BỘ KẾ HOẠCH VÀ ĐẦU TƯ
TRUNG TÂM THÔNG TIN KINH TẾ - XÃ HỘI QUỐC GIA

DOANH NGHIỆP VIỆT NAM
VỚI VẤN ĐỀ
THƯƠNG HIỆU
TRONG QUÁ TRÌNH HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ

NHÀ XUẤT BẢN THỐNG KÊ

BỘ KẾ HOẠCH VÀ ĐẦU TƯ
TRUNG TÂM THÔNG TIN KINH TẾ - XÃ HỘI QUỐC GIA

DOANH NGHIỆP VIỆT NAM
VỚI VẤN ĐỀ
THƯƠNG HIỆU
TRONG QUÁ TRÌNH HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ

NHÀ XUẤT BẢN THỐNG KÊ

LỜI MỞ ĐẦU

Trên thị trường Việt Nam trong những năm gần đây đã xuất hiện nhiều chủng loại mặt hàng phong phú được sản xuất trong nước hoặc nhập khẩu. Dấu hiệu này chứng tỏ quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của nước ta đang được thúc đẩy mạnh mẽ. Đồng thời các doanh nghiệp mới ra đời cũng đưa ra thị trường nhiều sản phẩm với những **thương hiệu mới,** song đáng tiếc là họ vẫn chưa thực sự quan tâm đến phát triển và bảo hộ thương hiệu của mình. Theo Cục Sở hữu trí tuệ (*Trước đó là Cục Sở hữu công nghiệp - sau đây chúng tôi vẫn sử dụng tên gọi này),* đến giữa tháng 11 năm 2003, đã có tổng cộng 72.044 đơn đăng ký Nhãn hiệu hàng hóa của các doanh nghiệp trong và ngoài nước và tính đến nay, Cục đã cấp 49.995 giấy Chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa (Nếu tính các số nhãn hiệu hàng hóa của các doanh nghiệp nước ngoài thông qua Hiệp định Madrid thì vào khoảng 56.000). Theo đó, số nhãn hiệu hàng hóa đang được bảo hộ độc quyền tại Việt Nam lên tới khoảng 106.000 (Nhãn hiệu hàng hóa của các doanh nghiệp nước ngoài chiếm 80% tổng số nhãn hiệu hàng hóa đang được bảo hộ tại Việt Nam), trong khi đó, mới có khoảng 26.000 nhãn hiệu được bảo hộ là của các doanh nghiệp Việt Nam. Điều này cho thấy, các doanh nghiệp nước ngoài rất quan tâm đến bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa của mình, trong khi chính các doanh nghiệp Việt Nam lại chưa có được sự quan tâm đúng mức.

Trong những năm gần đây, trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, **thương hiệu** trở thành một vấn đề bức xúc đối với các doanh nghiệp vì thương hiệu là tài sản vô giá đối với doanh nghiệp. Vì tầm quan trọng của thương hiệu, Thủ tướng Chính phủ đã ra Quyết định số 253/2003/QĐ-TTg về việc phê duyệt đề án xây dựng và phát triển Thương hiệu Quốc gia đến năm 2010.

Vấn đề mà các doanh nghiệp quan tâm là trình tự, thủ tục xây dựng thương hiệu, đăng ký bảo hộ thương hiệu và trong trường hợp bị xâm phạm thì làm thế nào để bảo vệ được thương hiệu của mình.

Vì vậy, chúng tôi tổ chức biên soạn cuốn sách **"DOANH NGHIỆP VIỆT NAM với vấn đề THƯƠNG HIỆU trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế"** để giúp cho các doanh nghiệp giải quyết những vấn đề quan tâm nói trên.

Cuốn sách được bố cục thành 8 phần:

- Giới thiệu Đề án xây dựng và phát triển thương hiệu quốc gia;
- Những điều cần biết về sở hữu trí tuệ;
- Giải đáp về bảo hộ sở hữu trí tuệ;
- Một số tranh chấp điển hình liên quan đến sở hữu công nghiệp ở Việt Nam;
- Bài học kinh nghiệm trong bảo vệ thương hiệu của doanh nghiệp Việt Nam;
- Ý kiến của các chuyên gia về kinh nghiệm xây dựng, phát triển và bảo hộ thương hiệu;
- Hướng dẫn xác lập quyền sở hữu công nghiệp;
- Hệ thống các văn bản pháp luật về bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp được áp dụng tại Việt Nam.

Trong quá trình sưu tầm và biên soạn tuy đã có rất nhiều cố gắng, nhưng chắc khó tránh khỏi những khiếm khuyết. Vậy nên rất mong được bạn đọc bổ sung và góp ý để cuốn sách được hoàn thiện hơn.

NHÓM TÁC GIẢ

Phần I
GIỚI THIỆU ĐỀ ÁN XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA

I. QUYẾT ĐỊNH PHÊ DUYỆT ĐỀ ÁN XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA ĐẾN 2010

QUYẾT ĐỊNH SỐ 253/2003/QĐ-TTg NGÀY 25/11/2003 CỦA THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ

Về việc phê duyệt đề án xây dựng và phát triển Thương hiệu Quốc gia đến năm 2010

THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ

Căn cứ Luật Tổ chức Chính phủ ngày 25 tháng 12 năm 2001;

Xét đề nghị của Bộ trưởng Bộ Thương mại tại công văn số 3859/TM-XTTM ngày 25 tháng 8 năm 2003 và công văn số 1562/TM-XTTM ngày 15 tháng 4 năm 2003,

QUYẾT ĐỊNH :

Điều 1. Phê duyệt đề án xây dựng và phát triển Thương hiệu Quốc gia đến năm 2010, với mục đích, nội dung chủ yếu như sau:

1. Mục đích : Xây dựng và phát triển Thương hiệu Quốc gia là một chương trình xúc tiến thương mại quốc gia dài hạn, nhằm xây dựng, quảng bá nhãn hiệu sản phẩm (hàng hóa và dịch vụ), tên thương mại, chỉ dẫn địa lý và tên gọi xuất xứ hàng hóa, được mang biểu trưng của Thương hiệu Quốc gia trên thị trường trong và ngoài nước (dưới đây gọi là Chương trình).

2. Nội dung :

a) Biểu trưng của Thương hiệu Quốc gia có tựa đề tiếng Anh là "VIETNAM VALUE INSIDE" (Giá trị Việt Nam) được gắn

vào sản phẩm đã có nhãn hiệu riêng đạt được các tiêu chí do Chương trình quy định.

b) Doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế đều có quyền tham gia Chương trình và được Bộ Thương mại cấp quyền sử dụng biểu trưng Thương hiệu Quốc gia đối với những sản phẩm của doanh nghiệp đạt được các tiêu chí do Chương trình quy định.

c) Doanh nghiệp có sản phẩm được mang biểu trưng Thương hiệu Quốc gia được hỗ trợ tư vấn về đăng ký nhãn hiệu sản phẩm tên thương mại, chỉ dẫn địa lý, tên gọi xuất xứ hàng hóa ở trong, ngoài nước; tư vấn về thông tin nghiên cứu thị trường và hoạt động xuất khẩu; được trợ giúp, quảng bá tại thị trường trong, ngoài nước trong khuôn khổ các Chương trình xúc tiến thương mại trọng điểm quốc gia hàng năm do Thủ tướng Chính phủ phê duyệt; được tham gia chương trình bình chọn các giải thưởng trong khuôn khổ do Chương trình tổ chức, bao gồm cả giải thưởng xuất khẩu hàng năm của Thủ tướng Chính phủ.

d) Chương trình được phép tổ chức các hội thảo xây dựng và quảng bá nhãn hiệu sản phẩm, tên thương mại, chỉ dẫn địa lý và tên gọi xuất xứ hàng hóa; tổ chức các khóa đào tạo, tập huấn ngắn hạn về thương hiệu và nâng cao năng lực kinh doanh; khảo sát học tập kinh nghiệm quốc tế về việc tổ chức, triển khai và duy trì Chương trình; tổ chức tuyên truyền và phổ biến các tiêu chí của Chương trình với cộng đồng doanh nghiệp; đăng ký địa chỉ và thiết kế trang Web giới thiệu Chương trình; tổ chức triển lãm các sản phẩm được mang biểu trưng Thương hiệu Quốc gia trên Internet; thuê tư vấn trong, ngoài nước để thực hiện một số hoạt động nghiên cứu, phân tích thị trường, phát triển Thương hiệu Quốc gia và tư vấn thực hiện các hoạt động hỗ trợ của Chương trình; các nội dung khác do Thủ tướng Chính phủ quyết định trên cơ sở đề nghị của Bộ trưởng Bộ Thương mại.

đ) Bộ Thương mại là cơ quan thường trực, chịu trách nhiệm điều phối và thực hiện các nội dung của Chương trình.

Điều 2. Ủy quyền Bộ trưởng Bộ Thương mại, sau khi trao đổi với các Bộ, ngành và Hiệp hội ngành hàng liên quan, cụ thể hóa, phê duyệt và tổ chức thực hiện nội dung các hoạt động của Chương trình nêu tại Điều 1 Quyết định này; trình Thủ tướng Chính phủ phê duyệt việc thành lập Hội đồng tư vấn quốc gia về bình chọn các giải thưởng của Chương trình.

Điều 3. Kinh phí cho hoạt động của Chương trình nêu tại Điều 1 Quyết định này được hỗ trợ từ Quỹ hỗ trợ xuất khẩu.

Bộ Thương mại làm việc với Bộ Tài chính để quyết định cụ thể chế độ, cơ chế hỗ trợ và dự toán kinh phí cho các hoạt động cụ thể của Chương trình.

Điều 4. Quyết định này có hiệu lực thi hành sau 15 ngày, kể từ ngày đăng Công báo.

Điều 5. Các Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này.

KT. THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ
PHÓ THỦ TƯỚNG

(Đã ký)

Vũ Khoan

II. GIỚI THIỆU "ĐỀ ÁN XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA ĐẾN NĂM 2010"

1. Khái niệm về thương hiệu

1.1. Thương hiệu là gì?

Trong quá trình phát triển sản xuất và lưu thông, các nhà sản xuất hoặc nhà phân phối hàng hóa hoặc nhà cung ứng dịch vụ muốn đặc định hàng hóa hay dịch vụ của mình, họ đã sử dụng những dấu hiệu (a mark) dưới hình thức nào đó để thể hiện.

Thương hiệu (trade mark) là những dấu hiệu được nhà sản xuất hoặc nhà phân phối hàng hóa hoặc nhà cung ứng dịch vụ sử dụng trong thương mại nhằm ám chỉ sự liên quan giữa hàng hóa hay dịch vụ với người có quyền sử dụng dấu hiệu đó với tư cách là chủ sở hữu hoặc người đăng ký thương hiệu.

Nhãn hiệu là sự biểu hiện cụ thể của thương hiệu.

Thương hiệu là một thuật ngữ phổ biến trong marketing thường được người ta sử dụng khi đề cập tới: a) nhãn hiệu hàng hóa (*thương hiệu sản phẩm*); b) tên thương mại của tổ chức, cá nhân dùng trong hoạt động kinh doanh (*thương hiệu doanh nghiệp*); hay c) các chỉ dẫn địa lý và tên gọi xuất xứ hàng hóa.

Định nghĩa về "Nhãn hiệu hàng hóa", Điều 785 Bộ luật Dân sự quy định: "Nhãn hiệu hàng hóa là những dấu hiệu dùng để phân biệt hàng hóa, dịch vụ cùng loại của các cơ sở sản xuất kinh doanh khác nhau. Nhãn hiệu hàng hóa có thể là từ ngữ, hình ảnh hoặc sự kết hợp các yếu tố đó được thể hiện bằng màu sắc".

Định nghĩa về "Tên thương mại", Điều 14 Nghị định 54/2000/NĐ-CP quy định: Tên thương mại được bảo hộ là tên gọi của tổ chức, cá nhân dùng trong hoạt động kinh doanh, đáp ứng đầy đủ các điều kiện sau: a) là tập hợp các chữ cái, có thể kèm theo chữ số, phát âm được; b) có khả năng phân biệt chủ thể kinh doanh mang tên gọi đó với các chủ thể kinh doanh khác trong cùng lĩnh vực kinh doanh.

Định nghĩa về "Tên gọi xuất xứ hàng hóa", Điều 786 Bộ luật Dân sự quy định: "Tên gọi xuất xứ hàng hoá" là tên địa lý của nước, địa phương dùng để chỉ xuất xứ của mặt hàng từ nước, địa phương đó với điều kiện những mặt hàng này có các tính chất, chất lượng đặc thù dựa trên các điều kiện địa lý độc đáo và ưu việt, bao gồm yếu tố tự nhiên, con người hoặc kết hợp cả hai yếu tố đó".

Định nghĩa về "Chỉ dẫn địa lý", Điều 14 Nghị định 54/2000/NĐ-CP quy định: Chỉ dẫn địa lý được bảo hộ là thông tin

về nguồn gốc địa lý của hàng hóa đáp ứng đủ các điều kiện sau đây: a) Thể hiện dưới dạng một từ ngữ, dấu hiệu, biểu tượng hoặc hình ảnh, dùng để chỉ một quốc gia hoặc một vùng lãnh thổ, địa phương thuộc một quốc gia; b) Thể hiện trên hàng hóa, bao bì hàng hóa hay giấy tờ giao dịch liên quan tới việc mua bán hàng hóa nhằm chỉ dẫn rằng hàng hỏa nói trên có nguồn gốc tại quốc gia, vùng lãnh thổ hoặc địa phương mà đặc trưng về chất lượng, uy tín, danh tiếng hoặc các đặc tính khác của loại hàng hóa này có được chủ yếu là do nguồn gốc địa lý tạo nên.

Theo định nghĩa của Hiệp hội Marketing Hoa Kỳ: *Thương hiệu là một cái tên, một từ ngữ, một dấu hiệu, một biểu tượng, một hình vẽ, hay tổng hợp tất cả các yếu tố kể trên nhằm xác định một sản phẩm hay dịch vụ của một (hay một nhóm người bán và phân biệt các sản phẩm (dịch vụ) đó với các đối thủ cạnh tranh.*

Có thể nói, thương hiệu là hình thức thể hiện bên ngoài, tạo ra ấn tượng, thể hiện cái bên trong (cho sản phẩm hoặc doanh nghiệp). Thương hiệu tạo ra nhận thức và niềm tin của người tiêu dùng đối với sản phẩm và dịch vụ mà doanh nghiệp cung ứng. *Giá trị của một thương hiệu* là triển vọng lợi nhuận mà thương hiệu đó có thể đem lại cho nhà đầu tư trong tương lai. Nói cách khác, thương hiệu là tài sản vô hình của doanh nghiệp.

Xây dựng thương hiệu là vấn đề đòi hỏi thời gian, khả năng tài chính và ý chí không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ.

**** Thương hiệu quốc gia:***

Cần phân biệt *thương hiệu doanh nghiệp, thương hiệu sản phẩm* với thương *hiệu quốc gia* (hay còn gọi là Nhãn sản phẩm quốc gia) là loại nhãn hiệu dùng cho sản phẩm của một nước, thường do tổ chức xúc tiến thương mại của nước đó chủ trì phát hành, nhằm quảng bá hình ảnh quốc gia thông qua sản phẩm hàng hóa và dịch vụ.

1.2. Một số tác dụng của thương hiệu trong cạnh tranh

- Làm cho khách hàng tin tưởng vào chất lượng, yên tâm và tự hào khi sử dụng sản phẩm.

- Thương hiệu tốt giúp tạo dựng hình ảnh công ty, thu hút khách hàng mới, vốn đầu tư, thu hút nhân tài.

- Thương hiệu tốt giúp phân phối sản phẩm dễ dàng hơn, tạo thuận lợi hơn khi tìm thị trường mới.

- Uy tín cao của thương hiệu tạo lòng trung thành của khách hàng đối với sản phẩm, đem lại lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp: giúp việc triển khai khuếch trương nhãn hiệu dễ dàng hơn, đồng thời giảm chi phí tiếp thị, giúp doanh nghiệp có điều kiện "phòng thủ", chống lại sự cạnh tranh quyết liệt về giá.

- Thương hiệu của người bán khi đã đăng ký bao hàm sự bảo hộ của pháp luật đối với những tính chất độc đáo của sản phẩm trước những sản phẩm bị đối thủ cạnh tranh "nhái" theo.

1.3. Làm thế nào để xây dựng và phát triển thương hiệu một cách bền vững?

Trong bối cảnh hội nhập hiện nay, các thương hiệu Việt Nam đã, đang và sẽ phải đương đầu với các thương hiệu nước ngoài trên mọi lĩnh vực hàng hóa và dịch vụ. Điều này đòi hỏi doanh nghiệp Việt Nam phải có một cái nhìn chiến lược về xây dựng, phát triển, quảng bá và bảo vệ thương hiệu ngay từ thị trường trong nước. Để vươn ra thị trường thế giới, các thương hiệu Việt Nam lại càng cần có một chiến lược tiếp cận bài bản hơn. Để xây dựng một thương hiệu có khả năng đứng vững trong môi trường cạnh tranh khốc liệt ấy, để đưa thương hiệu trở thành một tài sản thực sự có giá trị, doanh nghiệp cần phải:

- *Có nhận thức đúng và đầy đủ* về thương hiệu trong *toàn thể doanh nghiệp*, từ các cấp lãnh đạo cao nhất tới nhân viên ở cấp thấp nhất để có thể đề ra và thực thi được một chiến lược thương hiệu trên các mặt: xây dựng, bảo vệ, quảng bá và phát triển thương hiệu. Có bộ phận chuyên trách phát triển thương hiệu.

- Chiến lược thương hiệu phải nằm trong một chiến lược marketing tổng thể, xuất phát từ *nghiên cứu thị trường kỹ lưỡng*, xác định đối tượng khách hàng mục tiêu, kết hợp với chiến lược phát triển sản phẩm, quảng bá, chính sách giá cả, phân phối hợp lý, nhằm tạo cho doanh nghiệp và các sản phẩm hàng hóa/dịch vụ của họ một hình ảnh riêng trong tâm trí và nhận thức của khách hàng trong tương quan với các đối thủ cạnh tranh.

- Cần *đăng ký bảo hộ thương hiệu* trong nước và ngoài nước (nếu có ý định xuất khẩu).

- Để đảm bảo giữ gìn và phát triển thương hiệu một cách bền vững, điểm mấu chốt chính là không ngừng nâng cao *chất lượng sản phẩm (hàng hóa/dịch vụ) và phát triển mạng lưới bán hàng*, đưa thương hiệu của doanh nghiệp và sản phẩm đến với quảng đại người tiêu dùng.

- Là tài sản của doanh nghiệp, thương hiệu cần được quản lý một cách chặt chẽ, *đảm bảo uy tín và hình ảnh* của thương hiệu không ngừng được nâng cao. Điều này đòi hỏi:

+ Doanh nghiệp cần phải đi vào chiều sâu, *tạo dựng được sự đặc biệt và khác biệt* so với đối thủ cạnh tranh.

+ Quảng cáo thật khôn khéo, duy trì và không ngừng nâng cao mức độ biết đến thương hiệu, chất lượng được thừa nhận của thương hiệu và công dụng của nó.

+ Xây dựng và giữ gìn mối *quan hệ mật thiết với khách hàng*, tạo sự gắn bó về mặt tình cảm giữa thương hiệu và người tiêu dùng.

+ Không ngừng *nâng cao năng lực cạnh tranh* của doanh nghiệp.

+ Không ngừng đầu tư vào *nghiên cứu và phát triển* tạo sản phẩm mới đáp ứng nhu cầu người tiêu dùng

+ Đảm bảo chất lượng *dịch vụ thương mại và hậu mãi* dành cho người tiêu dùng.

2. Tình hình xây dựng thương hiệu ở Việt Nam thời gian qua

Trên thị trường quốc tế, Việt Nam đang xuất khẩu mạnh các mặt hàng nông sản, thực phẩm chế biến, giày dép, quần áo, thủ công mỹ nghệ, thủy hải sản... và chất lượng các mặt hàng này ngày càng tăng. Tuy nhiên, tới 90% hàng Việt Nam vẫn còn phải vào thị trường thế giới thông qua trung gian dưới dạng thô, hoặc gia công cho các thương hiệu nổi tiếng của nước ngoài. Do đó, người tiêu dùng nước ngoài vẫn còn chưa có khái niệm về hàng hóa mang thương hiệu Việt Nam. Đây là một sự yếu kém, thua thiệt lớn của hàng xuất khẩu Việt Nam trên thị trường nước ngoài.

Trên thị trường nội địa, hiện nay đã xuất hiện một số doanh nghiệp Việt Nam với chiến lược phát triển thương hiệu đi vào chiều sâu. Riêng các công ty đa quốc gia, ngoài việc tăng cường quảng bá thương hiệu của mình tại Việt Nam, một số công ty đã bắt đầu "khai thác" cả thương hiệu Việt Nam, bằng cách bỏ tiền mua lại các thương hiệu nổi tiếng và khai thác một cách có bài bản. Điển hình là việc Unilever mua thương hiệu thuốc đánh răng P/S với giá 5 triệu USD và sau đó đổi mới hình ảnh và đưa P/S thành một trong những thương hiệu lớn của công ty tại Việt Nam. Unilever cũng đã chớp cơ hội để đầu tư khai thác chỉ dẫn địa lý "Phú Quốc" với sản phẩm Nước mắm Knorr Phú Quốc. Một số công ty nước ngoài khác đã đăng ký thương hiệu nổi tiếng của Việt Nam, dẫn đến việc các công ty Việt Nam mất quyền khai thác thương liệu của chính mình trên thị trường quốc tế.

**** Nhận thức của doanh nghiệp về vấn đề thương hiệu:***

Một số doanh nghiệp Việt Nam đã bắt đầu quan tâm đến việc xây dựng và bảo hộ thương hiệu, mà trước tiên là đăng ký sở hữu đối với các thương hiệu của mình. Tuy nhiên, phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam chưa có nhận thức đúng mức về vấn đề thương hiệu, do đó còn gặp nhiều khó khăn trong việc xây dựng,

giữ gìn uy tín và hình ảnh thương hiệu cũng như phát triển thương hiệu.

Theo kết quả điều tra của dự án "Hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam về xây dựng và quảng bá thương hiệu" (tháng 10/2002), do báo Sài Gòn Tiếp thị và Câu lạc bộ doanh nghiệp hàng Việt Nam chất lượng cao thực hiện, với mẫu là 500 doanh nghiệp thì hiện nay việc xây dựng thương hiệu là quan tâm thứ 2 của doanh nghiệp Việt Nam sau đẩy mạnh tiêu thụ. Tuy nhiên, mới chỉ có 4,2% doanh nghiệp cho rằng thương hiệu là vũ khí trong cạnh tranh, 5,4% cho rằng thương hiệu là tài sản doanh nghiệp. Chỉ có 30% doanh nghiệp cho rằng thương hiệu sẽ giúp bán hàng được giá cao hơn và đem lại tự hào cho người tiêu dùng. Hầu hết doanh nghiệp chưa nhận rõ sự đóng góp quan trọng của thương hiệu trong giá trị của sản phẩm.

Việc chưa nhận thức đầy đủ về thương hiệu dẫn đến thiếu chiến lược, thiếu sự đầu tư chuyên sâu cũng như thiếu tính chuyên nghiệp trong công tác marketing nói chung và xây dựng uy tín thương hiệu nói riêng. Rất ít doanh nghiệp nhận ra các đặc điểm tiêu dùng, nhu cầu, thị hiếu... của đối tượng khách hàng mục tiêu và do đó không có định hướng trước khi phát triển sản phẩm, xây dựng thương hiệu.

Trong bối cảnh hiện nay, cạnh tranh trên thị trường thế giới đang trở thành một cuộn chiến giữa các thương hiệu, cùng với "chiến tranh giá cả, chất lượng" thông thường. Việc chưa quan tâm tới tài sản vô hình là thương hiệu, đi đôi với việc chưa định vị thật rõ thị trường, khách hàng mục tiêu và thiếu niềm tin vào giá trị gia tăng do thương hiệu tạo ra đã cản trở việc đầu tư cho xây dựng và phát triển thương hiệu.

**** Nhận thức của người tiêu dùng Việt Nam về thương hiệu:***

Qua điều tra sơ bộ của Đại học Kinh tế Tp. Hồ Chí Minh, trong số những người tiêu dùng Tp. Hồ Chí Minh được phỏng vấn, 89% cho rằng thương hiệu là yếu tố quyết định khi họ lựa

chọn mua sắm. Lý do chủ yếu là thương hiệu tạo cho họ sự an tâm về thông tin xuất xứ, tin tưởng vào chất lượng sản phẩm, tiết kiệm thời gian tìm kiếm thông tin, giảm rủi ro... Kết quả này cho thấy: ngày nay nhận thức của người tiêu dùng về thương hiệu đã cao hơn rất nhiều so với trước đây. Đồng thời đây cũng là một thách thức đòi hỏi doanh nghiệp phải cần phải chú ý đầu tư một cách thích đáng cho thương hiệu nếu muốn chiếm lĩnh thị trường.

**** Đầu tư của doanh nghiệp cho thương hiệu:***

Về nhân lực, theo điều tra nói trên, chỉ có 16% doanh nghiệp được hỏi có bộ phận tiếp thị chuyên trách, 80% doanh nghiệp không có chức danh quản lý nhãn hiệu.

Về ngân sách, 74% các doanh nghiệp đầu tư dưới 5% doanh số cho việc xây dựng và phát triển thương hiệu,. 20% doanh nghiệp không hề chi cho việc xây dựng thương hiệu. Thực tế là đa số các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay vẫn chỉ quan tâm tới sản xuất và tìm cách tiêu thụ một cách thụ động, chưa quan tâm đến việc tìm hiểu thị hiếu, điều tra nghiên cứu thị trường, xây dựng một chiến lược kinh doanh, quảng bá thương hiệu bài bản nhằm tìm một chỗ đứng cho thương liệu của mình trên thị trường. Hay nói chính xác hơn là chưa có những đầu tư tương xứng cho việc xây dựng thương hiệu.

Một trong những lý do chính của tình trạng trên là trên 90% doanh nghiệp Việt Nam là vừa và nhỏ, tiềm lực còn rất hạn chế. Do đó, họ rất cần sự hỗ trợ của Chính phủ về nhiều mặt.

**** Khó khăn của doanh nghiệp trong việc xây dựng thương hiệu:.***

Các khó khăn chính là: vốn và tài chính (23%), nạn hàng giả và vi phạm bản quyền (19%), cơ chế chính sách, thủ tục... (14%), nguồn nhân lực (11,8%), xây dựng chiến lược và cách thực hiện (8%), thủ tục hành chính (7,2%), giá dịch vụ (6,3%)...

Về chính sách nhà nước, quy định trong Luật Thuế thu nhập

doanh nghiệp về mức chi cho tiếp thị, quảng cáo, khuyến mại... không được vượt quá 7% tổng chi phí hợp lý, là một rào cản lớn. Việc không công nhận quảng bá, xây dựng thương hiệu là đầu tư dài hạn của doanh nghiệp, hạn chế chi phí đầu tư xây dựng thương hiệu, vô hình chung đã khiến doanh nghiệp buộc phải bỏ qua việc đầu tư xây dựng năng lực cạnh tranh cho chính mình trong tương lai.

**** Bảo hộ thương hiệu:***

Trên bình diện quốc tế, Việt Nam đã tham gia Công ước Stockholm, trở thành thành viên của Tổ chức Sở hữu Trí tuệ thế giới từ năm 1976; Công ước Paris về bảo hộ sở hữu công nghiệp từ năm 1949; Thỏa ước Madrid về đăng ký quốc tế các nhãn hiệu hàng hóa từ năm 1949, Hiệp ước Washington về Hợp tác Patent từ năm 1993. Việt Nam cũng đã ban hành các văn bản pháp luật dưới dạng Bộ luật, Nghị định, Thông tư để quản lý các vấn đề liên quan tới nhãn hiệu sản phẩm.

Ý thức bảo vệ thông hiệu của doanh nghiệp: Thời gian gần đây, vấn đề sở hữu trí tuệ nói chung và vấn đề nhãn hiệu hàng hóa nói riêng đã nhận được sự quan tâm rõ rệt hơn của xã hội, các cơ quan quản lý và bản thân doanh nghiệp. Theo tài liệu của Cục Sở hữu Công nghiệp (2/2003) thì số lượng nhãn hiệu hàng hóa mới được các doanh nghiệp Việt Nam đăng ký bảo hộ tại Việt Nam đã tăng hơn hai lần (năm 2001: 3.095 nhãn hiệu, năm 2002: 6.564 nhãn hiệu), đưa tỷ lệ số nhãn hiệu hàng hóa nội địa đăng ký bảo hộ trực tiếp từ 45% (3.095 trong tổng số 6.345 nhãn) trong năm 2001 tăng lên 74% (6.564 trong tổng số 8.818 nhãn) vào năm 2002.

Tổng số các nhãn hiệu hàng hóa của Việt Nam được bảo hộ trong nước hiện nay là gần 20.000 trong tổng số gần 100.000 nhãn hiệu (của các doanh nghiệp Việt Nam và nước ngoài) đã được bảo hộ. Bên cạnh đó 2 tên gọi xuất xứ hàng hóa đầu tiên của Việt Nam là Nước mắm Phú Quốc và Chè Mộc Châu đã được công nhận và bảo hộ.

Số nhãn hiệu của Việt Nam được đăng ký bảo hộ ra nước ngoài theo Thỏa ước Madrid (thông qua Cục Sở hữu Công nghiệp Việt Nam) cũng tăng lên 4 lần (7 nhãn hiệu trong năm 2001 tăng lên 31 nhãn hiệu trong năm 2002). Ngoài ra, để tự bảo vệ tại các thị trường xuất khẩu, một số doanh nghiệp xuất khẩu đã trực tiếp tiến hành đăng ký nhãn hiệu hàng hóa với các cơ quan Sở hữu trí tuệ nước ngoài.

Có thể nói, gần đây số lượng tài sản trí tuệ của các doanh nghiệp Việt Nam đã có sự tăng trưởng đáng kể. Tuy nhiên, hiện nay vẫn còn nhiều doanh nghiệp không hề lưu ý đến việc bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp nói chung và nhãn hiệu hàng hóa nói riêng; hoặc biết nhưng vẫn không đăng ký vì cho rằng chi phí đăng ký nhãn hiệu quá tốn kém, chưa cần thiết. Đây là nguyên nhân dẫn đến việc một số thương hiệu Việt Nam bị "chiếm đoạt" tại thị trường nước ngoài.

Một vấn đề đáng chú ý nữa là tình trạng xâm phạm bản quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu cũng tiếp tục diễn biến phức tạp. Nhiều vụ sản xuất, buôn bán, nhập khẩu... hàng nhái, hàng giả nhãn hiệu đã bị phát hiện và được xử lý, nhưng tệ nạn này vẫn chưa được đẩy lùi.

3. Chính sách và vai trò của Nhà nước về phát triển thương hiệu

Việc Việt Nam chưa có những thương hiệu đủ mạnh để có thể cạnh tranh với các tên tuổi nước ngoài *ngay trên thị trường nội địa* là do: không phải doanh nghiệp nào cũng nhận thức được một cách đầy đủ về thương hiệu và tầm quan trọng của việc xây dựng và phát triển thương hiệu. Ở tầm quốc gia cũng chưa có một chương trình tổng thể nhằm tăng cường nhận thức và hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng, bảo vệ, quảng bá và phát triển các thương hiệu Việt Nam.

Chiến lược phát triển xuất khẩu Việt Nam định hướng mục tiêu xuất khẩu 28,4 tỷ USD năm 2005 và 54,6 tỷ USD năm 2010. Để đạt được mục tiêu này, các chương trình xúc tiến

thương mại có vai trò rất lớn. Tuy nhiên, việc xúc tiến thương mại có thành công hay không còn phụ thuộc nhiều vào nhiều yếu tố, trong đó có vấn đề thương hiệu sản phẩm.

Nhà nước không làm thay doanh nghiệp, nhưng cần có chính sách hỗ trợ, xây dựng năng lực kinh doanh cho doanh nghiệp, giúp doanh nghiệp vươn lên.

Chính phủ, mà cụ thể là Bộ Thương mại sẽ phối hợp với các Bộ, ngành, hiệp hội ngành hàng, doanh nghiệp và các nhà tư vấn chuyên nghiệp... đề ra một ***Chương trình Quốc gia tổng thể*** *về nâng cao khả năng cạnh tranh cho các thương hiệu Việt Nam trên thị trường trong nước và thị trường xuất khẩu trọng điểm:*

1) Chương trình này trước hết cần phải làm thay đổi nhận thức của các doanh nghiệp về thương hiệu, giúp doanh nghiệp ý thức được rằng việc cạnh tranh bằng chất lượng sản phẩm, cạnh tranh bằng giá cả là chưa đủ, mà cần phải có một chiến lược hoàn chỉnh để xây dựng và tìm một chỗ đứng cho thương hiệu của riêng mình. Chương trình cần đẩy mạnh phổ biến kiến thức về thương hiệu trong cộng đồng doanh nghiệp, đưa thương hiệu thành một phần của văn hóa kinh doanh. Thông qua Chương trình *phát động một phong trào xây dựng thương hiệu trong cộng đồng doanh nghiệp cả nước.*

Tuy nhiên, cũng cần tránh những quan điểm sai lầm như chi tiêu quá mức vào thương hiệu trong khi bỏ qua việc nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ hậu mãi, tránh những ngộ nhận rằng cứ tạo ra nhãn hiệu là sẽ tạo được giá trị gia tăng, giải quyết được mọi vấn đề của doanh nghiệp như khả năng cạnh tranh, uy tín, vị thế trên thị trường.

2) Song song với giải quyết vấn đề nhận thức, trước mắt các cơ quan quản lý nhà nước cần phối hợp giải quyết *4 vấn đề bức xúc* của doanh nghiệp, cụ thể là:

- Nới lỏng chính sách quản lý (xem lại chính sách khống chế mức chi cho hoạt động tiếp thị dưới 7% tổng chi phí hợp lý), tạo điều kiện cho doanh nghiệp đầu tư vào thương hiệu.

- Đơn giản hóa thủ tục, tạo điều kiện thuận lợi để doanh nghiệp có thể đăng ký bảo hộ nhãn hiệu một cách nhanh chóng nhất.

- Tăng cường cơ chế thực thi pháp luật, xử lý nghiêm mọi vi phạm về sở hữu thương hiệu (hàng giả, hàng nhái...).

- Hỗ trợ doanh nghiệp trong việc đào tạo, huấn luyện, cung cấp thông tin, tư vấn cho doanh nghiệp về xây dựng và quảng bá thương hiệu.

3) Chính phủ cần tập trung xây dựng và quảng bá một ***Thương hiệu quốc gia*** *(Nhãn sản phẩm quốc gia)* trên thị trường trong nước và ra thị trường nước ngoài.

Ý tưởng của chương trình Thương hiệu Quốc gia là *Nhà nước sẽ đứng ra bảo trợ cho các thương hiệu có chất lượng và uy tín kinh doanh* nhằm giúp các doanh nghiệp Việt Nam tạo dựng chỗ đứng vững vàng trên thị trường trong nước và có điều kiện phát triển thương hiệu của mình ra thế giới.

Trong bối cảnh thương hiệu Việt Nam chưa có chỗ đứng trên thị trường thế giới thì việc hợp tác giữa Nhà nước và cộng đồng doanh nghiệp nhằm xây dựng một hình ảnh chung cho hàng hóa xuất khẩu Việt Nam và quảng bá hình ảnh chung đó một cách mạnh mẽ trên thị trường quốc tế là một cách làm có thể *tiết kiệm thời gian, chi phí và đem lại hiệu quả cao hơn* so với việc xây dựng chỗ đứng trên thị trường cho từng thương hiệu nhỏ lẻ.

Nhận thức được ý nghĩa và tầm quan trọng của Thương hiệu Quốc gia, sau một thời gian nghiên cứu và học tập kinh nghiệm các nước, Cục Xúc tiến Thương mại đã soạn thảo một chương trình xây dựng và phát triển thương hiệu Việt Nam với tiêu đề tiếng Anh là "Vietnam Value Inside" trình Bộ Thương mại và Chính phủ phê duyệt (chi tiết xin xem Mục 4 của đề án này).

Có thể nói thời điểm hiện nay là thích hợp để phát động một chương trình xây dựng Thương hiệu Quốc gia cho Việt Nam vì

chúng ta đã bắt đầu sản xuất được một số hàng hóa có chất lượng cao và có khả năng cạnh tranh nhất định.

Đã đến lúc hàng hóa, dịch vụ Việt Nam phải được quảng cáo mạnh hơn nữa trên thị trường trong nước và nước ngoài nếu muốn tạo dựng được bản sắc, duy trì được hình ảnh và chỗ đứng của mình. Đây là điều đặc biệt quan trọng khi xét tới môi trường cạnh tranh khốc liệt khi thời điểm hội nhập theo khuôn khổ AFTA và tương lai là WTO ngày càng đến gần. Chừng nào chưa xây dựng được thương hiệu thì đa số hàng Việt Nam vẫn bị lép vế trước các thương hiệu nước ngoài trên thị trường nội địa và vẫn tiếp tục phải vào thị trường thế giới thông qua trung gian hoặc dưới dạng gia công cho các thương hiệu nổi tiếng nước ngoài.

Không chủ động xây dựng thương hiệu là đồng nghĩa với việc phó mặc hình ảnh của sản phẩm Việt Nam cho đối thủ cạnh tranh khai thác một cách bất lợi, và đặt Việt Nam vào thế khó khăn trong việc định đoạt quá trình phát triển kinh tế của mình.

4. Chương trình xây dựng và phát triển Thương hiệu Quốc gia (tới năm 2010)

4.1. Khái niệm

Thương hiệu Quốc gia *(hay còn gọi là Nhãn sản phẩm quốc gia)* là nhãn hiệu dùng cho sản phẩm của một nước, thường do tổ chức xúc tiến thương mại của nước đó chủ trì phát hành, nhằm quảng bá hình ảnh quốc gia thông qua sản phẩm hàng hóa và dịch vụ. Về bản chất đây là một "nhãn hiệu chứng nhận" (certification trade mark).

Chương trình Thương hiệu Quốc gia cho phép các doanh nghiệp được gắn biểu trưng với tựa đề tiếng Anh là "Vietnam Value Inside" (Giá trị Việt Nam) trên các sản phẩm của mình nếu các sản phẩm đó đã có thương hiệu riêng và đạt được các tiêu chí do Chương trình quy định. Như vậy, bên cạnh thương hiệu riêng của sản phẩm, các doanh nghiệp đủ tiêu chuẩn sẽ

được gắn thêm biểu trưng của Thương hiệu Quốc gia cho các sản phẩm của mình.

"Thương hiệu Quốc gia" là biểu trưng đại diện cho nền sản xuất hàng hóa và cung ứng dịch vụ trong nước và là hình ảnh đặc trưng của đất nước trên thị trường thế giới, góp phần tăng thêm giá trị gia tăng cho sản phẩm. Việc dán biểu trưng trên cũng có thể giúp cho các mặt hàng xuất khẩu mới thâm nhập vào thị trường nước ngoài một cách dễ dàng hơn.

Cùng với việc sử dụng nhãn "Vietnam Value Inside" là việc quảng bá rộng rãi nhãn này tại thị trường trong nước và các nước nhập khẩu chủ chốt thông qua các phương tiện thông tin đại chúng: báo chí, ấn phẩm quảng cáo, truyền hình... để các nhà nhập khẩu và người tiêu dùng nước ngoài biết đến những giá trị tiềm ẩn trong hàng hóa của Việt Nam.

Trên thực tế nhiều nước đã áp dụng thành công mô hình này, điển hình là New Zealand với chương trình "Fern Brand", Thái Lan với "Thailand's Brand"... Các nước này đã thành công trong việc khéo léo dùng các kỹ thuật marketing, chủ động định vị hình ảnh hàng hóa của họ trong tâm trí nhà nhập khẩu và người tiêu đùng trên phạm vi toàn cầu.

4.2. Mục đích chương trình

- Tăng cường sự nhận biết của các nhà phân phối và người tiêu dùng trong và ngoài nước đối với các sản phẩm mang nhãn hiệu Việt Nam, để họ có một thái độ nhìn nhận tích cực hơn, có lòng tin hơn vào các sản phẩm và nhà sản xuất Việt Nam, từ đó có thiện cảm và ưa chuộng hàng Việt Nam hơn. Mục đích cuối cùng là tạo ý thích và thói quen mua hàng mang nhãn hiệu Việt Nam.

- Góp phần tạo thêm giá trị gia tăng, nâng cao sức cạnh tranh cho các thương hiệu Việt Nam trong quá trình hội nhập. Giúp các doanh nghiệp Việt Nam tạo dựng chỗ đứng vững vàng trên thị trường trong nước và có điều kiện phát triển thương hiệu của mình ra thế giới.

- Xây dựng một tiềm thức trong cộng đồng doanh nghiệp luôn hướng về chất lượng sản phẩm (cả hàng hóa và dịch vụ) và độ tin cậy cao trong kinh doanh.

- Quảng bá cho các tiêu chuẩn chuẩn quốc tế và sự cần thiết của việc áp dụng tiêu chuẩn quốc. tế trong cộng đồng kinh doanh Việt Nam.

- Xây dựng sự liên kết chặt chẽ giữa Cơ quan xúc tiến thương mại quốc gia với doanh nghiệp, hướng tới hoạt động xúc tiến thương mại mang tính cộng đồng.

- Xây dựng hình ảnh về Việt Nam là một quốc gia có uy tín xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ đa dạng, phong phú với chất lượng cao.

- Tăng thêm uy tín, niềm tự hào và sức hấp dẫn cho đất nước và con người Việt Nam, góp phần khuyến khích du lịch và thu hút đầu tư nước ngoài.

- Khuyến khích xuất khẩu sản phẩm công nghiệp chế biến, giảm tỷ trọng xuất khẩu nguyên liệu thô.

- Đưa Thương hiệu Quốc gia vào năm 2010 trở thành một trong những công cụ marketing hữu hiệu cho cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam trên thị trường trong nước và thị trường thế giới.

4.3. Phạm vi áp dụng

Đối với doanh nghiệp thuộc mọi thành phần, có sản phẩm đạt được các tiêu chí do Chương trình đặt ra.

4.4. Giá trị tiềm ẩn trong nhãn sản phẩm Việt Nam

Xây dựng Thương hiệu Quốc gia thành một biểu trưng chứa đựng các giá trị sau:

- Chất lượng cao, mẫu mã thiết kế đẹp.

- Năng lực sáng tạo, trí tuệ và các phẩm chất tốt đẹp của người Việt Nam: sự cần cù, khéo léo thân thiện...

- Mang đậm nét văn hóa Việt Nam.

- Tinh thần đoàn kết, nỗ lực của các doanh nghiệp Việt Nam.

- Tôn trọng sự cân bằng của môi trường sinh thái.

- Đáp ứng các yêu cầu về trách nhiệm xã hội, tiêu chuẩn lao động.

4.5. Tiêu chuẩn lựa chọn doanh nghiệp tham gia Chương trình

Các doanh nghiệp được phép sử dụng nhãn "Trương hiệu Quốc gia" được *lựa chọn từ những ngành Việt Nam có khả năng cạnh tranh*. Một Hội đồng tư vấn quốc gia gồm các chuyên gia của các Bộ, ngành, Viện khoa học, cơ quản quản lý chất lượng, Hiệp hội ngành hàng, đại diện cộng đồng doanh nghiệp... sẽ đề ra các tiêu chí cho các doanh nghiệp muốn tham gia Chương trình. Trên cơ sở đó, Bộ Thương mại sẽ đề ra Quy chế thực hiện Chương trình Thương hiệu Quốc gia.

Doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế có thể đăng ký tham gia chương trình Thương hiệu Quốc gia. Dự kiến doanh nghiệp cần thỏa mãn một số điều kiện sau:

1) Có sản phẩm hoàn chỉnh, chất lượng cao, thiết kế mẫu mã đẹp;

2) Có thị trường trong nước và xuất khẩu ổn định;

3) Có thương hiệu đăng ký bảo hộ tại Việt Nam;

4) Đã được cấp chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế;

5) Sản phẩm đạt chất lượng tiêu chuẩn Việt Nam và các tiêu chuẩn do các cơ quan quản lý chuyên ngành quy định được phân loại và bình chọn. Có chương trình kiểm tra, duy trì và cải tiến chất lượng đối với mọi mặt hàng;

6) Có bộ máy chuyên trách xây dựng và phát triển thương hiệu;

7) Có ý thức bảo vệ môi trường, có trách nhiệm đối với xã hội.

Cơ quan quản lý Chương hình (Cục Xúc tiến Thương mại trực thuộc Bộ 'Thương mại) sẽ phối hợp với các cơ quan chức năng kiểm tra, đánh giá tổng thể về tình hình, môi trường sản xuất kinh doanh, chất lượng sản phẩm, khả năng quản lý chất lượng... của doanh nghiệp trước khi cấp phép sử dụng Nhãn Sản phẩm Quốc gia.

Giấy phép này có giá trị trong 2 năm. Để đảm bảo các tiêu chí của Chương trình luôn được tôn trọng, sau 2 năm, doanh nghiệp phải làm thủ tức xin gia hạn cho 2 năm tiếp theo.

4.6. Quyền lợi của những doanh nghiệp được chấp nhận tham gia Chương trình

- Được phép gắn Nhãn sản phẩm quốc gia trên sản phẩm và giới thiệu miễn phí trên trang web của Chương trình Thương hiệu Quốc gia.

- Được tư vấn về vấn đề đăng ký nhãn hiệu sản phẩm trong và ngoài nước miễn phí.

- Được tư vấn về xây dựng và phát triển thương hiệu xuất khẩu.

- Được tư vấn đối với công tác xuất khẩu, thông tin nghiên cứu thị trường.

- Các thương hiệu xuất khẩu nổi tiếng của Việt Nam sẽ được trợ giúp quảng bá tại thị trường trong nước và quốc tế trong khuôn khổ các hoạt động do Chương trình Thương hiệu Quốc gia thực hiện.

- Được ưu tiên lựa chọn tham gia các hội chợ trong nước, quốc tế và các chương trình xúc tiến thương mại trọng điểm quốc gia do Chương trình Thương hiệu Quốc gia đề xuất.

- Khi được lựa chọn tham gia các hoạt động có hỗ trợ của Chương trình Thương hiệu Quốc gia, doanh nghiệp sẽ được tài trợ từ 50% đến 70% chi phí, từ nguồn ngân sách nhà nước theo

"Thông tư 86/2002/TT-BTC của Bộ Tài chính về việc Hướng dẫn chi hỗ trợ hoạt động xúc tiến thương mại đẩy mạnh xuất khẩu".

4.7. Nghĩa vụ

- Cam kết chất lượng sản phẩm đúng với tiêu chí của Chương trình.

- Có các chương trình thường xuyên nâng cao chất lượng, thiết kế phát triển sản phẩm mới.

- Không làm giả, nhái nhãn.

- Tổ chức và quản lý kinh doanh theo đúng quy định của pháp luật Việt Nam và quốc tế.

- Mọi hoạt động của doanh nghiệp phải đảm bảo giữ gìn hình ảnh và uy tín quốc gia.

- Mọi vi phạm về chất lượng, uy tín kinh doanh, làm ảnh hưởng đến hình ảnh quốc gia, sẽ dẫn đến việc đình chỉ ngay lập tức quyền sử dụng Nhãn sản phẩm quốc gia và bồi thường mọi thiệt hại nếu có.

4.8. Những yếu tố cần có để đảm bảo sự thành công của Chương trình

Trước hết, đây cần được nhìn nhận là một *chương trình dài hạn, chủ động hội nhập,* quảng bá cho sản phẩm xuất khẩu Việt Nam. Nhật Bản đã phải mất 30 năm để giành được niềm tin của người tiêu dùng thế giới. Sự thành công của Nhãn sản phẩm quốc gia tới sớm hơn hay muộn hơn sẽ phụ thuộc vào cố gắng của tất cả các cấp, Chính phủ, các tổ chức xúc tiến thương mại Việt Nam và cộng đồng doanh nghiệp.

Kinh nghiệm của các nước cho thấy:

- *Đề án cần được xây dựng thành chương trình trọng điểm quốc gia với sự hỗ trợ 100% từ ngân sách nhà nước,* sự chỉ đạo của Chính phủ và sự tham gia của các Bộ, ngành và các tổ chức chuyên môn liên quan.

- Chương trình cần *lấy chất lượng làm tôn chỉ hàng đầu, lấy mục tiêu xây dựng nền văn hóa kinh doanh* lành mạnh hướng về sản phẩm chất lượng cao và uy tín kinh doanh của cộng đồng doanh nghiệp là mục đích phấn đấu. Các doanh nghiệp tham gia Chương trình phải là các doanh nghiệp thực sự có uy tín trên thương trường, có quy trình quản lý chất lượng toàn diện nghiêm ngặt, đảm bảo chất lượng sản phẩm ổn định, sản phẩm đạt tiêu chuẩn xuất khẩu. Điều này là rất cần thiết đối với việc đảm bảo uy tín cho Thương hiệu Quốc gia.

- *Việc hỗ trợ để các thương hiệu Việt Nam có khả năng phát triển mạnh trên thị trường nội địa là tiền đề để các thương hiệu của chúng ta vươn ra thị trường nước ngoài.* Do đó, chương trình cần tập trung *xây dựng và nâng cao năng lực cạnh tranh* cho doanh nghiệp, bao gồm: kỹ năng xây dựng và phát triển thương hiệu, nghiên cứu thị trường, năng lực điều hành doanh nghiệp và quản lý chất lượng, khắc phục các khâu yếu kém của doanh nghiệp đối với quản lý chất lượng toàn diện, xây dựng và phát triển sản phẩm, thiết kế mẫu mã...

- Chương trình cần tập trung xây dựng một *mạng lưới phân phối* cho các sản phẩm mang Thương hiệu Quốc gia trên các thị trường xuất khẩu trọng điểm, thông qua sự phối hợp chặt chẽ với các Thương vụ Việt Nam ở nước ngoài, các Thương vụ nước ngoài tại Việt Nam, các tổ chức xúc tiến nhập khẩu, thiết lập các kênh tiếp thị tới các nhà nhập khẩu, bán buôn nước ngoài, đồng thời tổ chức các các đoàn khảo sát thị trường, triển lãm tầm quốc gia, hỗ trợ doanh nghiệp tìm nhà phân phối thông qua các trung tâm giới thiệu sản phẩm Việt Nam ở nước ngoài...

Chương trình cũng cần tập trung xây dựng một mô hình hỗ trợ các thương hiệu Việt Nam tiếp cận hệ thống phân phối cho người Việt Nam ở nước ngoài thông qua: quảng cáo tại các nhà hàng, hệ thống các siêu thị, các trung tâm văn hóa/thương mại của Việt kiều ở nước ngoài (tập trung vào các địa bàn trọng điểm như: Mỹ, Pháp, Australia, Đức, Nga và một số nước Đông Âu).

Ngoài ra, Chương trình sẽ xây dựng một mạng giao dịch thương mại điện tử cho các doanh nghiệp được gắn Thương hiệu Quốc gia, quảng bá cho doanh nghiệp trên Intemet và tạo điều kiện cho các doanh nghiệp này có thể đặt hàng, mua bán trực tuyến với nhau và với các đối tác nước ngoài.

- Thương hiệu Quốc gia phải phản ánh được nét đặc trưng của sản phẩm Việt Nam, xây dựng được một *phong cách độc đáo* và *được quảng bá rộng rãi* tại thị trường trong nước và các thị trường xuất khẩu trọng điểm.

- Nhãn sản phẩm quốc gia phải phản ánh trung thực hình ảnh quốc gia, đồng thời có tính thích ứng cao, phản ánh nhanh nhạy nước những thay đổi về giá trị mà thị trường thế giới mong muốn đối với sản phẩm Việt Nam. Do đối tượng của công tác quảng bá Nhãn sản phẩm quốc gia là người nước ngoài nên cần phải *dành đủ ngân sách cho công tác marketing* và phải có sự tham gia của công tỵ tư vấn, quảng cáo chuyên nghiệp nước ngoài.

- Chương trình cần phối hợp với các cơ quan quản lý nhà nước để tăng cường cơ chế thực thi pháp luật, xử lý nghiêm mọi vi phạm quyền sở hữu công nghiệp (hàng giả, hàng nhái...).

5. Tổ chức thực hiện

Chia làm 3 giai đoạn

5.1. Giai đoạn 1 (2003):

1) Lập đề án và *trình Chính phủ* phê duyệt.

2) Lập *Ban chỉ đạo* thuộc Bộ Thương mại và *Ban quản lý chương trình* thuộc Cục Xúc tiến Thương mại.

3) Lập Hội đồng tư vấn quốc gia với sự tham gia của các chuyên gia đại diện cho các Bộ, ngành, Hiệp hội ngành hàng, cơ quan quản lý chất lượng, giới truyền thông, cộng đồng doanh nghiệp... Nhiệm vụ chủ yếu là:

- Đề ra các tiêu chí cần thiết để được gắn Thương hiệu Quốc gia;

- Tư vấn về xây dựng và quảng bá cho Thương hiệu Quốc gia;

- Tư vấn quản lý rủi ro cho Thương hiệu Quốc gia, đảm bảo giữ được uy tín (trong trường hợp một sản phẩm, hay một ngành sản xuất mang biểu trưng gặp phải rắc rối trên thị trường quốc tế, nhất là khi nền sản xuất nước nhà còn non trẻ, chất lượng chưa hoàn toàn ổn định);

- Tư vấn cho Giải thưởng xuất khẩu quốc gia của Chính phủ.

4) Tổ chức hội thảo xây dựng và quảng bá thương hiệu tại các thành phố lớn trong nước. Mục đích là *nâng cao nhận thức của doanh nghiệp* về thương hiệu và tầm quan trọng của việc đầu tư xây dựng thương hiệu và sự cần thiết của một chương trình Thương hiệu quốc gia quảng bá cho các sản phẩm thương hiệu Việt Nam. Thông qua đó *phát động phong trào xây dựng thương hiệu trong cộng đồng doanh nghiệp cả nước*. Tại hội thảo sẽ thông báo về Chương trình Giai đoạn 1, khuyến khích các doanh nghiệp có tiềm năng tham gia.

5) Tổ chức đoàn *khảo sát và học tập kinh nghiệm* tổ chức, triển khai và duy trì chương trình tại Thái Lan, New Zealand và Australia.

6) *Thuê tư vấn* trong nước và nước ngoài thực hiện các nhiệm vụ sau:

a) Nghiên cứu và phân tích:

- Nghiên cứu nhận thức của các đối tượng tiêu dùng trong và ngoài nước về các sản phẩm hàng hóa dịch vụ của Việt Nam.

- Nghiên cứu phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của ngành sản xuất và xuất khẩu Việt Nam trong tương quan với các nước cạnh tranh, nhằm đưa ra định hướng chiến lược cho Thương hiệu quốc gia...

b) Xây dựng chiến lược phát triển Thương hiệu quốc gia:

- Dựa trên các nghiên cứu điều tra và tham vấn cộng đồng doanh nghiệp và các bên có liên quan xây dựng ý tưởng chủ đạo cho Chương trình Thương hiệu Quốc gia.

- Nghiên cứu xác định các mặt hàng, các thị trường cần tập trung phát triển.

- Xây dựng chiến lược marketing cho Thương hiệu Quốc gia, với các mục tiêu và kinh phí thực hiện cụ thể...

c) Xây dựng chiến lược tuyên truyền và quảng bá hình ảnh Thương hiệu Quốc gia:

- Xây dựng chiến lược quảng cáo cho bao gồm cả chiến lược định vị Nhãn sản phẩm quốc gia tới các đối tượng tiêu dùng, sáng tác biểu trưng, tên nhãn sản phẩm quốc gia và tìm ra một thông điệp có ý nghĩa nhất, thể hiện thành công ý tưởng chủ đạo của Chương trình Thương hiệu Quốc gia.

