BẢO HỘ QUYỀN SỞ HỮU TRÍ TUỆ ĐỐI VỚI GIAO DIỆN TRANG WEB TẠI VIỆT NAM

LÊ TRUNG HIẾU*

Ngày nhận bài:05/07/2023

Ngày phản biện:27/07/2023

Ngày đăng bài:30/09/2023

Tóm tắt:

Cùng với sự tương tác mạnh mẽ giữa con người và công nghệ thông tin, hoạt động thương mại điện tử đang ngày càng trở nên sôi động. Trên thực tế, một doanh nghiệp sở hữu giao diện trang web độc đáo sẽ dễ dàng tạo được ấn tượng đối với khách hàng hơn so với các đối thủ cạnh tranh khác. Tuy nhiên, việc bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với giao diện trang web theo pháp luật Việt Nam hiện nay vẫn còn tồn tại nhiều "khoảng trống", từ đó gây ra một số rủi ro cho các doanh nghiệp. Trên cơ sở nghiên cứu, phân tích các quy định của pháp luật quốc tế cũng như pháp luật Việt Nam về bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với giao diện trang web, tác giả đưa ra một số khuyến nghị về vấn đề này.

Từ khóa:

Giao diện trang web, quyền sở hữu trí tuệ, cạnh tranh.

Abstract:

With the increasing interaction between people and information technology, e-commerce activities are becoming more vibrant. In fact, businesses with eye-catching website interfaces are likely to leave a stronger impression on customers compared to their competitors. However, the protection of intellectual property rights for website interfaces under Vietnamese law currently has several gaps, leading to potential risks for businesses. After researching and analyzing the provisions of both international and Vietnamese laws regarding the protection of intellectual property rights for website interfaces, the author offers recommendations on this matter.

Keywords:

Website interface, intellectual property rights, competition

* GV Khoa Luật, Trường Đại học Kinh tế Luật, Đại học Quốc gia, Thành phố Hồ Chí Minh; Email: hieult19504cp@st.uel.edu.vn

• Ghi chú: Tải bài viết toàn văn tại địa chỉ: http://tapchi.hul.edu.vn.

1. Đặt vấn đề

Ngày nay, trong bối cảnh công nghệ thông tin xuất hiện rộng khắp, người tiêu dùng thường có xu hướng mua sắm thông qua các sàn thương mại điện tử. Các giao diện trang web giờ đây không chỉ tồn tại với mục đích là kênh cung cấp thông tin cho cộng đồng mà còn đóng vai trò là cầu nối hữu hiệu giữa các doanh nghiệp và khách hàng trong hoạt động kinh doanh. Do đó, hầu hết các doanh nghiệp không chỉ cần có sản phẩm và dịch vụ mà còn phải tạo ra trải nghiệm người dùng đáng nhớ[1]. Thật vậy, một thiết kế tốt có thể tối ưu hóa sự thành công của trang web và cải thiện một số khía cạnh của người tiêu dùng, bao gồm thu thập thông tin, ý định quay lại trang web, sự tin tưởng của khách hàng[2] và hơn hết, tạo cho họ cảm giác dễ chịu khi mua hàng. Trái lại, một giao diện "kém bắt mắt" không chỉ gây phương hại cho lưu lượng truy cập và chuyển đổi trang web của doanh nghiệp mà còn ảnh hưởng đến danh tiếng cửa hàng trực tuyến[3].

Ngoài ra, trải nghiệm người dùng có thể được tạo ra một phần thông qua giao diện của trang web. Tuy vậy, giao diện trang web được hiểu như thế nào thì vẫn chưa có lời giải đáp, bởi trên thực tế hoàn toàn không tồn tại thuật ngữ này. Theo đó, vì mức độ liên kết chặt chẽ với người tiêu dùng, một giao diện trang web có thể được khái quát hóa dưới hai dạng phổ biến nhất là: giao diện người dùng trang web (user interface - UI) và giao diện đồ họa người dùng (graphical user interface - GUI). Cụ thể, nếu giao diện người dùng là điểm tương tác và giao tiếp giữa người dùng và máy tính, tập trung vào cách thức các thành phần của một trang web, được hiển thị trên một trang web dưới dạng: hình ảnh, âm thanh, màu sắc, văn bản[4], biểu tượng, thanh điều hướng, tab[5],... thì giao diện người dùng đồ họa thường được hiển thị trên một trang web dưới các dạng: biểu tượng, tab, menu[6], thanh điều hướng, logo, phần văn bản của website, thanh thông tin ở cuối trang (footer)[7],...

---

[1] Scott D. Locke (2017), *Trade Dress In The Age of E-commerce: The Challenge of Protecting The "Look and feel" of Websites and Mobile Apps*, Albany Law Journal of Science & Technology, vol 27.3, tr.213-214.

[2] Punitha Turumugon (2018), *Aslina Baharum Identifying a User Interface Web Design Standard for Higher Learning Institutions Using Kansei Engineering*, Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science, vol. 11, no.1, tr.91.

[3] SFWP Experts, "*Ecommerce UI Design Guide: How To Improve Ecommerce Interface For User?",* https://www.sfwpexperts.com/ecommerce-ui-design-guide-how-to-improve-ecommerce-interface-for-user/,truy cập ngày 16/04/2023.

[4] Ravi Chandra Chaitanya Guntupalli (2008), *User Interface Design Methods and Qualities of a Good User Interface Design*, Master's Thesis, University West, tr.1.

[5] Usability, *"User Interface Elements*", https://www.usability.gov/how-to-and-tools/methods/user-interface-elements.html, truy cập ngày 16/04/2023.

[6] Computer Hope, "*GUI"*, https://www.computerhope.com/jargon/g/gui.htm, truy cập ngày 16/04/2023.

[7] Biti, *"3 thành phần cơ bản trong giao diện một website*", https://biti.vn/giao-dien-mot-website/, truy cập ngày 16/04/2023.

Sự khác biệt cơ bản giữa giao diện người dùng và giao diện đồ họa người dùng thể hiện ở việc giao diện đồ họa người dùng luôn được biểu hiện ở dạng đồ họa, trong khi đó giao diện người dùng có thể được hiển thị ở dạng văn bản và không nhất thiết phải ở dạng đồ họa. Cũng có thể nói rằng, giao diện đồ họa người dùng chính là một tập hợp con của giao diện người dùng. Ngày nay, nhằm kích thích thị hiếu của khách hàng, giao diện trang web thường xuyên được biểu hiện dưới dạng giao diện người dùng đồ họa (GUI)[8]. Ngoài ra, một trang web phần lớn được thể hiện trên không gian "world wide web" của Internet[9] bởi đây là thành phần được các doanh nghiệp sử dụng rộng rãi nhất để cung cấp hàng hóa và dịch vụ.

Nắm bắt được những lợi thế tiềm năng này, các doanh nghiệp đang tích cực đầu tư cho giao diện trang web của mình nhằm tạo ra sự thu hút đối với những "khách hàng mục tiêu". Tuy nhiên, giao diện trang web lại đang ngày càng gặp nhiều mối đe dọa từ sự sao chép "bất hợp pháp" từ đối thủ cạnh tranh. Sự dễ dàng trong khâu tiếp cận và tải xuống những tài sản trí tuệ có giá trị như vậy từ Internet đã duy trì lối suy nghĩ lấy mà không phải trả tiền. Mặt khác, một số khác tin rằng việc sao chép bố cục của trang web của đối thủ cạnh tranh là không sai, và đây chỉ là một cách sử dụng thực tế thông tin sẵn có trong không gian ảo[10]. Lẽ dĩ nhiên, lợi thế thương mại từ các giao diện trang web cũng vì thế mà "bay xa" nếu các đối thủ cạnh tranh có thể tự do sao chép các tính năng giao diện không được bảo vệ bởi pháp luật[11].

Hiểu đơn giản, doanh nghiệp A hoạt động trong lĩnh vực khách sạn và sở hữu một trang web riêng để mở rộng hoạt động kinh doanh. Một ngày nọ, doanh nghiệp này phát hiện giao diện trang web của mình đã bị sao chép bất hợp pháp bởi doanh nghiệp B (cùng hoạt động trong lĩnh vực khách sạn). Hệ lụy từ đây kéo đến với doanh nghiệp A khi việc bị sao chép giao diện khiến một số lượng lớn khách hàng nhầm lẫn và chuyển sang sử dụng dịch vụ của doanh nghiệp B. Ngoài ra, sau khi khách hàng gặp nhầm lẫn và sử dụng dịch vụ thông qua trang web của doanh nghiệp B, doanh nghiệp A phải tiếp tục gánh chịu rủi ro một khi trải nghiệm của khách hàng đối với giao diện trang web mà họ bị nhầm lẫn không

[8] Chris Adams, "*Benefits of the Graphical User Interface*", https://www.thoughtco.com/benefits-of-graphical-user-interface-1206357, truy cập ngày 16/04/2023.
[9] Javier Andres Bargas-Avila et al. (2010), *Simple but Crucial User Interfaces in the World Wide Web: Introducing 20 Guidelines for Usable Web Form Design*, User Interfaces, tr.1.
[10] Lisa M. Byerly (1998), *Look and Feel of Website User Interfaces: Copyright or Trade Dress?*, Santa Clara Computer and High-Technology Law Journal , vol.14, no.1, tr.225-226.
[11] John P. Musone (1997), *Obtaining and Enforcing Trade Dress for Computer Graphical User Interfaces - A Practitioner's Guide*, Richmond Journal of Law and Technology, vol.4, iss.2, tr.2.

tương đồng hoặc thua kém so với trải nghiệm của họ tại giao diện của doanh nghiệp gốc mà họ đã sử dụng trước đó. Rõ ràng, điều này làm đánh mất niềm tin, sự tín nhiệm của khách hàng về chất lượng hàng hóa, dịch vụ của doanh nghiệp sở hữu giao diện trang web gốc.

