

Kinh tế Sài Gòn

Tạp chí của UBND TP. Hồ Chí Minh

www.thesaigontimes.vn

Năm thứ 36 ■ ISSN:0868-3344

Số 23-2026 (1.851) ■ 4-6-2026

Giá: 25.000 ĐỒNG

LUẬT ĐÔ THỊ ĐẶC BIỆT:
**VÌ TP HCM VÀ
VÌ CẢ NƯỚC**

ĐẶT MUA BÁO IN



Ảnh: LÊ VŨ

QUẢN TRỊ TÀI SẢN SỐ:

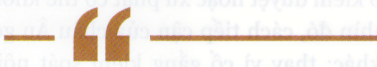
KHI TÊN MIỀN KHÔNG CHỈ LÀ ĐỊA CHỈ TRUY CẬP

Trong bối cảnh nền kinh tế số bùng nổ, tên miền (*domain name*) đã thoát ly khỏi vai trò kỹ thuật thuần túy để trở thành một công cụ nhận diện nguồn gốc thương mại cốt lõi. Tuy nhiên, sự xung đột giữa “luật chơi” cấp phát tên miền và quyền sở hữu trí tuệ đang tạo ra những “điểm nóng” pháp lý mà bất kỳ người nào cũng có thể trở thành nạn nhân. Làm thế nào để giữ vững “chủ quyền số” khi bị gõ cửa bằng những bản “Thư Khuyến cáo” (*Cease & Desist Letter*)?

LS. VŨ LÂM ĐÔNG ANH (*)

Bản chất của xung đột: Khi “nhanh tay” đối đầu với “quyền ưu tiên”

Nhân câu chuyện đang xôn xao dư luận thời gian gần đây liên quan đến việc một thương hiệu trà sữa quốc tế, thông qua một công ty luật có tiếng trong lĩnh vực sở hữu trí tuệ (SHTT), gửi “Thư Khuyến cáo” đến một đơn vị sở hữu tên miền nội địa bị xem là trùng hoặc tương tự gây nhầm lẫn nhằm yêu cầu hoàn trả tài sản số này, giới kinh doanh lại được dịp nhìn nhận sâu sắc hơn về một lỗ hổng quản trị kinh điển. Cuộc đối đầu nảy lửa giữa sức ép của một “ông lớn” và sự kiên định của một chủ tên miền bản địa đã bóc tách một thực tế: cơ chế quản lý tài nguyên số hiện nay đang tồn tại những khoảng lệch pha rất lớn.



Một sai lầm phổ biến của các doanh nghiệp là lầm tưởng rằng có nhãn hiệu là “đương nhiên” có quyền sở hữu các tên miền tương ứng. Thực tế, pháp luật Việt Nam quy định rất rõ, việc bảo hộ nhãn hiệu không mang lại quyền ưu tiên tự động đối với tên miền. Quyền của chủ nhãn hiệu chỉ được kích hoạt khi việc sử dụng tên miền của bên kia bị xác định là hành vi cạnh tranh không lành mạnh.

Tại thời điểm hiện tại, việc đăng ký bảo hộ nhãn hiệu và đăng ký tên miền đang được quy định tại các văn bản pháp luật khác nhau, với cơ chế quản lý việc đăng ký và bảo hộ hoàn toàn khác biệt:

Đăng ký tên miền: Được quy định tại Luật Viễn thông 2023 theo nguyên tắc bình đẳng, không phân biệt đối xử và “*first come, first served*” (đăng ký trước được xét cấp trước). Thủ tục này cực kỳ nhanh chóng, thường chỉ mất khoảng ba ngày làm việc kể từ khi có hồ sơ hợp lệ.