- Tư vấn quảng bá Thương hiệu Quốc gia tới thương nhân nước ngoài...

d) Tư vấn thực hiện Chương trình:

- Hướng dẫn doanh nghiệp các thủ tục, thay đổi cần thiết trong quản lý và sản xuất để được phép sử dụng Thương hiệu Quốc gia.

- Tư vấn cách thức tổ chức, khuyến khích các doanh nghiệp hưởng ứng tham gia Chương trình...

e) Đánh giá kết quả thực hiện Chương trình Thương hiệu Quốc gia và đề xuất các kiến nghị, điều chỉnh phù hợp.

7) Tổ chức *thi chọn biểu trưng* Thương hiệu Quốc gia. Yêu cầu đối với biểu trưng:

- Phải phản ánh được các giá trị mà biểu trưng mang trong nó.

- Yêu cầu phải thiết kế đơn giản, dễ nhớ, màu sắc, hình ảnh đặc trưng, thông tin súc tích, có tính thẩm mỹ, nghệ thuật cao, độc đáo và gây được ấn tượng mạnh.

8) *Tuyên truyền* và phổ biến các tiêu chí của Chương trình Thương hiệu Quốc gia tới cộng đồng doanh nghiệp.

9) Lựa chọn doanh nghiệp tham gia chương trình giai đoạn 1:

Dựa trên tiêu chí của chương trình, doanh nghiệp có thể tự đánh giá về khả năng đạt tiêu chuẩn và trực tiếp nộp đơn đăng ký tham gia Chương tình Thương hiệu Quốc gia.

Bên cạnh đó, với mục đích thu hút sự quan tâm tham gia của các địa phương để có thể triển khai Chương trình sâu rộng trong mạng lưới xúc tiến thương mại toàn quốc, Cục Xúc tiến Thương mại sẽ đề nghị các Hiệp hội ngành hàng, Sở Thương mại hoặc các Trung tâm Xúc tiến Thương mại thuộc các tỉnh và thành phố lựa chọn giới thiệu một số doanh nghiệp tham gia Chương trình. Đây là một cơ sở để lựa chọn các doanh nghiệp hàng đầu.

Dự kiến, Cục Xúc tiến Thương mại sẽ lựa chọn 500 doanh nghiệp vào Danh sách chọn lọc. Dựa trên danh sách này lựa chọn tiếp một nhóm khoảng từ 50-100 doanh nghiệp tham gia giai đoạn 1. Các doanh nghiệp chưa đáp ứng được các tiêu chí của Chương trình sẽ được tư vấn và hỗ trợ xây dựng năng lực để có đủ điều kiện được gắn Thương hiệu Quốc gia.

10) Phối hợp với các Bộ, ngành, cơ quan quản lý nhà nước tìm cách *giải quyết các vấn đề bức xúc của doanh nghiệp* liên quan tới thương hiệu. Lập đường dây *nóng* giải đáp và tư vấn cho doanh nghiệp các vấn đề liên quan tới đăng ký thương hiệu trong và ngoài nước.

11) Đăng ký địa chỉ và thiết kế website giới thiệu Chương trình Thương hiệu Quốc gia.

12) Tại Vietnam Expo 2003 (4/2003):

- Tổ chức *Triển lãm Thương hiệu Việt Nam* trên Intemet với mục đích giới thiệu, quảng bá các thương hiệu Việt Nam. Biểu dương doanh nghiệp thành công trong xây dựng thương hiệu, bình chọn doanh nghiệp có lôgô đẹp.

- *Chính thức phát động Chương trình Thương hiệu Quốc gia* kêu gọi các doanh nghiệp trong cả nước tham gia.

13) Soạn thảo *chương trình khắc phục yếu điểm* của hàng hóa xuất khẩu Việt Nam. Thành lập Trung tâm hỗ trợ xuất khẩu, trong đó có tư vấn về công tác nghiên cứu thị trường, thị hiếu người tiêu dùng, đào tạo thiết kế, sáng tạo sản phẩm mới...

14) Kết hợp với Dự án hỗ trợ về Xúc tiến thương mại, do UNDP và Chính phủ Thụy Sĩ tài trợ, nghiên cứu chính sách xây dựng và phát triển thương hiệu Việt Nam ra thị trường thế giới.

15) Tổ chức *đánh giá xếp hạng các thương hiệu hàng đầu Việt Nam* (là các thương hiệu có sản phẩm tốt, có cách tiếp thị có hiệu quả, doanh số cao, được người tiêu dùng tín nhiệm...).

16) Kết thúc giai đoạn 1, tổ chức *hội thảo trao đổi, rút kinh nghiệm* xây dựng và quảng bá thương hiệu.

5.2. Giai đoạn 2 (2004): *Hỗ trợ và khuyến khích doanh nghiệp tham gia trên diện rộng*

Giai đoạn này lấy *Hội chợ Thương mại ASEAN 2004* (hội chợ thương mại lớn nhất Đông Nam Á), sẽ được tổ chức tại Hà Nội vào năm 2004, làm trung tâm, là cơ hội để quảng bá Thương hiệu Quốc gia trong khu vực ASEAN.

Trong giai đoạn này, công tác tuyên truyền và quảng bá là rất cần thiết để duy trì sự hiện diện của thương hiệu Việt Nam trong con mắt nhà nhập khẩu nước ngoài. Tập trung trước hết vào các thị trường trọng điểm và vào các mặt hàng trọng điểm, thí dụ:

- *Hàng hóa:* thực phẩm chế biến, đồ uống, dệt may, đồ gia dụng, đồ nội thất, sản phẩm thủ công độc đáo của các làng nghề truyền thống, nhựa, điện - điện máy....

- *Dịch vụ:* phần mềm máy tính, dịch vụ du lịch, chăm sóc sức khỏe, xây dựng...

- *Thị trường:* ASEAN, Mỹ, Trung Quốc, Nhật Bản.

Ngoài ra cần:

- Vận động và giúp đỡ doanh nghiệp tham gia vào Chương trình.

- Gắn Chương trình Vietnam Value Inside với các giải thưởng lớn cho hàng xuất khẩu Việt Nam.

Dự kiến sẽ tập trung vào một số hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp như sau:

- Đi đôi với việc quảng bá là công tác *xây dựng năng lực* phát triển thương hiệu cho doanh nghiệp, xây dựng năng lực điều hành doanh nghiệp, quản lý chất lượng toàn diện, nâng cao chất lượng sản phẩm cho doanh nghiệp. Trong công tác này, đặc biệt chú ý tới công tác hỗ trợ, tư vấn giúp các doanh nghiệp phấn đấu đạt đủ điều kiện được gắn Thương hiệu Quốc gia.

- Xây dựng chương trình *hỗ trợ các thương hiệu nổi tiếng* của Việt Nam tiếp cận với các cơ sở kinh doanh của người Việt Nam ở nước ngoài thông qua: quảng cáo tại các nhà hàng, hệ thống các siêu thị, các trung tâm văn hóa/thương mại của Việt kiều ở nước ngoài (tập trung vào các địa bàn trọng điểm như: Mỹ, Pháp, Australia, Đức, Nga và một số nước Đông Âu).

- Xây dựng chương trình quảng bá cho các sản phẩm mang các *tên gọi xuất xứ hàng hóa* nổi tiếng (thí dụ: nước mắm Phú Quốc, chè Shan tuyết, gạo Nàng hương...).

- Tập trung *xây dựng một mô hình phát triển thương hiệu* cho các sản phẩm nông nghiệp là thế mạnh lớn nhất của Việt Nam thông qua xây dựng sự liên kết chặt chẽ giữa Nhà nông - Nhà khoa học - Nhà doanh nghiệp và Nhà nước.

- Giúp các *hiệp hội, làng nghề* xây dựng thương hiệu.

- Xây dựng hình ảnh cho một số sản phẩm chất lượng cao đặc trưng của Việt Nam trên thị trường thế giới.

- Tìm hình thức kết hợp với các Công ty Đa quốc gia để quảng bá tên Việt Nam trên các sản phẩm của họ (tương tự như trường hợp Ecuador đã phối hợp với hãng sản xuất sôcôla

Lindtt hoặc ý tưởng phối hợp với hãng hàng không Lufthansa để quảng cáo cà-phê Việt Nam).

5.3. Giai đoạn 3 (2005-2010): *Khuyến khích doanh nghiệp nâng cao chất lượng, tăng cường hỗ trợ doanh nghiệp duy trì và phát triển thương hiệu tại thị trường trong nước, đồng thời tiếp cận và thâm nhập thị trường nước ngoài.*

Lấy Triển lãm Thế giới *ALCHI 2005* (là triển lãm lớn nhất thế giới được tổ chức 4 năm một lần) tại Nhật Bản làm điểm mốc để quảng bá mạnh mẽ Nhãn sản phẩm quốc gia Vietnam Value Inside và các thương hiệu Việt Nam ra thị trường thế giới, đưa ra hình ảnh của một Việt Nam đang ngày càng đổi mới, hiện đại hóa với một nền sản xuất đã và đang phát triển mạnh mẽ.

5.4. Công tác tuyên truyền và quảng bá cho Chương trình Thương hiệu Quốc gia

** Mục tiêu:*

- Nâng cao nhận biết và uy tín của Nhãn sản phẩm quốc gia "Vietnam Value Inside" đối với các nhà nhập khẩu và các nhà phân phối nước ngoài:

+ Tại các triển lãm lớn trong nước của ta như Vietnam Expo;

+ Tại các triển lãm của Việt Nam ở nước ngoài.

- Lấy Triển lãm Thương mại ASEAN (ATF 2004) làm điểm mốc để quảng bá Nhãn sản phẩm quốc gia Vietnam Value Inside trong khu vực.

- Lấy Triển lãm Thế giới AICHI 2005 tại Nhật Bản làm điểm mốc để quảng bá mạnh mẽ Nhãn sản phẩm quốc gia Vietnam Value Inside và các thương hiệu Việt Nam ra thị trường thế giới, hình ảnh của một Việt Nam đang ngày càng đổi mới, hiện đại hóa, một nền sản xuất đã và đang phát triển mạnh mẽ.

** Định vị bản sắc của Nhãn sản phẩm quốc gia:*

Mục đích của Nhãn Vietnam Value Inside là làm nên sự đặc biệt và tạo vị trí khác biệt của các sản phẩm mang thương hiệu

Việt Nam đối với khách hàng, để sản phẩm Việt Nam có thể đứng vững và thành công. Do đó Nhãn Vietnam Value Inside phải phản ánh được các giá trị đặc trưng mà nhà nhập khẩu trong và ngoài nước mong đợi.

** Thông điệp:*

Nhãn sản phẩm quốc gia cần đưa ra một thông điệp đi sâu vào tâm trí người nước ngoài, tạo một hình ảnh riêng, tích cực của nền sản xuất hàng hóa xuất khẩu Việt Nam. Đây là vấn đề cần được Hội đồng tư vấn và các công ty tư vấn quảng cáo nghiên cứu kỹ lưỡng để đưa ra được một thông điệp có ý nghĩa.

Thông điệp trên cũng cần có nội dung gắn bó với quảng cáo thu hút du lịch và thu hút đầu tư của Việt Nam.

** Đối tượng tuyên truyền:*

- Công ty nhập khẩu nước ngoài, nhà bán buôn nước ngoài.

- Cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài.

- Các đối tượng tiêu dùng tại Việt Nam.

- Khu vực địa lý: trước mắt tập trung vào các thị trường gần: các tỉnh biên giới của Trung Quốc, Lào, Campuchia, Myanmar. Về lâu dài cần tập trung nguồn lực vào các thị trường trọng điểm như Mỹ, Nhật, EU.

** Hình thức quảng bá:*

- Lập các chương trình quảng cáo theo "chuyên mục sản phẩm" khuyến khích mua hàng có dán nhãn Vietnam Value Inside. Nguồn kinh phí có thể lấy một phần từ ngân sách xúc tiến thương mại, một phần từ sự đóng góp của doanh nghiệp. Tùy thuộc vào mức độ trưởng thành của Nhãn Vietnam Value Inside...

** Lựa chọn phương tiện truyền thông:*

Nâng cao nhận biết và uy tín của nhãn "Vietnam Value Inside" bằng việc quảng cáo cho nhãn Vietnam Value Inside thông qua:

- Quảng cáo trên website.

- Quảng cáo thông qua các ấn phẩm, đĩa CD, video của Cục Xúc tiến Thương mại.

- Quảng cáo thông qua các "Trung tâm giới thiệu sản phẩm Việt Nam ở nước ngoài".

- Các báo kinh tế Việt Nam xuất bản bằng tiếng Anh: Vietnam Economic Times, Vietnam Economic News, Heritage và các báo tiếng Anh khác như: Vietnam News, Saigon Times Daily, và các báo kinh tế khác có phát hành ra nước ngoài.

- Quảng cáo tại các triển lãm hàng xuất khẩu lớn của Việt Nam ở nước ngoài.

- Kết hợp với Đài Truyền hình Việt Nam quảng cáo trên truyền hình VTV4 nhằm vào đối tượng Việt kiều.

- Tiến tới quảng cáo trên các tạp chí kinh tế/thương mại của khu vực và thế giới.

- Kết hợp với Vietnam Airlines, Tổng cục Du lịch xây dựng một chương trình quảng cáo Thương hiệu Quốc gia và các thương hiệu nổi tiếng Việt Nam tới khách du lịch nước ngoài.

- Quảng cáo Thương hiệu Quốc gia qua các sự kiện thể thao, văn hóa trong nước và quốc tế.

6. Đề xuất giải thưởng xuất khẩu của Thủ tướng Chính phủ *(là giải thưởng gắn liền với Chương trình Thương hiệu Quốc gia)*

6.1. Mục đích

- Tuyên dương các doanh nghiệp đã có thành tích xuất sắc trong công tác xuất khẩu để các doanh nghiệp khác học hỏi từ sự thành công và sáng tạo của họ và tìm cách xây dựng một mô hình xuất khẩu phù hợp.

- Khuyến khích doanh nghiệp trong nước hướng sản xuất kinh doanh vào xuất khẩu.

- Tạo dựng một văn hóa kinh doanh hướng tới sản xuất và

xuất khẩu hàng hóa chất lượng cao, kinh doanh có uy tín trên thương trường.

- Tạo sự cạnh tranh lành mạnh giữa các nhà xuất khẩu, khuyến khích họ vươn lên chất lượng, tiêu chuẩn cao.

6.2. Điều kiện để được đề cử và xem xét nhận giải thưởng

- Đã xuất khẩu liên tục ít nhất trong 3 năm liền đạt kết quả tốt.

- Có uy tín trên thị trường trong nước và xuất khẩu.

- Có ý thức bảo vệ môi trường, trách nhiệm đối với xã hội.

- Đáp ứng được các tiêu chí cụ thể đối với từng loại giải thưởng.

6.3. Lợi ích đối với doanh nghiệp

- Vinh dự.

- Được quảng bá trên các phương tiện thông tin đại chúng trong nước hoặc các chương trình phát thanh truyền hình của Việt Nam ra nước ngoài do Cục Xúc tiến Thương mại chủ trì.

- Được phép mang Thương hiệu Quốc gia - một biểu trưng được quảng bá trên thị trường quốc tế, đại diện cho chất lượng và sự hoàn hảo của các sản phẩm Việt Nam.

6.4. Các giải thưởng

- Giải thưởng lớn nhất: Giải thưởng "Nhà Xuất khẩu Việt Nam trong năm".

- Giải thưởng "Nhà xuất khẩu quản lý chất lượng xuất sắc".

- Giải thưởng "Nhà xuất khẩu sản phẩm nông nghiệp xuất sắc".

- Giải thưởng "Nhà xuất khẩu sản phẩm công nghiệp xuất sắc".

- Giải thưởng "Nhà xuất khẩu công nghệ cao xuất sắc" (dành cho ngành công nghệ thông tin, viễn thông, sinh học...).

- Giải thưởng "Nhà xuất khẩu dịch vụ xuất sắc".

- Giải thưởng "Nhà xuất khẩu sử dụng thương hiệu của chính mình có thành tích xuất sắc".

- Giải thưởng "Thiết kế kiểu dáng, mẫu mã sản phẩm xuất khẩu xuất sắc".

- Giải thưởng "Nhà xuất khẩu mới xuất sắc" (dành cho doanh nghiệp mới tham gia xuất khẩu nhưng đã có thành tích nổi bật).

- Giải thưởng "Nhà xuất khẩu có sản phẩm xuất khẩu mới nổi bật".

** Ngoài ra Ban tổ chức sẽ trao thêm Kỷ niệm chương về sự cống hiến cho xuất khẩu Việt Nam dành cho:*

- Tổ chức hoặc cá nhân Việt Nam có đóng góp lớn nhất cho việc nâng cao hình ảnh của hàng hóa và dịch vụ Việt Nam trên thị trường quốc tế (thí dụ như có thể là tổ chức/cá nhân có đóng góp lớn trong hoạt động xúc tiến thương mại, đem lại thu nhập lớn từ xuất khẩu cho đất nước).

- Tổ chức quốc tế hoặc một cá nhân nước ngoài có nhiều đóng góp cho ngành xuất khẩu Việt Nam.

** Hình thức tổ chức sự kiện trao giải:*

- Trao giải một cách trọng thể tại Lễ trao Giải thưởng Xuất khẩu hàng năm, do Chính phủ chủ trì (bắt đầu tổ chức từ Việt Nam Expo 2004). Trong đó có mời cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam, các tổ chức hiệp hội doanh nghiệp và cá nhân doanh nhân nước ngoài đang hoạt động ở Việt Nam, các Đại diện thương mại của nước ngoài tại Việt Nam. Đưa hoạt động này thành một cơ hội để doanh nhân Việt Nam và nước ngoài gặp gỡ, làm quen, tìm hiểu cơ hội hợp tác kinh doanh, khai thác thế mạnh của các ngành hàng xuất khẩu Việt Nam.

- Bộ Thương mại (Cục Xúc tiến Thương mại) là nhà tổ chức.

Phần II
KHÁI QUÁT VỀ SỞ HỮU TRÍ TUỆ

1. Bạn hiểu thế nào về sở hữu trí tuệ?

"Quan tâm đến quyền sở hữu trí tuệ
để phát triển việc kinh doanh của bạn"

Việc tạo ra và triển khai các công nghệ và các ngành công nghiệp mới, cũng như khuyến khích và phát triển thương mại là yếu tố có ý nghĩa quan trọng đối với sức mạnh kinh tế của bất kỳ quốc gia nào. Để đạt được những bước tiến trong các lĩnh vực này, không chỉ phụ thuộc vào khả năng sáng tạo của các nhà khoa học, kỹ sư và những người khác, mà còn phụ thuộc vào sự đầu tư cần thiết để triển khai những ý tưởng mới và thành lập những doanh nghiệp mới cũng như khả năng tiếp thị các ý tưởng này một cách có hiệu quả.

Quyền sở hữu trí tuệ, bao gồm các sáng chế, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu hàng hóa và quyền tác giả đóng vai trò quan trọng trong việc kết hợp các nhân tố trên với nhau. Trong mọi trường hợp, các quyền đó thừa nhận về mặt pháp lý về quyền sở hữu đối với công nghệ mới, ý tưởng mới hoặc các nhãn hiệu, đồng thời cho phép chủ sở hữu quyền ngăn cản người khác khai thác tài sản của họ. Việc thực thi các quyền này không chỉ bao gồm việc buộc người xâm phạm ngừng hoạt động sản xuất hoặc những hành vi xâm phạm khác, mà còn phải bồi thường các thiệt hại quan trọng cũng như tịch thu và tiêu hủy toàn bộ hàng hóa xâm phạm. Vì vậy, quyền sở hữu trí tuệ tạo ra một hệ thống cho những người sáng tạo, qua đó có thể thu lợi từ chính sự sáng tạo của mình, như sáng chế ra khóa cửa, hoặc linh kiện điện tử tinh vi, kiểu dáng một chiếc ghế, tiếp thị nước giải khát mang một nhãn hiệu mới hay việc sáng tác một cuốn tiểu thuyết hoặc một bài hát.

Đặc biệt, quyền sở hữu trí tuệ có thể được bán hoặc chuyển

giao để sử dụng (cấp li-xăng) cho người khác hoặc được sử dụng nhằm bảo đảm đầu tư cho những dự án mới, để những ý tưởng được đưa ra có thể triển khai và công bố rộng rãi nhằm mang lại lợi ích tối đa cho tất cả mọi người.

2. Sáng chế

"Nhu cầu là mẹ đẻ của sáng tạo"

Thường đôi khi có xu hướng lệch lạc là coi các sáng chế được cấp bằng độc quyền chỉ đơn giản là những cải tiến tầm thường và một sự tuyên truyền, hoặc coi đó là với những tiến bộ lớn trong khoa học. Quan niệm này không có gì đáng ngạc nhiên vì những sáng chế này đã tạo nên những tư liệu thông tin quý giá. Tuy nhiên, cả hai quan điểm này đã đơn giản hóa quá mức bản chất vấn đề và kết quả là những sáng chế có giá trị có thể không được thừa nhận. Thực chất, hầu hết các máy móc, các sản phẩm và quy trình sản xuất (và những bộ phận riêng biệt của chúng) xét trên góc độ công nghiệp đều có thể được cấp bằng độc quyền, nếu chúng đáp ứng ba tiêu chuẩn: có tính mới, có tính sáng tạo và có khả năng áp dụng công nghiệp. Các Cơ quan Sáng chế và Cơ quan Sở hữu trí tuệ trên khắp thế giới đã nhận được hàng trăm nghìn đơn mỗi năm, những con số này cho thấy các sáng chế không thể giới hạn đối với những tiến bộ công nghệ cơ bản. Các sáng chế bao trùm nhiều lĩnh vực khác nhau như nông nghiệp, dược phẩm, đồ chơi, sơn, điện tử và nhiếp ảnh: thực tế là mọi thứ từ một chi tiết nhỏ trong công tắc điện hay một vòng nhỏ bật nắp lon nước giải khát và rượu – một giải pháp thông minh giải quyết vấn đề khó khăn trong việc đậy nắp lon một cách an toàn và vệ sinh, bảo quản và sau đó mở lon dễ dàng - đến một phương tiện giao thông mới như chiếc máy bay phản lực đầu tiên.

3. Sự bảo mật

Không phải việc xin cấp bằng độc quyền sáng chế luôn là cần thiết và có ý nghĩa trong mọi trường hợp. Thật vậy, thay vì xin cấp bằng độc quyền sáng chế cho một quy trình, tác giả sáng

chế có thể muốn giữ quy trình của mình hoàn toàn bí mật và tự mình khai thác quy trình đó, hoặc kết hợp với những người khác dưới hình thức thỏa thuận về "bí quyết công nghệ" hoặc thông tin bí mật. Mặc dù những thỏa thuận này là những hợp đồng ràng buộc cả hai bên, nhưng chúng có thể sẽ không đủ hiệu quả trong một vài tình huống. Ví dụ, một người khác nào đó cũng có thể sáng tạo ra quy trình như vậy một cách độc lập và do đó quy trình như vậy có thể không còn được bảo hộ. Cũng có thể xảy ra tình huống thỏa thuận bị vi phạm, như không thể bồi thường thiệt hại hoặc áp dụng chế tài khác để khắc phục một cách có hiệu quả những ảnh hưởng nghiêm trọng đối với việc kinh doanh của bạn.

4. Kiểu dáng

Trong khi bằng độc quyền sáng chế bảo hộ các sáng tạo kỹ thuật về một thiết bị, sản phẩm hoặc quy trình mới, thì hình dáng bên ngoài hoặc bề ngoài các sản phẩm thường được bảo hộ thông qua việc đăng ký kiểu dáng. Sự hấp dẫn của hình thức bên ngoài có thể là điều quyết định thành công hay thất bại đối với sản phẩm trên thị trường, bất luận các đặc tính khác của sản phẩm. Chẳng hạn một cơ cấu mới trong một chiếc đồng hồ đeo tay hoặc một máy ảnh có thể được cấp bằng độc quyền sáng chế, nhưng "hình dáng" của vỏ bọc cơ cấu đó có thể được bảo hộ bằng cách đăng ký kiểu dáng.

Đối với kiểu dáng, một số phụ tùng rời sẽ không được bảo hộ nếu kiểu dáng của chúng hoàn toàn do bộ phận hoặc các bộ phận mà chúng được lắp vào quyết định. Những trường hợp này thường được coi là những ngoại lệ "phải vừa khít" hoặc "phải khớp", khi bản chất của sản phẩm được sản xuất không cho phép hoặc hạn chế việc tự do thay đổi kiểu dáng, và các ví dụ điển hình là hình dáng các gioăng ở đầu xilanh và các tấm vỏ ôtô.

5. Nhãn hiệu hàng hóa và nhãn hiệu dịch vụ

Nhãn hiệu hàng hóa và nhãn hiệu dịch vụ là những dấu hiệu

dùng để phân biệt các hàng hóa và dịch vụ của thương nhân này với hàng hóa và dịch vụ của thương nhân khác. Vì vậy, trong khi công thức của một loại dầu gội đầu hay một chất tổng hợp kết dính được bán mang một nhãn hiệu hàng hóa đã sáng chế riêng biệt, một nhãn hiệu hàng hóa lại bảo đảm rằng chỉ công ty đó, hoặc người mua li-xăng mới được bán dầu gội đầu hay chất tổng hợp kết dính mang dấu hiệu đó. Do đó, nhãn hiệu hàng hóa và nhãn hiệu dịch vụ gắn trên các hàng hóa và dịch vụ sẽ bảo vệ danh tiếng và uy tín của một hãng thông qua các hàng hóa và dịch vụ của hãng đó.

Nhãn hiệu hàng hóa và nhãn hiệu dịch vụ thường là một công cụ tiếp thị có giá trị nhất của công ty (bất kể quy mô của công ty đó như thế nào) nhưng không phải lúc nào cũng phải đăng ký mới có hiệu lực. Nếu danh tiếng và uy tín thương mại đã được hình thành đối với một nhãn hiệu, thì luật pháp thường quy định mức độ bảo hộ để chống lại việc người khác muốn giả mạo hàng hóa và dịch vụ của họ như là hàng hóa và dịch vụ của người có nhãn hiệu có uy tín.

Tuy nhiên, để thành công trong một vụ kiện dựa trên một nhãn hiệu chưa được đăng ký, thông thường bạn phải chứng minh rằng bạn là chủ của nhãn hiệu hàng hóa nổi tiếng và khả năng gây nhầm lẫn. Mặt khác, thông thường việc đăng ký sẽ xác lập ngay quyền ngăn chặn người khác sử dụng nhãn hiệu giống hoặc tương tự cho sản phẩm dịch vụ giống hoặc tương tự mà không cần phải chứng minh uy tín (hay sự nổi tiếng của nhãn hiệu) hay việc gây nhầm lẫn. Bởi vậy, chủ sở hữu một nhãn hiệu hàng hóa cần xem xét việc đăng ký nhãn hiệu này.

6. Thương hiệu *(Theo Hiệp hội Marketing Hoa Kỳ)*

Thương hiệu là "một cái tên, từ ngữ, ký hiệu, biểu tượng hoặc hình vẽ kiểu thiết kế, ... hoặc tập hợp của các yếu tố trên nhằm xác định và phân biệt hàng hóa hoặc dịch vụ của một người bán hoặc nhóm người bán với hàng hóa và dịch vụ của các đối thủ cạnh tranh".

6.1. Đặc tính của thương hiệu

Đặc tính của thương hiệu là một tập hợp duy nhất các liên kết thuộc tính mà các nhà chiến lược thương hiệu mong muốn tạo ra và duy trì. Những sự liên kết này sẽ phản ánh cái mà thương hiệu hướng tới và là sự cam-kết của nhà sản xuất đối với khách hàng. Có thể nói đây là những đặc điểm nhận dạng, giúp ta phân biệt được các thương hiệu khác nhau.

Nó cũng có thể góp phần quan trọng trong việc thiết lập mối quan hệ giữa thương hiệu và khách hàng bằng cách thương hiệu cam kết mang đến cho khách hàng những lợi ích có thể là lợi ích vật chất, lợi ích tinh thần và là công cụ để khách hàng thể hiện giá trị bản thân.

6.2. Giá trị của thương hiệu

Giá trị thương hiệu là tổng hoà các mối liên kết và thái độ của khách hàng và các nhà phân phối đối với một thương hiệu. Nó cho phép công ty đạt được lợi nhuận và doanh thu lớn hơn từ sản phẩm so với trường hợp nó không có thương hiệu. Điều này sẽ giúp cho thương hiệu trở nên có thế mạnh, ổn định và lợi thế khác biệt so với các đối thủ cạnh tranh *(Marketing Science Institute)*.

7. Bản quyền tác giả

Bản quyền tác giả thường được xác lập đối với những người sáng tạo ra các tác phẩm gốc văn học, kịch, âm nhạc và nghệ thuật, các xuất bản phẩm được công bố, tác phẩm ghi âm, phim (kể cả video), các chương trình phát thanh truyền hình và chương trình truyền qua cáp, các chương trình máy tính nguyên gốc. Các quyền này cho phép người sáng tạo kiểm soát được việc khai thác và sao chép, cải biên, công bố, biểu diễn và phát thanh. Việc thực thi có hiệu quả bản quyền tác giả ngày càng trở nên quan trọng cả đối với chủ sở hữu bản quyền cũng như đối với chính phủ nhằm thúc đẩy hơn nữa các quan hệ thương mại trên khắp thế giới.

Ở nhiều nước, không nhất thiết phải đăng ký bản quyền mà việc bảo hộ tác phẩm sáng tạo sẽ tự động được xác lập. Khi cần, chủ sở hữu phải nhớ rằng việc chứng minh quyền sở hữu bản quyền của mình để thực thi quyền là cần thiết trong các hoạt động sau này. Cũng không được quên rằng một mục đích pháp lý hoặc giáo dục thường được tiến hành mà không phải xin phép chủ sở hữu vản quyền. Ở Việt Nam, việc đăng ký bản quyền cũng không bắt buộc.

8. Bảo hộ quốc tế

Khi xem xét việc bảo hộ ngoài phạm vi lãnh thổ quốc gia của bạn, bạn cần nghiên cứu kỹ lưỡng những thị trường tiềm năng ở nước ngoài. Nếu bạn không dự định sản xuất hay tiếp thị một cách tích cực tại nước khác, cũng không biết bên thứ ba mà bạn muốn bán hay chuyển giao li-xăng quyền sở hữu trí tuệ, thì tốt nhất là không nên đăng ký bảo hộ tại nước đó.

Rõ ràng là nếu không có sự bảo hộ ở nước ngoài thì những người khác sẽ được tự do khai thác quyền sở hữu trí tuệ tại các nước đó. Nhưng khi quyền sở hữu trí tuệ được bảo hộ ở một nước nào đó thì các quyền này có thể bị xâm phạm do việc nhập khẩu từ một nước không đăng ký bảo hộ.

Hầu hết các nước đều có hệ thống luật bảo hộ các đối tượng sở hữu trí tuệ khác nhau như đã đề cập ở trên. Các nguyên tắc chung về bảo hộ sở hữu trí tuệ đang ngày càng được thừa nhận ở hầu hết mọi nơi, và mặc dù các quy định cụ thể có thể còn khác nhau đáng kể, nhưng những thỏa thuận quốc tế lại thúc đẩy việc xác lập các quyền tương tự trên khắp thế giới, nhằm khuyến khích hoạt động sáng tạo và chuyển giao công nghệ trên cơ sở có đi có lại, Xu hướng hài hoà hóa hơn nữa luật thương mại vẫn đang tiếp diễn nhằm giúp cho hoạt động thương mại giữa các quốc gia trở nên thuận lợi hơn nữa. Nếu không có các quyền được bảo hộ, thì mọi nỗ lực và đầu tư của cá nhân có thể sẽ bị những người khác đánh cắp. Và các nước cần đến công nghệ đó cũng sẽ bị thiệt hại nếu các quyền này không

được xác lập và thực thi, vì hoạt động đầu tư sẽ không được tiến hành nếu không có sự bảo hộ.

9. Việc khai thác các ý tưởng của bạn

Để có được cơ sở phát triển vững chắc, bạn cần phải chuẩn bị một kế hoạch kinh doanh nếu bạn đang xúc tiến thành lập một cơ sở kinh doanh. Kế hoạch này có thể tương đối đơn giản hoặc phức tạp tuỳ thuộc vào hoàn cảnh cụ thể. Nhưng điều quan trọng đối với kế hoạch kinh doanh này là dự kiến thời gian trong tương lai, và đề ra được đường dẫn đến các mục tiêu hợp lý và khả thi.

Bảo hộ các dạng sở hữu trí tuệ trên góc độ kinh doanh có thể được xem như các toà nhà riêng biệt mà từ đó có thể tạo ra bức tường bảo vệ công việc kinh doanh. Cũng như mọi bức tường khác, việc xây dựng này cho phép mỗi cơ sở kinh doanh có được không gian để từng bước phát triển theo tốc độ riêng của mình. Tất cả các hình thức bảo hộ sở hữu trí tuệ cần được sử dụng một cách hợp lý. Không nhất thiết phải đợi đến khi bạn đạt được một sự cải tiến quan trọng. Tập hợp những cải tiến nhỏ có thể sẽ có lợi nhuận cao hơn về lâu dài, làm cho bức tường chắc hơn qua việc kết hợp những thành tựu đạt được. Nếu toàn bộ tiềm năng của sáng chế, nhãn hiệu hàng hóa, kiểu dáng và bản quyền được khai thác một cách hợp lý, thì cơ sở kinh doanh sẽ có được nền móng vững chắc hơn là nếu những khả năng này bị bỏ mặc hoàn toàn hoặc chỉ khai thác được chăng hay chớ.

Nếu bạn quyết định không thành lập cơ sở kinh doanh nhằm khai thác thành quả sáng tạo của chính bản thân bạn, bạn sẽ phải bán ngay thành quả sáng tạo của mình, hoặc chuyển giao quyền sử dụng cho những người khác khai thác theo các điều kiện đem lại lợi nhuận cho bạn. Sự bảo hộ sở hữu trí tuệ đối với thành quả sáng tạo của bạn một lần nữa trở nên vô cùng quan trọng để có kết quả thành công qua các cuộc thương lượng này. Thông thường những người mua li-xăng cũng sẽ không xem xét đến đề nghị của bạn trừ khi quyền sở hữu trí tuệ được xác lập

hay ít nhất là đã được nộp đơn đăng ký. Chủ sở hữu bằng độc quyền sáng chế về chiếc vòng kéo bật nắp đồ hộp đã rất thành công trong việc bán li-xăng sáng chế này với một thỏa thuận về mức giá rất thấp đối với mỗi hộp – nhưng là một sự thỏa thuận cực kỳ sinh lợi vì bạn biết rằng có bao nhiêu triệu hộp đồ uống được mở hàng này trên khắp thế giới!

10. Tính bí mật

Một sai lầm mà những người có sáng chế hoặc kiểu dáng mới thường mắc phải là việc bộc lộ quá sớm sáng chế hoặc kiểu dáng đó. Không bao giờ thừa khi quá nhấn mạnh rằng nếu bạn có một sáng chế hoặc kiểu dáng mà bạn muốn khai thác, bạn không nên thảo luận hoặc chỉ cho bất kỳ ai không có trách nhiệm pháp lý, theo hợp đồng hay theo mối quan hệ của bạn về sáng chế hoặc kiểu dáng đó mà phải giữ bí mật. Bạn giữ chúng hoàn toàn bí mật cho đến khi bạn nộp đơn cho Cơ quan Sở hữu công nghiệp quốc gia.

Nếu bạn bộc lộ sáng chế hoặc kiểu dáng của mình với bất kỳ người nào không có nghĩa vụ giữ bí mật trước khi bạn nộp đơn, ngay cả chỉ với một người, thì điều này được luật quy định là việc công bố trước và ở hầu hết ở các nước việc công bố này được thực hiện trước khi bạn nộp đơn chính là vật cản đối với việc cấp bằng độc quyền hay đăng ký kiểu dáng. Ví dụ, một cuộn băng video nghiệp dư về một thiết bị có các cấu kiện của chiếc ván buồm được cấp bằng độc quyền sáng chế được coi là bộc lộ sáng chế công khai trước ngày nộp đơn xin cấp bằng độc quyền.

Mặt khác, nếu bạn cần tư vấn của chuyên gia, ví dụ của một tổ chức đại diện sáng chế hoặc nhãn hiệu hàng hóa hoặc luật sư, người tư vấn cho bạn thường cần biết những chi tiết về sáng chế, nhãn hiệu hoặc kiểu dáng của bạn trước khi tư vấn cho bạn. Trong những tình huống này, người tư vấn chuyên môn cho bạn sẽ thường phải giữ bí mật những thông tin được cung cấp – bạn phải thỏa thuận với họ điều này trước khi bộc lộ bất kỳ thông tin nào.

11. Những sáng chế và kiểu dáng của người làm thuê

Nếu bạn là người làm thuê và sáng chế hoặc kiểu dáng được bạn tạo ra trong phạm vi công việc mà bạn được thuê làm, bạn sẽ có nghĩa vụ bảo mật trước chủ thuê việc và thông thường sáng chế hoặc kiểu dáng đó sẽ thuộc về chủ thuê việc này mặc dù những điều khoản cụ thể trong hợp đồng làm thuê có thể quy định chi tiết về các quyền và nghĩa vụ của bạn về vấn đề này. Tuy nhiên, một sáng chế được cấp bằng độc quyền và mang lại lợi ích đặc biệt cho chủ thuê việc thì theo luật, người làm thuê có quyền được hưởng thù lao từ chủ thuê việc cao hơn mức thù lao thông thường. Bất kỳ người làm thuê nào nghĩ rằng họ có thể được hưởng khoản thù lao này thì trước hết họ nên tham khảo ý kiến tư vấn của chuyên gia.

Có thể hiểu được vì sao các nhà sáng chế theo hợp đồng lao động thường cho rằng các sáng chế được tạo ra bằng thời gian, nguồn lực của họ và thậm chí ngay tại nhà của họ, sẽ phải thuộc sở hữu của chính họ. Điều này có thể đúng hoặc không đúng, phụ thuộc vào hợp đồng thuê việc của bạn và tính chất của hợp đồng này. Nhưng nếu không dễ dàng quyết định về điều đó vì có thể liên quan đến nhiều yếu tố pháp lý phức tạp và trong mọi trường hợp nếu còn một chút băn khoăn, bạn nhất thiết phải tham khảo ý kiến tư vấn của luật sư hoặc người đại diện sáng chế hay chuyên gia tư vấn ngay từ đầu. Bạn nên thận trọng đối với việc nộp đơn sáng chế hoặc các kế hoạch đầu tư cho đến khi bạn thực sự chắc chắn về quyền đối với sáng chế hoặc kiểu dáng của mình.

12. Thông tin sáng chế và thông tin nhãn hiệu hàng hóa: Những gì đã có trước đây?

"Nếu bạn lấy đi thứ phải được sáng tạo ra trên thế giới này, sẽ không còn gì khác ngoài nhiều người bất hạnh" - Tom Stoppard

Một lỗi thông thường mà các nhà sáng tạo thường hay mắc phải là quá tập trung vào sáng chế hay kiểu dáng hay một

nhãn hiệu hàng hóa của bạn, mà không chú trọng phát hiện một cách sớm nhất những gì đã được sáng tạo từ trước đó. Thật thất vọng (cũng như rất tốn kém) khi không đạt được sự bảo hộ sau những nỗ lực và đầu tư trong nhiều tháng, vì sáng kiến của mình đã được thực hiện trước đó, hoặc trong trường hợp nhãn hiệu hàng hóa "mới" đã được đối thủ cạnh tranh sử dụng. Với thực tế đã có tới hơn 35 triệu sáng chế đã được công bố và với số lượng khổng lồ các loại nhãn hiệu hàng hóa và tên thương mại đã đăng ký được sử dụng, nguy cơ sáng chế lại một bánh xe hoặc xâm phạm quyền đối với sáng chế hay nhãn hiệu hàng hóa của người khác vẫn còn là nguy cơ rất cao.

Tình trạng này có thể khắc phục được, vì các cơ sở dữ liệu về sáng chế và nhãn hiệu hàng hóa được đăng ký luôn sẵng có công khai để bạn có thể tự tra cứu hoặc nhờ sự hỗ trợ của Cơ quan Sở hữu trí tuệ quốc gia, hoặc bởi các tổ chức dịch vụ nhằm mục đích thương mại.

Việc sử dụng những nguồn cơ sở dữ liệu này có thể đưa ra kết quả theo ý muốn hoặc không, thậm chí có khi bạn nhận được kết luận rằng ý tưởng đầu tiên của mình không còn được coi là mới. Mặc dù lúc đầu bạn sẽ thất vọng, bạn hãy nên sưu tập đầy đủ các bản mô tả sáng chế liên quan đến những gì đã được sáng tạo trước đó. Sau đó, bạn có thể phân tích những giải pháp trước đó để đưa ra những đề xuất thay thế và có thể đó sẽ là một giải pháp tốt hơn đối với vấn đề mà bạn đang giải quyết. Việc sáng chế dựa trên các sáng chế đã biết đó thường được đa số các công ty công nghiệp áp dụng để tăng lợi ích của họ. Tất cả các nhà sáng tạo cần dựa trên cơ sở dữ liệu của mình liên quan đến những gì đã được sáng tạo từ trước trong lĩnh vực cụ thể mà họ quan tâm và cần sử dụng các kiến thức này để phát triển các ý tưởng của mình. Điều này cũng được áp dụng trong việc sử dụng kết quả của việc tra cứu nhãn hiệu hàng hóa.

13. Tư vấn của chuyên gia

Bạn cần hết sức thận trọng quyết định việc tiến hành thủ tục nộp đơn yêu cầu bảo hộ. Đơn sáng chế là những tài liệu pháp lý

phức tạp và chỉ những người có đủ kiến thức chuyên môn và kinh nghiệm mới viết được bản mô tả chặt chẽ về pháp lý. Khi không sử dụng dịch vụ của những chuyên gia tư vấn thích hợp trong việc viết bản mô tả và tiến hành thủ tục nộp đơn có thể dẫn đến thiệt hại về kinh tế và sáng chế của bạn càng có nhiều tiềm năng, hoặc càng phức tạp, thì càng cần phải có ý kiến chuyên gia.

Các đơn đăng ký nhãn hiệu hàng hóa tốt nhất là cũng được chuyên gia tư vấn. Cuối cùng, dù cho đơn đăng ký kiểu dáng được nộp có thể được chính người nộp đơn tiến hành các thủ tục, thì việc bảo hộ kiểu dáng cũng là một lĩnh vực pháp lý phức tạp và cần được chuyên gia tư vấn trước khi tiến hành bất kỳ một thủ tục nào.

14. Việc khiếu kiện

Một trong những mối lo ngại đè nặng những người mới tiếp cận lĩnh vực sở hữu trí tuệ là ngại tiến hành khiếu kiện và chi phí quá cao. Người ta thường nghĩ rằng Chính phủ cấp Văn bằng bảo hộ đối với các sáng chế, kiểu dáng và nhãn hiệu hàng hóa cũng sẽ chủ động tiến hành xử lý việc lạm dụng hay xâm phạm các quyền này. Nhưng không phải như vậy. Bạn là chủ sở hữu tài sản này, thì cũng giống như đối với các tài sản khác mà bạn có như ngôi nhà, đồ đạc, hoặc cổ phần trong công ty của bạn, bất kỳ lúc nào bạn cũng phải chăm lo bảo vệ các quyền vì lợi ích của mình. Luật pháp tạo ra cơ chế cần thiết, nhưng sử dụng cơ chế đó để bảo vệ mình lại là trách nhiệm của chính bạn.

Không chỉ trong lĩnh vực sở hữu trí tuệ mà trong mọi trường hợp để thực thi một quyền hợp pháp thì việc khiếu kiện luôn là một khả năng, nhưng sự thực thì số các vụ khiếu kiện ra toà về sở hữu trí tuệ là rất nhỏ. Dù cho ngay cả khi không giải quyết theo cơ chế tòa án, cũng cần phải tính đến khoản chi phí luật sư và đại diện, nhưng hiếm khi còn phải chi phí đến mức khổng lồ như khi phải thực hiện toàn bộ quá trình khiếu kiện. Ngoài ra,

có thể tránh được các khoản chi phí cho việc khiếu kiện về quyền sở hữu trí tuệ, nếu việc tiến hành các thủ tục về đơn được chuyên gia về sở hữu trí tuệ tư vấn.

Bạn có thể phát hiện thấy người nào đó đang có hành vi xâm phạm hoặc đang yêu cầu bảo hộ một hoặc một số đối tượng đã thuộc của bạn. Quy tắc vàng trong trường hợp này là bạn cần lấy ý kiến của chuyên gia tư vấn ngay lập tức, chẳng hạn như người đại diện sở hữu công nghiệp hoặc luật sư. Trong những trường hợp cụ thể, bạn cần phải rất thận trọng khi viết hoặc nói chuyện trực tiếp với một bên khác – chẳng hạn như việc đe doạ mà không có lý do chính đáng đối với người bị buộc tội xâm phạm có thể bị coi là bất hợp pháp.

Ngược lại, bạn có thể bị khiếu kiện. Điều này không đáng lo ngại như bạn hình dung. Bạn sẽ biết ít nhất một cá nhân hoặc tổ chức đang thực sự quan tâm đến hoạt động của bạn và xem các hoạt động đó là mối đe dọa. Trong một số trường hợp, điều này là cuối cùng có thể dẫn đến thỏa thuận thương mại có thể mang lại lợi ích cho cả hai bên, ngay cả khi bạn thấy rằng cho dù bạn có nỗ lực cao nhất, nhưng họ vẫn có lý do chính đáng. Xin nhắc lại là khi bạn nhận được thông báo đầu tiên về khả năng tiến hành các thủ tục pháp lý, bạn cần lấy ý kiến của chuyên gia tư vấn ngay và đừng vội nói điều gì trước khi có được lời tư vấn đó.

Phần III
GIẢI ĐÁP VỀ BẢO HỘ SỞ HỮU TRÍ TUỆ

1. Bảo hộ sáng chế

Bằng sáng chế là gì?

Bằng sáng chế là gì? Đó là quyền kiểm soát việc sử dụng một sáng chế trong một số năm nhất định. Trong thực tế, nó chính là việc mặc cả giữa nhà sáng chế và Nhà nước; nhà sáng chế có thể nhận được quyền này với điều kiện đánh đổi việc phải cung cấp thông tin bằng bằng cách bộc lộ đầy đủ sáng chế. Các thông tin sáng chế được bộc lộ này sẽ được Cơ quan Sở hữu trí tuệ quốc gia công bố công khai và những người khác có thể tiếp cận dễ dàng tránh được các trường hợp phát triển sản phẩm hay nghiên cứu trùng lặp lãng phí. Bằng sáng chế là một tài sản. Giống như các hàng hóa kinh doanh khác, nó có thể được mua, được bán, cho thuê, hay chuyển giao lixăng.

Liệu mọi giải pháp đều có thể được cấp bằng sáng chế?

Không.

- Nói chung, để có thể được cấp bằng sáng chế, đối tượng phải là chất, cơ cấu hoặc phương pháp sản xuất một chất, một sản phẩm hay thiết bị hoặc quy trình sản xuất công nghiệp mà không phải là các sáng tạo nghệ thuật, phương pháp toán học, kế hoạch kinh doanh hoặc chỉ là các hoạt động tinh thần thuần tuý khác.

- Ngoài ra còn một số đối tượng cũng bị loại trừ không được cấp bằng sáng chế.

Phải thoản mãn các điều kiện khác nữa có phải không?

Đúng.

- Sáng chế phải mới, điều đó có nghĩa là trước ngày nộp đơn

xin cấp bằng sáng chế, sáng chế này phải chưa bị bộc lộ dưới bất kỳ hình thức nào. Ví dụ như nói hoặc mô tả sản xuất, bán hay thử nghiệm công khai.

- Sáng chế phải không hiển nhiên đối với người có kỹ năng trong lĩnh vực công nghệ cụ thể hay nói cách khác, sáng chế phải là kết quả lao động sáng tạo, là điều bất ngờ đối với người đó.

Bằng sáng chế sẽ mang lại cho bạn những quyền gì?

- Được độc quyền sử dụng sáng chế hoặc cho phép người khác sử dụng theo các điều khoản đã thỏa thuận. Quyền này không phải là quyền sản xuất và bán sản phẩm nếu có các quy định luật khác, chẳng hạn như phải thử nghiệm tính an toàn được phẩm trước khi cấp phép đưa dược phẩm ra thị trường.

- Quyền tiến hành các biện pháp pháp lý chống lại người có thể đã vi phạm sáng chế và yêu cầu bồi thường. Việc bồi thường này có thể bao gồm bồi thường thiệt hại vật chất, hoặc chuyển nhượng lại và tiêu hủy những hàng hóa vi phạm.

Bằng sáng chế là cơ sở để ngăn chăn những người có khả năng xâm phạm.

Làm thế nào để được cấp bằng sáng chế?

Bước đầu tiên là nộp đơn trong đó cần bộc lộ hoàn toàn sáng chế cho Cơ quan Sở hữu trí tuệ quốc gia của bạn. Đơn này phải gồm tất cả mọi thông tin cần thiết để thực hiện sáng chế bởi vì thông thường sau đó khó đưa thêm các thông tin bổ sung. Bạn cũng cần nộp một hoặc một vài yêu cầu bảo hộ mà các yêu cầu đó xác định các đặc điểm kỹ thuật chủ yếu của sáng chế của bạn và cần thiết để phân biệt sáng chế với những gì đã được biết trước đó. Tiếp theo, Cơ quan Sở hữu trí tuệ quốc gia của bạn sẽ tiến hành tra cứu thông tin để xác định sáng chế có mới và có tính sáng tạo hay không. Sau đó sẽ tiến hành xét nghiệm toàn diện để xác định đơn có đáp ứng các yêu cầu hình thức và các yêu cầu pháp lý hay không? Nếu có những phản đối, thì

thường người nộp đơn phải giải quyết được những phản đối đó trước khi được cấp bằng sáng chế.

Phải trả những khoản tiền gì cho Cơ quan Sở hữu trí tuệ quốc gia?

Phải nộp các khoản lệ phí cho những công việc nộp đơn, tra cứu thông tin, xét nghiệm và cấp bằng. Để duy trì hiệu lực bằng sáng chế, lệ phí gia hạn hiệu lực thường phải trả hàng năm. Cấu trúc lệ phí thông thường là "trợ cấp đầu – cuối "- điều đó có nghĩa là lệ phí để được cấp một bằng sáng chế thông thường phải là toàn bộ các chi phí để Cơ quan Sở hữu trí tuệ quốc gia tiến hành công việc đó. Lý do căn bản là để không một ai bị những lệ phí chính thức cản trở việc nộp đơn sáng chế ngay từ đầu. Lệ phí duy trì các bằng sáng chế đối với các sáng chế thành công sẽ bù đắp sự thâm hụt đó.

Có còn những chi phí nào khác không?

Lời khuyên chân tình đối với bạn là nên tìm đến sự giúp đỡ chuyên nghiệp và những khoản chi phí cho việc này có thể sẽ là đáng kể. Nếu bạn quyết định nộp đơn ra nước ngoài, bạn sẽ phải trả thêm phí dịch thuật.

Thời điểm nộp đơn có quan trọng hay không?

Có, nhưng rất khó đưa ra những quy tắc bất di bất dịch. Trong khi nộp đơn sớm có thể là cần thiết vì nó xác lập *"quyền ưu tiên"* cho người nộp đơn trước tất cả những ai khác nộp đơn sau đó cho cùng một sáng chế, nhưng có thể lại có các lý do thương mại quan trọng khiến phải trì hoãn việc nộp đơn cho đến khi thấy thực sự cần thiết.

Một bằng sáng chế quốc gia có bảo hộ sáng chế ở nước ngoài không?

Không, nó chỉ có hiệu lực trong nước đó. Tuy nhiên, ngày nộp đơn của đơn quốc gia có thể được dùng như một "ngày ưu tiên" cho đơn với cùng một sáng chế khi đơn được nộp ra nước ngoài trong vòng 12 tháng sau đó. Để đạt được sự bảo hộ ở nước

ngoài, thông thường cần phải nộp các đơn riêng rẽ cho từng nước đó, với yêu cầu "được hưởng quyền ưu tiên" nếu có thể. Bên cạnh các đơn riêng rẽ ở mỗi nước, có một số các thỏa ước khu vực (ví dụ: Châu Âu, Âu - Á và Châu Phi) và thỏa ước quốc tế (ví dụ: Hiệp ước hợp tác patent – PCT) để giúp người nộp đơn. Tuy nhiên, theo một số điều khoản về an ninh quốc gia nhất định, các công dân có thể bắt buộc phải xin phép Cơ quan Sở hữu trí tuệ quốc gia trước khi nộp đơn sáng chế ra nước ngoài.

Cơ quan Sở hữu trí tuệ quốc gia có thể giúp để khai thác sáng chế được không?

Thông thường thì không thể, ngoài việc giúp tra cứu tình trang kỹ thuật liên quan đến sáng chế, ví dụ như để giải quyết các vấn đề kỹ thuật. Sự giúp đỡ như vậy có thể mâu thuẫn trực tiếp với vai trò của cơ quan thực hiện một cách công bằng việc cấp bằng sáng chế. Nhưng có các tổ chức địa phương và quốc gia có thể giúp khai thác những sáng chế có tiềm năng thương mại.

Có thể tiết lộ với một người nào đó sáng chế của mình được không?

Một điều có tính chất sống còn là không được bộc lộ sáng chế của bạn với bất cứ ai hoặc sử dụng nó với mục đích thương mại trước khi nộp đơn sáng chế, bởi vì điều đó có thể ngăn cản việc cấp bằng sáng chế, hoặc có thể hủy bỏ hiệu lực của một bằng sáng chế đã được cấp. Nếu việc bộc lộ là cần thiết, cần hết sức thận trọng để bảo đảm rằng việc bộc lộ này được tiến hành với một sự bảo mật tuyệt đối.

Có thể khai thác một sáng chế mà không cần được cấp bằng sáng chế không?

Có, với điều kiện trước đó không có một ai khác đã được cấp Bằng bảo hộ sáng chế đó hay một phần của sáng chế đó. Sự khai thác như vậy có thể ngăn chặn bất cứ ai sau đó được cấp bằng đối với sáng chế đó, nhưng không ngăn chặn được những người khác sao chép nó.

Bằng sáng chế còn có các công dụng khác hay không?

Chắc chắn là còn! Sự bộc lộ về kỹ thuật trong các bản mô tả sáng chế được công bố cung cấp dung lượng thông tin khổng lồ, tạo thành một cơ sở dữ liệu vô giá cho hoạt động và thông tin thương mại. Các thông tin khác nữa về khía cạnh này được cung cấp ở phần sau của cuốn sách này.

Sự giúp đỡ chuyên nghiệp cần thiết như thế nào?

Sự giúp đỡ chuyên gnhiệp không phải lúc nào cũng là điều thiết yếu nhưng vì bản mô tả sáng chế kèm theo Bằng sáng chế vừa là một tài liệu kỹ thuật vừa là một tài liệu pháp lý nên nó cần phải được một chuyên gia soạn thảo. Vậy nên, giá trị thương mại tiềm tàng của một sáng chế càng lớn bao nhiêu thì càng nên tìm một sự giúp đỡ chuyên nghiệp bấy nhiêu.