Thiệt hại điển hình về giao diện trang web có lẽ phải kể đến tranh chấp giữa *Facebook* và *StudiVZ*. Bằng cách sao chép toàn bộ giao diện của *Facebook*, chỉ đổi màu nền từ màu xanh sang màu đỏ[12], *StudiVZ* đã có một giao diện "hoàn hảo" mà không cần tốn nhiều công sức và sự đầu tư về mặt tài chính. Chưa dừng lại ở đó, Rocket, công ty đã tạo ra đối thủ cạnh tranh của *Facebook* là *StudiVZ* đã liên tiếp đạo nhái thành công của các trang web nổi tiếng bao gồm Fab, Priceline và các trang web khác. Cụ thể, bản sao *Zappos* của *Rocket* đã thống trị sáu thị trường châu Âu và được Financial Times Deutschland ước tính trị giá 1 tỷ đô la[13]. Đáng lo ngại hơn, trong bối cảnh thương mại điện tử đang phát triển với tốc độ kinh ngạc, giao diện trang web càng dễ dàng trở thành "con mồi béo bở" cho các đối tượng xấu lợi dụng và thực hiện hành vi đạo nhái bất hợp pháp.

Chính vì những rủi ro kể trên, pháp luật các quốc gia đã và đang nỗ lực xây dựng khung pháp lý nhằm giải quyết các vi phạm về sao chép trái phép giao diện trang web. Về cơ bản, bốn đối tượng quyền sở hữu trí tuệ được xem xét để bảo vệ một giao diện trang web bao gồm: quyền tác giả (tương đương thuật ngữ "bản quyền[14]" theo pháp luật Hoa Kỳ, kiểu dáng công nghiệp (tương đương thuật ngữ "sáng chế thiết kế"[15] theo pháp luật Hoa Kỳ), nhãn hiệu (trademark) và gần đây là hình ảnh tổng thể thương mại (trade dress). Tuy vậy, khi luận bàn về giao diện của trang web, cần phải nhận định rằng "giao diện" của môi trường kỹ thuật số không đồng nghĩa với nội dung của chúng, điều này có nghĩa rằng các đối thủ cạnh tranh có thể tạo các trang web có giao diện tương tự mà không sao chép nội dung trang web[16].

Do đó, mặc dù các doanh nghiệp sở hữu giao diện trang web có thể dựa một phần vào bản quyền để bảo vệ các sáng tạo, chỉ riêng việc bảo hộ bản quyền thường không đủ để ngăn đối thủ cạnh tranh cố gắng kiếm lợi từ sự sáng tạo của "giao diện" mà một doanh

[12] Vietnamnet, "*Làm giàu nhờ lập website nhái*", https://vietnamnet.vn/lam-giau-nho-lap-website-nhai-i348245.html, truy cập ngày 18/04/2023.
[13] Liz Brown (2014), *Bridging the Gap: Improving Intellectual Property Protection for the Look and Feel of Websites,* NYU Journal of Intellectual Property & Entertainment Law, vol.3:310, tr.317.
[14] Được dịch từ thuật ngữ: *"Copyright".*
[15] Được dịch từ thuật ngữ: "*Design Patent*".
[16] Claudia Ray & Brendan T. Kehoe, "*Defining "Look and Feel" Infringement of Web Sites*", https://www.law360.com/articles/78774/defining-look-and-feel-infringement-of-web-sites, truy cập ngày 20/04/2023.

nghiệp khác đã tạo ra[17]. Nếu áp dụng quy định về kiểu dáng công nghiệp hoặc sáng chế thiết kế để bảo vệ giao diện trang web, cũng không thực sự chắc chắn rằng chủ sở hữu sẽ được cấp văn bằng bảo hộ. Mặt khác, nhãn hiệu lại không được coi là một công cụ đủ mạnh để bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ cho giao diện trang web. Trong khi đó, hình ảnh tổng thể thương mại dường như còn quá "mới" đối với hệ thống sở hữu trí tuệ của đa số các quốc gia.

Tại Việt Nam, cần phải nhận định rằng quy định pháp luật về bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ đối với giao diện trang web còn thiếu rõ ràng, chưa bảo vệ được đầy đủ quyền lợi của các chủ sở hữu giao diện. Thật vậy, theo pháp luật sở hữu trí tuệ hiện tại, một vài thành phần "đơn lẻ" của giao diện trang web có thể được bảo vệ thông qua quy định của quyền tác giả và nhãn hiệu. Tuy nhiên, đứng trước việc sao chép giao diện trang web ngày càng phổ biến, quy định về quyền tác giả và nhãn hiệu đã ít nhiều bộc lộ những kẽ hở và gây nên những tổn thất không nhỏ cho doanh nghiệp và xã hội. Điều này đặt ra tính cấp thiết trong việc tìm ra những giải pháp mới mang tính hiệu quả hơn nhằm bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ của giao diện trang web. Do đó, bài viết tập trung phân tích những quy định pháp luật liên quan đến việc bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với giao diện trang web tại một số quốc gia như: Hoa Kỳ, Pháp, Singapore và Việt Nam, đồng thời đưa ra một số khuyến nghị cho pháp luật Việt Nam về vấn đề này.

2. Quy định pháp luật một số quốc gia về bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ đối với giao diện trang web

Mặc dù bảo vệ giao diện trang web không phải là một vấn đề đặc biệt mới, song các học giả từ khắp nơi trên thế giới vẫn tiếp tục đấu tranh với vấn đề này. Một số tòa án ở Hoa Kỳ đã gợi ý việc bảo vệ giao diện trang web nên xuất phát từ luật bản quyền, bởi luật này bảo vệ việc thể hiện ý tưởng[18]. Số khác lại cho rằng, nên bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với giao diện trang web dựa trên quy định về sáng chế thiết kế hoặc hình ảnh tổng thể thương mại. Tuy nhiên, cần phải nói rằng, việc bảo hộ giao diện trang web theo mỗi loại đối tượng quyền sở hữu trí tuệ khác nhau đều tồn tại những ưu và nhược nhất định. Đó cũng là lý do tại sao trên thế giới hiện tại không có công cụ sở hữu trí tuệ nào thực sự "toàn diện" để bảo vệ giao diện trang web.

[17] Scott D. Locke (2017), *tlđd* (1), tr.214.
[18] Liz Brown (2014), *tlđd* (13), tr.313.

Thứ nhất, bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với giao diện trang web dựa trên quy định về hình ảnh tổng thể thương mại

Bắt nguồn từ quy định trong Đạo luật Lanham[19], hình ảnh tổng thể thương mại đã sớm được hình thành tại Hoa Kỳ, tuy nhiên đối tượng quyền sở hữu trí tuệ này còn tương đối mới mẻ đối với hệ thống pháp luật sở hữu trí tuệ tại phần lớn các quốc gia. Là tập hợp con của nhãn nhãn hiệu, hình ảnh tổng thể hoạt động dựa trên cơ chế "look and feel" (cái nhìn và sự cảm nhận). Theo đó, hình ảnh tổng thể thương mại bao gồm phạm vi rộng hơn của các yếu tố nhằm xây dựng thương hiệu cho hàng hóa hoặc dịch vụ, thay vì một biểu tượng đơn lẻ. Đây có thể là bao bì sản phẩm, chiến dịch quảng cáo, giao diện tổng thể của trang web, thiết kế nội thất tổng thể của nhà hàng hoặc cửa hàng bán lẻ hoặc thậm chí là cấu hình của chính sản phẩm[20],... hoặc sự kết hợp giữa các yếu tố này. Nói một cách đơn giản, hình ảnh tổng thể thương mại chú trọng vào yếu tố tổng thể. Bằng cách nhìn vào diện mạo tổng thể của sản phẩm hoặc dịch vụ, khách hàng cảm thấy ấn tượng và từ đó giúp họ nhận ra nguồn gốc thương mại của sản phẩm, dịch vụ.

