

## PHÁP LUẬT VỀ XỬ LÝ HÀNH VI CẠNH TRANH KHÔNG LÀNH MẠNH LIÊN QUAN ĐẾN NHÃN HIỆU

*NGUYỄN HOÀN HẢO\**

*Ngày nhận bài: 29/08/2019*

*Ngày phản biện: 14/10/2019*

*Ngày đăng bài: 01/01/2020*

### **Tóm tắt:**

Hiện nay, các quy định của pháp luật Việt Nam về chế tài xử lý các hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp (SHCN), trong đó có các hành vi cạnh tranh không lành mạnh (CTKLM) liên quan đến nhãn hiệu tương đối đầy đủ. Tuy nhiên, khi đi vào thực tiễn thì các quy định này còn chưa toàn diện và bao quát hết các hành vi vi phạm. Chính vì vậy để hoàn thiện hệ thống pháp luật về chế tài xử lý liên quan đến CTKLM liên quan đến nhãn hiệu, hoàn thiện và đáp ứng nhu cầu thực tiễn về xử lý các hành vi CTKLM liên quan đến nhãn hiệu diễn ra ngày càng phức tạp và tinh vi là hết sức cần thiết.

### **Từ khóa:**

CTKLM, nhãn hiệu, chế tài xử lý.

### **Abstract:**

At present, the provisions of Vietnamese law on sanctions against infringements of industrial property rights, including acts of unfair competition related to trademarks, are relatively adequate; however when going in practice, these regulations are not comprehensive and cover all violations. Therefore, it is absolutely necessary to improve the legal system of sanctions on unfair competition related to trademarks, and meet practical needs in dealing with unfair competition acts related to trademarks which are increasingly complicated.

### **Keywords:**

Unfair competition, trademarks, sanctions.

### **1. Đặt vấn đề**

Nhãn hiệu là một trong những đối tượng của quyền SHCN khi khai thác nhãn hiệu chính là khai thác một loại quyền tài sản, đó là quyền SHCN đối với nhãn hiệu. Vì vậy, bảo hộ nhãn hiệu từ phía Nhà nước nhằm chống CTKLM giữa các chủ thể là việc tất nhiên. Chế tài đối với hành vi CTKLM là biện pháp được Nhà nước áp dụng xử lý đối với các chủ thể kinh doanh, buộc các chủ thể đó phải gánh chịu những hậu quả bất lợi do đã có hành vi CTKLM gây thiệt hại cho các chủ thể kinh doanh và các chủ thể khác có liên quan. Chế tài đối với hành vi CTKLM có ý nghĩa vô cùng quan trọng giúp bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của các doanh nghiệp, chống lại hành vi CTKLM của các doanh nghiệp đối thủ, bảo vệ

---

\* ThS, GV Trường Đại học Sư phạm thành phố Hồ Chí Minh; Email: haonh@hcmue.edu.vn

quyền lợi của người tiêu dùng. Đồng thời là công cụ góp phần tạo lập môi trường kinh doanh cạnh tranh một cách lành mạnh bình đẳng và công bằng.

Việc bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ (SHTT) nói chung và quyền SHCN đối với nhãn hiệu nói riêng là yếu tố hết sức quan trọng. Chính vì vậy, tại Điều 7 Luật Sở hữu trí tuệ 2005, sửa đổi, bổ sung 2009 (Luật SHTT) đã khẳng định Nhà nước công nhận và bảo hộ quyền SHTT của các tổ chức, cá nhân nhằm thúc đẩy hoạt động sáng tạo góp phần phát triển kinh tế - xã hội và nâng cao đời sống vật chất tinh thần của người dân. Mọi tổ chức cá nhân có hành vi vi phạm pháp luật SHTT và xâm phạm quyền SHTT đều bị xử lý theo quy định của pháp luật, sự ghi nhận của Luật SHTT cho thấy quyền của chủ sở hữu nhãn hiệu luôn được ghi nhận và bảo vệ khỏi các hành vi CTKLM<sup>1</sup>.

## 2. Nhận diện hành vi cạnh tranh không lành mạnh liên quan đến nhãn hiệu

Trên thị trường hiện nay xuất hiện ngày càng nhiều hành vi CTKLM của các chủ thể kinh doanh, lợi dụng uy tín có sẵn của các nhãn hiệu đã được bảo hộ nhằm tạo ra lợi thế bất chính. Điều này sẽ khiến người tiêu dùng lầm tưởng chất lượng của các sản phẩm có thể kém chất lượng với các sản phẩm đã tạo được uy tín trước đó. Việc quy định các hành vi CTKLM đã xuất hiện từ lâu và hiện nay các quốc gia trên thế giới đã ban hành các quy định điều chỉnh xử lý các hành vi CTKLM liên quan đến SHCN nói chung và liên quan đến nhãn hiệu nói riêng. Theo Điều 130 Luật SHTT thì hành vi CTKLM liên quan đến nhãn hiệu được chia thành:

- Hành vi sử dụng nhãn hiệu nước ngoài tại Việt Nam mà không được sự đồng ý của chủ sở hữu nhãn hiệu đó.

- Hành vi đăng kí, chiếm giữ quyền sử dụng hoặc sử dụng tên miền trùng hoặc tương tự gây nhầm lẫn với nhãn hiệu.

