**Thực trạng hoạt động quảng cáo xâm phạm đến quyền sở hữu trí tuệ trong thương mại điện tử và giải pháp qua việc liên hệ với quy định một số nước trên thế giới**

**Trong bối cảnh hội nhập quốc tế, các nền tảng thương mại điện tử ngày càng phổ biến. Trong đó, quảng cáo là hoạt động mang tính phổ biến và tiêu biểu trong thương mại điện tử. Tuy nhiên, hành vi quảng cáo xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ trên nền tảng thương mại điện tử đang ngày càng gia tăng.**

**Thực trạng hoạt động quảng cáo xâm phạm quyền SHTT trong TMĐT tại Trung Quốc**

Với sự phát triển của khoa học kĩ thuật và sự đông đảo của dân số, TMĐT nhanh chóng ra đời và phát triển ở Trung Quốc, dần dần trở thành công cụ mua bán hàng hóa chính. Bán hàng trực tuyến thông qua trang web TMĐT từ lâu đã trở thành mô hình thương mại chủ yếu, được tin dùng và sử dụng nhiều ở đất nước này. Vì vậy, các hoạt động quảng cáo trong TMĐT được thúc đẩy và xuất hiện rất phổ biến, kéo theo nhiều hành vi xâm phạm đến quyền SHTT.

Đầu tiên, là vấn đề quyền tác giả: Việc tự ý sử dụng hình ảnh mà chưa được chủ sở hữu cho phép trong quảng cáo diễn ra thường xuyên. Nhiều công ty ủy thác cho các công ty quảng cáo thiết kế bao bì cho sản phẩm của họ và các công ty quảng cáo thường tải hình ảnh từ Internet, sau đó xử lý hình ảnh đó hoặc không và sử dụng chúng trực tiếp trên các tài liệu hoặc bao bì quảng cáo sản phẩm. Và khi chủ sở hữu phát hiện, tranh chấp sẽ xảy ra.

Điển hình là vụ việc vào năm 2008, công ty Beijing Jingjiahuayan đã kiện 11 vụ liên quan đến 14 đơn vị ở Vô Tích do vi phạm quyền tác giả của họ. Lý do là bị đơn đã tự ý sử dụng hình ảnh có quyền tác giả của nguyên đơn trong các quảng cáo có liên quan. Hành vi khác phổ biến trong vấn đề quyền tác giả nữa là việc sử dụng trực tiếp tác phẩm của người khác vào việc quảng cáo mà không được cho phép. Các quảng cáo rất thích sử dụng các bộ phim nổi tiếng làm mẫu hoặc hình nền cho thiết kế quảng cáo, chẳng hạn như tự ý sử dụng các đoạn phim hoặc hình ảnh nhân vật làm mẫu quảng cáo. Đây cũng là hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ nếu không có sự đồng ý từ chủ sở hữu.

Thứ hai, là vấn đề quyền đối với nhãn hiệu: Dễ thấy nhất là hành vi sử dụng trái phép nhãn hiệu đã đăng ký của người khác để quảng cáo hoặc chỉnh sửa, thay đổi nhãn hiệu đã đăng ký của chính mình, dẫn đến hiệu ứng hình ảnh giống nhau hoặc tương tự.

Thứ ba, là việc lợi dụng phương tiện truyền thông xã hội để quảng cáo, mua bán các sản phẩm của họ theo nhóm, vì thế việc phát hiện hoặc xử lý các chủ thể này càng trở nên khó khăn hơn. Chủ thể vi phạm thường cho phép khách hàng tiềm năng tham gia vào các nhóm riêng tư qua sự giới thiệu của thành viên đã có. Các sản phẩm vi phạm quyền SHTT được đặt hàng thông qua các cuộc trò chuyện nhóm riêng tư, vì thế bất kỳ cuộc trò chuyện nào đều không thể truy cập công khai. Sau khi một đơn được đặt hàng, người giả mạo có thể gửi một liên kết đến trang sản phẩm trên một trang web TMĐT, nhưng không đề cập đến tên thương hiệu hoặc sản phẩm. Ngoài ra, chỉ cần gửi mã QR cho người mua, sau đó họ hoàn tất thanh toán trực tuyến thông qua các kênh web TMĐT được thiết lập. Quá trình này kết hợp quảng cáo, bán, phân phối các sản phẩm có thể vi phạm quyền SHTT.

