



TRÁCH NHIỆM LIÊN ĐỐI BỒI THƯỜNG THIẾT HẠI CỦA SÀN GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG XÂM PHẠM NHÃN HIỆU TẠI VIỆT NAM

Lê Thị Ngọc Trâm

Trường Đại học Luật, Đại học Huế, đường Võ Văn Kiệt, TP. Huế, Việt Nam

* Tác giả liên hệ: Lê Thị Ngọc Trâm <lntram.dhl23@hueuni.edu.vn>

(Ngày nhận bài: 18-12-2024; Ngày chấp nhận đăng: 11-06-2025)

Tóm tắt: Trách nhiệm liên đới bồi thường thiệt hại của sàn giao dịch thương mại điện tử trong xâm phạm nhãn hiệu tại Việt Nam là một vấn đề pháp lý đang nổi lên trong bối cảnh thương mại điện tử phát triển nhanh chóng như hiện nay. Các sàn giao dịch thương mại điện tử đóng vai trò là nền tảng giao dịch trung gian kết nối giữa người mua và người bán nhưng cũng là môi trường tiềm ẩn các hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, đặc biệt là nhãn hiệu. Bài viết đề cập đến các nội dung về pháp luật một số quốc gia trên thế giới, thực trạng pháp luật và thực tiễn thực hiện pháp luật về trách nhiệm liên đới bồi thường thiệt hại của sàn giao dịch thương mại điện tử trong xâm phạm nhãn hiệu tại Việt Nam. Từ đó, đề xuất các khuyến nghị góp phần hoàn thiện pháp luật về nội dung này.

Từ khóa: nhãn hiệu, sàn giao dịch thương mại điện tử, trách nhiệm liên đới bồi thường thiệt hại

JOINT LIABILITY FOR COMPENSATION OF DAMAGES BY E-COMMERCE PLATFORMS IN TRADEMARK INFRINGEMENT IN VIETNAM

Le Thi Ngoc Tram

University of Law, Hue University, Vo Van Kiet St., Hue City, Vietnam

Correspondence to Le Thi Ngoc Tram <lntram.dhl23@hueuni.edu.vn>

(Received: December 18, 2024; Accepted: June 11, 2025)

Abstract: The joint liability for compensation of damages by e-commerce platforms in trademark infringement in Vietnam has emerged as a significant legal issue in the context of rapidly growing e-commerce. E-commerce platforms serve as intermediary trading platforms connecting buyers and sellers but also create an environment where intellectual property infringements, particularly trademark

violations, can occur. This article discusses the legal frameworks of several countries, the current state of legislation, and the practical implementation of regulations regarding the joint liability for compensation of damages by e-commerce platforms in trademark infringement cases in Vietnam. Based on this analysis, the paper proposes recommendations to improve the legal framework on this issue.

Keywords: trademark, e-commerce platforms, joint liability for compensation of damages

1. Đặt vấn đề

Ngày nay, thương mại điện tử (TMĐT) đang là một kênh giao thương chính của hoạt động thương mại toàn cầu. Mô hình kinh doanh B2C, giao dịch thương mại giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng trên các sàn giao dịch TMĐT đang rất phổ biến tại Việt Nam đạt 498,9 ngàn tỷ đồng, trong đó 5 sàn TMĐT (Shopee, Lazada, Tiki, Sendo, Tiktok Shop) đạt 232,2 ngàn tỷ đồng [1]. Các doanh số trên phần nào đã phản ánh sự sôi động và tăng trưởng liên tục của các hoạt động TMĐT trên các sàn giao dịch TMĐT. Nhân hiệu là đối tượng quyền sở hữu trí tuệ phổ biến nhất trong TMĐT và cũng là đối tượng dễ bị xâm phạm nhất. Nhân hiệu giúp phân biệt hàng hóa cùng loại của nhà sản xuất này với nhà sản xuất khác, qua đó giúp người tiêu dùng lựa chọn hàng hóa/dịch vụ trên thị trường [6].

Cùng với sự phát triển lớn mạnh không ngừng của quy mô các sàn giao dịch TMĐT, sự tham gia đông đảo của các chủ thể giao dịch trên các sàn đã xuất hiện nhiều hành vi có tính chất xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp đối với nhân hiệu. Các hành vi này bao gồm nhưng không giới hạn ở: (i) bán hàng giả, hàng nhái, hàng không rõ nguồn gốc xuất xứ; (ii) sử dụng trái phép nhân hiệu nổi tiếng để quảng cáo; (iii) lợi dụng thương mại song song để nhập khẩu và phân phối hàng hóa trái phép... Những hành vi này có thể gây tổn hại nghiêm trọng đến uy tín và quyền lợi của chủ sở hữu nhân hiệu. Vì vậy, việc nghiên cứu trách nhiệm liên đới bồi thường thiệt hại của sàn giao dịch TMĐT – với tư cách là nền tảng trung gian – trong các trường hợp xâm phạm nhân hiệu tại Việt Nam trên cơ sở tiếp thu kinh nghiệm của một số quốc gia trên thế giới không chỉ có ý nghĩa pháp lý mà còn mang tính cấp thiết đối với việc bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ trong kỷ nguyên số.