Điểm a, b Điều 130 Luật SHTT không đề cập đến việc sử dụng chỉ dẫn gây nhầm lẫn với nhãn hiệu. Tuy nhiên, qua nghiên cứu đã có rất nhiều trường hợp đã sử dụng các chỉ dẫn thương mại để gây nhầm lẫn với nhãn hiệu nhằm hướng người tiêu dùng bị nhầm lẫn với nhãn hiệu để mua hàng hóa của mình. Do đó, ba hành vi CTKLM liên quan đến nhãn hiệu có thể nhận diện rõ, đó là: Hành vi sử dụng chỉ dẫn thương mại gây nhầm lẫn với nhãn hiệu; hành vi sử dụng nhãn hiệu nước ngoài tại Việt Nam mà không được sự đồng ý của chủ sở hữu nhãn hiệu đó; hành vi đăng ký, chiếm giữ quyền sử dụng hoặc sử dụng tên miền trùng hoặc tương tự gây nhầm lẫn với nhãn hiệu.

*Thứ nhất, hành vi sử dụng chỉ dẫn thương mại gây nhầm lẫn với nhãn hiệu.* Luật Cạnh tranh không đưa ra định nghĩa về chỉ dẫn thương mại hay các dấu hiệu để nhận dạng các đối tượng bị xâm phạm này mà chỉ đưa ra các quy phạm cấm đoán, do đó phải sử dụng phối hợp

<sup>1</sup> Trang tin Tạp chí Dân chủ pháp luật, *Áp dụng pháp luật về cạnh tranh không lành mạnh trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp*, Đặng Vũ Hoàn và Nguyễn Thùy Dung, <http://tcdepl.moj.gov.vn/qt/tintuc/Pages/phap-luat-kinh-te.aspx?ItemID=141>, truy cập ngày 25/8/2019.

các quy phạm định nghĩa trong các văn bản pháp luật hiện hành khác có liên quan để từ đó có cách hiểu thống nhất trong quá trình áp dụng. Chỉ dẫn thương mại thực chất là những thông tin hay dấu hiệu có khả năng hướng dẫn thương mại hàng hóa dịch vụ giúp cho người tiêu dùng có thể nhận biết về một chủ thể kinh doanh, hoạt động kinh doanh hay đặc tính của sản phẩm. Chỉ dẫn thương mại được quy định tại khoản 2 Điều 130 Luật SHTT là “*Các dấu hiệu, thông tin nhằm hướng dẫn thương mại hàng hóa, dịch vụ bao gồm nhãn hiệu, tên thương mại, biểu tượng kinh doanh, khẩu hiệu kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, kiểu dáng bao bì của hàng hóa và nhãn hàng hóa*”. Trong số các chỉ dẫn thương mại được liệt kê thì nhãn hiệu, chỉ dẫn địa lý và tên thương mại là ba đối tượng của quyền SHCN được quy định trong Luật SHTT. Như vậy, một chỉ dẫn thương mại gây nhầm lẫn phải là chỉ dẫn thương mại chứa các dấu hiệu bao gồm yếu tố cấu thành, cách trình bày, cách kết hợp giữa các yếu tố, màu sắc, ấn tượng tổng quan đối với người tiêu dùng trùng hoặc tương tự gây nhầm lẫn với chỉ dẫn thương mại tương ứng của chủ thể quyền yêu cầu xử lý hành vi CTKLM được sử dụng cho hàng hóa, dịch vụ trùng hoặc tương tự”. Tùy thuộc vào từng vụ việc mà chủ thể vi phạm sử dụng một trong các chỉ dẫn gây nhầm lẫn có thể là nhãn hiệu, tên thương mại, bao bì, khẩu hiệu kinh doanh, biểu tượng kinh doanh, chỉ dẫn địa lý gây nhầm lẫn cho khách hàng. Đối với nhãn hiệu khi bị sử dụng là chỉ dẫn gây nhầm lẫn giống hệt nhau thì việc xác định hành vi sẽ dễ dàng.

*Thứ hai, hành vi sử dụng nhãn hiệu được bảo hộ tại một nước là thành viên của điều ước quốc tế mà Việt Nam cũng là thành viên khi không được sự đồng ý của chủ sở hữu nhãn hiệu.* Hành vi sử dụng nhãn hiệu nước ngoài tại Việt Nam mà không được sự đồng ý của chủ sở hữu nhãn hiệu đó được quy định tại điểm c khoản 1 Điều 130 Luật SHTT: “*Sử dụng nhãn hiệu được bảo hộ tại một nước là thành viên của điều ước quốc tế có quy định cấm người đại diện hoặc đại lý của chủ sở hữu nhãn hiệu sử dụng nhãn hiệu đó mà Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam cũng là thành viên, nếu người sử dụng là người đại diện hoặc đại lý của chủ sở hữu nhãn hiệu và việc sử dụng đó không được sự đồng ý của chủ sở hữu nhãn hiệu và không có lý do chính đáng*”. Có thể thấy đối tượng của hành vi CTKLM trong trường hợp này là nhãn hiệu đã được bảo hộ tại nước ngoài mà nước đó là thành viên của Điều ước quốc tế mà Việt Nam cũng là thành viên có quy định cấm người đại diện hoặc đại lý của chủ sở hữu nhãn hiệu sử dụng nhãn hiệu mà việc sử dụng đó không được sự đồng ý của chủ sở hữu nhãn hiệu và không có lý do chính đáng.

*Thứ ba, hành vi đăng kí, chiếm giữ quyền sử dụng hoặc sử dụng tên miền trùng hoặc tương tự gây nhầm lẫn với nhãn hiệu.* Hành vi đăng kí, chiếm giữ quyền sử dụng hoặc sử dụng tên miền bị coi là hành vi CTKLM về SHCN, trừ tên miền đã được phân bổ thông qua hình thức đấu giá hoặc thi tuyển theo quy định tại điểm a khoản 2 Điều 48 của Luật Viễn thông, thuộc một trong các trường hợp sau đây:

- Sử dụng tên miền quốc gia Việt Nam “.vn” có dãy ký tự trùng hoặc tương tự gây nhầm lẫn với nhãn hiệu, tên thương mại hoặc chỉ dẫn địa lý đang được bảo hộ hoặc được sử dụng rộng rãi để quảng cáo, giới thiệu sản phẩm, chào hàng, bán hàng hóa, dịch vụ trùng, tương tự

hoặc có liên quan trên trang thông tin điện tử mà địa chỉ tên miền đó dẫn tới; gây nhầm lẫn và lợi dụng hoặc làm thiệt hại đến uy tín, danh tiếng hoặc vật chất đối với chủ sở hữu nhãn hiệu, tên thương mại hoặc chỉ dẫn địa lý đó.

