

Khái niệm "Người gác cổng" (gatekeeper) trong Đạo luật Thị trường số của Liên minh Châu Âu và khả năng tiếp nhận vào pháp luật cạnh tranh Việt Nam

Nguyễn Ngọc Quyên*

Tóm tắt: Đạo luật Thị trường Số (Digital Markets Act - DMA) của Liên minh châu Âu năm 2022 đánh dấu bước chuyển mang tính lịch sử trong tư duy quản lý cạnh tranh: từ tiếp cận xử lý vi phạm sau sự kiện (ex-post) sang tiếp cận quy định bất đối xứng tiên liệu (ex-ante asymmetric regulation). Trung tâm của chuyển biến này là khái niệm “người gác cổng” (gatekeeper) - thực thể kiểm soát cửa ngõ tiếp cận thị trường số, với quyền lực xuất phát từ cấu trúc thị trường chứ không chỉ từ hành vi cụ thể. DMA xác lập hệ thống tiêu chí định lượng và định tính để chỉ định người gác cổng, đồng thời áp đặt các nghĩa vụ và cấm đoán đặc thù, tạo ra một chế độ pháp lý riêng biệt vận hành song song với pháp luật cạnh tranh truyền thống. Tại Việt Nam, Luật Cạnh tranh 2018 được xây dựng theo mô hình cạnh tranh truyền thống với tiêu chí thị phần làm trung tâm, chưa có cơ chế tương đương để nhận diện và xử lý quyền lực cổng trong thị trường số - nơi các nền tảng nước ngoài đang chiếm vị trí thống lĩnh áp đảo. Bài viết phân tích nội hàm pháp lý của khái niệm người gác cổng, đánh giá thực tiễn triển khai DMA tại EU trong giai đoạn 2024-2025, nhận diện các khoảng trống trong pháp luật cạnh tranh Việt Nam, và luận giải về điều kiện, lộ trình cũng như các phương án khả thi để tiếp nhận khái niệm này vào khuôn khổ pháp luật Việt Nam trong bối cảnh Nghị quyết 57-NQ/TW về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia.

Từ khoá: người gác cổng, Đạo luật Thị trường Số, DMA, nền tảng số, pháp luật cạnh tranh, Luật Cạnh tranh 2018, quy định bất đối xứng, ex-ante, quyền lực cổng, chuyển đổi số, Việt Nam.

I. Mở đầu

Sự trỗi dậy của các nền tảng số lớn như Google, Amazon, Apple, Meta và Microsoft trong hai thập niên qua đã tạo ra một thực tế thị trường mà pháp luật cạnh tranh truyền thống chưa được thiết kế để xử lý. Các nền tảng này không chỉ cạnh tranh trên thị trường mà còn kiểm soát chính hạ tầng mà trên đó sự cạnh tranh diễn ra - một vai trò mà các học giả và nhà làm chính sách gọi là "quyền lực cổng" (gatekeeping power). Đây là hiện tượng không hoàn toàn mới khi lịch sử kinh tế từng chứng kiến quyền lực cổng trong lĩnh vực đường sắt, viễn thông, điện lực nhưng quy mô và tốc độ xuất hiện của quyền lực cổng trong nền kinh tế số đặt ra những câu hỏi pháp lý chưa từng có tiền lệ[1].

Pháp luật cạnh tranh truyền thống, với trọng tâm là kiểm soát thỏa thuận hạn chế cạnh tranh, hành vi lạm dụng vị trí thống lĩnh và tập trung kinh tế, vốn được xây dựng cho thị trường hàng hóa vật lý trong thế kỷ XX. Các công cụ này gặp khó khăn đặc thù khi áp dụng cho môi trường nền tảng số: thị phần không phản ánh đúng sức mạnh thị trường khi dịch vụ "miễn phí"; xác định thị trường liên quan trở nên phức tạp với thị trường đa bên; và quan trọng nhất, quá trình tố tụng ex-post kéo dài trong khi thị trường số thay đổi với tốc độ chóng mặt. Một cuộc điều tra cạnh tranh thông thường kéo dài 5-7 năm, đủ để một nền tảng số đã đạt vị thế không thể đảo ngược trên thị trường[2].

* TS, Khoa Pháp luật Kinh tế, Trường Đại học Luật Hà Nội.

Đứng trước thực tiễn đó, Liên minh châu Âu đã có bước đi tiên phong khi ban hành Đạo luật Thị trường Số (Digital Markets Act - DMA) vào tháng 9 năm 2022, chính thức ràng buộc các người gác cổng đã được chỉ định từ ngày 7 tháng 3 năm 2024[3]. DMA không thay thế pháp luật cạnh tranh hiện hành mà bổ sung một lớp quy định bất đối xứng, áp dụng riêng cho nhóm nền tảng lớn nhất được gọi là "người gác cổng". Thay vì chứng minh hành vi vi phạm cụ thể, DMA chỉ định người gác cổng dựa trên cấu trúc thị trường và áp đặt các nghĩa vụ vận hành mang tính phòng ngừa.

Tại Việt Nam, Luật Cạnh tranh 2018 là văn bản pháp luật tiên bộ so với Luật Cạnh tranh 2004 nhưng về cơ bản vẫn theo khuôn khổ truyền thống. Khái niệm "vị trí thống lĩnh thị trường" được xác định chủ yếu theo sức mạnh thị trường đáng kể và thị phần[4], hoàn toàn chưa có cơ chế đặc thù để nhận diện và ứng phó với quyền lực cổng trong thị trường số. Trong bối cảnh đó, Nghị quyết 57-NQ/TW của Bộ Chính trị đặt ra yêu cầu cấp bách về hoàn thiện thể chế pháp lý cho chuyển đổi số[5] và Kế hoạch hành động về phát triển kinh tế số xác định mục tiêu kinh tế số chiếm 30% GDP vào năm 2030.[6]

Bài viết đặt ra bốn câu hỏi nghiên cứu chính: (i) Tại sao các công cụ cạnh tranh truyền thống không đủ để kiểm soát thị trường nền tảng số? (ii) Khái niệm người gác cổng trong DMA có nội hàm pháp lý như thế nào và điều gì làm cho nó khác biệt về bản chất so với các khái niệm cạnh tranh truyền thống? (iii) Thực tiễn triển khai DMA tại EU trong năm đầu tiên (2024) cho thấy những thành công, thách thức và bài học gì? (iv) Việt Nam có cần và có thể tiếp nhận khái niệm này không, và nếu có thì theo phương thức nào?

Về phương pháp, bài viết sử dụng phương pháp phân tích pháp lý-so sánh, đối chiếu mô hình EU với khuôn khổ pháp luật cạnh tranh Việt Nam, kết hợp phân tích kinh tế-pháp lý khi cần thiết để làm rõ cơ sở kinh tế của các lựa chọn chính sách.

II. Cơ sở lý luận: từ vị trí thống lĩnh đến quyền lực cổng

2.1. Những hạn chế của khái niệm "vị trí thống lĩnh" trong thị trường số

Trong pháp luật cạnh tranh truyền thống, việc kiểm soát hành vi đơn phương phản cạnh tranh xuất phát từ việc xác định vị trí thống lĩnh hoặc vị trí độc quyền của doanh nghiệp trên thị trường liên quan. Cả trong hệ thống EU (Điều 102 TFEU) lẫn hệ thống Việt Nam (Điều 24 Luật Cạnh tranh 2018), bước đầu tiên không thể bỏ qua là xác định thị trường liên quan và đánh giá vị thế của doanh nghiệp trên thị trường đó[7].

Ba đặc điểm nội tại của thị trường nền tảng số làm cho việc xác định này gặp khó khăn nghiêm trọng.

Thứ nhất, vấn đề xác định thị trường liên quan. Công cụ kinh điển để xác định thị trường là bài kiểm tra SSNIP (Small but Significant Non-transitory Increase in Price, Mức tăng giá nhỏ nhưng đáng kể và không tạm thời) đặt câu hỏi liệu tăng giá nhỏ (thường 5–10%) có khiến người tiêu dùng chuyển sang sản phẩm thay thế không. Nhưng khi dịch vụ được cung cấp "miễn phí" đòi hỏi dữ liệu cá nhân và sự chú ý của người dùng, bài kiểm tra giá không có ý nghĩa trực tiếp. Các học giả đã đề xuất biến thể "SSNDQ" (Small but Significant Non-transitory Decrease in Quality), nếu chất lượng dịch vụ giảm nhỏ, người dùng có chuyển sang dịch vụ khác không? Tuy nhiên phương pháp này rất khó áp dụng trong thực tiễn.

Thứ hai, vấn đề thị phần như chỉ số sức mạnh thị trường. Trong thị trường đa bên (multi-sided markets), nền tảng phục vụ đồng thời nhiều nhóm người dùng khác nhau và tạo ra giá trị thông qua tương tác giữa các nhóm đó (hiệu ứng mạng gián tiếp). Một nền tảng có thể có "thị phần" thấp ở phía người dùng cuối nhưng gần như độc quyền ở phía doanh nghiệp quảng cáo. Việc tính thị phần trên một "bên" của thị trường cho kết quả không nhất quán và có thể gây hiểu nhầm về sức mạnh thị trường đáng kể.[8]

Thứ ba, vấn đề tốc độ tổ tụng. Vụ Google Shopping bắt đầu điều tra năm 2010, kết thúc với quyết định phạt năm 2017 và được Tòa án Tư pháp EU xác nhận năm 2024 là minh chứng điển hình[9]. Sau 14 năm, thị trường so sánh giá đã thay đổi hoàn toàn, Google đã củng cố vị thế không thể đảo ngược, và câu hỏi đặt ra là liệu biện pháp khắc phục có còn thực sự hiệu quả về mặt cạnh tranh hay không. Trong bối cảnh thị trường số, "kẻ chiến thắng thu tóm tất cả" (winner takes all) xảy ra trong vài năm với tốc độ nhanh hơn nhiều so với chu kỳ tổ tụng cạnh tranh thông thường trước đó[10].