Nhìn chung, các hành vi quảng cáo xâm phạm quyền SHTT tại các trang TMĐT của Trung Quốc diễn ra phổ biến, dưới nhiều hình thức khác nhau và vô cùng tinh vi, có sự kết hợp của công nghệ kĩ thuật cao.

**Thực trạng hoạt động quảng cáo xâm phạm quyền SHTT trong TMĐT tại Việt Nam**

Cùng với sự vận động của TMĐT trong nền kinh tế thế giới, TMĐT tại Việt Nam cũng không nằm ngoài quy luật này. Theo số liệu thống kê của Báo cáo EBI 2021 của Hiệp hội thương mại điện tử Việt Nam, năm 2020 thương mại điện tử nước ta tăng trưởng khoảng 15%, đạt quy mô khoảng 13,2 tỷ USD và sẽ tiếp tục tăng trưởng vững chắc trong năm 2021 cũng như cả giai đoạn tiếp theo tới năm 2025. Chiếm tỉ trọng lớn là các trang website bán hàng TMĐT và trang web cung cấp dịch vụ TMĐT được ngành, chức năng xét duyệt, cho phép hoạt động.

Sự phát triển của TMĐT bên cạnh việc đem lại sự thuận tiện còn làm gia tăng các hành vi vi phạm trên nền tảng TMĐT nói chung và hành vi quảng cáo xâm phạm đến quyền SHTT nói riêng. Các hành vi ngày càng trở nên tinh vi và bùng phát mạnh mẽ. Dễ thấy nhất là hành vi của các đối tượng lợi dụng sự mở cửa của các sàn TMĐT để công khai rao bán, quảng cáo các sản phẩm, khuyến mại các mặt hàng có yếu tố xâm phạm quyền SHTT. Phổ biến tràn lan nhất là mặt hàng quần áo, mỹ phẩm, thực phẩm chức năng,...

Theo tính toán của Bộ Khoa học và Công nghệ, trong số đơn nhận được từ đầu năm 2019, có đến 60% số đơn liên quan đến vi phạm quyền SHTT trong TMĐT. Hành vi vi phạm quyền SHTT trong TMĐT chủ yếu là các hành vi cạnh tranh không lành mạnh, tranh chấp tên miền, giao dịch mua bán hàng giả, hàng nhái, còn hành vi quảng cáo được thực hiện nhằm mục đích trở thành phương tiện để các chủ thể sử dụng cho các hành vi mua bán hàng nhái, hàng giả, cạnh tranh không lành mạnh…

Hành vi quảng cáo mà xâm phạm đến quyền SHTT chủ yếu là xâm phạm quyền tác giả hay xâm phạm nhãn hiệu, tương tự như đối với các hành vi tại Trung Quốc. Các quảng cáo sử dụng hình ảnh mà chưa có sự cho phép của chủ sở hữu diễn ra công khai trên các website TMĐT và các mạng xã hội. Hay hành vi quảng cáo nhãn hiệu này nhưng thực chất lại là sự biến tẩu của nhãn hiệu gốc dẫn đến các nhãn hiệu “nhái” được in tràn lan trên các sản phẩm hàng hóa, dịch vụ.

Tuy nhiên, trên thực tế, để xác định một hành vi có phải là quảng cáo xâm phạm đến quyền SHTT không lại khá khó khăn. Bởi, hoạt động quảng cáo diễn ra trong suốt chu trình mua bán, nhưng lại không thể hiện rõ ràng. Việc xác định một chủ thể diễn vi phạm hành vi quảng cáo xâm phạm đến quyền SHTT hay các hành vi khác xâm phạm đến quyền SHTT mà trong đó có hành vi quảng cáo là ranh giới khó xác định với cơ sở pháp lý chưa rõ ràng. Một thực trạng khác khiến việc xác định khó hơn là có nhiều doanh nghiệp, cá nhân quảng bá, cung cấp hàng hóa, dịch vụ trên các sàn mua bán TMĐT, nhưng đơn vị quản lý sàn TMĐT không có ở Việt Nam. Vì vậy, nếu có vấn đề phát sinh trong quá trình thực hiện giao dịch, sẽ gây khó cho cơ quan quản lý.

