

BẢO HỘ QUYỀN SỞ HỮU CÔNG NGHIỆP TRÊN MÔI TRƯỜNG VĨ TRỤ ẢO: THỰC TRẠNG VÀ ĐỊNH HƯỚNG HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT

Nguyễn Thành Phát¹, Lê Minh Quân²

¹Công ty Luật TNHH SigLaw,

²Trường Đại học Luật Hà Nội



Với sự phát triển của công nghệ và mạng internet, môi trường vũ trụ ảo (Metaverse) - một thế giới ảo song song với thế giới thực đang dần trở thành một thực thể không thể phủ nhận. Trong Metaverse, các nhãn hiệu (NH) và kiểu dáng công nghiệp (KDCN) đóng vai trò quan trọng giống như trong thế giới thực. Bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp (SHCN) đối với NH và KDCN là một phương tiện quan trọng để bảo vệ quyền và lợi ích của các nhà sản xuất, doanh nghiệp và người tiêu dùng. Chính vì vậy, Việt Nam cần sớm quan tâm tới các quy định về bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ (SHTT) trong Metaverse để đảm bảo phù hợp với pháp luật và thông lệ quốc tế, bắt kịp với xu thế hội nhập thế giới.



Đối tượng quyền SHCN trong Metaverse

Hiện tại, thế giới vẫn chưa có khái niệm thống nhất về Metaverse, nhưng căn cứ vào hình thức thể hiện, khái niệm Metaverse có thể được hiểu như một thế giới ảo được tạo ra bởi công nghệ số, trong đó người dùng có thể tương tác, giao tiếp, tham gia vào các hoạt động giả lập và xây dựng các trải nghiệm số thực. Metaverse có thể đưa ra nhiều dịch vụ khác nhau, từ giải trí, mua sắm, giao tiếp xã hội, làm việc, học tập và nhiều ứng dụng khác. Điều đặc biệt là trong Metaverse, người dùng có thể tạo ra và sở hữu nội dung số, bao gồm cả tài sản số như đất đai, bất động sản, đồ đạc, trang phục, thương hiệu, đồng thời có thể giao dịch và chia sẻ nội dung số của chính mình nhằm thu lợi nhuận.

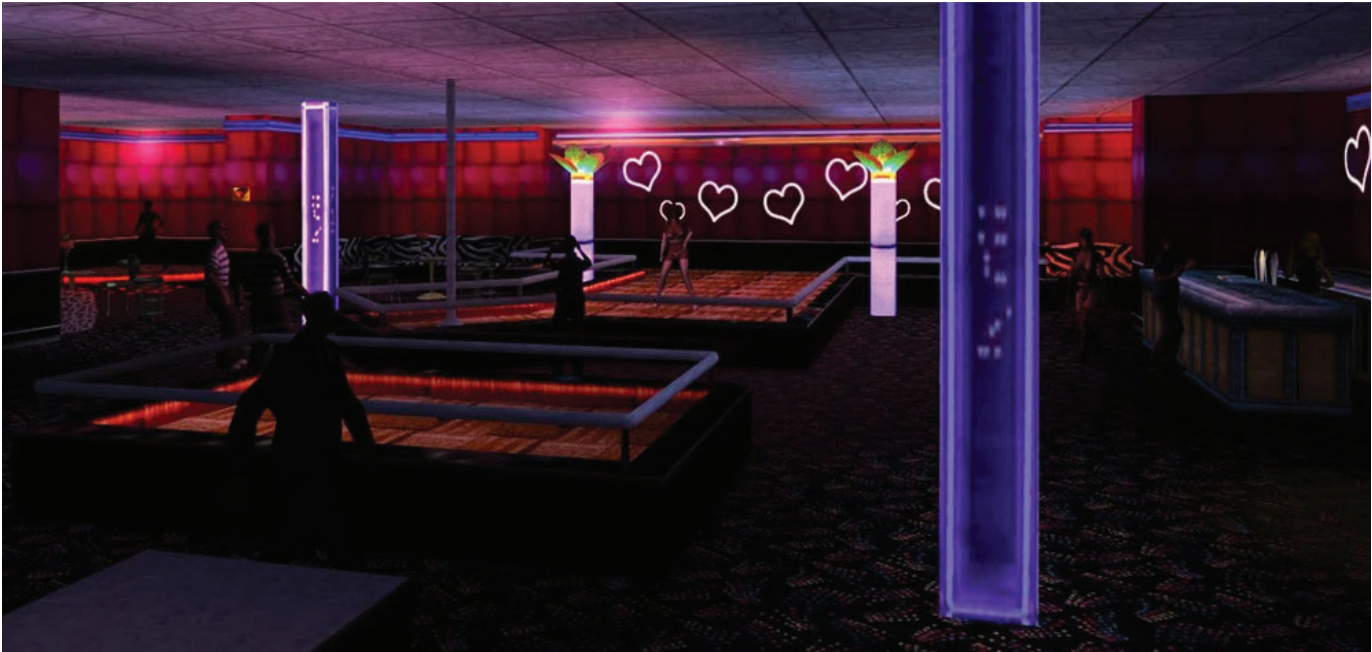
Quyền SHCN là một trong 3 đối tượng của quyền SHTT, trong đó, quyền SHCN bao gồm: sáng chế (SC), NH, KDCN, tên thương mại, chỉ dẫn địa lý, thiết kế bố trí mạch tích hợp bán dẫn và bí mật kinh doanh. Về SHCN, không khó để nhận thấy trong Metaverse đã tồn tại những đối tượng có thể được đăng ký bảo hộ dưới dạng NH hoặc KDCN như dấu hiệu chữ, dấu hiệu hình, dấu hiệu kết hợp, biểu tượng kinh doanh, khẩu hiệu kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, giai điệu, kiểu dáng bao bì của hàng hóa, hay nhãn hàng hóa gắn liền sản phẩm trong Metaverse.