- Đăng ký, chiếm giữ quyền sử dụng tên miền quốc gia Việt Nam “.vn” có dãy ký tự trùng với nhãn hiệu, tên thương mại hoặc chỉ dẫn địa lý có uy tín, danh tiếng tại Việt Nam và có căn cứ chứng minh tổ chức, cá nhân chỉ đăng ký, chiếm giữ quyền sử dụng tên miền nhằm bán lại để kiếm lời hoặc cản trở chủ sở hữu nhãn hiệu, tên thương mại, chỉ dẫn địa lý được bảo hộ đó đăng ký tên miền. Luật SHTT quy định các hình thức CTKLM trên cơ sở những hành vi cụ thể mà các chủ thể thực hiện. Để xác định hành vi CTKLM, Điều 10bis Công ước Paris đưa ra ba hình thức đó là những hành vi gây ra sự nhầm lẫn, mục đích lừa dối công chúng và mục đích hạ thấp uy tín đối thủ. Mặc dù cách tiếp cận khác nhau nhưng nhìn chung các quy định về CTKLM liên quan đến nhãn hiệu giữa luật SHTT và Công ước Paris là khá tương đồng, bởi đều hướng tới cùng một mục đích là bảo vệ nhà kinh doanh trung thực khỏi các hành vi này<sup>2</sup>.

### **3. Hình thức xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh liên quan đến nhãn hiệu**

#### ***3.1. Xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh liên quan đến nhãn hiệu bằng biện pháp dân sự***

Bảo vệ quyền lợi của người bị thiệt hại bằng các biện pháp dân sự được quy định cụ thể tại khoản 3 Điều 198 Luật SHTT, theo quy định này các chủ thể có quyền yêu cầu cơ quan Nhà nước có thẩm quyền áp dụng biện pháp dân sự, biện pháp hành chính xử lý các hành vi CTKLM. Các biện pháp được Tòa án áp dụng để xử lý tổ chức cá nhân có hành vi CTKLM liên quan tới quyền SHCN đối với nhãn hiệu bao gồm các biện pháp: “Buộc chấm dứt hành vi xâm phạm, buộc xin lỗi cải chính công khai, buộc thực hiện nghĩa vụ dân sự, buộc bồi thường thiệt hại, buộc tiêu hủy hoặc buộc phân phối hoặc đưa vào sử dụng không nhằm mục đích thương mại đối với hàng hóa, nguyên liệu, vật liệu và phương tiện được sử dụng chủ yếu để sản xuất, kinh doanh hàng hóa xâm phạm quyền SHTT với điều kiện không làm ảnh hưởng đến khả năng khai thác quyền của chủ thể quyền SHTT”, các biện pháp này được thực hiện theo trình tự thủ tục của Bộ luật Dân sự (BLDS) 2015 và Bộ luật Tố tụng Dân sự 2015. Trong các biện pháp dân sự mà các chủ thể được quyền yêu cầu áp dụng thì biện pháp buộc chấm dứt hành vi CTKLM là biện pháp được áp dụng thường xuyên nhất và là biện pháp giúp bảo vệ quyền lợi của các chủ thể bị thiệt hại một cách tốt nhất<sup>3</sup>. Yêu cầu chấm dứt hành vi CTKLM giúp các chủ thể bị thiệt hại tránh thêm các tổn thất về sau không tiếp tục làm phương hại ảnh hưởng đến hoạt động khai thác bình thường của chủ thể quyền. Các biện pháp

<sup>2</sup> Trang tin Sài Gòn giải phóng, *Điều kiện bảo hộ nhãn hiệu*, Đào Minh Đức, <http://www.sggp.org.vn/cac-dieu-kien-bao-ho-doi-voi-nhan-hieu-232469>, truy cập ngày 10/8/2019.

<sup>3</sup> 3. Đinh Văn Thanh và Đinh Thị Hằng (2004), *Nhãn hiệu hàng hóa trong pháp luật dân sự*, Nxb Công an nhân dân, Hà Nội.

buộc xin lỗi, cải chính công khai và buộc thực hiện nghĩa vụ dân sự mang tính chất là biện pháp bổ sung nhằm khắc phục hậu quả do hành vi CTKLM xảy ra trên thực tế. Chủ thể sở hữu nhãn hiệu đã bị các hành vi gây nhầm lẫn gây ra khiến cho nhãn hiệu bị giảm sút, do đó chủ thể vi phạm thông thường phải thực hiện các biện pháp nhằm khắc phục hậu quả.

