội phạm, điều tra viên vụ việc cạnh tranh có trách nhiệm báo cáo Thủ trưởng Cơ quan điều tra vụ việc cạnh tranh để xem xét, kiến nghị Chủ tịch Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia chuyển một phần hoặc toàn bộ hồ sơ liên quan đến dấu hiệu tội phạm sang cơ quan nhà nước có thẩm quyền xử lý theo quy định của pháp luật (Điều 58). Về căn cứ pháp lý hình sự, Điều 217 Bộ luật Hình sự 2015 quy định về tội vi phạm quy định về cạnh tranh.

6) Chính phủ (2019). *Nghị định số 75/2019/NĐ-CP Quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực cạnh tranh*. <https://vanban.chinhphu.vn/?pageid=27160&docid=197954>.

7) Chính phủ (2026). *Nghị định số 102/2026/NĐ-CP Sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 75/2019/NĐ-CP ngày 26 tháng 9 năm 2019 của Chính phủ quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực cạnh tranh*. <https://vanban.chinhphu.vn/?pageid=27160&docid=217417>.

Như vậy, thực trạng pháp luật Việt Nam cho thấy đã hình thành một nền tảng pháp lý tương đối đầy đủ để kiểm soát hành vi cạnh tranh không lành mạnh trong hoạt động kinh doanh trên nền tảng số; tuy nhiên, cơ chế điều chỉnh hiện hành vẫn mang tính phân tán, thiếu sự liên kết giữa các nhóm quy định. Cụ thể, Luật Cạnh tranh đóng vai trò cung cấp khung nhận diện chung đối với hành vi cạnh tranh không lành mạnh; pháp luật thương mại điện tử điều chỉnh trách nhiệm của chủ thể cung cấp dịch vụ nền tảng; pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và pháp luật quảng cáo đóng vai trò hỗ trợ kiểm soát đối với hoạt động thông tin, quảng cáo và giao dịch; trong khi đó, pháp luật xử phạt vi phạm hành chính giữ vai trò tạo lập công cụ chế tài để bảo đảm tính thực thi. Vấn đề đặt ra là, các nhóm quy định nêu trên vẫn tồn tại một cách rời rạc, chưa được liên kết thành một cơ chế thống nhất, đủ khả năng điều chỉnh một cách đồng bộ đối với các hành vi cạnh tranh không lành mạnh có yếu tố dữ liệu, thuật toán và nền tảng công nghệ.

2.2.2. Tồn tại và hạn chế

Từ những phân tích trên, cơ bản pháp luật về hành vi cạnh tranh không lành mạnh theo quy định của pháp luật Việt Nam tồn tại một số hạn chế sau:

Thứ nhất, bất cập nằm ở quy định nhận diện hành vi vi phạm. Luật Cạnh tranh năm 2018 định nghĩa hành vi cạnh tranh không lành mạnh là hành vi trái nguyên tắc thiện chí, trung thực, tập quán thương mại và chuẩn mực kinh doanh khác, gây thiệt hại hoặc có thể gây thiệt hại đến quyền, lợi ích hợp pháp của doanh nghiệp khác (Nguyễn Thùy Dung, 2024). Trên cơ sở đó, Điều 45 liệt kê các hành vi bị cấm như xâm phạm bí mật kinh doanh, ép buộc trong kinh doanh, cung cấp thông tin không trung thực, gây rối hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp khác, lôi kéo khách hàng bất chính và bán dưới giá thành toàn bộ nhằm loại bỏ đối thủ. Tuy nhiên, các quy định này vẫn theo logic thị trường truyền thống, chưa định danh các hành vi đặc thù của nền tảng số như thao túng thuật toán, hạ bậc hiển thị đối thủ, tạo đánh giá và lượt mua ảo, tự ưu tiên sản phẩm của nền tảng, mua từ khóa gắn với thương hiệu đối thủ hoặc khai thác dữ liệu người bán để cạnh tranh ngược lại. Do đó, cơ quan thực thi thường phải diễn giải mở rộng từ các nhóm hành vi truyền thống, làm giảm tính dự báo của pháp luật và gây khó khăn trong chứng minh cấu thành vi phạm.