2. Thông tin sáng chế

Đó là cái gì?

Đơn giản đó là nguồn thông tin kỹ thuật và kinh doanh lớn nhất trên thế giới. Trên 45 triệu sáng chế được công bố tính đến thời điểm hiện nay và vẫn đang tiếp tục tăng với nhịp độ *hơn một sáng chế mới được công bố mỗi phút.*

Đề cập tới tất cả các lĩnh vực thực tế của đời sống con người bất cứ một sáng chế nào trong số hàng triệu sáng chế được công bố này đề có thể có ý nghĩa sống còn đối với việc kinh doanh của bạn, ví dụ: giải quyết một vấn đề kỹ thuật hoặc đưa ra dự báo trước về một đối thủ cạnh tranh mới có tiềm lực.

Có thể cho một ví dụ thực tế được không?

Được, tất cả công việc kiểu này khách hàng yêu cầu giữ bí mật, nhưng một ví dụ mà chúng tôi được phép bộc lộ, đó là có một công ty hóa chất có khó khăn trong việc triển khai một dự án từ thử nghiệm lên mức sản xuất hàng loạt. Một chút cặn dầu không mong muốn xuất hiện. Họ lập một nhóm nghiên cứu để giải quyết vấn đề này, nhưng trước tiên họ đã yêu cầu tra

cứu sáng chế đã có trước đây để giải quyết tình huống tương tự. Việc tra cứu đã tìm ra rất nhiều giải pháp có thể được áp dụng, một trong số những giải pháp đó đầy hứa hẹn và cuối cùng được chọn để áp dụng. Việt tra cứu sáng chế đã tiết kiệm cho họ khoản tiền lớn vì *chi phí cho một nhóm nghiên cứu làm việc trong 3 tháng về vấn đề này có thể tốn kém ít nhất cũng gấp 50 lần chi phí cho việc tra cứu sáng chế.*

Bằng sáng chế có phải là tài liệu pháp lý với những yêu cầu bảo hộ sáng chế phức tạp?

Các bằng sáng chế thực sự là những tài liệu pháp lý, và một số yêu cầu bảo hộ có thể khó hiểu, nhưng không phải là lý do cản trở việc khai thác thông tin liên quan. Chỉ một phần nhỏ trong một bằng sáng chế được công bố liên quan đến các yêu cầu bảo hộ. Phần chủ yếu của bản mô tả sáng chế trong bằng sáng chế thể hiện một cách chi tiết các đặc điểm cơ bản, và được nhiều người quan tâm bởi bất cứ ai với những kiến thức nhất định trong lĩnh vực công nghệ tương ứng đều có khả năng áp dụng sáng chế vào thực tiễn. Đây là kết quả của những yêu cầu theo luật sáng chế trên toàn thế giới và của bản chất chủ yếu của nguyên tắc đánh đổi giữa tác giả sáng chế và Nhà nước. Chính những bộc lộ đầy đủ và chi tiết những điểm mấu chốt về giá trị to lớn của sáng chế trong nhiều triệu bằng sáng chế mà chúng trở thành nguồn tư liệu lưu giữ các vấn đề đã được giải quyết dành cho bất cứ ai.

Còn có các khía cạnh nào khác của thông tin sáng chế quan trọng đối với người sử dụng không?

Các bản mô tả sáng chế thường là sự bộc lộ sớm nhất về một sáng chế so với bất cứ một công bố nào. Hơn nữa, chúng thường là bộc lộ duy nhất của sáng chế.

Ví dụ, trong những năm đầu thập kỷ 1980, người Ôxtrâylia đã thách thức nghiêm trọng vị trí hàng đầu của Mỹ trong các kỳ tranh cúp châu Âu về đua thuyền. Các nhà báo đã tốn bao công sức để khám phá và chụp ảnh đặc điểm đặc biệt của

sống thuyền đua của người Ôxtrâylia. Họ có thể không cần phải tổn hao tâm trí như vậy bởi tất cả các thông tin đều đã được công bố một vài tuần trước đó. Đọc và phân tích các thông tin đó chỉ tốn *một phần tiền nhỏ bé so với số tiền đã được chi cho những nỗ lực ít hiệu quả của họ.*

Bảo tôi tra cứu, tìm một sáng chế có liên quan để giải quyết vấn đề của tôi, nhưng lại thấy rằng nó đã có chủ sở hữu?

Đầu tiên phải kiểm tra xem bằng sáng chế có còn hiệu lực hay không. Nếu lệ phí duy trì hiệu lực có thể không nộp hoặc toàn bộ thời hạn bảo hộ sáng chế đã hết, thì nó trở thành một công nghệ mà bạn có thể sử dụng miễn phí. Thậm chí nếu bằng sáng chế còn hiệu lực, bạn vẫn có thể thương lượng để được phép khai thác sáng chế đó, đặc biệt nếu bản thân chủ sở hữu sáng chế không tự mình khai thác sáng chế và kiếm lợi nhuận từ sáng chế đó. Là bên mua li-xăng, đặc biệt thuận lợi đối với các đối thủ cạnh tranh khác của bạn. *Phí chuyển giao có thể ít hơn chi phí để bạn tự giải quyết vấn đề từ hai bàn tây trắng rất nhiều.*

Tôi có thể dùng thông tin sáng chế để tuyển dụng nhân viên chủ chốt được không?

Với danh sách các tác giả sáng chế nêu trong các bằng sáng chế được công bố trong lĩnh vực hoạt động của bạn, bạn có thể tìm ra một cách dễ dàng và không tốn kém những ai là tác giả sáng chế năng động nhất. Đây là những người mà bạn có thể muốn "săn lùng" cho công ty của bạn. Thậm chí bạn có thể lập được hồ sơ lý lịch của một tác giả sáng chế bằng cách vẽ biểu đồ trên 15 hoặc 20 năm của các công ty mà tác giả từng làm việc. Những thông tin về các công ty này cũng được nêu trong các bằng sách chế.

Tôi có thể dễ dàng cập nhật các bằng sáng chế mới được công bố hay không?

Được, có thể thỏa thuận việc gửi đều đặn theo lĩnh vực đối

tượng kỹ thuật, hoặc theo các công ty có cùng mối quan tâm đặc thù. Theo từng lĩnh vực cũng có thể đưa ra cho bạn một dự báo sớm về *những đối thủ cạnh tranh mới có tiềm lực.*

Các bản mô tả sáng chế có thể giúp tôi hiểu biết đối thủ cạnh tranh của mình hay không?

Nhiều hoạt động trong kinh doanh nhằm đi một bước trước đối thủ cạnh tranh. Bất cứ sự hiểu biết nào bạn có được về các dự định tương lai của họ là thông tin có thể giúp bạn trong sự cố gắng này.

Bởi việc nộp đơn sáng chế rất sớm có ý nghĩa quan trọng cho sự phát triển một sản phẩm mới, các bản mô tả sáng chế được công bố đưa ra một dự báo sớm về những dự định thị trường tương lai của một công ty. Một bản mô tả như vậy tất nhiên có ý nghĩa rất nhỏ, nhưng nếu một biểu đồ được lập trên một vài năm liền, chẳng hạn số lượng các sáng chế của một công ty trong một lĩnh vực công nghệ cụ thể là đáng kể và đang tăng lên, thì sẽ rất có lý khi kết luận rằng công ty đó đang dự kiến thương mại hóa công nghệ này. Cùng với các thông tin khác, điều này có thể đưa ra một sự đánh giá có giá trị về những dự định của các đối thủ cạnh tranh hiện tại và những đối thủ mới.

Rõ ràng là tôi không thể bắt đầu tra cứu hàng triệu bản mô tả sáng chế được in ra giấy, có sự giúp đỡ nào không?

Các Cơ quan Sở hữu trí tuệ quốc gia có thể thường xuyên giúp bạn bởi vì chính họ phải giải quyết vấn đề này khi kiểm tra xem các sáng chế trong các đơn đăng ký sáng chế mới có thực sự khác biệt với những gì đã biết hay không. Họ thường có số lượng lớn các bản mô tả sáng chế quốc gia và các bản mô tả khác được xắp xếp phù hợp với hệ thống phân loại quốc gia và quốc tế. Ngoài ra, các thư viện và các công ty tra cứu tư nhân cũng có thể giúp bạn. Các bản mô tả sáng chế thường sẵn có trong các tấm vi phim hay CD-ROM. Các đĩa CD-ROM, chẳng hạn các đĩa về Đơn sáng chế ASEAN và Châu Âu trong loạt đĩa

ESPACE của Cơ quan Sáng chế Châu Âu, là một nguồn dữ liệu về thư mục hoặc các bản sao mô tả sáng chế. Tuy nhiên, để tra cứu theo đối tượng từ các nguồn tư liệu của nhiều nước hoặc trong nhiều năm chứa trên đĩa thì cần phải có các thiết bị juke-box.

Cũng có những cơ sở dữ liệu điện tử thương mại rộng lớn với hàng triệu sáng chế trên toàn thế giới, thường được lưu trữ dưới dạng các sáng chế từ các quốc gia khác nhau nhưng cùng liên quan đến một đối tượng, với các bản tóm tắt và các tác giả khác, công ty khác và các thông tin tương tự. Các cơ sở dữ liệu này rất có giá trị, nhưng chi phí tạo ra nó rất cao và do đó, phí sử dụng cũng rất tốn kém.

3. Giữ bí mật thông tin

Tôi có cần phải luôn luôn nộp đơn xin cấp bằng độc quyền sáng chế hoặc đăng ký kiểu dáng để bảo hộ các sáng tạo kỹ thuật hoặc thẩm mỹ của tôi hay không?

Không, tài liệu này nhấn mạnh nhiều tới giá trị của việc nộp đơn xin cấp bằng sáng chế hoặc kiểu dáng công nghiệp.

Đúng là, trong nhiều trường hợp, việc sở hữu các quyền này là nhân tố quan trọng trong sự thành công của một doanh nghiệp. Tuy nhiên, cũng có những tình huống mà việc nộp đơn và sau đó là công bố các thông tin trong các đơn đó có thể sẽ là việc làm không khôn ngoan.

Khi nào việc giữ bí mật có thể là sự lựa chọn tốt hơn?

Nếu bạn có một sản phẩm mà nó không thể bị tái tạo lại khi đưa ra thị trường và bạn cần một khoảng thời gian bảo hộ dài hơn thời hạn bảo hộ sáng chế hay kiểu dáng, việc giữ bí mật thông tin có thể là cách duy nhất và tốt nhất để bảo hộ chi tiết về thành phần, công thức hay quy trình. Ví dụ về tình huống này là công thức của nước hoa hay đồ uống nhẹ thông dụng. Thông thường chỉ rất ít người trong công ty sản xuất sản phẩm đó có quyền tiếp cận các thông tin cốt yếu và họ bị ràng buộc bởi

những điều kiện bảo mật khắt khe, ví dụ như, có thể không được phép đi du lịch cùng với nhau.

Một tình huống khác cũng cần cân nhắc đến việc giữ bí mật là khi một sáng chế chưa hoặc không thể được cấp bằng, bởi vì có thể nó bị coi là hiển nhiên hoặc thuộc các đối tượng loại trừ. Nếu sản phẩm trên thị trường không bộc lộ hoàn toàn các đặc điểm quan trọng của sáng chế, việc giữ bí mật thông tin có thể là một lựa chọn có giá trị.

Việc giữ bí mật có hiệu quả cũng có thể là lựa chọn tốt nhất để bảo vệ các thay đổi trình tự thực hiện các quy trình hóa học hoặc các quy trình sản xuất khác.

Có thể tự mình bảo vệ sáng chế lâu hơn bằng cách giữ bí mật sáng chế trong một thời gian?

Được. Thông thường điều này là có thể được. Nhưng trong hầu hết mọi trường hợp, đây là một lựa chọn mạo hiểm. Nếu ai đó nộp đơn sáng chế trong khoảng thời gian khi bạn sáng chế ra sản phẩm, quy trình hoặc bất cứ thứ gì đến khi bạn có ý định đi nộp đơn, tức là đang trong giai đoạn "giữ bí mật thông tin" của bạn, khi đó các quyền của bạn có thể bị mất.

Có thể gặp phải sự nguy hiểm nào khi giữ sáng chế trong bí mật?

Trong thực tế, việc giữ bí mật hoàn toàn thông tin thuộc bất cứ lĩnh vực nào là điều khó thực hiên, đặc biệt trong một thời gian dài. Bạn cần suy nghĩ cẩn thận xem liệu cái bạn có thể đạt được từ việc kiện hành vi vi phạm một thỏa thuận bảo mật có thể bù đắp một cách thỏa đáng cho những thiệt hại trong kinh doanh của bạn khi thông tin bí mật bị bộc lộ và do đó bị công chúng biết đến hay không. Thông thường câu trả lời là sự đền bù như vậy có thể không đầy đủ hoặc không thể có được.

Có nên yêu cầu tư vấn pháp lý trước khi quyết định giữ bí mật giải pháp?

Để quyết định nộp đơn đăng ký một đối tượng của quyền sở

hữu trí tuệ nào đó, lời khuyên đối với bạn là nên tìm kiếm một sự giúp đỡ của một chuyên gia – luật sư có năng lực. Việc giữ bí mật dường như càng tiềm ẩn khó khăn về luật pháp và thực tiễn khi quyết định khi nào và ở đâu cần phải nộp đơn xin bảo hộ sáng chế, kiểu dáng hay nhãn hiệu hàng hóa.

4. Các kiểu dáng được bảo hộ

Kiểu dáng được bảo hộ là gì?

Đó là quyền độc quyền đối với hình dáng bên ngoài của sản phẩm mang kiểu dáng đó. Đó còn là sự bổ sung cho bảo hộ quyền tác giả có thể được xác lập một cách tự động đối với những hình vẽ mà dựa vào đó kiểu dáng được sản xuất. Kiểu dáng được bảo hộ cũng là một tài sản như bất kỳ hàng hóa kinh doanh khác, có thể được mua, được bán, hoặc được chuyển giao quyền sử dụng.

Phải chăng tất cả các kiểu dáng đều có thể đăng ký?

Không phải như vậy, khi tính hấp dẫn thị giác không phải là yếu tố chính yếu hoặc khi kiểu dáng không được thiết kế một cách tự do bởi việc thiết kế một bộ phận do hình dáng tổng thể quyết định, thì kiểu dáng đó thường không được đăng ký bảo hộ. Vì vậy, những kiểu dáng mang tính chức năng đơn thuần thường không đủ điều kiện đăng ký vì hình dáng hay yếu tố thẩm mỹ bên ngoài của chúng không quan trọng, chẳng hạn như kiểu dáng của những tấm vỏ ô tô thường không thể được đăng ký vì hình dáng và đường nét bên ngoài của chúng phải phù hợp với kiểu dáng tổng thể của chiếc xe. Nói cách khác, việc bảo hộ kiểu dáng được đăng ký chỉ được xác lập đối với những kiểu dáng thực sự độc lập, có tính thẩm mỹ nếu các đối thủ cạnh tranh không cần phải sao chép kiểu dáng này để cạnh tranh. Để có được thông tin chính xác hơn về những kiểu dáng có thể và không thể được đăng ký bảo hộ, bạn cần liên hệ với Cơ quan Sở hữu trí tuệ quốc gia.

Cũng có những ngoại lệ riêng đối với một số kiểu dáng nhất định và những kiểu dáng điển hình thuộc loại này gồm có các tác

phẩm điêu khắc, huy chương và hơn hết là các ấn phẩm in về hình tượng văn học và nghệ thuật như các bìa sách và lịch. Nói chung, những kiểu dáng ngoại lệ này thường được bảo hộ quyền tác giả.

Có cần phải đáp ứng thêm điều kiện nào khác không?

Có. Kiểu dáng phải có tính mới. Mặc dù các khái niệm về tính mới khác nhau nhưng thông thường kiểu dáng phải chưa được bộc lộ công khai trước ngày nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ hoặc không trùng với kiểu dáng đã đăng ký hoặc có đơn được nộp sớm hơn, và kiểu dáng đó phải khác biệt cơ bản với các kiểu dáng khác đã được công bố thuộc cùng loại hàng hóa hoặc thuộc loại hàng hóa tương tự.

Điểm khác nhau giữa sáng chế và kiểu dáng được bảo hộ là gì?

Kiểu dáng được bảo hộ áp dụng cho hình thức bên ngoài của sản phẩm – thường là yếu tố "thị giác" – trong khi sáng chế liên quan tới chức năng, sự vận hành, chế tạo hoặc nguyên liệu để tạo nên sản phẩm.

Quyền đối với kiểu dáng công nghiệp được bảo hộ?

Thông thường, đó là quyền độc quyền để sản xuất, nhập khẩu, bán hoặc cho thuê bất kỳ sản phẩm nào mang kiểu dáng được bảo hộ trong phạm vi lãnh thổ nhất định, với một vài điều kiện nhất định, ví dụ như nhằm đáp ứng yêu cầu về an ninh công cộng, hoặc cho phép người khác sử dụng kiểu dáng theo những điều kiện thỏa thuận với chủ sở hữu kiểu dáng pháp lý chống lại người có hành vi xâm phạm, đòi bồi thường thiệt hại và tất nhiên là thực tế kiểu dáng được đăng ký bảo hộ có thể đã là đủ ngăn chặn những người có thể có hành vi xâm phạm.

Thời điểm nộp đơn có quan trọng hay không?

Có. Việc nộp đơn sớm sẽ xác lập quyền "ưu tiên" của bạn so với những người khác.

Khi đăng ký có được bảo hộ ở nước ngoài không?

Câu trả lời là không. Các đơn đăng ký thường được nộp ở từng nước vì lợi ích của chính cơ sở kinh doanh, mặc dù nhiều thỏa thuận quốc tế khác nhau có thể hỗ trợ cho quá trình này.

Cơ quan Sở hữu trí tuệ quốc gia có thể hỗ trợ việc khai thác kiểu dáng được đăng ký bảo hộ hay không?

Câu trả lời là không. Cơ quan Sở hữu trí tuệ quốc gia không thể hỗ trợ về tài chính hoặc có sự hỗ trợ khác vì như vậy sẽ trái với vai trò của một cơ quan điều hành một cách công bằng. Nhưng các tổ chức khác sẽ hỗ trợ cho việc khai thác những kiểu dáng có tiềm năng thương mại.

Tôi có thể nói với mọi người về kiểu dáng của mình khi nào?

Bạn có thể nói với mọi người về kiểu dáng của mình bất kỳ lúc nào sau khi đã nộp đơn, hoặc an toàn nhất là sau khi được đăng ký bảo hộ. Trước ngày nộp đơn, bạn cần phải hết sức thận trọng để bảo đảm kiểu dáng không bị bộc lộ công khai hoặc bằng bất kỳ cách nào – nếu không, mặc dù kiểu dáng có thể được đăng ký, nhưng sau đó vẫn có thể bị chứng minh là không có hiệu lực, tùy theo vào luật áp dụng cụ thể tại quốc gia của bạn hoặc tại nước khác có liên quan. Nếu việc bộc lộ với người khác trước khi nộp đơn là điều cần thiết, thì việc bộc lộ này cần được thực hiện rõ ràng với mức độ bảo mật cao nhất.

Các kiểu dáng đã được đăng ký bảo hộ có được bộc lộ công khai hay không?

Thông thường kiểu dáng công nghiệp được bộc lộ công khai ngay sau khi đăng ký.

Kiểu dáng đã đăng ký bảo hộ có được sử dụng vì mục đích khác hay không?

Câu trả lời là có. Các kiểu dáng được đăng ký bảo hộ đang có hiệu lực cung cấp cho chúng ta dung lượng thông tin lớn về kỹ thuật và thương mại liên quan đến những tiến bộ về kiểu dáng

sản phẩm. Có một tiềm năng rất lớn chưa được khai thác, đó là sử dụng nguồn thông tin sẵn có đã được công bố để mang lại lợi ích cho việc kinh doanh của bạn. Trong nhiều trường hợp, những lợi ích này cũng giống như những lợi ích thu được từ việc sử dụng thông tin sáng chế được nêu ở trên. Tương tự với các sáng chế, bạn không cần phải nộp đơn đăng ký kiểu dáng thì mới được sử dụng thông tin của các kiểu dáng đã công bố – bạn có thể sử dụng thông tin từ các đăng ký kiểu dáng được công bố tại các nước khác ngay cả khi chính quốc gia của bạn chưa có hệ thống đăng ký kiểu dáng.

Có hình thức bảo hộ kiểu dáng nào khác không?

Câu trả lời là có. Nếu kiểu dáng mang tính sáng tạo về mặt kỹ thuật, kiểu dáng đó có thể đáp ứng tiêu chuẩn bảo hộ theo hệ thống sáng chế. Các kiểu dáng được thể hiện bằng hình vẽ hoặc đồ hoạ có thể được bảo hộ quyền tác giả.

5. Các nhãn hiệu hàng hóa và nhãn hiệu dịch vụ được đăng ký bảo hộ

Nhãn hiệu hàng hóa hoặc nhãn hiệu dịch vụ là gì?

Nhãn hiệu hàng hóa hay nhãn hiệu dịch vụ (trong pháp luật Việt Nam cũng như của các nước trên thế giới thường dùng chung thuật ngữ "nhãn hiệu hàng hoá" để chỉ cả hai loại nhãn hiệu này. Những từ "nhãn hiệu hàng hóa" được hiểu (bao gồm cả nhãn hiệu dịch vụ) là bất kỳ dấu hiệu nào có thể được thể hiện bằng từ ngữ hoặc hình ảnh và có khả năng phân biệt hàng hóa hoặc dịch vụ của các cơ sở kinh doanh này với hàng hóa hoặc dịch vụ của cơ sở kinh doanh khác trong quá trình kinh doanh. Những dấu hiệu này đặc trưng là từ ngữ, bao gồm tên người, kiểu dáng và hình dáng của hàng hóa hoặc bao gói của sản phẩm. Ở một vài nước, mùi, âm thanh và màu sắc cũng có thể được coi là nhãn hiệu hàng hóa hoặc nhãn hiệu dịch vụ.

Phải chăng tất cả nhãn hiệu hàng hóa đều có thể được đăng ký bảo hộ?

Không phải như vậy. Do tính độc quyền được cấp cho một

nhãn hiệu đã được đăng ký theo quy định của pháp luật, các nhãn hiệu khác trùng hoặc có khả năng gây nhầm lẫn với những từ ngữ hoặc biểu tượng mà những thương nhân hoặc các nhà cung cấp dịch vụ được tự do sử dụng trong quá trình kinh doanh bình thường của mình đối với cùng loại hàng hóa hoặc dịch vụ sẽ không được phép. Vì thế, chẳng hạn như từ ***"Cà chua"*** hoặc ***"Gạo"*** không thể được đăng ký cho nhóm sản phẩm hay dịch vụ về thực phẩm, nhưng có thể xem xét để đăng ký cho nhóm dịch vụ về đồ dùng gia đình hoặc bảo hiểm. Tương tự, những từ ngữ về địa lý hoặc mang tính mô tả thông thường cũng không thể được đăng ký nhãn hiệu hàng hóa. Tuy nhiên, một số từ ngữ hoặc biểu tượng này lại có thể được đăng ký bảo hộ nếu được xác lập qua việc sử dụng như một nhãn hiệu hàng hóa thực tế được thừa nhận như các nhãn hiệu phân biệt hàng hóa và dịch vụ của người này với hàng hóa và dịch vụ của những người khác (dấu hiệu đã được sử dụng và thừa nhận rộng rãi).

Nhãn hiệu hàng hóa cũng không thể được đăng ký bảo hộ nếu trùng hoặc tương tự với một nhãn hiệu đã được đăng ký đối với hàng hóa và dịch vụ trùng hoặc tương tự.

Nhãn hiệu hàng hóa đã được đăng ký bảo hộ đem lại những quyền gì?

Đó là quyền sử dụng nhãn hiệu được đăng ký cho nhóm hàng hóa và dịch vụ, quyền tiến hành hoạt động pháp lý chống lại những người khác bị coi là có hành vi xâm phạm nhãn hiệu đã đăng ký do sử dụng nhãn hiệu đó cho cùng loại hàng hóa và dịch vụ, hoặc sử dụng nhãn hiệu đó cho loại hàng hóa và dịch vụ tương tự, hoặc sử dụng nhãn hiệu tương tự cho cùng loại hàng hóa và dịch vụ mang nhãn hiệu hàng hóa hoặc dịch vụ đã đăng ký.

Cũng như đối với việc xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ khác, việc thực thi có hiệu quả quyền đối với các nhãn hiệu hàng hóa có thể bao gồm biện pháp đòi bồi thường thiệt hại,

tịch thu và tiêu hủy hàng hóa xâm phạm và hạn chế tối đa các hành vi xâm phạm trong tương lai.

Đăng ký được xác lập như thế nào?

Thủ tục đăng ký ở mỗi nước mỗi khác nhưng nói chung đơn hợp lệ được làm theo mẫu qui định, và kèm theo lệ phí quy định, được Cơ quan Sở hữu trí tuệ quốc gia xét nghiệm để quyết định xem nhãn hiệu đó có đáp ứng các tiêu chuẩn theo quy định của luật pháp về nhãn hiệu hàng hóa hay không. Các tiêu chuẩn đó thường là:

- Nhãn hiệu có tính phân biệt;
- Nhãn hiệu không được gây nhầm lẫn;
- Nhãn hiệu không được xâm phạm quyền đối với các nhãn hiệu khác đang có hiệu lực.

Nếu nhãn hiệu xin đăng ký không đáp ứng bất kỳ tiêu chuẩn bảo hộ nào, thì bạn vẫn có khả năng sửa đổi đơn hoặc đưa ra giải trình hợp lý. Tuy nhiên, tùy theo hệ thống luật quốc gia, bạn có thể phải nộp đơn mới đáp ứng được tiêu chuẩn đó nếu được phép nộp đơn. Nếu nhãn hiệu hàng hóa có thể đáp ứng được các tiêu chuẩn thì thông thường sẽ được đăng ký trong đăng bạ nhãn hiệu hàng hóa và dịch vụ.

Nhãn hiệu hàng hóa hoặc nhãn hiệu dịch vụ có hiệu lực trong bao lâu?

Ở hầu hết các quốc gia thời hạn hiệu lực của đăng ký nhãn hiệu hàng hóa là 10 năm và có thể gia hạn nhiều lần không hạn chế. Dẫu sao, bạn hãy tìm hiểu tại Cơ quan Sở hữu trí tuệ quốc gia.

Ngoài ra còn có các chi phí khác hay không?

Bạn cần lấy ý kiến của chuyên gia, vì những vấn đề pháp lý phức tạp có thể nảy sinh sau này, đặc biệt là nếu nhãn hiệu hàng hóa của bạn được nhiều người biết đến trên thị trường – nhãn hiệu đó sẽ trở thành tài sản marketing có giá trị nhất mà

công ty của bạn có được. Sự thành công này sẽ thu hút các đối thủ cạnh tranh cố gắng sử dụng nhãn hiệu của bạn hoặc nhãn hiệu tương tự cho cùng loại hàng hóa hoặc dịch vụ, đó là vấn đề thương mại đằng sau những cố gắng và nỗ lực tiếp cận thị trường của bạn. Nếu bạn lấy ý kiến tư vấn của người đại diện hoặc chuyên gia tư vấn thì bạn sẽ phải trả nhiều hơn mức lệ phí mà bạn phải nộp cho Cơ quan Sở hữu trí tuệ quốc gia.

Phải chăng nhãn hiệu hàng hóa phải được sử dụng trước khi được đăng ký bảo hộ?

Thông thường thì không phải như vậy. Các nhãn hiệu hàng hóa đã được sử dụng cũng như các nhãn hiệu được dự định đưa vào sử dụng thường có thể được đăng ký bảo hộ. Đôi khi, nhãn hiệu đã được sử dụng còn đem lại thuận lợi cho đơn của bạn bằng cách giúp bạn khiếu nại việc từ chối đăng ký do không có khả năng phân biệt với những chứng cứ về tính khác biệt trong thực tiễn thị trường (tính khác biệt đạt được thông qua sử dụng).

Nhãn hiệu hàng hóa được đăng ký bảo hộ có thể bị hủy bỏ hiệu lực do không được sử dụng hay không?

Hệ thống luật quốc gia quy định khác nhau về vấn đề này, nhưng thường có quy định về việc hủy bỏ hiệu lực đối với nhãn hiệu hàng hóa đã đăng ký mà không được sử dụng trong một số năm nhất định. Điều này là hợp lý, nếu việc đăng ký có thể cản trở sự phát triển của các cơ sở kinh doanh khác một cách dễ dàng mà không đem lại một lợi ích công cộng tương xứng nào. Trong trường hợp này, nghĩa vụ thông thường của chủ sở hữu nhãn hiệu hàng hóa là bảo vệ việc đăng ký của mình bằng cách chứng minh việc đã sử dụng nhãn hiệu được đăng ký cho hàng hóa và dịch vụ của mình.

Đăng ký trong nước có được bảo hộ ở nước ngoài hay không?

Câu trả lời là không. Nhưng có nhiều thỏa thuận khu vực và quốc tế khác nhau có thể giúp bạn có được sự bảo hộ ở nước

ngoài, thông qua việc nộp đơn độc lập ở mỗi nước nơi bạn dự định sử dụng nhãn hiệu hàng hóa trên thị trường.

Cơ quan sở hữu trí tuệ quốc gia có thể hỗ trợ bạn khai thác nhãn hiệu hàng hóa đã được đăng ký hay không?

Thông thường thì không. Việc hỗ trợ về tài chính hay sự hỗ trợ khác có thể trái với yêu cầu duy trì sự công bằng trong việc đăng ký nhãn hiệu hàng hóa và duy trì hiệu lực đăng ký.

Phải chăng người sử dụng nhãn hiệu hàng hóa có nghĩa vụ tiến hành việc đăng ký?

Như đã đề cập ở trên, luật quốc gia các nước quy định khác nhau, nhưng nhìn chung việc đăng ký thường không mang tính bắt buộc. Tuy nhiên, việc khiếu kiện đối với hành vi xâm phạm nhãn hiệu hàng hóa đã đăng ký đơn giản hơn nhiều so với tiến hành những hoạt động chống lại hành vi mạo nhận nhằm bảo hộ nhãn hiệu chưa đăng ký, hơn nữa hành vi mạo nhận lại chưa được pháp luật quy định hoặc được thực thi ở một số nước.

Vì sao khiếu kiện về hành vi xâm phạm lại đơn giản hơn khiếu nại hành vi giả mạo?

Trong quá trình tiến hành kiện về hành vi xâm phạm, người sử dụng nhãn hiệu hàng hóa có thể chỉ cần căn cứ vào chính Văn bằng bảo hộ của mình. Nhưng đối với hành vi giả mạo, chủ sở hữu thường chỉ thắng kiện nếu họ chứng minh được trước toà rằng:

- Họ đã tạo uy tín cho nhãn hiệu hàng hoá;
- Việc sử dụng bị khiếu nại là hành vi giả mạo có khả năng gây nhầm lẫn hoặc lừa dối công chúng; và
- Việc sử dụng sẽ gây thiệt hại cho cơ sở kinh doanh và uy tín của chủ sở hữu.

Bởi vậy, các thương nhân nên đăng ký những nhãn hiệu hàng hóa của mình ngay khi có thể.

Nhãn hiệu hàng hóa có thể được sử dụng cho những mục đích nào khác hay không?

Do phân biệt được hàng hóa hoặc dịch vụ của cơ sở kinh doanh này với cơ sở kinh doanh khác, nhãn hiệu hàng hóa có thể là một công cụ tiếp thị có giá trị nhất mà công ty của bạn có được. Về điều này, bạn chỉ cần hình dung những nhãn hiệu thực phẩm và đồ uống được thừa nhận ở quốc gia của bạn và có thể trên toàn thế giới.

Tôi có thể chuyển giao quyền sử dụng các nhãn hiệu hàng hóa của mình cho những người khác không?

Thông thường thì có thể. Việc chuyển giao quyền sử dụng (li-xăng) nhãn hiệu hàng hóa đã đăng ký có thể áp dụng đối với tất cả các hàng hóa và dịch vụ thuộc phạm vi bảo hộ hoặc có thể bị hạn chế chỉ đối với nhóm hàng hóa hoặc dịch vụ cụ thể, hoặc đối với cách thức sử dụng hay địa bàn sử dụng nhất định. Li–xăng có thể là li-xăng độc quyền - theo đó, chỉ có duy nhất bên được cấp li-xăng và không có người nào khác (kể cả chủ sở hữu) có quyền sử dụng nhãn hiệu này. Thời hạn và các điều kiện li-xăng do chủ sở hữu nhãn hiệu đã đăng ký và bên nhận li-xăng thỏa thuận.

Cần gửi đăng ký việc chuyển giao quyền sử dung nhãn hiệu hàng hóa trước khi những người được cấp li-xăng có thể thực hiện quyền của mình. Cơ quan Sở hữu trí tuệ quốc gia sẽ giúp bạn tiến hành việc này.

6. Quyền tác giả

Quyền tác giả là gì?

Quyền tác giả là quyền kiểm soát và khai thác tác phẩm của người sáng tạo ra một số loại hình tác phẩm nhất định. Các quyền đó bao gồm quyền đối với việc sao chép, cải biên, tái bản, biểu diễn trước công chúng và phát thanh truyền hình tác phẩm. Trong nhiều trường hợp, tác giả cũng có quyền được ghi tên trên tác phẩm của mình và chống lại việc xuyên tạc và xâm

hại đến tác phẩm của mình. Hơn nữa, chủ sở hữu còn có quyền cho thuê các bản ghi âm, ghi hình và các chương trình máy tính, do đó việc khai thác tác phẩm này qua việc cho công chúng thuê có thể phải được chủ sở hữu bản quyền cấp li-xăng. Quyền tác giả, theo nghĩa chính xác của từ này – là quyền chống lại việc sao chép tác phẩm, vì thế nếu có hai người sáng tạo ra cùng một tác phẩm một cách riêng lẻ và độc lập với nhau, thì tác phẩm gốc thứ hai thường không bị coi là xâm phạm quyền tác giả của tác phẩm gốc thứ nhất.

Tác phẩm nào được bảo hộ quyền tác giả?

Các tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả bao gồm tác phẩm văn học, kịch, âm nhạc và nghệ thuật, các xuất bản phẩm, các tác phẩm ghi âm, ghi hình (bao gồm cả video) và phát thanh truyền hình (bao gồm cả truyền cáp và truyền qua vệ tinh).

Các chương trình máy tính và các cơ sở dữ liệu được lưu trữ trong máy tính có được bảo hộ quyền tác giả hay không?

Việc bảo hộ các chương trình máy tính là một lĩnh vực đặc biệt phức tạp, và có ý nghĩa thương mại vô cùng quan trọng trên quy mô toàn cầu. Ở nhiều nước, chương trình máy tính được bảo hộ như đối với các tác phẩm văn học. Việc chuyển đổi ngôn ngữ và mã của các chương trình máy tính tương ứng với việc "cải biên" tác phẩm và việc lưu trữ bất kỳ tác phẩm nào trong máy tính tương ứng với việc "sao chép" tác phẩm. Cũng như vậy, việc chạy một chương trình máy tính hoặc hiển thị một tác phẩm trên VDU thường liên quan đến việc sao chép và bởi vậy cần được phép của chủ sở hữu bản quyền.

Phải chăng tác phẩm phải có tính mới hoặc có giá trị thẩm mỹ mới được bảo hộ quyền tác giả?

Không phải như vậy. Thông thường tác phẩm đó chỉ cần là kết quả của sự nỗ lực về trí tuệ một cách độc lập. Các bản mô tả kỹ thuật, catalô, bản vẽ kỹ thuật và ghi chú viết tay là những ví

dụ điển hình về những tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả mà không phân biệt đối tượng của tác phẩm.

Tôi có cần phải đăng ký quyền tác giả hay không?

Thường không cần. Ở nhiều nước, bảo hộ quyền tác giả được xác lập một cách tự động và do đó không có hệ thống đăng ký – vì vậy ở những nước này, không có mẫu đơn đăng ký và không phải nộp lệ phí đăng ký. Ở Việt Nam, việc đăng ký quyền tác giả cũng không phải là nghĩa vụ bắt buộc.

Quyền tác giả có hiệu lực trong bao lâu?

Điều này được quy định khác nhau tùy theo bản chất của tác phẩm và quy định của luật quốc gia. Thời hạn hiệu lực có thể kéo dài tới 70 năm sau khi tác giả mất. Đây thường là quy định đối với những tác phẩm đã được công bố và chưa được công bố. Các tác phẩm ghi hình, ghi âm và phát thanh là những tác phẩm điển hình được bảo hộ kể từ thời điểm sáng tạo với thời hạn tương tự.

Các sản phẩm công nghiệp có thể được bảo hộ quyền tác giả hay không?

Luật quyền tác giả có thể bảo hộ bản vẽ cho các sản phẩm nhưng quyền tác giả thường không được thực thi nhằm ngăn cản việc sản xuất các sản phẩm.

Phải chăng tôi luôn cần phải xin phép sao chép hoặc khai thác công khai tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả?

Không nhất thiết phải như vậy, vì có một số ngoại lệ đối với quyền của người sáng tạo ra tác phẩm. Ví dụ, bạn được phép sử dụng hạn chế tác phẩm nhằm mục đích nghiên cứu và học tập cá nhân, bình luận hoặc đánh giá, đưa tin thời sự, kiện tụng và giảng dạy trong nhà trường.

Tôi cần làm gì để được phép khai thác tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả?

Thông thường, bạn cần thỏa thuận với chủ sở hữu bản quyền,

hoặc với một số tổ chức hoạt động mang tính tập thể, đại diện cho nhóm các chủ sở hữu bản quyền: họ có thể cho phép chuyển giao "toàn bộ" quyền sử dụng cho người sử dụng tác phẩm.

Phải chăng tôi luôn phải bằng bất cứ giá nào đánh dấu ký hiệu yêu cầu bảo hộ quyền tác giả trên tác phẩm của mình?

Mặc dù nhiều nước quy định tác phẩm phải có ký hiệu © sau tên chủ sở hữu bản quyền và năm xuất bản, nhưng điều này không phải là yếu tố cốt lõi ở tất cả các quốc gia. Tuy nhiên, cách ký hiệu này có thể hỗ trợ cho việc khiếu kiện hành vi xâm phạm.

Tôi có thể chứng minh tính nguyên gốc của tác phẩm như thế nào?

Điều này hoàn toàn do tòa án quyết định. Tuy nhiên, việc chủ sở hữu quyền tác giả nộp lưu bản sao tác phẩm của mình tại cơ quan quyền tác giả hoặc cho luật sư hoặc gửi bản sao tác phẩm của mình cho chính mình bằng đường bảo đảm qua bưu điện và không mở phong bì khi nhận lại sẽ góp phần tạo nên bản chất đã tồn tại của tác phẩm vào thời điểm đó.

Người nào được sở hữu quyền tác giả?

Theo nguyên tắc chung, tác giả là chủ sở hữu quyền tác giả đầu tiên đối với tác phẩm văn học, kịch, âm nhạc hoặc nghệ thuật, trừ trường hợp tác phẩm được sáng tạo trong quá trình thực hiện hợp đồng lao động, trong trường hợp này, người thuê lao động thường sở hữu quyền tác giả đối với tác phẩm đó. Quyền tác giả đối với tác phẩm ghi hình, ghi âm, phát thanh truyền hình và xuất bản phẩm được công bố thường thuộc về người sản xuất, người phát thanh truyền hình hoặc nhà xuất bản tác phẩm đó. Cũng như đối với các vấn đề đã nêu ở trên, về vấn đề này luật pháp các quốc gia có quy định khác nhau, và các hợp đồng thuê mướn có tính cá nhân có thể quy định cụ thể vấn đề này.

Tôi có thể làm gì nếu tác phẩm của mình bị sử dụng mà không được phép?

Mặc dù bạn không có nghĩa vụ phải làm điều này, nhưng bạn cần cố gắng giải quyết vấn đề với bên có hành vi xâm phạm quyền tác giả của bạn. Mặc khác, bạn cần tìm sự giúp đỡ từ phía Toà án, nơi có thể đưa ra phán quyết, lệnh buộc bồi thường thiệt hại và tịch thu hàng hóa. Có thể bạn cũng cần đến ý kiến tư vấn về pháp lý.

Tên tác phẩm hoặc các ý tưởng có được bảo hộ quyền tác giả hay không?

Câu trả lời là không. Thông thường, tên hoặc nhan đề không được bảo hộ quyền tác giả. Mặc dù chính bản thân tác phẩm được bảo hộ, nhưng ý tưởng của tác phẩm thì không được bảo hộ quyền tác giả.

Phải chăng tác phẩm của tôi sẽ được bảo hộ ở nước ngoài?

Thông thường là được nhưng không phải luôn luôn như vậy. Điều này còn phụ thuộc vào việc quốc gia của bạn có phải là thành viên của các công ước quốc tế về lĩnh vực này hay không, đặc biệt là Công ước Berne về bảo hộ các tác phẩm văn học và nghệ thuật, và Công ước toàn cầu về quyền tác giả (Universal Copyright Covention – UCC).

7. Tư vấn của chuyên gia

Do những vấn đề phức tạp liên quan đến bảo hộ kiểu dáng, đăng ký và thực thi quyền đối với nhãn hiệu hàng hóa và luật bản quyền, các cá nhân và các công ty được khuyến nghị cần lấy ý kiến của chuyên gia về tất cả các lĩnh vực này. Ý kiến tư vấn cũng có thể liên quan đến các thủ tục và các yêu cầu về pháp lý đối với đơn đăng ký kiểu dáng hoặc nhãn hiệu hàng hóa. Ý kiến tư vấn cũng có thể liên quan đến việc các đăng ký này sẽ thực sự mang lại lợi ích cho công ty của bạn như thế nào. Hơn nữa, ý kiến tư vấn liên quan đến các đăng ký này phù hợp như thế nào

với sự phát triển sở hữu trí tuệ của công ty và với sự phát triển và kế hoạch kinh doanh mở rộng cũng sẽ là ý kiến có giá trị và cần được tư vấn nếu có thể.

Những thông tin khác

Nếu bạn muốn biết thêm thông tin về bất cứ điều gì được đề cập đến trong cuốn sách này, bạn hãy liên hệ với Cơ quan Sở hữu trí tuệ quốc gia, và nếu có thể, với chuyên gia tư vấn chuyên ngành luật và kinh doanh trong lĩnh vực này.

8. Kết luận

Các quyền sở hữu trí tuệ được đề cập đến trong phần II và III của cuốn sách này đều vô cùng cần thiết đối với sự thành công của công việc kinh doanh. Cũng vậy, việc không chú trọng đến các quyền này – dành cho chính bản thân bạn hoặc các đối thủ cạnh tranh của bạn – có thể dẫn đến thiệt hại nghiêm trọng hoặc mất đi các cơ hội kinh doanh. Khi bạn quyết định làm bất kỳ điều gì liên quan đến những vấn đề của cơ sở kinh doanh, thì chúng tôi hy vọng rằng với những thông tin trên, những thông tin khác mà bạn biết từ Cơ quan Sở hữu trí tuệ quốc gia và/hoặc từ chuyên gia tư vấn về sở hữu trí tuệ, bạn sẽ đưa ra được những quyết định hợp lý thay vì ít chú trọng đến các quyền sở hữu trí tuệ rất có giá trị và tiềm năng này.

Phần IV
MỘT SỐ TRANH CHẤP ĐIỂN HÌNH LIÊN QUAN ĐẾN SỞ HỮU CÔNG NGHIỆP Ở VIỆT NAM

1. Khái quát tình trạng vi phạm quyền sở hữu công nghiệp tại Việt Nam

Tình trạng vi phạm sở hữu công nghiệp tại Việt Nam hiện nay đã và đang trở thành một vấn đề nhức nhối với các nhà sản xuất, kinh doanh, các cơ quan quản lý nhà nước cũng như toàn xã hội. Sự nỗ lực trong cuộc đấu tranh chống lại các hành vi vi phạm quyền sở hữu công nghiệp trong thời gian qua là rất lớn. Tuy nhiên, hiệu quả hầu như còn rất hạn chế, nếu không muốn nói là căn bệnh kinh tế - xã hội này đang có xu hướng gia tăng.

Thực tiễn đấu tranh chống lại các hành vi vi phạm quyền sở hữu công nghiệp trong những năm qua cho thấy tình trạng này ngày càng phát triển theo chiều hướng đa dạng và phức tạp.

- Số lượng các vụ việc được phát hiện và xử lý ngày càng nhiều. Hàng vi phạm sở hữu công nghiệp được sản xuất và lưu thông ở hầu hết các tỉnh, thành phố trong cả nước. Ở đâu có sản xuất và lưu thông hàng hóa thì ở đó có hàng vi phạm, chúng chiếm một thị phần lớn và cạnh tranh gay gắt với hàng thật

- Quy mô và hình thức tổ chức sản xuất, kinh doanh hàng vi phạm quyền sở hữu công nghiệp ngày càng phức tạp. Hàng vi phạm được sản xuất, phân phối theo các kênh khác nhau dưới những hình thức hết sức tinh vi, chẳng hạn như hợp tác thuê gia công hay lập dự án đầu tư nước ngoài.

- Hàng vi phạm sở hữu công nghiệp rất đa dạng, từ những mặt hàng đơn giản như lương thực, thực phẩm đến những mặt hàng có yêu cầu kỹ thuật cao như ti vi, máy tính. Hơn nữa nó

còn phổ biến trong hầu hết các lĩnh vực như thức ăn gia súc, phân bón, mỹ phẩm, dược phẩm, vật liệu xây dựng, đồ điện tử, máy móc...

- Nguồn gốc xuất xứ của hàng vi phạm quyền sở hữu công nhiệp bao gồm hàng vi phạm sản xuất trong nước và hàng ngoại nhập.

- Chủ thể vi phạm gồm nhiều thành phần khác nhau: hộ gia đình, doanh nghiệp tư nhân hoặc các chủ thể nước ngoài sản xuất hàng vi phạm sau đó nhập khẩu vào Việt Nam.

Tình trạng vi phạm sở hữu công nghiệp nghiêm trọng như đã nêu trên có tác động rất lớn đến đời sống kinh tế - xã hội. Tuy nhiên, trong thời gian qua những tác động tiêu cực của tình trạng này mới chỉ được nhìn nhận một cách thiển cận, phiến diện và mang tính trực tiếp. Chính từ cách nhìn nhận như vậy mà chúng ta mới chỉ nhìn thấy các tác hại của nó đối với sức khỏe và các lợi ích khác của người tiêu dùng với hoạt động kinh doanh của từng chủ thể mà chưa nhận thấy các tác hại, ảnh hưởng mang tính vĩ mô đến sự phát triển của nền kinh tế, làm mất đi tính hấp dẫn của môi trường đầu tư nước ngoài. Với mục đích huy động vốn, thu hút công nghệ và học hỏi kinh nghiệm quản lý của nước ngoài để phát triển, nhà nước ta đang ra sức thiết lập một môi trường đầu tư có tính hấp dẫn bằng nhiều biện pháp khác nhau như đơn giản hóa thủ tục hải quan và các thủ tục hành chính, áp dụng các biện pháp ưu đãi thuế, thời hạn đầu tư... Nhưng chính vì không có biện pháp ngăn chặn có hiệu quả các hành vi sản xuất kinh doanh hàng vi phạm quyền sở hữu công nghiệp đã làm cho nỗ lực cải cách nhiều khi vô nghĩa và trở thành rào cản rất lớn đối với hoạt động đầu tư nước ngoài. Nhiều nhà đầu tư nước ngoài đã tỏ ra hoang mang và mất lòng tin vào thị trường Việt Nam khi họ nhìn thấy quyền và lợi ích của hàng loạt các công ty khác bị vi phạm một cách nghiêm trọng. Do đó, chắc chắn rằng không ai lại có thể tin tưởng để đầu tư vốn vào một moi trường mà ở đó quyền và

lợi ích của họ luôn luôn có thể bị đe doạ xâm phạm và không có một cơ chế đủ mạnh để bảo đảm cho họ.

Tình trạng vi phạm sở hữu công nghiệp còn ngăn cản hoạt động chuyển giao công nghệ và hình thành thị trường công nghệ ở Việt Nam. Hiện nay công nghệ không chỉ được chuyển giao vào Việt Nam thông qua việc góp vốn các dự án đầu tư nước ngoài mà còn được chuyển giao thông qua hình thức mua bán công nghệ thông thường. Nhưng liệu người có công nghệ có mong muốn chuyển giao công nghệ của họ khi nó dễ dàng bị ăn cắp? Hơn nữa xét dưới góc độ kinh tế thì chắc chắn rằng hiệu quả đem lại từ việc chuyển giao công nghệ luôn bị cạnh tranh khốc liệt bởi hàng vi phạm với chất lượng thấp nhưng giá rẻ lại phù hợp với điều kiện kinh tế của đại đa số người tiêu dùng.

Có rất nhiều nguyên nhân dẫn đến tình trạng vi phạm sở hữu công nghiệp ở Việt Nam, trong đó nguyên nhân chủ yếu là: Sản xuất kinh doanh hàng vi phạm mang đến cho những người vi phạm lợi nhuận cao, các cơ quan nhà nước có thẩm quyền xử lý chưa nghiêm các hành vi vi phạm; hệ thống, chính sách pháp luật còn thiếu, chưa đồng bộ và không rõ ràng; các cơ quan tổ chức của nhà nước chưa được tổ chức khoa học và hiệu quả hoạt động chưa cao. Ngoài ra, việc chưa có một cơ quan chuyên môn về phòng chống và xử lý vi phạm quyền sở hữu công nghiệp cũng là một trong những nguyên nhân làm cho tình trạng vi phạm quyền sở hữu công nghiệp ngày càng tăng.

Để khắc phục và ngăn chặn một cách có hiệu quả và hạn chế tối đa các tác động của tình trạng này đến sự phát triển lành mạnh của nền kinh tế, cần thiết phải có một giải pháp đồng bộ bao gồm: Hoàn thiện hệ thống pháp luật về sở hữu công nghiệp, xử lý nghiêm minh các hành vi vi phạm sở hữu công nghiệp; nâng cao dân trí thông qua việc tuyên truyền và phổ biến các kiến thức liên quan đến hàng giả và đấu tranh chống hàng giả đến mọi người dân; tăng cường hợp tác quốc tế nhằm ngăn chặn hàng vi phạm sở hữu công nghiệp vào Việt Nam.

2. Tập hợp tranh chấp điển hình liên quan đến sở hữu công nghiệp của doanh nghiệp Việt Nam

2.1. Tranh chấp Thương hiệu

2.1.1. Tình huống số 1: Tranh chấp thương hiệu HN sau cổ phần hóa doanh nghiệp

A.(2.1.1) Tình huống

Công ty Thực phẩm MB trực thuộc Bộ Thương mại là một công ty đã có bề dày truyền thống về sản xuất cung cấp các loại thực phẩm bán trên thị trường. Thành phần của Công ty bao gồm nhiều xí nghiệp nhỏ, trong đó có Xí nghiệp Bánh kẹo HN là một xí nghiệp được người tiêu dùng biết đến qua nhiều sản phẩm bánh kẹo nổi tiếng.

Đến tháng 3/1999, Xí nghiệp Bánh kẹo HN đã làm đơn đề nghị Công ty Thực phẩm MB (đơn vị chủ quản) và Bộ Thương mại cho phép tiến hành phương án cổ phần hóa và đề nghị này đã được cả hai cơ quan trên chấp thuận. Sau đó Xí nghiệp bánh kẹo HN đã tiến hành xây dựng phương án cổ phần hóa doanh nghiệp nhà nước Xí nghiệp Bánh kẹo HN thuộc Công ty Thực phẩm MB.

Ngày 31/7/1999. Hội đồng xác định giá trị doanh nghiệp gồm 7 thành viên đã tiến hành làm việc tại Xí nghiệp Bánh kẹo HN. Là một Xí nghiệp sản xuất nhỏ nên Hội đồng thống nhất không tính lợi thế thương mại. Chính vì thế cột số liệu xác định lại trong bảng "Kết quả xác định giá trị doanh nghiệp" cũng đã ghi:

Giá trị lợi thế kinh doanh của doanh nghiệp là 0.

Giá trị thực tế của doanh nghiệp : 3.000.530.934đ

Tổng giá trị phần vốn nhà nước tại doanh nghiệp: 508.384.832đ.

Những số liệu trên cũng đã được thừa nhận tại mục 2, Điều 1, Quyết định số 1560/2000/QĐ-BTM ngày 15/11/2000 của Bộ Thương mại về việc "chuyển doanh nghiệp nhà nước Xí nghiệp

Bánh kẹo HN thuộc Công ty Thực phẩm MB thành Công ty cổ phần Bánh kẹo HN".

Điều 2, Quyết định 1560 quy định: Tên gọi đầy đủ bằng tiếng Việt của đơn vị là "Công ty cổ phần Bánh kẹo HN" và tên giao dịch quốc tế là "HN CONFECO". Và Điều 3 Quyết định này cũng ghi rõ ngành nghề Công ty cổ phần Bánh kẹo HN được kinh doanh là "sản xuất kinh doanh bánh mứt kẹo; sản xuất kinh doanh các mặt hàng thực phẩm, nông sản, rau quả, rượu bia, nước giải khát; kinh doanh dịch vụ kho tàng, văn phòng làm việc; trực tiếp xuất khẩu các mặt hàng trong phạm vi kinh doanh".

Để việc sản xuất , kinh doanh sau khi phương án cổ phần hóa được Bộ Thương mại phê duyệt được thuận lợi và đúng pháp luật, Xí nghiệp Bánh kẹo HN đã tiến hành một số thủ tục cần thiết theo luật định như làm đơn yêu cầu đăng ký "nhãn hiệu HN và hình" cho sản phẩm bánh, mứt kẹo (nhóm 30), bia (nhóm 32) và rượu các loại (nhóm 33) (theo đơn số 44226 ngày 15/12/1999).

Sau đó một thời gian, khi mà việc cổ phần hóa đã được hoàn tất thì Công ty cổ phần Bánh kẹo HN nhận được tin, ngày 29/6/1999 Xí nghiệp chế biến thực phẩm (thuộc Công ty Thực phẩm MB) đã có đơn 42280 yêu cầu đăng ký "nhãn hiệu HN & hình" cho sản phẩm rượu các loại (nhóm 33) và ngày 29/10/1999 Công ty Thực phẩm MB có đơn số 44133 yêu cầu đăng ký nhãn hiệu "HN" cho các sản phẩm bánh mứt kẹo và các sản phẩm khác thuộc nhóm 30. Thế là việc tranh chấp nhãn hiệu "HN" giữa Công ty cổ phần Bánh kẹo HN và Công ty Thực phẩm MB đã bắt đầu nổ ra và các cơ quan chức năng cũng bắt đầu "vào cuộc".

Trong quá trình giải quyết tranh chấp nhãn hiệu "HN", Bộ Thương mại đề ra hai phương án giải quyết chính thức như sau:

Đề nghị hai bên dùng chung phần chữ "HN" và bổ sung thêm phần dấu hiệu riêng của mình (Công văn số 1441/BTM-QLCL ngày 16/1/2002).

Sau khi Bộ Thương mại đã tổ chức hòa giải hai bên không thành, đề nghị Cục Sở hữu công nghiệp cấp giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu "HN" cho Công ty Thực phẩm MB vì nộp đơn trước theo Điều 785 Bộ luật Dân sự và Nghị định 63/CP (Công văn số 2334/TM-KH ngày 18/6/2002) (trích thông báo số 8982/NH ngày 16/8/2002 của Cục Sở hữu Công nghiệp về việc giải quyết tranh chấp đăng ký nhãn "HN"). Tại Thông báo này, Cục Sở hữu công nghiệp cũng đưa ra kết luận giải quyết vụ tranh chấp này như sau: Chấp thuận việc Công ty thực phẩm MB và Xí nghiệp Bánh kẹo HN dùng chung phần chữ "HN" cho các sản phẩm nhóm 30; không cấp giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu cho Xí nghiệp Bánh kẹo HN bảo hộ nhãn hiệu "HN" cho các sản phẩm nhóm 32 và 33.