**Pháp luật xử lý hành vi quảng cáo xâm phạm quyền SHTT trong TMĐT tại Trung Quốc**

Về việc xử lý hành vi quảng cáo xâm phạm quyền SHTT trong TMĐT tại Trung Quốc được kết hợp trong Luật TMĐT của Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa được Quốc hội phê chuẩn vào ngày 31 tháng 8 năm 2018 và có hiệu lực từ ngày 1 tháng 1 năm 2019[[1]](https://phapluatbanquyen.phaply.vn/thuc-trang-hoat-dong-quang-cao-xam-pham-den-quyen-so-huu-tri-tue-trong-thuong-mai-dien-tu-va-giai-phap-qua-viec-lien-he-voi-quy-dinh-mot-so-nuoc-tren-the-gioi-ky-2-a629.html/" \l "_ftn1" \o ") và Luật Quảng cáo 2015[[2]](https://phapluatbanquyen.phaply.vn/thuc-trang-hoat-dong-quang-cao-xam-pham-den-quyen-so-huu-tri-tue-trong-thuong-mai-dien-tu-va-giai-phap-qua-viec-lien-he-voi-quy-dinh-mot-so-nuoc-tren-the-gioi-ky-2-a629.html/" \l "_ftn2" \o "). Luật TMĐT 2018 của Trung Quốc quy định nhiều trách nhiệm pháp lý nghiêm ngặt hơn dành cho các chủ thể của các nền tảng TMĐT[[3]](https://phapluatbanquyen.phaply.vn/thuc-trang-hoat-dong-quang-cao-xam-pham-den-quyen-so-huu-tri-tue-trong-thuong-mai-dien-tu-va-giai-phap-qua-viec-lien-he-voi-quy-dinh-mot-so-nuoc-tren-the-gioi-ky-2-a629.html/" \l "_ftn3" \o ") khi họ tiến hành bán hàng hóa và sản phẩm có thể xâm phạm đến quyền SHTT thông qua các thị trường trực tuyến của họ.

Việc xử lý các vi phạm quyền SHTT trong hoạt động TMĐT đến từ nhiều phía, trước hết là từ phía chủ SHTT. Khi chủ sở hữu quyền SHTT cảm thấy rằng quyền SHTT của họ bị vi phạm, họ có quyền thông báo cho nhà điều hành nền tảng TMĐT  (kèm theo các bằng chứng sơ bộ về việc vi phạm) để thực hiện các biện pháp cần thiết như xóa, chặn, ngắt kết nối hoặc chấm dứt các giao dịch hoặc dịch vụ trên nền tảng TMĐT. Sau khi các nhà khai thác nền tảng TMĐT nhận được thông báo, họ sẽ nhanh chóng sử dụng các biện pháp cần thiết và gửi thông báo cho doanh nghiệp trên nền tảng. Trong trường hợp có lỗi trong thông báo gây tổn hại cho doanh nghiệp trên nền tảng TMĐT, trách nhiệm của chủ SHTT phải chịu theo quy định của pháp luật và kèm theo các trách nhiệm về bồi thường thiệt hại sẽ phải chịu gấp đôi.

Đối với các nền tảng TMĐT có các hành vi xâm phạm đến quyền SHTT trong hoạt động quảng cáo các sản phẩm, dịch vụ của mình phải cần tuân thủ quy trình “thông báo gỡ xuống” được thiết lập bởi Luật trách nhiệm pháp lý[[4]](https://phapluatbanquyen.phaply.vn/thuc-trang-hoat-dong-quang-cao-xam-pham-den-quyen-so-huu-tri-tue-trong-thuong-mai-dien-tu-va-giai-phap-qua-viec-lien-he-voi-quy-dinh-mot-so-nuoc-tren-the-gioi-ky-2-a629.html/" \l "_ftn4" \o "), trong đó yêu cầu các nền tảng TMĐT sẽ phải chịu trách nhiệm chung và nghiêm khắc nếu không có biện pháp khắc phục kịp thời sau khi được thông báo về việc xâm phạm quyền SHTT của chủ sở hữu. Sau đó, các nền tảng TMĐT phải chuyển tiếp thông báo vi phạm này cho người bán và chuyển tiếp bất kỳ phản hồi nào của người bán bao gồm bằng chứng sơ bộ cho chủ sở hữu quyền. Nếu chủ sở hữu quyền không thực hiện thêm bất kỳ hành động nào trong vòng 15 ngày kể từ ngày thông báo như vậy, nền tảng sẽ nhanh chóng gỡ bỏ mọi biện pháp đã thực hiện đối với người bán.