Như vậy, có thể thấy rằng, giao diện trang web là một trong các yếu tố thuộc phạm vi điều chỉnh của hình ảnh tổng thể thương mại. Về cơ bản, hình ảnh tổng thể thương mại có thể bảo vệ một cách tổng thể "các yếu tố tương tác và tâm trạng, phong cách hoặc ấn tượng" của các trang web cũng như "các yếu tố tĩnh" như: hình ảnh, màu sắc, đường viền hoặc khung của chúng[21],... Điều này có nghĩa rằng, hình ảnh tổng thể thương mại được thiết kế để bảo vệ các tổng thể các thành phần ở dạng chuyển động của một giao diện trang web[22]. Tất nhiên, vì cơ chế ưu việt như vậy nên việc sử dụng hình ảnh tổng thể thương mại để bảo vệ giao diện trang web cũng không phải là câu chuyện dễ dàng. Theo đó, để bảo hộ hình ảnh tổng thể thương mại đối với giao diện trang web, giao diện này phải đáp ứng ba điều kiện sau:

(i) có tính phân biệt (distinctive): Một trong những điều kiện đầu tiên để xem xét hình ảnh tổng thể thương mại có "phù hợp để bảo hộ" hay không là nó phải có tính phân biệt, vì xét cho cùng, mục đích của hình ảnh tổng thể thương mại là giúp khách hàng nhận

[19] Mặc dù không được định nghĩa một cách rõ ràng, song, hình ảnh tổng thể thương mại được xuất hiện trong Mục 15 U.S.C. 1125, Phần 43(a) của Đạo luật Lanham liên quan đến quy định về chỉ dẫn sai nguồn gốc của hàng hóa, dịch vụ.

[20] Linda Joy Kattwinkel, *Trademark and Trade Dress,* AIGA, tr.4.

[21] Rachel Stigler (2014), *Ooey GUI: The Messy Protection of Graphical User Interfaces*, Northwestern Journal of Technology and Intellectual Property, vol.12, iss.3, art.3, tr.237.

[22] Lauren Fisher Kellner (1994), *Trade Dress Protection for Computer User Interface "Look and Feel"*, University of Chicago Law Review, vol. 61: iss. 3, tr.1013.

biết sản phẩm của nhà cung cấp. Về nguyên tắc, có hai cách để xác định xem một giao diện trang web có tính phân biệt hay không đó là: "tính phân biệt tự thân" (inherently distinctive) và "tính phân biệt thông qua ý nghĩa thứ cấp" (secondary meaning), cụ thể:

(a) đối với tính phân biệt tự thân: về cơ bản, một giao diện trang web có tính phân biệt nếu nó chứa các yếu tố "độc nhất vô nhị" trong một thị trường cụ thể mà người ta có thể cho rằng, không cần bằng chứng mà khách hàng vẫn tự động coi giao diện trang web này là dấu hiệu để chỉ nguồn gốc thương mại của doanh nghiệp[23].

(b) đối với tính phân biệt thông qua ý nghĩa thứ cấp: trong trường hợp một giao diện trang web không đạt được khả năng phân biệt tự thân, tính phân biệt theo ý nghĩa thứ cấp, hay nói cách khác – thông quá trình sử dụng sẽ được áp dụng[24]. Học thuyết ý nghĩa thứ cấp được sử dụng để chỉ ra rằng một giao diện trang web đã từng được liên kết duy nhất với một nguồn gốc thương mại cụ thể. Mục tiêu chính của ý nghĩa thứ cấp là nhằm kiểm tra xem công chúng có xác định được nguồn gốc của giao diện trang web hay không.

(ii) không mang tính chức năng (non-functional): tính chức năng của giao diện trang web là những đặc tính mà đối thủ cạnh tranh thấy cần phải đưa vào giao diện của họ để có thể cạnh tranh hiệu quả hơn trên thị trường[25]. Điều này có nghĩa là tính chức năng trở nên thiết yếu đối với việc sử dụng của giao diện trang web hoặc nó làm ảnh hưởng đến chi phí hoặc chất lượng của giao diện trang web[26].

(iii) không cấu thành dấu hiệu gây nhầm lẫn với các dấu hiệu đã được pháp luật bảo hộ: thực chất, điều kiện bảo hộ giao diện trang web này ở dạng bị động. Theo đó, đây là điều kiện mà pháp luật Hoa Kỳ đặt ra nhằm chống lại hành vi cạnh tranh cạnh tranh không lành mạnh. Cụ thể, hành vi này được biểu hiện khi một doanh nghiệp sử dụng giao diện trang web tương tự như giao diện trang web của công ty khác đã được pháp luật bảo hộ và từ đó cấu thành "khả năng nhầm lẫn"[27] trong tâm trí của khách hàng.

Thứ hai, bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với giao diện trang web dựa trên quy định về nhãn hiệu

---

[23] Michele A. Shpetner (1998), *Determining A Proper Test For Inherent Distinctiveness in Trade Dress,* Fordham Intellectual Property, Media and Entertainment Law Journal, vol. 8, no.3, tr.974.
[24] Xem thêm: "Two Pesos, 505 U.S., 770-71".
[25] Joel W. Reese (1994), Defining the Elements of Trade Dress Infringement under Section 43(a) of the Lanham Act, *Texas Intellectual Property Law Journal,* vol.2, no.2, tr.115.
[26] Xem thêm: "1202.02(a) Functionality of Trade Dress".
[27] USTPO, "*Likelihood of confusion, https://www.uspto.gov/trademarks/search/likelihood-confusion*", truy cập ngày 23/04/2023.

Về cơ bản, nhãn hiệu và hình ảnh tổng thể thương mại đều có mục đích chung là giúp khách hàng phân biệt sản phẩm và dịch vụ của doanh nghiệp này so với doanh nghiệp khác. Tuy nhiên, khi tiến hành bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với giao diện trang web, nhãn hiệu và hình ảnh tổng thể thương mại lại tồn tại những sự khác biệt nhất định về cơ chế cũng như phạm vi bảo hộ. Thông thường, một nhãn hiệu chỉ có thể bảo vệ các thành phần riêng lẻ như: logo, biểu tượng, khẩu hiệu,... xuất hiện trên giao diện trang web[28]. Trong khi đó, như đã phân tích, hình ảnh tổng thể thương mại có thể bảo vệ tổng thể các thành phần của một giao diện trang web.

Như vậy, rõ ràng việc bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với giao diện trang web thông qua hình ảnh tổng thể thương mại sẽ tiện lợi và tiêu tốn ít thời gian hơn so với nhãn hiệu bởi nó bảo hộ một giao diện tổng thể. Đó cũng là lý do đa số các doanh nghiệp tại Hoa Kỳ không lựa chọn việc bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ cho giao diện trang web thông qua công cụ nhãn hiệu. Đồng thời, tại các quốc gia không tồn tại quy định về hình ảnh tổng thể thương mại, đơn cử như Singapore hay Pháp, quy định về nhãn hiệu cũng rất ít khi được áp dụng để bảo vệ giao diện trang web. Bằng chứng được thể hiện ở Singapore, chỉ có vỏn vẹn tám nhãn hiệu đã được đăng ký và bảy nhãn hiệu khác đang chờ đăng ký để bảo vệ giao diện trang web, tỷ lệ này thấp một cách không tương xứng so với số lượng đăng ký nhãn hiệu ngày càng tăng mỗi năm tại quốc gia này[29].

Thứ ba, bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với giao diện trang web dựa trên quy định về bản quyền/ quyền tác giả

Không giống như hệ thống pháp luật Châu Âu lục địa, các nước Anh - Mỹ sử dụng một cơ chế tương tự nhưng cũng rất khác để bảo hộ quyền tác giả, đó là "copyright" (bản quyền). Theo đó, nếu thuật ngữ "*droit d'auteur*" (quyền tác giả) được sử dụng trong luật của Pháp nhằm nhấn mạnh vào yếu tố tác giả thì thuật ngữ "copyright" lại chú trọng vào yếu tố sao chép tác phẩm nhiều hơn[30]. Tuy nhiên suy cho cùng, mục đích chung của các cơ chế này đều nhằm thúc đẩy sự tiến bộ, đổi mới và sáng tạo nghệ thuật bằng cách khuyến khích và tán thưởng cho các tác giả đối với những nỗ lực của họ, thông qua việc cung cấp

[28] Benoit De Roquefeuil, "*Interfaces graphiques : la protection du look and feel*", https://www.alain-bensoussan.com/avocats/interfaces-protection-look-and-feel/2017/03/21/, truy cập ngày 24/04/2023.
[29] Taylor Vinters, "Protecting your Graphical User Interface (GUI) in Singapore", https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=369f8cc2-3b7d-4734-b6c4-7596367368b9#:~:text=One%20of%20the%20most%20straightforward,images%20moving%20in%20a%20sequence, truy cập ngày 27/04/2023.
[30] Nguyễn Thị Hồng Nhung (2021), *Quyền tác giả trong không gian ảo,* NXB Đại học Quốc gia Thành Phố Hồ Chí Minh, tr.26.

các quyền nhân hoặc quyền tài sản, để tạo ra các tác phẩm mới và cung cấp các tác phẩm đó cho công chúng thưởng thức. Đồng thời, hai cơ chế này cũng bảo vệ tác phẩm hoặc sự sáng tạo của họ khỏi việc sao chép, phóng tác, phân phối, trình diễn công khai,... bởi những người khác mà không có sự cho phép trước của tác giả[31] hoặc chủ sở hữu quyền tác giả.