2.2. Lý thuyết nền tảng về quyền lực cổng

Khái niệm "quyền lực cổng" (gatekeeping power) được đúc kết từ nhiều nhánh lý thuyết kinh tế và pháp lý. Về kinh tế học, lý thuyết về thị trường đa bên và kinh tế nền tảng chỉ ra rằng giá trị của nền tảng phụ thuộc vào số lượng người dùng trên mỗi "bên" theo cách phi tuyến tính - hiệu ứng mạng (network effects). Khi một nền tảng đạt đủ khối lượng người dùng, nó trở thành điểm tiếp cận không thể thiếu (indispensable access point) mà cả doanh nghiệp lẫn người tiêu dùng đều phải đi qua.[11]

Về pháp lý, học thuyết "cơ sở hạ tầng thiết yếu" (essential facilities) - vốn được áp dụng trong lĩnh vực viễn thông, đường sắt, cảng biển - cung cấp khái niệm quan trọng. Học thuyết này lập luận rằng khi một cơ sở hạ tầng là (a) thiết yếu cho cạnh tranh trên thị trường thứ cấp, (b) không thể bị tái tạo một cách hợp lý, và (c) chủ sở hữu từ chối tiếp cận không có lý do chính đáng, thì việc từ chối tiếp cận cấu thành hành vi phản cạnh tranh.[12] Trong bối cảnh nền tảng số, dữ liệu người dùng, thuật toán xếp hạng, và hệ sinh thái ứng dụng có thể đóng vai trò của "cơ sở hạ tầng thiết yếu" theo nghĩa kinh tế.

Điểm khác biệt cốt lõi giữa "vị trí thống lĩnh" và "quyền lực cổng" nằm ở bản chất của sức mạnh thị trường. Vị trí thống lĩnh phản ánh khả năng hành động độc lập so với đối thủ cạnh tranh và người tiêu dùng trong một thị trường xác định. Quyền lực cổng phản ánh khả năng kiểm soát điều kiện tiếp cận của bên thứ ba vào thị trường - doanh nghiệp không chỉ cạnh tranh mạnh mẽ mà còn nắm giữ hạ tầng mà trên đó cạnh tranh diễn ra. Nói cách khác, quyền lực cổng là quyền lực "cấu trúc", không phụ thuộc vào bất kỳ hành vi vi phạm cụ thể nào.[13]

Từ phân tích trên, có thể xác lập định nghĩa sau về "người gác cổng" với tư cách là một phạm trù pháp lý độc lập: người gác cổng (gatekeeper) là chủ thể kinh doanh kiểm soát điều kiện tiếp cận thiết yếu của doanh nghiệp và người tiêu dùng vào một hay nhiều thị trường nền tảng số, trong đó quyền lực kiểm soát đó xuất phát từ cấu trúc thị trường, cụ thể là sự kết hợp giữa hiệu ứng mạng, quy mô tích lũy dữ liệu và chi phí chuyển đổi cao chứ không phụ thuộc vào việc chủ thể đó có thực hiện hành vi vi phạm pháp luật hay không. Định nghĩa này xác lập ba yếu tố cấu thành có tính chi phối toàn bộ phân tích tiếp theo: (i) kiểm soát tiếp cận (access control) - nền tảng đóng vai trò cửa ngõ bắt buộc mà

doanh nghiệp và người dùng không thể bỏ qua; (ii) tính thiết yếu (indispensability) - không có lựa chọn thay thế hợp lý, tức là chi phí chuyển đổi hoặc tái tạo hạ tầng là quá cao; và (iii) nguồn gốc cấu trúc (structural origin) - quyền lực bắt nguồn từ đặc điểm kinh tế của thị trường, không từ hành vi cụ thể. Chính sự kết hợp giữa ba yếu tố này tạo ra loại hình sức mạnh thị trường mà các công cụ pháp luật cạnh tranh truyền thống, vốn được thiết kế để xử lý hành vi vi phạm, không phải cấu trúc tiếp cận không thể kiểm soát hiệu quả.

Nhận thức về sự khác biệt này dẫn đến kết luận chính sách quan trọng: nếu quyền lực công là quyền lực cấu trúc, thì công cụ điều chỉnh cũng phải mang tính cấu trúc - tức là áp đặt nghĩa vụ vận hành dựa trên vị thế thị trường, không cần chờ hành vi vi phạm xảy ra. Đây là logic nền tảng của DMA và cũng là lý do tại sao DMA được định vị như một quy định ngành đặc thù chứ không phải là pháp luật cạnh tranh theo nghĩa hẹp.

III. Khái niệm người gác cổng trong DMA

3.1. Vị trí của DMA trong hệ thống pháp luật EU

DMA là văn bản pháp luật đặc thù tồn tại song song và bổ sung cho pháp luật cạnh tranh EU. Theo Điều 1(5) và 1(6) DMA, việc áp dụng DMA không ảnh hưởng đến thẩm quyền của Ủy ban châu Âu và các cơ quan cạnh tranh quốc gia trong việc áp dụng Điều 101, 102 TFEU. Nói cách khác, một hành vi của người gác cổng có thể đồng thời bị điều chỉnh bởi cả DMA (nghĩa vụ tuân thủ tự động, không cần chứng minh vi phạm) và Điều 102 TFEU (nếu có hành vi lạm dụng cụ thể gây tác hại cạnh tranh). Đây là "mô hình song song" - DMA thiết lập sàn nghĩa vụ tối thiểu, trong khi pháp luật cạnh tranh tiếp tục xử lý các hành vi vượt ra ngoài phạm vi DMA.

Lựa chọn "mô hình song song" này không phải là kỹ thuật lập pháp tùy tiện mà phản ánh một nhận thức chính sách có tính nền tảng, xuất phát trực tiếp từ bản chất của quyền lực công đã được phân tích tại Mục 2.2. Nếu quyền lực công là quyền lực có nguồn gốc cấu trúc, phát sinh từ chính vị trí kiểm soát hạ tầng tiếp cận, không phụ thuộc vào hành vi vi phạm thì công cụ điều chỉnh cũng phải tương ứng về bản chất. Pháp luật cạnh tranh truyền thống (Điều 102 TFEU) hoạt động theo logic nhân quả: quyền lực thị trường (nguyên nhân) + hành vi lạm dụng cụ thể (sự kiện) = can thiệp pháp lý (hậu quả). Chuỗi nhân quả này phù hợp khi vấn đề là hành vi, nhưng thất bại khi vấn đề là cấu trúc: người gác cổng gây ra tổn hại cạnh tranh ngay từ khi tồn tại như một cửa ngõ thiết yếu, trước và không cần bất kỳ hành vi vi phạm nào. Đây là lý do DMA chọn cơ chế ex-ante: không phải vì tố tụng cạnh tranh thiếu hiệu quả về kỹ thuật, mà vì quyền lực công về nguyên tắc không thể điều chỉnh bằng can thiệp sau sự kiện khi thị trường số thay đổi nhanh hơn chu kỳ tố tụng. Tương tự, việc DMA áp đặt nghĩa vụ bất đối xứng chỉ áp dụng cho người gác cổng, không áp dụng đồng đều cho mọi doanh nghiệp phản ánh nhận thức rằng bất đối xứng trong quyền lực thị trường đòi hỏi bất đối xứng trong nghĩa vụ pháp lý: người gác cổng không phải là "bên thông thường" mà là người kiểm soát hạ tầng mà trên đó các bên khác vận hành. Áp dụng nghĩa vụ đối xứng trong tình huống quyền lực phi đối xứng sẽ không chỉ kém hiệu quả mà còn củng cố thêm vị thế của người gác cổng.

DMA theo đuổi hai mục tiêu song song, được nêu tại Điều 1(1): (i) đảm bảo tính *có thể tham gia thị trường* khi duy trì khả năng để doanh nghiệp mới và doanh nghiệp hiện tại có thể cạnh tranh hiệu quả với người gác cổng, tránh tình trạng các người gác cổng củng

cổ vị thế không thể đảo ngược; và (ii) đảm bảo tính *công bằng* khi các doanh nghiệp sử dụng nền tảng và người dùng cuối được đối xử công bằng bởi người gác cổng trong quan hệ thương mại.