B.(2.1.1) Giải quyết tình huống

a) Xét về tính lịch sử của sự việc:

Mặt hàng bánh kẹo mang nhãn hiệu "HN" được người tiêu dùng trong nước biết đến và ưa chuộng từ lâu là do Xí nghiệp Bánh kẹo HN sản xuất ra (Xí nghiệp Bánh kẹo HN được thành lập năm 1981 theo Quyết định của Bộ Nội thương). Về việc này, tại phần III Thông báo số 8982/NH ngày 16/8/2002 của Cục Sở hữu công nghiệp cũng đã nhận định: "Xí nghiệp Bánh kẹo HN (nay là Công ty cổ phần Bánh kẹo HN) đã sử dụng nhãn hiệu "HN" cho sản phẩm bánh kẹo từ năm 1981, tuy có chuyển đổi về tổ chức năm 1993, 1996, 2000 nhưng trong thực tế đã có quá trình sử dụng nhãn hiệu này một cách liên tục, rộng rãi, từ đó đến nay cho các sản phẩm bánh mứt kẹo. Việc Xí nghiệp Bánh kẹo HN nộp đơn đăng ký nhãn hiệu số 44226 là phù hợp theo quy định hiện hành". Tiếp đến từ năm 1994 chính mặt hàng bia mang nhãn hiệu "HN" cũng được xí nghiệp này sản xuất ra và đưa ra thị trường.

b) Các văn bản ban hành chưa nhất quán:

Vụ tranh chấp nay chủ yếu trong nội bộ Công ty nên khi giải quyết các cơ quan chức năng liên quan cần phải đề ra những

văn bản để giải quyết dứt điểm. Điều đáng buồn là qua tình huống này các văn bản ban hành đều không nhất quán là nhãn hiệu "HN" sẽ thuộc về công ty nào, ngay trong "Biên bản xác định giá trị của Xí nghiệp Bánh kẹo HN" đã được Hội đồng xác định giá trị doanh nghiệp ký ngày 31/7/2000 thì toàn bộ lợi thế thương mại doanh nghiệp (tài sản vô hình) mà Xí nghiệp Bánh kẹo HN đã và đang sử dụng trong hoạt động kinh doanh đều được Công ty thực phẩm MB chuyển cho Công ty cổ phần Bánh kẹo HN. Điều này cũng đã được Bộ Thương mại ký nhận tại Quyết định số 1560/2000/QĐ-BTM ngày 15/11/2000. Song không hiểu căn cứ vào tài liệu nào, ngày 16/1/2002 BTM lại ra văn bản 1414/ BTM - QLCL với nội dung đề nghị hai bên dùng chung phần chữ "HN" và bổ sung thêm phần dấu hiệu riêng của mình. Và ngày 18/6/2002, Bộ Thương mại lại ra tiếp văn bản số 2334/TM-KH với nội dung hoàn toàn khác, cụ thể là: "Đề nghị Cục Sở hữu công nghiệp cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu "HN" cho Công ty thực phẩm MB".

Giá trị của doanh nghiệp cổ phần hóa cũng đã được quy định rất rõ tại Nghị định 64/2002/NĐ - CP ngày 19 /6/2002 của Chính phủ về việc chuyển doanh nghiệp nhà nước thành công ty cổ phần. Trong đó, điều 15 quy định giá trị doanh nghiệp cổ phần hóa bao gồm giá trị thực tế của doanh nghiệp là giá trị toàn bộ tài sản hiện có của doanh nghiệp tại thời điểm cổ phần hóa có tính đến khả năng sinh lời của doanh nghiệp mà người mua, người bán cổ phần đều chấp nhận được.

C.(2.1.1). Bình luận và lưu ý

Đây là tình huống xảy ra từ thực tế nhiều khi các ngành chức năng chưa lường hết được, khi có tranh chấp lại giải quyết không nhất quán khiến tranh chấp kéo dài, mà người gánh chịu là các doanh nghiệp. Do đó để tránh xảy ra các tranh chấp đáng tiếc khác thì nên đưa điều khoản về thương hiệu vào tất cả các hợp đồng đại lý, liên doanh, liên kết, thay đổi mô hình hoạt động công ty, trong quan hệ công ty mẹ và công ty con. Bởi hiện nay, tình trạng các đại lý, đối tác liên doanh liên kết lạm dụng, tìm

cách nắng tay trên thương hiệu khá phổ biến trong nước và nước ngoài. Khi thay đổi vốn góp, khi thực hiện cổ phần hóa, chia - tách - sáp nhập, giải thể doanh nghiệp cần có các hợp đồng về chuyển nhượng quyền sử dụng và sở hữu thương hiệu.

2.1.2. Tình huống số 2: Tranh chấp thương hiệu của Công ty Trà QT

A.(2.1.2) Tình huống

Doanh nghiệp Trà QT - Bảo Lộc chuyên sản xuất trà ướp hương với nhãn hiệu "QT - Voi vàng" do ông Vũ NĐ tạo lập từ năm 1956. Từ trước tới nay, trụ sở của Công ty Trà QT luôn đóng tại số 109 Lê Hồng Phong, Bảo Lộc, tỉnh Lâm Đồng. Trà QT - Bảo Lộc đã chứng minh sự tồn tại hợp pháp qua hơn 40 năm hoạt động bằng nhiều văn bản như: giấy phép kinh doanh, nhãn hiệu, hợp đồng kinh tế, hóa đơn nộp thuế... Tháng 9/1997. doanh nghiệp Trà QT - Bảo Lộc mới nộp đơn xin đăng ký nhãn hiệu hàng hóa tại Cục Sở hữu công nghiệp. Đến tháng 3/1999, Cục Sở hữu công nghiệp đã có thông báo từ chối cấp giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa với lý do: Chữ "QT" của trà QT - Bảo Lộc trùng với chữ "QT" của cơ sở Trà QT (373/5 Phan Chu Trinh, Tam Kỳ, tỉnh Quảng Nam) đã được cấp giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa số 1307 ngày 14/8/1994.

Được biết, để giữ gìn một thương hiệu uy tín của người cha để lại, chủ doanh nghiệp Trà QT Bảo Lộc, ông Vũ XV (con ông Vũ NĐ) đã tìm cách liên lạc để thương lượng với ông D, chủ cơ sở Trà QT Tam Kỳ để "trả lại" thương hiệu một cách ôn hoà. QT Tam Kỳ đã đặt điều kiện QT Bảo Lộc muốn giành lại thương hiệu phải bồi thường cho QT Tam Kỳ 100 triệu đồng. Ông Vũ XV đồng ý nhưng đến ngày giao hẹn bồi thường, QT Tam Kỳ bỗng dưng nâng mức tiền lên 300 triệu đồng(!?). Không còn cách nào khác QT Bảo Lộc phải đòi lại thương hiệu QT theo luật định.

Không chỉ bị người khác đăng ký thương hiệu trước, Trà QT - Bảo Lộc còn bị cơ sở Trà QT - Tam Kỳ khiếu nại sử dụng bất

hợp pháp nhãn hiệu "QT" trên bao bì sản phẩm. Trà QT - Bảo Lộc đã làm đơn khiếu nại và đề nghị Cục Sở hữu công nghiệp hủy bỏ giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa số 13027 đã cấp cho cơ sở Trà QT - Tam Kỳ. Đến ngày 16/7/2002, Cục Sở hữu công nghiệp ra văn bản số 858/KN đề nghị hủy bỏ giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa 13027 đối với Trà QT Tam Kỳ, văn bản có nêu: Phía cơ sở QT (Lâm Đồng) đã có quá trình sử dụng nhãn hiệu QT từ rất lâu và đã có ý định quyền sở hữu cũng như quảng bá nhãn hiệu dưới tên mình (nhãn hiệu được đăng ký từ năm 1963 và được quảng cáo trên báo chí từ năm 1964). Vì vậy có cơ sở cho rằng "QT & hình" đã được cơ sở QT (Lâm Đồng) sử dụng rộng rãi từ trước ngày ưu tiên của giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa số 13027.

Nhưng sau đó, QT Tam Kỳ lại khiếu nại và lần này ngày 14/1/2003, Cục Sở hữu công nghiệp đã có Quyết định số 05/ QĐ - KN bác bỏ khiếu nại của doanh nghiệp Trà QT - Bảo Lộc vì "không có cơ sở pháp lý" và quay lại công nhận nhãn hiệu hàng hóa độc quyền cho QT Tam Kỳ.

B.(2.1.2.) Giải quyết tình huống

Doanh nghiệp Trà QT - Bảo Lộc có vi phạm sở hữu nhãn hiệu hàng hóa đã được bảo hộ Trà QT - Tam Kỳ?

Công ty INVESTIP - đại diện ủy quyền cho doanh nghiệp Trà QT - Bảo Lộc trong vụ kiện này đã trưng ra hàng chục giấy chứng nhận, trong đó có nhiều văn bản do các đơn vị của địa phương cấp cho doanh nghiệp Trà QT - Bảo Lộc từ trước khi Cục Sở hữu công nghiệp cấp giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa cho Trà QT - Tam Kỳ. Công ty INVESTIP cũng cho rằng, hai nhãn hiệu này có sự khác biệt lớn, do đó không thể nào cho rằng doanh nghiệp Trà QT - Bảo Lộc vi phạm quyền sở hữu nhãn hiệu hàng hóa như cơ sở Trà QT - Tam Kỳ đã khiếu nại.

Doanh nghiệp Trà QT - Bảo Lộc có từ năm 1956 đến nay liên tục sử dụng nhãn hiệu "QT, hình con voi trong phong cảnh núi

rừng và chữ Voi Vàng", "QT" không chỉ là nhãn hiệu mà còn là tên thương mại của doanh nghiệp Trà QT - Bảo Lộc đã được cầu chứng tại Tòa thương mại Đà Lạt trước năm 1975 và được quảng cáo trên báo chí từ năm 1964, là nhãn hiệu được truyền từ người sáng lập đến người thừa kế. So với nhãn hiệu Trà QT - Tam kỳ, hai nhãn hiệu tuy có trùng nhau về chữ "QT" nhưng khả năng phân biệt cao, khi xét về nguồn gốc, đặc điểm chất lượng hàng hóa. Tuy nhiên, thời gian trước năm 1997, hoạt động sở hữu công nghiệp còn mới mẻ, doanh nghiệp Trà QT - Bảo Lộc chậm tiến hành thủ tục đăng ký sở hữu công nghiệp nên chưa được công nhận.

C.(2.1.2). Bình luận và lưu ý

Trà QT - Bảo Lộc nổi tiếng khắp miền Nam từ hơn 40 năm qua, nhưng do chậm đăng ký nhãn hiệu hàng hóa đã bị một doanh nghiệp khác nhanh tay đăng ký bảo hộ nhãn hiệu "QT" cho sản phẩm của họ. Vụ việc trở nên phức tạp khi có nhiều ý kiến khác nhau. Xin lưu ý rằng tại khoản 1, Điều 16, Nghị định 63/CP về "nguyên tắc nộp đơn đầu tiên" đã quy định rõ: "Nếu từ hai chủ thể trở lên đều nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ với cùng một sáng chế, một giải pháp hữu ích, một kiểu dáng công nghiệp, một nhãn hiệu hàng hóa dùng cho cùng một loại sản phẩm, dịch vụ thì khi được cấp, Văn bằng bảo hộ được cấp cho người nộp đơn sớm nhất trong số những người nộp đơn đó". Ai sẽ thắng trong vụ kiện này sẽ do các cơ quan chức năng có thẩm quyền phán xét. Tuy nhiên, qua vụ tranh chấp thương hiệu này, việc mất của và mất công như doanh nghiệp Trà QT - Bảo Lộc là một bài học đắt giá cho doanh nghiệp.

2.1.3. Tình huống số 3: Tranh chấp thương hiệu của Công ty May VT

A.(2.1.3). Tình huống

Nhãn hiệu VT được tiêu dùng tín nhiệm, là 1 trong 3 nhãn hiệu ngành dệt may thời trang đạt giải Mai Vàng hội nhập tại Hội chợ Mêkong Expo 2003, nhưng vừa qua đã nảy sinh sự

tranh chấp giữa ông Nguyễn TV và bà Đặng QĐ về quyền làm chủ nhãn hiệu này.

Mọi việc bắt đầu từ năm 1995, khi ông Nguyễn TV mở cửa hiệu bán quần áo thời trang tại 195 Phan Đình Phùng - Phú Nhuận - TP. Hồ Chí Minh. Theo xác nhận của bà Đỗ Thị TA với tư cách người đứng tên chủ cơ sở, do khi thành lập, ông TV không có hộ khẩu tại TP. Hồ Chí Minh nên nhờ bà đứng tên. Theo ông TV trong số những người phụ giúp ông bán hàng có bà Đặng QĐ gọi ông TV là chú. Đến năm 1997 bà QĐ ra mở cửa hàng riêng tại 262 Phan Đình Phùng - Phú Nhuận - TP. Hồ Chí Minh và cũng mang tên VT. Cũng giống như ông TV, do không có hộ khẩu nên bà QĐ cũng nhờ bà Trương Thị QC đứng tên trong giấy phép kinh doanh. Mâu thuẫn bắt đầu từ chỗ cả hai cửa hàng cùng mang tên VT. Năm 2001, Cơ sở VT ở 195 Phan Đình Phùng của ông TV đã trở thành công ty TNHH thương mại sản xuất thời trang VT. Trong thời gian này, để thuận tiện cho việc kinh doanh, ông TV đã tiến hành đăng ký nhãn hiệu hàng hóa, nhưng bị Cục Sở hữu công nghiệp từ chối vì trước đó đã cấp bằng bảo hộ nhãn hiệu VT cho bà QĐ. Chấp hành luật và để không bị ngưng trệ hoạt động nên đến giữa năm 2002 ông TV đành phải sử dụng nhãn hiệu ViTy thay cho nhãn hiệu VT và nộp đơn khiếu nại lên Cục Sở hữu công nghiệp yêu cầu hủy bỏ nhãn hiệu VT của bà QĐ. Tranh chấp lại càng trở nên căng thẳng khi giá trị của nhãn hiệu VT đang chiếm được lòng tin của người tiêu dùng.

B.(2.1.3). Giải quyết tình huống

Đại diện cho ông TV - Công ty Phạm và Liên danh cho rằng việc đăng ký nhãn hiệu VT của bà QĐ là hành vi cạnh tranh không lành mạnh với mục đích lợi dụng uy tín nhãn hiệu VT ở 195 Phan Đình Phùng. Hơn ai hết khi tiến hành đăng ký nhãn hiệu VT bà QĐ phải biết tên VT thuộc cơ sở ông TV từ năm 1995 và do vậy Công ty Phạm và Liên danh kết luận vào thời điểm bà QĐ nộp đơn xin bảo hộ nhãn hiệu VT không đáp ứng tiêu chuẩn bảo hộ vì trùng tên thương mại của ông TV theo quy

định tại khoản 1f, Điều 6, Nghị định 63/CP và đề nghị Cục Sở hữu công nghiệp hủy bỏ giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa số 35492 ký ngày 21/11/2000 bảo hộ nhãn hiệu VT cho bà QĐ. Để giải quyết vụ tranh chấp, Cục Sở hữu công nghiệp đã có công văn 367/KN ký ngày 26/3/2003 gửi Công ty INVESTIP đại diện cho bà QĐ với nội dung "...Công ty TNHH Thương mại sản xuất thời trang VT tiếp tục bổ sung chứng cứ về đề nghị hủy bỏ hiệu lực Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa số 35492, theo đó Công ty TNHH sản xuất thời trang VT được chuyển đổi từ cơ sở VT là cơ sở đã sử dụng trước nhãn hiệu VT, do vậy, quyền sử dụng nhãn hiệu này phải thuộc về Công ty TNHH Thương mại sản xuất thời trang VT. Trong tài liệu bổ sung có kèm theo văn bản của bà Đỗ Thị TA phản bác công văn số 521/IP-KN của Công ty INVESTIP và vẫn tiếp tục khẳng định nội dung xác nhận trước đây cho Công ty TNHH Thương mại sản xuất thời trang VT, với nội dung: "Tôi đã đọc xong công văn của Công ty INVESTIP và rất bất bình, đặc biệt là phần nội dung có liên quan tới tôi vì nó không đúng sự thật. Nay bằng văn bản này tôi khẳng định toàn bộ nội dung xác nhận trước đây của tôi liên quan tới tờ trình của ông TV đối với nhãn hiệu VT là đúng theo những gì mà tôi biết và hoàn toàn là sự thật".

C.(2.1.3). Bình luận và lưu ý

Qua vụ tranh chấp này nhiều người đã cho rằng tranh chấp sẽ không xảy ra nếu như cơ quan chức năng thực hiện đúng vai trò của mình. Tại sao bà QĐ và ông TV đều được cấp giấy phép thành lập Công ty TNHH VT trong khi cả hai Công ty đều kinh doanh hàng quần áo thời trang? Và ông TV đã phải trả giá khi không kịp thời đăng ký nhãn hiệu hàng hóa cho các sản phẩm của mình. Đây cũng là bài học cho các doanh nghiệp nhất là đối với những doanh nghiệp mới thành lập không chú ý đến đăng ký và bảo hộ thương hiệu để đến khi "mất bò mới lo làm chuồng". Vụ tranh chấp này không những làm khó cho các cơ quan chức năng mà còn làm mất đi tình huyết thống, gia tộc.

2.2. Doanh nghiệp Việt Nam đánh cắp nhãn hiệu nước ngoài

2.2.1. Tranh chấp số 1: Tranh chấp thương hiệu nhôm TK

A.(2.2.1) Tình huống

Công ty công nghiệp TNHH TK là một doanh nghiệp vốn 100% của nước ngoài, chuyên sản xuất các sản phẩm nhôm định hình dùng trong công nghiệp và xây dựng. TK đã được Trung - Việt Development Corporation cho phép sử dụng độc quyền nhãn hiệu "TK & hình" tại Việt Nam được Cục Sở hữu công nghiệp cấp giấy cứng nhận đăng ký hợp đồng li-xăng số 504/ĐKHĐLX ngày 31/5/2000.

Nhãn hiệu "TK & hình" bao gồm phần chữ "TK" và phần hình tròn bên trong được thiết kế làm nổi bật chữ T và chữ K được cách điệu. TK đã sử dụng phần hình tròn này làm logo cho công ty. Để phân biệt với các sản phẩm khác trên thị trường, TK đã đóng logo này lên sản phẩm nhôm định hình do Công ty sản xuất.

Với chất lượng tốt, mẫu mã đa dạng và phong phú, giá cả lại vừa phải cùng với các chương trình tiếp thị khuyến mãi hấp dẫn đã nhanh chóng được thị trường chấp nhận. Nhà máy của TK ở Khu công nghiệp Biên Hòa 2 luôn hoạt động hết công suất, sản phẩm của Công ty đã được cấp giấy chứng nhận nhãn hiệu có uy tín tại Việt Nam năm 2003.

Để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường. Công ty TK đã phải tăng vốn từ 5,5 triệu USD ban đầu lên 25 triệu USD để đầu tư nhà máy thứ hai tại Hải Dương có công suất gấp 3 lần nhà máy tại Khu công nghiệp Biên Hòa 2. Tuy nhiên, kế hoạch của Công ty TK có khả năng bị phá vỡ do bị Công ty nhôm SH (trực thuộc Bộ Xây dựng) xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp. Từ tháng 8/2002, Công ty TK đã phát hiện Công ty nhôm SH đã dùng dấu hiệu tương tự như logo của TK để đóng lên sản phẩm của họ, gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng, thêm vào đó, giá sản phẩm của SH lại thấp hơn giá sản phẩm của TK

từ 2000 - 3000đ/kg làm cho thị phần của TK bị ảnh hưởng nghiêm trọng, nhất là tại các tỉnh phía Bắc.

Quá bức xúc, Công ty TK đã có văn bản khiếu nại tại Cục Sở hữu công nghiệp, Thanh tra Bộ Khoa học và Công nghệ đề nghị xử lý việc vi phạm của Công ty nhôm SH.

Cục Sở hữu công nghiệp trong văn bản số 334/KN ngày 20/3/2003 (về việc xâm phạm nhãn hiệu hàng hóa) và văn bản số 408/KN (về việc giám định nhãn hiệu hàng hóa đã vi phạm) gửi Thanh tra Bộ Khoa học và Công nghệ khẳng định: "Việc Công ty nhôm SH sử dụng dấu hiệu "hình" đó cho sản phẩm hợp kim nhôm phục vụ cho xây dựng có thể gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng và là hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp của chủ nhãn hiệu hàng hóa đã được quy định tại điều 805 Bộ Luật Dân sự".

Sau khi có văn bản của Cục Sở hữu công nghiệp, Thanh tra Bộ Khoa học và Công nghệ đã tiến hành thanh tra trụ sở Công ty nhôm SH tại Việt Trì và chi nhánh Công ty nhôm SH tại Hà Nội, lập biên bản ghi nhận và kê biên lượng hàng tồn kho mang dấu hiệu vi phạm của Công ty nhôm SH, yêu cầu công ty ngưng bán số hàng này. Tiếp đó, ngày 4/3/2003, Thanh tra Bộ Khoa học và Công nghệ đã có buổi làm việc với đại diện của Công ty nhôm SH, yêu cầu Công ty chấm dứt ngay hành vi xâm phạm, ngưng suất kho số lượng hàng tồn kho, nhưng Công ty nhôm SH không thừa nhận vi phạm, đã vậy còn có văn bản kiến nghị Cục Sở hữu công nghiệp, Bộ Khoa học và Công nghệ xem xét lại vấn đề này.

Ngày 30/7/2003, Chánh Thanh tra Bộ Khoa học và Công nghệ đã có văn bản 170/BKH-CN gửi Công ty TK, trong đó có nêu lý do: "Ngày 22/4/2003 Bộ Khoa học và Công nghệ nhận được đơn của Công ty nhôm SH đề nghị Thanh tra Bộ Khoa học và Công nghệ tạm dừng quyết định xử lý để chờ kết quả khiếu nại của Công ty tại Cục Sở hữu công nghiệp. Trong thời gian Cục Sở hữu công nghiệp giải quyết khiếu nại của Công ty nhôm

SH thì có việc thay đổi chức năng quản lý nhà nước về nhãn hiệu hàng hóa của Bộ Khoa học và Công nghệ. Do đó, cho đến nay, Thanh tra Bộ Khoa học và Công nghệ chưa nhận được kết quả giải quyết khiếu nại của Cục Sở hữu công nghiệp đối với vụ việc liên quan. Vì vậy, Bộ Khoa học và Công nghệ thông báo cho Công ty biết lý do vì sao đơn đề nghị xử lý vi phạm nhãn hiệu hàng hóa của Công ty chưa được giải quyết"

B.(2.2.1). Giải quyết tình huống

a) Việc vi phạm quyền sở hữu công nghiệp cần giải quyết theo đúng luật:

Khiếu nại của công ty TNHH TK mặc dù đã được Cục Sở hữu công nghiệp trả lời trong văn bản số 334/KN ngày 20/3/2003 (về việc xâm phạm nhãn hiệu hàng hóa) và văn bản số 408/KN (về việc giám định nhãn hiệu hàng hóa đã vi phạm) gửi Thanh tra Bộ Khoa học và Công nghệ khẳng định: "Việc Công ty nhôm SH sử dụng dấu hiệu "hình" đó cho sản phẩm khung hợp kim nhôm phục vụ cho xây dựng có thể gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng và là hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp của chủ nhãn hiệu hàng hóa đã được quy định tại Điều 805 Bộ Luật Dân sự", nhưng trong quá trình thanh tra, kiểm tra các cơ quan chức năng vẫn chưa đưa ra chế tài xử phạt để buộc đối tượng vi phạm phải dừng ngay hành vi vi phạm.

b) Công ty TNHH TK sử dụng nhãn hiệu TK đúng theo quy định:

Mặc dù nhãn hiệu nhôm TK không phải là nhãn hiệu mà Công ty có nhưng để được sử dụng nhãn hiệu này Công ty đã được Trung - Việt Development Corporation L.L.C cho phép sử dụng độc quyền nhãn hiệu "TK& hình" tại Việt Nam và được Cục Sở hữu công nghiệp cấp giấy chứng nhận đăng ký hợp đồng li-xăng số 504/ĐKHĐLX ngày 31/5/2000. Trong khi đó, Công ty nhôm SH sử dụng nhãn hiệu TK cho các sản phẩm của mình nhưng lại chưa có sự đồng ý của chủ thương hiệu TK.

C.(2.2.1). Bình luận và lưu ý

Trong quá trình hội nhập kinh tế hiện nay, mặc dù có nhiều công ty không chính thức sử dụng thương hiệu của mình mà phải sử dụng những thương hiệu của người khác. Nhưng ở đây, Công ty TNHH TK đã phải bỏ tiền ra mua thương hiệu nhôm TK của Trung - Việt Development Corporation L.L.C và để được sử dụng độc quyền thương hiệu này, Công ty đã có hợp đồng li-xăng được cấp giấy chứng nhận tại Việt Nam. Điều đáng buồn là có một Công ty nhà nước đã ngang nhiên sử dụng thương hiệu này một cách bất hợp pháp. Thực tế cho thấy, hiện nay nhiều doanh nghiệp của Việt Nam vẫn chưa thực sự làm quen với những phương thức chuyển nhượng, chuyển giao thương hiệu để sử dụng các thương hiệu đã có tiếng trên thị trường một cách hợp pháp. Đây cũng được coi là phương thức kinh doanh khá phổ biến tại các nước trên thế giới để đồng vốn của các nhà đầu tư bỏ ra được quay vòng nhanh, bởi tạo dựng được một thương hiệu có uy tín trên thị trường không phải là chuyện đơn giản.

2.2.2. Tình huống số 2 : Tranh chấp thương hiệu MP

A.(2.2.2). Tình huống

Từ lâu cơ sở sản xuất hàng tiêu dùng AQ đã được người tiêu dùng biết đến với những sản phẩm xi đánh giày. Tuy nhiên, vừa qua xảy ra vụ tranh chấp nhãn hiệu "MP" giữa Công ty MALPYO INDUSTRIAL CO, Ltd (Hàn Quốc) với cơ sở sản xuất hàng tiêu dùng AQ. do Cơ sở sản xuất hàng tiêu dùng AQ đã sử dụng loại xi đánh giầy mang nhãn hiệu "MP" trùng với nhãn hiệu "MP" của công ty MALPYO INDUSTRIAL CO, Ltd. Khi công ty Hàn Quốc phát hiện nhãn hiệu của mình đã bị một cơ sở sản xuất của Việt Nam đăng ký nhãn hiệu này tại Việt Nam. Để giải quyết vụ tranh chấp này phù hợp với luật pháp Việt Nam, Công ty của Hàn Quốc đã nhờ Công ty Tư vấn về sở hữu công nghiệp và chuyển giao công nghệ P&TB - Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) làm đại diện cho Công ty để lấy lại nhãn hiệu của mình. Được biết, nhãn hiệu xi đánh

giày "MP" là sản phẩm tiêu biểu của Hàn Quốc và cũng đã được trưng bầy tại Hội chợ triển lãm Việt Nam từ năm 1999, trước ngày ưu tiên cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa số 38385 (3/1/2000) cho Cơ sở sản xuất hàng tiêu dùng AQ.

B(2.2.2). Giải quyết tình huống

Mặc dù, Cơ sở sản xuất hàng tiêu dùng AQ đã được cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa số 38385 cho nhãn hiệu "MP" (3/1/2000), cuối cùng để giải quyết tranh chấp Cục Sở hữu công nghiệp đã ra Quyết định 464/QĐ-KN (ngày 12/11/2002) của Cục trưởng Cục Sở hữu công nghiệp về việc hủy bỏ hiệu lực Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa số 38385 cấp cho Cơ sở sản xuất hàng tiêu dùng AQ và bảo hộ nhãn hiệu "MP" cho Công ty MALPYO INDUSTRIAL CO, Ltd (Hàn Quốc).

Trên cơ sở xem xét Đơn số 81/P&TB, số 387/P&TB và số 800/P&TB của Công ty Tư vấn và chuyển giao công nghệ thông báo về hành vi cạnh tranh không lành mạnh của Cơ sở AQ qua việc nộp đơn xin bảo hộ các nhãn hiệu đã biết của các công ty khác dưới tên mình cho các sản phẩm xi đánh giày.

Trên cơ sở xem xét văn bản số KEV-02 của Đại sứ quán Hàn Quốc tại Hà Nội gửi Bộ Khoa học và Công Nghệ cho biết "MP" là nhãn hiệu nổi tiếng dưới tên của Công ty MALPYO INDUSTRIAL CO, Ltd tại Hàn Quốc và nhãn hiệu này đã được sử dụng tại Việt Nam từ năm 1998.

Trên cơ sở xem xét văn bản phản bác số 07 của Công ty TNHH Thương mại đối ngoại & sản xuất AQ với lý do nhãn hiệu "MP" có nghĩa riêng và được Công ty đưa ra thị trường từ năm 1996.

Các lý lẽ mà phía Công ty của Hàn Quốc đưa ra làm lý do đề nghị hủy bỏ hiệu lực Giấy chứng nhãn đăng ký nhãn hiệu hàng hóa số 38385 là có cơ sở, vì đã được chứng minh bởi các tài liệu liên quan đến quá trình sử dụng nhãn hiệu "MP" tại Hàn Quốc cũng như tại Việt Nam, trong khi đó phía Cơ sở AQ không đưa

ra bất kỳ tài liệu nào chứng minh cho lập luận của mình, do vậy đề nghị hủy bỏ hiệu lực Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa số 38385 là có cơ sở.

C.(2.2.2). Bình luận và lưu ý

Thực tế cho thấy, cái tên không phải là chuyện nhỏ, bởi đằng sau cái tên là tài sản vô hình của doanh nghiệp. Để xây dựng và phát triển thương hiệu đã khó vì nó thể hiện uy tín chất lượng sản phẩm, nhưng bảo vệ nó lại càng khó hơn, nhất là trong tiến trình hội nhập. Chiến lược xây dựng, phát triển và bảo hộ thương hiệu đối với mỗi doanh nghiệp trong thời gian này là vấn đề cấp thiết, vì xây dựng một thương hiệu không phải là chuyện đơn giản, vì nó còn tùy thuộc vào chất lượng sản phẩm được người tiêu dùng chấp nhận thể hiện một phần qua nhãn hiệu của sản phẩm đó.

2.3. Tranh chấp kiểu dáng công nghiệp

2.3.1. Tình huống số 1: Tranh chấp quyền sở hữu công nghiệp của Công ty Võng xếp DL

A.(2.3.1) Tình huống

Cơ sở sản xuất DL được hình thành từ năm 2000 với số vốn ban đầu chỉ vài chục triệu đồng. Tuy nhiên, với bàn tay khéo léo của ông chủ, cơ sở đã nghiên cứu và sản xuất nhiều loại mắc võng và mắc treo quần áo tiện dụng. Sản phẩm của DL nhanh chóng được thị trường chấp nhận và được người tiêu dùng bình chọn là Hàng Việt Nam chất lượng cao, không chỉ được tiêu thụ rộng rãi ở trong nước, mà còn len lỏi ra nước ngoài qua con đường khách du lịch, trong đó có thị trường Nhật Bản. Đến năm 2002, cơ sở sản xuất DL chuyển thành doanh nghiệp tư nhân DL, số vốn lúc này trên 1 tỷ đồng, sản xuất vài chục loại sản phẩm khác nhau. DL đã tìm được hợp đồng tiêu thụ dài hạn tại thị trường Nhật Bản thông qua Tập đoàn siêu thị Keiyo. Công việc đang triển khai thuận lợi thì sự việc bất ngờ xảy ra

Tháng 8/2002, DL nhận được thư của một nhóm người Nhật

Bản - đại diện là John Miki khuyến cáo việc DL sản xuất và tiêu thụ "khung treo võng gấp" là vi phạm giải pháp hữu ích của họ đã được Cục sáng chế Nhật Bản cấp bằng chứng nhận 3081528 ngày 22/8/2002, yêu cầu DL ngưng ngay lập tức việc sản xuất và tiêu thụ sản phẩm này. Không những thế, thư khuyến cáo còn nêu rõ: Chủ của văn bằng sáng chế này có quyền áp dụng giải pháp hữu ích tại 112 quốc gia thành viên của Hiệp hội sáng chế quốc tế, trong đó có Mỹ, Hàn Quốc và Việt Nam. Có nghĩa là DL không thể xuất khẩu "khung treo võng gấp" của mình, thâm chí không được sản xuất ngay tại Việt Nam.

B.(2.3.2). Giải quyết tình huống

Theo chủ doanh nghiệp DL thì các sản phẩm của DL sản xuất dều do anh tự thiết kế, không sao chép hay đánh cắp mẫu mã của ai. Mặt khác "khung treo võng gấp" tiện dụng đang bị kiện đó, DL đã làm thủ tục với Cục Sở hữu công nghiiệp xin cấp giấy chứng nhận bảo hộ kiểu dáng công nghiệp từ tháng 3/2000, trước thời hạn mà nhóm người Nhật Bản xin cấp chứng nhận giải pháp hữu ích tại Nhật Bản, nên việc khuyến cáo của họ là phi lý. Trước nguy cơ phải đóng "phí bản quyền" vào thị trường Nhật Bản và nghiêm trọng hơn có thể phải ngưng sản xuất, DL quyết định đòi sự công bằng cho mình.

Tháng 11/2002, DL ký hợp đồng ủy quyền cho Công ty TNHH Phạm và Liên danh làm đại diện cho Công ty khiếu nại đòi Cục Sáng chế Nhật Bản hủy bỏ hiệu lực văn bằng giải pháp "khung treo võng gấp" số 3081528 tại Nhật Bản. Trước những bằng chứng thuyết phục mà DL đưa ra, đặc biệt là nội dung xin đăng ký bảo hộ kiểu dáng công nghiệp "khung treo mắc võng" tiện dụng của DL đã được Cục Sở hữu công nghiệp công báo rộng rãi trên công báo Sở hữu công nghiệp (số 147 tháng 6/2000, tập A trang 84 - 85), trước đơn xin cấp văn bằng giải pháp hữu ích của nhóm người Nhật Bản 10 tháng (4/2002). Như vậy, giải pháp hữu ích mà nhóm người Nhật Bản xin cấp bằng sáng chế đã được công bố rộng rãi ở nước ngoài trước đó, vi

phạm Điều 3, khoản 2, Luật sáng chế. Ngày 15/4/2003, Cục Sáng chế Nhật Bản đã ra phán quyết công nhận doanh nghiệp tư nhân DL thắng kiện và hủy bỏ hiệu lực của văn bằng giải pháp hữu ích "khung treo mắc võng" số 3081528.

C.(2.3.1) Bình luận và lưu ý

Chỉ với 8.000 USD - chi phí không lớn và biết khai thác khả năng của một công ty luật, DL đã thắng kiện ở nước ngoài, động viên và củng cố niềm tin cho chủ doanh nghiệp và người lao động trong Công ty, từ đây họ có thể yên tâm sản xuất. Điều đáng mừng là ngày 31/7/2003 DL đã được Cục Sở hữu trí tuệ Việt Nam cấp Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp "khung mắc võng". Qua vụ tranh chấp này, các doanh nghiệp trong sản xuất và kinh doanh cần phải trang bị thêm kiến thức, thông tin, phải đặc biệt quan tâm đến việc đăng ký bảo hộ sáng chế, kiểu dáng công nghiệp cho sản phẩm của mình, nếu không thiệt hại sẽ khó lường. Khi có sản phẩm mới cần tiến hành tra cứu, nếu thấy được thì làm thủ tục đăng ký bảo hộ ngay. Việc hợp tác với các công ty luật để họ tư vấn cho mình là cần thiết.

2.3.2. Tình huống số 2: Tranh chấp sở hữu công nghiệp đối với xe máy và phụ tùng của Công ty xe máy Honda

A.(2.3.2). Tình huống

Trong lĩnh vực xe máy và phụ tùng xe máy xảy ra nhiều vi phạm sở hữu công nghiệp, kiểu dáng công nghiệp, sáng chế, giải pháp hữu ích với đối tượng vi phạm thuộc đủ mọi thành phần kinh tế khác nhau. Nhận thức rõ những thiệt hại nghiêm trọng gây ra bởi các vi phạm sở hữu công nghiệp nên Công ty Honda Nhật Bản cùng với Công ty Honda Việt Nam (là Công ty ở Việt nam được Công ty Honda Motor Nhật Bản chuyển giao công nghệ và lixăng) đã và đang luôn rất tích cực trong các hoạt động chống vi phạm sở hữu công nghiệp vì quyền lợi của người tiêu dùng và chính bản thân Công ty.

Là một trong những công ty hàng đầu trong lĩnh vực sản xuất ô tô, xe máy, nhưng Công ty Honda lại là một trong những

chủ sở hữu công nghiệp bị xâm hại nhiều nhất, không chỉ về kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu hàng hóa mà cả về sáng chế và giải pháp hữu ích. Các hình thức xâm phạm đối với các đối tượng sở hữu công nghiệp của Công ty Honda rất đa dạng. Bắt đầu từ việc làm nhái các chi tiết, phụ tùng thay thế mang các nhãn hiệu nổi tiếng của công ty Honda như HONDA, lôgô hình cánh chim. làm giả các nhãn mác, đề can mang nhãn hiệu HONDA, DREAM, WAVE, FUTURE... dần dần đến làm nhái toàn bộ cả chiếc xe với số lượng và quy mô ngày càng lớn. Những hành vi vi phạm quyền sở hữu công nghiệp có ảnh hưởng rất lớn tới người tiêu dùng do phải chịu nhiều thiệt thòi khi mua nhầm phải hàng giả, hàng nhái không đảm bảo chất lượng. Hơn thế nữa, còn ảnh hưởng tới nhà đầu tư chính hiệu vì họ đã mất rất nhiều thời gian, công sức và tiền của để đầu tư và phát triển một sản phẩm mới, song một khi sản phẩm đã được tung ra thị trường thì lại dễ dàng bị làm nhái bởi các đối tượng khác.

B.(2.3.2). Giải quyết tình huống

Với quan điểm của Công ty Honda luôn sẵn sàng cạnh tranh lành mạnh, bình đẳng không vi phạm sở hữu công nghiệp. Công ty chỉ muốn các cá nhân, doanh nghiệp vi phạm sở hữu công nghiệp Honda hiểu được hậu quả các vi phạm của họ mang lại và chấm dứt những vi phạm đó.

Xuất phát từ những quan điểm nêu trên, Công ty Honda đã và đang hết sức nỗ lực trong việc chống vi phạm sở hữu công nghiệp. Đồng thời với việc đưa ra sản phẩm mới, Công ty Honda đã thường xuyên tuyên truyền trên các phương tiện thông tin đại chúng về các đối tượng sở hữu công nghiệp thuộc quyền sở hữu của Công ty tại Việt Nam cũng như cảnh báo về các hậu quả pháp lý có thể xảy ra đối với các chủ thể sử dụng trái phép các đối tượng sở hữu công nghiệp nói trên.

Nhờ có các biện pháp linh hoạt, vừa kiên quyết, kịp thời nên trong thời gian qua, Công ty Honda với sự hỗ trợ tích cực của các cơ quan chức năng như Cục Sở hữu công nghiệp, Thanh tra

Bộ Khoa học và Công nghệ, Công an Kinh tế, Quản lý thị trường, Hải quan v.v... đã bắt giữ và xử lý một số vụ vi phạm thu được kết quả bước đầu trong việc bảo vệ quyền sở hữu công nghiệp của người tiêu dùng và của mình tại Việt Nam.

Trong những quy định mới được ban hành trong lĩnh vực này, đáng chú ý là Quyết định 147/2002/QĐ-TTg ngày 25/10/2002 của Thủ tướng Chính phủ về cơ chế điều hành quản lý xuất nhập khẩu, sản xuất, lắp ráp xe hai bánh gắn máy và phụ tùng trong giai đoạn 2003 - 2005 và Quyết định số 01/2003/QĐ - BKHCN của Bộ Khoa học và Công nghệ ban hành các quy định cụ thể về việc quản lý chất lượng và sở hữu công nghiệp áp dụng cho xe máy, động cơ và phụ tùng xe máy được sản xuất, lắp ráp trong nước và nhập khẩu.

Quyết định 147/2002/QĐ-TTg ngày 25/10/2002 quy định xe máy sản xuất, lắp ráp trong nước phải được đăng ký bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp theo quy định của pháp luật; những xe nào không đáp ứng yêu cầu trên thì sẽ không được phép lưu hành; các loại phụ tùng dùng để lắp ráp xe máy, bao gồm phụ tùng nhập khẩu và sản xuất trong nước phải có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng, hợp pháp.

Nhằm triển khai thực hiện Quyết định số 147 nói trên của Thủ tướng Chính phủ, Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ đã ban hành Quyết định số 01/2003/QĐ-BKHCN, ngày 30/1/2003, trong đó có quy định về việc quản lý sở hữu công nghiệp đối với xe hai bánh gắn máy, động cơ và phụ tùng xe hai bánh gắn máy được sản xuất, lắp ráp trong nước và nhập khẩu. Trong Quyết định này, Bộ Khoa học và Công nghệ quy định hoạt động lắp ráp các phụ tùng thành xe hoàn chỉnh và hoạt động lưu thông (bán, phân phối) phụ tùng và xe hoàn chỉnh phải tuân thủ các quy định của pháp luật về sở hữu công nghiệp. Các doanh nghiệp trực tiếp thực hiện các hoạt động trên phải đảm bảo không xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp (đối với sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu hàng hóa) của người khác. Xe máy và động cơ xe máy sản xuất, lắp ráp

trong nước và nhập khẩu đã thực hiện đầy đủ các quy định về sở hữu công nghiệp và chuyển giao công nghệ mới được đăng kiểm.

C.(2.3.2) Bình luận và lưu ý

Mặc dù Công ty Honda trong thời gian qua đã phối hợp với cơ quan chức năng xử lý một số trường hợp vi phạm và thu được những kết quả khả quan ban đầu, song vẫn chưa đủ để chấm dứt các hành vi vi phạm quyền sở hữu công nghiệp đối với xe máy và phụ tùng xe máy Honda. Dường như, lợi nhuận cao do cách kinh doanh ngắn hạn, không chịu đầu tư nghiêm túc để tự đứng vững trong bối cảnh đang trên ngưỡng cửa hội nhập kinh tế trong lĩnh vực kinh doanh này đã cuốn hút ngày càng nhiều chủ thể vào con đường vi phạm, với hoạt động vi phạm trải rộng trên mọi lĩnh vực nhập khẩu, lắp ráp, sản xuất, buôn bán và vận chuyển xe máy cũng như linh kiện và phụ tùng xe máy mang yếu tố vi phạm. Thực tế cho thấy là cho đến nay, số lượng xe và phụ tùng bị xử lý còn rất khiêm tốn so với số lượng vi phạm. Thêm vào đó, các biện pháp chế tài áp dụng mới chỉ dừng ở mức xử lý vi phạm hành chính với hình phạt chủ yếu là phạt tiền ở mức độ răn đe đi kèm với các hình phạt bổ sung như buộc loại bỏ, tịch thu, tiêu hủy các yếu tố vi phạm chẳng hạn như nhãn mác và chi tiết nhựa tạo nên kiểu dáng vi phạm và buộc đối tượng cam kết không tái phạm. Mức phạt như trên quả là chưa thấm vào đâu với các món lợi có thể thu được khi tiêu thụ trót lọt những chiếc xe vi phạm. Do vậy, một số cơ sở vẫn cố tình vi phạm.

Với các quy định của Nhà nước trong lĩnh vực quản lý và bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp đối với hoạt động sản xuất, lắp ráp và nhập khẩu xe máy và động cơ, phụ tùng xe máy đã tương đối đầy đủ và cụ thể, tuy vẫn cần có những sửa đổi, bổ sung để nâng cao tính hiệu lực. Vấn đề đặt ra hiện nay là trong vấn đề thực thi quyền sở hữu công nghiệp nằm ở chỗ các quy định sẵn có của pháp luật sẽ được vận dụng và thực thi ra sao? Cần phải có những thay đổi gì để sự phối hợp giữa các cơ quan

chức năng trong hoạt động bảo vệ quyền sở hữu công nghiệp được diễn ra một cách thống nhất và đồng bộ hơn? Một trong những yêu cầu đặt ra trước mắt cho việc phối hợp giữa các cơ quan chức năng trong hoạt động bảo vệ quyền sở hữu công nghiệp là ban hành các văn bản pháp luật của các Bộ, ngành hữu quan nhằm hướng dẫn việc triển khai thực hiện Quyết định 147 của Thủ tướng Chính phủ.

2.4. Tranh chấp xung quanh tên gọi xuất xứ của Công ty Chè TC

A.(2.4). Tình huống

Chè TC là đặc sản nổi tiếng của vùng chè TC, tỉnh Thái Nguyên, được định danh khoảng 300 năm nay. Nhận thấy nguồn lợi vô giá từ sản phẩm có nguồn gốc từ TC, vài năm trở lại đây một số doanh nghiệp sản xuất, chế biến, kinh doanh loại đặc sản này đã sử dụng tên "TC" vào mục tiêu quảng bá thương hiệu của mình. Sự lạm dụng thái quá tên gọi xuất xứ hàng hóa này đang có nguy cơ làm mất đi hương vị thật của đặc sản chè TC.

Từ một doanh nghiệp sản xuất kinh doanh đồ gỗ nội thất và xây dựng, nhận thấy nguồn lợi từ sản phẩm chè, Công ty TNHH HB đã quyết định đầu tư hơn 10 tỷ đồng để xây dựng nhà máy chè xuất khẩu TC với công suất 25 tấn chè búp tươi/ ngày(cho ra khoảng 6 tấn chè khô). Tháng 12 năm 2001, mặc dù nhà máy chè xuất khẩu vẫn đang trong quá trình xây dựng, nhưng tại Hội chợ ẩm thực và công nghệ thực phẩm lần thứ 3 được tổ chức tại Hà Nội, Công ty TNHH HB đã giành được 02 Huy chương vàng cho sản phẩm "Chè túi lọc TC" và sản phẩm "Chè xanh đặc biệt TC". Mới đây nhất, tại Hội chợ thương mại Hà Nội 2002, sản phẩm "Chè xanh đặc biệt TC" lại mang về cho công ty TNHH HB 01 Huy chương vàng nữa. Như vậy, trước khi đưa Nhà máy chè xuất khẩu TC vào hoạt động (10/10/2002), sản phẩm chè TC đã kịp mang về cho doanh nghiệp tư nhân HB 03 huy chương vàng. Cùng với sự thành công của các sản

phẩm chè cả các công ty trong nước và qua những thành công ban đầu Công ty TNHH HB đã nhận được nhiều hợp đồng của bạn hàng quốc tế như: Đức, Hồng Kông, Đài Loan, Hàn Quốc. Cộng hòa Séc, Pakistan... với khối lượng xuất khẩu 100 tấn.

Tuy nhiên, không chỉ nhân dân xã TC mà còn có không ít quan chức tỉnh Thái Nguyên tỏ ra không hài lòng với cách làm của doanh nghiệp tư nhân HB. Với lí do, Nhà máy chè xuất khẩu TC được xây dựng tại xã Thịnh Đán (cách xã TC 6 km) và 25 tấn búp tươi nguyên liệu chủ yếu thu mua hàng ngày được lấy từ các nương chè của xã Phúc Xuân, Phúc Trìu, Thịnh Đức, Thịnh Đán, Hòa Bình, Tân Thái, La Bằng. Còn đặc sản chè TC mà HB ký hợp đồng thu mua chủ yếu là chè khô, số lượng mới chỉ khoảng vài tạ, làm "hương vị" cho sản phẩm chè nhà máy.

Được biết, mỗi năm xã TC cung cấp cho thị trường 1.000 tấn chè khô với giá bình quân 40 ngàn đồng/kg. Có thể nói, sản phẩm chè của nông dân xã TC làm ra có giá bán cao nhất trong các loại chè khô ở Thái Nguyên. Nguyên nhân là do vùng đồi xã TC được trải dài theo dòng sông Cầu nên thổ nhưỡng, tiểu vùng khí hậu có những nét đặc trưng riêng, có lẽ thế mà chè TC mang được hương vị rất đặc biệt. mặc dù mỗi năm làm ra một sản lượng chè lớn như vậy, nhưng đặc sản chè TC không bị ế đọng mà phần lớn được bán ngay tại nhà. Điều mà người dân lo ngại là với sự xuất hiện của sản phẩm chè TC do doanh nghiệp tư nhân HB sẽ gây khó khăn cho sự lựa chọn của khách hàng, sâu xa hơn tên gọi xuất xứ chè TC vì thế bị mai một do bị làm giả, làm nhái.

B.(2.4). Giải quyết tình huống

Xét về mặt pháp lý, tên gọi này không vi phạm về quyền sở hữu công nghiệp, vì cho đến nay chưa có một tổ chức hay cá nhân nào đăng ký bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp đối với chỉ dẫn địa lý, tên thương mại, tên gọi xuất xứ, nhãn hiệu hàng hóa "Chè TC" hay "Chè đặc sản TC". Tuy nhiên căn cứ vào các quy định hiện hành về chất lượng hàng hóa thì Nhà máy chè xuất

khẩu TC đã vi phạm quy định về tên gọi xuất xứ hàng hóa. Bởi lẽ, trên các bao bì sản phẩm "chè TC" do nhà máy này sản xuất đều ghi: "chế biến từ nguyên liệu chè đặc sản TC - Thái Nguyên" nhưng thực tế nhà máy này không thu mua chè nguyên liệu của xã TC.

Một chuyên gia của Cục Sở hữu công nghiệp khẳng định: Việc công ty TNHH HB sử dụng hai chữ TC cho sản phẩm chè không có nguồn gốc tại xã TC phải bị coi là hành vi vi phạm pháp luật về chỉ dẫn địa lý (Điều 19, Nghị định 54/2000/NĐ-CP ngày 3/10/2000 của Chính phủ) và bị xử lý theo Nghị định 12/1999/NĐ-CP ngày 6/3/1999 về xử phạt hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp.

C.(2.4). Bình luận và lưu ý

Đây được coi là vụ tranh chấp tên gọi xuất xứ đầu tiên, nhưng thực tế cho thấy, mặc dù có nhiều doanh nghiệp đã xây dựng và phát triển thương hiệu dựa trên những đặc sản vốn có từ lâu, nhưng cũng có nhiều nơi, đã có nhiều tổ chức, doanh nghiệp lạm dụng những tên gọi xuất xứ này để phát triển kinh tế. Tuy nhiên, điều này không mang lợi ích cho người dân, mà còn gây ra nguy cơ mai một tên gọi của một vùng đặc sản nổi tiếng. Vừa qua, chắc nhiều người còn nhớ tên gọi xuất xứ của nước mắm PQ cũng đã phải đứng trước nguy cơ mai một đặc sản nổi tiếng được mọi người biết đến, điều đáng buồn là nhiều doanh nghiệp trong nước cũng chưa tìm cách để khai thác hiệu quả những vùng đặc sản này, thậm chí nhiều nơi còn bị các doanh nghiệp liên doanh chủ động đầu tư khai thác. Việc hình thành những hiệp hội doanh nghiệp kinh doanh những đặc sản nổi tiếng để chủ động đăng ký tên gọi xuất xứ với Cục Sở hữu công nghiệp để được bảo hộ và ngay từ bây giờ những quy định chung cụ thể phải được ban hành và thực hiện nghiêm túc thì mới mang lại hiệu quả kinh tế cao để cải thiện kinh tế cho người dân, lưu giữ lại đặc sản nổi tiếng này.

2.5. Làm bánh giả nhãn hiệu của Công ty Bánh ngọt BN

A.(2.5). Tình huống

Bánh ngọt BN là sản phẩm được người tiêu dùng biết đến từ lâu qua hệ thống các cửa hàng trên địa bàn Hà Nội. Đây cũng được coi là nhãn hiệu bánh ngọt cao cấp được ưa chuộng. Tuy nhiên, trong thời gian qua, cũng giống như một vài nhãn hiệu khác, nhãn hiệu BN cũng đã bị làm giả bởi một cá nhân với mục đích thu lợi bất chính.

Vũ NT là một thanh niên còn rất trẻ, năm nay mới 19 tuổi quê ở Tiền Hải, Thái Bình. Về nhân thân, đối tượng không hề có tiền án, tiền sự. Ngày 12/3/2003 Vũ NT đã bị cảnh sát kinh tế Quận Đống Đa bắt quả tang khi đang vận chuyển một số sản phẩm bánh giả nhãn hiệu BN để tiêu thụ tại khu vực đường Chùa Bộc, gồm: 68 túi bánh gối loại nhỏ, 20 túi bánh gối loại to, 4 túi bánh gậy, 6 túi bánh ngọt. Sau khi tiếnh hành kiểm tra nơi đối tượng đang tạm trú tại xã Trung Văn, huyện Từ Liêm, lực lượng chức năng đã phát hiện các tang vật do Vũ NT sử dụng để sản xuất hàng giả, gồm: lò nướng bánh, 30 khuôn nhôm đựng bánh cùng nguyên vật liệu và bao bì, nhãn mác.

B.(2.5) Giải quyết tình huống

Chủ định phạm tội của Vũ NT nảy sinh từ việc quan sát các sản phẩm mang nhãn hiệu BN được người tiêu dùng ưa chuộng trên thị trường. Xét về quy mô sản xuất hàng giả thì đây chưa phải là vụ đặc biệt nghiêm trọng. Tuy nhiên, sản phẩm làm giả lại là mặt hàng thực phẩm, hết sức nguy hiểm đối với sức khoẻ, tính mạng người tiêu dùng nếu không đảm bảo chất lượng. Mặt khác, hành vi trên trực tiếp ảnh hưởng đến uy tín, chất lượng và việc kinh doanh thương hiệu của BN.

Theo Điều 157, Bộ Luật Hình sự, thì Vũ NT có thể bị phạt tù từ 2 đến 7 năm vì hành vi sản xuất hàng giả là lương thực, thực phẩm, thuốc chữa bệnh. Vụ sản xuất hàng giả mang nhãn hiệu BN đã được Tòa án Nhân dân huyện Từ Liêm đưa ra xét xử

nhưng sau khi xem xét một số tình tiết giảm nhẹ, đối tượng đã được tuyên "20 tháng án treo".

C.(2.5). Bình luận và lưu ý

Vụ án này đã thu hút sự quan tâm đặc biệt của dư luận và các doanh nghiệp đang phải chịu hậu quả do việc sản phẩm bị làm giả, làm nhái trên thị trường. Và về phía dư luận quần chúng thì mức án trên là chưa hợp lý cho tội danh sản xuất hàng giả, đặc biệt là các mặt hàng trực tiếp gây nguy hiểm cho tính mạng, sức khỏe con người, do đó hạn chế tác dụng răn đe, trấn áp tội phạm. Tuy nhiên, vào thời điểm hiện tại, khi các doanh nghiệp Việt Nam không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm, xây dựng uy tín đối với người tiêu dùng thì việc đưa ra xét xử vụ án này là một dấu hiệu khả quan bởi từ lâu "mảng" án sản xuất, tiêu thụ hàng giả, hàng nhái đã dường như bị quên lãng, không ít vụ việc rơi vào tình trạng "im lặng" với lý do thiếu chế tài, thiếu yếu tố cấu thành tội phạm... Từ đó dẫn đến sự bức xúc của nhiều doanh nghiệp. Vậy nên việc xử lý nghiêm của các cơ quan chức năng đối với những vụ làm giả, làm nhái các thương hiệu nổi tiếng cũng là thể hiện sự bảo hộ của Nhà nước đối với sự phát triển của doanh nghiệp và nền kinh tế đất nước.