2. Các khái niệm về trách nhiệm liên đới bồi thường thiệt hại của sàn giao dịch thương mại điện tử trong xâm phạm nhân hiệu

Trách nhiệm liên đới là một chế định pháp lý trong đó có hai hoặc nhiều bên cùng chịu trách nhiệm thực hiện nghĩa vụ nhất định đối với bên thứ ba. Nếu một bên không thực hiện thì bên còn lại hoặc các bên còn lại có trách nhiệm thực hiện thay phần nghĩa vụ đó. Trách nhiệm liên đới được áp dụng trong các nghĩa vụ pháp lý như hợp đồng, bồi thường thiệt hại, hoặc nghĩa vụ pháp lý phát sinh từ hành vi vi phạm pháp luật. Một khái niệm khá tương đồng với khái niệm “trách nhiệm liên đới” là khái niệm “nghĩa vụ liên đới” theo quy định của Bộ luật Dân

sự. “*Trách nhiệm*” là phần việc được giao cho hoặc coi như giao cho, phải đảm bảo làm tròn, nếu không sẽ phải gánh chịu hậu quả pháp lý, còn “*liên đới*” là sự ràng buộc lẫn nhau về trách nhiệm và nghĩa vụ [7]. Theo đó, Quy định tại Khoản 1 Điều 288 Bộ luật Dân sự 2015 “*Nghĩa vụ liên đới là nghĩa vụ do nhiều người cùng phải thực hiện và bên có quyền có thể yêu cầu bất cứ ai trong số những người có nghĩa vụ phải thực hiện toàn bộ nghĩa vụ*”. Như vậy, bản chất của trách nhiệm liên đới là sự ràng buộc pháp lý giữa nhiều chủ thể cùng có nghĩa vụ và cùng phải chịu trách nhiệm khi xảy ra thiệt hại.

Khái niệm sàn giao dịch thương mại được quy định tại Khoản 9 Điều 3 Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16 tháng 5 năm 2013 của Chính phủ về thương mại điện tử, có hiệu lực kể từ ngày 01 tháng 7 năm 2013, được sửa đổi, bổ sung bởi: Nghị định số 08/2018/NĐ-CP ngày 15 tháng 01 năm 2018 của Chính phủ sửa đổi một số Nghị định liên quan đến điều kiện đầu tư kinh doanh thuộc phạm vi quản lý nhà nước của Bộ Công Thương, có hiệu lực kể từ ngày 15 tháng 01 năm 2018 và Nghị định số 85/2021/NĐ-CP ngày 25 tháng 9 năm 2021 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16 tháng 5 năm 2013 của Chính phủ về thương mại điện tử, có hiệu lực kể từ ngày 01 tháng 01 năm 2022 (sau đây gọi là Nghị định số 52/2013/NĐ-CP): “*website TMĐT cho phép các thương nhân, tổ chức, cá nhân không phải chủ sở hữu website có thể tiến hành một phần hoặc toàn bộ quy trình mua bán hàng hóa, dịch vụ trên đó*”. Với vai trò là nền tảng trung gian kết nối giữa người bán và người mua, sàn giao dịch TMĐT không trực tiếp thực hiện giao dịch nhưng có trách nhiệm pháp lý trong việc kiểm soát thông tin, hàng hóa dịch vụ được đưa lên sàn. Đặc biệt, Điều 36 Nghị định số 52/2013/NĐ-CP về thương mại điện tử, quy định rõ: các sàn giao dịch TMĐT phải thực hiện biện pháp ngăn chặn và loại bỏ thông tin vi phạm pháp luật về sở hữu trí tuệ, bao gồm cả đối với nhãn hiệu ngay khi nhận được phản ánh hoặc nhu cầu từ: chủ sở hữu nhãn hiệu, cơ quan Nhà nước có thẩm quyền. Việc loại bỏ thông tin được thực hiện trong thời hạn 24h kể từ khi nhận được yêu cầu. Ngoài ra, sàn giao dịch TMĐT còn phải thực hiện thông báo công khai về việc xử lý vi phạm trên sàn.

Về hành vi xâm phạm nhãn hiệu, Khoản 1 Điều 129 Luật Sở hữu trí tuệ 2005 (sửa đổi, bổ sung 2022) quy định rõ các hành vi bị coi là xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu, bao gồm: sử dụng dấu hiệu trùng hoặc tương tự gây nhầm lẫn với nhãn hiệu đã đăng ký; gắn dấu hiệu vi phạm lên bao bì, nhãn hàng hóa; quảng cáo, chào bán, lưu thông hàng hóa mang nhãn hiệu vi phạm; nhập khẩu hàng hóa xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu. Trong bối cảnh TMĐT, những hành vi này thường xuất hiện dưới hình thức bán hàng giả, hàng nhái, quảng cáo bằng nhãn hiệu đã được bảo hộ mà không có sự cho phép, hoặc phân phối hàng hóa vi phạm quyền sở hữu trí tuệ qua kênh bán hàng trực tuyến.

Trường hợp sàn giao dịch TMĐT không thực hiện hoặc thực hiện không đầy đủ nghĩa vụ kiểm duyệt, giám sát, xử lý khi có yêu cầu từ chủ sở hữu quyền hoặc cơ quan chức năng (ví dụ: không gỡ bỏ gian hàng bán hàng giả dù đã được cảnh báo), sàn có thể bị xem là có lỗi và phải

chịu trách nhiệm liên đới bồi thường thiệt hại cùng với người trực tiếp vi phạm. Điều này phát sinh trên cơ sở nguyên tắc người trung gian mà có điều kiện biết, nhưng không hành động ngăn chặn hành vi vi phạm, thì bị coi là đồng phạm hoặc bên tiếp tay gián tiếp trong hành vi xâm phạm. Trách nhiệm pháp lý gián tiếp có lẽ vẫn là biện pháp khắc phục duy nhất có ý nghĩa đối với chủ sở hữu quyền khi nói đến tình trạng xâm phạm bản quyền và nhãn hiệu tràn lan trên Internet. Việc tìm ra những người xâm phạm trực tiếp thường vô cùng khó khăn và tốn kém. Vì vậy, chủ sở hữu quyền tìm cách, theo nhiều lý thuyết về trách nhiệm pháp lý gián tiếp, để buộc những người cung cấp phương tiện để thực hiện hành vi xâm phạm phải chịu trách nhiệm [8].