Theo quy định tại Điều 203 Luật SHTT thì tổ chức cá nhân bị thiệt hại hoặc có khả năng bị thiệt hại do hành vi CTKLM có quyền yêu cầu cơ quan Nhà nước có thẩm quyền áp dụng các biện pháp dân sự nhưng phải có nghĩa vụ chứng minh được mình là chủ thể quyền SHTT và phải cung cấp các chứng cứ về hành vi CTKLM, nghĩa vụ chứng minh được thực hiện theo quy định tại Điều 91 Bộ luật Tố tụng Dân sự 2015. Đương sự có yêu cầu Tòa án bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của mình phải thu thập, cung cấp giao nộp cho Tòa án tài liệu, chứng cứ để chứng minh cho yêu cầu đó là có căn cứ và hợp pháp, ngoại trừ các trường hợp người tiêu dùng khởi kiện không có nghĩa vụ chứng minh lỗi của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ; tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ bị kiện có nghĩa vụ chứng minh mình không có lỗi gây ra thiệt hại theo quy định của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Theo quy định tại Điều 584 BLDS 2015 thì người nào có hành vi xâm phạm tính mạng, sức khỏe, danh dự, nhân phẩm, uy tín, tài sản, quyền, lợi ích hợp pháp khác của người khác mà gây thiệt hại thì phải bồi thường. Trách nhiệm bồi thường thiệt hại do hành vi CTKLM đối với nhãn hiệu cũng được hiểu là hình thức trách nhiệm dân sự mang tính tài sản áp dụng đối với chủ thể có hành vi vi phạm gây thiệt hại nhằm bù đắp những tổn thất về vật chất và tinh thần cho bên bị thiệt hại. Đây là một biện pháp dân sự quan trọng và hữu hiệu được áp dụng để xử lý các hành vi CTKLM. Trách nhiệm bồi thường thiệt hại phát sinh khi có các yếu tố thiệt hại, hành vi vi phạm gây thiệt hại, lỗi và mối quan hệ nhân quả giữa hành vi vi phạm và sự thiệt hại mới phát sinh trách nhiệm bồi thường thiệt hại. Việc xác định hình thức lỗi cũng chỉ có ý nghĩa trong một số trường hợp nhất định. Trong một số trường hợp, lỗi vô ý là một trong những điều kiện cần để được xem xét giảm trách nhiệm bồi thường thiệt hại, còn mọi trường hợp gây thiệt hại do lỗi cố ý thì luôn phải chịu trách nhiệm bồi thường toàn bộ. Thiệt hại do hành vi CTKLM có thể được xác định dựa theo các tiêu chí xác định thiệt hại do hành vi xâm phạm quyền SHTT được quy định tại Điều 204 Luật SHTT: *“Mức độ thiệt hại được xác định trên cơ sở các tổn thất thực tế mà chủ thể quyền SHTT phải chịu do hành vi xâm phạm quyền SHTT gây ra”*, Theo đó, thiệt hại sẽ bao gồm thiệt hại về vật chất các tổn thất về tài sản, mức giảm sút về thu nhập, lợi nhuận, tổn thất về cơ hội kinh doanh, chi phí hợp lý để ngăn chặn và khắc phục thiệt hại. Căn cứ xác định mức bồi thường cũng sẽ được xác định theo quy định tại Điều 205 Luật SHTT về căn cứ xác định mức bồi thường thiệt hại do hành vi xâm phạm quyền SHTT.

Việc xử lý các hành vi CTKLM đối với nhãn hiệu bằng các biện pháp dân sự là khá hữu hiệu, có tác dụng tốt trong việc bảo vệ quyền lợi của chủ thể bị xâm phạm.

### 3.2. Xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh liên quan nhãn hiệu bằng biện pháp hành chính

Xử lý vi phạm hành chính đối với quyền SHTT nói chung và quyền sở hữu nhãn hiệu nói riêng là việc các cơ quan Nhà nước có thẩm quyền áp dụng các biện pháp nhất định để xử lý các hành vi CTKLM mà chưa đến mức truy cứu trách nhiệm hình sự. Về các biện pháp hành chính, Luật SHTT hoàn toàn dẫn chiếu tới các quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong các văn bản pháp Luật Cạnh tranh. Điều này còn được thể hiện một lần nữa tại khoản 3 Điều 211 Luật SHTT “*tổ chức, cá nhân thực hiện hành vi CTKLM về SHTT thì bị xử phạt vi phạm hành chính theo quy định của pháp luật về cạnh tranh*”. Theo quy định tại khoản 3 Điều 198 Luật SHTT thì tổ chức cá nhân bị thiệt hại hoặc có khả năng bị thiệt hại do hành vi CTKLM có quyền yêu cầu cơ quan Nhà nước có thẩm quyền áp dụng biện pháp hành chính theo quy định của pháp luật về cạnh tranh. Như vậy, Luật SHTT chỉ quy định về biện pháp dân sự còn biện pháp hành chính được quy định dẫn chiếu sang các quy định của Luật Cạnh tranh.

Các hình thức xử phạt vi phạm pháp luật về cạnh tranh bao gồm hình thức xử phạt chính và xử phạt bổ sung, các hình thức xử phạt chính bao gồm hình thức cảnh cáo, phạt tiền. Theo Nghị định số 99/2013/NĐ-CP Quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực SHCN thì đối với hành vi CTKLM liên quan đến nhãn hiệu có thể chịu mức phạt tiền lên đến 250.000.000 đồng đối với hành vi gắn chỉ dẫn thương mại gây nhầm lẫn; phạt tiền 5.000.000 đồng đến 20.000.000 đồng đối với một trong các hành vi đăng ký, chiếm giữ quyền sử dụng hoặc sử dụng tên miền trùng hoặc tương tự gây nhầm lẫn với nhãn hiệu của người khác được bảo hộ nhằm chiếm giữ tên miền, lợi dụng hoặc làm thiệt hại đến uy tín, danh hiệu của nhãn hiệu tương ứng; sử dụng nhãn hiệu được bảo hộ tại một nước là thành viên của Điều ước quốc tế có quy định cấm người đại diện hoặc đại lý của người chủ sở hữu nhãn hiệu sử dụng nhãn hiệu đó mà Việt Nam cũng là thành viên nếu người sử dụng là người đại diện hoặc đại lý của chủ sở hữu nhãn hiệu và việc sử dụng đó không được sự đồng ý của chủ sở hữu nhãn hiệu. Phạt tiền từ 10.000.000 đồng đến 100.000.000 đồng đối với hành vi sử dụng chỉ dẫn gây nhầm lẫn về tên thương mại, chỉ dẫn địa lý, khẩu hiệu kinh doanh, biểu tượng kinh doanh, bao bì, nhãn hiệu, nhãn hàng hóa và các yếu tố khác theo quy định để làm sai lệch nhận thức của khách hàng về hàng hóa dịch vụ nhằm mục đích cạnh tranh.