Thứ hai, cơ chế minh bạch thuật toán, xếp hạng, quảng cáo và đánh giá sản phẩm còn thiếu tính cạnh tranh. Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023 đã dành Điều 39 quy định trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh trong giao dịch trên không gian mạng, bao gồm trách nhiệm của tổ chức thiết lập, vận hành nền tảng số. Nghị định số 55/2024/NĐ-CP⁸ tiếp tục quy định trách nhiệm của tổ chức thiết lập, vận hành nền tảng số lớn, trong đó có yêu cầu công khai tiêu chí xác định ưu tiên hiển thị sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ nếu có chức năng tìm kiếm hoặc xếp hạng. Tuy nhiên, các quy định này được xây dựng chủ yếu từ góc độ bảo vệ người tiêu dùng, chưa trực tiếp giải quyết quan hệ cạnh tranh giữa người bán với nhau và giữa người bán với nền tảng. Pháp luật hiện cũng chưa có tiêu chuẩn rõ ràng để phân biệt hiển thị tự nhiên và hiển thị trả phí, chưa có cơ chế kiểm soát đánh giá giả, lượt mua ảo hoặc việc nền tảng thay đổi tiêu chí xếp hạng làm ảnh hưởng đến cơ hội cạnh tranh của người bán.

Thứ ba, cơ chế chứng cứ điện tử và biện pháp ngăn chặn trong tố tụng cạnh tranh chưa phù hợp với bản chất của hành vi vi phạm số. Điều 78 và Điều 79 Luật Cạnh tranh năm 2018 quy định về khiếu nại vụ việc cạnh tranh, hồ sơ khiếu nại và việc tiếp nhận, xem xét hồ sơ. Tuy nhiên, các quy định này chưa làm rõ yêu cầu đối với chứng cứ điện tử như dữ liệu hiển thị, nhật ký quảng cáo, lịch sử thay đổi thuật toán, dữ liệu đánh giá, dữ liệu tài khoản ảo, bản ghi truy cập hoặc dữ liệu định danh thiết bị. Bên cạnh đó, khoản 1 Điều 82 Luật Cạnh tranh năm 2018 liệt kê các biện pháp ngăn chặn như tạm giữ tang vật, phương tiện vi phạm, khám phương tiện vận tải, đồ vật hoặc khám nơi cất giấu tang vật, phương tiện vi phạm - vốn phù hợp hơn với vi phạm có tang vật hữu hình, trong khi chứng cứ cạnh tranh trên nền tảng số thường dễ bị xóa, sửa, di chuyển qua máy chủ nước ngoài hoặc nằm hoàn toàn trong quyền kiểm soát của nền tảng.

8) Chính phủ (2024). *Nghị định số 55/2024/NĐ-CP Quy định chi tiết một số điều của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng*. <https://vanban.chinhphu.vn/?pageid=27160&docid=210254>.

Thứ tư, chế tài hiện hành chưa tương xứng với quy mô lợi ích và hậu quả của hành vi vi phạm trên nền tảng số. Khoản 3 Điều 111 Luật Cạnh tranh năm 2018 quy định mức phạt tiền tối đa đối với hành vi cạnh tranh không lành mạnh là 2.000.000.000 đồng. Nghị định số 75/2019/NĐ-CP cũng quy định cụ thể mức xử phạt đối với từng hành vi. Tuy vậy, đối với doanh nghiệp nền tảng hoặc chủ thể kinh doanh có doanh thu lớn, mức phạt cố định có thể thấp hơn nhiều so với lợi ích thu được từ hành vi vi phạm. Các biện pháp khắc phục hiện nay cũng chưa được thiết kế riêng cho môi trường số, như buộc khôi phục thứ hạng hiển thị, buộc gỡ bỏ đánh giá giả, buộc công khai cải chính trên chính nền tảng vi phạm, buộc chấm dứt sử dụng dữ liệu thu được trái phép hoặc buộc hoàn trả lợi ích bất chính từ thao túng hiển thị.

2.3. Một số kiến nghị nhằm hoàn thiện pháp luật về hành vi cạnh tranh không lành mạnh trên nền tảng số ở Việt Nam hiện nay

Để khắc phục những tồn tại, hạn chế nêu trên về hành vi cạnh tranh không lành mạnh trên nền tảng thương mại điện tử cần thực hiện một số giải pháp như sau:

Một là, cần sửa đổi, bổ sung Điều 45 Luật Cạnh tranh năm 2018 theo hướng nhận diện trực tiếp nhóm hành vi cạnh tranh không lành mạnh đặc thù trên nền tảng số. Cụ thể, có thể bổ sung một khoản mới sau khoản 6 Điều 45 hoặc ban hành điều khoản hướng dẫn riêng trong nghị định về xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh trên môi trường số, định danh các hành vi: thao túng kết quả tìm kiếm, xếp hạng, gợi ý sản phẩm; tạo hoặc thuê tạo đánh giá giả, lượt mua ảo, bình luận ảo; quảng cáo trá hình hoặc che giấu nội dung được tài trợ; mua từ khóa gắn với thương hiệu đối thủ nhằm gây nhầm lẫn; tụt ưu tiên sản phẩm, dịch vụ của nền tảng; và sử dụng dữ liệu thu được từ người bán hoặc người tiêu dùng để tạo lợi thế cạnh tranh không công bằng. Việc bổ sung này không làm thay đổi bản chất của hành vi cạnh tranh không lành mạnh, mà cụ thể hóa nguyên tắc thiện chí, trung thực và tập quán thương mại trong môi trường nền tảng số.