Từ đó, có thể đưa ra định nghĩa: *Trách nhiệm liên đới bồi thường thiệt hại của sàn TMĐT trong hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu là trách nhiệm mà sàn phải cùng chịu với chủ thể vi phạm khi sàn không thực hiện đầy đủ nghĩa vụ pháp lý về giám sát, kiểm soát và ngăn chặn hành vi xâm phạm trên nền tảng của mình, dẫn đến thiệt hại cho chủ sở hữu nhãn hiệu.*

Trên thế giới, các quốc gia như Trung Quốc và Hoa Kỳ đều có các quy định về trách nhiệm liên đới của các sàn giao dịch TMĐT đối với các hành vi xâm phạm nhãn hiệu. Tòa án Trung Quốc đã đưa ra ranh giới chịu trách nhiệm chung của các sàn TMĐT như Taobao, Tmall trong trường hợp liên quan đến bán hàng giả. Tại Hoa Kỳ, Luật mua sắm an toàn ban hành năm 2021 cũng quy định các trách nhiệm đặc biệt của sàn TMĐT [5]. Tại Trung Quốc, các Tòa án đã xác định rằng nếu sàn TMĐT không thực hiện nghĩa vụ giám sát, cảnh báo và gỡ bỏ thông tin vi phạm sau khi biết hoặc phải biết về hành vi bán hàng giả thì sẽ phải chịu trách nhiệm liên đới bồi thường thiệt hại cùng với người bán. Các án lệ tại Trung Quốc đặt ra ranh giới trách nhiệm rõ ràng, yêu cầu sàn TMĐT chủ động kiểm soát nội dung và hàng hóa được đăng bán. Trong khi đó, tại Hoa Kỳ, đạo luật INFORM Consumers Act (2021) yêu cầu các nền tảng TMĐT phải xác minh thông tin người bán và gỡ bỏ hàng hóa vi phạm sau khi nhận được thông báo hợp lệ từ chủ sở hữu nhãn hiệu. Dù không mặc định sàn phải chịu trách nhiệm trong mọi trường hợp, nhưng nếu sàn không hành động sau khi được cảnh báo thì có thể bị coi là đồng phạm hoặc bị truy cứu trách nhiệm dân sự. Vụ kiện điển hình Tiffany kiện eBay cho thấy tòa án Hoa Kỳ đã đặt ra nguyên tắc “*thông báo và gỡ bỏ*” như một cơ sở xác định trách nhiệm sàn.

Qua đó, có thể thấy các quốc gia lớn đều tiến tới việc ràng buộc trách nhiệm pháp lý với sàn TMĐT khi họ không thực hiện đầy đủ nghĩa vụ giám sát và bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, đồng thời kết hợp giữa cơ chế chủ động và cơ chế phản hồi để đảm bảo tính công bằng và khả thi trong thực tiễn thương mại điện tử.

3. **Pháp luật một số quốc gia trên thế giới về trách nhiệm liên đới bồi thường thiệt hại của sàn giao dịch thương mại điện tử trong xâm phạm nhãn hiệu**

Giao dịch trên các sàn TMĐT đang diễn ra rất sôi động trên toàn thế giới, các sàn thương mại hàng đầu thế giới có thể kể đến như: Amazon, eBay, Alibaba, Shopify, Lazada... hàng ngày, hàng giờ đang diễn ra hàng nghìn giao dịch. Từ đó, cũng có thể tiềm ẩn nhiều hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu. Vì thế, tại nhiều quốc gia đã thiết lập các khung pháp lý cụ thể để đảm bảo rằng sàn TMĐT chịu trách nhiệm liên đới khi sản phẩm vi phạm được bán trên nền tảng của họ. Tuy nhiên, ở mỗi quốc gia, cách tiếp cận pháp lý có những đặc thù khác nhau, cả về cơ sở pháp lý lẫn điều kiện xác định trách nhiệm.

“*Digital Services Act (DSA)*” chính là Đạo luật dịch vụ kỹ thuật số của Liên minh Châu Âu (EU) được ban hành vào năm 2022. Trong Đạo luật này sàn TMĐT phải tuân thủ các quy định mới ngăn chặn việc bán hàng hóa bất hợp pháp [12]. Điều 22 và 23 của Đạo luật Dịch vụ Kỹ thuật số (DSA) quy định trách nhiệm pháp lý của các nhà cung cấp nền tảng trực tuyến (online platforms). Các sàn TMĐT phải thiết lập cơ chế tiếp nhận thông báo từ chủ thể quyền và gỡ bỏ kịp thời nội dung/sản phẩm vi phạm sau khi nhận được cảnh báo hợp lệ. Bao gồm việc các sàn TMĐT phải chủ động kiểm soát nội dung và loại bỏ các sản phẩm vi phạm quyền sở hữu công nghiệp, trong đó có nhãn hiệu. Điều 26 DSA nêu rõ: nếu nền tảng “*biết hoặc có cơ sở để biết*” về nội dung bất hợp pháp và không hành động, thì mất quyền miễn trừ trách nhiệm. Sàn giao dịch sẽ chịu trách nhiệm liên đới nếu (i) sau khi nhận được thông báo từ chủ sở hữu nhãn hiệu mà sàn TMĐT không thực hiện việc loại bỏ các thông tin vi phạm; (ii) sàn thương mại thu được các lợi ích trực tiếp như chiết khấu, phí dịch vụ từ việc bán hàng hóa xâm phạm nhãn hiệu. Vụ *L’Oréal v.eBay* năm 2011 được xét xử bởi Tòa án công lý EU, vụ việc xoay quanh việc kiểm soát các hàng hóa giả mạo được hiển thị và giao dịch trên sàn TMĐT này. Tòa án đã không yêu cầu *eBay* phải thực hiện trách nhiệm bồi thường. Tuy nhiên, thông qua vụ án các nguyên tắc pháp lý được xác lập để áp dụng cho các vụ việc tương tự: (i) ECJ nhấn mạnh rằng các nền tảng TMĐT không thể được miễn trừ trách nhiệm nếu biết (hoặc có thể biết) về hành vi xâm phạm nhãn hiệu; (ii) các sàn TMĐT đang đóng vai trò tích cực cho các giao dịch này, vì thế họ có thể phải chịu trách nhiệm liên đới bồi thường [4]. Theo đó, DSA thiết lập nghĩa vụ chủ động và phản ứng nhanh đối với các sàn TMĐT, nếu không thực hiện đầy đủ các nghĩa vụ, nền tảng sẽ chịu trách nhiệm liên đới dân sự với chủ thể quyền.