Tại Hoa Kỳ, các tòa án tại liên tục gặp khó khăn trong việc xác định có hay không nên bảo vệ giao diện trang web bằng bản quyền, và đây vẫn là vấn đề gây tranh cãi cho tới ngày nay. Thật vậy, tranh chấp giữa Blue Nile và Ice.com[32] là minh chứng điển hình thể hiện sự mơ hồ trong việc sử dụng bản quyền để bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ cho giao diện trang web. Theo đó, để một tác phẩm được coi là nguyên gốc, sự sáng tạo của tác giả phải là độc lập và mức độ sáng tạo phải là tối thiểu trong tác phẩm[33], không cần phải có giá trị nghệ thuật hoặc tính mới. Do đó, giao diện của một trang web có thể sẽ được coi là nguyên gốc nếu có ít nhất một phần trình bày trực quan sáng tạo ở mức tối thiểu. Đối với những trang web chỉ biên soạn hoặc liệt kê thông tin hoặc siêu liên kết, có thể không có sự bảo vệ trừ khi việc biên soạn phản ánh tính nguyên gốc trong việc lựa chọn, phối hợp, sắp xếp hoặc sắp xếp thông tin[34].

Trên một giao diện trang web, bản quyền chỉ có khả năng bảo vệ các thành phần riêng lẻ của giao diện trang web ở dạng "tĩnh" (dạng không chuyển động) và không thể bảo vệ sự kết hợp tổng thể của các thành phần trong giao diện ở dạng "chuyển động"[35]. Cụ thể, quy định về bản quyền có thể được sử dụng để cấm người khác sao chép các thành phần riêng lẻ của giao diện trang web (chẳng hạn như biểu tượng, văn bản, hộp thoại,...), nhưng chỉ trong phạm vi các thành phần riêng lẻ là sự thể hiện gốc[36]. Tuy mã nguồn phần mềm[37] có thể và nên được đăng ký bản quyền, song bản quyền không phải là cách thức hiệu quả để bảo vệ giao diện trang web.

Cần phải nhận định rằng, mức độ bảo vệ đối với giao diện trang web do luật bản quyền cung cấp có thể là không đáng kể bởi nó gặp một số rào cản cố hữu. Cụ thể, Mục

[31] Anjaneya Reddy N M, Lalitha Aswath (2016), *Understanding Copyright Laws: Infringement, Protection and Exceptions,* International Journal of Research in Library Science, vol.2, iss.1, tr.49.
[32] Xem thêm: "Blue Nile, Inc. v. Ice.com, Inc., 478 F. Supp. 2d 1240, 1247 (WD Wash. 2007)".
[33] Xem thêm: "Feist Publications, Inc. v. Rural Tel. Serv. Co., 499 U.S. 340 (1991)".
[34] Kurt M. Saunders (2001), *Tradesite or Web dress?: Trade dress Protection for Website Interfaces*, Wild Apricot, tr.2.
[35] Lauren Fisher Kellner (1994), *tlđd* (22), tr.1013.
[36] Rachel Stigler (2014), *tlđd* (21), tr.228.
[37] Mã nguồn phần mềm (software code) thuộc đối tượng được bảo hộ quyền tác giả theo Luật Bản quyền Hoa Kỳ.

102, Tiêu đề 17 Bộ luật Hoa Kỳ chỉ bảo vệ bản quyền đối với *"tác phẩm gốc của tác giả được cố định trong bất kỳ phương tiện biểu đạt hữu hình nào"*. Theo đó, tính nguyên gốc của giao diện trang web được thỏa mãn nếu giao diện bao gồm các tính năng mới hoặc lựa chọn và sắp xếp một cách sáng tạo các tính năng hiện có. Nếu giao diện trang web mới sửa đổi giao diện hiện có đối với các biểu tượng, thanh cuộn, menu, thanh điều hướng... hoặc thêm vào các hiển thị hình ảnh chưa xuất hiện trước đó, các yêu cầu về tính nguyên gốc có thể dễ dàng được đáp ứng. Việc quy định như vậy tạo ra một số trở ngại khiến người tạo ra giao diện trang web không thể bảo vệ một cách triệt để bản quyền cho giao diện trang web của mình[38].

Đồng thời, Mục 102(b), Tiêu đề 17 Bộ luật Hoa Kỳ cũng quy định rằng bảo vệ bản quyền chỉ áp dụng cho sự thể hiện (expression) chứ không áp dụng cho *"ý tưởng, quy trình, quy trình, hệ thống, phương thức hoạt động, khái niệm, nguyên tắc hoặc khám phá"*. Tuy nhiên, như đã phân tích, giao diện trang web không phải lúc nào cũng ở dạng tĩnh mà còn có thể tồn tại ở dạng động, điều này có nghĩa rằng màn hình sẽ thay đổi liên tục. Theo đó, các thanh để điều hướng, vận hành và thao tác trên một trang web, biểu tượng, thanh tác vụ, nút, menu kéo xuống hoặc kéo ra,... có thể là các phương thức hoạt động, và do đó không được bảo vệ theo luật bản quyền[39].

Tại Pháp, việc bảo hộ quyền tác giả đối với giao diện trang web cũng bị đặt vào tình thế tiến thoái lưỡng nan như Hoa Kỳ. Cụ thể, việc bảo hộ quyền tác giả đối với giao diện trang web tại Pháp chịu sự điều chỉnh của hai văn bản pháp luật: Ở phạm vi Liên minh Châu Âu bao gồm "Chỉ thị 91/250 năm 1991 của Tòa án Công lý của Liên minh Châu Âu" (CJEU) và phạm vi quốc nội là "Bộ luật sở hữu trí tuệ Pháp". Cụ thể, trong phán quyết được đưa ra vào ngày 22 tháng 12 năm 2010, CJEU đã kết luận rằng *"giao diện đồ họa không phải là hình thức thể hiện của chương trình máy tính theo nghĩa của Điều 1, đoạn 2, của Chỉ thị 91/250" ngày 14 tháng 5, 1991, liên quan đến việc bảo vệ hợp pháp các chương trình máy tính và do đó, nó không thể được hưởng lợi từ sự bảo vệ cụ thể của phần mềm theo luật"*[40]. Tuy nhiên, điều này không có nghĩa là một giao diện trang web bị loại trừ khỏi khả năng được bảo vệ. Theo đó, một giao diện trang web có thể được hưởng lợi, với tư cách là một tác phẩm từ việc bảo vệ quyền tác giả, tùy thuộc vào tính nguyên gốc của nó.

[38] John P. Musone (1997), *tlđd* (11), tr.3.
[39] Kurt M. Saunders (2001), *tlđd* (34), tr.3.
[40] APPI France (2017), *Protection des interfaces graphiques utilisateur,* Congrès de Sydney, tr.14.

Đồng thời, đối với tính nguyên gốc của một tác phẩm, Bộ luật Sở hữu Trí tuệ Pháp quy định rằng: *"tác giả của một tác phẩm trí tuệ được hưởng đối với tác phẩm này, chỉ bằng thực tế là việc tạo ra nó, một quyền sở hữu vô hình độc quyền có hiệu lực đối với tất cả*[41]*".* Tuy nhiên, trong thời đại công nghệ phát triển với tốc độ nhanh chóng, việc chứng minh một giao diện đáp ứng tính nguyên gốc để được bảo hộ thông qua con đường quyền tác giả là điều vô vùng khó khăn. Thật vậy, bản chất có hệ thống của bản quyền có lợi cho những người sáng tạo ra các tác phẩm trí tuệ, nhưng nó cũng đặt họ vào tình thế bấp bênh, vì họ có thể thiếu phương tiện để chứng minh sự tồn tại, nội dung và ngày tạo ra chúng[42].

Thứ tư, bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với giao diện trang web dựa trên quy định về kiểu dáng công nghiệp/ sáng chế thiết kế

Về cơ bản, "sáng chế thiết kế" là một trong các đối tượng quyền sở hữu trí tuệ thuộc quy định của pháp luật Hoa Kỳ, được ra đời nhằm bảo hộ các đặc điểm trang trí trực quan được thể hiện trong hoặc áp dụng cho một sản phẩm sản xuất[43]. Không giống như "bằng sáng chế tiện ích" (utility patent), "bằng sáng chế thiết kế" tập trung vào việc bảo hộ hình thức thẩm mỹ của giao diện trang web[44]. Đồng thời, quy định về sáng chế thiết kế theo pháp luật Hoa Kỳ có thể được coi là tương đương với quy định về kiểu dáng công nghiệp như trong pháp luật Singapore, Pháp,... Mặc dù tồn tại một số khác biệt nhất định, song, sáng chế thiết kế và kiểu dáng công nghiệp đều hướng tới mục tiêu chung là bảo vệ hình thức thể hiện bên ngoài của sản phẩm, thông qua một số đặc điểm như: đường nét, màu sắc, hình dạng và kết cấu,... của sản phẩm[45].