Hành vi xâm phạm quyền SHCN trong Metaverse

Hành vi xâm phạm quyền SHCN trên Metaverse là vô cùng đa dạng với vô số thủ đoạn tinh vi. Tiêu biểu là các hành vi sau:

Sử dụng NH trên các phương tiện kinh doanh mà không xin phép chủ sở hữu

Sự tiến bộ và phát triển của công nghệ thực tế ảo (VR) đã cho phép các thương hiệu mở rộng tầm ảnh hưởng của mình tới nhiều ngành công nghiệp và khách hàng tiềm năng. Tuy nhiên, thực tiễn trong các quan hệ phân phối NH trong không gian ảo, các chủ sở hữu NH và người sử dụng NH liên tục phát sinh nhiều vướng mắc về mặt pháp lý, phổ biến nhất là hiện tượng giao thoa giữa thế giới ảo và thực trong việc sử dụng thương hiệu của bên thứ 3 ở môi trường VR.



“Pig Pen” - một trò chơi điện tử do Công ty Grand Theft Auto sản xuất.

Điển hình trong vụ E.S.S. Entertainment 2000 Inc. kiện Rock Star. Nguyên đơn E.S.S Entertainment 2000 Inc. là chủ sở hữu thương hiệu “Playpen” - một chuỗi câu lạc bộ đêm. Nguyên đơn cáo buộc Rock Star - công ty sản xuất trò chơi điện tử Grand Theft Auto: San Andreas đã tái hiện lại một câu lạc bộ đêm “Pig Pen” theo phong cách và sử dụng logo đặc trưng của Playpen mà không xin phép, gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng về việc E.S.S đồng thuận với việc có liên quan tới trò chơi¹. Đạo luật Lanham là cơ sở pháp lý trong hoạt động xác lập và bảo hộ NH, theo đó, đạo luật cho phép các chủ sở hữu NH khởi kiện các cá nhân, tổ chức sử dụng NH mà không có sự đồng ý, gây nhầm lẫn hoặc giảm tính phân biệt của NH. Tòa án áp dụng phép thử Rogers trong vụ Rogers kiện Grimaldi² và kết luận rằng, việc tái mô tả lại câu lạc bộ trong trò chơi không cấu thành xâm phạm tới NH của

E.S.S do trò chơi điện tử được xem như một hình thức biểu đạt nghệ thuật và được bảo vệ theo Tu chính án thứ nhất và cũng không tồn tại cơ sở rõ ràng cho thấy người dùng sẽ dễ dàng bị hiểu nhầm giữa “Playpen” và “Pig Pen”.