Ngoài việc bị phạt tiền theo quy định thì doanh nghiệp vi phạm còn có thể bị áp dụng một hoặc một số hình thức xử phạt bổ sung và biện pháp khắc phục như: Tịch thu tang vật, phương tiện được sử dụng để thực hiện hành vi vi phạm bao gồm cả tịch thu khoản lợi nhuận thu được và biện pháp buộc cải chính công khai.

Theo Luật SHTT thì nghĩa vụ chứng minh các hành vi CTKLM thuộc về người nộp đơn yêu cầu xử lý hành vi CTKLM. Trong khi đó, theo quy định về pháp luật cạnh tranh thì người nộp đơn chỉ phải nộp đơn và điều tra viên sẽ tiến hành điều tra để xác minh xem có hành vi CTKLM liên quan đến nhãn hiệu xảy ra trên thực tế hay không. Tuy nhiên, theo pháp luật cạnh tranh, người khiếu nại phải nộp một khoản tiền tạm ứng chi phí cho việc xử lý vụ việc

cạnh tranh theo quy định của pháp luật, trong khi đó theo pháp luật về SHTT người nộp đơn không phải nộp khoản chi phí này.

Thời hiệu khiếu nại đối với hành vi CTKLM sẽ là hai năm kể từ ngày hành vi có dấu hiệu CTKLM. Chủ thể khiếu nại có nghĩa vụ phải cung cấp chứng cứ để chứng minh hành vi bị khiếu nại đã xâm phạm hoặc có nguy cơ xâm phạm đến quyền và lợi ích của người khiếu nại. Đơn khiếu nại sẽ được gửi đến cơ quan quản lý cạnh tranh và sẽ do cơ quan này thụ lý nếu không nhất trí với một phần hoặc toàn bộ nội dung quyết định xử lý các bên có quyền khiếu nại lên hội đồng cạnh tranh.

Việc giải quyết các tranh chấp về hành vi CTKLM liên quan đến nhãn hiệu bằng biện pháp hành chính là biện pháp được sử dụng phổ biến. Việc xử lý các hành vi CTKLM liên quan đến nhãn hiệu bằng biện pháp hành chính có ưu điểm là nhanh chóng xử lý được các chủ thể và tang vật vi phạm mà ít tốn kém hiệu quả lại cao. Việc áp dụng mức phạt cao đối với các chủ thể vi phạm mới có tính chất răn đe, đảm bảo một môi trường kinh doanh lành mạnh tạo cơ hội phát triển cho các doanh nghiệp, loại bỏ các yếu tố xấu cho nền kinh tế phát triển và cuối cùng là bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng. Tuy nhiên, với mức phạt như trên thì mới chỉ mang tính chất xử lý nhẹ so với những thiệt hại thực tế mà hành vi CTKLM gây ra. Hầu hết các vi phạm là do lỗi cố ý thực hiện hành vi thu lợi bất chính, việc xử lý bằng biện pháp hành chính tuy nhanh chóng nhưng chưa triệt để tăng tính răn đe thiết nghĩ cần nên tăng mức tiền xử phạt đối với những hành vi CTKLM liên quan đến nhãn hiệu.

### ***3.3. Xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh liên quan đến nhãn hiệu bằng biện pháp hình sự***

Khi các hành vi CTKLM liên quan đến SHTT nói chung và liên quan đến nhãn hiệu nói riêng gây hậu quả hoặc có khả năng gây hậu quả nghiêm trọng nguy hiểm cho xã hội cấu thành tội phạm thì các cá nhân vi phạm sẽ bị truy cứu trách nhiệm hình sự. Xử lý bằng biện pháp hình sự đối với các hành vi CTKLM liên quan tới nhãn hiệu là biện pháp nghiêm khắc nhất. Biện pháp hình sự là sự can thiệp trực tiếp bằng sức mạnh cưỡng chế Nhà nước đối với người có hành vi phạm, mục đích là nhằm trừng trị nghiêm khắc người có hành vi nguy hiểm cho xã hội. Trong trường hợp phát hiện có hành vi vi phạm mà các hành vi này có đầy đủ các yếu tố cấu thành tội phạm thì bị truy cứu trách nhiệm hình sự theo quy định của pháp luật hình sự. Thủ tục xử lý các hành vi này tuân theo pháp luật về tố tụng hình sự.

Thông thường, các hành vi vi phạm đối với nhãn hiệu mà áp dụng biện pháp hình sự là các hành vi có tính chất mức độ nguy hiểm cao cho xã hội tới mức bị coi là tội phạm. Các hành vi vi phạm quyền SHCN đối với nhãn hiệu có thể cấu thành một trong các tội như tội sản xuất buôn bán hàng giả được quy định tại Điều 192 Bộ luật Hình sự 2015 sửa đổi, bổ sung 2017; Tội sản xuất buôn bán hàng giả là lương thực, thực phẩm, phụ gia thực phẩm quy định tại Điều 193, Tội buôn bán, sản xuất hàng giả là thuốc chữa bệnh, thuốc phòng bệnh quy

định tại Điều 194... Tùy vào tính chất và mức độ nguy hiểm mà người thực hiện hành vi vi phạm có thể bị áp dụng các chế tài như phạt tiền, cải tạo không giam giữ, phạt tù có thời hạn.