Về cơ chế thực thi, Ủy ban châu Âu có thẩm quyền chuyên biệt và độc quyền thực thi DMA, điều này khác với pháp luật cạnh tranh EU nơi các cơ quan cạnh tranh quốc gia có thẩm quyền song song. Ủy ban có thể áp phạt lên đến 10% doanh thu toàn cầu của người gác cổng cho vi phạm lần đầu và 20% cho vi phạm lặp lại (Điều 26 DMA). Đối với vi phạm hệ thống, Ủy ban có thể áp dụng biện pháp khắc phục cấu trúc, bao gồm cả yêu cầu thoái vốn.[14]

3.2. Tiêu chí xác định Người gác cổng

3.2.1. Tiêu chí định lượng - Ngưỡng suy đoán

Để được chỉ định là người gác cổng, một doanh nghiệp phải đáp ứng đồng thời ba tiêu chí định lượng tích lũy được quy định tại Điều 3(2) DMA.[15]

(i) *Tiêu chí tác động kinh tế đáng kể*: doanh nghiệp phải có doanh thu hàng năm trong EEA từ 7,5 tỷ EUR trở lên, hoặc vốn hóa thị trường từ 75 tỷ EUR trở lên trong năm tài chính gần nhất, đồng thời cung cấp dịch vụ nền tảng cốt lõi tại ít nhất 3 quốc gia thành viên EU.[16] Tiêu chí này nhằm loại trừ các doanh nghiệp khu vực hoặc quốc gia, chỉ bắt những thực thể có tầm ảnh hưởng kinh tế thực sự ở quy mô toàn EU.

(ii) *Tiêu chí vị thế trung gian quan trọng*: dịch vụ nền tảng cốt lõi phải phục vụ ít nhất 45 triệu người dùng cuối hoạt động hàng tháng tại EU (tương đương khoảng 10% dân số EU) và ít nhất 10.000 doanh nghiệp người dùng hoạt động hàng năm tại EU.[17] Tiêu chí "kép" này phản ánh bản chất hai bên của nền tảng: không chỉ số lượng người tiêu dùng mà còn số lượng doanh nghiệp phụ thuộc vào nền tảng để tiếp cận thị trường.

(iii) *Tiêu chí bền vững và lâu dài*: doanh nghiệp phải đáp ứng các ngưỡng trên trong ba năm tài chính liên tiếp. Yêu cầu về tính lâu dài này không chỉ loại trừ trường hợp đạt ngưỡng tạm thời mà còn phản ánh nhận thức rằng quyền lực cổng thực sự mang tính bền vững - được củng cố theo thời gian qua hiệu ứng mạng và chi phí chuyển đổi cao.

Khi đạt cả ba ngưỡng định lượng, doanh nghiệp được "suy đoán" là người gác cổng. Doanh nghiệp có thể bác bỏ suy đoán này bằng cách chứng minh với Ủy ban rằng mặc dù đạt ngưỡng, họ không thực sự đáp ứng các điều kiện định tính tại Điều 3(1) do các đặc điểm thị trường đặc biệt. Đây là thiết kế cân bằng giữa tính chắc chắn pháp lý và tính linh hoạt.

3.2.2. Tiêu chí định tính - Chỉ định theo quyết định Ủy ban

Điều 3(4) DMA trao thẩm quyền cho Ủy ban châu Âu chỉ định người gác cổng ngay cả khi doanh nghiệp không đạt các ngưỡng định lượng, nếu có đủ bằng chứng cho thấy doanh nghiệp đáp ứng tiêu chí định tính tại Điều 3(1). Cơ chế này giải quyết vấn đề người gác cổng mới nổi -doanh nghiệp đang trên đà trở thành cổng quyết định nhưng chưa đủ lớn theo tiêu chí doanh thu, điển hình là các startup công nghệ tăng trưởng nhanh. Điều 15 DMA đặt ra thủ tục điều tra thị trường đặc biệt để xác định các người gác cổng mới nổi hoặc các loại hình nền tảng mới cần được điều chỉnh.

3.2.3. Danh sách người gác cổng và phạm vi dịch vụ nền tảng cốt lõi

DMA không chỉ định người gác cổng ở cấp độ doanh nghiệp mà chỉ định ở cấp độ từng dịch vụ nền tảng cốt lõi cụ thể. Điều 2(2) DMA liệt kê 10 loại dịch vụ nền tảng cốt lõi.[18] Điều này có ý nghĩa pháp lý quan trọng: một doanh nghiệp có thể là người gác cổng đối với một số dịch vụ nhưng không phải tất cả. Alphabet được chỉ định là người gác cổng cho Google Search nhưng không nhất thiết là người gác cổng cho toàn bộ hoạt động kinh doanh của mình.

Tính đến tháng 9 năm 2023, Ủy ban châu Âu đã chỉ định sáu người gác cổng cho 22 dịch vụ nền tảng cốt lõi: Alphabet (Google) cho Google Search, Google Play, Google Maps, Google Shopping, YouTube và Chrome; Amazon cho Amazon Marketplace và Amazon Advertising; Apple cho App Store, iOS và Safari; ByteDance cho TikTok; Meta cho Facebook, Instagram, WhatsApp, Messenger và Facebook Marketplace; Microsoft cho Windows PC OS, LinkedIn và Microsoft Advertising[19]. Đây là danh sách mở, Ủy ban có thể bổ sung hoặc xóa dịch vụ khỏi danh sách dựa trên điều tra thị trường định kỳ.

3.3. Cấu trúc nghĩa vụ bất đối xứng

3.3.1. Nghĩa vụ “per se”

Điều 5 DMA quy định các nghĩa vụ mang tính tuyệt đối (per se), người gác cổng phải tuân thủ mà không cần Ủy ban chứng minh tác hại cạnh tranh cụ thể, và không có lý do kinh doanh nào có thể biện hộ để thoát khỏi nghĩa vụ[20]. Đây là điểm khác biệt căn bản so với pháp luật cạnh tranh truyền thống: Điều 102 TFEU yêu cầu chứng minh tác hại thực tế hoặc tiềm năng, trong khi nghĩa vụ DMA per se không đòi hỏi điều đó.

Các nghĩa vụ per se đáng chú ý nhất bao gồm: (i) cấm tổng hợp dữ liệu cá nhân của người dùng từ các dịch vụ khác nhau mà không có sự đồng ý rõ ràng và tự nguyện; (ii) cấm sử dụng dữ liệu không công khai của doanh nghiệp người dùng để cạnh tranh trực tiếp với họ trên nền tảng; (iii) không được ngăn cản doanh nghiệp kinh doanh song song trên các nền tảng cạnh tranh với giá và điều kiện khác nhau; (iv) phải đảm bảo khả năng chuyển dữ liệu theo thời gian thực cho người dùng cuối. Toàn bộ nhóm nghĩa vụ này nhằm phá vỡ các cơ chế khóa người dùng mà người gác cổng có thể tạo ra thông qua tích lũy dữ liệu và kiểm soát hệ sinh thái.

3.3.2. Nghĩa vụ có thể điều chỉnh

Điều 6 DMA quy định các nghĩa vụ được áp dụng "theo mặc định" nhưng có thể được làm rõ và điều chỉnh thông qua "đối thoại quy định" giữa Ủy ban và người gác cổng, dựa trên đặc thù kỹ thuật của từng dịch vụ.[21] Sự phân biệt này thực ra phản ánh nhận thức thực tế: một số nghĩa vụ (như đảm bảo khả năng tương tác cho dịch vụ nhắn tin) đòi hỏi thỏa thuận kỹ thuật phức tạp không thể quy định chi tiết một lần cho tất cả, trong khi các nghĩa vụ per se như cấm kết hợp dữ liệu hoàn toàn có thể được áp dụng đồng nhất.

Trong nhóm nghĩa vụ Điều 6, nổi bật nhất là: (i) *cấm tự ưu tiên (self-preferencing)* - người gác cổng không được xếp hạng ưu tiên sản phẩm, dịch vụ của mình so với sản phẩm cùng loại của bên thứ ba trong kết quả tìm kiếm hoặc xếp hạng, và phải áp dụng điều kiện công bằng, minh bạch, không phân biệt đối xử trong xếp hạng; (ii) *nghĩa vụ đảm bảo khả năng tương tác (interoperability)* - người gác cổng cung cấp dịch vụ nhắn tin liên cá nhân phải đảm bảo khả năng tương tác với các nền tảng nhỏ hơn, bắt đầu từ nhắn tin văn bản và mở rộng dần đến gọi thoại, gọi video trong vòng 4 năm; (iii) *nghĩa vụ mở cửa hệ sinh thái* -

Apple phải cho phép cài đặt ứng dụng từ nguồn bên ngoài App Store (sideloading) và phân phối ứng dụng qua kho ứng dụng thay thế; (iv) *truy cập dữ liệu* - người gác cổng phải cung cấp cho doanh nghiệp quảng cáo dữ liệu cần thiết để kiểm chứng và đo lường hiệu quả quảng cáo.

3.3.3. Nghĩa vụ minh bạch hóa

Ngoài hai nhóm nghĩa vụ trên, DMA còn áp đặt một nhóm nghĩa vụ minh bạch hóa quan trọng: người gác cổng phải thông báo cho Ủy ban về mọi ý định tập trung kinh tế liên quan đến dịch vụ nền tảng cốt lõi, không phụ thuộc vào ngưỡng thông báo của pháp luật kiểm soát tập trung kinh tế; phải công bố điều khoản và điều kiện dịch vụ theo cách rõ ràng và dễ hiểu; và phải cung cấp cho Ủy ban các báo cáo tuân thủ định kỳ cùng kết quả kiểm toán độc lập. Nhóm nghĩa vụ này tạo nền tảng thông tin cho giám sát liên tục của Ủy ban và cho phép điều chỉnh kịp thời khi thị trường thay đổi.