Nhận định của Tòa án trong vụ việc trên có thể sẽ không còn hợp lý trong Metaverse khi trái lại với trò chơi điện tử truyền thống, mọi người dùng trong Metaverse đều có thể tự khởi tạo UGC³ - khi đó, việc các nhãn hàng thiết lập sự hiện diện của mình trong Metaverse đã và đang ngày có dấu hiệu gia tăng, đồng thời việc các bên thứ 3 sử dụng NH trong UGC của mình sẽ không thể được xem đơn thuần như một biểu đạt nghệ thuật hay sử dụng vì mục đích phi lợi nhuận, đặc biệt khi các UGC có thể được giao dịch và đem lại những khoản lợi nhuận khổng lồ cho người tạo ra chúng. Việc làm giả, làm nhái, hoặc tạo ra các nội dung, sản phẩm gây xúc phạm trong Metaverse trong khi sử dụng NH của bên khác mà không có sự đồng ý của chủ sở hữu NH sẽ gây mất uy tín, ảnh

¹LexisNexis, *E.S.S. Entm't 2000, Inc. v. Rock Star Videos, Inc.* - 547 F.3d 1095 (9th Cir. 2008), <https://www.lexisnexis.com/community/casebrief/p/casebrief-e-s-s-entm-t-2000-inc-v-rock-star-videos-inc>, truy cập 16/02/2023.

²Ivan Blomqvist, *The Rogers test: Free speech vs. trademark protection*, <https://moellerip.com/the-rogers-test-free-speech-v-trademark-protection>, truy cập 15/02/2023.

³UGC (User Generated Content) là nội dung độc quyền do khách hàng tạo ra, có liên quan đến thương hiệu và được đăng tải trên đa dạng nền tảng.

hưởng nghiêm trọng tới danh dự và hình ảnh của thương hiệu. Vậy nên, pháp luật cũng cần phải có những sự nhìn nhận khác đối với các loại tài sản trí tuệ đặc biệt này.

Đăng ký NH để sử dụng trong Metaverse trùng hoặc tương tự tới mức gây nhầm lẫn với NH đã đăng ký

Tại Mỹ, ngày 06/11/2021, một cá nhân tại Bang Texas đã nộp đơn đăng ký NH GUCCI cho các sản phẩm/dịch vụ như “hàng hóa ảo có thể tải xuống, cụ thể là chương trình máy tính có chức năng tạo ra các sản phẩm giày dép, quần áo, đồ đội đầu, kính mắt, túi xách...”, “dịch vụ cửa hàng bán lẻ hàng hóa ảo, cụ thể là giày dép, quần áo, đồ đội đầu, kính mắt, túi xách...”, và “dịch vụ giải trí, cụ thể là cung cấp trực tuyến các sản phẩm giày dép, quần áo, đồ đội đầu, kính mắt, túi xách... để sử dụng trong môi trường ảo cho mục đích giải trí”⁴. Trong vụ việc này, Cơ quan sáng chế và nhãn hiệu Mỹ (USPTO) đã từ chối bảo hộ NH đăng ký với lý do rằng, GUCCI là NH thời trang lâu đời nhất còn hoạt động với doanh thu hàng năm khoảng 13,6 tỷ USD và theo đó được coi là NH nổi tiếng. Vì vậy, việc tồn tại một NH trùng với NH nổi tiếng GUCCI có thể khiến cho người tiêu dùng nhầm tưởng tới mối liên hệ với GUCCI và làm hiểu sai lệch rằng, hàng hóa/dịch vụ của người nộp đơn là do Công ty GUCCI sản xuất hoặc cung cấp. Như vậy, người nộp đơn có dụng ý xấu khi tiến hành nộp đơn đăng ký NH và đương nhiên không được cấp văn bằng bảo hộ. Tuy nhiên, nếu các NH liên quan không phải là NH nổi tiếng thì cũng không dễ để có được câu trả lời thỏa đáng cho những trường hợp như vậy.

Sử dụng KDCN của bên khác để tạo ra các sản phẩm mới hoặc tương tự mà không có sự cho phép của chủ sở hữu

Quyền đối với KDCN là một đối tượng của SHTT cho phép chủ sở hữu quyền độc quyền trong sử dụng và cho phép người khác sử dụng. Đồng thời ngăn chặn người khác sử dụng KDCN là hình dáng bên ngoài của sản phẩm mà không có sự cho phép của chủ sở hữu.