Theo pháp luật Hoa Kỳ, bằng sáng chế thiết kế sẽ được cấp cho chủ sở hữu nếu một thiết kế tồn tại đủ ba điều kiện: *(i) có tính mới, (ii) không rõ ràng và (iii) có tính trang trí, được tích hợp hoặc áp dụng cho một sản phẩm sản xuất*[46]. Đối với một giao diện trang web, sáng chế thiết kế có thể bảo vệ giao diện tổng thể của trang web với đồ họa máy tính tĩnh và động, chẳng hạn như biểu tượng do máy tính tạo, biểu tượng do máy tính tạo ra có

[41] Điều L111-1 Bộ luật Sở hữu trí tuệ Pháp.
[42] Benoit De Roquefeuil, "*Interfaces graphiques : la protection du look and feel*", https://www.alain-bensoussan.com/avocats/interfaces-protection-look-and-feel/2017/03/21/, truy cập ngày 28/04/2023.
[43] USPTO, "*Design patent application guide*", https://www.uspto.gov/patents/basics/apply/design-patent, truy cập ngày 29/04/2023.
[44] WIPO (2019), *Standing Committee on the Law of Trademarks, Industrial Designs and Geographical Indications*, Forty-First Session, Geneva, SCT/41/2 REV.2, tr.11.
[45] Direction des Affaires juridiques, "Le dessin et modèle: alternative ou complément à la marque?", https://www.economie.gouv.fr/apie/publications/focus-qu-est-ce-un-dessin-et-modele, truy cập ngày 02/05/2023.
[46] Xem Tiêu đề 35 U.S.C. § 171.

thể thay đổi (tệp .gif) và hoạt ảnh, có thể được mô tả trong bằng sáng chế thiết kế dưới dạng nhiều hình ảnh được hiển thị theo trình tự. Điều này có nghĩa rằng, sáng chế thiết kế sẽ bảo vệ quá trình chuyển đổi giữa các màn hình của giao diện trang web, miễn là mô tả sự chuyển tiếp các hình ảnh theo trình tự[47].

Tuy về lý thuyết, bằng sáng chế thiết kế có thể bảo vệ giao diện trang web, nhưng trên thực tế câu chuyện bảo hộ không thực sự đơn giản. Thật vậy, một giao diện trang web muốn đủ điều kiện để được cấp bằng sáng chế thiết kế thì nó phải là "thiết kế trang trí cho một sản phẩm sản xuất (dấu hiệu bề mặt)[48]" như Tiêu đề 35 USC § 171[49] yêu cầu. Theo đó, người nộp đơn phải chứng minh rằng giao diện trang web của họ áp dụng hoặc được thể hiện trong một "sản phẩm sản xuất". Hiện tại, USPTO không coi các biểu tượng hoặc thiết kế do máy tính tạo ra được thể hiện trong một sản phẩm sản xuất. Do đó, một giao diện trang web có thể không đủ điều kiện để được cấp bằng sáng chế thiết kế theo luật bằng sáng chế liên bang. Tuy nhiên, khi một giao diện trang web được tạo ra là cần thiết, không thể thiếu đối với hoạt động của máy tính và được hiển thị trên màn hình máy tính, màn hình hoặc bảng hiển thị khác[50], nhà phát minh có thể nhận được bằng sáng chế[51]. Như vậy, có thể thấy rằng việc bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với giao diện trang web dựa vào bằng sáng chế thiết kế vẫn còn đang nằm trong trạng thái bấp bênh vì một số vướng mắc liên quan đến sản phẩm sản xuất[52].

Tại Singapore, giao diện trang web có thể được bảo hộ dưới danh nghĩa "kiểu dáng công nghiệp". Theo pháp luật Singapore, một giao diện trang web muốn được bảo hộ theo hướng kiểu dáng công nghiệp cần phải đáp ứng hai điều kiện: *(i) phải là một thiết kế mới lạ và (ii) có tính áp dụng công nghiệp*[53]. Tính áp dụng công nghiệp một giao diện trang

[47] Rachel Stigler (2014), *tlđd* (21), tr.241.
[48] Sản phẩm sản xuất "*là bất cứ thứ gì được tạo ra bằng máy móc hoặc công cụ. Trong đơn xin cấp bằng sáng chế thiết kế, đối tượng được yêu cầu là thiết kế được thể hiện trong hoặc được áp dụng cho một sản phẩm chứ không phải bản thân sản phẩm đó. Lấy ví dụ đơn giản, một bức tranh không thể được cấp bất kỳ bằng sáng chế nào, tuy nhiên nếu nó được tích hợp trong một sản phẩm sản xuất, nó có khả năng được bảo hộ bởi sáng chế thiết kế".*
[49] Cụ thể, điểm (a) của Tiêu đề 35 USC § 171 quy định rằng: *"Bất kỳ ai phát minh ra bất kỳ thiết kế mới, nguyên gốc và trang trí nào cho một sản phẩm sản xuất đều có thể nhận được bằng sáng chế cho sản phẩm đó, tùy thuộc vào các điều kiện và yêu cầu của tiêu đề này".*
[50] Xem thêm: "*Samsung Electronics Co. v. Apple Inc, 137 S. Ct. 429 (2016*)".
[51] AU LLC, *"What is an Article of Manufacture?",* https://au-llc.com/what-is-an-article-of-manufacture/, truy cập ngày 05/05/2023.
[52] Liz Brown (2014), *tlđd* (13), tr.335.
[53] IPOS, "*How to Register*", https://www.ipos.gov.sg/about-ip/designs/how-to-register", truy cập ngày 08/05/2023.

web phải được áp dụng bởi bất kỳ quy trình công nghiệp nào[54]. Đồng thời, khi nộp đơn đăng ký bảo hộ thiết kế, người nộp đơn cũng phải phải chỉ ra sản phẩm mà giao diện trang web được áp dụng, ví dụ: màn hình thiết bị điện tử, với giao diện người dùng đồ họa được áp dụng cho nó.

Về phạm vi bảo hộ, tương tự pháp luật Hoa Kỳ, giao diện trang web có thể ở dạng tĩnh (không chuyển động) hoặc dạng động (chuyển động). Đối với giao diện trang web ở dạng chuyển động, nó phải được lưu trữ trong một ứng dụng bao gồm một loạt các biểu diễn tĩnh trong đó mỗi biểu diễn, theo thứ tự liên tiếp (bản vẽ hoặc ảnh), hiển thị một khung cố định của giao diện trang web đang hoạt động[55].

Đối với bốn đối tượng quyền sở hữu trí tuệ nêu trên, khi chủ sở hữu giao diện trang web lựa chọn chọn bảo hộ theo hình thức nào thì họ sẽ nhận được những đặc quyền khác nhau. Nếu như quyền tác giả/bản quyền khen thưởng cho sự sáng tạo của chủ sở hữu giao diện thì sáng chế thiết kế/kiểu dáng công nghiệp lại cho phép chủ sở hữu giao diện trang web độc quyền khai thác giao diện này trong một khoảng thời gian nhất định. Tuy nhiên, sự hiệu quả của việc bảo vệ giao diện trang web không nằm ở những biểu thức như vậy. Trên thực tế, một giao diện trang web thường được đánh giá là tương đương với mặt tiền cửa hàng của môi trường thương mại trong bối cảnh ngày nay[56]. Theo đó, khách hàng có xu hướng dựa vào giao diện trang web (nguồn chỉ dẫn) để phân biệt cửa hàng này với cửa hàng khác nhằm đặt mua những món hàng mà họ yêu thích. Cơ chế trên hoàn toàn phù hợp với nguyên tắc ngăn chặn sự nhầm lẫn của người tiêu dùng về nguồn gốc của sản phẩm của nhãn hiệu và hình ảnh tổng thể thương mại đối với giao diện trang web.

Điều này có nghĩa là khi tranh chấp giao diện trang web xảy ra, nhãn hiệu và hình ảnh tổng thể thương mại có khả năng bảo vệ các loại giao diện tốt hơn vì nó liên kết trực tiếp khách hàng tới giao diện đạo nhái, từ đó trở thành nguồn chứng cứ hữu hiệu giúp tòa án giải quyết các tranh chấp về giao diện một cách thỏa đáng. Minh chứng đơn giản: một người bán gia vị Mexico có thể có một thiết kế biệt thự Mexico cụ thể trên trang web của

[54] Kua Han Chun, "*Design protection of graphical user interfaces (GUIS) in Singapore"*, https://www.spruson.com/ict-electronics-and-software/design-protection-graphical-user-interfaces-guis-singapore/, truy cập ngày 11/05/2023.
[55] Mirandah, "*Singapore Intellectual Property: Registration of GUIs as Designs*", http://www.mirandah.com/pressroom/item/420-registration-of-guis-as-designs-in-singapore/, truy cập ngày 12/05/2023.
[56] Kasey Kaplan, "*Why Every Business Needs A Website*", https://www.forbes.com/sites/theyec/2020/02/03/why-every-business-needs-a-website/?sh=738aa0406e75, truy cập ngày 16/05/2023.

họ, trong khi một công ty khác vận hành một trang web có thiết kế biệt thự Mexico với kiểu dáng và màu sắc khác để bán sản phẩm trên Internet, điều này không nhất thiết cấu thành hành vi vi phạm bản quyền hoặc vi phạm sáng chế thiết kế. Tuy nhiên, nếu hai công ty là đối thủ cạnh tranh trong cùng lĩnh vực và người tiêu dùng tiềm năng trên thực tế không biết ai đang bán sản phẩm nào trên một trang web cụ thể, thì việc vi phạm giao diện trang web theo lý thuyết hình ảnh tổng thể thương mại hoặc nhãn hiệu có thể xảy ra[57].