Bên cạnh đó, Điều 45 Luật TMĐT Trung Quốc cũng quy định trách nhiệm pháp lý của bên khai thác nền tảng TMĐT trong trường hợp nếu họ biết hoặc nên biết rằng các doanh nghiệp trên nền tảng đã vi phạm quyền SHTT, họ sẽ phải sử dụng các biện pháp cần thiết như xóa, chặn, phá vỡ liên kết hoặc kết thúc giao dịch và dịch vụ; khi họ không sử dụng các biện pháp cần thiết, họ phải chịu trách nhiệm chung với người vi phạm[[5]](https://phapluatbanquyen.phaply.vn/thuc-trang-hoat-dong-quang-cao-xam-pham-den-quyen-so-huu-tri-tue-trong-thuong-mai-dien-tu-va-giai-phap-qua-viec-lien-he-voi-quy-dinh-mot-so-nuoc-tren-the-gioi-ky-2-a629.html/" \l "_ftn5" \o ").

Đối với các cơ quan có thẩm quyền trong việc xử lý vi phạm quyền SHTT trong hoạt động TMĐT thông qua các hành vi quảng cáo và các hành vi khác về SHTT thì các cơ quan hành chính về quyền SHTT phải đưa ra các quyết định sửa chữa trong một thời gian theo quy định của pháp luật và nếu như việc chấm dứt các hành vi vi phạm không được thực hiện trong thời gian đó sẽ bị phạt từ 50.000 đến 500.000 RMB (nhân dân tệ) (tương đương 169 triệu đến 1,7 tỷ VNĐ); trong đó các trường hợp nghiêm trọng sẽ bị phạt từ 500.000 đến 2.000.000 RMB (tương đương với 1,7 tỷ - 6,9 tỷ VNĐ). Có thể thấy Luật TMĐT mới của Trung QUốc đã đưa ra mức phạt rất lớn cho chủ thể vi phạm.

**Pháp luật xử lý hành vi quảng cáo xâm phạm quyền SHTT trong TMĐT tại Việt Nam**

Pháp luật xử lý hành vi quảng cáo xâm phạm quyền SHTT tại Việt Nam được quy định ở nhiều văn bản pháp luật, nhưng chủ yếu ở 3 văn bản là Luật Quảng cáo 2012 sửa đổi bổ sung năm 2018, Luật SHTT sửa đổi bổ sung năm 2009, 2019 và Luật Giao dịch điện tử 2005 và một số văn bản hướng dẫn thi hành.

Đối với Luật Quảng cáo 2012, chỉ có một điều luật chung duy nhất quy định về việc xử lý vi phạm trong hoạt động quảng cáo. Tại Điều 11 quy định cá nhân và tổ chức của Luật này và các quy định khác của pháp luật có liên quan thì tùy theo tính chất, mức độ vi phạm mà bị xử phạt vi phạm hành chính; nếu gây thiệt hại thì phải bồi thường theo quy định của pháp luật, còn đối với cá nhân thì có thể bị thêm hình thức phạt là truy cứu trách nhiệm hình sự. Đối với cơ quan quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo phải chịu trách nhiệm về quyết định xử lý của mình; trường hợp quyết định sai, gây thiệt hại thì phải bồi thường theo quy định của pháp luật[[6]](https://phapluatbanquyen.phaply.vn/thuc-trang-hoat-dong-quang-cao-xam-pham-den-quyen-so-huu-tri-tue-trong-thuong-mai-dien-tu-va-giai-phap-qua-viec-lien-he-voi-quy-dinh-mot-so-nuoc-tren-the-gioi-ky-2-a629.html/" \l "_ftn6" \o "). Có thể thấy, về cơ bản Luật Quảng cáo không cụ thể hóa được việc vi phạm trong hoạt động quảng cáo sẽ chịu các mức xử phạt cụ thể nào, mà điều luật quy định rất chung chung, mang tính liệt kê, hình thức. Nghị định số 181/2013/NĐ-CP ngày 14/11/2013 của Chính Phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Quảng cáo cũng không có quy định làm rõ điều luật về xử lý vi phạm trong hoạt động này.

Ngoài ra, tại Mục 2 Chương 3 Nghị định số 38/2021/NĐ-CP ngày 29/3/2021 của Chính Phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực văn hóa và quảng cáo, quy định về các mức xử phạt hành chính trong lĩnh vực quảng cáo trên báo chí, sản phẩm in, phương tiện điện tử, thiết bị đầu cuối và các thiết bị viễn thông khác. Có thể thấy, những hành vi quảng cáo bị xử phạt vi phạm hành chính được liệt kê ra đều là những hành vi quảng cáo đơn thuần thông qua phương tiện điện tử, chứ không nói đến hành vi quảng cáo xâm phạm đến quyền SHTT.