Hoa Kỳ là một trong những quốc gia có lịch sử phát triển sở hữu trí tuệ lâu đời, Luật Lanham Act là luật cơ bản về nhãn hiệu của Hoa Kỳ, quy định quyền bảo vệ nhãn hiệu khỏi các hành vi xâm phạm, bao gồm trên các nền tảng TMĐT. Các sàn TMĐT chịu trách nhiệm nếu (i) biết hoặc có lý do để biết về hành vi vi phạm nhưng không thực hiện hành động ngăn chặn; (ii) sàn TMĐT đã có hành vi xâm phạm như cung cấp công cụ quảng cáo hoặc dịch vụ giao hàng.

Vụ *Tiffany v.eBay* (2010), *Tiffany & Co* là một thương hiệu cao cấp nổi tiếng về trang sức là nguyên đơn và *eBay* một sàn TMĐT là bị đơn. Theo đó, nguyên đơn cáo buộc eBay đã cố tình cho phép một số người dùng bán hàng giả nhãn hiệu của Tiffany trên sàn TMĐT này [11]. Nguyên đơn đã có cảnh báo cho bị đơn và v.eBay đã thực hiện các khởi xướng chống lại hàng giả, bao gồm việc thông báo và gỡ bỏ các gian hàng này. Kết quả giải quyết vụ án cuối cùng là Tòa án Hoa Kỳ phán quyết rằng eBay không phải chịu trách nhiệm liên đới khi họ đã thực hiện đầy đủ các trách nhiệm loại bỏ sản phẩm giả mạo ngay sau khi tiếp nhận thông tin từ nguyên đơn. Pháp luật Hoa Kỳ có xu hướng bảo vệ các nền tảng thương mại điện tử trong trường hợp họ thể hiện thiện chí và có hành động kịp thời nhằm ngăn chặn hành vi xâm phạm, song vẫn đủ nghiêm khắc để xử lý trách nhiệm pháp lý đối với các trường hợp cố tình làm ngơ hoặc thiếu trách nhiệm trong việc kiểm soát nội dung vi phạm.

Trung Quốc là một thị trường lớn và sôi động vào bậc nhất thế giới, Luật TMĐT của Trung Quốc, ban hành lần đầu năm 2019 là khung pháp lý quan trọng quản lý các hoạt động mua bán trực tiếp tại đất nước này. Trong Luật này, một số quy định chính nhằm (i) điều chỉnh hoạt động kinh doanh thương mại trực tuyến; (ii) bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng chống lại các hành vi bán hàng giả, hàng kém chất lượng; (iii) quy định chi tiết trách nhiệm của các sàn TMĐT phải đảm bảo thông tin của người bán và chất lượng hàng hóa. Cụ thể, Điều 45 của Luật TMĐT Trung Quốc quy định rằng: *“Trường hợp người điều hành nền tảng thương mại điện tử biết hoặc phải biết doanh nghiệp trên nền tảng vi phạm quyền sở hữu trí tuệ thì phải áp dụng các biện pháp cần thiết như xóa, chặn, phá liên kết hoặc chấm dứt giao dịch, dịch vụ; trường hợp không áp dụng các biện pháp cần thiết thì phải chịu trách nhiệm chung với bên vi phạm”*. Vụ án công ty Nippon kiện Zhanjin và Taobao liên quan đến xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu là một ví dụ về vấn đề này tại Trung Quốc. Zhanjin đã mở cửa hàng trên nền tảng Taobao và sử dụng nhãn hiệu của Nippon mà không được sự cho phép từ công ty. Hành vi này gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng, khiến người tiêu dùng hiểu rằng Zhanjin có mối liên hệ nào đó với Nippon, đã vi phạm đến quyền sở hữu trí tuệ của nguyên đơn. Nippon đã đề nghị Tòa án yêu cầu Zhanjin và Taobao ngừng ngay các hành vi xâm phạm, đưa ra thông báo ở một vị trí nổi bật trên Taobao để xin lỗi Nippon, gỡ bỏ nhãn hiệu bị vi phạm trên nền tảng, đồng thời bồi thường thiệt hại kinh tế với số tiền 200.000 CNY [10]. Qua phân tích quy định pháp lý và thực tiễn xét xử tại Trung Quốc, có thể thấy rằng hệ thống pháp luật nước này đã thiết lập một khuôn khổ trách nhiệm khá chặt chẽ đối với các sàn giao dịch thương mại điện tử trong việc phòng ngừa và xử lý các hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, đặc biệt là quyền đối với nhãn hiệu. Việc quy định trách nhiệm liên đới trong trường hợp nền tảng biết hoặc phải biết về hành vi vi phạm nhưng không có biện pháp ngăn chặn phù hợp, thể hiện xu hướng nâng cao nghĩa vụ giám sát chủ động của các sàn TMĐT, đồng thời tạo cơ sở pháp lý rõ ràng để bảo vệ hiệu quả quyền lợi chính đáng của chủ sở hữu nhãn hiệu trong môi trường số.