Nhìn tổng thể, hệ thống tiêu chí và nghĩa vụ của DMA thể hiện một sự thể chế hóa nhất quán của ba yếu tố trong định nghĩa làm việc về người gác cổng. Tiêu chí định lượng (Điều 3(2)) và định tính (Điều 3(4)) phục vụ việc xác định yếu tố kiểm soát tiếp cận và tính thiết yếu, ai là người nắm cửa ngõ bắt buộc? Nghĩa vụ *per se* (Điều 5) và nghĩa vụ có thể điều chỉnh (Điều 6) phục vụ việc ứng phó với nguồn gốc cấu trúc của quyền lực khi làm thế nào để buộc người gác cổng mở cửa ngõ mà họ đang kiểm soát? Nghĩa vụ minh bạch hóa (Điều 6 khoản 10, Điều 15) phục vụ việc duy trì giám sát liên tục khi cấu trúc thị trường thay đổi. Tuy nhiên, sự phù hợp giữa thiết kế và thực tiễn vận hành của DMA mới là bài kiểm tra thực sự của khái niệm người gác cổng - chủ đề của Phần IV dưới đây.

IV. Thực tiễn áp dụng DMA tại EU và bài học kinh nghiệm

4.1. Bức tranh thực thi trong năm đầu tiên (2024-2025)

DMA chính thức ràng buộc các người gác cổng đã được chỉ định từ ngày 7 tháng 3 năm 2024. Ngay trong tháng đầu, Ủy ban châu Âu mở ba cuộc điều tra không tuân thủ đầu tiên đối với Alphabet, Apple và Meta.[22]

Cuộc điều tra Alphabet (Google) tập trung vào nhiều vấn đề: liệu Alphabet có vi phạm Điều 6(3) DMA về cấm tự ưu tiên trong Google Search hay không; liệu Google Play Store có tuân thủ nghĩa vụ mở cửa cho kho ứng dụng cạnh tranh và cài đặt ứng dụng bên ngoài; và liệu hệ sinh thái Google Ads có đáp ứng nghĩa vụ minh bạch hóa dữ liệu cho doanh nghiệp quảng cáo. Đây là tiếp nối trực tiếp của vụ Google Shopping – nhưng lần này dưới cơ chế DMA không cần chứng minh tác hại cụ thể.

Cuộc điều tra Apple tập trung vào hai vấn đề chính: (i) liệu Apple có thực sự cho phép cài đặt ứng dụng từ nguồn ngoài App Store trên iOS theo tinh thần Điều 6(4) DMA hay không; và (ii) liệu mô hình phí "Core Technology Fee" (0,50 EUR cho mỗi lần cài đặt ứng dụng vượt 1 triệu lần/năm) mà Apple áp đặt cho các kho ứng dụng thay thế có cấu thành hành vi vô hiệu hóa nghĩa vụ DMA hay không. Tháng 6/2024, Ủy ban mở thêm điều tra bổ sung về mô hình phí này.[23]

Cuộc điều tra Meta liên quan đến mô hình "consent or pay"- Meta yêu cầu người dùng châu Âu hoặc đồng ý với quảng cáo cá nhân hóa, hoặc trả phí hàng tháng (9,99 EUR/tháng trên web, 12,99 EUR trên di động) để sử dụng Facebook và Instagram không có quảng cáo. Tháng 11/2024, Ủy ban đưa ra kết luận sơ bộ rằng mô hình này vi phạm

Điều 5(2) DMA vì không cung cấp cho người dùng lựa chọn thực sự và miễn phí về dữ liệu cá nhân.[24]

Nhìn tổng thể, tính đến cuối năm 2024, Ủy ban đã tiến hành 5 cuộc điều tra không tuân thủ và đang theo dõi việc thực thi nghĩa vụ DMA đối với toàn bộ 22 dịch vụ nền tảng cốt lõi của 6 người gác cổng. Song song với các cuộc điều tra chính thức, một số người gác cổng đã chủ động thực hiện thay đổi để tuân thủ: Google điều chỉnh cách hiển thị kết quả tìm kiếm; Apple ra mắt chương trình cấp phép cho kho ứng dụng thay thế tại EU; Meta thử nghiệm tùy chọn đăng ký trả phí.

4.2. Thách thức và tranh luận trong quá trình thực thi

Thực thi DMA đang đối mặt với một số thách thức nội tại quan trọng.

Thách thức thứ nhất là căng thẳng giữa nghĩa vụ đảm bảo khả năng tương tác và yêu cầu bảo mật người dùng. Apple lập luận mạnh mẽ rằng việc buộc iOS cho phép tải ứng dụng từ bên ngoài và kho ứng dụng thay thế tạo ra lỗ hổng bảo mật nghiêm trọng, vì Apple không thể kiểm soát chất lượng và an toàn của ứng dụng từ nguồn bên ngoài. Đây là tranh luận kỹ thuật có cơ sở thực chất, không chỉ là lý do biện hộ thuần túy, và đặt ra câu hỏi về mức độ cứng nhắc phù hợp của nghĩa vụ DMA.[25]

Thách thức thứ hai liên quan đến ranh giới giữa DMA và Quy định bảo vệ dữ liệu chung (GDPR). Điều 5(2) DMA cấm kết hợp dữ liệu cá nhân không có đồng ý – nhưng "đồng ý" theo nghĩa GDPR là "tự do, cụ thể, có thông tin và không mơ hồ", còn theo DMA thì cần "rõ ràng và tự nguyện". Sự chồng chéo giữa hai khái niệm này tạo ra bất ổn pháp lý đáng kể. Trường hợp Meta với mô hình "consent or pay" là ví dụ điển hình - Ủy ban bảo vệ dữ liệu Ireland (theo GDPR) và Ủy ban châu Âu (theo DMA) có thể đưa ra đánh giá khác nhau về cùng một mô hình.[26]

Thách thức thứ ba: mang tính hệ thống hơn: nguy cơ các người gác cổng thực hiện thay đổi bề ngoài để tuân thủ pháp luật nhưng thực chất vô hiệu hóa mục tiêu của DMA. Ví dụ, Apple thực hiện mở cửa tải ứng dụng bên ngoài nhưng áp đặt phí công nghệ lõi khiến kho ứng dụng thay thế không khả thi về kinh doanh. Đây là thách thức mang tính cấu trúc: không thể dự đoán trước mọi chiến lược tuân thủ chiến lược của người gác cổng, và Ủy ban cần đủ nguồn lực và tốc độ phản ứng để đối phó.

Thách thức thứ tư có tính học thuật sâu sắc hơn là các tranh luận phản biện đối với chính bản thân DMA. Một số học giả và nhà kinh tế học, như Tirole (2017) và Colomo (2021), chỉ ra rằng can thiệp quá mức vào cơ chế giá và điều kiện tiếp cận có thể làm giảm động lực đầu tư và đổi mới sáng tạo của các nền tảng: nếu người gác cổng không thể thu hồi chi phí đầu tư hạ tầng thông qua các điều khoản thương mại ưu tiên, họ sẽ giảm đầu tư vào chính nền tảng đó. Ngoài ra, chi phí tuân thủ DMA đặc biệt liên quan đến nghĩa vụ tương tác và chia sẻ dữ liệu có thể đặt ra rào cản không tương xứng cho các nền tảng cỡ trung, vô tình củng cố vị thế của các người gác cổng lớn nhất vốn có khả năng tuân thủ tốt hơn. Những tranh luận này, dù chưa được xác nhận đầy đủ về mặt thực nghiệm trong giai đoạn triển khai sơ khai của DMA, phản ánh sự đánh đổi chính sách thực chất mà bất kỳ thiết kế quy định nền tảng số nào cũng phải đối mặt.

4.3. Bài học từ các mô hình tương tự tại châu Á

Song song với DMA tại EU, một số quốc gia châu Á đã xây dựng quy định tương tự. Nhật Bản ban hành Luật Thúc đẩy Cạnh tranh đối với Phần mềm Điện thoại Thông minh Chỉ định (Act for Promotion of Competition for Specified Smartphone Software) năm 2024, áp đặt nghĩa vụ đặc thù cho các nhà điều hành hệ điều hành di động lớn (Apple và Google) về cài đặt ứng dụng ngoài và kho ứng dụng. Hàn Quốc đã đi trước hơn khi sửa đổi luật viễn thông năm 2021 để cấm các nhà vận hành kho ứng dụng áp đặt phương thức thanh toán độc quyền[27].

Vương quốc Anh ban hành Đạo luật Thị trường Kỹ thuật số, Cạnh tranh và Người tiêu dùng 2024 (Digital Markets, Competition and Consumers Act 2024) với khái niệm "Vị thế thị trường chiến lược" (Strategic Market Status - SMS) tương tự người gác cổng nhưng có điểm khác biệt quan trọng: thay vì danh sách nghĩa vụ cố định như DMA, cơ quan Quản lý cạnh tranh và thị trường của Anh có thẩm quyền thiết kế "Các yêu cầu bắt buộc về hành vi" (Conduct Requirements) và "Các biện pháp can thiệp thúc đẩy cạnh tranh" (Pro-Competition Interventions) tùy biến cho từng doanh nghiệp SMS. Cách tiếp cận linh hoạt hơn này có thể phù hợp hơn với các quốc gia chưa có kinh nghiệm thực thi và muốn học hỏi dần trong quá trình áp dụng.

Điểm chung của tất cả các mô hình trên là: (i) tập trung vào một số lĩnh vực nền tảng ưu tiên thay vì điều chỉnh toàn bộ nền kinh tế số; (ii) thiết kế ngưỡng xác định phù hợp với quy mô thị trường địa phương; (iii) kết hợp giữa danh sách nghĩa vụ rõ ràng và cơ chế linh hoạt để phản ứng với phát triển thị trường; và (iv) đầu tư đáng kể vào năng lực thể chế của cơ quan quản lý.