⁴<https://tmsearch.uspto.gov/bin/showfield?f=doc&state=4803:lhma1a.3.1>, truy cập 13/10/2022.

Trong nhiều hệ thống pháp luật, văn bản bảo hộ được cấp cho KDCN yêu cầu tiêu chuẩn kiểu dáng phải được áp dụng trong công nghiệp. Ở một số quốc gia như Mỹ hay Canada, người nộp đơn phải chứng minh rằng, kiểu dáng phải được áp dụng cho hoặc thể hiện trong quá trình sản xuất hoặc ứng dụng công nghiệp.

Pháp luật Mỹ từ lâu đã công nhận các đối tượng hiển thị trên phần mềm, có thể được bảo hộ dưới tư cách KDCN như trong vụ Apple kiện Samsung năm 2016⁵. Một số ví dụ của KDCN được bảo hộ khác theo pháp luật Mỹ còn bao gồm cả phông chữ (fonts) và biểu tượng (icons) hoặc các đối tượng ảo khác tồn tại thông qua hiển thị 2 chiều trên thiết bị vi tính nhưng không bao gồm các vật thể tồn tại trên không gian 3 chiều như trong Metaverse. Tính tới thời điểm hiện tại, USPTO không ghi nhận việc bảo hộ đối với các thiết kế số theo pháp luật Liên bang⁶. Tuy nhiên, khi một thiết kế được tạo ra bởi phần mềm máy tính và tích hợp trong hoạt động của máy tính, được hiển thị trên màn hình kỹ thuật số hoặc một phương tiện hiển thị khác thì người nộp đơn có thể được cấp bằng SC. Khi Metaverse trở nên phổ biến, các công nghệ trình chiếu 3 chiều, VR, thực tế ảo tăng cường (AR) sẽ gỡ bỏ yêu cầu của một màn hình máy tính hoặc các vật phẩm hữu hình khác để kiểu dáng có thể được thể hiện vượt qua môi trường bên ngoài. Căn cứ theo luật SHTT tại Mỹ, tính tới thời điểm hiện tại, các kiểu dáng trên sẽ không được bảo hộ do chúng không được thể hiện qua một công cụ hữu hình, như qua một màn hình vi tính.

Trong quá trình xem xét bảo hộ KDCN cho tài sản ảo, USPTO đã tiến hành tham vấn cộng đồng⁷. Trong

⁵Samsung Electronics Co. v. Apple Inc., 137 S. Ct. 429 (2016), liên quan đến một tranh chấp về thiết kế các biểu tượng trên điện thoại thông minh. Căn cứ theo phán quyết của Tòa án, để được cấp văn bằng bảo hộ đối với kiểu dáng (Design Patent), thiết kế đó phải thỏa mãn tiêu chuẩn “article of manufacture” tức phải thể hiện “một ngoại hình đặc biệt hoặc khác biệt đối với sản phẩm, hoặc vật phẩm mà nó được áp dụng, hoặc vật phẩm mà nó tạo thành hình dạng”.

⁶Au LLC, *What is an Article of Manufacture*, <https://au-llc.com/what-is-an-article-of-manufacture>, truy cập 10/10/2022.

⁷USPTO (2022), “Summary of public views on the article of manufacture requirement of 35 U.S.C. § 171”, <https://www.uspto.gov/sites/default/files/documents/USPTO-Articles-of-Manufacture-April2022.pdf>, truy cập 10/10/2022.

bản đánh giá, USPTO đã cân nhắc các quan điểm từ công chúng về tính cấp thiết trong việc bảo hộ “các thiết kế dành cho hình chiếu, hình ảnh 3 chiều, VR và AR” (PHVAR). Các quan điểm ủng hộ PHVAR có đặc trưng của KDCN cho rằng, các tài sản ảo cũng do các phần mềm tạo ra tương tự như phong chữ, biểu tượng và đã được bảo hộ trong nhiều thập kỷ. Đồng thời, căn cứ theo bản tham vấn cộng đồng của USPTO, quy định về Bằng SC thiết kế cũng không quy định sản phẩm bảo hộ cần phải “hữu hình” (tangible), vậy nên, các sản phẩm và hình ảnh 3 chiều trình chiếu không qua thiết bị hiển thị trung gian cũng nên được bảo hộ quyền SHTT.