Pháp luật của nhiều quốc gia hiện nay, tiêu biểu như Liên minh Châu Âu, Hoa Kỳ và Trung Quốc, đều thể hiện xu hướng tăng cường trách nhiệm pháp lý đối với các sàn giao dịch thương mại điện tử trong việc kiểm soát hành vi xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu. Phần lớn hệ thống pháp luật không còn áp dụng miễn trừ tuyệt đối cho các nền tảng trung gian, mà thay vào đó, quy định rõ ràng về trách nhiệm liên đới bồi thường thiệt hại trong trường hợp các sàn không thực hiện đầy đủ nghĩa vụ giám sát hoặc đã tạo điều kiện thuận lợi cho các hành vi vi phạm xảy ra.

Tuy nhiên, mức độ yêu cầu về sự chủ động trong giám sát và cơ chế xử lý vi phạm lại có sự khác biệt đáng kể giữa các quốc gia, phản ánh quan điểm riêng trong việc cân đối giữa quyền lợi của chủ thể quyền và tính khả thi trong vận hành nền tảng số. Nhìn chung, các quốc gia đều nỗ lực xây dựng một môi trường pháp lý hài hòa, nhằm vừa bảo vệ hiệu quả quyền sở hữu trí tuệ, vừa không đặt ra gánh nặng pháp lý quá mức cản trở sự phát triển và đổi mới trong lĩnh vực thương mại điện tử.

4. Thực trạng pháp luật và thực tiễn thực hiện pháp luật về trách nhiệm liên đới bồi thường thiệt hại của sàn giao dịch thương mại điện tử trong xâm phạm nhãn hiệu tại Việt Nam

Trách nhiệm liên đới bồi thường thiệt hại của sàn giao dịch thương mại điện tử (TMĐT) trong các hành vi xâm phạm nhãn hiệu là vấn đề mới nổi lên trong bối cảnh thương mại số phát triển nhanh chóng và đang từng bước được quy định trong hệ thống pháp luật Việt Nam thông qua nhiều văn bản pháp luật liên ngành, tiêu biểu là Bộ luật Dân sự năm 2015, Luật SHTT, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023, Nghị định số 52/2013/NĐ-CP.

Về mặt lý luận, trách nhiệm liên đới bồi thường thiệt hại được xác lập dựa trên nguyên tắc người gây thiệt hại do lỗi (cố ý hoặc vô ý) phải bồi thường toàn bộ thiệt hại và nếu có nhiều chủ thể cùng gây ra thiệt hại thì phải liên đới chịu trách nhiệm theo quy định tại Điều 587 Bộ luật Dân sự 2015. Áp dụng vào lĩnh vực sở hữu trí tuệ, Khoản 1 Điều 129 Luật SHTT quy định rõ các hành vi xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu, trong đó nổi bật là hành vi sử dụng dấu hiệu trùng hoặc tương tự đến mức gây nhầm lẫn với nhãn hiệu được bảo hộ. Trong bối cảnh hoạt động thương mại điện tử, các hành vi vi phạm này không chỉ do thương nhân thực hiện trực tiếp mà còn có thể được thực hiện gián tiếp hoặc được tạo điều kiện thông qua nền tảng của sàn TMĐT.

Theo đó, buộc bồi thường là một trong các biện pháp dân sự được quy định trong Luật Sở hữu trí tuệ nhằm bù đắp các thiệt hại mà chủ sở hữu gánh chịu do hành vi xâm phạm nhãn hiệu. Ngày nay, các hành vi xâm phạm nhãn hiệu không chỉ xảy ra trong hoạt động kinh doanh, thương mại trực tiếp mà còn diễn ra trên các sàn TMĐT, nơi giao dịch và quảng cáo các gian hàng tiện lợi, nhanh chóng. Quy định tại Điều 36 Nghị định số 52/2013/NĐ-CP của Chính

phủ về TMĐT về trách nhiệm của thương nhân, tổ chức cung cấp dịch vụ sàn giao dịch TMĐT cụ thể như sau:

(i) *Đăng ký và công khai thông tin*: Thương nhân, tổ chức phải đăng ký thiết lập website cung cấp dịch vụ sàn TMĐT và công khai thông tin về sở hữu website. Điều này giúp xác định trách nhiệm của các bên tham gia.

(ii) *Xây dựng và công bố quy chế hoạt động*: Sàn giao dịch TMĐT phải xây dựng quy chế hoạt động, công khai trên website và giám sát việc thực hiện các quy chế này để bảo đảm hoạt động.

(iii) *Kiểm soát, an toàn thông tin và bảo mật*: Các sàn TMĐT thực hiện các công tác kiểm soát, đảm bảo an toàn thông tin và bảo mật cho các bên tham gia.

(iv) *Có biện pháp xử lý kịp thời khi phát hiện hoặc nhận được phản ánh về hành vi kinh doanh vi phạm pháp luật trên sàn giao dịch TMĐT*: Gỡ bỏ thông tin về hàng hóa, dịch vụ vi phạm pháp luật trong vòng 24 giờ kể từ khi nhận được yêu cầu của cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền; Phối hợp với các chủ thể quyền sở hữu trí tuệ rà soát và gỡ bỏ các sản phẩm xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ theo quy trình, thủ tục công bố tại Quy chế hoạt động của sàn giao dịch TMĐT; Cảnh cáo hoặc từ chối cung cấp dịch vụ có thời hạn hoặc vĩnh viễn đối với những cá nhân, thương nhân, tổ chức có hành vi vi phạm pháp luật. Đối với những sàn giao dịch TMĐT có chức năng đặt hàng trực tuyến ngoài những trách nhiệm chung của thương nhân, tổ chức cung cấp dịch vụ sàn giao dịch TMĐT còn phải liên đới bồi thường thiệt hại trong trường hợp vi phạm nghĩa vụ xử lý khi phát hiện hoặc nhận được phản ánh về hành vi kinh doanh vi phạm pháp luật trên sàn giao dịch TMĐT và vi phạm nghĩa vụ hỗ trợ cơ quan quản lý nhà nước điều tra, xử lý các hành vi kinh doanh vi phạm pháp luật và giải quyết tranh chấp, khiếu nại liên quan đến nhãn hiệu¹.

Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng có hiệu lực từ 01/07/2024 quy định về việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên các sàn TMĐT tại Điều 22 – Trách nhiệm của bên thứ ba trong việc cung cấp thông tin về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ cho người tiêu dùng. Theo đó, sàn giao dịch TMĐT (bên thứ ba) phải chịu trách nhiệm liên đới về việc cung cấp thông tin không chính xác hoặc không đầy đủ về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ, trừ trường hợp chứng minh đã thực hiện tất cả biện pháp theo quy định của pháp luật để kiểm tra tính chính xác, đầy đủ của thông tin về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ. Mặt khác, quy định tại Điều 34 của Luật này thì Tổ chức, cá nhân thực hiện hoạt động trung gian thương mại đối với sản phẩm, hàng hóa cùng gây thiệt hại thì các tổ chức, cá nhân kinh doanh đó phải liên đới bồi thường thiệt hại cho người tiêu dùng.

¹ Điểm d Khoản 11 Điều 36 Khoản này được bổ sung theo quy định tại Điểm b Khoản 16 Nghị định số 85/2021/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16 tháng 5 năm 2013 của Chính phủ về thương mại điện tử, có hiệu lực kể từ ngày 01 tháng 01 năm 2022.

Pháp luật Việt Nam đã thiết lập cơ sở pháp lý tương đối đầy đủ nhằm xác lập trách nhiệm liên đới bồi thường thiệt hại của sàn giao dịch thương mại điện tử trong trường hợp xảy ra hành vi xâm phạm nhãn hiệu. Các quy định tại Nghị định số 52/2013/NĐ-CP và Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023 cho thấy xu hướng chuyển dịch từ mô hình “*trung gian thuần túy*” sang “*trung gian có trách nhiệm*”, đặc biệt đối với các sàn có chức năng đặt hàng trực tuyến. Tuy nhiên, việc xác định trách nhiệm liên đới cần được áp dụng một cách linh hoạt, dựa trên mức độ kiểm soát và hợp tác thực tế của sàn TMĐT đối với hoạt động của bên bán, từ đó bảo đảm sự công bằng trong việc phân chia trách nhiệm giữa các chủ thể tham gia môi trường thương mại điện tử, đồng thời dung hòa giữa yêu cầu bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ và quyền lợi người tiêu dùng với quyền tự do kinh doanh chính đáng của các nền tảng số.

Mặt khác, để xác định trách nhiệm liên đới bồi thường thiệt hại của sàn TMĐT trong trường hợp xảy ra hành vi xâm phạm nhãn hiệu, cần phân tích dựa trên các điều kiện phát sinh trách nhiệm bồi thường thiệt hại theo quy định tại Điều 584 Bộ luật Dân sự 2015. Theo đó, trách nhiệm bồi thường thiệt hại chỉ được đặt ra khi hội đủ các yếu tố: (i) có hành vi trái pháp luật, (ii) có thiệt hại xảy ra thực tế, (iii) có mối quan hệ nhân quả giữa hành vi và thiệt hại và (iv) có lỗi của bên gây thiệt hại. Trong bối cảnh này, hành vi trái pháp luật là hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu (ví dụ: sử dụng dấu hiệu trùng hoặc tương tự gây nhầm lẫn để kinh doanh sản phẩm mà không được phép của chủ sở hữu). Thiệt hại có thể bao gồm tổn thất về doanh thu, uy tín, chi phí pháp lý của chủ sở hữu nhãn hiệu.

Mối quan hệ nhân quả giữa hành vi của sàn TMĐT và thiệt hại cần được đánh giá trên cơ sở mức độ kiểm soát và khả năng phòng ngừa hợp lý của sàn đối với hành vi vi phạm. Nếu sàn có khả năng kỹ thuật và quyền hạn quản lý để gỡ bỏ nội dung vi phạm nhưng không thực hiện, hoặc đã được cảnh báo mà vẫn không hành động kịp thời thì có thể kết luận rằng sự thụ động đó là một yếu tố góp phần vào chuỗi hành vi xâm phạm gây thiệt hại. Đây là cơ sở hình thành mối quan hệ nhân quả gián tiếp nhưng đủ mạnh để dẫn đến trách nhiệm liên đới. Trong trường hợp nhiều chủ thể cùng góp phần gây thiệt hại, pháp luật quy định họ có thể phải liên đới bồi thường, đặc biệt khi các hành vi của họ có tính chất hỗ trợ hoặc không tách rời nhau trong quá trình dẫn đến thiệt hại (Điều 587 Bộ luật Dân sự). Do vậy, việc áp dụng trách nhiệm liên đới đối với sàn TMĐT không những phù hợp với quy định pháp luật hiện hành mà còn là công cụ hữu hiệu để thúc đẩy sự chủ động giám sát và bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ trên môi trường trực tuyến.

Mặc dù số lượng khách hàng Việt lựa chọn mua sắm online trên các sàn TMĐT theo báo cáo của Kirin Capital phát hành vào tháng 04/2024 có đến 60% người mua hàng trực tuyến qua các sàn TMĐT [2]. Tuy nhiên, tranh chấp yêu cầu về liên đới bồi thường thiệt hại của sàn giao dịch TMĐT trong xâm phạm nhãn hiệu tại Việt Nam hiện nay khá hiếm, bởi lẽ phần lớn được giải quyết ở cấp thương lượng hoặc qua các cơ quan quản lý như Thanh tra Sở khoa học và Công nghệ, Cục quản lý thị trường thay vì ra Tòa án. Mặc dù, các sàn TMĐT đã thiết lập, vận

hành nền tảng số, điều chỉnh các thuật toán nhằm tối ưu hóa việc kiểm soát nội dung, minh bạch hóa hoạt động của các gian hàng. Tuy nhiên, theo đại diện Cục Quản lý thị trường Thành phố Hồ Chí Minh, tính đến cuối tháng 9/2024, đã tạm giữ một số sản phẩm xâm phạm các nhãn hiệu nổi tiếng trên một số sàn TMĐT. Các đối tượng bán hàng thường lợi dụng hình ảnh sản phẩm chính hãng, thay đổi nhãn hiệu để vượt qua hệ thống kiểm duyệt của các sàn TMĐT [9]. Tranh chấp về trách nhiệm liên đới bồi thường thiệt hại của sàn giao dịch TMĐT trong xâm phạm nhãn hiệu tuy chưa phổ biến tại Việt Nam, nhưng các vụ án tiêu biểu trên thế giới như đã phân tích có thể cung cấp những kinh nghiệm hữu ích cho Việt Nam.