V. Thực trạng pháp luật cạnh tranh Việt Nam và khoảng trống pháp lý

5.1. Khuôn khổ pháp lý cạnh tranh hiện hành

Luật Cạnh tranh 2018 (Luật số 23/2018/QH14) là văn bản pháp luật nền tảng điều chỉnh hoạt động cạnh tranh tại Việt Nam, có hiệu lực từ ngày 01 tháng 7 năm 2019. Luật được hướng dẫn chi tiết bởi Nghị định 35/2020/NĐ-CP[28] và một số văn bản hướng dẫn chuyên ngành. Về cấu trúc, Luật 2018 được xây dựng theo mô hình pháp luật cạnh tranh hiện đại với ba trụ cột: (i) kiểm soát thỏa thuận hạn chế cạnh tranh (Chương III); (ii) kiểm soát hành vi lạm dụng vị trí thống lĩnh/độc quyền (Chương IV); và (iii) kiểm soát tập trung kinh tế (Chương V).

Về kiểm soát hành vi đơn phương, Điều 24 Luật Cạnh tranh 2018 xác định vị trí thống lĩnh theo ngưỡng thị phần 30% hoặc theo sức mạnh thị trường đáng kể. Điều 27 quy định các hành vi bị cấm đối với doanh nghiệp thống lĩnh, tuy nhiên, danh sách hành vi bị cấm này không đề cập đến các hành vi đặc thù của nền tảng như tự ưu tiên, tổng hợp dữ liệu không đồng ý, hay bó buộc ứng dụng.

Về kiểm soát tập trung kinh tế, Điều 33 và 34 Luật Cạnh tranh 2018 quy định các hình thức tập trung kinh tế và ngưỡng thông báo.[29] Ngưỡng thông báo được quy định chi tiết tại Điều 13 Nghị định 35/2020/NĐ-CP bao gồm: tổng tài sản từ 3.000 tỷ VND, doanh thu từ 3.000 tỷ VND, giá trị giao dịch từ 1.000 tỷ VND, hoặc thị phần kết hợp từ 20% trở lên.[30]

Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia được thành lập năm 2023 với chức năng thực thi Luật Cạnh tranh và các chính sách cạnh tranh. Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia kế thừa nhân lực và

kinh nghiệm từ Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng (Cục CT&BVNTD), cơ quan có kinh nghiệm điều tra thực chất trong lĩnh vực bán hàng đa cấp, thương mại điện tử và một số vụ thỏa thuận hạn chế cạnh tranh. Tuy nhiên, chưa có vụ điều tra nào liên quan đến quyền lực thống lĩnh của nền tảng số lớn được Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia tiến hành và kết thúc bằng quyết định chính thức.

5.2. Các khoảng trống pháp lý chính

Phân tích đối chiếu hệ thống pháp luật cạnh tranh Việt Nam với khuôn khổ DMA và thực tiễn thị trường số cho thấy ít nhất bốn khoảng trống pháp lý quan trọng.

Khoảng trống thứ nhất: Không có cơ chế quy định ex-ante cho nền tảng số. Luật Cạnh tranh 2018 về cơ bản vận hành theo cơ chế ex-post: cơ quan cạnh tranh chỉ can thiệp sau khi có hành vi vi phạm bị phát hiện và điều tra. Mặc dù Luật Cạnh tranh 2018 có một số cơ chế mang tính tiên liệu (ex-ante) như ngưỡng thông báo tập trung kinh tế (Điều 33, 34) hay miễn trừ thỏa thuận hạn chế cạnh tranh (Điều 14), song đây là cơ chế ex-ante chung cho toàn bộ thị trường, không phải cơ chế ex-ante đặc thù nhằm kiểm soát quyền lực công của nền tảng số. Trong bối cảnh nền kinh tế số, nơi quyền lực thị trường được củng cố thông qua tích lũy dữ liệu và hiệu ứng mạng theo thời gian, cơ chế ex-post đơn thuần không đủ để phòng ngừa tập trung thị trường không thể đảo ngược. Không có quy định nào trong Luật Cạnh tranh 2018 cho phép Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia áp đặt nghĩa vụ vận hành phòng ngừa cho doanh nghiệp có vị thế thống lĩnh.

Khoảng trống thứ hai: Tiêu chí xác định sức mạnh thị trường không phù hợp với thị trường đa bên. Ngưỡng thị phần 30% (Điều 24 Luật Cạnh tranh 2018) và tiêu chí "không có đối thủ cạnh tranh trực tiếp" (Điều 26) được thiết kế cho thị trường hàng hóa, dịch vụ truyền thống với giá dương. Điều 12 Nghị định 35/2020/NĐ-CP quy định 09 tiêu chí đánh giá sức mạnh thị trường đáng kể bao gồm: thị phần trên thị trường liên quan; sức mạnh tài chính và quy mô của doanh nghiệp; rào cản gia nhập, mở rộng thị trường; khả năng tiếp cận thị trường đầu vào và đầu ra; mạng lưới phân phối và cung ứng; lợi thế về công nghệ và kỹ thuật; ràng buộc pháp lý.... Tuy nhiên, trong thực tiễn áp dụng cho nền tảng số, các tiêu chí này vẫn chủ yếu được vận dụng qua hai tiêu chí nổi bật là rào cản thị trường và tương quan thị phần, trong khi các tiêu chí liên quan đến lợi thế công nghệ, khả năng kiểm soát dữ liệu và mạng lưới người dùng chưa được khai thác đầy đủ. Chúng không phù hợp với tình huống một nền tảng "miễn phí" với thị phần danh nghĩa thấp nhưng kiểm soát hạ tầng tiếp cận thị trường thiết yếu.[31]

Khoảng trống thứ ba: Ngưỡng kiểm soát tập trung kinh tế không bắt được "thâu tóm sát thủ" (killer acquisitions). Ngưỡng 3.000 tỷ VND doanh thu hoặc 1.000 tỷ VND giá trị giao dịch có thể không đủ để bắt các vụ mua lại startup công nghệ có giá trị cao nhưng doanh thu thấp - loại giao dịch mà các học giả quốc tế gọi là "killer acquisition" (thương vụ thâu tóm sát thủ)[32]. Mặc dù tiêu chí giá trị giao dịch (1.000 tỷ VND) đã được bổ sung so với Luật 2004, nhưng cách vận hành và xác định giá trị vẫn còn nhiều điểm không chắc chắn trong thực tiễn, đặc biệt đối với tài sản vô hình như dữ liệu và sở hữu trí tuệ.[33]

Khoảng trống thứ tư: Chưa có quy định về dữ liệu trong khuôn khổ cạnh tranh. Mặc dù Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân 2025 đã tạo khung pháp lý bảo vệ dữ liệu cá nhân theo hướng GDPR, và Luật Giao dịch điện tử 2023 điều chỉnh một số khía cạnh của kinh tế số,

Luật Cạnh tranh 2018 hoàn toàn không đề cập đến vai trò của dữ liệu như rào cản gia nhập thị trường, như tài sản tạo sức mạnh thị trường, hay như đối tượng của nghĩa vụ chia sẻ. Khoảng trống này là đặc biệt nghiêm trọng trong bối cảnh kinh tế nền tảng, nơi dữ liệu chính là "nhiên liệu" tạo ra và duy trì quyền lực công.

5.3. Cấu trúc thị trường nền tảng số Việt Nam: thực tế và rủi ro

Thị trường nền tảng số Việt Nam có mức độ tập trung cao với sự hiện diện áp đảo của các nền tảng nước ngoài. Trong thương mại điện tử, Shopee, TikTok Shop, Lazada thống trị. Shopee (thuộc Sea Group của Singapore) và TikTok Shop (thuộc ByteDance của Trung Quốc) nắm vị trí dẫn đầu tuyệt đối. Các doanh nghiệp Việt Nam như Sendo và Adayroi đã lần lượt thất bại và rút khỏi thị trường.

Trong lĩnh vực tìm kiếm, Google Search có thị phần ước tính trên 95% tại Việt Nam - gần như không có đối thủ cạnh tranh nội địa có ý nghĩa. Trong mạng xã hội, Facebook/Meta và TikTok chi phối, với hàng chục triệu người dùng hoạt động hàng ngày. Trong gọi xe và giao đồ ăn, Grab chiếm vị trí thống lĩnh sau khi Uber rút khỏi Đông Nam Á năm 2018 và cùng với Xanh SM, Be tạo thành các doanh nghiệp chi phối thị trường.

Hệ quả kinh tế của cấu trúc này là đáng lo ngại. Các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam ngày càng phụ thuộc vào các nền tảng nước ngoài để tiếp cận khách hàng, nhưng không có quyền thương lượng về điều kiện sử dụng nền tảng, phí hoa hồng, hay điều kiện hiển thị. Dữ liệu hành vi tiêu dùng của người Việt Nam đang được tích lũy bởi các nền tảng nước ngoài mà không có cơ chế quy định nào đảm bảo chia sẻ công bằng hay hạn chế sử dụng sai mục đích trong bối cảnh cạnh tranh.