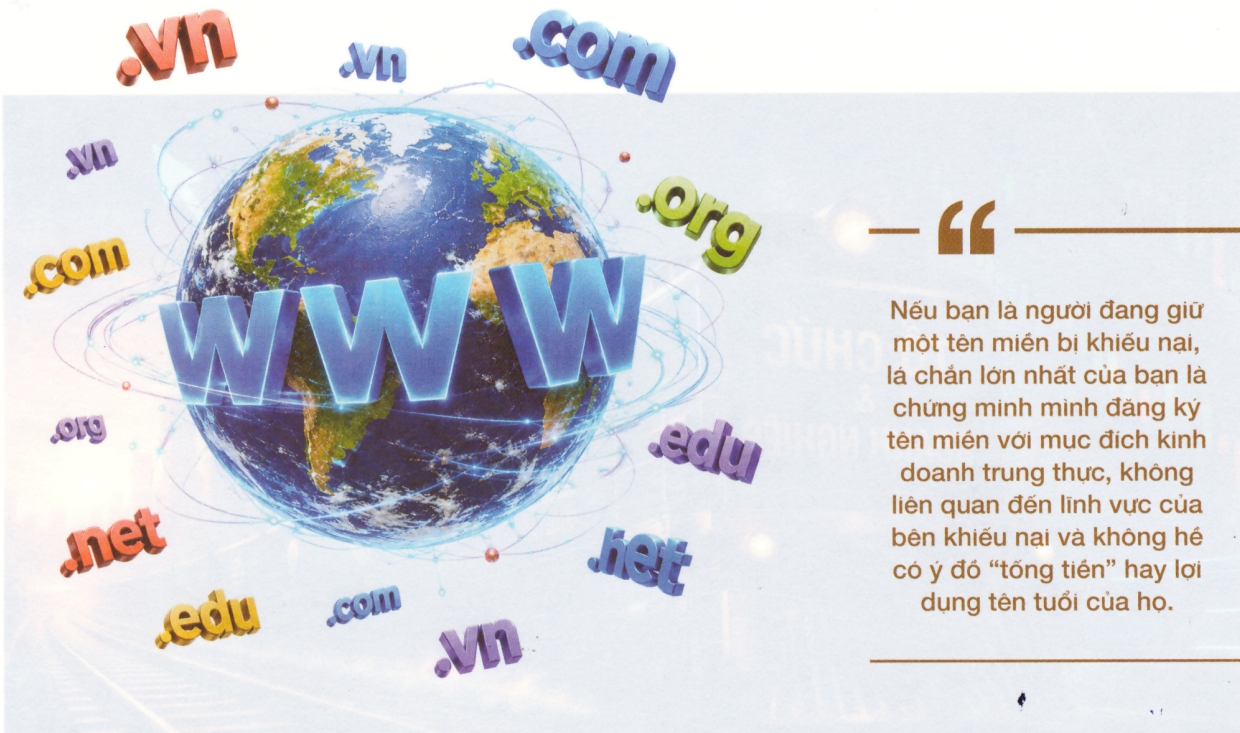
Đăng ký nhãn hiệu: Được quy định chặt chẽ bởi Luật SHTT với quy trình phức tạp hơn gồm ba giai đoạn: thẩm định hình thức, công bố đơn và thẩm định nội dung. Thời gian thực tế để một nhãn hiệu được bảo hộ thường kéo dài từ 12-24 tháng, đòi hỏi phải thỏa mãn hàng loạt tiêu chí khắt khe.

Chính sự chênh lệch lớn về mặt thời gian và độ khó này đã vô tình tạo ra một kẽ hở lớn trên thị trường. Một bên có thể dễ dàng sở hữu một tên miền định danh đẹp chỉ trong vài ngày, trong khi chủ sở hữu thương hiệu thực sự vẫn đang miệt mài chờ đợi cơ quan chức năng xét duyệt văn bằng bảo hộ.

“Vũ khí” pháp lý và ranh giới của quyền ưu tiên

Một sai lầm phổ biến của các doanh nghiệp là lầm tưởng rằng có nhãn hiệu là “đương nhiên” có quyền sở hữu các tên miền tương ứng. Thực tế, pháp luật Việt Nam quy định rất rõ, việc bảo hộ nhãn hiệu không mang lại quyền ưu tiên tự động đối với tên miền.

Quyền của chủ nhãn hiệu chỉ được kích hoạt khi việc sử dụng tên miền của bên kia bị xác định là hành vi cạnh tranh không lành mạnh. Theo điều 130 Luật SHTT, hành



“
Nếu bạn là người đang giữ một tên miền bị khiếu nại, là chần lớn nhất của bạn là chứng minh mình đăng ký tên miền với mục đích kinh doanh trung thực, không liên quan đến lĩnh vực của bên khiếu nại và không hề có ý đồ “tống tiền” hay lợi dụng tên tuổi của họ.

vi phạm phải hội đủ các yếu tố chiếm hữu, sử dụng tên miền trùng hoặc tương tự gây nhầm lẫn với nhãn hiệu đã được bảo hộ, và có dụng ý xấu, lợi dụng uy tín, danh tiếng của nhãn hiệu đó để thu lợi bất chính.