5. Khuyến nghị hoàn thiện pháp luật về liên đới bồi thường thiệt hại của sàn giao dịch thương mại điện tử trong xâm phạm nhãn hiệu tại Việt Nam

Xu hướng thương mại hiện nay và tương lai chính là TMĐT, mặc dù về mặt xét xử các tranh chấp về liên đới bồi thường thiệt hại của sàn giao dịch TMĐT trong xâm phạm nhãn hiệu tại Việt Nam còn khá hiếm hoi nhưng tương lai chắc hẳn sẽ có nhiều phức tạp. Vì thế, hoàn thiện khung pháp lý cho nội dung này luôn là vấn đề cấp bách, một số khuyến nghị có thể được xem xét như sau:

Một là, hướng dẫn chi tiết quy định về trách nhiệm liên đới của các sàn TMĐT trong xâm phạm nhãn hiệu tại Việt Nam. Sàn TMĐT phải chịu trách nhiệm liên đới nếu không thực hiện các biện pháp kiểm soát và ngăn ngừa hiệu quả, loại bỏ kịp thời hàng hóa, dịch vụ xâm phạm nhãn hiệu hoặc cố tình dung túng cho các hành vi xâm phạm nhãn hiệu của người bán. Mặc dù Điều 36 Nghị định số 52/2013/NĐ-CP đã bước đầu thiết lập nghĩa vụ giám sát và xử lý vi phạm cho sàn TMĐT, nhưng các quy định hiện hành vẫn mang tính nguyên tắc, thiếu các tiêu chí định lượng và hướng dẫn cụ thể để đánh giá mức độ lỗi của sàn trong từng tình huống cụ thể. Sự thiếu vắng một cơ chế phân tích chi tiết khiến việc phân biệt giữa “*thiếu trách nhiệm trong quản lý*” và “*cố ý tiếp tay cho hành vi xâm phạm*” trở nên mơ hồ, gây khó khăn trong việc xác định trách nhiệm pháp lý. Do đó, cần thiết xây dựng hệ thống tiêu chí pháp lý cụ thể nhằm đánh giá: (i) hành vi vi phạm, (ii) mức độ kiểm soát mà sàn TMĐT đã thực hiện và (iii) hậu quả thiệt hại xảy ra. Trên cơ sở đó, cơ quan chức năng cần ban hành hướng dẫn chi tiết về cơ chế phân bổ trách nhiệm bồi thường giữa sàn TMĐT và người bán – chẳng hạn theo tỷ lệ tương ứng với mức độ lỗi, lợi ích thu được và vai trò kiểm soát trong chuỗi hành vi. Việc này là điều kiện tiên quyết để bảo đảm tính minh bạch, khả thi và công bằng trong việc áp dụng pháp luật.

Hai là, khuyến nghị áp dụng nguyên tắc sàn TMĐT được hưởng lợi từ các giao dịch có yếu tố vi phạm, cần phải chịu trách nhiệm liên đới bồi thường thiệt hại. Không hoàn toàn đồng nhất, nhưng tham khảo lý thuyết làm giàu bất chính (*Unijust Enrichment*) là một nguyên tắc quan trọng trong hệ thống pháp luật Anh – Mỹ. Theo đó, nếu một bên thu được lợi ích từ người khác một cách không hợp pháp thì phải có nghĩa vụ bồi hoàn lợi ích đó cho người bị thiệt hại [3]. Bản

chất của hành vi xâm phạm nhãn hiệu trên sàn TMĐT, là một hình thức xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp theo Luật Sở hữu trí tuệ Việt Nam (Điều 129). Việc áp dụng nguyên tắc “*sàn TMĐT hưởng lợi thì phải liên đới chịu trách nhiệm*” trực tiếp liên quan đến quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu, bởi vì sàn đang là trung gian kỹ thuật góp phần vào việc thực hiện hành vi xâm phạm và có lợi ích kinh tế từ hành vi này. Giải pháp trên không chỉ bảo vệ quyền lợi của người bị thiệt hại mà còn là công cụ hiệu quả ngăn chặn các hành vi vi phạm nhãn hiệu trên các sàn TMĐT. Dù chưa được nội luật hóa cụ thể trong pháp luật Việt Nam, nhưng nguyên tắc này mang ý nghĩa đạo lý và công bằng cao, đặc biệt trong bối cảnh một số sàn TMĐT có thể hưởng phần trăm doanh thu từ các giao dịch liên quan đến sản phẩm xâm phạm nhãn hiệu. Khi được vận dụng hợp lý, nguyên tắc này không chỉ là công cụ bù đắp thiệt hại cho chủ thể quyền mà còn là biện pháp phòng ngừa hiệu quả, góp phần nâng cao trách nhiệm của sàn TMĐT trong việc thiết lập cơ chế kiểm soát nội dung và lựa chọn đối tác kinh doanh.