Phần V
BÀI HỌC KINH NGHIỆM TRONG BẢO VỆ THƯƠNG HIỆU CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM TRONG QUÁ TRÌNH HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ

1. Doanh nghiệp Việt Nam còn thiếu ý thức về đăng ký bảo bộ thương hiệu

Qua một số vụ tranh chấp nêu trên đã cho thấy, ngay trên thị trường nội địa, sự quan tâm đến việc đăng ký bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa của doanh nghiệp Việt Nam đã rất yếu kém. Nếu vậy, khi tham gia hội nhập, chắc hẳn các doanh nghiệp sẽ không tránh khỏi những thiệt hại do chính sự thiếu hiểu biết và thờ ơ của mình gây ra. Thực tế cho thấy, các doanh nghiệp Việt Nam nên học tập các doanh nghiệp nước ngoài, khi quyết định thâm nhập một thị trường mới, thì một trong những điều đầu tiên mà họ quan tâm là hệ thống pháp luật liên quan và các vấn đề khác liên quan đến bảo hộ nhãn hiệu hàng hoá. Điều dễ nhận thấy là trong số đơn đăng ký nhãn hiệu hàng hóa được gửi trực tiếp đến Cục Sở hữu công nghiệp Việt Nam thì phần lớn là của các doanh nghiệp nước ngoài, thậm chí có những doanh nghiệp đã gửi đơn đăng ký trước khi đưa sản phẩm vào thị trường Việt Nam. Theo thống kê của Cục Sở hữu công nghiệp thì cho đến năm 2001 tổng số đơn đăng ký nhãn hiệu hàng hóa được gửi trực tiếp cho Cục là 56.366 đơn, trong đó 55% (30.972 đơn) là của doanh nghiệp nước ngoài. Trong số đơn đăng ký nộp trực tiếp đó thì số nhãn hiệu hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam được Cục Sở hữu công nghiệp cấp giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa cũng chỉ chiếm 43%, còn lại 57% là của các doanh nghiệp nước ngoài.

Pháp luật Việt Nam cũng như các nước khác cho phép các doanh nghiệp gửi đơn đăng ký nhãn hiệu hàng hóa trước khi có sản phẩm đó trên thị trường thuộc phạm vi đăng ký bảo hộ (ở

Việt Nam là 5 năm và ở Mỹ là 3 năm), nhưng trên thực tế, các doanh nghiệp Việt Nam vẫn không biết tận dụng lợi thế này để sớm tiến hành đăng ký bảo hộ thương hiệu tại thị trường Việt Nam và quốc tế.

Mặc dù, vài năm trở lại đây số lượng đơn đăng ký có tăng lên, nhưng sự hiểu biết về sở hữu trí tuệ của các cơ quan, doanh nghiệp, cá nhân còn rất thấp, trong khi đó, ở các nước phát triển, họ đã có kinh nghiệm về vấn đề này 200 - 300 năm nay, còn ở châu Á cũng đã cả trăm năm nay. Nhà nước đã tuyên truyền nhiều, nhưng ý thức về đăng ký bảo hộ thương hiệu của các doanh nghiệp Việt Nam chưa tăng được bao nhiêu, số doanh nghiệp quan tâm đến việc đăng ký thương hiệu ra nước ngoài còn quá ít. Các cơ quan chức năng chỉ có thể tạo điều kiện cho các doanh nghiệp, còn bản thân doanh nghiệp vẫn đóng vai trò quyết định. Sự cần thiết phải đăng ký bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa tại thị trường nước ngoài là điều các doanh nghiệp cần phải nhận thức được hơn ai hết, nhưng nhiều doanh nghiệp lại cho rằng họ có quá nhiều mối lo, mà sát sườn là mối lo về cơm áo gạo tiền cho công nhân, là thị trường cho hàng hóa, là lợi nhuận cho doanh nghiệp, còn nhãn hiệu hàng hóa thì cứ để... "thư thư". Với quan điểm như vậy, thì chắc chắn doanh nghiệp không thể mở rộng thị trường ra nước ngoài, và tất yếu là doanh nghiệp sẽ không thể kinh doanh được trong điều kiện mà các yêu cầu đầu tư chiều sâu, phát triển những tài sản vô hình được đặt lên hàng đầu như hiện nay.

2. Doanh nghiệp Việt Nam thường bị động trong việc bảo vệ thương hiệu khi thâm nhập thị trường nước ngoài

Các doanh nghiệp Việt Nam hiện rất bị động trong việc đăng ký, bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với các sản phẩm của mình, khi nào sản phẩm đó bị xâm phạm thì họ mới để ý đến tên hiệu, kiểu dáng sản phẩm. Đa số các doanh nghiệp không lưu giữ đầy đủ hồ sơ, giấy tờ chứng minh nguồn gốc, công nghệ sản xuất sản phẩm của mình, cho nên khi bị xâm phạm muốn chứng minh quyền sở hữu đối với thương hiệu thì doanh nghiệp đành

chịu vì không còn đủ tài liệu, giấy tờ. Ví dụ như trường hợp 10 doanh nghiệp sản xuất mì ăn liền của Việt Nam liên kết với một đối tác trong khối SNG, đem nhiều dây chuyền thiết bị sang lắp ráp và sản xuất mì ăn liền tại đó. Nhưng vừa qua, một người mang quốc tịch Nga và Belarus đã đăng ký nhãn hiệu mì ăn liền của doanh nghiệp Việt Nam tại nước này, khiến các doanh nghiệp bị mất thị trường, dù sản xuất ra cũng coi là vi phạm quyền sở hữu công nghiệp.

Không phải bây giờ mới có tình trạng nhãn hiệu sản phẩm của Việt Nam bị chiếm dụng. Vụ đầu tiên đã xảy ra cách đây hơn 10 năm. Nhãn hiệu bánh phồng tôm Sa Giang của An Giang khi xuất khẩu sang châu Âu thông qua một đại lý đã bị chính đại lý đó lợi dụng và bánh phồng tôm Sa Giang đã phải mua lại nhãn hiệu của chính mình. Bài học này đã không phát huy hiệu quả mà cho đến gần đây đã diễn ra hàng loạt các trường hợp thương hiệu của Việt Nam bị các công ty nước ngoài chiếm dụng một cách bất hợp pháp.

Tổng công ty thuốc lá Việt Nam VINATABA đã bị công ty P.T.Putra Straba Industri của Inđônêxia, tại Jalankolonel Sugiono No.12 Medan, Sumatera Utara và thông qua ba công ty con của mình đăng ký tại 14 nước và lãnh thổ, trong đó đã được cấp giấy chứng nhận tại Inđônêxia, Cămpuchia, Lào, Thái Lan, Malaixia và Trung Quốc. Điều đáng nói là có một công ty sở hữu trí tuệ Việt Nam nộp đơn xin đăng ký thương hiệu VINATABA cho công ty P.T. Putra Strabat Industri. Thậm chí có những bao thuốc được nhập khẩu vào Việt Nam mang nhãn hiệu VINATABA và tất nhiên không thể coi đây là hàng nhập lậu hay hàng giả vì đó là sản phẩm đã được đăng ký bảo hộ. Theo thông lệ quốc tế thì nhãn hiệu hàng hóa do bất kỳ một công ty nào xin đăng ký bảo hộ nếu không trái với quy định của pháp luật và không có nhãn hiệu nào trùng hoặc tương tự đến mức gây nhầm lẫn mà đang được bảo hộ hoặc đang được sử dụng rộng rãi ở một quốc gia đều được cấp bằng bảo hộ. Như vậy, nếu không xét về yếu tố mục đích thì việc công ty nước

ngoài đăng ký nhãn hiệu VINATABA là không sai, bởi trên thực tế Tổng công ty thuốc lá Việt Nam đã không tự bảo vệ, không thực hiện đăng ký bảo hộ cho thương hiệu của mình. Và kết quả là sau khi bị giành mất quyền đăng ký nhãn hiệu Tổng công ty thuốc lá Việt Nam mới tiến hành các thủ tục pháp lý để giành lại và thông qua các cơ quan, công ty hoạt động trong lĩnh vực sở hữu trí tuệ để đăng ký nhãn hiệu của mình ra nước ngoài.

Còn Tổng công ty Chè Việt Nam (Vinatea) trước đây xuất khẩu sản phẩm chè nhãn hiệu "Rồng vàng" sang Nga rất thuận lợi nhưng do không đăng ký thương hiệu tại nước này nên đã bị một công ty khác ở Nga đăng ký mất nhãn hiệu này và do đó Vinatea bị mất thị trường.

Trong các thị trường lớn và tiềm năng của Việt Nam thì thị trường Mỹ là một trong những thị trường được tất cả các doanh nghiệp đều muốn thâm nhập nhưng để kinh doanh được trên thị trường này lại không dễ chút nào, nhất là với thực trạng các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay. Một Tổng giám đốc Việt Nam đã nhận xét: "Hàng Việt Nam chưa kịp vào Mỹ, các công ty Việt Nam chưa kịp nghĩ đến đăng ký thương hiệu tại Mỹ đã bị người khác đăng ký mất". Đó là hàng loạt các nhãn hiệu có tiếng của Việt Nam như Việt Tiến, Thành Công, Thắng Lợi, Vifon, Bia Sài Gòn, Trung Nguyên...

Nhắc đến nhãn hiệu bia Sài Gòn hẳn bất kỳ một người Việt Nam nào cũng biết đó là sản phẩm của Công ty Bia Sài Gòn, nhưng trên thị trường Mỹ nhãn hiệu Bia Sài Gòn lại thuộc sở hữu của Công ty Heritage Beverage Company, Inc, một công ty Mỹ 100% và chẳng có bất cứ liên hệ nào với Công ty Bia Sài Gòn. Và nếu công ty Bia Sài Gòn muốn tiêu thụ sản phẩm bia Sài Gòn tại Mỹ thì phải xin phép Heritage Beverage Company, Inc vì nhãn hiệu này đã được họ đăng ký bảo hộ tại Mỹ. Còn Công ty Cà phê Trung Nguyên với thương hiệu cà phê số 1 của Việt Nam hiện nay cùng với mạng lưới cửa hàng kinh doanh hiệu quả trên toàn quốc, khi chuẩn bị các thủ tục ký kết hợp

đồng chuyển giao cho phía Mỹ thì mới "ngã ngửa" ra rằng Công ty Rice Field Corp đã đăng ký với văn phòng sáng chế và thương hiệu Mỹ thương hiệu "cà phê hàng đầu Buôn Ma Thuột Trung Nguyên" từ tháng 11/2000 và đến tháng 8/2001 khi chuẩn bị thâm nhập vào thị trường Mỹ với quy mô lớn hơn Công ty Cà phê Trung Nguyên đã phải nộp đơn xin đăng ký thương hiệu với tên gọi "Trung Nguyên - Nguồn cảm hứng sáng tạo mới". Và dù cho đơn khiếu kiện của Công ty Cà phê Trung Nguyên xin vô hiệu đối với hồ sơ đăng ký của Rice Field Corp được cơ quan chức năng Mỹ xem xét, thì trong khi chờ phán quyết công ty cũng mất đi nhiều cơ hội kinh doanh và chuyển giao thương hiệu vào thị trường lớn nhất thế giới này.

Trường hợp xảy ra đối với thương hiệu của Petro Vietnam - doanh nghiệp lớn nhất ngành dầu khí Việt Nam cũng tương tự. Tuy được phát hiện sớm hơn nhưng khi được phóng viên VASC ORIENT gọi điện thông báo vào chiều ngày 18/7/2002 rằng nhãn hiệu Petro Vietnam vừa bị một công ty có tên NGUYEN LAI, địa chỉ 11015 PACIFIC HWY SW LAKEWOOD, WA 98499 (Mỹ) đăng ký tại Mỹ và đơn đề nghị của công ty này đang được xem xét thì phía Petro Vietnam vẫn chưa hay biết gì về chuyện này và trong trạng thái hoàn toàn bất ngờ.

3. Doanh nghiệp bị mất thương hiệu do sự thiếu cẩn trọng trong nghiên cứu thị trường và đối tác nước ngoài

Theo kết quả một cuộc khảo sát các doanh nghiệp xuất khẩu do Bộ Thương mại tiến hành vào tháng 8/2002 thì hiện có tới 90% doanh nghiệp chưa tự xây dựng và lựa chọn được mạng lưới thị trường xuất khẩu, 86% có khó khăn trong thu thập, xử lý và sử dụng thông tin thương mại. và có tới 82% doanh nghiệp còn yếu kém khi tìm hiểu luật lệ, thủ tục xuất khẩu vào các thị trường chính, 76% còn vướng mắc khi xây dựng chiến lược phân phối hàng, kể cả lựa chọn và chỉ định đại lý.

Việc doanh nghiệp Việt Nam không chú trọng đến công tác tìm hiểu nghiên cứu thị trường và đối tác đã khiến cho không ít

doanh nghiệp bị chính những doanh nghiệp từng làm đối tác của mình chiếm dụng mất thương hiệu.

Công ty P.T Putra Straba Industri là một công ty con thuộc tập đoàn tư nhân có trụ sở tại Inđônêxia, hoạt động trên nhiều lĩnh vực, trong đó có sản xuất và buôn bán thuốc lá. Trước khi xảy ra tranh chấp, VINATABA đã đàm phán với Putra Straba Industri nhằm hợp tác sản xuất thuốc lá Jet và Hero tại Việt Nam, nhưng họ không chấp nhận mà cho sản xuất ở nước ngoài và tuồn vào Việt Nam. Công ty này mỗi năm tuồn vào Việt Nam 300 - 400 triệu bao Jet và Hero với giá cạnh tranh vì trốn được thuế. Riêng với thuốc lá nhãn hiệu VINATABA, Công ty này trước khi đăng ký thương hiệu đã cho sản xuất ở một số nước quanh Việt Nam rồi tuồn vào trong nước. Nhưng do mẫu mã của VINATABA rất đặc thù và có dán tem nên thuốc nhập lậu đã nhanh chóng bị phát hiện. Không được thị trường chấp nhận, Putra Straba Industri quay sang đăng ký thương hiệu và theo bà Phó Tổng giám đốc công ty thì đăng ký "trộm" là "nghề" của công ty này. Vậy mà, chỉ sau khi thương hiệu của mình bị mất thì Tổng công ty thuốc lá Việt Nam mới biết thực sự đối tác của mình là ai.

Công ty Mỹ phẩm Sài Gòn được đánh giá là một công ty mỹ phẩm hàng đầu Việt Nam. Doanh thu của Công ty những năm gần đây đạt trên 100 tỷ đồng. Tốc độ tăng trưởng trung bình hàng năm đạt từ 15% đến 20%. Ngoài mạng lưới phân phối trên toàn quốc, Công ty đã thiết lập mạng lưới phân phối tại Nga, Trung Quốc, Philippin, Đài Loan, Campuchia, Ôxtrâylia, Niu Dilân, Lào, Mianma, Mỹ, Ăngola và đang xúc tiến việc mở rộng thị trường đến các nước Trung Đông, châu Âu, châu Phi, nhưng tại các trung tâm thương mại, chợ lớn ở Philippin, thị trường mà Mỹ phẩm Sài Gòn rất có uy tín, chiếm doanh thu lớn của công ty (1-1,5 triệu USD mỗi năm) lại xuất hiện tràn lan các sản phẩm làm nhái, làm giả mỹ phẩm Sài Gòn. Đến đầu tháng 4 năm 2001 sau nhiều cố gắng Công ty Mỹ phẩm Sài Gòn mới bắt được quả tang một cơ sở của công ty Golden đang sản xuất

sản phẩm Mỹ phẩm Sài Gòn giả tại Manila, thủ đô Philippin và một trong những người điều hành làm việc làm giả này đã từng là đối tác của Mỹ phẩm Sài Gòn tại Manila. Trên thực tế thì từ tháng 9 năm 2000, Công ty Mỹ phẩm Sài Gòn và các đại lý ở Philippin đã phát hiện ra một số container hàng mỹ phẩm nhái nhãn hiệu của Mỹ phẩm Sài Gòn do nước này sản xuất. Tổng số hàng giả này trị giá khoảng 150.000 USD, Mỹ phẩm Sài Gòn đã đưa đơn kiện lên tòa, nhưng vụ kiện cho đến nay vẫn chưa được đem ra xét xử, mặc dù Mỹ phẩm Sài Gòn đã phải chi phí khá lớn, phải bỏ ra một khoản tiền lớn để thuê luật sư, các nhà tư vấn và đại diện của Công ty đã phải bay sang Philippin rất nhiều lần, không những thế Đại sứ quán Việt Nam tại Philippin cũng đã có nhiều lần có văn bản yêu cầu Bộ Ngoại giao Việt Nam can thiệp.

Trường hợp của Công ty Cà phê Trung Nguyên cũng đáng để các doanh nghiệp tham khảo, rút ra bài học bảo hộ thương hiệu cho doanh nghiệp mình. Khi sản phẩm Trung Nguyên và việc chuyển giao thương hiệu Trung Nguyên được triển khai ở Nhật Bản thì không lâu sau đó thương hiệu Trung Nguyên đã được đối tác "đăng ký hộ" tại đây. Rất may là phía đối tác không có dụng ý chiếm dụng, họ đăng ký chỉ nhằm mục đích tạo thuận lợi trong kinh doanh, vì vậy qua thương lượng đối tác đã đồng ý trả lại quyền sở hữu thương hiệu cho Trung Nguyên. Nhưng trên thị trường Hoa Kỳ thì ngược lại, tháng 7/2000 Trung Nguyên và Rice Field Corp đã tiếp xúc với nhau lần đầu tiên và hai bên đàm phán việc nhập khẩu cà phê Trung Nguyên vào Mỹ. Tháng 1/2001, hợp đồng đầu tiên được ký kết và cà phê Trung Nguyên chính thức bước vào thị trường Hoa Kỳ. Đầu năm 2002, thêm một hợp đồng nữa được ký kết, cà phê Trung Nguyên tiếp tục xuất sang Mỹ. Đến lúc này, Trung Nguyên mới nghĩ đến việc đăng ký bảo hộ thương hiệu tại Mỹ, nhưng thật bất ngờ từ tháng 1/2001 (tức là chỉ sau vài tháng kể từ lần tiếp xúc đầu tiên giữa hai bên), Rice Field Corp đã nộp đơn đăng ký bảo hộ với các cơ quan chức năng của Mỹ đối với nhãn hiệu "Trung Nguyên - Cà phê hàng đầu Buôn Ma Thuột". Hiện

Trung Nguyên đã làm hồ sơ kiện lên cơ quan chức năng Mỹ nhằm yêu cầu tuyên bố vô hiệu hóa đối với hồ sơ đăng ký của phía đối tác, nhưng việc giành lại thương hiệu dù thế nào đi nữa cũng rất khó khăn và tốn kém. Theo Trung Nguyên, thì thiệt hại cho hãng từ vụ này lên tới hàng triệu USD, chiến lược kinh doanh tại Mỹ bị chậm lại, việc chuyển giao quyền kinh doanh thương hiệu vì thế chưa thực hiện được và thời gian càng kéo dài thiệt hại càng lớn hơn.

4. Doanh nghiệp sau khi bị đánh cắp thương hiệu thường lúng túng trong việc giành lại quyền sở hữu thương hiệu của mình

Nhiều doanh nghiệp xuất nhập khẩu hiện nay vẫn chưa nhận thức được tầm quan trọng của công tác bảo hộ thương hiệu sản phẩm khi kinh doanh trên thị trường quốc tế. Để đến khi biết được tình trạng thương hiệu của mình bị chiếm dụng thì mọi việc đã muộn và hầu như các doanh nghiệp đều ở trạng thái bất ngờ, lũng túng và hoàn toàn không biết nên xử trí, giải quyết như thế nào.

Khi được thông báo về việc thương hiệu của mình bị đánh cắp, Ban Công nghệ thông tin của Petro Việt Nam vẫn chưa hề hay biết đến việc này. Khi được hỏi về việc đã có thông báo rằng có thể bị đánh cắp thương hiệu ở nước ngoài, ông Vũ Văn Viện - Trưởng ban, ngạc nhiên hỏi lại "Chúng tôi phải làm gì?", thậm chí khi được tư vấn là phải thuê luật sư bên Mỹ thì ông Viện hoàn toàn chưa biết khả năng này. Ông Viện cũng cho biết: "Việc các thương hiệu Vianataba, Trung Nguyên bị đánh cắp ở nước ngoài cách đây vài tháng và có những lời cảnh báo từ báo chí, Tổng công ty cũng đã biết, nhưng không thể ngờ được thương hiệu lại bị đánh cắp nhanh như vậy, Tổng công ty chưa lường trước được nên cũng chưa biết đối phó như thế nào...".

Còn ông Đỗ Yên Sơn - Phó Giám đốc Công ty may Việt Tiến, đã phát biểu về việc thương hiệu của Công ty bị chiếm dụng ở Mỹ rằng: "Sự thực là hiện nay, chúng tôi xuất hàng sang Mỹ nhưng cũng chưa dùng tên Việt Tiến, mà dùng tên thương mại

của các loại hàng khác nhau do khách hàng đặt để hấp dẫn thị trường. Trước mắt, chúng tôi chưa có biện pháp gì, nếu sự thực bị đăng ký rồi thì chúng tôi sẽ chiến đấu để giành lại thương hiệu hoặc sẽ đặt thương hiệu khác".

Việc thiếu ý thức trong việc xây dựng cũng như đăng ký bảo hộ thương hiệu tại thị trường nước ngoài cũng như quốc tế dẫn đến kết quả là hàng loạt các doanh nghiệp Việt Nam bị mất thương hiệu trên thị trường nước ngoài. Tất nhiên đó đều là các thương hiệu của các sản phẩm được đánh giá là hàng Việt Nam chất lượng cao, rất có uy tín ở trong nước và đã bước đầu xây dựng được chỗ đứng trên thị trường quốc tế. Đến khi bị mất hoặc có nguy cơ bị mất thì các doanh nghiệp mới thực sự vội vàng lo đến việc đăng ký bảo hộ thương hiệu. Có không ít doanh nghiệp không biết sử dụng quyền tố cáo các hành vi vi phạm để bảo vệ sản phẩm, thậm chí có doánh nghiệp không nắm rõ thủ tục và cơ quan nào cần thiết để tiến hành các biện pháp giải quyết tranh chấp.

5. Vấn đề đặt ra đối với các doanh nghiệp xuất khẩu chưa có thương hiệu riêng về hàng hóa của mình

Ngành dệt may Việt Nam hiện nay được đánh giá là ngành có lợi thế cạnh tranh đó suất đầu tư thấp, giá nhân công rẻ và đặc biệt là đang có thị trường để phát triển. Hiện đang có hơn 1 triệu lao động làm việc trong ngành với kim ngạch xuất khẩu đạt giá trị cao trong những năm gần đây.

Tuy nhiên, chúng ta cũng thấy rằng dù ngành dệt may có xuất khẩu được lượng hàng hóa có giá trị lớn liên tục tăng trong những qua các năm, nhưng gần 70% giá trị xuất khẩu đó lại là sản phẩm gia công và mang nhãn hiệu hàng hóa của bên đặt hàng và 30% còn lại mang nhãn hiệu hàng hóa của nhà sản xuất trong nước hoặc mua quyền sử dụng nhãn hiệu hàng hóa của phía nước ngoài. Điều đáng ngại là sắp tới khi gia nhập WTO, hàng dệt may của Việt Nam sẽ phải cạnh tranh với các cường quốc xuất khẩu trên thế giới trong lĩnh vực dệt may như Trung Quốc, Ấn Độ, Hồng Công, Đài Loan, Hàn Quốc...

Một số doanh nghiệp xuất khẩu có uy tín như Việt Tiến, Nhà Bè, Thành Công, Dệt Kim Hà Nội, May 10... chỉ biết đến tại thị trường trong nước, còn ở các thị trường nước ngoài, đặc biệt là các thị trường lớn giàu tiềm năng như Mỹ, Nhật, EU thì người tiêu dùng lại hoàn toàn không biết đến thương hiệu của những doanh nghiệp này.

Mặt hàng dệt may Việt Nam hiện đã đáp ứng được nhu cầu của những đối tượng được coi là khó tính ở EU, Mỹ, Nhật Bản... Đây cũng như là một minh chứng về chất lượng cũng như kiểu dáng các sản phẩm của Việt Nam hoàn toàn có thể được thị trường quốc tế chấp nhận. Tuy nhiên, chính vì vậy mà việc tiêu thụ sản phẩm thông qua nhãn hiệu của các hãng khác đã gây nên không ít trở ngại và khó khăn để doanh nghiệp Việt Nam có thể tự phát triển thương hiệu trên trường quốc tế.

Bên cạnh đó, mặt hàng nông sản cũng là một trong những mặt hàng xuất khẩu chiếm tỷ trọng lớn trong kim ngạch xuất khẩu. Đây được coi là lợi thế của Việt Nam, nhưng hiện nay hàng nông sản Việt Nam khi xuất khẩu lại không hề mang một nhãn mác cụ thể. Và chuyện phía nước ngoài cố ý ăn theo thương hiệu hay mượn danh tiếng đặc sản của Việt Nam không còn là chuyện lạ. Đó là trường hợp phía Thái Lan đang ráo riết mở chiến dịch trên nhiều mặt để chứng minh cho thế giới thấy rằng Xoài Hòa Lộc là một đặc sản của Thái Lan, Đài Loan cũng làm tương tự với trái Thanh Long, còn Trung Quốc mua trái cây của Việt Nam về dán mác "Made in China". Thậm chí lâu nay các mặt hàng như gạo nàng thơm chợ Đào, gạo Nàng Hương, nước mắm Phú Quốc vẫn được bầy bán công khai tại các siêu thị, cửa hàng nước ngoài với nhãn hiệu "Made in Thailand", "Made in Hong Kong", "Made in Taiwan" ...

Các nhà khoa học Việt Nam nhiều lần khẳng định Việt Nam có nhiều nông sản, đặc sản ngon nổi tiếng mà các nước khác không có hoặc trồng được nhưng số lượng ít và không ngon. Hàng loạt đặc sản như: Vú sữa Lò Rèn, xoài Hòa Lộc, vải thiều Bắc Giang... Tên tuổi của những sản phẩm này đã trở nên quen

thuộc với người tiêu dùng trong nước và cũng đã được xuất khẩu. Đây chính là các tài sản vô cùng quí giá mà đáng lẽ cũng cần các doanh nghiệp cũng như các cơ quan hữu quan tìm cách xúc tiến sản xuất xuất khẩu và bảo hộ thương hiệu.

Việt Nam được thế giới biết đến là một nước xuất khẩu nông sản. Vậy mà chưa có loại trái cây nào mang nhãn hiệu là đặc sản của Việt Nam. Hay nói cách khác, Việt Nam xuất khẩu rất nhiều nông sản, những sản phẩm vốn là đặc sản của riêng Việt Nam, nhưng người tiêu dùng nước ngoài lại không thể nhận biết đâu là sản phẩm có nguồn gốc từ Việt Nam. Điều này cũng cho thấy sự yếu kém của ta so với các nước trong vấn đề quan tâm bảo vệ thương hiệu trên thị trường quốc tế. So với Thái Lan chẳng hạn, họ đã có biện pháp bảo vệ thương hiệu rất chặt chẽ trong nước, đặc biệt là đối với những sản phẩm là đặc thù của Thái Lan. Ngay như giống lúa" Hương nhài" bị một số nhà khoa học Mỹ lấy về nghiên cứu để sản xuất trên đất Mỹ, lập tức họ mở ngay chiến dịch để bảo vệ. Còn đối với mặt hàng gạo Việt Nam thì dù được đánh giá là nước xuất khẩu gạo thứ hai trên thế giới, nhưng khi xuất khẩu vẫn chưa có một bao gạo nào của Việt Nam ghi cụ thể tên giống gì, sản xuất ở đâu, cũng như mang thương hiệu gì. Hơn nữa, các nước lại than phiền gạo Việt Nam không có thương hiệu, chỉ có tên gọi chung là gạo hạt dài Việt Nam, trong khi theo thông lệ hàng hóa chất lượng cao phải có thương hiệu, đó là sự đảm bảo chất lượng trong thương mại.

Về hàng thủ công mỹ nghệ cũng vậy, số lượng xuất khẩu đang tăng nhanh, giá xuất khẩu thì tương đối ổn định, tập trung vào các mặt hàng như: gốm, sứ, thêu ren, đặc biệt là đồ gỗ cao cấp, các thị trường lớn như: Mỹ, Pháp, Italia, Nhật Bản, Trung Quốc, Hồng Công, Đài Loan, Hàn Quốc... và khách hàng quốc tế đánh giá rất cao chất lượng hàng của các doanh nghiệp Việt Nam về chất lượng cao, giá rẻ, kiểu dáng đẹp. Song hàng thủ công mỹ nghệ của Việt Nam vẫn còn yếu kém trong khâu thiết kế mẫu mã, tạo phong cách riêng và điều đáng nói là khách hàng nước ngoài sử dụng nhưng lại không hề biết đó là

hàng của Việt Nam. Cũng có những doanh nghiệp sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ chủ yếu để xuất khẩu sản phẩm qua các công ty môi giới của nước ngoài. Họ đã chọn kiểu dáng, mẫu mã để đặt hàng cho doanh nghiệp Việt Nam để sản xuất, rồi đi đăng ký, sau đó có giấy chứng nhận độc quyền kinh doanh loại sản phẩm này, họ quay trở lại ép giá. Còn các nhà sản xuất Việt Nam không tự xuất khẩu được, "cắn răng" chịu thiệt thòi, trong khi công ty môi giới nghiễm nhiên trở thành người sở hữu chính thức sản phẩm và hưởng lợi.

Qua đó, chúng ta đều thấy rõ một thực trạng chung về tình trạng bảo hộ và phát triển thương hiệu Việt Nam trên thị trường quốc tế còn quá yếu kém. Đây có thể là cái giá phải trả cho sự trì trệ, thiếu ý thức trong việc chủ động hội nhập kinh tế khu vực và thế giới. Thiết nghĩ, các doanh nghiệp nên sớm nhận thức được tầm quan trọng của việc bảo hộ thương hiệu và sớm đăng ký thương hiệu của mình tại những thị trường mà doanh nghiệp định hướng đó là mục tiêu. Bởi một khi thương hiệu bị chiếm đoạt thì tất yếu sẽ kéo theo nhiều bất lợi khó lường trước, điều quan trọng là vấn đề nhận thức của các doanh nghiệp Việt Nam về bảo hộ thương hiệu nói riêng và các biện pháp để kinh doanh trên thị trường nước ngoài, đừng để tình trạng "mất bò mới lo làm chuồng" như hiện nay. Thực tế cho thấy cái tên không còn là chuyện nhỏ, bởi đằng sau cái tên là tài sản vô hình, là cam kết của người bán hàng đối với khách hàng, là uy tín chất lượng, là hình ảnh quốc gia. Tạo ra nó đã khó, nhưng bảo vệ nó lại càng khó hơn.

Theo khuyến cáo của Hội Sở hữu công nghiệp Việt Nam: đối với các doanh nghiệp Việt Nam, điều trước tiên cần làm là phải xây dựng chiến lược thương hiệu. Một chiến lược thương hiệu hướng tới người tiêu dùng. Điều đó có nghĩa là thương hiệu phải dễ đọc, dễ nhớ, có tác dụng liên tưởng. Bên cạnh đó là vấn đề chất lượng sản phẩm. Sản phẩm có giá trị, kèm theo thương hiệu đạt tiêu chuẩn thì doanh nghiệp mới dốc tiền đầu tư cho nó. Cứ làm theo một trình tự bình thường. Phát triển đến đâu,

làm đến đấy, theo một chiến lược phát triển được nghiên cứu và hoạch định một cách khoa học. Điều này nhằm loại bỏ ý định chiếm dụng xấu xa của đối thủ cạnh tranh. Bên cạnh đó, khi xảy ra tranh chấp, nếu ai chứng minh được mình sử dụng thương hiệu này lâu dài và gắn bó với sự nổi tiếng của thương hiệu thì tất nhiên được quyền đăng ký thương hiệu đó. Còn một điểm cần lưu ý là những thương hiệu đã được đăng ký bản quyền tại Việt Nam thì cũng được ưu tiên. Do vậy, trước hết các doanh nghiệp hãy lo đăng ký thương hiệu của mình tại Việt Nam trước khi đăng ký thương hiệu ở nước ngoài.

6. Vai trò sự trợ giúp của các công ty luật về sở hữu công nghiệp khi doanh nghiệp có ý định mở rộng thị trường

Thực tế trong những năm qua cho thấy các tổ chức luật sư và đại diện sở hữu công nghiệp đóng một vai trò quan trọng trong việc thực thi pháp luật. Vị trí và vai trò của các tổ chức luật sư và sở hữu công nghiệp ngày càng khẳng định trong đời sống pháp lý nói chung và trong lĩnh vực đấu tranh chống vi phạm quyền sở hữu công nghiệp nói riêng.

Hoạt động chủ yếu của các tổ chức luật sư và đại diện sở hữu công nghiệp đang hỗ trợ một cách tích cực cho hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp và các chủ thể khác ở trong và ngoài nước dưới hình thức tư vấn pháp lý, thay mặt các chủ thể đăng ký các đối tượng sở hữu công nghiệp. Các tổ chức này cũng đang đóng góp đáng kể cho hoạt động giải quyết các vi phạm quyền sở hữu công nghiệp và góp phần bảo vệ các quyền và lợi ích hợp pháp của chủ thể bị vi phạm. Các hoạt này bắt đầu từ việc phát hiện hành vi vi phạm, thông báo, tiến hành các hoạt động điều tra ban đầu, tư vấn các thủ tục pháp lý và đại diện cho bên bị vi phạm phối hợp với cơ quan có thẩm quyền giải quyết vi phạm. Xã hội đang ngày càng thừa nhận và đề cao vai trò của các tổ chức luật sư và đại diện sở hữu công nghiệp với tư cách là nhân tố liên kết, vừa là chất xúc tác cho quá trình giải quyết vi phạm.

Ngoài các dịch vụ tư vấn pháp lý cung cấp cho bên bị vi phạm trong quá trình giải quyết các vụ việc vi phạm quyền sở hữu công nghiệp, các tổ chức này còn có thể cung cấp các dịch vụ trước và sau khi quá trình giải quyết kết thúc. Đối với các dịch vụ trước khi giải quyết vi phạm, các tổ chức này cung cấp các dịch vụ theo dõi, giám sát thị trường, phát hiện hàng giả và kịp thời thông báo cho khách hàng theo định kỳ, đột xuất theo yêu cầu và kiểm tra tình trạng vi phạm sau khi vụ việc đã được giải quyết. Với kinh nghiệm trong hoạt động thực tiễn, một số đại diện sở hữu công nghiệp đã cung cấp rất tốt các dịch vụ giám sát và điều tra thị trường. Cùng với quá trình hình thành thị trường điều tra tư nhân chắc chắn rằng loại dịch vụ này sẽ được cung cấp một cách toàn diện hơn nếu Nhà nước thừa nhận kết quả hoạt động của các công ty này có giá trị pháp lý như các cơ quan điều tra trong hệ thống bộ máy nhà nước. Điều này sẽ góp phần một cách tích cực cho hoạt động đấu tranh chống lại các hành vi vi phạm quyền sở hữu công nghiệp.

Xuất phát từ nhu cầu phát triển của nền kinh tế cũng như các đòi hỏi từ phía quốc tế, việc đấu tranh để ngăn chặn một cách có hiệu quả tình trạng sản xuất và buôn bán hàng vi phạm ngày càng đặt ra cấp thiết hơn bao giờ hết. Những hậu quả mà chúng ta phải gánh chịu sẽ rất lớn nếu như ngay bây giờ chúng ta không có một cách nhìn nhận và đánh giá đúng mức hiện tượng tiêu cực này. Sự thành công chỉ có thể đến được nếu cuộc đấu tranh không chỉ thực hiện bởi các cơ quan nhà nước có thẩm quyền, mà còn bởi một nỗ lực chung của toàn xã hội, trong đó vai trò và vị trí của mỗi cá nhân, mỗi đoàn thể, mỗi tổ chức xã hội - nghề nghiệp được thừa nhận và đánh giá đúng mức.

Phần VI
Ý KIẾN CỦA CÁC CHUYÊN GIA VỀ KINH NGHIỆM XÂY DỰNG, PHÁT TRIỂN VÀ BẢO HỘ THƯƠNG HIỆU

1. Kinh nghiệm xây dựng và bảo vệ thương hiệu *(Ông Nguyễn Trần Quang chuyên gia về nhãn hiệu - Công ty TNHH Cà phê Trung Nguyên)*

Thời gian gần đây, trước bối cảnh hội nhập kinh tế khu vực và kinh tế thế giới, thuật ngữ thương hiệu được nhắc đến thường xuyên trên các phương tiện truyền thông và được nhiều giới quan tâm từ người tiêu dùng, nhà kinh doanh cho đến các cơ quan quản lý, tạo nhiều tranh luận về ý nghĩa và giá trị của thuật ngữ này trên thị trường.

Cà phê Trung Nguyên là một doanh nghiệp Việt Nam phát triển nhờ xác định rõ giá trị của thương hiệu, trách nhiệm nuôi dưỡng, phát triển sản phẩm và tên tuổi của mình qua việc thảo mãn khách hàng cũng như đối tác.

Kể từ khi thành lập từ năm 1996, Trung Nguyên đã trải qua nhiều chặng đường vượt khó để đạt được lòng tin yêu của khách hàng trong và ngoài nước với nỗ lực không ngừng trong việc cung cấp sản phẩm cà phê chất lượng cao.

Từ đó đến nay, nhờ việc cung cấp cho người tiêu dùng một sản phẩm phù hợp nhu cầu thưởng thức cà phê trong một môi trường thân thiện và mang tính văn hóa đặc trưng, Trung Nguyên đã tổ chức được một mạng lưới kinh doanh phủ khắp 61 tỉnh thành với trên 400 đại lý chính thức. Với quan điểm đôi bên cùng có lợi, Công ty đã hỗ trợ các đối tác xây dựng quán cà phê có phong cách độc đáo, thu hút đông đảo khách trong và ngoài nước .

Qua quá trình này, những kinh nghiệm xây dựng, phát triển và bảo vệ thương hiệu của Trung Nguyên có thể nói được đúc kết thành thông điệp sứ mạng và những giá trị cốt lõi của Công ty. Qua thông điệp này, Trung Nguyên khẳng định nhiệm vụ của mình bước vào tương lai trong việc đem đến cho khách hàng và cộng đồng những sản phẩm tốt nhất với tinh thần phục vụ trân trọng nhất.

Chúng tôi xin được chia sẻ kinh nghiệm của mình qua việc trình bày và giải thích nguyên văn sứ mạng Công ty Trung Nguyên cùng 8 giá trị cốt lõi giúp Công ty định hướng những hoạt động của mình .

Sứ mạng Công ty Trung Nguyên:

Tạo dựng thương hiệu hàng đầu qua việc mang đến cho người thưởng thức cà phê và trà nguồn cảm hứng sáng tạo, niềm tự hào trong phong cách Trung Nguyên đậm đà văn hóa Việt Nam.

Thông điệp sứ mạng của Công ty phần nào cũng đã thể hiện rõ những ước vọng vươn tới tương lai của Trung Nguyên. Qua thông điệp sứ mạng này, Trung Nguyên khẳng định ngành hàng mà Công ty sẽ tập trung phát triển cũng như xác định sự thành công của mình sẽ được thực hiện bằng việc thỏa mãn khách bằng những sản phẩm cà phê và trà tốt nhất .

Tuy nhiên, việc thỏa mãn khách hàng ở đây không chỉ đơn thuần dừng lại ở sản phẩm mà chính qua sự thưởng thức này, Trung Nguyên mong mỏi sẽ đem lại một giá trị cao hơn. Đó là niềm tự hào về một thương hiệu được yêu chuộng rộng rãi và đem đến một nguồn cảm hứng sáng tạo cho một tương lai phát triển hơn .

Đồng thời trong thông điệp này, Trung Nguyên cũng xác định cho mình một phong cách riêng, qua đó thể hiện được sự khác biệt với cái rất riêng của Trung Nguyên nhưng vẫn mang một tinh thần chung là nét văn hóa Việt Nam. Thông điệp sứ

mạng mà tập thể nhân viên Công ty đề ra hỗ trợ được 8 giá trị cốt lõi:

1) Khơi nguồn sáng tạo;

2) Phát triển và bảo vệ thương hiệu;

3) Xây dựng phong cách Trung Nguyên;

4) Lấy người tiêu dùng làm tâm;

5) Hoàn thiện sản phẩm;

6) Gây dựng sự thành công cùng đối tác;

7) Phát triển nguồn nhân lực mạnh ;

8) Góp phần xây dựng cộng đồng.

Chúng tôi xin được chia sẻ những ý nghĩa trong các giá trị cốt lõi này, mà dựa trên đây, là *"Kim Chỉ Nam"* cho việc phát triển và bảo vệ thương hiệu Trung Nguyên.

Khơi nguồn sáng tạo:

Sáng tạo là động lực hàng đầu của Trung Nguyên trong việc khẳng định tính tiên phong để cung ứng những giá trị hữu ích cho khách hàng và nhân viên. Khơi nguồn sáng tạo là giá trị cốt lõi đầu tiên của Trung Nguyên xuất phát từ quan điểm là không chỉ bán cà phê hoặc thức giải khát, mà còn cần phải thể hiện được nét văn hóa đặc trưng mà qua đó có thể nuôi dưỡng và thôi thúc những ý tưởng sáng tạo của người Việt Nam trong mọi lĩnh vực.

Qua ý nghĩa này, Trung Nguyên mong mỏi trở thành một địa điểm hoặc một thương hiệu xúc tác tạo thuận lợi, thúc đẩy quá trình nuôi dưỡng và ý tưởng sáng tạo đó. Và cái văn hóa sáng tạo ấy đều toát lên từ ly cà phê Trung Nguyên đến phong cách trang trí, phục vụ tại các quán.

Phát triển và bảo vệ thương hiệu:

Có thể nói thương hiệu Trung Nguyên là tài sản lớn nhất mà Công ty có được và mọi thành viên Công ty cũng như đối tác có

trách nhiệm xây dựng, phát triển, nuôi dưỡng và bảo vệ thương hiệu Trung Nguyên, mặc dù với tuổi đời trên thị trường còn rất trẻ nhưng đã tạo dựng được một độ nhận biết rộng rãi mà qua đó được người tiêu dùng chấp nhận và tin dùng.

Tuy nhiên, trong bối cảnh hội nhập kinh tế toàn cầu trước mắt, hầu hết các thương hiệu Việt Nam đang gặp khó khăn khi vươn ra thị trường thế giới. Do chưa nắm vững luật lệ và văn hóa kinh doanh của các nước bạn, các doanh nghiệp Việt Nam đã vấp phải không ít khó khăn trong việc phát triển và bảo vệ thương hiệu của mình trên thị trường thế giới.

Trung Nguyên cũng đã trải qua những kinh nghiệm mất quyền sử dụng nhãn hiệu tại một số nước do chưa kịp đăng ký quyền sử dụng nhãn hiệu tại các quốc gia này. Và cũng như nhiều trường hợp của các thương hiệu quen thuộc trên thế giới thường xuyên bị đăng ký trước nhãn hiệu và đã phải có trường hợp phải thương lượng mua lại quyền sử dụng nhãn hiệu.

Qua nhưng kinh nghiệm này, Trung Nguyên xác định cần phải thực hiện đăng ký ngay quyền sử dụng nhãn hiệu của mình tại các thị trường trọng điểm mà Công ty quan tâm trong việc xuất khẩu. Và việc này đã và đang được thực hiện khẩn trương song song với việc xây dựng hình ảnh của thương hiệu trong lòng người tiêu dùng qua việc hoàn thiện sản phẩm và chuẩn hóa hệ thống nhận diện của Công ty.

Xây dựng phong cách Trung Nguyên:

Mỗi thương hiệu đều phải xác định cho mình một văn hóa và tính cách riêng biệt trên thị trường so với đối thủ cạnh tranh, nhờ đó khách hàng sẽ trở nên gần gũi với thương hiệu và giữ nó ở vị thế khác hẳn với các sản phẩm cạnh tranh khác trong cùng một ngành.

Phong cách Trung Nguyên được xác định là một phong cách mang đậm nét đặc trưng của bản sắc văn hóa Tây Nguyên và hội tụ một phần của tinh thần dân tộc.

Lấy người tiêu dùng làm tâm:

Để xây dựng một thương hiệu được lòng tin cậy của khách hàng thì thương hiệu cần phải hiểu rõ người khách hàng của mình hơn ai hết và luôn lấy sự hài lòng của người tiêu dùng làm trọng tâm cho mọi hoạt động.

Cũng trong định hướng ấy, Trung Nguyên đã dốc tâm tạo cho mình một sản phẩm tốt, nhất quán về chất lượng cũng như trong phục vụ và thể hiện. Để khi khách hàng đến đâu cũng có thể tìm được một ly cà phê ngon như nhau và trong một khung cảnh ấm cúng, thân thiện và quen thuộc.

Để tạo dựng thương hiệu mạnh, việc thấu hiểu được cảm xúc, sự mong mỏi, niềm ước mơ và khát vọng của khách hàng là tiền đề hết sức quan trọng dẫn tới thành công trên thị trường.

Để xây dựng một thương hiệu mạnh không chỉ cần có một sản phẩm toàn hảo về chất lượng hoặc phục vụ, mà còn phải khơi dậy trong khách hàng những cảm xúc, cảm nhận đặc biệt và tích cực về thương hiệu đó. Đến một nơi để ăn một món ăn ngon và được phục vụ tốt thôi chưa đủ, bữa ăn ngon sẽ được cảm nhận toàn diện từ mùi vị của thức ăn, cách trình bày món ăn, khung cảnh của nhà hàng, cách phục vụ và tiếp khách của nhân viên. Tất cả các yếu tố này cùng kích thích cảm xúc nơi người khách hàng để tạo nên một giá trị tổng thể cho sản phẩm.

Chỉ khi nào một sản phẩm hoặc một dịch vụ tập trung vào nhu cầu của khách hàng và khơi dậy được cảm xúc của người khách hàng đó thì nó mới trở thành sản phẩm quen thuộc trong tâm tưởng, trí nhớ của khách hàng và sẽ trở thành cái tên đầu tiên mà khách hàng chọn lựa khi cần mua.

Hoàn thiện sản phẩm:

Với sự xác định sản phẩm là yếu tố quan trọng đầu tiên trong việc xây dựng thương hiệu, Trung Nguyên không ngừng phát triển và hoàn thiện sản phẩm, dịch vụ để thỏa mãn nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng.

Sắp tới Công ty Trung Nguyên sẽ giới thiệu loại bao bì mới được thiết kế với phong cách rất độc đáo của Trung Nguyên nhằm tạo một phong cách mới cho sản phẩm trên thị trường. Loại bao bì mới này cũng sẽ giúp người tiêu dùng giữ được hương cà phê lâu hơn và thơm hơn.

Gần đây nhất Trung Nguyên đã giới thiệu sản phẩm Trà Tiên là một nỗ lực mới nhằm đem đến cho người tiêu dùng những sản phẩm mới mà Công ty đã nghiên cứu trong nhiều năm.

Để hoàn thiện sản phẩm trước khi đến tay người tiêu dùng, chất lượng sản phẩm được thường xuyên đánh giá và cải tiến để ngày càng hoàn chỉnh hơn. Trung Nguyên đã cố gắng thể hiện sự đồng nhất trong sản phẩm, cơ sở vật chất để thể hiện được một tính độc đáo và rất riêng của Trung Nguyên. Việc xây dựng và thực hiện những tiêu chuẩn này cho phép Trung Nguyên và các đại lý cùng có lợi, xây dựng nên một phong cách thưởng thức cà phê mang bản sắc văn hóa tinh tế và độc đáo.

Gây dựng sự thành công cùng đối tác:

Đối tác của Trung Nguyên được xác định là nền tảng cho sự thành công và sống còn của Công ty, do đó Công ty xác định chỉ khi nào đối tác thành công thì Công ty Trung Nguyên mới thành công vì chính đối tác là thành tố giúp Công ty phát triển và có mặt trên khắp 61 tỉnh thành khắp cả nước.

Vì vậy, tôn chỉ của Trung Nguyên là luôn hợp tác chặt chẽ trên tinh thần tin tưởng, tôn trọng và bình đẳng vì sự thành công của đối tác cũng chính là sự thịnh vượng của Trung Nguyên.

Phát triển nguồn nhân lực mạnh:

Sự phát triển và trường tồn của Công ty Trung Nguyên sẽ phải dựa rất nhiều vào những con người xây dựng nên nó. Chính vì lẽ đó, Trung Nguyên phải liên tục đầu tư vào việc đào tạo một đội ngũ tinh nhuệ để giúp thương hiệu phát triển bền vững.

Đem đến cho nhân viên những lợi ích thỏa đáng về vật chất lẫn tinh thần cũng như những cơ hội đào tạo và phát triển cùng với sự lớn mạnh không ngừng của Trung Nguyên.

Góp phần xây dựng cộng đồng:

Cộng đồng là nơi Công ty nương tựa và phát triển doanh nghiệp của mình. Việc góp phần xây dựng cộng đồng là việc tất yếu để tạo dựng nền tảng phát triển cho Công ty. Do đó, Trung Nguyên xác định vai trò của mình trong cộng đồng là luôn đóng góp tích cực để xây dựng một môi trường cộng đồng tốt đẹp và góp phần phát triển sự nghiệp chung của xã hội

2. Vai trò của luật sư trong chiến lược xây dựng và phát triển thương hiệu của doanh nghiệp *(Ông Bạch Thanh Bình - Văn phòng luật sư Phạn và Liên danh)*

Như đã trình bày ở trên, thương hiệu là "một cái tên, từ ngữ, ký hiệu, biểu tượng hoặc hình vẽ kiểu thiết kế,... hoặc tập hợp của các yếu tố trên nhằm xác định và phân biệt hàng hóa hoặc dịch vụ của một người bán hoặc nhóm người bán với hàng hóa và dịch vụ của các đối thủ cạnh tranh".

Nhưng trên thực tế, *nói đến thương hiệu chính là nói đến nhãn hiệu hàng hóa đã đi vào cuộc sống, đã lưu lại trong ký ức của người tiêu dùng.*

Như vậy, thương hiệu chính là sự biểu hiện cụ thể của nhãn hiệu hàng hóa trong đời sống, là cái gì đó rất gắn bó với hoạt động của doanh nghiệp.

Từ đó, có thể thấy rằng, muốn xây dựng và phát triển thành công một thương hiệu nào đó, doanh nghiệp phải đồng thời quan tâm tới đến cả hai khía cạnh: (1) khía cạnh kinh tế; (2) và khía cạnh pháp lý của thương hiệu. Tất nhiên, ở đây, nếu thiếu vai trò tham vấn và hỗ trợ từ phía các luật sư thì chắc chắn doanh nghiệp sẽ gặp khó khăn.

2.1. Chiến lược xây dựng và phát triển thương hiệu

Văn phòng luật sư chúng tôi đã tư vấn và trợ giúp khách hàng trong rất nhiều vụ tranh chấp liên quan tới nhãn hiệu.

Chúng tôi đã thành công trong nhiều vụ giành lại quyền đối với nhãn hiệu của doanh nghiệp Việt Nam ở nước ngoài. Các vụ việc mà chúng tôi có thể kể đến Miss Sài Gòn ở Đức và Philippin; vụ VIFON ở Ba Lan, Tiệp Khắc; vụ TÂN TÂN ở Mỹ v.v.. Đặc biệt, gần đây chúng tôi đã xử lý vụ nhãn hiệu Vinataba, nhãn hiệu bị một doanh nghiệp ở Inđônêxia đăng ký ở 12 nước trong khu vực, trong đó, chúng tôi đã thành công ở Lào, Cămpuchia, và đang có tiến triển tích cực tại Trung Quốc. Ở các nước còn lại, chúng tôi đã tư vấn cho Vinataba sách lược phù hợp với chiến lược kinh doanh của Tổng công ty.

Qua những công việc mà thực tế chúng tôi đã trợ giúp khách hàng, chúng tôi có thể rút ra một số bài học kinh nghiệm để xây dựng, sử dụng và phát triển thương hiệu.

Thứ nhất, doanh nghiệp nên có ý thức xây dựng cho mình một kế hoạch (hay chiến lược) riêng thật bài bản, trong đó, doanh nghiệp cần chú ý:

- Thiết kế chiến lược xây dựng và phát triển thương hiệu gắn với chiến lược phát triển các quyền sở hữu trí tuệ nói chung;

- Gắn chiến lược phát triển thương hiệu với chiến lược phát triển chung của doanh nghiệp;

- Tham chiếu và dựa trên chiến lược xây dựng và phát triển thương hiệu để đưa ra các giải pháp thích hợp khi có tranh chấp xảy ra;

- Phối hợp chặt chẽ với luật sư của mình trong mọi hoạt động, từ hoạch định chiến lược phát triển cho đến các giải pháp cụ thể áp dụng cho từng vụ việc.

Thứ hai, ngay từ giai đoạn thu thập, xử lý thông tin, thiết kế chiến lược cho đến triển khai chiến lược, doanh nghiệp nên phối hợp và tranh thủ ý kiến tư vấn của luật sư. Cho dù ở bước nào, giai đoạn nào, doanh nghiệp thiếu phối hợp, không lắng nghe ý kiến của luật sư thì ở đó, khả năng doanh nghiệp thành công trong triển khai và thực hiện chiến lược của mình là rất thấp, thậm chí không có.

Vì thế, điểm suốt quá trình thiết kế và thực hiện chiến lược, chúng tôi cho rằng vai trò của luật sư tư vấn cho doanh nghiệp là khá quan trọng, cho dù ở mỗi một giai đoạn, mỗi một bước thực hiện vai trò này được thể hiện ở mức độ đậm nhạt khác nhau. Về vấn đề này, chúng tôi xin trình bày rõ qua phần phân tích các bước thiết kế và thực hiện chiến lược, gồm: (1) thiết kế và lựa chọn thương hiệu; (2) đăng ký bảo hộ thương hiệu; (3) kiểm tra theo dõi việc sử dụng thương hiệu và (4) phát triển thương hiệu

2.2. Thiết kế và lựa chọn thương hiệu

Yêu cầu đặt ra cho doanh nghiệp trong giai đoạn này là khá rõ ràng. *Trước hết,* dựa trên những hiểu biết về quy luật tâm lý, quy luật nhận thức của con người, doanh nghiệp sẽ thiết kế hay sáng tạo các dấu hiệu hình sẽ được lựa chọn làm thương hiệu, bao gồm các dấu hiệu chữ, dấu hiệu hình và sự kết hợp của cả hai dấu hiệu này. Dấu hiệu được thiết kế phải có khả năng truyền tải thông tin, ý tưởng kinh doanh đến người tiêu dùng. Tựu chung, các dấu hiệu được thiết kế cần đáp ứng các tiêu chuẩn như:

- Tên thương hiệu được thiết kế và lựa chọn nên là dấu hiệu dễ đọc (không chỉ dễ đọc bằng ngôn ngữ của Việt Nam, mà còn bằng các ngôn ngữ thông dụng khác), dễ nhớ;

- Tên thương hiệu được thiết kế và lựa chọn nên xuất phát từ các ý tưởng, giá trị tích cực và tầm nhìn về tương lai mà doanh nghiệp muốn truyền tải cho người tiêu dùng.