Đối với Luật SHTT sửa đổi bổ sung năm 2009, 2019 cũng dành hẳn một phần riêng để bảo vệ quyền SHTT, trong đó chia thành các hình thức xử phạt bằng các biện pháp khác nhau từ hành chính, dân sự, hình sự. Tuy nhiên, vấn đề đặt ra là các biện pháp xử lý này áp dụng chung tất cả các hành vi xâm phạm đến quyền SHTT. Nghĩa là đối với các hành vi xâm phạm quyền SHTT trong hoạt động quảng cáo cũng xử lý bằng những biện pháp này. Điều này là dễ hiểu vì bản chất hoạt động quảng cáo không được quy định trong Luật SHTT mà quảng cáo chỉ là một phương tiện truyền thông. Hành vi xâm phạm quyền SHTT trong hoạt động quảng cáo cũng được xác định dựa trên các hành vi xâm phạm quyền SHTT trong tất cả các lĩnh vực nói chung và ứng dụng vào hoạt động quảng cáo thông qua TMĐT[[7]](https://phapluatbanquyen.phaply.vn/thuc-trang-hoat-dong-quang-cao-xam-pham-den-quyen-so-huu-tri-tue-trong-thuong-mai-dien-tu-va-giai-phap-qua-viec-lien-he-voi-quy-dinh-mot-so-nuoc-tren-the-gioi-ky-2-a629.html/" \l "_ftn7" \o ").

Mặt khác, đối với các hoạt động được thực hiện trên phương tiện điện tử thì việc xử lý vi phạm được quy định tại Luật Giao dịch điện tử năm 2005 có một số biện pháp như xử lý kỷ luật, xử phạt hành chính hoặc truy cứu trách nhiệm hình sự hoặc bồi thường thiệt hại theo quy định của pháp luật[[8]](https://phapluatbanquyen.phaply.vn/thuc-trang-hoat-dong-quang-cao-xam-pham-den-quyen-so-huu-tri-tue-trong-thuong-mai-dien-tu-va-giai-phap-qua-viec-lien-he-voi-quy-dinh-mot-so-nuoc-tren-the-gioi-ky-2-a629.html/" \l "_ftn8" \o "). Luật Giao dịch điện tử cũng chỉ quy định chung cho tất cả các vi phạm được giao dịch thông qua phương tiện điện tử, nghĩa là hành vi quảng cáo xâm phạm quyền SHTT trong hoạt động TMĐT cũng có thể được điều chỉnh bởi Luật Giao dịch điện tử. Như vậy, thông qua các văn bản quy phạm pháp luật của Việt Nam nêu trên, có thể thấy chưa có văn bản nào đề cập cụ thể đến việc xử lý vi phạm đối với hành vi quảng cáo xâm phạm đến quyền SHTT trong TMĐT.

Về cơ quan có thẩm quyền xử lý vi phạm hành chính của hành vi quảng cáo xâm phạm quyền SHTT trong TMĐT, đó là Thanh tra Khoa học và Công nghệ[[9]](https://phapluatbanquyen.phaply.vn/thuc-trang-hoat-dong-quang-cao-xam-pham-den-quyen-so-huu-tri-tue-trong-thuong-mai-dien-tu-va-giai-phap-qua-viec-lien-he-voi-quy-dinh-mot-so-nuoc-tren-the-gioi-ky-2-a629.html/" \l "_ftn9" \o "). Thanh tra Khoa học và Công nghệ sẽ có thẩm quyền xử lý vi phạm hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghệ trên Internet với các hình phạt từ phạt cảnh cáo, phạt tiền từ 500.000 đồng đến 250.000.000 đồng, hoặc tước quyền sử dụng giấy phép, chứng chỉ hành nghề có thời hạn hoặc đình chỉ hoạt động kinh doanh hàng hóa, dịch vụ vi phạm có thời hạn, hoặc tịch thu tang vật, phương tiện vi phạm hành chính[[10]](https://phapluatbanquyen.phaply.vn/thuc-trang-hoat-dong-quang-cao-xam-pham-den-quyen-so-huu-tri-tue-trong-thuong-mai-dien-tu-va-giai-phap-qua-viec-lien-he-voi-quy-dinh-mot-so-nuoc-tren-the-gioi-ky-2-a629.html/" \l "_ftn10" \o "). Còn đối với các hành vi vi phạm khác xâm phạm đến quyền SHTT trong TMĐT thì sẽ thuộc thẩm quyền của Cục TMĐT.