Nhận diện một số bất cập từ thực tế

Quyền tài phán trong Metaverse

Metaverse là một môi trường phi biên giới, nghĩa là chúng có thể được sử dụng rộng rãi và tiếp cận một cách dễ dàng ở bất cứ nơi đâu, điều này đồng nghĩa với việc không thể xác định một cách chính xác địa điểm xác lập của NH hay KDCN và tương ứng với các quyền và nghĩa vụ cụ thể của các chủ thể sở hữu quyền SHCN. Giả định nếu như người thực hiện hành vi xâm phạm NH ở Anh, chủ sở hữu NH đăng ký tại Việt Nam, được diễn ra trên một nền tảng Metaverse đặt máy chủ ở Hàn Quốc, thì luật của quốc gia nào sẽ được ưu tiên áp dụng? Thẩm quyền xét xử sẽ thuộc về Tòa án nào?

Thông thường, trong các nền tảng kỹ thuật số, quyền tài phán hay ít nhất là quyền, đồng thời là nghĩa vụ xóa bỏ và ngăn chặn các nội dung vi phạm quyền SHTT sẽ thuộc về bên cung cấp dịch vụ trung gian (Intermediary Service Provider - ISP), theo đó, trong trường hợp có thông báo về hành vi vi phạm quyền SHTT, các ISP, lúc này là nền tảng Metaverse có trách nhiệm vô hiệu hóa ngay việc truy cập hoặc xóa bỏ mọi nội dung vi phạm. Tiêu biểu như tại Mỹ có Đạo luật Thiên niên kỷ số (DMCA) đã đề cập đến khái niệm miễn trách nhiệm pháp lý của các ISP. Phạm vi bị tác động của cả DMCA lẫn Điều 198b đều

chỉ áp dụng cho đối tượng là tác phẩm, bản ghi âm, ghi hình, chương trình phát sóng đã được số hóa thuộc đối tượng bảo hộ của quyền tác giả, quyền liên quan. Điều này cũng có nghĩa là không quy trách nhiệm pháp lý của ISP liên quan tới các quyền SHTT khác như NH, NH giả mạo, chỉ dẫn địa lý, KDCN hoặc SC. Qua đó, thiếu vắng cơ chế để bảo hộ các đối tượng SHCN trong Metaverse.