Thế đến, từ các dấu hiệu được thiết kế, doanh nghiệp sẽ lựa chọn đâu là dấu hiệu mà doanh nghiệp sẽ sử dụng làm thương hiệu dựa trên các tiêu chí pháp lý về bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa. Ở giai đoạn này, vai trò tham vấn của luật sư đối với doanh nghiệp là rất rõ nét.

Qua thu thập, phân tích thông tin và đặc biệt là tiến hành tra cứu các nguồn thông tin về các nhãn hiệu hàng hóa đã được bảo hộ hoặc nộp đơn xin bảo hộ, luật sư bằng kiến thức chuyên

môn và kinh nghiệm của mình sẽ giải đáp câu hỏi: dấu hiệu nào trong số các dấu hiệu đã được thiết kế có khả năng được bảo hộ làm nhãn hiệu hàng hóa. Hay nói cách khác, luật sư phải làm rõ dấu hiệu nào trong số đó đáp ứng được các tiêu chẩn bảo hộ như: (1) dấu hiệu phải có khả năng phân biệt tự thân, (2) dấu hiệu không được chứa đựng bất kỳ khả năng gây nhầm lẫn nào về tính năng, công dụng và nguồn gốc của sản phẩm (*bao gồm cả khả năng tương tự gây nhầm lẫn với nhãn hiệu của người khác đã được bảo hộ hoặc nộp đơn xin bảo hộ).*

Về tiêu chuẩn bảo hộ thương hiệu thứ nhất, có thể nói một cách khái quát là thương hiệu tự bản thân nó đã có tính "độc đáo", "dễ nhận biết và ghi nhớ" và có khả năng giúp đỡ người tiêu dùng phân biệt các sản phẩm của một nhà sản xuất hay cung ứng dịch vụ nào đó. Tuy có thể đưa ra những ví dụ điển hình, song việc tổng kết và đưa ra một tiêu chí chung đánh giá một dấu hiệu được thiết kế độc đáo tới mức nào thì được coi là có khả năng phân biệt tự thân là một việc làm quá khó. Lý do là để đánh giá khả năng phân biệt tự thân của một dấu hiệu, ngoài việc xem xét dấu hiệu được thiết kế, người ta còn phải đánh giá hàng loạt các yếu tố khác có liên quan, mà số lượng các yếu tố được đánh giá lại không cố định qua các trường hợp khác nhau. Ví dụ, để xem xét khả năng phân biệt tự thân của dấu hiệu, người ta phải đánh giá bản chất, thuộc tính của các sản phẩm có liên quan, điều kiện và hoàn cảnh thương mại, trong đó sản phẩm mang thương hiệu, trình độ và đặc điểm của nhóm người tiêu dùng sản phẩm này v.v... Ngay cả luật sư, những người có kiến thức chuyên sâu về lĩnh vực này, cũng phải qua ít nhất hàng trăm vụ việc thì mới có được kinh nghiệm để phân tích minh hoạ cho việc đánh giá dấu hiệu nào là thương hiệu có khả năng phân biệt tự thân. Với ý định minh hoạ cho việc đánh giá dấu hiệu theo tiêu chí này, chúng tôi xin đưa ra một số ví dụ liên quan tới các dấu hiệu được xem là không có hoặc không còn khả năng phân biệt tự thân. Đó là trường hợp: (1) dấu hiệu chính là tên gọi/hình ảnh của sản phẩm, như dấu hiệu "Cafe" lại được sử dụng làm thương hiệu

cho các sản phẩm cà phê; (2) dấu hiệu đã được sử dụng quá thông dụng nhằm để chỉ một loạt sản phẩm nào đó, như dấu hiệu hình đầu rắn lại được sử dụng cho sản phẩm dược, đấu hiệu hình lá nho lại được sử dụng cho các sản phẩm rượu vang làm từ nho, *v.v...*

Về tiêu chuẩn bảo hộ thứ hai, có thể khái quát lại là thương hiệu không được chứa đựng bất kỳ khả năng nào gây ra sự nhầm lẫn về tính năng, công dụng và nguồn gốc sản phẩm có liên quan. Trên cơ sở xem xét tiêu chuẩn bảo hộ này, có thế đưa ra hai dạng dấu hiệu mà nếu được lựa chọn làm thương hiệu thì những dấu hiệu này có nguy cơ sẽ không được bảo hộ.

Dạng thứ nhất là các dấu hiệu mà tự bản thân nó đã chứa đựng các thông tin hay chỉ dẫn khiến người tiêu dùng có thể bị nhầm lẫn. Nói rõ hơn, khi tiếp cận và lựa chọn các sản phẩm trên đó có những đấu hiệu ở dạng này, người tiêu dễ nhận định hoặc có nhận xét không đúng về sản phẩm, do chính dấu hiệu đã truyền tải đến họ những thông tin sai lệch hoặc không rõ ràng. Ví dụ, khi nhận thấy đấu liệu là hình đầu con cừu trên các sản phẩm làm từ len, người tiêu dùng dễ có xu hướng cho rằng các sản phẩm này được dệt từ sợi làm từ lông cừu, và người tiêu dùng trong trường hợp này sẽ bị nhầm lẫn nếu như các sản phẩm được đề cập lại là sản phẩm làm từ các sợi loại sợi nhân tạo.

Dạng thứ hai là các dấu hiệu có chứa dựng khả năng tương tự gây nhầm lẫn với các nhãn hiệu hàng hóa đã được đăng ký bảo hộ hoặc dược nộp đơn xin đăng ký trước cho các sản phẩm cùng loại, tương tự hoặc có liên quan. Về dạng này, có nhiều vấn đề về lý luận, chuyên môn có thể trao đổi. Tuy nhiên có thể nói tóm lược lại là để đánh giá khả năng tương tự gây nhầm lẫn, người ta phải xem xét đồng thời: (1) các dấu hiệu có liên quan (dựa trên các tiêu chí: tương tụ về thị giác, tương tự về thính giác và tương tự về ngữ nghĩa); (2) các sản phẩm có liên quan (dựa trên các tiêu chí đánh giá: bản chất, tính năng, công dụng, kênh tiêu thụ sản phẩm); (3) đặc điểm về nhóm người

tiêu dùng (trình độ, thói quen); và (4) các điều kiện thương mại khác liên quan tới việc tiêu thụ các sản phẩm có liên quan khác. Để minh họa cho các dạng nhầm lẫn này, chúng tôi xin được đưa ra một số hường hợp, đó là:

- Dấu hiệu "SUPER MAXILITEX" (sử dụng cho sản phẩm sơn) tương tự gây nhầm lẫn với nhãn hiệu hàng hóa "SUPER MAXILITE", được đăng ký và sử dụng cho sản phẩm sơn;
- Dấu hiệu "WEATHERSHEEN" (sử dụng cho sản phẩm sơn) tương tự gây nhầm lẫn với nhãn hiệu hàng hóa "WEATHERSHIELD" được đăng ký và sử dụng cho các sản phẩm sơn.

2.3. Đăng ký và bảo hộ thương hiệu

Thương hiệu chỉ chính thức được bảo hộ sau khi được đăng ký tại Cục Sở hữu công nghiệp. Do vậy, tiếp sau khi thiết kế và lựa chọn thương hiệu, doanh nghiệp cần phải tiến hành ngay việc xin đăng ký thương hiệu của mình.

Lựa chọn phương án triển khai sử dụng thương hiệu trước khi thương hiệu được đăng ký là mạo hiểm. Qua xử lý nhiều vụ việc, chúng tôi đã nhận thấy rõ điều này. Chẳng hạn, ở vụ việc tranh chấp về nhãn hiệu "RANDO & Hình" (đăng ký cho sản phẩm "áo đi mưa") và "KANDO và Hình" (sử dụng cho các sản phẩm chủng loại), tuy mới chỉ nộp đơn xin đăng ký nhãn hiệu "KANDO và Hình", chủ doanh nghiệp đã vội triển khai việc quảng cáo, in ấn, sử dụng nhãn hiệu cho các sản phẩm của mình mà không tính đến khả năng dấu hiệu "KANDO và Hình" xâm phạm đến độc quyền nhãn hiệu của người khác. Sau khi có yêu cầu ngừng sử dụng dấu hiệu "KANDO và Hình" từ phía chủ sở hữu nhãn hiệu "RANDO & Hình", chủ doanh nghiệp đã phải chấm dứt việc sử dụng dấu hiệu "KANDO và Hình", đồng thời, phải loại bỏ dấu hiệu "KANDO và Hình" trên các sản phẩm và biển hiệu và tiêu hủy các giấy tờ tài liệu, tem có chứa dấu hiệu. Ở đây, hậu quả vật chất mà doanh nghiệp phải chịu thì đã rõ,

những điều đáng nói hơn là mọi kế hoạch kinh doanh của doanh nghiệp tuy đã được chuẩn bị kỹ lưỡng và công phu đều phải trì hoãn, thậm chí là phải thay đổi.

Trước khi triển khai việc đăng ký thương hiệu, doanh nghiệp trước hết nên lựa chọn đâu là lãnh thổ mà doanh nghiệp sẽ xin đăng ký hoặc bảo hộ cho thương hiệu của mình, dựa trên chiến lược phát triển chung của doanh nghiệp. *Ở đâu doanh nghiệp dự định sẽ là đưa sản phẩm của mình vào tiêu thụ, thì ở tại quốc gia đó doanh nghiệp nên đăng ký hoặc xin bảo hộ cho các thương hiệu của mình.*

Trên thực tế, việc đăng ký nhãn hiệu hàng hóa đối với doanh nghiệp Việt Nam là những vấn đề hết sức mới mẻ. Bên cạnh yêu cầu phải tìm hiểu và nắm rõ các quy định của pháp luật hiện hành, loại việc này đòi hỏi người tiếp cận và tiến hành phải có kiến thức chuyên môn sâu, rộng về lĩnh vực sở hữu trí tuệ nói chung và lĩnh vực sở hữu công nghiệp nói riêng.

Vai trò trợ giúp của luật sư đối với doanh nghiệp ở giai đoạn này vì thế một lần nữa được khẳng định. Thông thường, luật sư sẽ giúp các doanh nghiệp:

- Chuẩn bị hồ sơ và các tài liệu liên quan, phù hợp với các quy định của pháp luật cả về hình thức và nội dung;
- Nộp các tài liệu có liên quan đúng các thời hạn luật định;
- Xử lý những vấn đề phát sinh trong quá trình đơn xin đăng ký thương hiệu được xét nghiệm, chẳng hạn những vấn đề về phân nhóm sản phẩm, điều kiện xin hưởng quyền ưu tiên;
- Trao đổi hoặc trả lời các yêu cầu của xét nghiệm viên liên quan đến phạm vi bảo hộ thương hiệu;
- Chuẩn bị hoặc có ý kiến trả lời, khiếu nại liên quan tới các Thông báo hoặc Quyết định từ chối bảo hộ thương hiệu.

Tại Việt Nam, có thể sẽ không quá khó khăn khi chuẩn bị hồ sơ để xin đăng ký thương hiệu, thậm chí doanh nghiệp doanh

nghiệp có thể tự mình chuẩn bị hồ sơ, tuy hiệu quả của công việc này khó có thể tiên liệu. Song một khi doanh nghiệp nộp đơn xin đăng ký thương hiệu ở nước ngoại, thì vấn đề lại hoàn toàn khác. Hơn khi nào hết, một khi doanh nghiệp quyết định đăng ký thương hiệu ở nước ngoài, doanh nghiệp lại càng phải phối hợp chặt chẽ với luật sư của mình. Luật sư với vai trò là người sát cánh với doanh nghiệp, cũng như là người có chuyên môn, sẽ trực tiếp hoặc gián tiếp thông qua các đồng nghiệp của mình ở nước ngoài, xử lý các vấn đề phát sinh xoay quanh đơn xin đăng ký thương hiệu ở nước ngoài.

Tuy rằng quy định pháp luật ở các quốc gia sở tại có những điểm khác biệt so với các quy định của pháp luật Việt Nam, thậm chí là rất phức tạp, phức tạp không chỉ với các quy định về trình tự thủ tục, về thời hạn, mà còn phức tạp về cả các tiêu chí pháp lý xem xét đánh giá khả năng bảo hộ thương hiệu, nhưng với các luật sư và Văn phòng luật sư có kinh nghiệm, có hiểu biết rõ về pháp luật nước sở tại, luật sư chắc chắn sẽ là chỗ dựa tin cậy của các doanh nghiệp.

2.4. Kiểm soát và theo dõi việc sử dụng thương hiệu

Đời sống của thương hiệu luôn gắn bó rất mật thiết với hoạt động kinh doanh của chính doanh nghiệp. Vì thế, sau khi thương hiệu đã được đăng ký hoặc bảo hộ, doanh nghiệp vẫn cần phải nỗ lực triển khai sử dụng thương hiệu của mình. Thậm chí, doanh nghiệp còn cần phải cố gắng nhiều hơn so với các giai đoạn trước, bởi lẽ, ở giai đoạn này thương hiệu mới chính thức đi vào cuộc sống, và các sách lược hoặc kế hoạch của doanh nghiệp xoay thương hiệu giờ đây mới được kiểm chứng..

Vai trò của luật sư trong giai đoạn này được thể hiện qua các công việc tư vấn cho doanh nghiệp kiểm soát việc sử dụng, điều chỉnh chiến lược sử dụng và phát triển thương hiệu, hoặc đưa ra các giải pháp ngăn ngừa hay xử lý những nguy cơ bất lợi cho thương hiệu của doanh nghiệp.

Điểm cần đề cập đến trước tiên ở đây là vai trò của luật sư

trong kế hoạch kiểm soát việc sử dụng thương hiệu. Luật sư sẽ tư vấn để triển khai, hoặc nếu cần đề nghị điều chỉnh việc sử dụng thương hiệu trên thực tế. Việc sử dụng thương hiệu phải nhất quán, mọi thông tin truyền tải tới người tiêu dùng đều phải đảm bảo là những thông tin không làm sai lệch nhận thức của họ đối với thương hiệu. Thiếu quan tâm đến việc kiểm soát và theo dõi việc sử dụng thương hiệu sẽ dẫn đến những hậu quả bất lợi. Bài học kinh nghiên cho vấn dề này đã có rất nhiều. Chúng tôi xin nêu một ví dụ mà giới luật sư hành nghề trong lĩnh vực luật sở hữu trí tuệ giờ đây vẫn lấy đó làm bài học. Đó là trường hợp của dấu hiệu NYLON của Imperial Chemical Industries, Plc. ("ICI") được sử dụng cho các sản phẩm sợi nhân tạo, sản phẩm mới do ICI tạo ra. Thời kỳ đầu ICI gọi sản phẩm này là NYLON, trong khi đó lại sử dụng nhãn hiệu TERYLENE cho các sản phẩm này. Hậu quả là dấu hiệu NYLON đã dần trở thành tên gọi sản phẩm sợi nhân tạo cho dù sau đó ICI rất muốn sử dụng dấu hiệu NYLON như là thương hiệu.

Điểm thứ hai cần đề cập đến là vai trò của luật sư trong theo dõi việc sử dụng thương hiệu các đối thủ cạnh tranh của doanh nghiệp. Mục đích đặt ra là qua theo dõi, luật sư sẽ giúp doanh nghiệp ngăn ngừa nguy cơ làm mất uy tín cho thương hiệu của doanh nghiệp hoặc thu hẹp phạm vi bảo hộ của thương hiệu, do các đối thủ cạnh tranh sử dụng chính thương hiệu của doanh nghiệp hoặc các dấu hiệu khác tương tự gây nhầm lẫn với thương hiệu của doanh nghiệp. Để thực hiện, luật sư phải thường xuyên triển khai theo dõi và thu thập thông tin từ thị trường, từ các nguồn thông tin liên quan đến thương hiệu được công bố. Trường hợp phát hiện thấy các đối thủ cạnh tranh sử dụng thương hiệu hoặc dấu hiệu trùng hoặc tương tự gây nhầm lẫn với thương hiệu của doanh nghiệp, luật sư sẽ tư vấn cho doanh nghiệp các giải pháp xử lý thích hợp cho mỗi trường hợp, ví dụ, trực tiếp yêu cầu hoặc yêu cầu các cơ quan có thẩm quyền buộc các đối thủ cạnh tranh dừng việc sử dụng các dấu hiệu vi phạm; khởi kiện tại tòa án; phản đối đơn xin đăng ký dấu hiệu vi phạm/phản đối việc cấp văn bằng bảo hộ cho các dấu hiệu đó, v.v...

2.5. Phát triển và quảng bá thương hiệu

Việc quảng bá và phát triển thương hiệu được thực hiện không đơn thuần chỉ dựa trên nền các kiến thức về kinh doanh (marketing), mà cần phải dựa trên cả các kiến thức và kinh nghiệm về pháp luật.

Từ việc tổ chức và triển khai các cuộc thi, tài trợ, khuyến mãi v.v... cho đến các chiến dịch quảng cáo thương hiệu, doanh nghiệp nên tranh thủ các ý kiến tư vấn của luật sư về những khía cạnh pháp lý có liên quan. Chẳng hạn, luật sư sẽ tư vấn cho doanh nghiệp về thủ tục, điều kiện tiến hành các hoạt động này.

Đặc biệt, khi phát triển tới một tầm mức nào đó, nghĩa là thương hiệu đã được người tiêu dùng tín nhiệm, doanh nghiệp lại có hướng mở rộng và phát triển thương hiệu, thì vai trò tư vấn của luật sư đối với doanh nghiệp lại càng cần thiết hơn. Gợi ý, tham gia đàm phán và soạn thảo hợp đồng chuyển giao quyền sử dụng thương hiệu (hay còn gọi là hợp đồng li-xăng), với các điều khoản ràng buộc chặt chẽ đối với việc sử dụng thương hiệu của doanh nghiệp được chuyển giao là công việc của luật sư.

3. Nhãn hiệu hàng hóa và vấn đề bảo vệ người tiêu dùng *(Ông Đỗ Gia Phan - Hội Tiêu chuẩn và Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam)*

Nhãn hiệu hàng hóa là tài sản vô giá của doanh nghiệp. Nhờ nhãn hiệu có uy tín được người tiêu dùng tín nhiệm mà doanh nghiệp bán được nhiều hàng, cung cấp nhiều dịch vụ và thu được nhiều lợi nhuận. Giá trị của nhãn hiệu hàng hóa phản ánh sự tín nhiệm của người tiêu dùng. Nhãn hiệu hàng hóa càng được tín nhiệm thì giá trị hàng hóa càng cao. Vì vậy, có thể nói giá trị của nhãn hiệu do người tiêu dùng quyết định.

Trong lịch sử, đã có nhiều nhãn hiệu hàng hóa được người tiêu dùng tín nhiệm đến mức trở thành tên gọi của loại hàng hóa mang nhãn hiệu đó. Trước đây, trong thời kỳ Pháp thuộc,

có một loại thuốc đánh răng mang nhãn hiệu Gib, được người tiêu dùng quen dùng nên đã trở thành tên của thuốc đánh răng. Vào cửa hàng người ta hỏi: "Bán cho tôi một hộp Gib Bạc Hà", mặc dầu loại thuốc đánh răng mang nhãn hiệu Bạc Hà đó không phải do hàng Gib sản xuất. Lại nữa, giày vải do hãng Ba Ta sản xuất nổi tiếng một thời, nên hồi đó Ba Ta trở thành tên gọi của loại giày vải không có cổ, đế cao su. La Rousse là một nhà làm từ điển Pháp nổi tiếng. Khi nói đến tra từ điển người ta thường nói: "Tra xem La Rousse giải nghĩa thế nào" mặc dầu từ điển họ tra không phải là từ điển La Rousse. Còn rất nhiều loại thí dụ tương tự như Cô Ba là xà phòng thơm, và gần đây, Honda là xe máy...

Nhãn hiệu cùng với hàng hóa, dịch vụ là một hình thức thông tin cho người tiêu dùng. Khị biết một sản phẩm, dịch vụ mang nhãn hiệu nào, nếu là nhãn hiệu quen thuộc, người tiêu dùng đã hình dung được chất lượng, giá trị sử dụng và giá cả vào khoảng nào của loại hàng hóa đó. Đối với nhãn hiệu chưa quen thuộc, người tiêu dùng phải có thời gian tìm hiểu, làm quen. Nếu hàng hóa, dịch vụ mang nhãn hiệu đó có chất lượng tốt, phù hợp với yêu cầu và thị hiếu của người tiêu dùng, giá cả phải chăng, hãng sản xuất hoặc phân phối hàng hóa mang nhãn hiệu đó tận tình phục vụ người tiêu dùng thì nhãn hiệu đó sẽ được người tiêu dùng tín nhiệm, dần dần đi sâu vào tiềm thức của người tiêu dùng. Những nhãn hiệu giành được tín nhiệm của người tiêu dùng, được người tiêu dùng chấp nhận là những nhãn hiệu thành công, doanh thu và lợi nhuận sẽ tăng, có nghĩa là nhãn hiệu đó có giá trị. Một nhãn hiệu làm mất lòng tin của người tiêu dùng, thậm chí bị người tiêu dùng tẩy chay không thể là một nhãn hiệu thành công và sớm muộn doanh nghiệp sản xuất ra sản phẩm dịch vụ mang nhãn hiệu đó sẽ bị lụi bại, phá sản.

Vậy một nhãn hiệu như thế nào sẽ được người tiêu dùng tín nhiệm? Trước hết, sản phẩm, dịch vụ mang nhãn hiệu đó phải có chất lượng tốt, đáp ứng được yêu cầu của người tiêu dùng,

giá cả phải chăng, phù hợp. Thứ nữa là cơ sở sản xuất, phân phối sản phẩm hàng hóa mang nhãn hiệu đó phải phục vụ chu đáo người tiêu dùng, có thái độ ân cần, lịch sự, không bao giờ thất tín với người tiêu dùng. Người có trách nhiệm với nhãn hiệu của mình phải không bao giờ để người tiêu dùng thất vọng, phật ý. Vì mất một khách hàng có nghĩa là mất mười khách hàng và có khi nhiều hơn nữa. Nhãn hiệu muốn được người tiêu dùng tín nhiệm nhớ lâu còn cần phải dễ đọc, dễ nhớ, gây ấn tượng tốt đối với người tiêu dùng, phù hợp với văn hóa truyền thống của đất nước.

Ở đây cần nói thêm về vấn đề quảng bá nhãn hiệu. Nhiều doanh nghiệp đã không tiếc tiền, tiếc công sức để quảng cáo cho nhãn hiệu của mình. Quảng cáo là cần thiết để thông tin cho người tiêu dùng. Người tiêu dùng xem, nghe quảng cáo chủ yếu là để thu thập thông tin (trừ các em nhỏ), để biết được sản phẩm đó do ai sản xuất, chất lượng và giá cả ra sao, bán được ở đâu, với điều kiện nào, có phù hợp với yêu cầu của mình không. Tiếc rằng có một số doanh nghiệp, khi quảng cáo chỉ chú ý quảng cáo thật khoa trương , giật gân, sao cho gây được ấn tượng mạnh với người tiêu dùng mà quên mất phần thông tin là cái mà người tiêu dùng cần hơn cả. Quảng cáo gây ấn tượng là cần thiết nhưng phải trên cơ sở có đầy đủ thông tin và thông tin trung thực. Quảng cáo theo kiểu "Treo đầu dê, bán thịt chó" thì càng quảng cáo thật giật gân, càng phản tác dụng với người tiêu dùng. Chúng ta có thể kể ra rất nhiều ví dụ về kiểu quảng cáo này. Những quảng cáo thiếu văn hóa, coi thường người tiêu dùng sẽ bị người tiêu dùng dị ứng và tẩy chay. Những doanh nghiệp này thực sự đã phí tiền quảng cáo vì không hiểu tâm lý người tiêu dùng. Người tiêu dùng cần được thông tin chính xác, trung thực và yêu cầu được tôn trọng. Cách quảng bá nhãn hiệu tốt nhất là hãy quảng bá bằng chất lượng sản phẩm, dịch vụ, bằng giá cả phải chăng, bằng cách phục vụ chu đáo, thái độ chân thành và trung thực với người tiêu dùng.

Nhãn hiệu hàng hóa là tài sản của doanh nghiệp nên cần

được bảo hộ theo các luật lệ, qui định về bảo hộ sở hữu công nghiệp. Người tiêu dùng phản đối tệ làm hàng giả, hàng nhái, gắn nhãn hiệu có uy tín cho những sản phẩm, hàng hóa giả kém chất lượng. Đây là hành động lừa dối, làm hại lợi ích người tiêu dùng.

Bảo hộ những nhãn hiệu có uy tín của những nhà sản xuất chân chính sẽ làm cho sáng kiến nảy nở, sản xuất phát triển, cung cấp nhiều sản phẩm hàng hóa tốt cho người tiêu dùng. Vì vậy, người tiêu dùng ủng hộ việc bảo hộ sở hữu công nghiệp một cách hợp lý. Bảo hộ sở hữu công nghiệp đúng mức là bảo vệ lợi ích của những doanh nghiệp và cũng là bảo vệ lợi ích người tiêu dùng.

Tuy nhiên, có một số dạng cực đoan lại gây thiệt hại cho người tiêu dùng. Ở đây có thể kể ra một số thí dụ. Việc bảo hộ sở hữu bản quyền sáng chế của một số loại thuốc chữa bệnh hiểm nghèo trong thời gian quá dài đã làm cho người tiêu dùng khó tiếp cận được với những loại thuốc chữa bệnh mới như thuốc chữa bệnh AIDs. Nhiều nước đã thẳng thừng tuyên bố không chấp nhận việc bảo hộ sáng chế của thuốc chữa bệnh AIDs và cứ sản xuất để phục vụ cho nhân dân mình. Việc bảo hộ quyền sở hữu của một số cây trồng, vật nuôi mới do kỹ thuật chuyển gien tạo ra cũng đã làm người nông dân bị lệ thuộc quá đáng vào những tập đoàn cung cấp giống cây trồng, vật nuôi, làm cho sản xuất bị kìm hãm. Vì vậy, nhiều tổ chức dân sự và chính phủ một số nước trên thế giới đã đề nghị không bảo hộ quyền sở hữu cho một số cây trồng, vật nuôi hoặc chỉ bảo hộ trong thời gian hợp lý.

Trong 8 quyền của người tiêu dùng đã được Liên hiệp quốc và cộng đồng quốc tế thừa nhận và được nêu trong Pháp lệnh Bảo vệ Quyền lợi người tiêu dùng của nước ta có quyền được thông tin và quyền được lựa chọn. Người tiêu dùng cần được thông tin đầy đủ, chính xác để có thể lựa chọn một cách đúng đắn trên cơ sở có thông tin. Nhãn hiệu cũng như nhãn hàng hóa là một hình thức thông tin cần thiết cho người tiêu dùng, nó

giúp người tiêu dùng lựa chọn được hàng hóa, dịch vụ phù hợp với yêu cầu của mình. Người tiêu dùng rất mong có nhiều nhãn hiệu hàng hóa được họ tín nhiệm. Một nhãn hiệu hàng hóa có uy tín, được người tiêu dùng tín nhiệm sẽ góp phần thực hiện quyền được thông tin và quyền được lựa chọn của người tiêu dùng. Người tiêu dùng ủng hộ những nhãn hiệu như thế.

4. Bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa trong hội nhập kinh tế quốc tế *(Ông Trần Văn Hùng - Phó Cục trưởng Cục Sở hữu trí tuệ)*

4.1. Nhãn hiệu hàng hóa và bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa

Trong các đối tượng sở hữu công nghiệp, nhãn hiệu hàng hóa là một trong các đối tượng sở hữu công nghiệp hiện nay được đăng ký bảo hộ nhiều nhất ở các nước phát triển cũng như các nước đang phát triển. Nhiều nhãn hiệu hàng hóa đã được đăng ký và đang được bảo hộ hiện nay trên toàn thế giới. Nhiều triệu nhãn hiệu hàng hóa đã được đăng ký bảo hộ cho tất cả các sản phẩm hàng hóa được sản xuất trên toàn thế giới (bao gồm 34 nhóm hàng hóa khác nhau) và toàn bộ các loại dịch vụ hiện có (gồm 11 nhóm dịch vụ khác nhau, theo phân loại quốc tế Nice lần 8).

Trong các đối tượng sở hữu công nghiệp thì nhãn hiệu hàng hóa là đối tượng gắn chặt với quá trình lưu thông hàng hóa. Bằng nhãn hiệu hàng hóa nhà sản xuất có thể đánh dấu hàng hóa của mình sản xuất khi đưa ra thị trường, có thể quảng cáo nhãn hiệu của mình thông qua các phương tiện thông tin đại cũng như báo, đài, truyền hình hoặc trong triển lãm, trên biển quảng cáo hoặc dùng trong giấy tờ giao dịch... nhằm đẩy mạnh lưu thông, tăng doanh số hàng hóa của mình. Mặt khác, thông qua nhãn hiệu hàng hóa người tiêu dùng có thể dễ dàng lựa chọn hàng hóa theo nhãn hiệu phù hợp với nhu cầu, sở thích, mức chất lượng mà mình mong muốn.

Như vậy việc sử dụng đúng đắn chức năng của nhãn hiệu hàng hóa theo đúng pháp luật sẽ tạo nên sự cạnh tranh lành

mạnh trên thị trường, phát triển sản xuất và nâng cao chất lượng sản phẩm. Song song với sự phát triển đó, uy tín và thị phần của nhãn hiệu không ngừng gia tăng góp phần bồi đắp nên giá trị của nhãn hiệu và biến nó thành tài sản có giá trị của doanh nghiệp.

Tuy vậy, trong thực tế của cuộc sống mọi việc không hoàn toàn diễn ra theo một cách lành mạnh như vậy. Do ham lợi, muốn đạt lợi nhuận nhanh chóng và bằng cách rẻ nhất, người ta làm hàng giả, bắt chước hoặc nhái theo các nhãn hiệu được công chúng ưu chuộng, mặc dù các loại hàng này thường là có chất lượng thấp hơn chất lượng hàng thật, thậm chí hoàn toàn không có chức năng sử dụng. Điều này đã xảy ra từ xa xưa, khi bắt đầu xuất hiện việc trao đổi hàng hóa trên trái đất, cùng với sự phát triển của xã hội loài người. Tệ nạn đó ngày càng phát triển về qui mô và độ tinh vi, nhất là trong thời đại bùng nổ nền kinh tế hàng hóa như ngày nay. Rõ ràng, việc làm hàng giả và bắt chước nhãn hiệu như trên sẽ triệt tiêu sức sản xuất trong xã hội, làm người sản xuất không muốn đầu tư để phát triển hàng hóa mang nhãn hiệu của mình, còn người tiêu dùng thì từ chối mua hàng hóa vì mất niềm tin.

Các bộ luật bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa đã ra đời tại các nước phát triển từ hơn 150 năm về trước là nhằm bảo hộ các nhãn hiệu khi lưu thông trên thị trường và ngăn chặn nguy cơ nói trên. Sự hợp tác mang tính quốc tế trong lĩnh vực này cũng được bắt đầu từ cuối thế kỷ 19, bằng việc ký Công ước Paris về bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp (1883) và Thỏa ước Madrid về đăng ký quốc tế nhãn hiệu (1891). Ngay từ khi mới ra đời những nguyên tắc chủ yếu về bảo hộ nhãn hiệu đã được hình thành một cách đúng đắn, do đó chúng vẫn tồn tại đến ngày nay, bên cạnh đó những nguyên tắc mới cũng được bổ sung cho phù hợp với từng thời kỳ phát triển.

Những nguyên tắc chính trong pháp luật về bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa trên thế giới:

+ Nhãn hiệu hàng hóa là những dấu hiệu bằng hình, bằng

chữ hoặc hình chữ kết hợp dùng để phân biệt hàng hóa cùng loại của các cơ sở sản xuất, kinh doanh khác nhau.

Các nhãn hiệu hàng hóa chỉ được chấp nhận bảo hộ nếu đáp ứng một loại tiêu chuẩn qui định, trong đó việc nhãn hiệu đó không trùng hoặc tương tự đến mức gây nhầm lẫn với một nhãn hiệu khác được đăng ký trước đó cho cùng loại sản phẩm là một trong những tiêu chuẩn quan trọng nhất.

+ Muốn xác lập quyền đối với nhãn hiệu, chủ nhãn hiệu phải nộp đơn xin đăng ký nhãn hiệu với cơ quan sở hữu công nghiệp quốc gia. Khi được chấp nhận bảo hộ, chủ nhãn hiệu được cấp một Văn bằng bảo hộ nhãn hiệu. Văn bằng này xác nhận quyền sở hữu của chủ nhãn hiệu đối với nhãn hiệu hàng hóa. Văn bằng bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa thường có hiệu lực trong một thời hạn cụ thể (thường là 7 hoặc trên 10 năm, ở Việt Nam là 10 năm) kể từ ngày đăng ký và có thể gia hạn liên tục khi kết thúc thời hạn hiệu lực cũ.

+ Trong thời hạn hiệu lực của Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa, chủ Giấy chứng nhận độc quyền sử dụng nhãn hiệu hàng hóa để đánh dấu hàng hóa của mình và quyền sử dụng nhãn hiệu hàng hóa nhằm các mục đích kinh doanh khác; hoặc cho phép người khác cùng sử dụng nhãn hiệu thông qua các hợp đồng lixăng.

+ Mọi hành vi xâm phạm quyền nhãn hiệu của người khác đã được bảo hộ bao gồm việc sử dụng trái phép một nhãn hiệu trùng hoặc một nhãn hiệu chỉ tương tự nhưng có khả năng gây nhầm lẫn với nhãn hiệu đã được bảo hộ cho cùng loại sản phẩm thì sẽ bị pháp luật xử lý.

+ Hiệu lực bảo hộ một nhãn hiệu không phải là ở khắp nơi mà nó bị giới hạn về không gian, nghĩa là nhãn hiệu chỉ có hiệu lực bảo hộ ở những quốc gia mà nhãn hiệu đã được chấp nhận đăng ký. Do đó, để nhãn hiệu được bảo hộ ở những quốc gia mình quan tâm, chủ nhãn hiệu phải nộp đơn xin đăng kỹ nhãn hiệu ở nước hoặc vùng lãnh thổ đó.

4.2. Tầm quan trọng của bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa trong thời kỳ hội nhập kinh tế thế giới

Đặc điểm của nền kinh tế hiện nay là quá trình hội nhập của các nền kinh tế trên toàn thế giới thành một thể thống nhất. Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) hiện nay bao gồm phần lớn các nước trên thế giới, bên cạnh đó một loạt nước thuộc các nền kinh tế đang chuyển đổi hoặc kém phát triển cũng đang ráo riết đàm phán để ra nhập Tổ chức này. Từ 01/07/2003 cùng với việc cắt giảm thuế nhập khẩu cho hơn một nghìn mặt hàng khác nhau từ các nước ASEAN, Việt Nam chính thức bước vào quá tình hội nhập AFTA – sẽ hoàn tất vào năm 2006. Với tiến trình này hàng hóa và đầu tư của các nước ASEAN vào Việt Nam và ngược lại sẽ trở nên thuận lợi. Nền kinh tế toàn cầu đang tiến đến một sân chơi kinh tế thống nhất với luật lệ hài hòa và thống nhất. Các hàng rào thuế quan và phi thuế quan trong hoạt động xuất nhập khẩu đang dần bị bãi bỏ, hoạt động thương mại quốc tế đang ngày càng thông thoáng.

Trong bối cảnh đó, ngược với giảm thiểu các hàng rào mậu dịch quốc tế, việc bảo hộ các đối tượng sở hữu công nghiệp lại ngày càng được tăng cường cả về mặt pháp lý lẫn thực thi quyền. Tầm quan trọng của bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa càng được đề cao nhằm đảm bảo và tăng cường tính cạnh tranh của hàng hóa và dịch vụ.

Trong việc kinh doanh hiệu quả tại thị trường trong nước hàng hóa nội địa cũng phải cạnh tranh với vô vàn hằng hóa cùng loại do người trong nước sản xuất cũng như được nhập khẩu dễ dàng từ nhiều nước khác nhau. Người chủ nhãn hiệu cũng phải nhận rõ một điều, đó là để tăng cường tính cạnh tranh của một sản phẩm, thường họ phải:

- Cải tiến kỹ thuật, sáng tạo hoặc áp dụng công nghệ mới để nâng cao chất lượng hoặc giảm giá thành của sản phẩm.

- Tạo các kiểu dáng mới của hàng hóa để hấp dẫn, thu hút người tiêu dùng...

Tuy nhiên, tất cả các thành tựu trên chứa trong một sản phẩm khi giới thiệu với công chúng thì luôn luôn được thực hiện dưới một nhãn hiệu cụ thể của nhà sản xuất. Đây là dấu hiệu đầu tiên và dễ dàng nhất để họ có thể phân biệt được sản phẩm của nhà sản xuất này với nhà sản xuất khác, để dễ dàng chọn lựa. Do đó, bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa luôn là một việc hết sức quan trọng và cấp thiết đối với nhà sản xuất nhằm tạo lập và tăng cường khả năng cạnh tranh của hàng hóa.

Như trên đã nói, việc bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa mang tính lãnh thổ, thường giới hạn trong một quốc gia, một nhóm nước hoặc một khu vực chấp nhận sự bảo hộ đó. Sự bảo hộ trong những không gian cụ thể như vậy trong thực tế đã là rất hữu hiệu và đã mang lại những lợi ích cho chủ nhãn hiệu và công chúng trong nhiều năm tồn tại của hệ thống bảo hộ nhãn hiệu. Tuy nhiên, do sự hòa nhập của nền kinh tế, hàng hóa dễ lưu thông từ quốc gia này sang quốc gia khác, thậm chí đến cả những quốc gia khá xa xôi về địa lý đối với nước xuất xứ, việc đảm bảo được khả năng cạnh tranh bất chính là điều vô cùng quan trọng. Việc bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa không chỉ thực hiện tại nước xuất xứ nữa, mà chủ nhãn hiệu hàng hóa cần thiết phải mở rộng sự bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa đến những vùng lãnh thổ mà mình sẽ xuất khẩu hàng hóa tới bằng các thủ tục xác lập quyền của mình kịp thời tại các vùng lãnh thổ đó.

Thực tiễn của việc bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa Việt Nam trong những năm gần đây càng cho thấy tầm quan trọng của việc bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa, nhất là trong xu thế hiện nay. Một số dẫn chứng cụ thể:

Nhiều doanh nghiệp Việt Nam đã tạo ra và phát triển được những nhãn hiệu được thừa nhận rộng rãi trong nước và thậm chí ở nhiều thị trường nước ngoài như "SAGIANG" cho bánh phồng tôm, "TRUNG NGUYÊN" cho cà phê "BITIS" cho giày dép và đồ đi chân, "Bến Tre" cho kẹo dừa, "VINATABA" cho thuốc lá, PETRO Việt Nam... Các nhãn hiệu này đã được bảo hộ rất hiệu quả ở Việt Nam nhưng chủ nhân của các nhãn hiệu

này lại không kịp thời bảo hộ các nhãn hiệu đó ở nước ngoài, nhất là các nước quanh Việt Nam, mặc dù họ biết hàng hóa của mình đã được xuất khẩu và được ưa chuộng ở các nước đó. Hậu quả là các nhãn hiệu đó đã bị chính những đối thủ cạnh tranh hoặc chính những người bản xứ, trước kia là nhà phân phối các sản phẩm đó đứng ra đăng ký tiếm đoạt quyền đối với nhãn hiệu đó tại nước ngoài. Hậu quả là việc xuất khẩu hàng mang các nhãn hiệu trên bị đình trệ, thị phần bị mất, thậm chí hàng thật xuất khẩu sang các thị trường lại bị tạm giữ hoặc tịch thu. Tất nhiên, một số chủ nhân của các nhãn hiệu trên lại bị tạm giữ hoặc tịch thu. Tất nhiên, một số chủ nhân của các nhãn hiệu trên đã tiến hành kiện tụng và sau một quá trình pháp lý đã đòi lại được nhãn hiệu của mình, nhưng một số cũng đang rơi vào tình trạng kiện cáo khá phức tạp và tốn kém.

Tất cả các thực tiễn trên càng khẳng định tầm quan trọng của bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa trong phạm vi một quốc gia và trên bình diện quốc tế trong thời đại toàn cầu hóa kinh tế hiện nay.

Tuy nhiên, cần phải thấy rằng việc chậm trễ hoặc không thực hiện việc bảo hộ một cách đầy đủ các nhãn hiệu của các nhà sản xuất thị thị trường nước ngoài không chỉ là lỗi chủ quan của họ. Thực tiễn cho thấy một nguyên nhân khách quan khá quan trọng ảnh hưởng đến quá trình xác lập quyền nhãn hiệu ở nước ngoài là thủ tục đăng ký nhãn hiệu ra nước ngoài thường phức tạp và tốn kém, nhất là khi thủ tục ấy phải tiến hành từng nước một. Việc giảm sự phức tạp và chi phí cho quá trình này chỉ có thể khi nước xuất xứ phải là thành viên của một Điều ước quốc tế và đăng ký quốc tế nhãn hiệu và các nước muốn được đăng ký đến phải là thành viên của Điều ước đó. Tuy vậy, cũng có rất nhiều nước là thị trường mà chủ nhãn hiệu hàng hóa muốn bảo hộ lại không là thành viên của Điều ước nói trên.

Do việc bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa trong thời đại toàn cầu hóa hiện nay ngày càng quan trọng và ngày càng mang tính

quốc tế nên tạo ra sự thông thoáng, hiệu quả và ít tốn kém trong việc xác lập quyền đối với nhãn hiệu hàng hóa trong nước và tại nước ngoài là một xu thế tất yếu của các nước trên thế giới trong đó có Việt Nam. Xu thế đó được thể hiện ở các nội dung sau:

- Tăng cường việc đơn giản hóa các thủ tục đăng ký nhãn hiệu nhằm hài hòa hóa các qui định về thủ tục và tạo thuận lợi tối đa cho người đăng ký.

- Tăng cường khả năng đăng ký bảo hộ nhãn hiệu theo khu vực hoặc nhóm nước (như nhãn hiệu châu Âu qua cơ quan OHIM, nhãn hiệu Benelux gồm Bỉ, Hà Lan, Luxembourg, thỏa thuận đăng ký nhãn hiệu tại các nước ASEAN bằng một đơn chung duy nhất đang được soạn thảo...) hoặc quốc tế hóa việc đăng ký nhãn hiệu bằng việc gia nhập các hiệp ước về đăng ký quốc tế nhãn hiệu (như Thỏa ước Madrid hoặc Nghị định thư Madrid về đăng ký quốc tế nhãn hiệu) nhằm chỉ bằng một đơn đăng ký duy nhất nộp cho một cơ quan duy nhất có thể bảo hộ nhãn hiệu ở một loạt nước mà mình yêu cầu, nhờ đó giảm thiểu thời gian, sự phức tạp và chi phí đăng ký.

4.3. Yêu cầu đối với các doanh nghiệp Việt Nam trong xây dựng và bảo hộ nhãn hiệu của mình trong hội nhập quốc tế

Sự phát triển của nền kinh tế trong 10 năm đổi mới, nhất là những năm gần đây và các đòi hỏi của hội nhập kinh tế quốc tế cùng với việc một số nhãn hiệu Việt Nam bị tiếm đoạt ở nước ngoài đã là những điều kiện và tác động để các doanh nghiệp và các cơ quan quản lý Việt Nam nhìn nhận đầy đủ hơn vai trò, giá trị của nhãn hiệu hàng hóa trong kinh doanh và nền kinh tế đang hội nhập sâu vào kinh tế thế giới. Số lượng đơn đăng ký nhãn hiệu hàng hóa của doanh nghiệp Việt Nam đã tăng lên một cách đáng kể. Năm 2002 tổng số đơn đăng ký nhãn hiệu nộp trực tiếp tại Cục Sở hữu công nghiệp đạt 8.818 đơn, tăng 39% so với năm 2001, trong đó số đơn của các doanh nghiệp Việt Nam là 6.564 tăng 112% (gấp 2 lần) so với số đơn của các

doanh nghiệp Việt Nam nộp trong năm 2001 (3.095 đơn). Trong 6 tháng đầu năm 2003 số đơn đăng ký nhãn hiệu hàng hóa nộp tại Cục Sở hữu công nghiệp là 5.499, tăng 30% so với cùng kỳ năm 2002.

Trong vài năm gần đây số lượng các doanh nghiệp Việt Nam xin đăng ký nhãn hiệu ra nước ngoài nhằm đẩy mạnh xuất khẩu, bảo vệ thị trường của mình ở nước ngoài ngày càng tăng. Ngoài các đăng ký trực tiếp nhãn hiệu của mình tại thị trường Mỹ, Nhật Bản và một số thị trường khu vực, nhiều doanh nghiệp đã thực hiện việc đăng ký nhãn hiệu ra nước ngoài theo thỏa ước Madrid về đăng ký quốc tế nhãn hiệu thông qua Cục Sở hữu công nghiệp. Nếu năm 2001 chỉ có 7 nhãn hiệu đăng ký thông qua Thỏa ước này thì năm 2002 đã có 31 nhãn hiệu đăng ký qua con đường này đến 52 quốc gia khác nhau thuộc Đông và Tây Âu, các nước thuộc Liên Xô cũ, Trung Quốc và Đài Loan.

Thực trạng và những nhận định nêu trên của việc đăng ký bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa tại Việt Nam trong thời gian qua cho thấy sự cố gắng của các doanh nghiệp Việt Nam trong việc đăng ký nhãn hiệu – một tài sản trí tuệ của mình. Trong thực tiễn, tiếp theo của việc đăng ký rất nhiều doanh nghiệp đã tiếp tục phát triển, khuyếch trương nhãn hiệu của mình bằng việc luôn giữ gìn và nâng cao chất lượng hàng hóa, dịch vụ, đảm bảo quyền lợi của người tiêu dùng và bằng các biện pháp nghiệp vụ khác. Nhiều nhãn hiệu đã được sự đánh giá cao của khách hàng trong và ngoài nước, tiêu biểu cho các ngành hàng, ngành dịch vụ chủ lực của ta. Một số nhãn hiệu của Việt Nam đã được định giá cụ thể trong các hợp đồng chuyển nhượng nhãn hiệu đã được ghi nhận nhiều năm về trước "P/S" 5 triệu USD, "DẠ LAN" 2,5 triệu USD... Tuy vậy, con số nhãn hiệu đã đăng ký của các doanh nghiệp Việt Nam là hơn 20 nghìn trong tổng số hơn 100.000 nhãn hiệu hàng hóa đăng ký ở Việt Nam là chưa nhiều so với tổng số khoảng 10 vạn doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế đang hoạt động tại Việt Nam hiện nay, nó cũng cho thấy nhận thức về vai trò và các giá trị của các nhãn

hiệu của doanh nghiệp Việt Nam chưa đạt yêu cầu. Số lượng nhãn hiệu hàng hóa có nguồn gốc Việt Nam xin đăng ký ra nước ngoài cũng còn rất ít so với các doanh nghiệp các nước nước ngoài xin bảo hộ nhãn hiệu tại Việt Nam. Chỉ lấy ví dụ tại thị trường Hoa Kỳ chỉ mới có 164 nhãn hiệu có nguồn gốc Việt Nam xin đăng ký bảo hộ tại đây trong số 1,3 triệu nhãn hiệu đang được bảo hộ tại thị trường này, trong khi đó đã có hơn 9.000 nhãn hiệu của Hoa Kỳ đã đăng ký bảo hộ tại Việt Nam.

Trước tình hình đó các cơ quan quản lý và các doanh nghiệp Việt Nam cần một lần nữa nhận thức lại tầm quan trọng của hoạt động sở hữu trí tuệ nói chung và nhãn hiệu hàng hóa nói riêng trong hoạt động sản xuất, kinh doanh, xuất nhập khẩu của mình và thực hiện ngay một số biện pháp cần thiết.

Các doanh nghiệp cần nhận thức rằng mình là chủ thể trong các quan hệ về sở hữu trí tuệ. Các nhãn hiệu, kiểu dáng hàng hóa xuất khẩu là tài sản của doanh nghiệp. Do đó việc chăm lo, giữ gìn, bảo vệ, phát triển các đối tượng đó là quyền và trách nhiệm của chính doanh nghiệp. Phải khắc phục ngay tâm lý ỷ lại, trông chờ vào nhà nước hoặc các cơ quan quản lý; bởi tại thị trường xuất khẩu, các vấn đề về sở hữu trí tuệ đều cần được giải quyết bằng pháp luật của nước sở tại mà không thể trông chờ có sự can thiệp nào của các cơ quan trong nước.

Song song với việc chấn chỉnh nhận thức trên, cần phải tiến hành một số công việc cụ thể như sau:

Trước mắt, các doanh nghiệp xuất khẩu cần rà soát ngay kế hoạch hoặc chiến lược xuất khẩu trong vài ba năm tới. Những mặt hàng xuất khẩu nào chưa có nhãn hiệu hoặc đã có nhưng chưa đăng ký bảo hộ tại nước mà hàng sẽ được xuất khẩu tới thì phải khẩn trương xây dựng nhãn hiệu và làm thủ tục đăng ký bảo hộ. Khi làm công việc này cần phải đặc biệt chú ý phân tích, chọn lựa nhãn hiệu sao cho không trùng với nhãn hiệu của người khác và xác định lãnh thổ cần đăng ký (cũng không nên đăng ký tràn lan, tốn kém, chỉ cần đăng ký ở thị trường đã chọn lựa để xuất khẩu thực sự); và nên sử dụng lợi thế của hệ thống

đăng ký quốc tế theo Thỏa ước Madrid. Việc đăng ký nhãn hiệu càng sớm càng tốt (khoảng 2-3 năm trước khi chuyến hàng xuất khẩu đầu tiên).

Đối với các sản phẩm nông nghiệp có tính chất đặc sản của từng vùng, từng địa phương như các mặt hàng gạo đặc sản, rau quả đặc sản, thủy sản chế biến,... Các doanh nghiệp nên phối hợp để cùng nhau xây dựng nhãn hiệu chung (tập thể) và chỉ dẫn xuất xứ cho đặc sản đó. Cần sớm khắc phục tình trạng hàng xuất khẩu không có nhãn hiệu. Với các sản phẩm chế tạo, nhất là các hàng thủ công mỹ nghệ, nếu có mẫu mã, kiểu dáng độc đáo thì cần làm thủ tục đăng ký kiểu dáng công nghiệp để bảo vệ tính hấp dẫn của sản phẩm.

Doanh nghiệp nào có nhãn hiệu bị người khác đăng ký trước, cần tính toán, đánh giá, cân nhắc, để chọn lựa phương án giải quyết theo các hướng: mở vụ kiện để hủy bỏ đăng ký của người kia; hoặc chờ cho hết thời gian mà pháp luật cho phép người đăng ký nhãn hiệu tạm thời chưa sử dụng thực sự nhãn hiệu đó, để sau đó nếu nhãn hiệu vẫn không được sử dụng thì mở thủ tục yêu cầu đình chỉ đăng ký của người kia; hoặc thương lượng với người đã đăng ký để nhượng lại đăng ký đó hoặc tự mình chuyển sang dùng nhãn hiệu khác. Việc lựa chọn và thực hành phương án nào trong số nói trên chỉ có thể do chính doanh nghiệp có nhãn hiệu tiến hành.

Về lâu dài, các doanh nghiệp cần phải chuẩn bị các điều kiện cần thiết để quản lý các tài sản trí tuệ của mình. Doanh nghiệp phải bố trí nhân lực có hiểu biết để phụ trách về sở hữu trí tuệ và phải xây dựng chiến lược sở hữu trí tuệ trong chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp, trong đó cần đặc biệt lưu ý đến vấn đề thông tin sở hữu trí tuệ, gắn liền với các mặt hàng xuất khẩu.

Về phía các cơ quan chức năng trung ương và địa phương, để góp phần đẩy mạnh xuất khẩu, cần thực hiện nghiêm túc sự phân công của Chính phủ liên quan đến sở hữu trí tuệ và có các biện pháp hỗ trợ doanh nghiệp trong công tác này.

Tóm lại, trong hoạt động kinh tế nói chung và hoạt động xuất nhập khẩu nói riêng, doanh nghiệp là chủ thể của các quan hệ về sở hữu trí tuệ, trong đó có quan hệ về nhãn hiệu hàng hóa. Không một ai có thể thay thế vị trí và trách nhiệm đó của các doanh nghiệp, do đó tính chủ động, tính sáng tạo, năng động của doanh nghiệp sẽ quyết định việc thành công trong các vấn đề liên quan tới sở hữu trí tuệ.

5. Doanh nghiệp và việc chống xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp *(Ông Lê Văn Kiều - Chánh Thanh tra Bộ Khoa học và Công nghệ)*

Quyền sở hữu công nghiệp (SHCN) là quyền sở hữu của cá nhân, giải pháp đối với sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp (KDCN), nhãn hiệu hàng hóa (NHHH), quyền sử dụng đối với tên gọi xuất xứ hàng hóa. Các đối tượng SHCN nêu trên được Nhà nước bảo hộ sau khi cá nhân, pháp nhân nộp đơn yêu cầu và được Cục SHCN Bộ Khoa học và Công nghệ (Bộ KH&CN) cấp văn bằng bảo hộ theo đúng các qui định của pháp luật, trở thành chủ sở hữu các đối tượng SHCN.

Theo qui định của các Điều 796, Điều 800 của Bộ Luật Dân sự, chủ SHCN có quyền yêu cầu Tòa án, cơ quan Nhà nước có thẩm quyền xử lý, buộc người có hành vi xâm phạm quyền sở hữu các đối tượng SHCN của mình phải chấm dứt vi phạm và bồi thường thiệt hại do hành vi đó gây ra.

Điều 805 của Bộ Luật Dân sự cũng đã qui định các hành vi xâm phạm quyền SHCN và Chính phủ đã cụ thể hóa các hành vi vi phạm về SHCN tại Nghị định số 12/1999/NĐ-CP của Chính phủ về xử phạt vi phạm hành chính (VPHH) trong lĩnh vực SHCN. Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường (KH CN&MT) đã ban hành Thông tư số 12 thay thế Thông tư 49/2002/TT-BKHCNMT ngày 03/05/2000 và sửa đổi, bổ sung một số điểm của Thông tư số 12 thay thế Thông tư 49/2002/TT-BKHCNMT ngày 14/09/2001. Các doanh nghiệp là chủ các đối tượng SHCN, cũng cần hiểu biết đầy đủ các văn bản này để trong hoạt động sản xuất – kinh doanh tránh vô tình hay cố ý

rơi vào tình trạng xâm phạm quyền SHCN của cá nhân, tổ chức khác.

5.1. Thanh tra khoa học và công nghệ (KH&CN) và việc xử lý vi phạm hành chính (VPHC) về SHCN

Xử lý vi phạm hành chính về SHCN là hoạt động của cơ quan có thẩm quyền đối với các hành vi cố ý hoặc vô ý của cá nhân, tổ chức vi phạm các qui định quản lý về SHCN mà chưa đến mức truy cứu trách nhiệm hình sự và theo qui định của pháp luật phải bị xử phạt hành chính. Những hành vi vi phạm về SHCN mà chưa đến mức độ áp dụng Điều 171 của Bộ Luật Hình sự thì sẽ áp dụng hình thức xử phạt hành chính.