VI. Khả năng tiếp nhận khái niệm người gác cổng vào pháp luật cạnh tranh Việt Nam

6.1. Luận cứ ủng hộ tiếp nhận

Có ba nhóm luận cứ ủng hộ việc Việt Nam tiếp nhận khái niệm người gác cổng vào pháp luật cạnh tranh. Nhóm thứ nhất xuất phát từ bối cảnh chính sách quốc gia. Nghị quyết 57-NQ/TW ngày 22 tháng 12 năm 2024 đặt ra yêu cầu "xây dựng pháp luật bảo đảm yêu cầu quản lý và khuyến khích đổi mới sáng tạo" và "sửa đổi, bổ sung, hoàn thiện đồng bộ các quy định pháp luật ... để tháo gỡ các điểm nghẽn, rào cản, giải phóng các nguồn lực, khuyến khích, phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số quốc gia, phát triển nguồn nhân lực". Trước đó, Nghị quyết 52-NQ/TW năm 2019 cũng đã đặt ra yêu cầu "tạo lập đồng bộ và kịp thời khung pháp lý" trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0.

Nhóm thứ hai xuất phát từ thực tiễn thị trường. Như đã phân tích tại Mục 5.3, các nền tảng nước ngoài đang thực tế nắm giữ quyền lực công tại thị trường Việt Nam mà không có bất kỳ nghĩa vụ đặc thù nào. Luật Cạnh tranh 2018 với khuôn khổ ex-post và tiêu chí thị phần truyền thống không đủ để bảo vệ doanh nghiệp Việt Nam khỏi hành vi phân biệt đối xử hay tự ưu tiên của các nền tảng thống lĩnh. Kế hoạch phát triển kinh tế số quốc gia không thể thực hiện được nếu nền tảng pháp lý cạnh tranh không tương xứng với thực tiễn thị trường.

Nhóm thứ ba xuất phát từ xu hướng quốc tế và áp lực hội tụ chính sách. Không chỉ EU với DMA, mà Nhật Bản, Hàn Quốc, và Vương quốc Anh đều đã hoặc đang xây dựng

quy định đặc thù cho nền tảng số. Trong bối cảnh hội nhập quốc tế sâu rộng của Việt Nam, việc xây dựng quy định tương thích với các chuẩn mực quốc tế không chỉ là đòi hỏi nội địa mà còn là yêu cầu của các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới mà Việt Nam đã và đang ký kết.

Bên cạnh ba nhóm luận cứ trên, cần làm rõ cơ sở học thuật cốt lõi cho đề xuất tiếp nhận, xuất phát từ phân tích khái niệm tại các phần trước. (i) *Về bản chất khái niệm trong hệ thống phạm trù pháp luật cạnh tranh*: như đã xác lập tại Mục 2.2, "người gác cổng" là phạm trù pháp lý độc lập ghi nhận sức mạnh thị trường có nguồn gốc kiến trúc (architectural market power) tức là quyền lực xuất phát từ vị trí kiểm soát hạ tầng tiếp cận, không phải từ thị phần hay hành vi vi phạm. Đây không phải là một tiêu chí mới về "vị trí thống lĩnh mức cao hơn" mà là một phạm trù khác về bản chất, đòi hỏi công cụ pháp lý tương ứng. (ii) *Về điểm khác biệt then chốt với "vị trí thống lĩnh" theo Luật Cạnh tranh 2018*: "vị trí thống lĩnh" (Điều 24) là phạm trù hành vi, được xác định theo thị phần và sức mạnh thị trường trên thị trường liên quan, và nghĩa vụ pháp lý chỉ phát sinh khi có hành vi lạm dụng cụ thể bị chứng minh. "Quyền lực cổng" là phạm trù cấu trúc được xác định theo khả năng kiểm soát điều kiện tiếp cận của bên thứ ba vào thị trường, và nghĩa vụ pháp lý phát sinh tự động từ vị thế cổng, không cần chứng minh hành vi vi phạm. Sự khác biệt này không chỉ là kỹ thuật lập pháp mà là sự khác biệt về triết lý điều chỉnh: phản ứng với hành vi đã xảy ra so với phòng ngừa tập trung quyền lực cấu trúc. (iii) *Về lý do bản chất cấu trúc đó đòi hỏi cơ chế điều chỉnh riêng biệt tại Việt Nam*: khi quyền lực thị trường có nguồn gốc cấu trúc, cơ chế ex-post của Luật Cạnh tranh 2018 không đủ không phải vì yếu về năng lực thực thi mà vì không phù hợp về bản chất công cụ. Thị trường số Việt Nam đang chứng kiến cấu trúc tập trung nhanh chóng và nếu không có quy định phòng ngừa, đến khi vi phạm được xác định và biện pháp khắc phục được áp dụng, cấu trúc thị trường đã trở nên không thể đảo ngược. Đây chính là bài học rõ nhất từ quá trình thực thi DMA: thiết kế quy định sớm và dựa trên bản chất cấu trúc của vấn đề có giá trị phòng ngừa mà không thể thay thế bằng tăng cường thực thi ex-post.

6.2. Thách thức đối với Việt Nam

Tuy nhiên, có những thách thức thực chất cần thừa nhận thẳng thắn để thiết kế chính sách thực tế. Thách thức lớn nhất là năng lực thể chế của Ủy ban cạnh tranh quốc gia. Thực thi quy định người gác cổng đòi hỏi một cơ quan quản lý có đội ngũ đa ngành bao gồm kinh tế gia số, kỹ sư phần mềm, và chuyên gia pháp lý về công nghệ. EU đã đầu tư nhiều năm và hàng trăm nhân lực để Ủy ban châu Âu đủ năng lực điều tra DMA. Ủy ban cạnh tranh quốc gia hiện còn đang trong giai đoạn củng cố tổ chức.

Thách thức thứ hai là nguy cơ phân mảnh quy định hoặc "cát cứ pháp lý" nếu Việt Nam ban hành quy định người gác cổng không tương thích với DMA và các chuẩn mực quốc tế, các nền tảng nước ngoài sẽ phải tuân thủ nhiều bộ quy định khác nhau, tạo chi phí tuân thủ cao và có thể khuyến khích né tránh các quy định này bằng cách tìm kiếm thị trường ít quy định hơn.

Thách thức thứ ba là thiết kế ngưỡng xác định phù hợp với quy mô thị trường Việt Nam. Ngưỡng doanh thu 7,5 tỷ EUR của DMA không thể áp dụng nguyên xi cho thị trường Việt Nam vì sẽ không chỉ định được bất kỳ doanh nghiệp nào. Nhưng nếu ngưỡng quá

thấp, quy định sẽ vô tình bắt các startup nội địa đang phát triển, cản trở đổi mới sáng tạo và không đạt mục tiêu chính sách.

Thách thức thứ tư là nguy cơ chồng lấn thẩm quyền giữa Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia và các cơ quan quản lý chuyên ngành. Thực tiễn Việt Nam cho thấy quản lý nền tảng số liên quan đến ít nhất ba bộ có thẩm quyền song song: Bộ Công Thương (quản lý thương mại điện tử, cạnh tranh), Bộ Khoa học và công nghệ (quản lý mạng xã hội, nền tảng truyền thông số), và Bộ Công an (an ninh mạng, bảo vệ dữ liệu). Nếu quy định về người gác cổng được ban hành mà không có cơ chế phối hợp liên cơ quan rõ ràng, sẽ xuất hiện nguy cơ mâu thuẫn thẩm quyền, áp dụng không nhất quán và gánh nặng tuân thủ chồng chéo cho doanh nghiệp. Đây là điểm khác biệt quan trọng so với EU, nơi Ủy ban châu Âu có thẩm quyền chuyên biệt và độc quyền thực thi DMA. Vì vậy, bất kỳ đề xuất tiếp nhận nào cũng cần đi kèm với thiết kế cơ chế điều phối liên cơ quan cụ thể, xác định rõ cơ quan chủ trì và cơ chế tham vấn bắt buộc.

6.3. Ba phương án tiếp nhận và lộ trình đề xuất

Phương án 1: Sửa đổi Luật Cạnh tranh, bổ sung chương về nền tảng số có sức mạnh công. Đây là phương án có nền tảng pháp lý vững chắc nhất. Nội dung có thể bao gồm: (i) định nghĩa "nền tảng số trung gian có sức mạnh công" với tiêu chí phù hợp quy mô thị trường Việt Nam - ví dụ kết hợp số lượng người dùng hoạt động hàng tháng (có thể là 10 triệu người dùng hoặc 1.000 doanh nghiệp người dùng), tính không thể thiếu và sự phụ thuộc của doanh nghiệp; (ii) thẩm quyền Ủy ban cạnh tranh quốc gia chỉ định nền tảng người gác cổng theo thủ tục công khai và có thể khiếu nại; (iii) nghĩa vụ cốt lõi bao gồm cam kết ưu tiên, nghĩa vụ minh bạch hóa tiêu chí xếp hạng, và quyền truy cập dữ liệu tối thiểu cho doanh nghiệp người dùng.

Phương án 2: Ban hành nghị định đặc thù về nền tảng số trung gian, tập trung vào thương mại điện tử. Đây là phương án linh hoạt và có thể triển khai nhanh hơn trong bối cảnh lập pháp hiện tại. Nghị định có thể ban hành dưới dạng hướng dẫn thi hành Luật Cạnh tranh 2018 hoặc dưới dạng nghị định độc lập về quản lý nền tảng số. Nội dung ưu tiên: (i) tiêu chí xác định "nền tảng thương mại điện tử thống lĩnh" và "nền tảng gọi xe/giao đồ ăn thống lĩnh"; (ii) nghĩa vụ minh bạch hóa bắt buộc về phí hoa hồng, tiêu chí xếp hạng và điều kiện sử dụng nền tảng; (iii) cơ chế khiếu nại và giải quyết tranh chấp nhanh cho doanh nghiệp người dùng; (iv) quyền truy cập dữ liệu cho doanh nghiệp về hoạt động kinh doanh của chính họ trên nền tảng.