3. Thực trạng pháp luật Việt Nam về bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ đối với giao diện trang web

Pháp luật sở hữu trí tuệ Việt Nam hiện tại gần như không đưa ra bất cứ sự điều chỉnh nào đối với giao diện trang web. Cụ thể, trong Luật Sở hữu trí tuệ 2005, được sửa đổi bổ sung 2009, 2019, 2022 (Luật SHTT) và các văn bản hướng dẫn, cụm từ "giao diện người dùng" hay "giao diện người dùng đồ họa" hoàn toàn không được đề cập. Điều này dẫn đến việc khi có tranh chấp về giao diện trang web xảy ra, tồn tại khả năng cơ quan có thẩm quyền xét xử sẽ áp dụng những quy định có sẵn ở trong Luật hiện hành và gây ra nhiều bất cập trên thực tế. Tuy nhiên, việc các nhà lập pháp tại Việt Nam không đề cập tới giao diện trang web trong Luật SHTT không hẳn là không có lý do, mà một trong số đó đến từ khả năng bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với giao diện trang web. Theo đó, tình trạng pháp lý hiện tại của giao diện trang web đối với một số đối tượng quyền sở hữu trí tuệ theo quy định của Luật SHTT được khái quát như sau:

Thứ nhất, bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ cho giao diện trang web dựa trên quy định về quyền tác giả

Một trong những cách thức đầu tiên để nhận biết giao diện trang web có chịu sự điều chỉnh của quyền tác giả hay không là xem xét phạm vi bảo hộ của của đối tượng đó. Cụ thể, Luật SHTT quy định các đối tượng không thuộc phạm vi bảo hộ quyền tác giả như sau: *(i) tin tức thời sự thuần tuý đưa tin; (ii) văn bản quy phạm pháp luật, văn bản hành chính, văn bản khác thuộc lĩnh vực tư pháp và bản dịch chính thức của văn bản đó; (iii) quy trình, hệ thống, phương pháp hoạt động, khái niệm, nguyên lý, số liệu*[58]. Như vậy, giao diện trang web rõ ràng không thuộc phạm vi bảo hộ quyền tác giả bởi giao diện trang web có thể tồn tại ở dạng động, do đó nó rơi vào nhóm "phương pháp hoạt động". Điều này tương tự quy định tại Hoa Kỳ, khi Luật bản quyền cũng từ chối bảo vệ các phương pháp hoạt động của giao diện trang web.

[57] Lisa M. Byerly (1998), *tlđd* (10), tr.248.
[58] Điều 15 Luật SHTT.

Tuy nhiên, nói vậy không có nghĩa rằng giao diện trang web không có khả năng được bảo hộ quyền tác giả theo Luật SHTT. Trong trường hợp giao diện trang web ở dạng tĩnh, nó có thể vượt qua được bước ban đầu, tức không nằm trong nhóm phương pháp hoạt động. Lúc này, chủ sở hữu giao diện có thể đăng ký bảo hộ giao diện trang web với tư cách là tác phẩm mỹ thuật ứng dụng[59]. Dĩ nhiên, để được bảo hộ, giao diện trang web phải đáp ứng điều kiện về tính nguyên gốc. Tuy nhiên, cũng tương tự như pháp luật Pháp và Hoa Kỳ, quy trình xác định liệu một trang web có đáp ứng tính nguyên gốc hay không bao giờ là vấn đề dễ dàng trong bối cảnh công nghệ số hiện nay. Mặt khác, một giao diện trang web ngày nay phần lớn sẽ ở dạng chuyển động, vì vậy rất khó để một diện trang web tổng thể được bảo hộ quyền tác giả theo quy định của Luật SHTT.

Thứ hai, bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ cho giao diện trang web dựa trên quy định về kiểu dáng công nghiệp

Theo Luật SHTT Việt Nam, kiểu dáng công nghiệp là đối tượng quyền sở hữu trí tuệ nhằm bảo vệ hình dáng bên ngoài của sản phẩm được thể hiện bằng hình khối, đường nét, màu sắc hoặc sự kết hợp những yếu tố này[60]. Trên thực tế tại Việt Nam, công cụ này thường được sử dụng để bảo vệ hình thức thẩm mỹ bên ngoài của một số sản phẩm như: chai, lọ, vỏ hộp... Mặt khác, Luật SHTT lại không đưa ra bất kỳ dấu hiệu nào để trả lời câu hỏi liệu kiểu dáng công nghiệp có thể bảo vệ một giao diện trang web hay không.

Theo đó, để một giao diện trang web được bảo hộ theo kiểu dáng công nghiệp, giao diện này phải đáp ứng ba điều kiện: *(i) có tính mới; (ii)có tính sáng tạo; (iii) có khả năng áp dụng công nghiệp*[61]. Cụ thể, tính mới yêu cầu giao diện trang web khác biệt đáng kể so với những giao diện trang web khác đã bị bộc lộ công khai dưới hình thức sử dụng, mô tả bằng văn bản hoặc bất kỳ hình thức nào khác[62]. Mặt khác, tính sáng tạo lại đòi hỏi giao diện trang web đã được bộc lộ công khai dưới hình thức sử dụng, mô tả bằng văn bản hoặc bất kỳ hình thức nào và giao diện trang web đó không thể được tạo ra một cách dễ dàng đối với người có hiểu biết trung bình về lĩnh vực tương ứng[63].

Về cơ bản, giao diện trang web có khả năng đáp ứng được hai điều kiện đầu tiên để được bảo hộ. Tuy nhiên, với điều kiện khả năng áp dụng công nghiệp, đây chính là điều kiện gây cản trở cho việc bảo hộ giao diện trang web tại Việt Nam. Thật vậy, nếu như tại

[59] Tham khảo thêm tại khoản 8 Điều 6 Nghị định 17/2023/NĐ-CP.
[60] Khoản 13 Điều 4 Luật SHTT.
[61] Điều 63 Luật SHTT.
[62] Điều 65 Luật SHTT.
[63] Điều 66 Luật SHTT.

Singapore khả năng áp dụng công nghiệp được hiểu là giao diện trang web phải được áp dụng cho một sản phẩm bằng một quy trình công nghiệp thì yêu cầu về khả năng áp dụng công nghiệp áp dụng cho giao diện trang web dựa trên quy định của Luật SHTT Việt Nam lại được hiểu theo cách khác. Theo đó, giao diện trang web nếu muốn đáp ứng khả năng áp dụng công nghiệp thì nó phải có khả năng làm mẫu để chế tạo "hàng loạt" giao diện có hình dáng bên ngoài là giao diện trang web đó bằng phương pháp công nghiệp hoặc thủ công nghiệp.

Về mặt lý thuyết, một doanh nghiệp hoàn toàn có khả năng sản xuất ra hàng trăm giao diện trang web giống với giao diện gốc bởi trên thực tế họ là chủ sở hữu giao diện. Tuy nhiên cần lưu ý rằng, mục đích chính của doanh nghiệp khi tiến hành hoạt động kinh doanh là nhằm tìm kiếm lợi nhuận và không phải để tạo ra thật nhiều trang web có giao diện giống hệt nhau. Điều này hoàn toàn không cần thiết bởi một doanh nghiệp thường chỉ cần một giao diện trang web để thực hiện hoạt động kinh doanh của mình. Như vậy, chỉ khi các giao diện trang web phải được chế tạo hàng loạt theo hình dáng tương tự nhau thì khả năng áp dụng công nghiệp mới được thỏa mãn, và do đó khiến giao diện trang web khó có khả năng được bảo vệ theo kiểu dáng công nghiệp về mặt thực tiễn.

Thứ ba, bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ cho giao diện trang web dựa trên quy định về nhãn hiệu

Ngoài những công cụ kể trên, nhãn hiệu trên cũng có thể được áp dụng dựa trên quy định của Luật SHTT Việt Nam nhằm bảo vệ các thành phần riêng lẻ của giao diện trang web. Song, như đã phân tích ở trên, đây không phải là một biện pháp hiệu quả để bảo vệ giao diện trang web vì nó chỉ có thể bảo hộ một cách riêng lẻ các thành phần trong một giao diện trang web như: logo, khẩu hiệu... Việc bảo hộ bằng nhãn hiệu hơn hết làm tăng chi phí đăng ký bảo hộ giao diện trang web, do đó công cụ này không thực sự được đánh giá cao khi chủ sở hữu muốn bảo hộ giao diện trang web của mình.