Chấm dứt, huỷ bỏ hiệu lực đối với NH và KDCN trong Metaverse

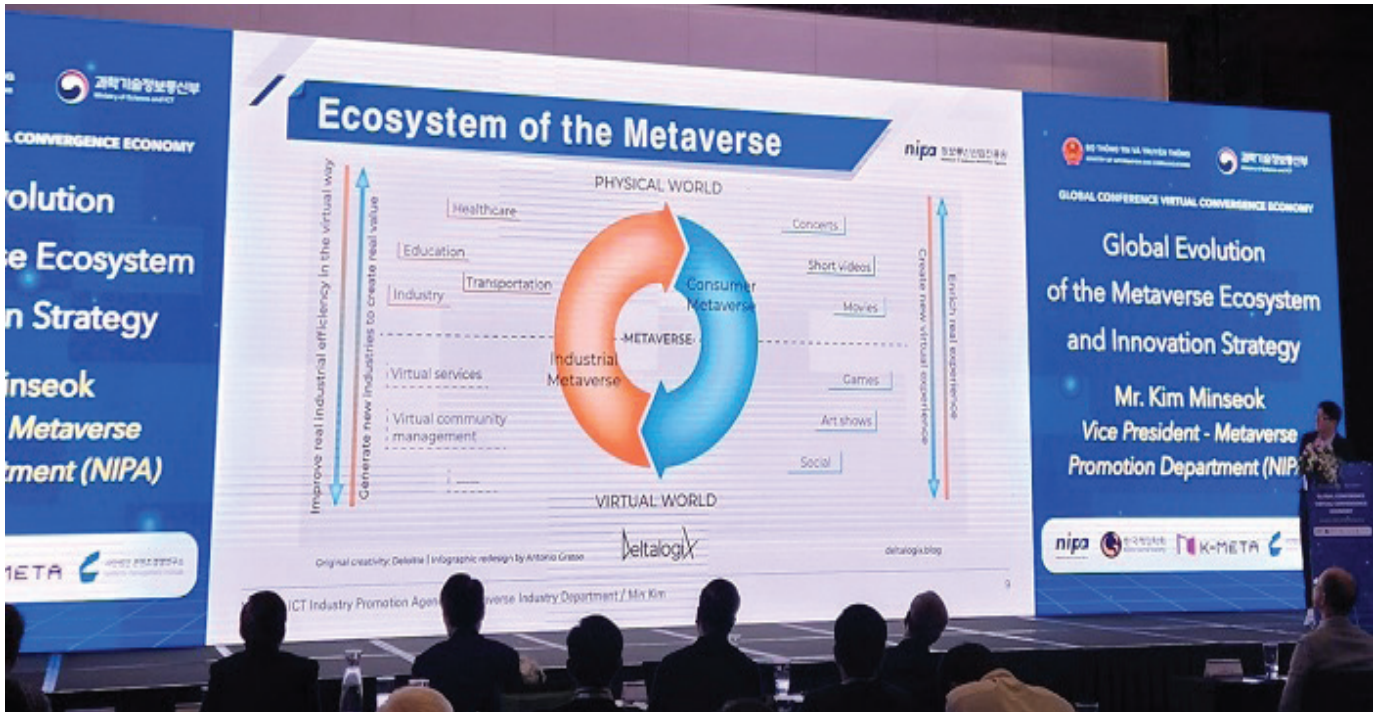
Việc cá nhân, tổ chức sử dụng NH trong kinh doanh thương mại không chỉ đơn thuần là quyền mà còn là một trong những nghĩa vụ mà chủ sở hữu phải thực hiện nhằm duy trì quyền bảo hộ của mình⁹. Trong trường hợp NH không được sử dụng liên tục từ 5 năm trở lên, pháp luật SHTT cũng có cơ chế để một bên thứ ba đề nghị cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền xem xét chấm dứt hiệu lực đăng ký NH đó¹⁰. Khi đó, chủ sở hữu NH cần cung cấp các bằng chứng về việc “a) gắn NH được bảo hộ lên hàng hóa, bao bì hàng hóa, phương tiện kinh doanh, phương tiện dịch vụ, giấy tờ giao dịch trong hoạt động kinh doanh; b) lưu thông, chào bán, quảng cáo để bán, tàng trữ để bán hàng hóa mang NH được bảo hộ; c) nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ mang NH được bảo hộ”¹¹ để bác bỏ yêu cầu chấm dứt hiệu lực. Quy định này được làm rõ hơn tại Điều 21, Nghị định 103/2006/NĐ-CP ngày 22/09/2006 quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật SHTT về SHCN, theo đó “Hành vi lưu thông sản phẩm quy định tại điểm d khoản 1, điểm b khoản 2, điểm b khoản 5 và điểm b khoản 7 Điều 124 của Luật SHTT bao gồm cả hành vi bán, trưng bày để bán, vận chuyển sản phẩm”. Thông thường, các bằng chứng được coi là phù hợp để chứng minh việc sử dụng NH là các giấy tờ giao dịch, hợp đồng, đơn hàng, tài liệu quảng cáo trên thực tế... Ngoài ra, NH trong các bằng chứng này nên được thể hiện ở dạng đúng hoặc không khác biệt đáng kể như với NH đã đăng ký. Hơn nữa, trên cơ sở “nguyên tắc lãnh thổ” của quyền SHTT,

⁹Khoản 2, Điều 136 Luật SHTT hiện hành.

¹⁰Điểm d Khoản 1, Điều 95 Luật SHTT hiện hành.

¹¹Khoản 5, Điều 124 Luật SHTT hiện hành.

⁸Richard Wee, Fatin Ismail, *The Metaverse and Legal Jurisdiction*, <https://www.richardweechambers.com/the-metaverse-and-legal-jurisdiction>, truy cập 15/02/2023.



Hội thảo “Kích hoạt nền kinh tế hội tụ ảo” do Bộ Thông tin và Truyền thông Việt Nam phối hợp với Bộ Khoa học, Công nghệ Thông tin và Truyền thông Hàn Quốc, Đại sứ quán Hàn Quốc tại Việt Nam tổ chức tại Hà Nội, 7/11/2023.

nếu muốn chứng minh NH đã được sử dụng để bác bỏ đề nghị chấm dứt hiệu lực, chủ sở hữu NH cần chứng minh NH đang tranh chấp đã được sử dụng tại Việt Nam. Vì lý do Metaverse là môi trường ảo, phi biên giới, câu hỏi được đặt ra là liệu một hành vi sử dụng NH như bán, trưng bày để bán trong Metaverse có được coi là hành vi sử dụng NH tại Việt Nam và bằng chứng như vậy có đủ để bác bỏ yêu cầu chấm dứt hiệu lực vì lý do không sử dụng không?