Phương án 3: Quy định thí điểm (regulatory sandbox) kết hợp với tăng cường năng lực Ủy ban cạnh tranh quốc gia. Trước khi ban hành quy định toàn diện, Việt Nam có thể áp dụng thí điểm một số nghĩa vụ người gác cổng cụ thể trong lĩnh vực thương mại điện tử thông qua cơ chế sandbox, song song với đầu tư mạnh vào năng lực kỹ thuật và pháp lý của Ủy ban cạnh tranh quốc gia. Kết quả thí điểm cung cấp bằng chứng thực tiễn và bài học về năng lực thực thi trước khi mở rộng phạm vi quy định.

Trong ba phương án, tác giả kiến nghị tiếp cận kết hợp theo lộ trình hai giai đoạn. *Giai đoạn 1 (2026-2030)*: ban hành nghị định đặc thù về minh bạch hóa nền tảng số (Phương án 2), tập trung vào thương mại điện tử và dịch vụ gọi xe/giao đồ ăn nơi sức mạnh công rõ nét nhất; song song khởi động quy trình nghiên cứu, tham vấn và xây dựng năng

lực Ủy ban cạnh tranh quốc gia. *Giai đoạn 2 (2030-2035)*: Đưa nội dung người gác cổng đầy đủ vào Luật Cạnh tranh sửa đổi (Phương án 1), với phạm vi rộng hơn bao gồm tìm kiếm, mạng xã hội, hệ điều hành di động.

7. Kết luận

Qua phân tích, bài viết đã làm rõ ba luận điểm chính. Thứ nhất, khái niệm "người gác cổng" trong DMA là một phạm trù pháp lý độc lập và khác biệt về bản chất so với "vị trí thống lĩnh" truyền thống. Sự khác biệt cốt lõi nằm ở ba yếu tố cấu thành đã được xác lập: kiểm soát tiếp cận (nền tảng là cửa ngõ bắt buộc), tính thiết yếu (không có lựa chọn thay thế), và nguồn gốc cấu trúc (quyền lực từ kiến trúc thị trường, không từ hành vi). Chính bản chất cấu trúc này - quyền lực không phụ thuộc vào hành vi vi phạm - giải thích tại sao DMA lựa chọn cơ chế ex-ante bắt buộc: áp đặt nghĩa vụ vận hành dựa trên vị thế thị trường, không chờ hành vi vi phạm xảy ra. Đây không chỉ là đổi mới kỹ thuật lập pháp mà là sự thay đổi triết lý điều chỉnh - từ "phản ứng với vi phạm" sang "phòng ngừa tập trung cấu trúc" - phù hợp với đặc điểm kinh tế của thị trường nền tảng số.

Thứ hai, thực tiễn triển khai DMA trong năm đầu tiên (2024) cho thấy đây là công cụ mạnh nhưng phức tạp. Sự căng thẳng giữa nghĩa vụ DMA với yêu cầu bảo mật người dùng, với quyền riêng tư theo GDPR, và với lo ngại về việc cản trở đổi mới sáng tạo là những thách thức có cơ sở thực chất. Kinh nghiệm EU cho thấy: thiết kế quy định tốt là điều kiện cần nhưng chưa đủ và năng lực thực thi của cơ quan quản lý mới là yếu tố quyết định hiệu quả thực tế của quy định.

Thứ ba, Việt Nam có đủ luận cứ và có yêu cầu chính sách cấp thiết để tiếp nhận khái niệm người gác cổng vào pháp luật cạnh tranh, nhưng cần làm điều này theo cách phù hợp với điều kiện thể chế và quy mô thị trường của mình. Việc sao chép nguyên xi DMA sẽ không phù hợp; cần có sự thích nghi thông minh và lộ trình thực tế.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

I. Văn bản pháp luật

1. Bộ Chính trị (2019), Nghị quyết số 52-NQ/TW ngày 27 tháng 9 năm 2019 về một số chủ trương chính sách chủ động tham gia cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư.
2. Bộ Chính trị (2024), Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22 tháng 12 năm 2024 về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia.
3. Chính phủ (2020), Nghị định số 35/2020/NĐ-CP ngày 24 tháng 3 năm 2020 quy định chi tiết một số điều của Luật Cạnh tranh.
4. Quốc hội (2018), Luật Cạnh tranh số 23/2018/QH14 ngày 12 tháng 6 năm 2018.
5. Quốc hội (2023), Luật Giao dịch điện tử số 20/2023/QH15.
6. Quốc hội (2025), Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân số 91/2025/QH15.
7. Thủ tướng Chính phủ (2024), Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 3 tháng 6 năm 2020 ban hành phê duyệt “Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”.

8. European Parliament and Council (2022), Regulation (EU) 2022/1925 of 14 September 2022 on contestable and fair markets in the digital sector (Digital Markets Act), Official Journal of the European Union, L 265, 12.10.2022, pp. 1–66.

9. Japan (2024), Act for Promotion of Competition for Specified Smartphone Software (Act No. 53 of 2024).

10. United Kingdom (2024), Digital Markets, Competition and Consumers Act 2024 (Royal Assent 24 May 2024).

II. Sách và báo cáo

11. Crémer, J., de Montjoye, Y.-A. & Schweitzer, H. (2019), Competition Policy for the Digital Era – Final Report, European Commission, Luxembourg.

12. European Commission (2020), Shaping Europe's Digital Future, Publications Office of the European Union, Luxembourg.

13. OECD (2020), Abuse of Dominance in Digital Markets, OECD Policy Note, Paris.

14. Parker, G., Van Alstyne, M.W. & Choudary, S.P. (2016), Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy, W.W. Norton & Company, New York.

15. Stigler Committee on Digital Platforms (2019), Final Report, University of Chicago Stigler Center, Chicago.

16. Tirole, J. (2017), Economics for the Common Good, Princeton University Press, Princeton.

III. Bài báo khoa học

17. Ibáñez Colomo, P. (2021), "The Draft Digital Markets Act: A Legal and Institutional Analysis", Journal of European Competition Law & Practice, Vol. 12, No. 7, pp. 561–576.

18. Motta, M. & Peitz, M. (2021), "Big Tech Mergers", Information Economics and Policy, Vol. 54, 100868.

19. Schweitzer, H. (2021), "Platform Regulation and Competition Law – Common Goals, Different Instruments, and the Need for Coordination" trong Synodinou, T.-E. et al. (eds.), EU Internet Law in the Digital Single Market, Springer, Cham, pp. 59–88.

IV. Quyết định và văn bản pháp lý EU

20. European Commission (2017), Decision in Case AT.39740 (Google Shopping), 27 June 2017.

21. European Commission (2018), Decision in Case AT.40099 (Google Android), 18 July 2018.

22. European Commission (2023), "Commission Designates Six Gatekeepers under the Digital Markets Act", Press Release IP/23/4328, 6 September 2023. Tham khảo: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_4328

23. European Commission (2024), "Commission Opens Non-Compliance Investigations against Alphabet, Apple and Meta", Press Release IP/24/1689, 25 March 2024. Tham khảo: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_1689

24. European Commission (2024), "Commission Opens Non-Compliance Investigation against Apple regarding App Store Rules", Press Release IP/24/1794, 24 June 2024.

[1] European Commission, *Shaping Europe's Digital Future*, Publications Office of the European Union, Luxembourg, 2020, tr. 8–12. Tài liệu nhận định "các thị trường số có xu hướng tập trung cao, với một hoặc vài nền tảng chi phối, do hiệu ứng mạng và lợi thế theo quy mô".

[2] J. Crémer, Y.-A. de Montjoye & H. Schweitzer, *Competition Policy for the Digital Era – Final Report*, European Commission, Luxembourg, 2019, tr. 4. Báo cáo này là cơ sở học thuật trực tiếp của DMA, công bố tại: <https://ec.europa.eu/competition/publications/reports/kd0419345enn.pdf>

[3] 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), *Official Journal of the European Union*, L 265, 12.10.2022, tr. 1–66.

[4] Khoản 1 Điều 24 Luật Cạnh tranh 2018: Doanh nghiệp được coi là có vị trí thống lĩnh thị trường nếu có sức mạnh thị trường đáng kể được xác định theo quy định tại Điều 26 của Luật này hoặc có thị phần từ 30% trở lên trên thị trường liên quan.

[5] Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22 tháng 12 năm 2024 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia.

[6] Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 (Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 3/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ) xác định mục tiêu kinh tế số chiếm 30% GDP vào năm 2030 và đặt ra nhiệm vụ hoàn thiện khung pháp lý cho nền kinh tế số.

[7] Điều 102 TFEU (Hiệp ước hoạt động của Liên minh châu Âu): “Mọi hành vi lạm dụng vị trí thống lĩnh của một hay một số doanh nghiệp trên thị trường nội địa hoặc trong phần đáng kể của thị trường đó đều bị cấm vì không tương thích với thị trường nội địa, trong chừng mực có thể ảnh hưởng đến thương mại giữa các quốc gia thành viên.” Điều 24 Khoản 1 Luật Cạnh tranh 2018: Doanh nghiệp được coi là có vị trí thống lĩnh thị trường nếu có sức mạnh thị trường đáng kể được xác định theo quy định tại Điều 26 của Luật này hoặc có thị phần từ 30% trở lên trên thị trường liên quan.