**Đề xuất giải pháp và kiến nghị hoàn thiện pháp luật Việt Nam về xử lý hành vi quảng cáo xâm phạm quyền SHTT trong TMĐT**

Qua thực trạng xử lý các hành vi quảng cáo xâm phạm đến quyền SHTT của Việt Nam cho thấy quy định của pháp luật về hành vi này còn mờ nhạt, gây nhiều bất cập, trở ngại, khó khăn, không bảo vệ được quyền và lợi ích hợp pháp của các chủ thể. Hơn hết, thị trường TMĐT của Việt Nam đang tăng trưởng số một Đông Nam Á[[11]](https://phapluatbanquyen.phaply.vn/thuc-trang-hoat-dong-quang-cao-xam-pham-den-quyen-so-huu-tri-tue-trong-thuong-mai-dien-tu-va-giai-phap-qua-viec-lien-he-voi-quy-dinh-mot-so-nuoc-tren-the-gioi-ky-2-a629.html/" \l "_ftn11" \o "), nên những hành vi xâm phạm trên các nền tảng TMĐT ngày càng gia tăng. Chính vì vậy, việc hoàn thiện pháp luật Việt Nam về xử lý hành vi quảng cáo xâm phạm quyền SHTT trong TMĐT là hết sức cần thiết.

***Thứ nhất,*** cần xây dựng cơ sở pháp lý rõ ràng cụ thể trong việc xác định hành vi vi phạm để đưa ra biện pháp xử lý phù hợp đối với hành vi quảng cáo xâm phạm quyền SHTT trong TMĐT. Vấn đề đặt ra ở đây là nên đưa các hành vi này vào Luật SHTT hay Luật Quảng cáo hoặc Luật Giao dịch điện tử.

Như đã phân tích ở trên về pháp luật xử lý hành vi quảng cáo xâm phạm quyền SHTT trong TMĐT ở Trung Quốc, thì tất cả các hành vi quảng cáo mà xâm phạm đến quyền SHTT trên nền tảng TMĐT sẽ được điều chỉnh bởi Luật TMĐT. Đây là kinh nghiệm từ nước láng giềng mà Việt Nam cần tham khảo khi đặt ra vấn đề có nên đề xuất xây dựng Luật TMĐT của Việt Nam để cho phù hợp với tình hình thực tiễn phát triển hiện nay.

Để thực hiện được việc này, các cơ quan có thẩm quyền cần rà soát lại ba nguồn luật cơ bản liên quan đến lĩnh vực này là Luật SHTT, Luật Quảng cáo, Luật Giao dịch điện tử và các văn bản hướng dẫn thi hành có liên quan để có thể đưa ra các quy định mới, tránh trùng lặp. Đặc biệt, cần lưu ý là có sự thống nhất một cơ quan chuyên trách sẽ thực hiện hoạt động này, bởi hiện nay việc xử lý hành vi quảng cáo trên TMĐT được giao cho Thanh tra Khoa học & Công nghệ. Tuy nhiên các vấn đề về nội dung cần được hỗ trợ bởi Cục SHTT và Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và Bộ Công Thương[[12]](https://phapluatbanquyen.phaply.vn/thuc-trang-hoat-dong-quang-cao-xam-pham-den-quyen-so-huu-tri-tue-trong-thuong-mai-dien-tu-va-giai-phap-qua-viec-lien-he-voi-quy-dinh-mot-so-nuoc-tren-the-gioi-ky-2-a629.html/" \l "_ftn12" \o ").

Trên cơ sở xây dựng cơ sở pháp lý vững chắc xác định hành vi vi phạm, cần xây dựng biện pháp xử lý phù hợp đối với hành vi quảng cáo xâm phạm quyền SHTT trong TMĐT. Có thể thấy, các văn bản pháp luật hiện hành có quy định các biện pháp xử lý về quảng cáo, nhưng quảng cáo xâm phạm quyền SHTT trên TMĐT thì lại chưa được quy định cụ thể rõ nét.

Vì thế, cần có văn bản quy định vấn đề này một cách kịp thời. Trên cơ sở nghiên cứu Luật TMĐT 2018 của Trung Quốc thì việc xây dựng Luật TMĐT mới cho Việt Nam sẽ phù hợp khi có thể tổng hợp được tất cả các hành vi, giao dịch trên nền tảng TMĐT. Từ đó, những biện pháp cụ thể mà văn bản phải xây dựng được bao gồm 4 hình thức xử lý đó là: (i) Biện pháp, công cụ tự bảo vệ cho các chủ thể bị xâm phạm; (ii) Biện pháp dân sự; (iii) Biện pháp hành chính); (iv) Biện pháp hình sự. Việc xây dựng các biện pháp xử lý này hoàn toàn dựa trên các biện pháp xử lý từ các hành vi vi phạm khác, nhưng phải cân đối mức độ vi phạm của hành vi để có thể đưa ra các biện pháp xử lý phù hợp.