Việc xử phạt hành chính về VPHC về SHCN hiện nay chủ yếu áp dụng theo Nghị định số 12/1999/NĐ-CP của Chính phủ về xử phạt VPHC trong lĩnh vực SHCN. Bộ KH CN&MT đã ban hành Thông tư số 825/2000/TT-BKH,CN&MT ngày 03/05/2000 và sửa đổi bổ sung một số điểm tại Thông tư 49/2002/TT-BKH,CN&MT ngày 14/9/2001. Một số nội dung khác áp dụng theo Thông tư liên tịch số 10/2000/TT LB-BTM-BTC-BCA-BKH,CN&MT ngày 27/4/2000 hướng dẫn thi hành Chỉ thị 31/1999/CT-TTg ngày 27/19/1999 của Thủ tướng Chính phủ về đấu tranh chống sản xuất và buôn bán hàng giả. Theo Thông tư liên Bộ số 10 thì Bộ KH&CN là một trong 4 cơ quan có trách nhiệm trong việc chống hàng giả (trong đó có hàng giả về SHCN và chất lượng thuộc lĩnh vực quản lý nhà nước của Bộ KH&CN). Bộ KH&CN đã có chỉ thị số 2240 ngày 28/12/1999 chỉ đạo thanh tra của cơ quan quản lý KH&CN từ Bộ đến các Sở đấu tranh chống hàng giả, trọng tâm là hàng giả về SHCN.

Kết quả xử lý năm 2002 cho thấy hàng trăm vụ hàng hóa giả về NHHH và KDCN đã bị thanh tra KH&CN xử lý. Bên cạnh việc xử phạt bằng tiền, Thanh tra KH&CN thuộc Bộ và Sở KH&CN đã tịch thu, tiêu hủy hơn 400 túi giả NHHH, buộc loại bỏ yếu tố vi phạm (bằng cách xé bỏ bao bì mang nhãn hiệu, tẩy, xóa nhãn hiệu trên sản phẩm) với 4.556 bình ắcquy, 4900 chai bia, 2910 chai rượu, 2000 máng đèn điện, 4000 kg xà phòng bột,

2000 bộ má phanh xe máy, tiêu hủy hơn 10 bộ khuôn in lưới. Đã buộc loại bỏ yếu tố vi phạm về KDCN của hơn 500 xe máy, 500 bệ xí bệt, tiêu hủy 52 bộ khuôn tạo ra KDCN vi phạm... và nhiều loại sản phẩm khác như bánh kẹo, phụ tùng xe máy, vật liệu xây dựng. Bên cạch việc xử phạt tiền và áp dụng các biện pháp tịch thu, tiêu huỷ, buộc loại bỏ yếu tố vi phạm, các cơ sở bị xử lý đã cam kết chấm dứt vi phạm. Qua theo dõi, các cơ sở đã bị xử lý không có hiện tượng tái phạm.

Hiện nay, Thanh tra KH&CN đang tiếp tục kết hợp với các lực lượng khác để thực hiện tốt việc xử lý các trường hợp vi phạm về SHCN.

5.2. Doanh nghiệp và việc đấu tranh chống hàng giả về SHCN

Để việc xử lý hàng giả về SHCN mà chủ yếu là NHHH và KDCN có hiệu quả, chúng tôi nhận thấy cần làm tốt một số việc sau:

5.2.1. Vai trò của doanh nghiệp:

Doanh nghiệp có vai trò quan trọng trong việc đấu tranh chống hàng giả để bảo vệ quyền SHCN của mình. Khi sản xuất hàng hóa, thậm chí khi chuẩn bị sản xuất, tung hàng hóa ra thị trường, doanh nghiệp phải tiến hành các thủ tục để đăng ký bảo hộ NHHH và KDCN cho hàng hóa của mình. Đồng thời phải đăng ký bảo hộ ở cả thị trường nước ngoài khi có chiến lược xuất khẩu hàng hóa ra nước ngoài trước khi xuất hàng. Doanh nghiệp phải coi NHHH và KDCN đã được nhà nước bảo hộ là tài sản của mình. Tài sản này ngày càng có giá trị cùng với sự phát triển đi lên của doanh nghiệp. Khi đã coi là tài sản của mình, doanh nghiệp phải chăm lo và có các biện pháp bảo vệ.

Qua thực tiễn xử lý các vụ vi phạm NHHH và KDCN, chúng tôi nhận thấy doanh nghiệp cần thiết quan tâm đến việc chống hàng giả bằng cách có bộ phận hoặc nhân viên phụ trách việc chống hàng giả, theo dõi các hiện tượng có thể dẫn tới việc hàng của mình đã bị làm giả; sức tiêu thụ giảm, bị khách hàng khiếu

nại nhiều, xuất hiện những hàng hóa mang NHHH và KDCN tương tự... Trong những trường hợp này, doanh nghiệp cần coi là dấu hiệu quyền SHCN của mình đã bị xâm phạm.

5.2.2. Doanh nghiệp là chủ sở hữu đối tượng SHCN phải chủ động khởi kiện khi NHHH và KDCN của mình bị vi phạm.

Xin nhấn mạnh là hành động khởi kiện (với Tòa án) hoặc tố cáo (với các cơ quan hành chính) hành vi vi phạm quyền SHCN phải do doanh nghiệp chủ động tiến hành. Đối với thanh tra KH&CN chỉ xem xét xử lý vi phạm về NHHH và KDCN khi có đơn, thư yêu cầu của chủ SHCN đã được bảo hộ.

Trường hợp chủ SHCN phát hiện hành vi xâm phạm quyền SHCN của mình thì có thể khởi kiện trước Tòa án hoặc yêu cầu các cơ quan có thẩm quyền khác xử lý hành vi vi phạm.

Nếu doanh nghiệp muốn giải quyết xâm phạm quyền cùng với việc bồi thường thiệt hại do hành vi làm hàng giả NHHH và KDCN gây ra thì cần khởi kiện với Tòa án Nhân dân cấp tỉnh.

Nếu doanh nghiệp muốn nhanh chóng yêu cầu chấm dứt vi phạm, xử lý hành chính đối với hành vi vi phạm, việc đòi bồi thường thiệt hại giải quyết sau, hoặc không cần đòi bồi thường thiệt hại thì có thể làm đơn tố cáo với các cơ quan: Thanh tra KH&CN, Quản lý thị trường, Cảnh sát Kinh tế hoặc Hải quan.

Việc gửi đơn tố cáo đến cơ quan nào để có hiệu quả tuỳ thuộc vào tình trạng vi phạm. Nếu hàng vi phạm về NHHH và KDCN từ nước ngoài đưa vào Việt Nam thì cần phải gửi đơn tố cáo để Hải quan (vụ vi phạm NHHH Jet do quá cảnh Việt Nam) Đối với hàng hóa vi phạm trong nội địa, nên gửi cho trong các cơ quan còn lại. Không nên cùng một lúc gửi cho nhiều cơ quan. Như vậy dẫn tới việc các cơ quan phải liên hệ với nhau, để không chồng chéo trong việc thụ lý để thanh tra, kiểm tra.

Để có căn cứ đánh giá việc cá nhân, pháp nhân khác có vi phạm quyền SHCN của mình hay không, các doanh nghiệp là chủ SHCN cần nắm vững các yếu tố vi phạm để khởi kiện hoặc tố cáo, yêu cầu cơ quan có thẩm quyền xử lý. Yếu tố vi phạm là

thể hiện cụ thể các hành vi vi phạm quyền đối với các đối tượng SHCN đã được bảo hộ, là căn cứ quan trọng nhất để khẳng định hành vi vi phạm quyền để làm căn cứ tố cáo, khởi kiện (đối với SHCN) hoặc để kết luận hành vi vi phạm và áp dụng các qui định để xử lý (đối với Tòa án, các cơ quan có thẩm quyền xử phạt).

- Yếu tố vi phạm đối với kiểu dáng công nghiệp:

Là sản phẩm mà hình dáng bên ngoài của nó, hoặc hình dáng bên ngoài của một bộ phận của nó trùng hoặc không khác biệt cơ bản với một kiểu dáng đang được bảo hộ.

Để đánh giá, cần phải xem xét phạm vi bảo hộ ghi trong văn bằng bảo hộ kiểu dáng công nghiệp. Cần so sánh tất cả các đặc điểm tạo dáng thuộc phạm vi bảo hộ nêu trong văn bằng với các đặc điểm của sản phẩm, bộ sản phẩm bị nghi ngờ, chỉ khẳng định vi phạm trong các trường hợp sau: Trên sản phẩm, bộ sản phẩm bị nghi ngờ có mặt tất cả các đặc điểm sau: Trên sản phẩm, bộ sản phẩm bị nghi ngờ có một tập hợp các đặc điểm tạo dáng hợp thành một tổng thể về cơ bản không khác biệt với tổng thể tạo dáng thuộc phạm vi bảo hộ.

- Yếu tố vi phạm đối với NHHH và tên gọi xuất xứ:

Bao gồm 2 dạng: Dạng thứ nhất là các dấu hiệu đóng vai trò NHHH, bao gồm mọi dấu hiệu có thể làm NHHH (chữ, chữ số, hình ảnh, biểu tượng, ký hiệu), hoặc đóng vai trò xuất xứ hàng hóa (địa danh) được gắn lên hàng hóa, phương tiện dịch vụ, giấy tờ giao dịch, biển hiệu, quảng cáo, phương tiện kinh doanh khác, kể cả phương tiện điện tử trùng hoặc tương tự đến mức gây nhầm lẫn với NHHH, tên gọi xuất xứ hàng hóa được bảo hộ.

Dạng thứ hai là dấu hiệu đóng vai trò chỉ dẫn thương mại (thông tin dưới dạng chỉ dẫn, trình bày trên bao bì hàng hóa, phương tiện dịch vụ, giấy tờ giao dịch, biển hiệu, vật quảng cáo (lời dẫn, lời chú thích, ký hiệu)) làm cho người tiêu dùng nhầm lẫn về nguồn gốc, mối liên hệ của hàng hóa, dịch vụ với hàng

hóa, dịch vụ, nguồn gốc hàng hóa có NHHH, tên gọi xuất xứ đã được bảo hộ.

Cần phải so sánh mẫu nhãn hiệu, danh mục hàng hóa dịch vụ đã xác định Giấy chứng nhận đăng ký NHHH và các quyết định khác với mẫu NHHH, danh mục hàng hóa bị nghi ngờ vi phạm trùng hoặc tương tự với nhãn hiệu hoặc địa danh được bảo hộ. Bị coi là trùng nếu có cùng cấu tạo (kể cả cách phát âm, phiên âm đối với chữ cái, ý nghĩa), trùng về cách trình bày (kể cả màu sắc). Bị coi là tương tự nếu có một số đặc điểm hoàn toàn trùng nhau hoặc tương tự đến mức không thể dễ dàng phân biệt giữa hai nhãn hiệu về cấu tạo, cách phát âm, phiên âm đối với các chữ cái, cách trình bày, màu sắc. Điều kiện thứ hai: Hàng hóa, dịch vụ mang dấu hiệu nghi ngờ vi phạm, trùng, hoặc tương tự về bản chất, hoặc có liên hệ về chức năng, công dụng và có cùng kênh tiêu thụ với hàng hóa, dịch vụ được bảo hộ; hoặc là hàng hóa, dịch vụ đã đáp ứng điều kiện thứ nhất đối với nhãn hiệu nổi tiếng, gây ấn tượng sai lệch rằng người sử dụng dấu hiệu đó là chủ sở hữu nhãn hiệu, hoặc có quan hệ với chủ sở hữu nhãn hiệu.

- Những trường hợp ngoại lệ không coi là xâm phạm quyền SHCN được bảo hộ:

Sử dụng đối tượng SHCN được bảo hộ không nhằm mục đích kinh doanh, mục đích sử dụng không phải là mục đích thương mại. Sử dụng đối tượng SHCN trên các phương tiện quá cảnh hoặc tạm thời dừng lại ở Việt nam; khi người có quyền sử dụng trước đưa ra thị trường; sử dụng hoặc tiến hành các hoạt động thương mại (nhập khẩu, bán, tàng trữ, để bán, rao bán, quảng cáo để bán) sản phẩm hàng hóa mà sản phẩm, hàng hóa đó đã được chủ SHCN đưa ra thị trường (kể cả thị trường nước ngoài). Cụ thể là: Hoạt động thương mại với các sản phẩm có chứa các yếu tố được bảo hộ do người khác cung cấp và người cung cấp đó chính là chủ SHCN (là người có văn bằng bảo hộ, người được cấp li-xăng) thì hoạt động đó không bị coi là vi phạm bất kể hàng hóa đó được cung cấp tại Việt Nam hay tại nước ngoài.

Hoạt động nhập khẩu song song: tức là nhập khẩu hàng hóa, sản phẩm chứa yếu tố được bảo hộ SHCN từ nguồn không phải do chính chủ SHCN mà do người được cấp li-xăng, người đã được chủ SHCN phân phối, hoặc do các hãng con, các chi nhánh của chủ SHCN, người có li-xăng cung cấp.

- Giám định về SHCN:

Nội dụng kết luận trong văn bản giám định là một trong những căn cứ pháp lý để chủ SHCN biết chắc NHHH hoặc KDCN của mình bị xâm phạm, hoặc người có thẩm quyền sử dụng là căn cứ cho việc đưa ra các quyết định xử phạt hành chính cũng như những biện pháp xử lý phù hợp đối với tang vật. Chủ SHCN, đương sự có liên quan, người có thẩm quyền thụ lý vụ việc có quyền yêu cầu giám định tại Sở KH&CN.

Cục SHCN (Bộ KH&CN) có trách nhiệm trả lời yêu cầu giám định của chủ SHCN và đương sự liên quan, người có thẩm quyền xử phạt thuộc cơ quan có thẩm quyền cấp trung ương, Sở KH&CN đối với các vụ việc phức tạp. Trường hợp không đồng ý với kết luận giám định của Sở KH&CN hoặc ý kiến khác nhau của các Sở KH&CN của tỉnh về cùng một vụ việc thì Cục SHCN sẽ giám định lại.

Người ký văn bản giám định phải là do Giám đốc Sở KH&CN, Cục trưởng Cục SHCN, hoặc người được ủy quyền hợp pháp ký, đóng dấu và phải chịu trách nhiệm về tính hợp pháp của kết luận giám định và hậu quả pháp lý do các kết luận đó gây ra.

Trường hợp các bên có liên quan không đồng ý với kết luận giám định của Cục SHCN thì có quyền đề nghị Bộ KH&CN thành lập Hội đồng giám định xem xét kết quả giám định của Cục SHCN.

5.2.3. Thủ tục tố cáo hành vi VPHC về NHHH và KDCN gửi đến Thanh tra SHCN của Bộ và Sở KH&CN.

Mọi tổ chức, cá nhân, người sản xuất, người kinh doanh, người tiêu dùng, cơ quan Nhà nước, đoàn thể xã hội có quyền tố

cáo hành vi vi phạm pháp luật về NHHH và KDCN đến Thanh tra Bộ hoặc Thanh tra Sở KH&CN nơi cá nhân, tổ chức có hành vi vi phạm đóng trụ sở hoặc nơi hàng hóa có yếu tố vi phạm lưu thông. Mọi tổ chức, cá nhân cũng có quyền tố cáo với các cơ quan khác có thẩm quyền xử lý vi phạm pháp luật về SHCN (các cơ quan như Cảnh sát Kinh tế, Quản lý thị trường, Hải quan hoặc Tòa án).

- Thủ tục tố cáo vi phạm về SHCN với Thanh tra KH&CN:

Cá nhân, tổ chức nước ngoài không thường trú tại Việt Nam hoặc không có đại diện hợp pháp và không có cơ sở hoạt động sản xuất, kinh doanh thực sự tại Việt nam phải thực hiện việc tố cáo thông qua Tổ chức dịch vụ đại diện SHCN Việt Nam.

Cá nhân, tổ chức người Việt Nam trực tiếp gửi đơn hoặc có thể thông qua Tổ chức dịch vụ đại diện SHCN Việt Nam.

- Hồ sơ tố cáo:

Hồ sơ tố cáo gửi tới Thanh tra Bộ hoặc Sở KH&CN bao gồm: Đơn tố cáo có các có các nội dung: tên tổ chức, cá nhân tố cáo, địa chỉ liên hệ; tên tổ chức, cá nhân có hành vi vi phạm bị tố cáo (trường hợp biết rõ đối tượng SHCN bị vi phạm, hoặc địa chỉ ghi trên hàng hóa có yếu tố vi phạm); nội dung vi phạm, các tài liệu, văn bằng về SHCN là bản sao có công chứng (nếu tổ chức, cá nhân tố cáo là chủ văn bằng), khẳng định chủ thể, đối tượng, phạm vi, nội dung quyền SHCN đang được bảo hộ và có liên quan đến vụ việc vi phạm; các chứng cứ (bao bì sản phẩm, hàng hóa chứa đựng yếu tố vi phạm, ảnh chụp, tờ rơi quảng cáo,...) để chứng minh có hành vi vi phạm. Trường hợp tố cáo thông qua tổ chức đại diện SHCN cần có giấy ủy quyền hợp pháp trong đó có nội dung ủy quyền bảo vệ quyền SHCN trước cơ quan có thẩm quyền; Kết quả giám định (nếu đã giám định); các nội dung giải trình, yêu cầu, đề nghị bao gồm để nghị xử phạt vi phạm hành chính (trường hợp việc yêu cầu bồi thường thiệt hại sẽ tách ra để giải quyết sau bằng thủ tục tố tụng dân sự với Tòa án cần ghi rõ), các đề nghị về các biện pháp xử lý

thích hợp khác nhằm đảm bảo quyền và lợi ích của mình; các cam kết về xuất xứ hàng hóa khi đề nghị tịch thu hàng hóa vi phạm.

Người tố cáo chịu trách nhiệm về nội dung tố cáo và các chứng cứ đã cung cấp. Trường.hợp sau khi thẩm tra, xác minh cơ quan có thẩm quyền kết luận không đúng sự thật, tổ chức, cá nhân bị tố cáo không có hành vi vi phạm về SHCN thì người tố cáo phải bồi thường thiệt hại đã gây ra cho người bị tố cáo và người có liên quan. Trường hợp cố ý có thể bị xử lý hành chính hoặc hình sự tuỳ theo mức độ.

Chánh Thanh tra SHCN Bộ KH&CN hoặc Sở KH&CN trong thời hạn 10 ngày kể từ ngày nhận được đơn (không kể ngày nghỉ theo qui định) sẽ trả lời cho tổ chức, cá nhân có đơn việc có thụ lý đơn hay không. Trường hợp thụ lý thì có yêu cầu bổ sung tài liệu, chứng cứ khác không. Trường hợp không thụ lý, trả lại đơn, hoặc chuyển cho cơ quan có thẩm quyền khác cũng rõ lý do.

- Trả lại đơn tố cáo, không áp dụng xử phạt:

Đơn tố cáo hành vi VPHC về SHCN sẽ bị trả lại trong các trường hợp: Hành vi vi phạm thực hiện tại thời điểm ngoài (hết) thời hiệu xử phạt vi phạm hành chính về SHCN; Quyền SHCN của đối tượng SHCN bị tố cáo là vi phạm ngoài thời hạn, phạm vi bảo hộ ghi trong văn bằng bảo hộ hoặc trong giấy chứng nhận hợp đồng li-xăng; tổ chức, cá nhân tố cáo đồng khởi kiện tại Tòa án và vụ việc đã được Tòa án thụ lý giải quyết đã có bản án của Tòa án.

- Thông báo kết quả giải quyết:

Kết quả thẩm tra, xác minh sẽ được thông báo đến cá nhân, tổ chức có đơn tố cáo. Trường hợp pháp áp dụng Nghị định số 12 để xử phạt vi phạm hành chính thì quyết định xử phạt và áp dụng các biện pháp khác cũng sẽ được gửi cho tổ chức, cá nhân tố cáo biết.

5.3. Kết luận:

Đấu tranh chống hàng giả về NHHH và KDCN là một công việc hết sức cần thiết, đặc biệt trong hoàn cảnh hội nhập về kinh tế. Các cơ quan có trách nhiệm và các doanh nghiệp cần phải phối, kết hợp trong các khâu giải quyết thì việc chống hàng giả về SHCN mới có hiệu quả.

6. Doanh nghiệp Việt Nam với vấn đề xây dựng thương hiệu trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế *(Nguồn: www.doste.hochiminhcity.gov.vn)*

6.1. Xác định giá trị của nhãn hiệu hàng hóa trong tiến trình hội nhập

6.1.1. Cơ hội và thách thức khi hội nhập

Việt Nam là một nước đang phát triển, khi hội nhập kinh tế thế giới Việt Nam có những cơ hội và thách thức sau:

Khoa học kỹ thuật phát triển mạnh làm thay đổi chiến lược đầu tư, các công ty không nhất thiết phải sản xuất ở một vị trí nhất định mà có thể trực tiếp đầu tư sản xuất ở bất kỳ lãnh thổ nào thích hợp và sản xuất các sản phẩm phù hợp với điều kiện của từng vùng lãnh thổ. Những vùng lãnh thổ có thể làm tăng giá trị sản phẩm được xem như một lợi thế đầu tư. Điều này mở ra cho các nước đang phát triển cơ hội tham gia vào sản xuất, cung ứng sản phẩm của những ngành công nghiệp chỉ có ở các nước phát triển và thu hút vốn đầu tư.

Hội nhập kinh tế tạo cho các nước đang phát triển cơ hội đào tạo, nâng cao trình độ kiến thức và kỹ năng nghề nghiệp của nguồn nhân lực, giúp cho các nước này dễ dàng tham gia vào sự phân công lao động quốc tế.

Hội nhập kinh tế tạo cơ hội tăng nhanh xuất khẩu và mở rộng kênh phân phối sản phẩm ra nhiều vùng lãnh thổ, nhiều quốc gia.

Hội nhập kinh tế tạo điều kiện tiếp nhận chuyển giao công nghệ tiên tiến, công nghệ thích hợp làm tăng khả năng cạnh tranh của sản phẩm, dịch vụ.

Thách thức là các sản phẩm, dịch vụ của Việt Nam chất lượng chưa cao, chưa ổn định, giá cả cao, hệ thống phân phối hạn chế, khả năng cạnh tranh yếu, kể cả xuất khẩu các sản phẩm thô.

Để giải quyết vấn đề trên Việt Nam cần nguồn vốn đầu tư đủ mạnh, do vậy cần phải tạo môi trường pháp lý thông thoáng, hấp dẫn thu hút vốn đầu tư. Một trong những nội dung góp phần thu hút đầu tư đó là bảo hộ quyền Sở hữu trí tuệ. Bảo hộ Sở hữu trí tuệ là biện pháp bảo đảm đầu tư quan trọng, kể cả đối với đầu tư trong nước, đầu tư nước ngoài. Thị trường phân phối tiêu thụ sản phẩm là yếu tố quan trọng trong tính toán của nhà đầu tư. Chỉ khi nào các quyền sở hữu công nghiệp của các doanh nghiệp đầu tư được bảo hộ thỏa đáng và có hiệu quả thì sản phẩm, dịch vụ của họ mới có thể có chỗ đứng và tồn tại trên thị trường do không bị tấn công bởi các hoạt đông sản xuất, tiêu thụ hàng giả. Việc bảo đảm thực thi hữu hiệu quyền sở hữu công nghiệp sẽ giúp doanh nghiệp thực hiện tốt kế hoạch phân phối sản phẩm, chiếm lĩnh và kiểm soát thị trường. Đặc biệt trong tình hình hoạt động nhập khẩu, buôn lậu hàng xâm phạm gia tăng hiện nay sẽ gây sức ép lớn đối với đầu tư trong nước, hoạt đông đầu tư sẽ không đứng vững nếu không có việc ngăn chặn kiểm soát có hiệu quả tại biên giới.

Ngày nay các tiến bộ kỹ thuật công nghệ đã làm thay đổi sâu sắc môi trường kinh tế, phương thức kinh doanh và thậm chí thay đổi cả cách sống và làm việc của con người. Một hình thức thương mại mới, thương mại điện tử xuất hiện bên cạnh phương thức thương mại truyền thống. Thương mại điện tử là hình thức thương mại qua hệ thống Internet, ở đó mọi cơ sở kinh doanh có thể giới thiệu hàng hóa, dịch vụ của mình cho người sử dụng trên khắp toàn cầu. Chỉ cần nhấn chuột trên máy tính khách hàng có thể tiếp cận với các hàng hóa và chọn lựa sản phẩm ở mọi nơi trên thế giới thông qua catalog điện tử, khách hàng có thể lệnh đặt hàng và thanh toán dễ dàng ngay trên mạng mà không phải mất thời gian di chuyển bất cứ nơi

nào. Như vậy công việc kinh doanh có thể được thực hiện không bị giới hạn bởi biên giới quốc gia, bởi lãnh thổ. Chính việc sử dụng dễ dàng, rộng rãi này đã gây trở ngại cho việc sở hữu nhãn hiệu, cụ thể là phát sinh xung đột giữa bảo hộ nhãn hiệu và đăng ký tên miền. Các chủ thể giao dịch thương mại trên mạng cũng đều cần sử dụng các dấu hiệu nhằm phân biệt bản thân mình với các chủ thể thương mại khác, phân biệt các hàng hóa dịch vụ của mình với các hàng hóa dịch vụ khác được cung cấp trên mạng. Do vậy nhãn hiệu hàng hóa, tên miền trở thành công cụ nhận dạng thiết yếu khi giao dịch thương mại điện tử. Nhãn hiệu được bảo hộ theo nguyên tắc lãnh thổ, tên miền trên Internet được sử dụng mang tính toàn cầu. Hành vi sử dụng nhãn hiệu trên Internet có bị coi là thực hiện trên một lãnh thổ quốc gia cụ thể hay không? Người sử dụng nhãn hiệu trên Internet xung đột với nhãn hiệu đang được bảo hộ ở các quốc gia có kết nối Internet có bị coi là hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp hay không? Đây là những vấn đề sẽ được pháp luật quốc tế quy định trong quá trình tự do thương mại mà việt Nam cần phải nhận thức sớm và có bước chuẩn bị để tránh những thiệt hại không cần thiết.

6.1.2. Tầm quan trọng của nhãn hiệu khi hội nhập

Nhãn hiệu hàng hóa là những dấu hiệu có khả năng phân biệt hàng hóa/dịch vụ cùng loại của các cơ sở sản xuất kinh doanh khác nhau. Nhãn hiệu hàng hóa có thể là từ ngữ, hình ảnh hoặc là sự kết hợp các yếu tố đó được thể hiện bằng một hay nhiều màu sắc. Ví dụ trong ngành may mặc có các nhãn hiệu Levi's, Pierre Cardin, La Coste, dịch vụ lưu trú nhà hàng, khách sạn có các nhãn Kinh Đô, Rex, Caravel, Quê Hương...

Nhãn hiệu hàng hóa có chức năng chỉ nguồn gốc thương mại và chống mọi biểu hiện nhầm lẫn về nguồn gốc thương mại.

Nhãn hiệu hàng hóa bảo vệ uy tín doanh nghiệp trong kinh doanh. Chúng ta biết các sản phẩm giải khát có tiếng trên thế giới với nhãn hiệu uy tín Coca-Cola, Heneiken, hay như của Việt Nam có Tribeco, Sapuwa, Hòa Bình, Chương Dương. Khi

sản phẩm đã đạt uy tín nhất định thì nhãn hiệu của sản phẩm luôn là đối tượng bị bắt chước, làm nhái bởi các đối thủ cạnh tranh hoặc những kẻ làm hàng giả với mục đích là gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng về nguồn gốc thương mại của sản phẩm. Việc đăng ký bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa sẽ giúp cho việc bảo hộ uy tín của sản phẩm, chống các hành vi làm hàng giả, hành vi cạnh tranh không lành mạnh khác, bảo đảm thực hiện hiệu quả việc quảng cáo, hướng dẫn người tiêu dùng về hàng hóa dịch vụ. Trong quảng cáo thương mại sản phẩm, dịch vụ, những đối tượng được sử dụng nhiều nhất là nhãn hiệu hàng hóa, tên thương mại, kiểu dáng, tên gọi xuất xứ hàng hóa. Những dấu hiệu, hình ảnh đó qua quá trình sử dụng tạo ấn tượng cho người tiêu dùng về chất lượng, tiêu chuẩn, đặc tính nhất định của sản phẩm, dịch vụ mang dấu hiệu đó, thông qua đó người tiêu dùng có thể lựa chọn và quyết định đúng đắn về loại sản phẩm, dịch vụ mình ưa thích, do vậy, việc bảo hộ nhãn hiệu chính là bảo vệ hoạt động quảng cáo thương mại sản phẩm, dịch vụ của chủ sở hữu công nghiệp trên thị trường. Việc bảo hộ đó đồng thời tạo ra hàng rào pháp lý hiệu quả chống lại các quảng cáo gây nhầm lẫn hoặc quảng cáo so sánh của các đối thủ cạnh tranh. Nhờ vậy quyền và lợi ích chính đáng của người tiêu dùng được bảo vệ.

Nhờ giá trị có được từ nội dung kinh tế của giải pháp kỹ thuật được bảo hộ, từ tiềm năng khai thác thương mại của kết quả sáng tạo mà nhãn hiệu được xác định giá trị và trở thành tài sản góp vốn khi liên kết, liên doanh sản xuất, phân phối sản phẩm. Ví dụ như một số nhãn hiệu của doanh nghiệp Việt Nam đã được xác định giá trị tới vài triệu đô la và dùng để góp vốn liên doanh như nhãn hiệu VISO cho sản phẩm bột giặt, nhãn hiệu P/S cho sản phẩm kem đánh răng; hay nhãn hiệu Heneiken, Tiger người tiêu thụ Việt Nam khi sử dụng một sản phẩm phải trả tiền bản quyền nhãn hiệu, công nghệ tới 3% giá bán tịnh. Hoạt đông chuyển giao công nghệ thường đi cùng với kế hoạch sản xuất và phân phối sản phẩm. Trong quá trình này, một mặt người được chuyển giao muốn tiêu thụ sản phẩm

dưới nhãn hiệu có uy tín. Mặt khác người chuyển giao muốn đảm bảo duy trì uy tín nhãn hiệu nên muốn kiểm soát chất lượng sản phẩm, đồng thời cũng muốn doanh số bán sản phẩm đạt mức cao vì thường đó là căn cứ để tính bản quyền. Điều này chỉ đạt được khi có được quyền kiểm soát nhãn hiệu gắn trên sản phẩm. Do vậy nội dung chuyển giao công nghệ thường đi cùng với chuyển giao quyền sử dụng nhãn hiệu, ví dụ như sản phẩm nhang trừ muỗi Mosfly của Công ty Vipesco được chuyển giao từ công nghệ và nhãn hiệu của Malaysia, sản phẩm áo may sẵn Pierre Cardin của Công ty may thêu An Phước có được từ chuyển giao công nghệ và nhãn hiệu của Pierre Cardin, hay sản phẩm bia Tiger của Nhà máy bia Việt Nam là kết quả của việc chuyển giao công nghệ và nhãn hiệu của Singapore.

Bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa có ý nghĩa quan trọng trong hoạt động xuất nhập khẩu. Thông thường phạm vi bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp có hiệu lực trong một lãnh thổ quốc gia. Sản phẩm của doanh nghiệp được phân phối không chỉ dừng lại ở thị trường trong nước mà vươn tới thị trường nước ngoài. Nếu doanh nhiệp xuất khẩu hàng hóa vi phạm quyền sở hữu công nghiệp doanh nhiệp sẽ phải gánh chịu những hậu quả pháp lý từ thị trường nước ngoài. Do vậy trong chiến lược xuất khẩu hàng hóa doanh nghiệp vừa phải mở rộng phạm vi lãnh thổ bảo hộ cho các quyền sở hữu nhãn hiệu của mình, vừa phải xin phép được sử dụng nhãn hiệu của người khác nếu đó là sản phẩm gia công có gắn nhãn mác đang có giá trị hiệu lực bảo hộ tại thị trường xuất khẩu đến.

Nhãn hiệu có vai trò quan trọng trong chiến lược phân phối sản phẩm. Các hợp đồng đại lý, phân phối, cung cấp hàng hóa thường kèm theo những thỏa thuận về chống vi phạm nhãn hiệu. Nói cách khác, sở hữu nhãn hiệu là một cơ sở pháp lý quan trọng để ràng buộc những thỏa thuận về quyền và nghĩa vụ trong quan hệ giữa người sản xuất và hệ thống tiêu thụ, phân phối sản phẩm. Trong đó giới hạn về phạm vi quyền phân phối sản phẩm thường dựa trên sự hạn chế về quyền sử dụng

đối tượng nhãn hiệu trong các thỏa thuận về chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp.

Tóm lại, nhãn hiệu giữ vai trò đặc biệt trong việc xúc tiến thương mại của doanh nghiệp. Muốn có một nhãn hiệu có giá trị doanh nghiệp phải thường xuyên đảm bảo chất lượng sản phẩm và dịch vụ mang nhãn hiệu, phải tiến hành đăng ký bảo hộ nhãn hiệu và phải biết khuyếch trương quảng bá nhãn hiệu.

6.1.3. Phân biệt nhãn hiệu với các đối tượng sở hữu công nghiệp khác và thuật ngữ thương hiệu

Như trên đã trình bày Nhãn hiệu hàng hóa (Trade mark) là dấu hiệu mang tính nhận biết sản phẩm/dịch vụ của một doanh nghiệp và phân biệt với sản phẩm dịch vụ của các doanh nghiệp khác và được đăng ký bảo hộ tại một cơ quan có thẩm quyền.

Tên thương mại (Trade name) là tên gọi được thể hiện bằng tập hợp các chữ cái và chữ số có thể phát âm được của tổ chức, cá nhân dùng trong hoạt động kinh doanh đáp ứng đầy đủ các điều kiện: phân biệt được chủ thể kinh doanh khác trong cùng lĩnh vực, không gây nhầm lẫn với tên thương mại được sử dụng trước trong cùng một lĩnh vực kinh doanh, không gây nhầm lẫn với nhãn hiệu hàng hóa đã được bảo hộ trước khi tên thương mại được sử dụng. Tên thương mại thường có cấu trúc 3 yếu tố: loại hình doanh nghiệp, lĩnh vực kinh doanh và tên gọi, ví dụ như Công ty cổ phần sản xuất vật liệu xây dựng Mekong và Công ty trách nhiệm hữu hạn bê tông Mekong. Hai tên thương mại này trùng về tên gọi và lĩnh vực kinh doanh, chỉ khác nhau loại hình (trách nhiệm hữu hạn và cổ phần) và theo Điều 14 và 20 Nghị định 54/CP thì tên thương mại nào được sử dụng sau sẽ phải thay đổi nếu không sẽ vi phạm quyền sở hữu công nghiệp về tên thương mại.

Trong tên thương mại có phần tên gọi hoặc tên viết tắt hay được đăng ký bảo hộ nhãn hiệu. Do vậy doanh nghiệp trước khi đặt tên nên tra cứu nhãn hiệu để tránh xung đột và gây nhầm lẫn với nhãn hiệu hàng hóa đang có hiệu lực bảo hộ.

Kiểu dáng Nhãn sản phẩm: được bảo hộ trên cơ sở sự thể hiện các đường nét, màu sắc bố cục cơ bản. Nó có thể bao gồm cả yếu tố mô tả vật liệu, cách thức chế tạo, cách thức sử dụng và cả dấu hiệu nhãn hiệu hàng hóa, các dấu hiệu khác về chất lượng, giải thưởng... Như vậy đối với nhãn hiệu thì tính phân biệt không gây nhầm lẫn là nguyên tắc chính cho việc cấp văn bằng và xác định xâm phạm. Còn đối với kiểu dáng là sự "lấy cắp" các thành quả đầu tư sáng tạo thông qua việc "bắt chước", "làm giống" các đường nét, yếu tố cơ bản của kiểu dáng là nguyên tắc để từ chối cấp văn bằng và xác định hành vi xâm phạm.

Tương tự bảo hộ Nhãn hiệu hình nổi và kiểu dáng các bao bì hình khối: ví dụ cùng một kiểu dáng công nghiệp chai, hộp hoặc bình độc đáo có thể đăng ký bảo hộ kiểu dáng và nhãn hiệu hình nổi. Việc bảo hộ sẽ được xem xét theo nội dung của từng quy định pháp luật về nhãn hay kiểu dáng.

Tên gọi xuất xứ hàng hóa và chỉ dẫn địa lý: tên gọi xuất xứ hàng hóa là tên địa lý của nước, địa phương dùng để chỉ xuất xứ của mặt hàng từ nước, địa phương đó với điều kiện những mặt hàng này có các tính chất, chất lượng đặc thù dựa trên các điều kiện địa lý độc đáo và ưu việt bao gồm yếu tố tự nhiên và con người hoặc kết hợp cả hai yếu tố đó. Ví dụ xoài cát Hòa Lộc, nước mắm Phú Quốc... Để được công nhận một tên gọi xuất xứ rất phức tạp liên quan đến quy trình kiểm định, đánh giá. Ở một số nước bảo hộ tên gọi xuất xứ dưới hình thức nhãn hiệu chứng nhận.

Chỉ dẫn địa lý là thông tin về nguồn gốc địa lý hàng hóa có thể bao gồm từ ngữ, dấu hiệu, biểu tượng, hình ảnh dùng của một vùng lãnh thổ, địa phương, quốc gia nhằm chỉ dẫn rằng hàng hóa có nguồn gốc vùng lãnh thổ, địa phương đó có uy tín, danh tiếng về một đặc tính hay chất lượng nào đó. Ví dụ như cùng một nhãn hiệu SONY có chỉ dẫn "made in Japan" hay "made in Singapore", "made in Vietnam" giá cả hàng hóa khác nhau do uy tín chất lượng sản phẩm khác nhau. Chỉ dẫn địa lý

không phải đăng ký. Mọi cá nhân tổ chức tiến hành hoạt động sản xuất hàng hóa tại các vùng lãnh thổ, quốc gia tương ứng bảo đảm uy tín, danh tiếng vốn có thì có quyền chỉ dẫn địa lý.

Một số điểm khác biệt: nhãn hiệu, tên gọi xuất xứ hàng hóa, kiểu dáng công nghiệp phải được đăng ký và được cấp văn bằng bảo hộ mới phát sinh quyền sở hữu công nghiệp. Tên thương mại, chỉ dẫn địa lý không cần đăng ký mà chỉ cần thỏa mãn các điều kiện quy định là phát sinh quyền. Chỉ dẫn địa lý, tên gọi xuất xứ không được chuyển giao. Tên thương mại chuyển giao phải kèm theo toàn bộ hoạt động kinh doanh dưới tên thương mại đó.

Gần đây trên báo chí và các phương tiện thông tin đại chúng hay sử dụng thuật ngữ "thương hiệu" như chương trình quảng bá Thương hiệu Việt Nam. Thương hiệu Việt Nam trên con đường hội nhập. Thuật ngữ này có thể được dịch từ tiếng Anh "Trade mark". Nhưng thuật ngữ "trade mark" trong tiếng Anh, hay "Marque déposée" trong tiếng Pháp, hay "Товарный Знак" của tiếng Nga đều được hiểu là dấu hiệu có tính nhận biết, phân biệt hàng hóa và đã đăng ký bảo hộ. Một số tài liệu giáo trình thì cho rằng thương hiệu được dịch từ "Brand" có thể đăng ký hay không đăng ký bảo hộ, có thể dùng để chỉ nơi chốn hay danh xưng. Theo chúng tôi thì nên dùng thuật ngữ nhãn hiệu hàng hóa được quy định trong Bộ luật Dân sự, hoặc giải thích, thể hiện thuật ngữ thương hiệu theo bản chất của nhãn hiệu hàng hóa nhằm tránh làm cho công chúng, doanh nghiệp nhầm lẫn khi khai thác sử dụng. Bởi nhãn hiệu hàng hóa được thiết kế và đăng ký bảo hộ là nhằm mục đích sử dụng tính nhận biết và phân biệt để hướng dẫn tiêu dùng và xây dựng hệ thống khách hàng "ruột", "trung thành" của mình, dẫn đến việc xác định thị phần của doanh nghiệp trong quá trình cạnh tranh. Việc sử dụng thuật ngữ thương hiệu hiện nay không được định nghĩa và hiểu nhất quán theo cùng một nghĩa, dễ gây ngộ nhận, hiểu lầm nên đề nghị các cơ quan truyền thông nên thống nhất dùng thuật ngữ Nhãn hiệu hàng hóa sẽ thuận lợi hơn trong việc

phổ biến và nâng cao nhận thức của công chúng và doanh nghiệp.

6.2. Xây dựng các thành tố thương hiệu *(Hoàng Xuân Thành - Giám đốc Công ty Tư vấn và Đại diện sở hữu trí tuệ Trường Xuân - Ageless)*

"Trong thời đại kinh tế tri thức, nhân lực, thông tin và thương hiệu là ba loại tài sản có ý nghĩa quyết định nhưng không hề xuất hiện trong bảng tổng kết tài sản của một doanh nghiệp".

Nếu Quý Doanh nghiệp quan tâm xây dựng và phát triển thương hiệu, thì việc đầu tiên cần làm là sáng tạo và chuẩn hóa các thành tố thương hiệu như tên nhãn hiệu, logo, khẩu hiệu...

**** Tên nhãn hiệu:***

Cái tên là mũi dùi đầu tiên trong trận chiến giành giật sự lựa chọn của khách hàng và bạn phải được trang bị kỹ để giành được ưu thế ngay từ đòn phủ đầu...

Dưới góc độ xây dựng thương hiệu, tên nhãn hiệu là thành tố cơ bản vì nó thường là yếu tố chính hoặc là liên hệ chính của sản phẩm một cách cô đọng và tinh tế. Tên nhãn hiệu là ấn tượng đầu tiên về một loại sản phẩm/dịch vụ trong nhận thức nhãn hiệu của người tiêu dùng. Vì thế, tên nhãn hiệu là một yếu tố quan trọng thể hiện khả năng phân biệt của người tiêu dùng khi đã nghe hoặc nhìn thấy nhãn hiệu và cũng là yếu tố cơ bản gợi nhớ sản phẩm/dịch vụ trong những tình huống mua hàng.

Dưới góc độ pháp luật bảo hộ, tên nhãn hiệu được tạo thành từ sự kết hợp của từ ngữ hoặc các chữ cái *có khả năng phân biệt* sản phẩm/dịch vụ của doanh nghiệp này với sản phẩm/dịch vụ của doanh nghiệp khác đã được bảo hộ và không thuộc các dấu hiệu loại trừ. Đáp ứng các yêu cầu này, tên *nhãn hiệu sẽ được bảo hộ với tư cách là nhãn hiệu hàng hóa.*

Interbrand cho rằng doanh nghiệp không nhất thiết lúc nào

cũng quẩn quanh với "tên nhãn hiệu". Nhận định này đã được Interbrand kiểm nghiệm bằng cuộc khảo sát thực tế kinh nghiệm của những thương hiệu nổi tiếng toàn cầu và kết quả là có 4 tình huống mà doanh nghiệp nên quan tâm và thực sự cần chú trọng vào việc đặt tên nhãn hiệu: (i) sản xuất sản phẩm mới; (ii) mở rộng dòng sản phẩm; (iii) cung cấp loại hình dịch vụ mới; (iv) thành lập doanh nghiệp/liên doanh. Ngoài ra, trong những thời điểm nhất định, doanh nghiệp cũng nên cập nhật một/một số thành tố vào tên nhãn hiệu đã có để tạo cho khách hàng những cảm nhận mới về sản phẩm/dịch vụ – " trẻ hóa nhãn hiệu" Ví dụ: "Wave" - "Wave".

Thông thường, các chuyên gia thực hiện dự án đặt tên nhãn hiệu như thế nào?

Cùng với sự phát triển chung của nền kinh tế, khối kiến thức và kỹ năng về đặt tên nhãn hiệu ngày càng phát triển và trở nên khổng lồ với bất kỳ cá nhân nào. Do đó, các chuyên gia đã thừa nhận hiệu quả của làm việc nhóm. Mỗi cái tên đều được ra đời bằng những cách sáng tạo riêng, không theo một khuôn mẫu có sẵn nào ngay cả khi chúng do cùng một nhóm tác giả sáng tạo ra. Tuy nhiên, có một số qui tắc chung mà chuyên gia đều áp dụng trong mỗi dự án đặt tên như:

**** 5 tiêu chí thường dùng để lựa chọn thành tố nhãn hiệu:***

1) Dễ nhớ: Đơn giản, dễ phát âm, dễ đánh vần;

2) Có ý nghĩa: gần gũi, có ý nghĩa, có khả năng liên tưởng;

3) Dễ chuyển đổi: tên nhãn hiệu có thể dùng cho nhiều sản phẩm trong cùng một chủng loại; dễ chấp nhận giữa các lãnh thổ và nền văn hóa khác nhau;

4) Dễ thích nghi: dễ dàng trẻ hóa, hiện đại hóa;

5) Đáp ứng yêu cầu bảo hộ: có khả năng phân biệt, không trùng, không tương tự với nhãn hiệu của người khác đã nộp đơn hoặc bảo hộ.

Cần lưu ý rằng có rất ít tên nhãn hiệu đáp ứng đủ các tiêu chí trên một cách tuyệt đối vì trong một số tình huống chúng có thể trở nên đối nghịch nhau. Ví dụ: New Watch là một cái tên dễ nhớ nhưng lại khó có khả năng bảo hộ vì nó mô tả tính chất - mới - của sản phẩm.

**** 4 cách đặt tên nhãn hiệu:***

1) Sử dụng từ tự tạo: từ tự tạo được tổ hợp từ những ký tự, tạo thành một từ mới phát âm được và không có trong từ điển (Elead, Yahoo...);

2) Sử dụng từ thông dụng: từ thông dụng là những từ hiện dùng, thực sự có nghĩa trong một ngôn ngữ nào đó (Future, Rạng Đông, Thống Nhất, Trung Thành...);

3) Sử dụng từ ghép: từ ghép là sự kết hợp các từ hiện dùng và các âm tiết dễ nhận biết (VINAMILK, Thinkpad...);

4) Sử dụng từ viết tắt: thông thường từ viết tắt được tạo thành từ những chữ cái đầu của tên công ty, từ viết tắt cũng có thể phát âm được và mang một thông điệp nào đó (VNPT, FPT, IBM, LG...).

Interbrand cho rằng phát triển thương hiệu không phải bắt đầu từ sự ra đời của sản phẩm hay dịch vụ mà bắt đầu ngay từ khái niệm hướng đến sự hình thành tên nhãn hiệu, bởi tên nhãn hiệu là ấn tượng đầu tiên tạo ra nhận thức nhãn hiệu trong tiềm thức người tiêu dùng.

**** Logo:***

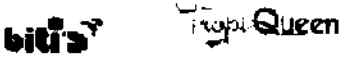
Dưới góc độ xây dựng thương hiệu, logo là thành tố đồ hoạ của nhãn hiệu góp phần quan trọng trong nhận thức của khách hàng về nhãn hiệu. Thông thường, logo nhằm củng cố ý nghĩa của nhãn hiệu theo một cách nào đó. Các nghiên cứu đều cho thấy lợi ích của logo đối với nhận thức nhãn hiệu của khách hàng là rất quan trọng. Logo có thể tạo ra liên hệ thông qua ý nghĩa tự có của nó hoặc thông qua chương trình tiếp thị hỗ trợ. So với nhãn hiệu, logo trừu tượng, độc đáo và dễ nhận biết hơn,

nhưng cũng tiềm ẩn nguy cơ khách hàng không hiểu logo có ý nghĩa gì, có liên hệ gì với nhãn hiệu nếu không được giải thích thông qua chương trình tiếp thị hỗ trợ.

Dưới góc độ pháp luật, logo gồm các yếu tố hình độc đáo, riêng có tạo thành một chỉnh thể thống nhất. Logo tạo ra khả năng phân biệt của sản phẩm, vì vậy, logo được xem xét bảo hộ với tư cách là *nhãn hiệu hàng hóa*.

Với đặc tính đa dạng của các yếu tố đồ hoạ, logo có thể là một hình vẽ, một cách trình bày chữ viết (tên doanh nghiệp, sản phẩm), hoặc kết hợp cả hình vẽ và chữ viết tạo ra một bản sắc riêng của thương hiệu. Logo chính là biểu tượng đặc trưng, là "bộ mặt" của thương hiệu. Thông thường, các chuyên gia áp dụng 3 cách thiết kế logo như sau:

i) Cách điệu tên nhãn hiệu: là tạo cho tên nhãn hiệu, tên công ty một phong cách thiết kế đặc thù



ii) Sáng tạo hình ảnh riêng: những hình ảnh cách điệu làm người ta liên tưởng đến tên nhãn hiệu, tên công ty hoặc lĩnh vực kinh doanh  Pin Hà Nội  Vinamilk

iii) Kết hợp hình ảnh riêng và tên nhãn hiệu: logo thể hiện bằng hình vẽ tên nhãn hiệu



Do tính đồ họa cao, logo rất dễ nhận biết và tăng khả năng phân biệt của sản phẩm. Hơn nữa, logo ít hàm chứa ý nghĩa của một sản phẩm cụ thể nên có thể dùng logo cho nhiều chủng loại sản phẩm khác nhau. Các doanh nghiệp thường xây dựng logo như là một phương tiện để thể hiện xuất xứ sản phẩm, thể hiện cam kết chất lượng sản phẩm của doanh nghiệp.

Trên thị trường có hàng nghìn, thậm chí hàng chục nghìn logo ở mọi loại hình kinh doanh, nhưng bằng một cách nào đó, chúng ta vẫn có thể nhận biết chúng trong những tình huống giao tiếp nhất định. Đằng sau mỗi cách thể hiện đó là lao động sáng tạo của các chuyên gia.

Logo được sáng tạo dựa trên qui tắc nào?

- Các tiêu chí lựa chọn thành tố logo:

i) Logo mang hình ảnh của công ty: các yếu tố hình cần khắc họa được điểm khác biệt, tính trội của doanh nghiệp;

ii) Logo có ý nghĩa văn hóa đặc thù;

iii) Dễ hiểu: các yếu tố đồ họa hàm chứa hình ảnh thông dụng;

iv) Logo phải đảm bảo tính cân đối và hài hoà, tạo thành một chỉnh thể thống nhất.

Ngoài các yếu tố này, trong khi thiết kế logo, các chuyên gia còn loại bỏ những biểu tượng đã trở nên phổ biến (mất khả năng phân biệt, không được bảo hộ) trong một hoặc một số lĩnh vực nào đó. Ví dụ: logo hình con rồng cho các sản phẩm truyền thống như bánh đậu xanh, bánh cốm; logo hình chim hạc cách điệu cho các dịch vụ du lịch; logo hình quả địa cầu đối với các ngành dịch vụ nói chung... Trong một chừng mực nhất định, những biểu tượng này mang ý nghĩa văn hóa đặc thù, gần gũi với người tiêu dùng và chúng là phương án tốt, dễ dàng tích hợp vào quá trình phát triển thương hiệu. Nhưng khi chúng đã trở nên phổ biến và được sử dụng rộng rãi thì đồng thời chúng tự mất dần khả năng phân biệt của nhãn hiệu, do đó, không còn tác dụng trong quá trình phát triển thương hiệu.

**** Các thành tố khác:***

Các nghiên cứu đã chứng minh rằng, người tiêu dùng càng có nhiều cơ hội tiếp xúc với nhãn hiệu thông qua các giác quan

(nghe, nhìn, ngửi, nếm, thậm chí ngẫm nghĩ) với một tần suất nhất định thì nhãn hiệu càng được định hình rõ nét trong tâm trí họ. Do đó, các chuyên gia không ngừng nghiên cứu để mở rộng các thành tố thương hiệu như tính cách nhãn hiệu, khẩu hiệu, bao bì, đoạn nhạc...

- Tính cách nhãn hiệu:

Tính cách nhãn hiệu là một thành tố đặc biệt của nhãn hiệu - thể hiện đặc điểm con người gắn với nhãn hiệu. Tính cách nhãn hiệu thường mang đậm ý nghĩa văn hóa và giàu hình tượng nên tính cách nhãn hiệu là phương tiện hữu hiệu trong quá trình xây dựng nhận thức nhãn hiệu. Ví dụ: anh chàng cowboy của Marlboro; ông Thọ - sữa đặc có đường của VINAMILK....

- Khẩu hiệu:

Khẩu hiệu là đoạn văn ngắn truyền đạt thông tin mô tả hoặc thuyết phục về nhãn hiệu theo một cách nào đó. Một số khẩu hiệu còn làm tăng nhận thức nhãn hiệu một cách rõ rệt hơn vì tạo nên mối liên hệ mạnh giữa nhãn hiệu và chủng loại sản phẩm vì đưa cả hai vào trong khẩu hiệu. Quan trọng nhất là khẩu hiệu giúp củng cố, định vị nhãn hiệu và điểm khác biệt. Đối với các nhãn hiệu hàng đầu, khẩu hiệu còn là những tuyên bố về tính dẫn đầu/độc đáo của mình. Ví dụ: "biti's - Nâng niu bàn chân Việt"; "Trung Nguyên - Khơi nguồn sáng tạo"; "NIPPON - Sơn đâu cũng đẹp"; "Alpenliebe - Ngọt ngào như vòng tay âu yếm"...

- Đoạn nhạc:

Đoạn nhạc được viết riêng cho nhãn hiệu thường do những soạn giả nổi tiếng thực hiện. Những đoạn nhạc thú vị gắn chặt vào đầu óc người tiêu dùng, dù họ có muốn hay không. Cũng giống như khẩu hiệu, đoạn nhạc thường mang ý nghĩa trừu tượng và có tác dụng đặc biệt trong nhận thức nhãn hiệu. Ví dụ: "HENNIKEN - Tell me when you will be mine, tell me wonder wonder wonder ..."; "Néscafe - open up open up"...

- *Bao bì:*

Bao bì được coi là một trong những liên hệ mạnh nhất của nhãn hiệu trong đó, hình thức của bao bì có tính quyết định. Yếu tố tiếp theo là màu sắc, kích thước, công dụng đặc biệt của bao bì, ví dụ: thuốc đánh răng Close-up đựng trong hộp có thể bơm ra (chứ không phải bóp) tạo sự tiện lợi, tiết kiệm, không làm nhăn nhúm hộp.

Mỗi thành tố nhãn hiệu có điểm mạnh và điểm yếu của nó. Do đó, cần tích hợp các thành tố lại với nhau nhằm đạt được mục tiêu trong từng trường hợp cụ thể. Việc lựa chọn các thành tố cần tạo ra tính trội, thúc đẩy lẫn nhau. Các nghiên cứu cho thấy tên nhãn hiệu có ý nghĩa nếu tích hợp vào logo sẽ dễ nhớ hơn.

6.3. Vấn đề xây dựng và phát triển thương hiệu của doanh nghiệp Việt Nam trong xu thế hội nhập kinh tế thế giới và khu vực (PGS.TS Vũ Chí Lộc)

Hội nhập kinh tế khu vực và quốc tế là xu hướng tất yếu phát triển của nền kinh tế thế giới đã và đang diễn ra với tốc độ nhanh chóng trong những năm cuối của thế kỷ 20 và sẽ sôi động hơn và quyết liệt hơn trong những năm đầu của thế kỷ này. Hội nhập kinh tế quốc tế tạo ra nhiều cơ hội nhưng cũng đặt ra lắm thách thách thức đối với tất cả các nền kinh tế và doanh nghiệp, đặc biệt là các quốc gia đang và chậm phát triển. Để có thể tham gia thành công, hiệu quả vào quá trình hội nhập, các quốc gia nói chung và đặc biệt từng doanh nghiệp nói riêng phải thường xuyên coi trọng việc nâng cao năng lực cạnh tranh của mình ở cả thị trường trong và ngoài nước. Để cạnh tranh có hiệu quả trên thương trường, ngoài việc các doanh nghiệp cần đổi mới công nghệ, nâng cao năng suất lao động, giảm chi phí và coi trọng công tác tiếp thị xúc tiến thương mại v.v..., thì một yếu tố rất quan trọng là doanh nghiệp phải xây dựng được và không ngừng phát triển thương hiệu của mình. Thương hiệu không những đóng vai trò đặc định phẩm cấp

hàng hóa, doanh nghiệp, là nhân tố để doanh nghiệp khẳng định vị trí của mình, mà thương hiệu còn là tài sản vô hình, vô giá, là niềm tự hào của cả dân tộc, là biểu trưng về tiềm lực và sức mạnh của nền kinh tế quốc gia.