Việc áp dụng biện pháp hình sự là biện pháp nghiêm minh và có hiệu quả cao trong việc ngăn ngừa và xử lý tội phạm. Biện pháp hình sự có tác động rất lớn vào ý thức của người dân trong việc chống lại các hành vi CTKLM liên quan đến nhãn hiệu góp phần bảo vệ lợi ích của chủ sở hữu và người tiêu dùng.

### ***3.4. Xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh liên quan nhãn hiệu bằng biện pháp kiểm soát hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu***

Bảo vệ quyền SHCN đối với nhãn hiệu khỏi các hành vi CTKLM bằng biện pháp kiểm soát hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu là biện pháp hữu hiệu trong việc ngăn chặn hàng hóa sản phẩm vi phạm từ thị trường nước ngoài nhập vào thị trường Việt Nam và hàng hóa từ Việt Nam xuất khẩu ra thị trường nước ngoài. Biện pháp này góp phần bảo vệ quyền lợi của chủ thể nhãn hiệu, đồng thời bảo vệ quyền và lợi ích chính đáng của người tiêu dùng như việc ngăn ngừa hàng nhái, hàng giả kém chất lượng. Theo Điều 216 Luật SHTT thì các biện pháp kiểm soát hàng hóa nhập khẩu, xuất khẩu liên quan đến SHTT nói chung và nhãn hiệu nói riêng gồm tạm dừng làm thủ tục hải quan đối với hàng hóa bị nghi ngờ xâm phạm quyền SHTT, kiểm tra, giám sát để phát hiện hàng hóa có dấu hiệu xâm phạm quyền SHTT.

Luật Hải quan năm 2014 có quy định các biện pháp kiểm soát hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu liên quan đến SHTT tại Điều 73 và Điều 74, khi yêu cầu cơ quan hải quan áp dụng các biện pháp kiểm soát hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu liên quan đến SHTT thì người yêu cầu phải nộp các khoản phí theo quy định của pháp luật. Cụ thể, người yêu cầu tạm dừng làm thủ tục hải quan phải nộp số tiền bằng 20% giá trị lô hàng cần áp dụng biện pháp tạm dừng làm thủ tục hải quan. Nếu không xác định được giá trị lô hàng thì người yêu cầu phải nộp số tiền tối thiểu là 20.000.000 đồng.

Như vậy, qua việc tìm hiểu các biện pháp cụ thể để các chủ thể quyền SHCN có thể áp dụng khi xảy ra các hành vi xâm phạm quyền SHCN nói chung và các hành vi CTKLM liên quan đến nhãn hiệu nói riêng. Có thể nhận thấy các quy định xử lý các hành vi xâm phạm này là tương đối đầy đủ, bao gồm từ các biện pháp cảnh cáo, xử phạt hành chính đến việc truy cứu trách nhiệm hình sự đối với các hành vi cạnh tranh không lành mạnh gây hậu quả nghiêm trọng cho xã hội.

### **4. Một số khuyến nghị nhằm hoàn thiện việc xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh liên quan đến nhãn hiệu**

Hiện nay, hệ thống các văn bản về xử lý hành vi CTKLM liên quan đến nhãn hiệu chủ yếu được quy định trong Bộ luật Dân sự 2015 bằng các biện pháp dân sự, hoặc Luật Cạnh tranh 2018, Luật SHTT, Nghị định số 99/2013/NĐ-CP,... bằng các biện pháp hành chính, hoặc BLHS 2015 sửa đổi, bổ sung 2017 với các chế tài hình sự. Xử lý hành vi CTKLM liên

quan đến nhãn hiệu trong giai đoạn hiện nay được thực hiện bằng nhiều phương thức, nhưng các hành vi vi phạm ngày càng nguy hiểm, tinh vi, khó phát hiện, đồng thời các chế tài xử lý các hành vi này chưa đủ sức răn đe. Các hành vi CTKLM về quyền SHCN nói chung và liên quan đến nhãn hiệu nói riêng hiện nay luôn ở tính chất vi phạm hết sức mạnh động, có tổ chức chặt chẽ, không những trong phạm vi lãnh thổ Việt Nam mà còn mở rộng đối với tổ chức và cá nhân nước ngoài. Tuy nhiên, việc xử lý nhóm các hành vi này còn gặp nhiều khó khăn và bất cập. Điều này cho thấy, việc đẩy mạnh các biện pháp, công tác đấu tranh phòng chống các hành vi này còn nhiều hạn chế, chưa đáp ứng được yêu cạnh tranh một cách lành mạnh, hợp pháp của các doanh nghiệp chân chính. Để đẩy mạnh hiệu quả xử lý các hành vi này, đẩy mạnh tính lành mạnh trong cạnh tranh, chúng ta cần thực hiện đồng bộ các giải pháp, khắc phục tối đa các hạn chế còn tồn đọng trong các phương thức xử lý, nhằm tăng sức cảnh cáo, răn đe. Trên cơ sở đó, tác giả đưa ra một số khuyến nghị như sau:

*Thứ nhất, cần tập trung thống nhất các quy định pháp luật về CTKLM liên quan đến nhãn hiệu trong một văn bản quy phạm pháp luật độc lập.*