Hai là, cần hoàn thiện Điều 39 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023 và Điều 23 Nghị định số 55/2024/NĐ-CP theo hướng mở rộng nghĩa vụ minh bạch từ bảo vệ người tiêu dùng sang bảo đảm cạnh tranh lành mạnh trên nền tảng số. Theo đó, đối với nền tảng có chức năng tìm kiếm, xếp hạng, gợi ý hoặc quảng cáo, pháp luật cần yêu cầu công khai các tiêu chí cơ bản ảnh hưởng đến thứ tự hiển thị, phân biệt rõ nội dung quảng cáo trả phí với kết quả hiển thị tự nhiên, thông báo khi có thay đổi lớn về tiêu chí xếp hạng và thiết lập cơ chế để người bán khiếu nại khi bị giảm hiển thị bất thường. Quy định này chỉ nên yêu cầu minh bạch ở mức đủ để kiểm soát nguy cơ bóp méo cạnh tranh, không buộc nền tảng công khai toàn bộ thuật toán hoặc bí mật kinh doanh.

Ba là, cần sửa đổi Điều 78, Điều 79 và khoản 1 Điều 82 Luật Cạnh tranh năm 2018 để bổ sung cơ chế chứng cứ điện tử và biện pháp bảo toàn dữ liệu. Đối với Điều 78 và Điều 79, cần ghi nhận rõ hồ sơ khiếu nại vụ việc cạnh tranh có thể bao gồm ảnh chụp màn hình, dữ liệu truy vết, bản ghi giao dịch điện tử, báo cáo quảng cáo, dữ liệu hiển thị, dữ liệu đánh giá và các tài liệu điện tử khác có khả năng xác định nguồn gốc, thời điểm tạo lập, truy cập hoặc chỉnh sửa. Đối với khoản 1 Điều 82, cần bổ sung các biện pháp như yêu cầu nền tảng tạm thời lưu giữ dữ liệu, niêm phong bản sao dữ liệu, cung cấp nhật ký hệ thống, bảo toàn dữ liệu quảng cáo và tạm dừng chiến dịch hiển thị có dấu hiệu vi phạm trong thời hạn cần thiết để xác minh.

Bốn là, cần sửa đổi khoản 3 Điều 111 Luật Cạnh tranh năm 2018 và Nghị định số 75/2019/NĐ-CP theo hướng tăng tính răn đe đối với hành vi cạnh tranh không lành mạnh trên nền tảng số. Có thể nghiên cứu cơ chế xác định mức phạt dựa trên tỷ lệ doanh thu, lợi ích bất chính hoặc giá trị giao dịch bị ảnh hưởng, trong trường hợp hành vi được thực hiện trên nền tảng quy mô lớn hoặc gây tác động lan truyền rộng. Ngoài phạt tiền, cần bổ sung biện pháp khắc phục hậu quả phù hợp với môi trường số như buộc gỡ bỏ đánh giá giả, buộc cải chính công khai trên nền tảng, buộc khôi phục trạng thái hiển thị hợp lý, buộc chấm dứt khai thác dữ liệu thu được trái phép và buộc nộp lại lợi ích bất chính từ hành vi vi phạm.

Năm là, tham khảo có chọn lọc kinh nghiệm điều chỉnh pháp luật của các nước phát triển. Từ kinh

nghiệm EU, Việt Nam có thể tham khảo mô hình nhận diện nền tảng có vai trò kiểm soát cổng vào thị trường, nghĩa vụ không tự ưu tiên, nghĩa vụ minh bạch tiêu chí xếp hạng và cơ chế tiếp cận dữ liệu phục vụ giám sát. Trên cơ sở nghiên cứu Đạo luật Dịch vụ kỹ thuật số (DSA) của EU, Việt Nam có thể tham khảo cách thiết kế nghĩa vụ công khai thông số chính của hệ thống gợi ý và cơ chế yêu cầu cung cấp dữ liệu cho cơ quan quản lý trong phạm vi cần thiết, tương xứng và bảo vệ bí mật kinh doanh⁹. Từ kinh nghiệm Hoa Kỳ, Việt Nam có thể tham khảo cách kết hợp giữa thực thi công của cơ quan cạnh tranh, lệnh ngăn chặn, thỏa thuận chấm dứt hành vi và kiện dân sự của chủ thể bị thiệt hại¹⁰. Việc tham khảo kinh nghiệm EU và Hoa Kỳ cần đặt trong điều kiện thị trường Việt Nam, tránh phát sinh nghĩa vụ tuân thủ quá mức đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa, đồng thời vẫn bảo đảm đủ công cụ để xử lý nền tảng hoặc doanh nghiệp có khả năng gây tác động cạnh tranh đáng kể.