[8] J. Tirole, *Economics for the Common Good*, Princeton University Press, Princeton, 2017, tr. 355–380. Tirole (Nobel Kinh tế 2014) phân tích hiệu ứng mạng, thị trường hai bên và ý nghĩa chính sách trong kinh tế nền tảng.

[9] European Commission v. Google Shopping (Case AT.39740), Quyết định của Ủy ban châu Âu ngày 27/6/2017. Ủy ban phạt Google 2,42 tỷ EUR vì hành vi tự ưu tiên (self-preferencing) kết quả Google Shopping trong trang tìm kiếm Google Search; Google kháng cáo thất bại trước Tòa án Tư pháp EU (C-48/22 P, ngày 10/9/2024).

[10] J. Crémer, Y.-A. de Montjoye & H. Schweitzer, *sdd.*, tr. 39–45. Phần này lập luận rằng công cụ ex-post "cơ bản là không đủ" để kiểm soát quyền lực nền tảng vì thị trường số thay đổi nhanh hơn tốc độ tố tụng.

[11] G. Parker, M.W. Van Alstyne & S.P. Choudary, *Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy*, W.W. Norton & Company, New York, 2016, tr. 5–30.

[12] J. Crémer, Y.-A. de Montjoye & H. Schweitzer, *sdd.*, tr. 20–28. Lý thuyết cơ sở hạ tầng thiết yếu trong bối cảnh số lập luận rằng khi cơ sở hạ tầng nền tảng không thể bị tái tạo và không thể thiếu, việc từ chối cho đối thủ tiếp cận cấu thành hành vi lạm dụng ngay cả khi không có chứng minh tác hại cụ thể.

[13] Stigler Committee on Digital Platforms, *Final Report*, University of Chicago Stigler Center, Chicago, 2019, tr.6-10. Báo cáo nhận định các nền tảng lớn sở hữu "quyền lực công" khiến các công cụ cạnh tranh truyền thống không còn đủ hiệu quả.

[14] European Commission, *DMA - 2024 Report on Implementation and Enforcement*, Brussels, 2025. Tính đến cuối năm 2024, Ủy ban đã tiến hành 5 cuộc điều tra không tuân thủ và đang theo dõi việc thực thi nghĩa vụ DMA đối với 22 dịch vụ nền tảng cốt lõi của 6 gatekeeper.

[15] Điều 3(2) Regulation (EU) 2022/1925 (DMA). Ba tiêu chí tích lũy phải được đáp ứng đồng thời: (a) tác động kinh tế đáng kể; (b) vị thế trung gian quan trọng trong kết nối doanh nghiệp với người tiêu dùng; (c) vị thế bền vững và lâu dài.

[16] Điều 3(2)(a) DMA: doanh thu hàng năm trong EEA $\geq 7,5$ tỷ EUR hoặc vốn hóa thị trường ≥ 75 tỷ EUR trong năm tài chính gần nhất, và cung cấp dịch vụ nền tảng cốt lõi tại ≥ 3 quốc gia thành viên EU.

[17] Điều 3(2)(b) DMA: dịch vụ nền tảng cốt lõi phục vụ ≥ 45 triệu người dùng cuối hoạt động hàng tháng tại EU và ≥ 10.000 doanh nghiệp người dùng hoạt động hàng năm tại EU.

[18] Điều 2(2) DMA liệt kê 10 loại dịch vụ nền tảng cốt lõi: (a) dịch vụ trung gian trực tuyến; (b) công cụ tìm kiếm trực tuyến; (c) mạng xã hội; (d) nền tảng chia sẻ video; (e) dịch vụ liên lạc liên cá nhân; (f) hệ điều hành; (g) trình duyệt web; (h) trợ lý ảo; (i) dịch vụ điện toán đám mây; (j) dịch vụ quảng cáo trực tuyến.

[19] European Commission, *Commission Designates Six Gatekeepers under the Digital Markets Act*, Press Release IP/23/4328, ngày 6/9/2023. Tham khảo: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_4328

[20] Điều 5 DMA liệt kê nghĩa vụ per se, gồm: cấm kết hợp dữ liệu từ các dịch vụ khác nhau không có đồng ý rõ ràng (khoản 2); cấm sử dụng dữ liệu của doanh nghiệp người dùng để cạnh tranh với họ (khoản 3); không được ngăn cản doanh nghiệp kinh doanh song song trên nền tảng khác (khoản 4); phải đảm bảo quyền di chuyển dữ liệu cho người dùng (khoản 9).

[21] Điều 6 DMA quy định nghĩa vụ có thể điều chỉnh qua "đối thoại kỹ thuật" (regulatory dialogue), gồm: cấm tự ưu tiên (self-preferencing) trong xếp hạng (khoản 5); cho phép cài đặt ứng dụng từ nguồn bên ngoài (sideloading) (khoản 4); nghĩa vụ đảm bảo khả năng tương tác (interoperability) cho dịch vụ nhắn tin (khoản 7); truy cập dữ liệu thời gian thực cho bên thứ ba (khoản 10).

[22] European Commission, *Digital Markets Act: Commission opens non-compliance investigations against Alphabet, Apple and Meta*, Press Release IP/24/1689, ngày 25/3/2024. Tham khảo: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_1689

[23] European Commission, *Commission opens non-compliance investigation against Apple under the Digital Markets Act regarding App Store rules*, Press Release

IP/24/1794, ngày 24/6/2024. Apple bị điều tra về mô hình phí "Core Technology Fee" áp dụng cho app store thay thế, mà Ủy ban sơ bộ xác định là vô hiệu hóa nghĩa vụ DMA.

[24] European Commission, *Commission opens non-compliance investigation into Meta's 'pay or consent' model for Facebook and Instagram*, Press Release IP/24/1690, ngày 25/3/2024. Tháng 11/2024, Ủy ban sơ bộ kết luận mô hình này vi phạm Điều 5(2) DMA vì không đảm bảo người dùng có sự lựa chọn thực sự và miễn phí.

[25] H. Schweitzer, "Platform Regulation and Competition Law – Common Goals, Different Instruments, and the Need for Coordination" trong T.-E. Synodinou et al. (eds.), *EU Internet Law in the Digital Single Market*, Springer, Cham, 2021, tr. 59–88.

[26] P. Ibáñez Colomo, "The Draft Digital Markets Act: A Legal and Institutional Analysis", *Journal of European Competition Law & Practice*, Vol. 12, No. 7, 2021, tr. 561–576. Tác giả lưu ý sự chồng chéo giữa DMA và GDPR tạo ra sự không chắc chắn về pháp lý đáng kể cho cả doanh nghiệp và cơ quan thực thi.

[27] Nhật Bản: *Act for Promotion of Competition for Specified Smartphone Software* (Act No. 53 of 2024), có hiệu lực từ tháng 12 năm 2024. Hàn Quốc: Sửa đổi *Telecommunications Business Act* năm 2021, cấm app store độc quyền; *Act on Fair Intermediation of Online Platform Transactions* (2023) điều chỉnh nền tảng trung gian trực tuyến.

[28] Nghị định số 35/2020/NĐ-CP ngày 24/3/2020 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều của Luật Cạnh tranh 2018.

[29] Khoản 1 Điều 33 Luật Cạnh tranh 2018 quy định tập trung kinh tế gồm: sáp nhập doanh nghiệp, hợp nhất doanh nghiệp, mua lại doanh nghiệp, liên doanh, và các hình thức tập trung kinh tế khác. Tuy nhiên, các tiêu chí kiểm soát vẫn chủ yếu dựa trên quy mô kinh tế truyền thống.

[30] Khoản 2 Điều 33 và Điều 13 Nghị định 35/2020/NĐ-CP: ngưỡng thông báo tập trung kinh tế dựa trên tổng tài sản, tổng doanh thu, giá trị giao dịch và thị phần kết hợp tại Việt Nam.

[31] Điều 26(1)(a) Luật Cạnh tranh 2018 cấm hành vi "bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ dưới giá thành toàn bộ dẫn đến hoặc có khả năng dẫn đến loại bỏ đối thủ cạnh tranh". Tuy nhiên, với dịch vụ "miễn phí" có giá bằng không, cách áp dụng điều này cho nền tảng số là chưa rõ ràng.

[32] Ví dụ "killer acquisition": Facebook mua Instagram (2012, 1 tỷ USD – Instagram chưa có doanh thu đáng kể nhưng 30 triệu người dùng), Google mua YouTube (2006, 1,65 tỷ USD). Các vụ này không bị kiểm soát sáp nhập đầy đủ vì không đạt ngưỡng doanh thu. Xem: Motta, M. & Peitz, M., "Big Tech Mergers", *Information Economics and Policy*, Vol. 54, 2021, 100868.

[33] Motta, M. & Peitz, M., "Big Tech Mergers", *Information Economics and Policy*, Vol. 54, 2021, tr. 100868. Nghiên cứu phân tích hơn 400 vụ mua lại của 5 công ty Big Tech từ 2008–2018, kết luận rằng phần lớn "killer acquisitions" không bị kiểm soát vì không đạt ngưỡng thông báo dựa trên doanh thu.