4. Đề xuất cho pháp luật Việt Nam trong việc nâng cao hiệu quả bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ đối với giao diện trang web

Thông qua việc phân tích bốn công cụ nhằm bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ đối với giao diện trang web, bao gồm: quyền tác giả, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu và hình ảnh tổng thể thương mại, có thể khẳng định rằng gần như không có công cụ nào hoàn hảo để bảo vệ giao diện trang web. Thật vậy, mỗi đối tượng quyền sở hữu trí tuệ sẽ cung cấp những cơ chế riêng biệt trong việc bảo vệ một giao diện trang web. Ở trạng thái hiện tại,

khi Việt Nam chưa có một khung pháp lý đủ cứng dành cho giao diện trang web, và đồng thời, ngay cả các quốc gia có nền pháp luật phát triển còn gặp nhiều khúc mắc đối với vấn đề này, việc chọn ra một công cụ sở hữu trí tuệ phù hợp để bảo vệ giao diện trang web cũng như giải quyết các tranh chấp liên quan đến giao diện trang web tại Việt Nam không phải là dễ dàng.

Tuy nhiên, thông qua quá trình tham khảo kinh nghiệm pháp luật quốc tế và xem xét tổng thể những tiêu chí khác nhau, có thể nhận thấy hình ảnh tổng thể thương mại trở thành công cụ "cân bằng" nhất để bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với giao diện trang web. Hình ảnh tổng thể thương mại giúp bảo vệ tổng thể một giao diện trang web ở dạng tĩnh và chuyển động, liên kết khách hàng trực tiếp với giao diện trang web đạo nhái hoặc bị đạo nhái. Mặt khác, khi cả ba công cụ: quyền tác giả, kiểu dáng công nghiệp và nhãn hiệu đều gần như không hiệu quả để bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ đối với giao diện trang web, nếu không có một công cụ hữu hiệu như hình ảnh tổng thể thương mại, các tranh chấp về quyền sở hữu trí tuệ đối với giao diện trang web chắc chắn sẽ gia tăng trong tương lai. Dẫu vậy, hình ảnh tổng thể thương mại vẫn chưa được quy định trong Luật SHTT hiện hành. Do đó, các nhà lập pháp có thể suy nghĩ đến vấn đề xây dựng các quy định về hình ảnh tổng thể thương mại vào trong Luật SHTT để bảo vệ tốt hơn quyền sở hữu trí tuệ đối với giao diện trang web tại Việt Nam.

Không chỉ giúp bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ cho giao diện trang web một cách hiệu quả, hình ảnh tổng thể thương mại còn giúp bảo hộ các hình thức sáng tạo "mới lạ" mà một số đối tượng quyền sở hữu trí tuệ khác trong Luật SHTT Việt Nam hiện hành chưa có khả năng bảo hộ. Điều này đảm bảo lợi ích chính đáng của chủ sở hữu giao diện trang web, từ đó giúp họ yên tâm để tiếp tục thực hiện hoạt động kinh doanh. Tuy nhiên, để một giao diện trang web được bảo hộ dựa trên quy định về hình ảnh tổng thể thương mại, nó phải đáp ứng một số điều kiện bảo hộ tương đối "khắt khe". Vì lẽ này, tác giả đề xuất xây dựng khung pháp lý ban đầu đối với hình ảnh tổng thể thương mại nhằm xác định rõ ràng hơn các điều kiện để một giao diện trang web được bảo hộ, cụ thể như sau:

Thứ nhất, đưa ra khái niệm về hình ảnh tổng thể thương mại

Trước khi bắt đầu những bước đi lập pháp tiếp theo, việc đưa ra khái niệm về hình ảnh tổng thể thương mại là quy trình thiết yếu. Theo đó, *"hình ảnh tổng thể thương mại trong lĩnh vực dịch vụ có thể hiểu là một bức tranh tổng thể của sản phẩm, bao gồm các yếu tố như: mùi hương, phong cách phục vụ, kỹ thuật bán hàng, giao diện của trang web,*

giao diện ứng dụng điện thoại, cách bài trí, thiết kế cửa hàng, nhà hàng, khách sạn..., hoặc sự kết hợp giữa các yếu tố trên. Khi nhìn vào tổng thể này, khách hàng cảm thấy được sự độc đáo và khác biệt, đồng thời, tổng thể này cũng giúp họ có thể nhận biết rõ ràng hơn doanh nghiệp cung cấp sản phẩm hoặc dịch vụ[64].

Thứ hai, đưa ra các tiêu chí nhằm xác định khả năng phân biệt và tính chức năng của hình ảnh tổng thể thương mại đối với giao diện trang web

Tương tự như quy định về nhãn hiệu theo Luật SHTT, để xác định khả năng phân biệt của hình ảnh tổng thể thương mại đối với giao diện trang web, có thể dựa vào bộ tiêu chí sau:

(a) với tiêu chí xác định khả năng phân biệt tự thân, có thể đặt ra những câu hỏi cần xác định như sau: *(i) đây có phải là thiết kế phổ biến không?; (ii) dấu hiệu này có phải là duy nhất trong lĩnh vực mà nó được sử dụng không? ; (iii) dấu hiệu này có phải chỉ là một bản sửa đổi của một hình thức trang trí nổi tiếng hay không?* Ngoài ra, vì các giao diện trang web thay đổi thường xuyên, do đó các giao diện có đường viền hoặc họa tiết phức tạp được sử dụng nhất quán trên toàn bộ trang web, ngay cả khi thông tin của trang web được thay đổi và cập nhật, có khả năng đủ điều kiện để được coi là có khả năng phân biệt tự thân[65].

(b) trong trường hợp không thỏa mãn điều kiện về tính phân biệt tự thân, khả năng phân biệt thông qua ý nghĩa thứ cấp được thiết lập thông qua bộ tiêu chí xác định như sau: *(i) chi phí quảng cáo cho sản phẩm; (ii) khảo sát người tiêu dùng liên kết hình ảnh tổng thể thương mại với một nguồn cụ thể; (iii) tỷ lệ bán hàng thành công; (iv) sự công bố tự nguyện trên các phương tiện thông tin đại chúng về dịch vụ thể hiện dấu hiệu; (v) sự cố ý ăn trộm hình ảnh tổng thể thương mại; và (vi) thời hạn và tính độc quyền của việc sử dụng hình ảnh tổng thể thương mại*[66].

Đối với tính chức năng của giao diện trang web, có thể đưa ra một số tiêu chí để xác định liệu một giao diện trang web có mang tính chức hay không, cụ thể: *(i) sự tồn tại của một bằng sáng chế tiện ích bộc lộ những lợi ích thiết thực của kiểu dáng muốn được đăng ký; (ii) quảng cáo của người nộp đơn ca ngợi những ưu điểm thiết thực của kiểu dáng; (iii)*

[64] Le Trung Hieu (2023), *Protection du droit de la propriété intellectuelle pour le "trade dress" dans le secteur des services*, Mémoire de fin d'étude, Université d'Economie et de Droit, tr.29.
[65] Lisa M. Byerly (1998), *tlđd* (10), tr.258.
[66] Eric Misterovich, "*Secondary Meaning of Trade Dress*", https://revisionlegal.com/trademark/trademark-law/secondary-meaning-of-trade-dress/, truy cập ngày 19/05/2023.

các dữ kiện liên quan đến sự sẵn có của các thiết kế thay thế; và (iv) các dữ kiện cho thấy thiết kế là kết quả của một phương pháp sản xuất tương đối đơn giản hay rẻ tiền"[67].

Thứ ba, xác định các dấu hiệu có khả năng cấu thành khả năng gây ra nhầm lẫn đối với giao diện trang web

Nhằm chống lại hành vi cạnh tranh không lành mạnh từ các đối thủ, một số số tiêu chí nhằm xác định khả năng gây ra nhầm lẫn đối với giao diện trang web có thể được xác định như sau: *(i) sự giống nhau của hai hình ảnh tổng thể thương mại; (ii) mối quan hệ giữa các sản phẩm hoặc dịch vụ của hai công ty; (iii) các kênh quảng cáo hoặc tiếp thị được sử dụng bởi mỗi bên; (iv) sức mạnh hoặc sự chênh lệch về hình ảnh tổng thể thương mại của nguyên đơn; (v) ý định của bị cáo trong việc lựa chọn dấu hiệu, bao gồm bằng chứng về ý định vi phạm; (vi) bằng chứng về sự nhầm lẫn thực tế; (vii) mức độ quan tâm mà người tiêu dùng có khả năng sử dụng dịch vụ"*[68].