Hiện nay, các hành vi CTKLM liên quan đến nhãn hiệu cũng như các biện pháp xử lý các hành vi này chưa được quy định tập trung thống nhất trong một văn bản pháp luật duy nhất mà vẫn còn nằm rải rác ở nhiều văn bản pháp luật có hiệu lực khác nhau làm phát sinh nhiều kẽ hở trong thực tiễn áp dụng. Ví dụ: Thủ tục tiến hành xử lý CTKLM liên quan đến nhãn hiệu bằng biện pháp hành chính vừa được quy định trong pháp Luật Cạnh tranh 2018 vừa được điều chỉnh bởi Luật SHTT 2005, sửa đổi, bổ sung 2009 với những quy định giải quyết khác nhau. Thủ tục trách nhiệm của bên khiếu nại cũng như các cơ quan có thẩm quyền xử lý các hành vi CTKLM liên quan đến nhãn hiệu theo quy định của pháp luật cạnh tranh và pháp Luật SHTT là hoàn toàn khác nhau. Sự khác nhau này sẽ khiến cho các doanh nghiệp bị xâm phạm khó khăn trong việc chọn lựa cách thức khiếu nại. Đồng thời việc phân định trách nhiệm cụ thể của các cơ quan có thẩm quyền xử lý cũng không rõ ràng. Hiện nay tại Việt Nam chưa có luật riêng điều chỉnh từng đối tượng SHTT, kinh nghiệm của các nước phát triển với bề dày lịch sử bảo hộ SHTT hàng trăm năm như Anh, Pháp, Nhật Bản đều xây dựng các luật độc lập cho từng đối tượng của SHTT, theo đó Luật Chống CTKLM được quy định riêng và không nằm cùng với các đối tượng SHCN khác. Ví dụ: Nhật Bản có Luật Chống hành vi CTKLM hay Hàn Quốc có Luật Chống CTKLM và bí mật thương mại. Khi quyền chống CTKLM được xây dựng trong một đạo luật riêng thì có thể quy định một cách chi tiết nhất về chống CTKLM trong văn bản pháp lý cao. Từ đó, tránh được tình trạng quy định rời rạc như trong các văn bản riêng lẻ tại Việt Nam, đồng thời khi áp dụng có thể tách biệt với các đối tượng khác.

*Thứ hai, cần phải đa dạng hóa các hình thức xử lý vi phạm.*

Các hình thức xử lý CTKLM liên quan đến nhãn hiệu mới dừng lại ở xử phạt vi phạm hành chính, các biện pháp dân sự hay hình sự ít được áp dụng trên thực tế. Lợi thế của biện pháp hành chính là áp dụng nhanh chóng không tốn nhiều thời gian, tuy nhiên mức xử phạt quy định trong các văn bản pháp luật cạnh tranh là còn thấp so với mức lợi nhuận mà doanh

nghiệp thực hiện hành vi CTKLM thu được dẫn tới việc doanh nghiệp vi phạm sẵn sàng nộp phạt. Cần xem xét mức xử phạt và hình thức xử phạt đối với các hành vi CTKLM liên quan đến nhãn hiệu. Bởi vì, trên thực tế những hành vi CTKLM có thể mang lại lợi ích khổng lồ cho doanh nghiệp và lợi hơn rất nhiều so với số tiền phạt họ phải gánh chịu. Chế tài phạt tiền tuy đã được quy định trong Nghị định số 71/2014/NĐ-CP về xử lý vi phạm pháp luật trong lĩnh vực cạnh tranh, nhưng quy định khung tiền phạt thường nhanh chóng lạc hậu theo thời gian và chưa mang nhiều tính răn đe với các đối tượng vi phạm, để khắc phục vấn đề này, hiện nay cơ quan quản lý chuyên môn đang dự thảo Nghị định quy định việc xử lý vi phạm pháp luật trong lĩnh vực cạnh tranh, hướng dẫn cụ thể vấn đề xử lý vi phạm trong lĩnh vực cạnh tranh trong Luật Cạnh tranh 2018. Theo tác giả, nên áp dụng mức phạt tiền cao hơn gấp nhiều lần so với lợi nhuận mà doanh nghiệp vi phạm thu được từ hành vi CTKLM liên quan đến nhãn hiệu.

Bên cạnh đó, cần có cơ chế đảm bảo thi hành để việc áp dụng các chế tài hành chính đạt hiệu quả cao. Trong trường hợp doanh nghiệp không chấp hành cần có các biện pháp cưỡng chế đủ mạnh để răn đe, đồng thời có thể áp dụng cơ chế tăng nặng hình phạt, mức phạt nếu như doanh nghiệp không chấp hành nghiêm quyết định xử phạt. Có như vậy thì việc áp dụng các chế tài hành chính mới đạt hiệu quả cao. Từ thực tiễn kinh nghiệm một số nước cho thấy, song song với việc áp dụng các biện pháp hành chính, dân sự và hình sự cần đẩy mạnh việc áp dụng các biện pháp kinh tế nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động xử lý CTKLM liên quan đến nhãn hiệu như: Thưởng tiền cho những người có công phát hiện và thông báo cho các cơ quan chức năng về việc vi phạm liên quan đến CTKLM trong SHCN nói chung cũng như liên quan đến nhãn hiệu nói riêng, điều đó góp phần hạn chế được các hành vi CTKLM liên quan đến nhãn hiệu.