Ba là, xây dựng cơ chế hợp tác quốc tế trong lĩnh vực sở hữu trí tuệ, hiện nay hành vi xâm phạm nhãn hiệu trên các sàn TMĐT không chỉ xảy ra tại các sàn ở Việt Nam mà thực hiện trên môi trường internet xuyên biên giới. Vì vậy, cần xây dựng cơ chế hợp tác với các quốc gia để ngăn ngừa và xử lý các hành vi xâm phạm nhãn hiệu trên các sàn TMĐT hoạt động xuyên biên giới. Trong trường hợp phát sinh các tranh chấp quốc tế có liên quan đến trách nhiệm liên đới bồi thường thiệt hại của sàn giao dịch TMĐT trong xâm phạm nhãn hiệu cũng cần có chính sách giải quyết phù hợp. Do đó, Việt Nam cần tích cực tham gia và thúc đẩy các hiệp định hợp tác song phương, đa phương về bảo hộ nhãn hiệu trong môi trường số, hướng đến chia sẻ dữ liệu, phối hợp điều tra, hỗ trợ thi hành án và giải quyết tranh chấp liên quan đến hành vi xâm phạm trên các nền tảng xuyên biên giới. Đồng thời, cũng cần xây dựng các nguyên tắc điều chỉnh phù hợp đối với tranh chấp có yếu tố nước ngoài, đặc biệt là tranh chấp liên quan đến trách nhiệm bồi thường của các nền tảng TMĐT nước ngoài đang hoạt động tại Việt Nam hoặc cung cấp dịch vụ cho người tiêu dùng Việt.

Các khuyến nghị được tác giả trình bày trong bài viết là các giải pháp giúp tăng trách nhiệm của sàn TMĐT trong quá trình thiết lập, vận hành và đảm bảo các chính sách về hàng hóa, dịch vụ tránh các hành vi xâm phạm nhãn hiệu. Vì vậy nhìn chung, phòng ngừa vẫn là mục đích chính của pháp luật nhằm đảm bảo một môi trường TMĐT lành mạnh, công bằng.

6. Kết luận

Giao dịch trên các sàn TMĐT là xu hướng phát triển của thương mại toàn cầu. Chính vì thế, các vấn đề pháp lý phức tạp chắc chắn sẽ phát sinh; dự liệu và xây dựng các chính sách phù hợp là giải pháp căn cơ nhất trong tình hình mới. Việc hoàn thiện pháp luật về trách nhiệm liên đới bồi thường thiệt hại của sàn giao dịch TMĐT trong xâm phạm nhãn hiệu tại Việt Nam đã được tác giả phân tích dưới nhiều khía cạnh trong bài viết. Tác giả đã dẫn chiếu các quy định pháp luật, án lệ của các quốc gia trên thế giới như Hoa Kỳ, Trung Quốc và Liên minh Châu Âu

(EU) đã nghiên cứu về vấn đề này nhằm tìm ra các khuyến nghị phù hợp với Việt Nam. Nhóm các khuyến nghị được tác giả trình bày trong bài viết sát với thực tế, không chỉ bảo vệ quyền lợi của người dùng mà còn hướng đến phát triển bền vững thị trường TMĐT tại Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. An Thanh (2024), *Thương mại điện tử Việt Nam 2023 và xu hướng năm 2024*, xem tại: <https://kinhhtedothi.vn/thuong-mai-dien-tu-viet-nam-2023-va-xu-huong-2024.html>, truy cập ngày 02/12/2024.
2. Anh Vũ (2024), *Bất ngờ với dữ liệu mua sắm online của người Việt*, xem tại: <https://laodong.vn/cong-nghe/bat-ngo-voi-du-lieu-mua-sam-online-cua-nguoi-viet-1331635.lido>, truy cập ngày 07/12/2024.
3. Ben Kremer (2011), *Restatement (Third) of Restitution and Unjust Enrichment*, Nxb. American Law Institute (ALI), Hoa Kỳ.
4. Birgit Clark and Maximilian Schubert (2011), *Odysseus between Scylla and Charybdis? The ECJ rules in L'Oréal v eBay*, *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, 12.
5. Chủ Bá Quyết (2022), Hoàn thiện quy định về trách nhiệm liên đới của sàn giao dịch thương mại điện tử tại Việt Nam, *Tạp chí Khoa học và Đào tạo Ngân hàng*, số 247.
6. Khổng Quốc Minh (2023), Bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ trong thương mại điện tử, *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam*, số 6.
7. Nguyễn Huy Hoàng (2022), Trách nhiệm liên đới của vợ, chồng theo quy định của Luật Hôn nhân và Gia đình năm 2024, *Tạp chí Giáo dục và Xã hội*, số 02.
8. Miquel Peguera (2014), *Converging Standards of Protection from Secondary Liability for Trademark and Copyright Infringement Online*, *Columbia Journal of Law & the Arts*, 37, 609.
9. Như Bình (2024), *Hàng giả trên Tiktok Shop, Shopee, Lazada, Tiki: Truy quét như bắt bóng trong đêm*, xem tại: <https://tuoitre.vn/hang-gia-len-tiktok-shop-shopee-lazada-tiki-truy-quet-nhu-bat-bong-trong-dem-20241014080039176.htm>, truy cập ngày 07/12/2024.
10. Phùng Thị Yến, Nguyễn Thái Ngân (2022), Quy định của Hoa Kỳ và Trung Quốc về hành vi mới trong sử dụng nhãn hiệu trên nền tảng thương mại điện tử và kiến nghị cho Việt Nam, *Tạp chí Quản lý và Kinh tế quốc tế*, số 152.

11. *Tiffany Inc. V. EBay Inc*, xem tại: <https://www.casebriefs.com/blog/law/intellectual-property-law/intellectual-property-keyed-to-merges/trademark-law/tiffany-inc-v-ebay-inc/>, truy cập ngày 06/12/2024.
12. Ursula Sury (2022), *Digital Services Act (DSA)*, *Informatik Spektrum*, 45(4), 265.