***Thứ hai,*** nghiên cứu xây dựng và ban hành một văn bản dưới luật hướng dẫn quy định về vấn đề quảng cáo xâm phạm quyền SHTT trong TMĐT. Đặt trong bối cảnh hiện nay khi thị trường TMĐT của Việt Nam ngày càng phát triển mạnh mẽ, kèm theo đó là các hành vi xâm phạm ngày càng gia tăng và diễn biến phức tạp, việc xây dựng luật mới tốn rất nhiều thời gian thì đây chính là giải pháp ngắn hạn phù hợp nhất trong giai đoạn hiện nay. Giải pháp này sẽ là bước đi hiệu quả góp phần ngăn chặn và hạn chế các hành vi vi phạm, tranh chấp xảy ra ở thời điểm trước mắt.

Đặt trong bối cảnh hội nhập quốc tế, Việt Nam cần thúc đẩy nhanh hơn nữa quá trình xây dựng khung khổ pháp luật và thực thi pháp luật hiệu quả nhằm ngăn ngừa các hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ trong hoạt động quảng cáo trên các trang thương mại điện tử. Bởi, với các quốc gia có sự phát triển vượt bậc của thương mại điện tử, điển hình như Trung Quốc, Hoa Kỳ,… đã có những quy định rất chặt chẽ nhằm ngăn chặn hành vi này. Việt Nam, nếu muốn tiến xa hơn trên chiến trường quốc tế, cần hành động để bắt kịp với sự phát triển này.

*Lưu ý: Bài viết dựa trên thông tin thực tiễn và quan điểm khoa học, thực tiễn, không nhằm quảng bá cho bất kỳ, cá nhân tổ chức nào.*

**Tác giả: Thu Hà - Minh Châu**

Nguồn: https://phapluatbanquyen.phaply.vn/thuc-trang-hoat-dong-quang-cao-xam-pham-den-quyen-so-huu-tri-tue-trong-thuong-mai-dien-tu-va-giai-phap-qua-viec-lien-he-voi-quy-dinh-mot-so-nuoc-tren-the-gioi-ky-2-a629.html/

[[1]](https://phapluatbanquyen.phaply.vn/thuc-trang-hoat-dong-quang-cao-xam-pham-den-quyen-so-huu-tri-tue-trong-thuong-mai-dien-tu-va-giai-phap-qua-viec-lien-he-voi-quy-dinh-mot-so-nuoc-tren-the-gioi-ky-2-a629.html/" \l "_ftnref1" \o ") E-commerce Law of the People’s Republic of China 2018, truy cập lần cuối ngày 17/09/2021

[[2]](https://phapluatbanquyen.phaply.vn/thuc-trang-hoat-dong-quang-cao-xam-pham-den-quyen-so-huu-tri-tue-trong-thuong-mai-dien-tu-va-giai-phap-qua-viec-lien-he-voi-quy-dinh-mot-so-nuoc-tren-the-gioi-ky-2-a629.html/" \l "_ftnref2" \o ") Advertising Law of the People’s Republic of China 2015, truy cập lần cuối ngày 17/09/2021

[[3]](https://phapluatbanquyen.phaply.vn/thuc-trang-hoat-dong-quang-cao-xam-pham-den-quyen-so-huu-tri-tue-trong-thuong-mai-dien-tu-va-giai-phap-qua-viec-lien-he-voi-quy-dinh-mot-so-nuoc-tren-the-gioi-ky-2-a629.html/" \l "_ftnref3" \o ") E-commerce platforms: nền tảng TMĐT là một giải pháp công nghệ phần mềm cho phép bạn xây dựng mặt tiền cửa hàng cho phép doanh nghiệp thực hiện các công việc mua bán sản phẩm và dịch vụ.