*Thứ ba, cần phải có sự thống nhất giữa Luật SHTT và Luật Cạnh tranh trong việc xác định luật áp dụng để xử lý hành vi CTKLM về SHTT nói chung và quyền SHCN đối với nhãn hiệu nói riêng.*

Hiện nay, chưa có sự thống nhất trong việc xác định thẩm quyền xử lý hành vi CTKLM liên quan đến quyền SHTT. Theo khoản 3 Điều 211 Luật SHTT quy định tổ chức, cá nhân thực hiện hành vi CTKLM về SHTT thì bị xử phạt vi phạm hành chính theo quy định của Luật Cạnh tranh; trong khi đó tại khoản 1 Điều 110 Luật Cạnh tranh 2018 lại quy định rằng: Tổ chức, cá nhân có hành vi vi phạm pháp luật về cạnh tranh, trong đó có hành vi CTKLM trong lĩnh vực SHCN thì tùy theo tính chất, mức độ vi phạm mà bị xử lý kỷ luật, xử phạt vi phạm hành chính hoặc bị truy cứu trách nhiệm hình sự. Như vậy, Luật SHTT xác định thẩm quyền giải quyết hành vi CTKLM về SHTT thuộc phạm vi điều chỉnh của Luật Cạnh tranh giải quyết bao gồm các hình thức kỷ luật, xử phạt vi phạm hành chính hoặc bị truy cứu trách nhiệm hình sự, hình thức xử lý bằng biện pháp dân sự sẽ do Luật SHTT điều chỉnh, cụ thể ở Điều 202 của Luật SHTT:

- “1. Buộc chấm dứt hành vi xâm phạm;*
- 2. Buộc xin lỗi, cải chính công khai;*

3. Buộc thực hiện nghĩa vụ dân sự;

4. Buộc bồi thường thiệt hại;

5. Buộc tiêu hủy hoặc buộc phân phối hoặc đưa vào sử dụng không nhằm mục đích thương mại đối với hàng hóa, nguyên liệu, vật liệu và phương tiện được sử dụng chủ yếu để sản xuất, kinh doanh hàng hóa xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ với điều kiện không làm ảnh hưởng đến khả năng khai thác quyền của chủ thể quyền sở hữu trí tuệ”.

Nhưng Điều 110 Luật Cạnh tranh 2018 quy định tại khoản 3 về các hình thức xử phạt bổ sung lại xác định các hình thức xử lý về CTKLM, trong đó có các biện pháp dân sự, có những quy định trùng lặp và những quy định bổ sung khác biệt với Luật SHTT, bao gồm cả việc cải chính công khai, khắc phục hậu quả... Việc tồn tại song song một phương thức xử lý dựa trên cơ sở pháp luật cạnh tranh và pháp luật về SHTT đối với các hành vi phạm quyền SHTT là một sự bổ sung cho nhau hay đó là sự chồng chéo. Vấn đề đặt ra, là người bị thiệt hại nên chọn theo quy định nào hiệu quả nhất để bảo vệ quyền lợi hợp pháp của mình khi bị xâm phạm? Việc quy định không thống nhất này sẽ tạo ra sự không đồng bộ trong áp dụng pháp luật dẫn đến các hành vi CTKLM về SHTT có thể được xử lý khác nhau khi căn cứ vào hai luật khác nhau nhưng lại có giá trị pháp lý như nhau về hiệu lực thi hành. Do đó theo tác giả, nên quy định toàn bộ các hình thức xử lý vi phạm về CTKLM liên quan đến SHCN nói chung và nhãn hiệu nói riêng theo quy định của Luật Cạnh tranh, hoặc ngược lại là các hình thức xử lý các hành vi CTKLM trong SHCN sẽ do Luật SHTT điều chỉnh, không nên áp dụng một phương thức xử lý vi phạm trong Luật Cạnh tranh hoặc biện pháp trong Luật SHTT để giải quyết đối với một hành vi vi phạm. Đồng thời, dù là hành vi CTKLM nhưng đây là CTKLM liên quan trực tiếp đến lĩnh vực SHTT, đối tượng bị xâm phạm là quyền chống cạnh tranh không lành mạnh thuộc quyền sở hữu công nghiệp và pháp luật về sở hữu trí tuệ, nên việc xử lý vi phạm nên thống nhất theo hướng xử lý thuộc sự điều chỉnh thuộc Luật SHTT.

### DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đinh Văn Thanh và Đinh Thị Hằng (2004), *Nhãn hiệu hàng hóa trong pháp luật dân sự*, Nxb Công an nhân dân, Hà Nội.

2. Đỗ Văn Đại (2005), “Bồi thường thiệt hại có yếu tố nước ngoài do hành vi cạnh tranh không lành mạnh gây ra”, *Tạp chí Nghiên cứu Lập pháp*, số 50, Hà Nội.

3. Lê Anh Tuấn (2007), “Điều chỉnh hành vi chỉ dẫn gây nhầm lẫn theo pháp luật hiện hành”, *Tạp chí Nghiên cứu Lập pháp*, số 8, Hà Nội.

4. Nguyễn Hữu Huyền (2004), *Luật Cạnh tranh Pháp và Liên minh châu Âu*, Nxb Tư pháp, Hà Nội.

5. Trang tin Báo Đất Việt, *Nên khởi kiện khi bị xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ*, Minh Cường, <http://baodatviet.vn/khoa-hoc/cuc-so-huu-tri-tue/nen-khoi-kien-khi-bi-xam-pham-quyen-so-huu-tri-tue-2353295/>, Truy cập ngày 4/8/2019.

6. Trang tin Bảo hộ thương hiệu, *Quyền chống cạnh tranh không lành mạnh*, Nguyễn Thanh Hà, <http://baohothuonghieu.com/banquyen/tin-chi-tiet/quyen-chong-canhh-tranh-khong-lanhmanh/318.html>, truy cập ngày 12/8/2019.

7. Trang tin Sài Gòn giải phóng, *Điều kiện bảo hộ nhãn hiệu*, Đào Minh Đức, <http://www.sggp.org.vn/cac-dieu-kien-bao-ho-doi-voi-nhan-hieu-232469>, truy cập ngày 10/8/2019.

8. Trang tin Tạp chí Dân chủ pháp luật, *Áp dụng pháp luật về cạnh tranh không lành mạnh trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp*, Đặng Vũ Huân và Nguyễn Thùy Dung, <http://tcdepl.moj.gov.vn/qt/tintuc/Pages/phap-luat-kinh-te.aspx?ItemID=141>, truy cập ngày 25/8/2019.