Ngoài ra, một bộ tiêu chí khác cũng tương đối hữu hiệu nhằm xác định sự nhầm lẫn giữa của giao diện trang web, cụ thể: *(i) sự gần gũi của các sản phẩm được xem xét, tức là các sản phẩm dịch vụ đang cạnh tranh với nhau; (ii) vị trí thị trường của sản phẩm dịch vụ của bị đơn được tính đến bằng cách xem xét những thứ như giá cả và chất lượng của sản phẩm; (iii) khả năng nguyên đơn một cách tự nhiên mở rộng sang các thị trường tương tự như thị trường bán hàng của bị đơn, và do đó sẽ xảy ra nhầm lẫn*[69].

5. Kết luận

Trong bối cảnh hoạt động mua bán trên các sàn thương mại điện tử đang diễn ra hết sức sôi động, giao diện trang web của các doanh nghiệp đang ngày càng trở thành mục tiêu dễ dàng bị sao chép từ các đối thủ cạnh tranh. Tuy nhiên, việc bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với giao diện trang web tại Việt Nam hiện tại vẫn còn lỏng lẻo, do đó chưa thực sự bảo vệ được quyền lợi chính đáng của chủ sở hữu giao diện cũng như khách hàng. Bằng việc so sánh, đối chiếu quy định pháp luật Việt Nam với quy định pháp luật quốc tế liên quan đến việc bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ của giao diện trang web, có thể nhận thấy quyền tác giả, kiểu dáng công nghiệp vã nhãn hiệu không thể bảo vệ hiệu quả quyền sở hữu trí tuệ đối giao diện trang web. Từ đó, tác giả xem xét ứng dụng lý thuyết về hình ảnh tổng thể thương mại để hướng tới bảo vệ giao diện trang web một cách hiệu quả hơn. Mặc dù cung

[67] Krittika Ketushathira (2018), *Trade Dress Protection on The Overall Appearance of Stores in ThaiLand*, Thesis, Thammasat University, tr.44.
[68] Steven W. Kopp and Jeff Langenderfer (2014), "*Protecting Appearance and Atmospherics: Trade Dress as a Component of Retail Strategy", Journal of Public Policy & Marketing*, vol.33, tr.37.
[69] Le Trung Hieu (2023), *tlđd* (64), tr.96.

cấp cơ chế bảo hộ tương đối ưu việt hơn so với ba đối tượng quyền sở hữu trí tuệ còn lại, song điều kiện bảo hộ mà hình ảnh tổng thể thương mại đặt ra là tương đối khắt khe. Do vậy, tác giả khuyến nghị đưa ra một khung pháp lý ban đầu đối với hình ảnh tổng thể thương mại nhằm xác định rõ ràng các điều kiện để bảo hộ giao diện trang web, từ đó góp phần giảm thiểu những rủi ro về đạo nhái giao diện trang web trong tương lai.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Scott D. Locke (2017), *Trade Dress In The Age of E-commerce: The Challenge of Protecting The "Look and feel" of Websites and Mobile Apps,* Albany Law Journal of Science & Technology, vol 27.3.

2. Punitha Turumugon (2018), "*Aslina Baharum Identifying a User Interface Web Design Standard for Higher Learning Institutions Using Kansei Engineering",* Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science, vol. 11, no.1.

3. SFWP Experts, "*Ecommerce UI Design Guide: How To Improve Ecommerce Interface For User?",* https://www.sfwpexperts.com/ecommerce-ui-design-guide-how-to-improve-ecommerce-interface-for-user/,t ruy cập ngày 16/04/2023.

4. Ravi Chandra Chaitanya Guntupalli (2008), *User Interface Design Methods and Qualities of a Good User Interface Design*, Master's Thesis, University West.

5. Usability, "*User Interface Elements*", https://www.usability.gov/how-to-and-tools/methods/user-interface-elements.html, truy cập ngày 16/04/2023.

6. Chris Adams, "*Benefits of the Graphical User Interface*", https://www.thoughtco.com/benefits-of-graphical-user-interface-1206357, truy cập ngày 16/04/2023.

7. Javier Andres Bargas-Avila et al. (2010), "*Simple but Crucial User Interfaces in the World Wide Web: Introducing 20 Guidelines for Usable Web Form Design",* User Interfaces.

8. Liz Brown (2014), "*Bridging the Gap: Improving Intellectual Property Protection for the Look and Feel of Websites",* NYU Journal of Intellectual Property & Entertainment Law, vol.3:310.

9. Claudia Ray & Brendan T. Kehoe, "*Defining "Look and Feel" Infringement of Web Sites*", https://www.law360.com/articles/78774/defining-look-and-feel-infringement-of-web-sites, truy cập ngày 20/04/2023.

10. Linda Joy Kattwinkel, "*Trademark and Trade Dress"*, AIGA.

11. Rachel Stigler (2014), "*Ooey GUI: The Messy Protection of Graphical User Interfaces"*, Northwestern Journal of Technology and Intellectual Property, vol.12, iss.3, art.3.

12. Lauren Fisher Kellner (1994), "*Trade Dress Protection for Computer User Interface "Look and Feel""*, University of Chicago Law Review, vol. 61: iss. 3.

13. Michele A. Shpetner (1998), "*Determining A Proper Test For Inherent Distinctiveness in Trade Dress"*, Fordham Intellectual Property, Media and Entertainment Law Journal, vol. 8, no.3.

14. Michele A. Shpetner (1998), "*Determining A Proper Test For Inherent Distinctiveness in Trade Dress"*, Fordham Intellectual Property, Media and Entertainment Law Journal, vol. 8, no.3.

15. USTPO, "*Likelihood of confusion"*, https://www.uspto.gov/trademarks/search/likelihood-confusion, truy cập ngày 23/04/2023.

16. Benoit De Roquefeuil, "*Interfaces graphiques : la protection du look and feel*", https://www.alain-bensoussan.com/avocats/interfaces-protection-look-and-feel/2017/03/21/, truy cập ngày 24/04/2023.

17. Taylor Vinters, "*Protecting your Graphical User Interface (GUI) in Singapore*", https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=369f8cc2-3b7d-4734-b6c4-7596367368b9#:~:text=One%20of%20the%20most%20straightforward,images%20moving%20in%20a%20sequence, truy cập ngày 27/04/2023.

18. Nguyễn Thị Hồng Nhung (2021), "*Quyền tác giả trong không gian ảo"*, NXB Đại học Quốc gia Thành Phố Hồ Chí Minh.

19. Anjaneya Reddy N M, Lalitha Aswath (2016), "*Understanding Copyright Laws: Infringement, Protection and Exceptions"*, International Journal of Research in Library Science, vol.2, iss.1

20. Kurt M. Saunders, "*Tradesite or Web dress?: Trade dress Protection for Website Interfaces"*, Wild Apricot.

21. APPI France (2017), *"Protection des interfaces graphiques utilisateur"*, Congrès de Sydney

22. USPTO, *"Design patent application guide*", https://www.uspto.gov/patents/basics/apply/design-patent, truy cập ngày 29/04/2023.

23. WIPO (2019), "*Standing Committee on the Law of Trademarks, Industrial Designs and Geographical Indications",* Forty-First Session, Geneva, SCT/41/2 REV.2.

24. Direction des Affaires juridiques, "*Le dessin et modèle: alternative ou comliplément à la marque?*", https://www.economie.gouv.fr/apie/publications/focus-qu-est-ce-un-dessin-et-modele, truy cập ngày 02/05/2023.

25. AU LLC, "*What is an Article of Manufacture*?", https://au-llc.com/what-is-an-article-of-manufacture/, truy cập ngày 05/05/2023.

26. IPOS, "*How to Register*", https://www.ipos.gov.sg/about-ip/designs/how-to-register", truy cập ngày 08/05/2023.

27. Kua Han Chun, "*Design protection of graphical user interfaces (GUIS) in Singapore*", https://www.spruson.com/ict-electronics-and-software/design-protection-graphical-user-interfaces-guis-singapore/, truy cập ngày 11/05/2023.

28. Mirandah, "*Singapore Intellectual Property: Registration of GUIs as Designs*", http://www.mirandah.com/pressroom/item/420-registration-of-guis-as-designs-in-singapore/, truy cập ngày 12/05/2023.

29. Kasey Kaplan, "*Why Every Business Needs A Website*", https://www.forbes.com/sites/theyec/2020/02/03/why-every-business-needs-a-website/?sh=738aa0406e75, truy cập ngày 16/05/2023.

30. Le Trung Hieu (2023), *Protection du droit de la propriété intellectuelle pour le "trade dress" dans le secteur des services*, Mémoire de fin d'étude, Université d'Economie et de Droit.

31. Eric Misterovich, "*Secondary Meaning of Trade Dress*", https://revisionlegal.com/trademark/trademark-law/secondary-meaning-of-trade-dress/, truy cập ngày 19/05/2023.

32. Krittika Ketushathira (2018), "*Trade Dress Protection on The Overall Appearance of Stores in ThaiLand",* Thesis, Thammasat University.

33. Steven W. Kopp and Jeff Langenderfer (2014), "*Protecting Appearance and Atmospherics: Trade Dress as a Component of Retail Strategy",* Journal of Public Policy & Marketing, vol. 33.