[[4]](https://phapluatbanquyen.phaply.vn/thuc-trang-hoat-dong-quang-cao-xam-pham-den-quyen-so-huu-tri-tue-trong-thuong-mai-dien-tu-va-giai-phap-qua-viec-lien-he-voi-quy-dinh-mot-so-nuoc-tren-the-gioi-ky-2-a629.html/" \l "_ftnref4" \o ") Tort Liability Law of the People’s Republic of China, truy cập lần cuối ngày 17/09/2021

[[5]](https://phapluatbanquyen.phaply.vn/thuc-trang-hoat-dong-quang-cao-xam-pham-den-quyen-so-huu-tri-tue-trong-thuong-mai-dien-tu-va-giai-phap-qua-viec-lien-he-voi-quy-dinh-mot-so-nuoc-tren-the-gioi-ky-2-a629.html/" \l "_ftnref5" \o ") Article 45: “Where an e-commerce platform operator knows or should know any infringement upon IPR by operators on platform, the e-commerce platform operator shall take such necessary measures as deletion, blocking, disabling the link, termination of transaction and service, and shall assume joint and several liability with the infringer if it falls to take such necessary measures.”

[[6]](https://phapluatbanquyen.phaply.vn/thuc-trang-hoat-dong-quang-cao-xam-pham-den-quyen-so-huu-tri-tue-trong-thuong-mai-dien-tu-va-giai-phap-qua-viec-lien-he-voi-quy-dinh-mot-so-nuoc-tren-the-gioi-ky-2-a629.html/" \l "_ftnref6" \o ") Khoản 3 Điều 11 Luật Quảng cáo 2012 sửa đổi bổ sung năm 2018

[[7]](https://phapluatbanquyen.phaply.vn/thuc-trang-hoat-dong-quang-cao-xam-pham-den-quyen-so-huu-tri-tue-trong-thuong-mai-dien-tu-va-giai-phap-qua-viec-lien-he-voi-quy-dinh-mot-so-nuoc-tren-the-gioi-ky-2-a629.html/" \l "_ftnref7" \o ") Trường Đại học Luật Hà Nội (2019), *Bảo vệ quyền SHTT trong TMĐT – Kinh nghiệm quốc tế và hoàn thiện pháp luật ở Việt Nam*, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Trường, tr.201

[[8]](https://phapluatbanquyen.phaply.vn/thuc-trang-hoat-dong-quang-cao-xam-pham-den-quyen-so-huu-tri-tue-trong-thuong-mai-dien-tu-va-giai-phap-qua-viec-lien-he-voi-quy-dinh-mot-so-nuoc-tren-the-gioi-ky-2-a629.html/" \l "_ftnref8" \o ") Điều 50 Luật Giao dịch điện tử 2005

[[9]](https://phapluatbanquyen.phaply.vn/thuc-trang-hoat-dong-quang-cao-xam-pham-den-quyen-so-huu-tri-tue-trong-thuong-mai-dien-tu-va-giai-phap-qua-viec-lien-he-voi-quy-dinh-mot-so-nuoc-tren-the-gioi-ky-2-a629.html/" \l "_ftnref9" \o ") Điều 15 Nghị định số 99/2013/NĐ-CP của Chính Phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp.

[[10]](https://phapluatbanquyen.phaply.vn/thuc-trang-hoat-dong-quang-cao-xam-pham-den-quyen-so-huu-tri-tue-trong-thuong-mai-dien-tu-va-giai-phap-qua-viec-lien-he-voi-quy-dinh-mot-so-nuoc-tren-the-gioi-ky-2-a629.html/" \l "_ftnref10" \o ") Điều 16 Nghị định số 99/2013/NĐ-CP của Chính Phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp.

[[11]](https://phapluatbanquyen.phaply.vn/thuc-trang-hoat-dong-quang-cao-xam-pham-den-quyen-so-huu-tri-tue-trong-thuong-mai-dien-tu-va-giai-phap-qua-viec-lien-he-voi-quy-dinh-mot-so-nuoc-tren-the-gioi-ky-2-a629.html/" \l "_ftnref11" \o ") Bá Toàn (2021), *Thương mại điện tử Việt Nam tăng trưởng số một Đông Nam Á*, truy cập lần cuối ngày 17/09/2021

[[12]](https://phapluatbanquyen.phaply.vn/thuc-trang-hoat-dong-quang-cao-xam-pham-den-quyen-so-huu-tri-tue-trong-thuong-mai-dien-tu-va-giai-phap-qua-viec-lien-he-voi-quy-dinh-mot-so-nuoc-tren-the-gioi-ky-2-a629.html/" \l "_ftnref12" \o ") Trường Đại học Luật Hà Nội (2019), *Bảo vệ quyền SHTT trong TMĐT – Kinh nghiệm quốc tế và hoàn thiện pháp luật ở Việt Nam*, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Trường, tr.201