Quy định pháp luật Vương quốc Anh cho rằng, “trong trường hợp NH đã được khai thác thương mại thông qua các giao dịch phát sinh lợi nhuận trong Metaverse, các bằng chứng về việc này có thể được sử dụng để chứng minh hành vi sử dụng NH, nếu có cơ sở để chỉ ra rằng giao dịch đó có liên quan tới đối tượng người mua tại một địa điểm cụ thể trong thế giới thực”. Điều này đồng nghĩa với việc chủ sở hữu NH cần phải chứng minh rằng, sản phẩm mang NH được mua bởi 1 người dùng trong Metaverse có địa chỉ tại Vương quốc Anh để làm bằng chứng cho thấy NH đã được sử dụng liên tục. Tuy nhiên, do Metaverse là một môi trường có tính ẩn danh cao,

chứng minh được danh tính cũng như địa chỉ nơi giao dịch diễn ra là điều gần như bất khả thi.

Đối chiếu với quy định Luật SHTT sửa đổi 2022, hiện tại vẫn chưa có bất cứ quy định nào về vấn đề này, tuy nhiên, có khả năng cao cho thấy rằng, nếu chủ sở hữu NH tại Việt Nam không thể đưa ra bằng chứng NH đã được sử dụng thương mại liên tục cho đối tượng người mua tại Việt Nam, kể cả có cơ sở cho thấy NH được sử dụng trong Metaverse, thì cũng không thể bác bỏ yêu cầu chấm dứt hiệu lực đăng ký NH.

Đề xuất hoàn thiện pháp luật

Thứ nhất, bổ sung và làm rõ yêu cầu về hình thức thể hiện đối với các tài sản trí tuệ ảo. Theo quy định tại Khoản 13, Điều 4, Luật SHTT hiện hành “Kiểu dáng công nghiệp là 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”. Thông tư 01/2007/TT-BKHCN, được sửa đổi bổ sung lần gần nhất theo Thông tư 16/2016/TT-BKHCN đã làm rõ thêm nội hàm của thuật ngữ “sản phẩm” đề cập tại điều luật này, cụ thể, “sản phẩm được


hiểu là đồ vật, dụng cụ, thiết bị, phương tiện, hoặc bộ phận dùng để lắp ráp, hợp thành các sản phẩm đó, được sản xuất bằng phương pháp công nghiệp hoặc thủ công nghiệp, có kết cấu và chức năng rõ ràng, được lưu thông độc lập¹². Có thể thấy, pháp luật SHTT Việt Nam không có quy định cụ thể nào yêu cầu KDCN phải là hình dáng bên ngoài của một sản phẩm hữu hình có thể cầm nắm thì mới được bảo hộ. Tuy nhiên, thực tế cho thấy rằng Cục SHTT Việt Nam chưa từng có tiền lệ chấp nhận hợp lệ để xem xét duyệt nội dung đăng ký KDCN đối với các sản phẩm tồn tại dưới dạng kỹ thuật số¹³.

Thứ hai, bổ sung và làm rõ tiêu chí như tính mới, tính sáng tạo đối với các tài sản trí tuệ ảo. Về tính mới, pháp luật SHTT cần phải có sự phân biệt rõ ràng giữa thế giới ảo và thế giới vật chất, nguyên nhân phát sinh từ việc khái niệm như thế nào là một sản phẩm mới và không được bộc lộ công khai là không đồng nhất giữa các môi trường ảo khác nhau. Về tính sáng tạo, xét trên một góc độ nào đó, nhiều thiết kế trong Metaverse vẫn chỉ đang dựa trên việc kết hợp đơn thuần của các hình khối hoặc sử dụng lại những kiểu dáng sẵn có, nhưng thay đổi sự hiển thị bề mặt của kiểu dáng, cho nên vẫn chưa thể được ghi nhận bảo hộ dưới tư cách KDCN. Ngược lại, thực tế cũng đã ghi nhận rất nhiều sản phẩm trí tuệ ảo như đôi giày Nike - Cryptokicks cũng thể hiện tính sáng tạo nguyên gốc, do đó nên được bảo hộ như KDCN. Vậy nên, cơ quan tiếp nhận và thẩm định đơn cũng cần phải có sự nhìn nhận rõ ràng và tách bạch đối với 2 loại hình tài sản trí tuệ này.