Sáu là, cần nâng cao năng lực thực thi bằng công nghệ và cơ sở dữ liệu cạnh tranh. Quyết định số 28/QĐ-BCT ngày 12/01/2026 của Bộ Công Thương phê duyệt Đề án “Nâng cao hiệu quả thực thi pháp luật cạnh tranh đến năm 2030” là căn cứ quan trọng để phát triển hạ tầng phục vụ giám sát, phát hiện và phân tích hành vi vi phạm trong môi trường số. Trên cơ sở đó, cần xây dựng kho dữ liệu vụ việc cạnh tranh số, công cụ phát hiện bất thường về đánh giá, lượt mua, quảng cáo, thứ hạng hiển thị và mô hình phối hợp với nền tảng để trích xuất dữ liệu khi có yêu cầu hợp pháp. Đây là điều kiện thực thi cần thiết để các kiến nghị sửa đổi pháp luật nêu trên không chỉ dừng ở quy phạm mà có khả năng vận hành trong thực tiễn.

3. Kết luận

Hoạt động kinh doanh trên nền tảng thương mại điện tử đã kiến tạo một không gian cạnh tranh mới, trong đó dữ liệu, thuật toán, khả năng hiển thị và quyền kiểm soát hạ tầng giao dịch trở thành những nguồn lực cạnh tranh có vai trò then chốt. Về mặt pháp lý, hệ thống pháp luật Việt Nam hiện hành đã bước đầu thiết lập được cơ sở để kiểm soát hành vi quảng cáo nhằm cạnh tranh không lành mạnh, thông qua sự điều chỉnh đồng thời của Luật Quảng cáo 2012 (sửa đổi, bổ sung năm 2025), Luật Cạnh tranh 2018, pháp luật thương mại điện tử và pháp luật xử phạt vi phạm hành chính. Tuy nhiên, các quy định hiện hành vẫn còn tồn tại những khoảng trống đáng kể, thể hiện ở các phương diện: nhận diện hành vi vi phạm trên môi trường số; xác định trách nhiệm pháp lý của các chủ thể tham gia hoạt động trên nền tảng thương mại điện tử; cơ chế phối hợp giữa các cơ quan có thẩm quyền; và chế tài khắc phục hậu quả. Xuất phát từ thực trạng đó, việc tiếp tục hoàn thiện các văn bản quy phạm pháp luật có liên quan là một nhiệm vụ cấp thiết trong thời gian tới, nhằm bảo đảm một môi trường cạnh tranh lành mạnh, minh bạch cho hoạt động thương mại điện tử./.

Tài liệu tham khảo

- Đặng Vũ Huân. (2004). *Pháp luật về kiểm soát độc quyền và chống cạnh tranh không lành mạnh ở Việt Nam*. NXB Chính trị Quốc gia - Sự thật.
- Nguyễn Thùy Dung. (2024). *Trách nhiệm pháp lý của KOL khi quảng cáo nhằm cạnh tranh không lành mạnh theo pháp luật Việt Nam hiện nay*. *Tạp chí Nhân lực khoa học xã hội* số 10 (137), tháng 10, tr. 33-42.
- Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia (2023). *Báo cáo thường niên năm 2023*.
- Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia (2024). *Báo cáo thường niên năm 2024*.
- Võ Thị Thanh Linh. (2026). *Kiểm soát hành vi cạnh tranh không lành mạnh trong kinh doanh trên nền tảng số tại Việt Nam: Thực trạng pháp luật và kiến nghị hoàn thiện*. *Tạp chí Nghiên cứu Lập pháp* số 13 (520), tháng 07, tr. 33-42.
- Võ Thị Thanh Linh, & Nguyễn Lộc Phúc. (2022). *Câu hỏi và giải đáp môn học Luật Cạnh tranh và chống độc quyền*. NXB Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.

9) Regulation (EU) 2022/1925 of the European Parliament and of the Council of 14 September 2022 on contestable and fair markets in the digital sector (Digital Markets Act), Articles 5 and 6, <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/1925/oj/eng>, truy cập ngày 25/7/2026.

10) Federal Trade Commission Act, Section 5, 15 U.S.C. §45, https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/statutes/federal-trade-commission-act/ftc_act_incorporatingus_safe_web_act.pdf, truy cập ngày 25/7/2026.