Dưới góc nhìn kinh doanh, nếu bạn là người đang giữ một tên miền bị khiếu nại, là chần lớn nhất của bạn là chứng minh mình đăng ký tên miền với mục đích kinh doanh trung thực, không liên quan đến lĩnh vực của bên khiếu nại và không hề có ý đồ “tống tiền” hay lợi dụng tên tuổi của họ.

Chiến thuật “phòng thủ chủ động” - biến tên miền thành pháo đài pháp lý

Để không bị “mất trắng” tên miền khi bị khiếu nại, chủ sở hữu cần phải hiểu rõ các “điểm tựa” pháp lý mà Luật SHTT và các nghị định liên quan (như Nghị định 147/2024/NĐ-CP) cung cấp, trong đó việc xác lập mục đích sử dụng “trong sạch” (*Good Faith*) là yếu tố quyết định.

Thứ nhất, triển khai nội dung thực tế. Lỗi lớn nhất của các chủ sở hữu tên miền là để tên miền ở trạng thái “treo” (*Parking page*) hoặc đăng ký xong rồi bỏ không. Đây là kẽ hở lớn nhất để bạn có thể bị cáo buộc là đang “đấu cơ tên miền”. Nếu bạn đang giữ một tên miền, hãy triển khai dự án trên đó ngay lập tức. Một trang web có hoạt động thật sự là bằng chứng thép bác bỏ mọi cáo buộc “đấu cơ” hay “dụng ý xấu”. Dù là một trang *landing page* giới thiệu dự án giáo dục, cộng đồng hay một blog cá nhân, việc có dữ liệu hoạt động sẽ chứng minh bạn đang thực sự sử dụng tài nguyên số này cho một mục đích hợp pháp.

Thứ hai, tách biệt ngành hàng: Nếu bạn sở hữu tên miền “X” và kinh doanh lĩnh vực hoàn toàn khác với thương hiệu X” của tập đoàn kia, khả năng giữ lại tên miền là rất

cao. Luật pháp bảo hộ nhãn hiệu theo nhóm ngành, và tên miền cũng có thể được duy trì nếu không gây nhầm lẫn về nguồn gốc hàng hóa.

Thứ ba, việc lưu trữ hồ sơ, chứng cứ liên quan đến quá trình hình thành ý tưởng, sử dụng và phát triển tên miền là đặc biệt quan trọng; bao gồm lịch sử giao dịch, biên lai thanh toán phí duy trì hàng năm; các văn bản, e-mail chứng minh ý tưởng xây dựng dự án gắn liền với tên miền đó trước khi tranh chấp nổ ra; các thông báo công khai trên trang web về quyền sở hữu và tuyên bố miễn trừ trách nhiệm (*Disclaimer*) để tránh gây nhầm lẫn cho người dùng về sự liên quan đến các nhãn hiệu trùng hoặc tương tự...

Cuối cùng, thượng tôn pháp luật nhưng không nhượng bộ vô lý. Khi nhận được “Thư Khuyến cáo”, hãy bình tĩnh rà soát lại toàn bộ cơ sở pháp lý, đặc biệt là yếu tố thời điểm và tính độc lập của hoạt động kinh doanh.

Bài học về “chủ quyền số” trong kinh doanh hiện đại

Tên miền ngày nay không chỉ là địa chỉ truy cập, mà là cửa ngõ thương mại, là bộ nhận diện thương hiệu và trong nhiều trường hợp, là tài sản có giá trị lớn. Những tranh chấp xoay quanh tên miền phản ánh một thực tế rằng, trong nền kinh tế số, quyền lợi không tự sinh ra mà phải được xác lập, duy trì và bảo vệ một cách chủ động. Đối với doanh nghiệp, bài học không nằm ở việc xử lý tranh chấp khi đã xảy ra, mà ở việc xây dựng nền tảng pháp lý ngay từ đầu. Bởi trong cuộc chơi này, người chuẩn bị kỹ lưỡng không chỉ tránh được rủi ro mà còn nắm giữ lợi thế cạnh tranh bền vững.