Thứ ba, xem xét việc công nhận tài sản ảo như một loại tài sản và như một loại hàng hóa. Theo Điều 87 Luật SHTT quy định: “Tổ chức, cá nhân có quyền đăng ký nhãn hiệu dùng cho hàng hóa do mình sản xuất hoặc dịch vụ do mình cung cấp”. Hàng hóa, theo quy định của Luật Thương mại 2005 được hiểu bao gồm động sản,

động sản hình thành trong tương lai và các vật gắn liền với đất đai¹⁴. Vì vậy, để có thể đăng ký NH cho hàng hóa, thậm chí dịch vụ, thì bước đầu phải công nhận các vật thể trong Metaverse như một loại tài sản. Tính đến nay, pháp luật vẫn chưa thừa nhận các vật, tài sản trên môi trường thực tế ảo là tài sản theo quy định tại Bộ luật Dân sự 2015. Từ đó, các giao dịch, cũng như các quan hệ SHTT cũng chưa được pháp luật Việt Nam thừa nhận và bảo hộ. Đồng thời, xét thấy cũng cần phải mở rộng nội hàm “hàng hóa” theo quy định của pháp luật thương mại để có thể bao hàm cả các loại hàng hóa không tồn tại dưới dạng vật chất, có thể cầm nắm được như NFT hay các đơn vị tài sản ảo có thể trao đổi được khác. Từ đó, tạo dựng hành lang pháp lý vững chắc cho việc ghi nhận và bảo hộ các sản phẩm trí tuệ trên không gian thực tế ảo.

Thứ tư, mở rộng đối tượng tác động trong chế định miễn trách nhiệm pháp lý các tổ chức trung gian dịch vụ internet (ISP). Hiện nay, phạm vi tác động của các điều khoản liên quan tới miễn trách nhiệm pháp lý cho các ISP vẫn chỉ giới hạn trong các đối tượng của Quyền tác giả. Trong khi trên thực tế, các nền tảng Metaverse mới là các đơn vị có thể thực thi nhanh nhất quá trình bảo vệ thông qua việc gỡ bỏ nội dung vi phạm ra khỏi hệ thống. Vì vậy, để gia tăng hiệu quả của việc bảo vệ các tài sản trí tuệ như quyền SHCN, xét thấy cần phải nghiên cứu về việc mở rộng phạm vi của Điều 198b sang các đối tượng quyền SHTT khác.

Thứ năm, làm rõ các quy định về bảo hộ sản phẩm không gian 3 chiều. Ngày 31/12/2021, Cục SHTT đã bổ sung vào Quy chế thẩm định đơn đăng ký sáng chế bằng cách ban hành phụ lục cụ thể hóa các hướng dẫn thẩm định đơn sáng chế liên quan đến chương trình máy tính. Theo đó, đối với giao diện người dùng - GUI bao gồm các dấu hiệu thể hiện thông tin và nhận đầu vào như một phần của tương tác giữa người và máy tính. Tuy nhiên, quy định này không xác định cụ thể việc biểu thị một GUI có nhất thiết phải thông qua một thiết bị trung gian như màn hình vi tính không? Tạo nên một thiếu sót lớn trong công tác bảo hộ tài sản trí tuệ ảo 

¹²Điểm b, Khoản 2, Điều 33, Thông tư 01/2007/TT-BKHCN, sửa đổi lần gần nhất theo Thông tư 16/2016/TT-BKHCN.

¹³Hoàng Thái Sơn, Lê Xuân Lộc (2022), “Hoàn thiện quy định pháp luật Việt Nam về cơ chế xác lập, chấm dứt, và hủy bỏ hiệu lực đối với NH, KDCN trong bối cảnh của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư”, *Kỷ yếu Hội thảo khoa học Pháp luật SHTT trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế và Cách mạng công nghiệp 4.0*, Trường Đại học Luật Hà Nội.

¹⁴Điều 3 Luật Thương mại 2005.