Ở Việt Nam, một thời gian khá dài hoạt động trong nền kinh tế kế hoạch hóa tập trung, bao cấp, nhiều doanh nghiệp, đặc biệt các doanh nghiệp Nhà nước rất ít quan tâm tới vấn đề thương hiệu, thậm chí nhiều doanh nghiệp không hiểu đúng giá trị của thương hiệu. Tóm lại, vấn đề xây dựng và phát triển thương hiệu ở Việt Nam còn khá mới mẻ. Vậy cần hiểu và làm như thế nào để các doanh nghiệp Việt Nam coi việc xây dựng và phát triển thương hiệu là việc làm sống còn của mình?. Để góp phần làm rõ thêm những vấn đề nói trên. Sau đây sẽ đề cập đến hai nội dung:

6.3.1. Vai trò của thương hiệu đối với doanh nghiệp, người tiêu dùng và nền kinh tế

Trước hết, cũng nên hiểu đúng thương hiệu là gì? Thực ra ở các nước phát triển, người ta không đặt ra câu hỏi này vì khái niệm thương hiệu quá quen thuộc đối với mọi doanh nghiệp, với mọi người, từ giám đốc đến người công nhân, nhưng ở Việt Nam, cần thiết phải làm rõ khái niệm để hiểu đúng, hiểu thống nhất về thương hiệu. Trong các văn bản pháp luật hiện hành của nước ta, chưa thấy tại văn bản nào có định nghĩa về thương hiệu. Trong các Nghị định 45/CP, Nghị định 54/2000/NĐ-CP và Nghị định 63/CP của Chính phủ quy định chi tiết về chuyển giao công nghệ, về bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ chỉ có khái niệm về nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ của hàng hóa. Còn trong thực tế cũng có nhiều cách hiểu rất khác nhau và có tới 4 loại đối tượng sở hữu công nghiệp được gọi là thương hiệu. Nhưng phần lớn khái niệm thương hiệu được dùng để chỉ Nhãn hiệu hàng hóa, vì nhãn hiệu hàng hóa có xuất xứ từ tiếng Anh là Trade Mark (Trade dịch là Thương, còn Mark dịch là Hiệu). Xin đưa ra cách hiểu về thương hiệu như sau (không phải là định nghĩa): Thương hiệu hàng hóa được dùng chủ yếu để cho

biết nguồn gốc của hàng hóa, dịch vụ và để phân biệt các hàng hóa và dịch vụ với nhau. Thương hiệu còn là biểu tượng cho chất lượng của hàng hóa hoặc dịch vụ. Tuy hầu hết các thương hiệu hàng hóa là các từ ngữ (nhãn hiệu), nhưng chúng gần như có thể là bất cứ cái gì để phân biệt một sản phẩm hoặc một dịch vụ này với một hàng hóa hoặc một dịch vụ khác, như biểu tượng, biểu trưng, âm thanh, kiểu dáng, hay thậm chí các quy cách phi chức năng riêng biệt của sản phẩm. Thông thường, đối với thương hiệu phải cùng thoả mãn các yêu cầu như: tính riêng biệt, tính tổng quát, tính biểu tượng, tính gợi nhớ, tính tùy ý, tính kỳ lạ và tính miêu tả.

a. Vai trò của thương hiệu đối với doanh nghiệp

Đối với bất cứ doanh nghiệp sản xuất kinh doanh nào hoạt động trong nền kinh tế thị trường, thương hiệu có vai trò to lớn sau:

Thứ nhất, thương hiệu là tài sản vô hình và thậm chí là tài sản vô giá của doanh nghiệp. Thương hiệu góp phần quan trọng tăng thu lợi nhuận trong tương lai bằng những giá trị tăng thêm của hàng hóa. Trên thế giới, nhiều công ty trở thành nổi tiếng không phải chỉ do quy mô đầu tư và đổi mới công nghệ, mà còn nhờ chính thương hiệu. Bản thân thương hiệu cũng đã được định giá rất cao như: nhãn hiệu Coca-cola trong năm 2002, theo đánh giá của Công ty Interbrand Corp có giá trị 69,6 tỷ USD, nhãn hiệu Microsoft được định giá 64,1 tỷ USD, IBM 51,2 tỷ USD. Giá trị một số thương hiệu ở Việt Nam cũng đã được chuyển nhượng với giá rất cao, như: Dạ Lan – giá 8,5 triệu USD, P/S giá trên 5 triệu USD. Một ví dụ khác để so sánh giá trị của một sản phẩm nhưng khi mang nhãn hiệu khác nhau, giá rất khác nhau. Ví dụ, một chiếc áo sơ mi do các công ty may Việt Nam sản xuất nếu mang nhãn hiệu An Phước thì bán với giá 218.000 VND/chiếc, còn nếu mang nhãn hiệu nổi tiếng của Pháp – Piere Cardin thì giá bán lên tới 526.000 VND/chiếc. Như vậy, phần giá trị gia tăng 308.000 VND/1 áo sơ mi là do thương hiệu mang lại cho doanh nghiệp.

Thứ hai, thương hiệu giúp doanh nghiệp duy trì lượng khách hàng truyền thống, đồng thời thu hút thêm các khách hàng mới, các khách hàng tiềm năng. Thực tế cho thấy, người tiêu dùng thường bị lôi kéo, chinh phục bởi những hàng hóa có thương hiệu nổi tiếng, ưa chuộng và ổn định. Những doanh nghiệp có thương hiệu nổi tiếng lâu đời sẽ tạo ra và củng cố được lòng trung thành của một lượng lớn khách hàng truyền thống, đồng thời doanh nghiệp có cơ hội thu hút thêm những khách hàng hiện thời chưa sử dụng sản phẩm của doanh nghiệp, thậm chí cả những khách hàng của các doanh nghiệp là đối thủ cạnh tranh.

Thứ ba, thương hiệu sẽ giúp doanh nghiệp giảm các khoản chi phí cho hoạt động xúc tiến thương mại, hoạt động Marketing. Thực chất, thương hiệu cũng chính là công cụ Marketing, xúc tiến thương mại hữu hiệu của doanh nghiệp nhằm tấn công vào các thị trường mục tiêu, hỗ trợ doanh nghiệp thực hiện chính sách thâm nhập, mở rộng thị trường. Đồng thời, nhờ có thương hiệu nổi tiếng mà quá trình phân phối sản phẩm của doanh nghiệp được tiến hành thuận lợi hơn, hiệu quả hơn.

Thứ tư, thương hiệu mang lại những lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp, giúp doanh nghiệp có điều kiện phòng thủ và chống lại các đối thủ khác. Thông thường những mặt hàng có thương hiệu nổi tiếng, lâu đời sẽ tạo được sự bền vững trong cạnh tranh vì dễ dàng tạo ra sự tin cậy của khách hàng đối với sản phẩm.

b. Vai trò của thương hiệu đối với người tiêu dùng

Thương hiệu chỉ có ý nghĩa đối với doanh nghiệp trong cạnh tranh trên thương trường, là khi nó có vai trò lớn đối với người tiêu dùng.

Thứ nhất, thương hiệu tạo lòng tin của người tiêu dùng về chất lượng, về giá cả hàng hóa mà họ tiêu thụ, sử dụng. Thương hiệu sẽ cho người tiêu dùng biết được nguồn gốc của sản phẩm,

tin được rằng hàng hóa đó có chất lượng bảo đảm và đã được kiểm chứng qua thời gian. Như vậy, người tiêu dùng sẽ không mất nhiều thì giờ tìm kiếm và nghiên cứu sản phẩm mà họ có nhu cầu.

Thứ hai, thương hiệu sẽ góp phần bảo vệ lợi ích chính đáng của người tiêu dùng. Thương hiệu được nhà nước bảo hộ sẽ ngăn ngừa tình trạng sản phẩm bị làm giả, làm nhái nhằm lừa gạt người tiêu dùng.

Thứ ba, thương hiệu khuyến khích tâm lý tiêu dùng hàng hóa, dịch vụ có thương hiệu nổi tiếng. Trong xã hội của các nước công nghiệp phát triển, tầng lớp những người tiêu dùng có thu nhập cao, họ không chỉ sẵn sàng trả tiền cho giá trị sản phẩm mà còn trả tiền cho sự hài lòng của mình khi mua được sản phẩm có thương hiệu nổi tiếng.

c. Vai trò của thương hiệu đối với nền kinh tế trong xu thế hội nhập

Thứ nhất, trong nền kinh tế thị trường, mở cửa và hội nhập, thương hiệu thực sự là biểu tượng cho sức mạnh và niềm tự hào của quốc gia. Một quốc gia có nhiều thương hiệu nổi tiếng với truyền thống lâu đời là biểu hiện của sự trường tồn và phát triển đi lên của một quốc gia đang phát triển như Việt Nam.

Thứ hai, trong bối cảnh nước ta chủ động hội nhập kinh tế khu vực và thế giới, việc xây dựng được các thương hiệu mạnh sẽ là rào cản chống lại sự xâm nhập của các hàng hóa kém phẩm chất, giá rẻ từ bên ngoài, bảo vệ thị trường nội địa.

Thứ ba, nếu thương hiệu của các sản phẩm Việt Nam được "ghi vào bộ nhớ" của người tiêu dùng tại các thị trường nước ngoài sẽ củng cố uy tín cho sản phẩm Việt Nam và vị thế của Việt Nam cũng ngày càng tăng trên trường quốc tế. Và chính điều này cũng sẽ góp phần tích cực cho việc thu hút FDI vào Việt Nam, tạo tiền đề đưa đất nước tiến nhanh, tiến vững chắc và từng bước rút ngắn khoảng cách so với các nước về kinh tế.

6.3.2. Vấn đề xây dựng và phát triển thương hiệu của Việt Nam

a. Nhận thức của doanh nghiệp, của người tiêu dùng về thương hiệu

Có thể khẳng định hậu quả lâu dài của cơ chế kế hoạch tập trung bao cấp còn in đậm trong tư duy thường nhật của hầu hết doanh nghiệp và người tiêu dùng Việt Nam và họ cho rằng trong sản xuất, kinh doanh thương hiệu "chỉ là thứ phù du", là "sản phẩm tư sản". Triết lý kinh doanh "sản phẩm không cần thương hiệu, miễn là nhanh, nhiều, tốt, rẻ " đã làm cho nhận thức về thương hiệu không chỉ của các doanh nghiệp, nhà sản xuất, mà còn nhận thức không đúng của những người tiêu dùng. Trong chuyến khảo sát thị trường Nga, SNG được tổ chức trong tháng 5/2003, khi làm việc với đại diện của Tổng công ty chè Việt Nam tại Nga, chúng tôi được biết: nhu cầu chè của thị trường Nga rất lớn, khoảng trên 150.000 tấn/năm, và người Nga rất thích uống chè đen, và từ trước đến nay chè của ta xuất khẩu sang Nga với khối lượng không nhỏ. Nhưng người tiêu dùng Nga hầu như không có khái niệm nào về sản phẩm chè "Made in Viêt Nam", vì lý do chủ yếu và duy nhất là chè của Việt Nam được đóng gói, tiêu thụ trên thị trường Nga với "Made in India", hoặc "Made in Sri-lanca". Như vậy, bi kịch đối với ngành chè Việt Nam ở đây là người tiêu dùng Nga và các nước SNG uống chè Việt Nam, nhưng nghĩ rằng họ đang thưởng thức chè Ấn Độ. Nếu hiện nay chúng ta xuất khẩu chè sang Nga và mang "Made in Vietnam" thì sao? Người tiêu dùng Nga không mua, vì từ thời Xô Viết tới nay, họ chưa bao giờ uống chè Việt Nam. Hậu quả của "bi kịch" trên của ngành chè Việt Nam là từ thời Xô Viết (trước năm 1991), lúc đó ta xuất khẩu sang Liên Xô theo Nghị định thư. Giá phải trả đã rõ. Hiện nay, để hỗ trợ cho Ngành chè có được thị trường xuất khẩu, sau vụ Irắc, Chính phủ ta đã chi 12 tỷ VND để hỗ trợ xuất khẩu chè sang thị trường Nga. Với số tiền đó, chúng tôi cho rằng cũng chỉ như "muối bỏ bể" và không cải thiện được tình hình nếu, các doanh nghiệp ta vẫn cứ không coi thương hiệu là "tài sản vô giá".

b. Chính sách và hỗ trợ của Nhà nước về phát triển thương hiệu

Chúng ta chưa có thương hiệu đủ mạnh để có thể cạnh tranh với các hãng tên tuổi nước ngoài không những ở thị trường nước ngoài, mà còn ngay trên thị trường nội địa, theo chúng tôi thì ngoài lý do nhận thức của doanh nghiệp về xây dựng và phát triển thương hiệu chưa đúng và chưa đầy đủ, còn do Nhà nước chưa có một chương trình tổng thể tầm quốc gia nhằm tăng cường nhận thức và hỗ trợ doanh nghiệp trong việc xây dựng, bảo vệ, quảng bá và phát triển thương hiệu. Chúng tôi cũng cho rằng, Nhà nước tuy không làm thay doanh nghiệp, nhưng cần có chính sách hỗ trợ, xây dựng năng lực kinh doanh cho doanh nghiệp, giúp doanh nghiệp vươn lên, cụ thể:

Thứ nhất, cần có quy định nới lỏng chính sách quản lý, tạo điều kiện cho doanh nghiệp đầu tư vào thương hiệu;

Thứ hai, cần đơn giản hóa các thủ tục hành chính, tạo điều kiện thuận lợi nhất cho doanh nghiệp có thể đăng ký thương hiệu một cách nhanh chóng nhất (vì quy định thời gian chấp nhận hồ sơ, thẩm định hồ sơ và cấp bằng bảo hộ như hiện nay quá phức tạp, quá mất thời gian);

Thứ ba, Nhà nước cần có chính sách hỗ trợ doanh nghiệp trong việc đào tạo, huấn luyện, cung cấp thông tin, tư vấn cho doanh nghiệp về xây dựng và quảng bá thương hiệu;

Thứ tư, tăng cường hơn nữa thực thi pháp luật, cần xử lý nghiêm mọi hành vi vi phạm quyền sở hữu trí tuệ nói chung và sở hữu thương hiệu nói riêng;

Thứ năm, Nhà nước cần có chính sách, quy định bảo vệ hình ảnh đất nước, con người Việt Nam thông qua thương hiệu của sản phẩm "Made in Vietnam".

c. Giải pháp xây dựng và phát triển thương hiệu đối với các doanh nghiệp Việt Nam

Hiện nay, trong các công trình nghiên cứu, trong chính sách

phát triển của các doanh nghiệp người ta đưa ra rất nhiều các giải pháp khác nhau nhằm tăng cường công tác xây dựng và phát triển thương hiệu của các doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế khu vực và thế giới. Từ thực tế của các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay, vấn đề cấp thiết đặt ra là làm thế nào để xây dựng và phát triển thương hiệu một cách bền vững, để làm được điều đó doanh nghiệp cần phải:

Thứ nhất, cần có nhận thức đúng về thương hiệu trong toàn thể đội ngũ cán bộ, công nhân viên từ cấp lãnh đạo cao nhất cho tới người trực tiếp sản xuất kinh doanh. Như vậy, công tác tuyên truyền, giáo dục trong doanh nghiệp phải được coi trọng, nhằm tạo ra ý thức thường trực của mọi người về hình ảnh, uy tín doanh nghiệp và cụ thể sản phẩm mà doanh nghiệp cung cấp;

Thứ hai, doanh nghiệp cần phải có chiến lược xây dựng thương hiệu trong chiến lược Marketing chung;

Thứ ba, cần chú ý việc đăng ký bảo hộ thương hiệu ở trong và ngoài nước;

Thứ tư, khi có được thương hiệu mạnh cần coi trọng việc bảo vệ, giữ gìn và phát triển thương hiệu một cách bền vững. Muốn như vậy, cần coi trọng "chữ tín" trong kinh doanh bằng cách không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm và phát triển mạng lưới bán hàng. Tóm lại, chúng ta có được thương hiệu mạnh đã khó, nhưng duy trì, gìn giữ được thương hiệu còn khó gấp nhiều lần;

Thứ năm, vì thương hiệu thực sự là tài sản vô hình, vô giá của doanh nghiệp, nên cần được quản lý chặt chẽ.

Trong bối cảnh hội nhập và giao lưu kinh tế quốc tế hiện nay, khi mà thương hiệu của các sản phẩm Việt Nam chưa có chỗ đứng trên thị trường nội địa và thị trường thế giới thì việc kết hợp giữa Nhà nước và doanh nghiệp nhằm tạo dựng cho được hình ảnh chung cho hàng hóa Việt Nam và quảng bá hình ảnh đó với bạn bè quốc tế là vấn đề rất cấp thiết. Đồng ý với ý kiến

cho rằng "Không chủ động xây dựng thương hiệu là đồng nghĩa với việc phó mặc hình ảnh của sản phẩm Việt Nam cho đối thủ cạnh tranh khai thác một cách bất lợi, và đặt Việt Nam vào thế khó khăn trong việc định đoạt quá trình phát triển kinh tế của mình".

7. Xây dựng giá trị thương hiệu việc làm cần thiết đối với các doanh nghiệp Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế *(PGS. TS. Ngô Thị Hoài Lam - Đại học Kinh tế Quốc dân)*

Thương hiệu là một thuật ngữ khá quen thuộc trong giới kinh doanh quốc tế, nhưng ở Việt Nam thuật ngữ đó mới được nhắc đến nhiều trong thời gian gần đây. Vì vậy, sau đây xin được bàn đôi chút về bản chất của thương hiệu, sự cần thiết của thương hiệu trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế, những điều kiện cần thiết để có thể tạo lập và phát triển thương hiệu ở các doanh nghiệp Việt Nam.

7.1. Bản chất của thương hiệu

Hiện tại có rất nhiều quan niệm khác nhau về "Thương hiệu". Xin lược qua một số quan niệm sau đây:

- Từ điển "Longman tiếng Anh kinh doanh" đưa ra định nghĩa: "Thương hiệu" có xuất xứ là dấu hiệu của người sở hữu, thường được thể hiện bằng dấu đóng lên súc vật. Ngày nay, thuật ngữ này thường được dùng như tên của người sản xuất, nhãn hiệu thương mại hay một ký hiệu trên hàng hóa, thường được đăng ký và bảo hộ, dùng để người sử dụng có thể dễ dàng phân biệt sản phẩm hay chất lượng sản phẩm.

- Hiệp hội marketing Mỹ quan niệm rằng: "Thương hiệu là một cái tên, một từ ngữ, một dấu hiệu, một biểu tượng, một hình vẽ hay tổng hợp tất cả các yếu tố kể trên nhằm xác định các sản phẩm hay dịch vụ của một (hay một nhóm) người bán và phân biệt các sản phẩm (dịch vụ) đó với các đối thủ cạnh tranh".

- Nhiều ý kiến cho rằng thương hiệu là bất kỳ dấu hiệu nào dùng để phân biệt sản phẩm/dịch vụ của doanh nghiệp này so với doanh nghiệp khác. Nói cách khác, thương hiệu là dấu hiệu để nhận biết sản phẩm/dịch vụ.

Để có thể hiểu rõ hơn bản chất thuật ngữ "Thương hiệu", cần phân biệt "Thương hiệu" và "Nhãn hiệu hàng hóa".

Trong các tài liệu hiện nay được phổ biến ở Việt Nam, nhiều tác giả thường tạo ra cho người đọc cảm nhận rằng "thương hiệu" và "nhãn hiệu hàng hóa" là hai thuật ngữ đồng nhất và có thể thay thế nhau.

Tuy nhiên, "thương hiệu" và "nhãn hiệu" không nên xem là những khái niệm đồng nhất. Điều 785 Bộ Luật Dân sự của Việt Nam định nghĩa "Nhãn hiệu hàng hóa là những dấu hiệu dùng để phân biệt hàng hóa, dịch vụ cùng loại của các cơ sở sản xuất kinh doanh khác nhau. Nhãn hiệu hàng hóa có thể là từ ngữ, hình ảnh hoặc sự kết hợp các yếu tố đó được thể hiện bằng một hoặc nhiều màu sắc". Qua đó có thể thấy, "Thương hiệu" là khái niệm mang tính chất "bản chất", còn "Nhãn hiệu" mang tính chất "hình thức". Một nhãn hiệu hàng hóa có thể dùng để thể hiện thương hiệu nào đó, nhưng thương hiệu không phải chỉ được thể hiện bằng nhãn hiệu hàng hóa. Mặt khác, thương hiệu có thể chỉ thuần túy thể hiện bằng một tên gọi và luôn gắn với một tên gọi, còn nhãn hiệu lại có thể bao gồm tên gọi, biểu tượng...

Một thuật ngữ nữa cũng cần được làm rõ để phân biệt với "Thương hiệu", đó là "Tên thương mại".

Ở Việt Nam, tên thương mại được bảo hộ theo Nghị định 54/2000/NĐ-CP là "tên gọi của tổ chức, cá nhân dùng trong hoạt động kinh doanh, có khả năng phân biệt chủ thể kinh doanh mang tên gọi đó với các chủ thể kinh doanh khác trong cùng lĩnh vực kinh doanh".

Như vậy, có thể thấy "Thương hiệu", "Nhãn hiệu hàng hóa", "Tên thương mại" là những thuật ngữ không hoàn toàn đồng

nhất, mặc dù chúng có quan hệ mật thiết với nhau, trong đó, thương hiệu có thể được nhận biết nhờ vào nhãn hiệu hàng hóa hoặc/và tên thương mại.

Tóm lại, *thương hiệu có thể hiểu về bản chất là danh tiếng của sản phẩm, dịch vụ hoặc của doanh nghiệp mà khách hàng nhận biết nhờ vào nhãn hiệu hàng hóa và những yếu tố ẩn bên trong nhãn hiệu đó.*

7.2. Sự cần thiết của thương hiệu trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế

Thương hiệu mang lại tác dụng to lớn đối với cả doanh nghiệp và khách hàng của doanh nghiệp. Tác dụng và sự cần thiết của nó càng thể hiện rõ trong bối cảnh hội nhập kinh tế.

Đối với doanh nghiệp, tác dụng của thương hiệu thể hiện trên các khía cạnh:

- *Thứ nhất,* thiết lập được chỗ đứng của doanh nghiệp: Khi hình thành thương hiệu, doanh nghiệp cũng đồng thời tuyên bố về sự có mặt của mình trên thị trường và là cơ sở để phát triển doanh nghiệp.

- *Thứ hai,* tạo cơ sở pháp lý để bảo vệ quyền lợi của doanh nghiệp: Khi đăng ký nhãn hiệu hàng hóa, doanh nghiệp đã đặt mình vào vị trí được bảo vệ trước pháp luật và có toàn quyền thực hiện các hoạt động bảo vệ và phát triển danh tiếng của mình trên thị trường.

- *Thứ ba,* tạo điều kiện tiếp cận khách hàng và mở rộng thị trường: Thương hiệu giúp khách hàng nhận biết và có thái độ tin cậy đối với sản phẩm/dịch vụ của doanh nghiệp, nhờ đó mà thị trường ngày càng mở rộng hơn.

- *Thứ tư,* là dấu hiệu thể hiện trách nhiệm của doanh nghiệp đối với khách hàng: Thương hiệu nhiều khi được xem là cam kết của doanh nghiệp, vì vậy doanh nghiệp thường cố gắng để tránh làm tổn thương khách hàng.

- *Thứ năm,* góp phần nâng cao giá trị sản phẩm và giá trị

của doanh nghiệp: Thương hiệu tạo ra giá trị cho sản phẩm, vì khách hàng sẽ rất sẵn lòng trả giá cao hơn để được sử dụng sản phẩm/dịch vụ mang thương hiệu yêu thích của họ. Ngoài ra, họ cũng sẵn sàng sử dụng sản phẩm/dịch vụ đó thường xuyên hơn, vì vậy, giá trị mang lại cho doanh nghiệp sẽ cao hơn.

Trong điều kiện hội nhập kinh tế, thương hiệu càng có ý nghĩa và giá trị do khách hàng ngày càng đòi hỏi cao hơn về chất lượng sản phẩm và trách nhiệm của doanh nghiệp. Mặt khác, với quá trình hội nhập, khách hàng có nhiều cơ hội để lựa chọn, vì vậy thương hiệu đáng tin cậy sẽ là lựa chọn của họ, vì khi mua hàng hoá/dịch vụ mang thương hiệu, khách hàng có thể khẳng định nguồn gốc, xuất xứ sản phẩm, tạo tâm lý yên tâm, tin cậy, có thể đòi hỏi trách nhiệm của người cung cấp, giảm chi phí do tránh được việc sử dụng sản phẩm chất lượng kém.

Sự cần thiết tạo lập và gìn giữ thương hiệu đã được chứng minh qua nhiều trường hợp trong thực tế: Hai chiếc sơ mi cùng do một doanh nghiệp (công ty An Phước) sản xuất và không có sự khác biệt đáng kể về chất liệu, nhưng nếu mang nhãn hiệu An Phước thì có giá 218 nghìn đồng/chiếc, còn nếu mang nhãn hiệu Pierre Cardin thì có giá 526 nghìn đồng/chiếc. Gạo 5% tấm của Việt Nam xuất khẩu có giá 187 USD/tấn, gạo 15% tấm có giá 165 USD/tấn, trong khi gạo cùng loại của Thái Lan có giá tương ứng là 187 USD/tấn và 173 USD/tấn. Những thương hiệu nổi tiếng đã được chào mua với giá cao (như thương hiệu kem đánh răng P/S của Việt Nam). Để có thương hiệu có tên tuổi, nhiều doanh nghiệp phải mua lại với phí chuyển nhượng cao (tên gọi Aptech của Ấn Độ được sử dụng ở Việt Nam do FPT mua lại với giá khoảng 100.000 USD) .

7.3. Những điều kiện cần thiết để tạo lập và phát triển thương hiệu

Do việc xây dựng và phát triển thương hiệu bao gồm những hoạt động đa dạng, lâu dài nên cần phải có những điều kiện nhất định cả về môi trường kinh doanh cũng như những điều

kiện nội tại của doanh nghiệp để có thể tạo ra và giữ vững được thương hiệu của doanh nghiệp.

Những điều kiện đó có thể khái quát như sau:

** Nhận thức của doanh nghiệp:*

Nếu doanh nghiệp nhận thức rõ sự cần thiết và tác dụng của việc tạo lập và phát triển thương hiệu của mình thì sẽ tận dụng cơ hội để hình thành thương hiệu và đầu tư thời gian và tiền bạc vào việc tạo lập và phát triển thương hiệu. Trên thực tế hiện nay, nhiều doanh nghiệp không nhận thức rõ sự cần thiết này nên ngay khi thành lập doanh nghiệp đã không có chiến lược thương hiệu, vì vậy lãng phí rất nhiều thời gian và có thể bỏ mất cơ hội thuận lợi để làm việc đó. Thí dụ, một công ty có tên gọi: "Công ty xây dựng và kinh doanh nhà" sẽ không gây một dấu ấn trên thị trường do tên gọi của công ty không mang một dấu hiệu nào để phân biệt với các doanh nghiệp khác cùng hoạt động trong cùng lĩnh vực.

Thông tin cho thấy, nhiều doanh nghiệp Việt Nam hiểu biết về thương hiệu, nhãn hiệu hàng hóa còn rất hạn chế. Nhiều doanh nghiệp có sản phẩm nổi tiếng và rất được ưa chuộng trên thế giới, nhưng không chú ý đăng ký nhãn hiệu nên đã bị lợi dụng và bị thiệt hại lớn như thuốc lá VINATABA, giày dép BITI'S, Cà phê TRUNG NGUYÊN. Tín hiệu đáng mừng là gần đây, nhiều doanh nghiệp đã chú ý hơn đến việc đăng ký nhãn hiệu, bảo vệ thương hiệu ở trong nước và trên thị trường thế giới. Năm 2002 số nhãn hiệu hàng hóa mới được đăng ký bảo hộ trong nước là 6.564 so với 3.095 năm 2001, đăng ký bảo hộ ở nước ngoài theo thoả ước Madrid là 31 so với 7 năm 2001, nâng số nhãn hiệu được đăng ký bảo hộ trong nước lên gần 20.000. Hai tên gọi xuất xứ hàng hóa đầu tiên của Việt Nam là nước mắm Phú Quốc và chè Mộc Châu cũng vừa được công nhận và bảo hộ .

** Cơ sở pháp lý:*

Khi một nền kinh tế có được cơ sở pháp lý đầy đủ và thuận

lợi liên quan đến thương hiệu, doanh nghiệp sẽ có động cơ và điều kiện để tạo lập và phát triển thương hiệu. Trước hết, đó là điều kiện về đăng ký nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa, tên thương mại.

Một hệ thống pháp luật đồng bộ, rõ ràng và mang tính quốc tế sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp tiếp cận thông tin về thương hiệu, hiểu biết về quyền lợi cũng như nghĩa vụ của doanh nghiệp trong việc đăng ký và bảo vệ thương hiệu của mình. Hệ thống pháp luật rõ ràng sẽ giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí trong việc đăng ký và bảo vệ thương hiệu. Tính chất quốc tế gắn với luật về thương hiệu sẽ là điều kiện để giúp các doanh nghiệp giảm bớt thủ tục, tiết kiệm chi phí và thuận lợi hơn trong việc thực hiện các biện pháp bảo vệ thương hiệu ở trong nước cũng như ngoài nước. Trong đó, yếu tố quan trọng cần được bảo vệ chính là nhãn hiệu hàng hóa.

Điều kiện pháp lý để tạo lập và bảo vệ thương hiệu còn thể hiện ở chỗ: Nhà nước đã tham gia các công ước, thoả thuận quốc tế liên quan đến nhãn hiệu hàng hóa chưa. Nếu đã có những thoả thuận tương tự, doanh nghiệp sẽ có những điều kiện thuận lợi và đỡ tốn kém hơn rất nhiều trong việc đăng ký và thực hiện các biện pháp bảo vệ thương hiệu của mình, từ đó tạo cơ hội phát triển thương hiệu mạnh hơn.

Hiện nay, trên thế giới đã có Hệ thống đăng ký nhãn hiệu quốc tế Madrid nhằm tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp đăng ký và được bảo vệ nhãn hiệu hàng hóa trên phạm vi quốc tế. Hệ thống đó hoạt động dựa trên cơ sở hai văn kiện: Thỏa ước Madrid (1891)và Nghị định thư Madrid (1995). Việt Nam đã tham gia Thỏa ước Madrid, nhưng chưa tham gia Nghị định thư Madrid.

Hệ thống đăng ký nhãn hiệu quốc tế Madrid cho phép tiết kiệm thời gian và chi phí do được bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa tại nhiều nước. Điều này sẽ giúp doanh nghiệp tránh được việc bị tổn thất quyền lợi khi bị xâm phạm.

** Tiềm lực tài chính của doanh nghiệp:*

Để tạo lập, củng cố và khuyếch trương thương hiệu, các doanh nghiệp phải tốn kém khá nhiều cho việc lựa chọn, đăng ký, giữ gìn và quảng bá thương hiệu. Ngoài những chi phí thường được nêu ra như chi phí đăng ký, quảng cáo, bảo vệ thương hiệu, còn có nhiều khoản chi phí lớn hơn nữa gắn với việc bảo đảm chất lượng và duy trì niềm tin của khách hàng.

Do bị giới hạn về chi phí và cũng do nhận thức chưa đúng về tầm quan trọng của việc phát triển thương hiệu, nên tỷ lệ chi phí cho thương hiệu của các doanh nghiệp Việt Nam còn ở mức khá khiêm tốn (xem biểu).

Tỷ lệ đầu tư của các doanh nghiệp Việt Nam cho thương hiệu

Đơn vị tính: tỷ lệ %

Tỷ lệ đầu tư trên doanh số	Doanh nghiệp khu vực tư nhân	Doanh nghiệp khu vực nhà nước
Không đầu tư	18	16
Đầu tư dưới 5%	56	73
Đầu tư 5%-10%	10	8
Đầu tư trên 10%	16	3

Nguồn: Thời báo Kinh tế Việt Nam, số 41-2003

** Chính sách của Nhà nước:*

Những sự trợ giúp của Nhà nước như khẳng định chính sách về thương hiệu, xây dựng hệ thống pháp luật về thương hiệu, bảo vệ thương hiệu trên thị trường thế giới, chính sách tài chính hỗ trợ thương hiệu,... sẽ tạo cơ hội, khuyến khích và trợ giúp doanh nghiệp trong hoạt động liên quan đến thương hiệu. Nhiều nước đã tích cực xây dựng và thực hiện chiến lược "Thương hiệu quốc gia" nhằm tạo điều kiện khuyếch trương thương hiệu của các doanh nghiệp, của sản phẩm, dịch vụ sản xuất/cung ứng ở nước đó.

Một trong những chính sách được các doanh nghiệp quan

tâm hiện nay là chính sách thuế ưu đãi đối với các loại chi phí dành cho tạo lập và phát triển thương hiệu, trong đó tỷ lệ chi phí quảng cáo cần chú ý để bảo đảm cho doanh nghiệp có cơ hội quảng bá thương hiệu.

** Chiến lược và chính sách tạo lập và phát triển thương hiệu của doanh nghiệp:*

Doanh nghiệp có chiến lược thương hiệu đúng đắn và chính sách củng cố, phát triển thương hiệu đúng đắn sẽ phải chú ý đến việc kiểm soát chất lượng sản phẩm/dịch vụ, đồng thời duy trì các chính sách nhất quán nhằm tăng giá trị thương hiệu. Chiến lược và chính sách thương hiệu phải được thấm nhuần không chỉ trong tư tưởng của bộ phận lãnh đạo, mà phải được thông suốt trong toàn bộ lực lượng lao động của doanh nghiệp. Một số doanh nghiệp đã nhận thức rất rõ điều kiện này, như Công ty Hòa Phát, khi Giám đốc Tạ Tuấn Quang khẳng định:

"Việc xây dựng, giữ gìn và phát triển thương hiệu nội thất Hòa Phát không phải của riêng ai mà nó đã trở thành ý thức của gần 3.000 người trong Công ty" .

Khi xây dựng và phát triển thương hiệu, doanh nghiệp cần xác định rõ yếu tố rủi ro ẩn chứa trong việc tạo ra và duy trì một thương hiệu độc lập, từ đó xây dựng các chính sách phù hợp với điều kiện kinh doanh.

Từ những vấn đề đã nêu trên, một yếu tố không thể thiếu trong việc xây dựng và phát triển thương hiệu là tăng cường nguồn nhân lực cả về nhận thức, năng lực chuyên môn và kỹ năng kinh doanh.

** Cộng đồng và các mối quan hệ cộng đồng:*

Trong nhiều trường hợp, ảnh hưởng của cộng đồng (dư luận, ý kiến của khách hàng, của bạn hàng, của dân cư nói chung) đối với việc tạo lập và phát triển thương hiệu là rất lớn. Vì vậy, các mối quan hệ cộng đồng cần được chú trọng (vấn đề môi trường, hoạt động từ thiện, vấn đề xã hội, văn hóa kinh doanh...).

Thí dụ: American Express đã tài trợ cho hơn 70 tổ chức từ thiện trên thế giới ở 18 nước với các khản tài trợ trị giá 8,6 triệu đô la Mỹ từ 1981-1986. Colgate-Palmolive đã nhiều năm tài trợ cho Starlight Foundation - tổ chức từ thiện dành cho những người ốm nặng và Kem đánh răng Colgate đã thường xuyên tài trợ cho chương trình chăm sóc răng miệng của học sinh ở Việt Nam.

Trên thế giới, đã có những trường hợp danh tiếng doanh nghiệp bị tổn hại nặng do những hậu quả xấu về môi trường mà các doanh nghiệp đó đã gây ra cho cộng đồng, hoặc do những chương trình cắt giảm lao động ồ ạt dẫn tới thái độ kỳ thị của khách hàng đối với sản phẩm của doanh nghiệp. Vì vậy, duy trì quan hệ thân thiện với môi trường và các hoạt động phúc lợi cũng là những yếu tố tạo ấn tượng tốt đối với khách hàng, làm tăng cơ hội khuyếch trương thương hiệu của doanh nghiệp.

Khi nói về những yếu tố hạn chế việc xây dựng và phát triển thương hiệu, một tỷ lệ các ý kiến sau đây đã được nêu ra: 32,1% - thiếu vốn; 19% - hàng giả và vi phạm bản quyền; 14,5% - cơ chế, chính sách, thủ tục; 11,8% - nguồn nhân lực; 8,5% - chiến lược; 4,5% - thiếu thông tin, 3,7% - quy định về chi phí. Tuy vậy, yếu tố hàng đầu cần chú trọng vẫn là quan điểm và nhận thức của doanh nghiệp.

8. Một số vấn đề bảo hộ Thương hiệu ở Việt Nam trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế (*TS. Nguyễn Quế Anh - Đại học Quốc gia Hà Nội)*

8.1. Bảo hộ thương hiệu trước yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế

Chủ nghĩa bảo hộ mậu dịch dưới nhiều hình thức khác nhau đã làm giảm đáng kể lợi ích của các nước khi tham gia vào thương mại quốc tế, đồng thời hạn chế hiệu quả của việc khai thác các nguồn lực trên qui mô thế giới. Đẩy nhanh quá trình hội nhập kinh tế quốc tế đã trở thành một yêu cầu cấp thiết đối với tất cả các quốc gia trên thế giới hiện nay. Tuy nhiên, hội

nhập kinh tế quốc tế đang đặt ra nhiều thách thức to lớn đối với Việt Nam, một trong những thách thức hàng đầu đó là vấn đề nâng cao vị thế và sức cạnh tranh của hàng hóa, dịch vụ trên thị trường trong nước và nước ngoài.

Trước một loạt vụ việc như các nhà sản xuất cá tra, cá ba sa của Việt Nam xuất khẩu vào thị trường Mỹ bị làm khó dễ do tên gọi catfish của Hiệp hội cá da trơn Mỹ, cuộc giành giật lại tên gọi cho kẹo dừa Bến Tre ở Trung Quốc; vụ thương hiệu cà phê Trung Nguyên, Petro bị chiếm đoạt ở Mỹ, thuốc lá Vinataba bị sử dụng trái phép ở Cămpuchia; nước mắm Phú Quốc Hưng Thành có xuất xứ "Made in Thailand" và gần đây nhất là chả giò rế của doanh nghiệp Việt Nam bị chính các đối tác nhập khẩu của mình "nẫng tay trên" tại thị trường Nhật Bản, cho thấy việc xây dựng và bảo hộ thương hiệu mới thực sự bắt đầu được các doanh nghiệp quan tâm, chú trọng. Với tư cách là những dấu hiệu dùng để phân biệt sản phẩm và dịch vụ, thương hiệu không chỉ đơn thuần là tên gọi mà còn là uy tín của nhà sản xuất trên thị trường, là điều kiện cạnh tranh, là căn cứ pháp lý và là tài sản của doanh nghiệp. Có thể nhận thấy những lợi ích sẽ mang lại cho các doanh nghiệp từ việc xây dựng và bảo hộ thương hiệu trong quá trình xúc tiến thương mại và đầu tư như sau:

Thứ nhất, thương hiệu là một trong những yếu tố quan trọng góp phần khẳng định vị thế của doanh nghiệp đối với người tiêu dùng, tạo ra sự phát triển bình đẳng, lành mạnh trên thị trường. Việc bảo hộ thương hiệu không thỏa đáng luôn bị coi là thiếu lành mạnh và là rào cản đối với việc mở cửa thị trường, khi các đối thủ cạnh tranh không cần đầu tư cho nghiên cứu và triển khai, có thể bắt chước, sao chép và bán các sản phẩm với giá rẻ hơn nhiều và vì thế chiếm thị phần và đẩy các sản phẩm hợp pháp và chính hiệu ra khỏi thị trường. Kết quả là các nhà đầu tư chân chính không có khả năng thu hồi vốn và lợi nhuận cần thiết để tiếp tục duy trì hoạt động cải tiến và sáng tạo, bao gồm cả việc tạo ra các sản phẩm mới dưới thương hiệu của mình.

Thứ hai, bảo hộ thương hiệu sẽ khuyến khích hoạt động đầu tư của doanh nghiệp nước ngoài vào Việt Nam. Thực tế cho thấy những khiếm khuyết trong hệ thống bảo hộ sở hữu trí tuệ là nguyên nhân chủ yếu làm hạn chế đầu tư nước ngoài. Các nhà kinh doanh nước ngoài sẽ không mạo hiểm đầu tư vốn liếng vào một môi trường kinh doanh mà không biết chắc chắn được rằng các sản phẩm của họ sẽ không bị chiếm đoạt một cách trái phép. Các nhà đầu tư sẽ yên tâm hơn nếu được tạo điều kiện thuận lợi và có cơ sở pháp lý vững chắc, an toàn khi đầu tư vào Việt Nam dưới một tên thương mại được bảo hộ hay đưa vào Việt Nam hàng hóa, dịch vụ dưới một nhãn hiệu hàng hóa, một chỉ dẫn địa lý được công nhận.

Thứ ba, xây dựng và bảo hộ thương hiệu cũng sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp Việt Nam vươn ra chiếm lĩnh các thị trường nước ngoài, đẩy mạnh tốc độ tăng trưởng kinh tế của đất nước. Như vậy, bảo hộ thương hiệu sẽ góp phần làm cho các doanh nghiệp Việt Nam có thể xuất hiện với tư cách là những người tham gia bình đẳng trong hệ thống thương mại toàn cầu. Nếu một sản phẩm xuất khẩu không đăng ký bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa, tên thương mại hay chỉ dẫn địa lý tại nước nhập khẩu thì dễ bị bắt chước, sao chép, nhất là khi đã gây dựng được uy tín nhất định đối với khách hàng. Điều đó không chỉ gây ảnh hưởng trực tiếp tới cơ sở sản xuất mà còn có thể ảnh hưởng tới toàn bộ nền kinh tế do tác động dây chuyền.

Thứ tư, bảo hộ thương hiệu còn có ý nghĩa to lớn trong việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, giúp người tiêu dùng tránh bị nhầm lẫn, bị lừa dối trong quá trình lựa chọn hàng hóa. dịch vụ. Bảo vệ tối đa quyền lợi người tiêu dùng là một trong những mục đích hướng tới của văn minh thương mại trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế ngày nay.

Để hiểu rõ hơn ý nghĩa của việc xây dựng và bảo hộ thương hiệu, cần thiết phải rõ hơn về cách hiểu và cách sử dụng thuật ngữ "*thương hiệu*". Theo định nghĩa của Hiệp hội Marketing Hoa Kỳ thì "*thương hiệu*" là một cái tên, một từ ngữ, một dấu

hiệu, một biểu tượng, một hình vẽ hay tổng hợp tất cả các yếu tố trên nhằm xác định một sản phẩm hay một dịch vụ của một (hay một nhóm) người và phân biệt các sản phẩm (dịch vụ) đó với các đối thủ cạnh tranh.

Trong các văn bản pháp luật của Việt Nam hiện nay không có thuật ngữ "*thương hiệu*". Sau khi một số nhãn hiệu hàng hóa của Việt Nam như kẹo dừa Bến Tre, thuốc lá Vinataba, cà phê Trung Nguyên, bia Sài Gòn... bị một số thương nhân nước ngoài đăng ký ở nhiều nước thì lúc đó cụm từ "*thương hiệu*" bắt đầu xuất hiện và được sử dụng phổ biến. Mặc dù vậy thuật ngữ này vẫn được dùng khá nhiều trên các phương tiện thông tin đại chúng và tại các diễn đàn hội thảo trong nước với nhiều nghĩa, được hiểu không rõ ràng và thống nhất. Lúc thì cụm từ "*thương hiệu*" được gắn liền với nhãn hiệu hàng hóa, khi thì lại được gắn liền với tên gọi xuất xứ hàng hóa... Do vậy, cách sử dụng thuật ngữ này gây nên sự nhầm lẫn, khó khăn trong việc thực thi pháp luật và hoạt động thực tiễn của các doanh nghiệp.

Cách hiểu về thương hiệu cần được thống nhất như sau: "*thương hiệu*" không phải là một đối tượng mới trong hệ thống bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ của chúng ta mà là một thuật ngữ phổ biến được sử dụng trong markeling để đề cập tới: nhãn hiệu hàng hóa, nhãn hiệu dịch vụ (trade mark. service mark); tên thương mại (trade name) và chỉ dẫn địa lý (geographical indication), bao gồm tên gọi xuất xứ và chỉ dẫn xuất xứ. Các đối tượng này đều đã được định danh tương ứng trong hệ thống pháp luật về bảo hộ quyền bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ của Việt Nam. Việc phân chia các đối tượng này dựa trên cơ sở của sự khác nhau về thuộc tính, vai trò, tiêu chí bảo hộ và chế độ pháp lý của chúng. Do vậy, với từng loại đối tượng doanh nghiệp cũng cần có cách hành xử thích hợp để phát huy tối đa vai trò của chúng.

Như vậy, có thể khẳng định: *việc xây dựng và bảo hộ thương hiệu thực chất là vấn đề liên quan tới chiến lược kinh doanh và quảng bá hàng hóa của các doanh nghiệp thông qua việc sử*

dụng những công cụ pháp lý hữu hiệu (nhãn hiệu hàng hóa, tên thương mại, chỉ dẫn địa lý) và trách nhiệm của Nhà nước trong việc bảo đảm vận hành cơ chế bảo hộ một cách có hiệu quả. Nhãn hiệu hàng hóa, tên thương mại và chỉ dẫn địa lý là tài sản của doanh nghiệp hoặc cộng đồng doanh nghiệp (đối với chỉ dẫn xuất xứ). Tuy nhiên, chúng chỉ trở thành tài sản có giá trị khi được chăm lo, bồi đắp, quản lý và sử dụng hợp lý bởi chính các chủ sở hữu hoặc người sử dụng hợp pháp. Trách nhiệm của Nhà nước là bảo đảm vận hành cơ chế bảo hộ một cách có hiệu quả.

8.2. Bảo hộ thương hiệu theo pháp luật Việt Nam

Hiện nay, theo pháp luật Việt Nam, nhãn hiệu hàng hóa và dịch vụ, tên thương mại và chỉ dẫn địa lý là các đối tượng quyền sở hữu công nghiệp được Nhà nước công nhận và bảo vệ. Hệ thống các qui phạm pháp luật về sở hữu công nghiệp đối với các đối tượng này tập trung điều chỉnh những nội dung cơ bản sau đây: điều kiện và phạm vi bảo hộ, cơ chế xác lập quyền, nội dung quyền của các chủ thể, phương thức xử lý các hành vi xâm phạm,...

** Về nhãn hiệu hàng hóa:*

Theo điều 785 Bộ luật Dân sự, nhãn hiệu hàng hóa là những dấu hiệu dùng để phân biệt hàng hóa, dịch vụ cùng loại của các cơ sở sản xuất, kinh doanh khác nhau. Nhãn hiệu hàng hóa có thể là từ ngữ, hình ảnh hoặc sự kết hợp các yếu tố đó được thể hiện bằng một hay nhiều màu sắc.

Để được bảo hộ với tư cách là nhãn hiệu hàng hóa, một dấu hiệu phải đáp ứng đầy đủ các điều kiện về tính mới và khả năng phân biệt. Tuy nhiên tính mới của nhãn hiệu hàng hóa mang tính chất tương đối: tính mới này chỉ liên quan tới hàng hóa và dịch vụ mà nó dùng để phân biệt. Nhãn hiệu hàng hóa trùng hoặc tương tự những nhãn hiệu được dùng cho hàng hóa, dịch vụ không cùng loại thì không bị coi là ảnh hưởng tới tính mới.

Quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu hàng hóa được xác lập dựa trên cơ sở việc đăng ký nhãn hiệu hàng hóa do cơ quan nhà nước có thẩm quyền tiến hành. Sau khi có quyết định đăng ký nhãn hiệu, người nộp đơn được cấp văn bằng bảo hộ (giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa) và trở thành chủ sở hữu nhãn hiệu đó.

Văn bằng bảo hộ có hiệu lực trong 10 năm và có thể được gia hạn nhiều lần, mỗi lần 10 năm. Văn bằng bảo hộ có thể bị đình chỉ hiệu lực nếu trong thời hạn 5 năm mà chủ sở hữu không sử dụng nhãn hiệu và không có lý do chính đáng. Trong thời hạn hiệu lực của văn bằng bảo hộ, chủ sở hữu nhãn hiệu có toàn quyền khai thác nhãn hiệu nhằm mục đích thương mại trong phạm vi các sản phẩm dịch vụ tương ứng với các sản phẩm dịch vụ ghi trong văn bằng bảo hộ. Mọi tổ chức, cá nhân khác không được phép sử dụng nhãn hiệu trùng hoặc tương tự đến mức gây nhầm lẫn đối với nhãn hiệu của người đã đăng ký. Cũng như các đối tượng khác của quyền sở hữu công nghiệp, mọi vi phạm quyền sở hữu công nghiệp với nhãn hiệu hàng hóa có thể bị xử lý bằng thủ tục hành chính, dân sự hoặc hình sự.

Nhãn hiệu hàng hóa được sử dụng liên tục cho sản phẩm, dịch vụ và có uy tín rộng rãi sẽ được công nhận là nhãn hiệu nổi tiếng. Nhãn hiệu nổi tiếng được bảo hộ không phải thông qua thủ lục đăng ký như đối với nhãn hiệu thông thường. Một nhãn hiệu được công nhận là nổi tiếng sẽ có nhiều lợi thế so với một nhãn hiệu thông thường: *Thứ nhất*, nhãn hiệu nổi tiếng được bảo hộ vô thời hạn kể từ thời điểm được công nhận là nhãn hiệu nổi tiếng; *Thứ hai*, nhãn hiệu nổi tiếng được bảo hộ đối với bất kỳ hàng hóa, dịch vụ nào (kể cả hàng hóa, dịch vụ không trùng, không tương tự và không liên quan với hàng hóa được gắn nhãn hiệu nổi tiếng).

** Về tên thương mại:*

Tên thương mai được bảo hộ là tên gọi của tổ chức, cá nhân dùng trong hoạt động kinh doanh khi đáp ứng đủ các điều kiện sau:

- Là tập hợp các chữ cái, có thể kèm theo chữ số, có thể phát âm được;

- Có khả năng phân biệt chủ thể kinh doanh mang tên gọi đó với các chủ thể kinh doanh khác trong cùng lĩnh vực kinh doanh.

Tên thương mại ở Việt Nam được hình thành theo nguyên tắc "tự do lựa chọn". Các cá nhân, tổ chức hoàn toàn tự do trong việc lựa chọn chỉ dẫn thương mại là tên thương mại mà với nó, họ sẽ tiến hành hoạt động kinh doanh của mình. Tuy vậy, cũng tồn lại một số hạn chế nhất định đối với việc lực chọn tên thương mại. Chẳng hạn: tên thương mại không được vi phạm truyền thống lịch sử, văn hóa, đạo đức và thuần phong, mỹ tục của dân tộc; tên thương mại của doanh nghiệp Việt Nam phải được viết bằng tiếng Việt và có thể bổ sung thêm bằng một hoặc một số tiếng nước ngoài với khổ chữ nhỏ hơn; bắt buộc phải đưa vào thành phần tên thương mại những chỉ dẫn về tính chất, phạm vi trách nhiệm của chủ thể kinh doanh (Ví dụ: "trách nhiệm hữu hạn", "cổ phần", "hợp danh", "tư nhân").

Quyền sở hữu công nghiệp đối với tên thương mại tự động được xác lập khi có đủ các điều kiện theo qui định của pháp luật mà không cần phải đăng ký tại cơ quan nhà nước có thẩm quyền. Nói một cách khác, quyền đối với tên thương mại xuất hiện từ sự kiện sử dụng tên thương mại, không phụ thuộc vào việc tên thương mại đó có được đăng ký hay không. Bên cạnh đó, cần phân biệt việc đăng ký xác lập quyền sở hữu công nghiệp và đăng ký kinh doanh là khác nhau. Việc đăng ký kinh doanh là thủ tục bắt buộc đối với mọi chủ thể có nhu cầu kinh doanh và được thực hiện tại cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền theo qui định của pháp luật. Trong đó, tên thương mại là một trong những nội dung đăng ký kinh doanh, còn đăng ký xác lập quyền sở hữu công nghiệp đối với một đối tượng nào đó là thủ tục bắt buộc (ví dụ: đối với sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu hàng hóa, nhãn hiệu dịch vụ, tên gọi xuất xứ hàng hóa) hoặc không bắt buộc (ví dụ: đối với chỉ

dẫn xuất xứ, bí mật kinh doanh, tên thương mại) và chỉ liên quan đến việc bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp đối với đối tượng đó mà thôi.

Tên thương mại tại Việt Nam được bảo hộ theo "nguyên tác sự thật". Tên thương mại phải thể hiện đúng loại hình tổ chức kinh doanh, phạm vi trách nhiệm pháp lý của các chủ thể sử dụng tên thương mại đó. Phạm vi bảo hộ đối với tên thương mại được qui định như sau:

+ *Về mặt đối tượng được bảo hộ:* tên thương mại chỉ được bảo hộ nếu như nó không gây nhầm lẫn với tên thương mại của người khác đã được sử dụng từ trước, với nhãn hiệu hàng hóa của người khác đã được bảo hộ từ trước khi bắt đầu sử dụng tên thương mại đó.

+ *Về mặt lãnh thổ:* quyền đối với tên thương mại chỉ có hiệu lực trong phạm vi cùng một địa bàn hoạt động của các chủ thể kinh doanh.

+ *Về lĩnh vực kinh doanh:* tên thương mại chỉ được bảo hộ trong những lĩnh vực kinh doanh cùng loại hoặc liên quan đến lĩnh vực kinh doanh mà tên thương mại đó được chủ sở hữu sử dụng.

Quyền sở hữu công nghiệp đối với tên thương mại được bảo hộ khi chủ sở hữu vẫn còn duy trì hoạt động kinh doanh tên thương mại đó.

** Về chỉ dẫn địa lý:*

Chỉ dẫn địa lý được bảo hộ là thông tin về nguồn gốc xuất xứ của hàng hóa đáp ứng đầy đủ các điều kiện do pháp luật quy định. Cũng như với tên thương mại, quyền đối với chỉ dẫn địa lý tự động được phát sinh và được bản hộ vô thời hạn nếu hội đủ các điều kiện do pháp luật qui định mà không cần phải đăng ký.

Chỉ dẫn địa lý được bảo hộ với tư cách là đối tượng của quyền sở hữu công nghiệp nếu như chúng được sử dụng để phân biệt

hàng hóa có xuất xứ từ các địa danh khác nhau và có được uy tín nhất định đối với người tiêu dùng. Uy tín nhất định của hàng hóa nói ở đây là chất lượng hoặc những đặc tính khác của hàng hóa có được chủ yếu (hay hoàn toàn) do nguồn gốc địa lý của hàng hóa đó. Nếu giữa hàng hóa và chỉ dẫn địa lý không có mối liên hệ này thì chỉ dẫn địa lý chỉ còn là một địa chỉ, một thông tin mang tính công cụ đơn thuần. Trong trường hợp đó chỉ dẫn địa lý không thể được bảo hộ với tư cách là đối tượng của quyền sở hữu công nghiệp mà khi đó nó chỉ có thể được bảo hộ thông qua hệ thống pháp luật chống cạnh tranh không lành mạnh hay pháp luật bảo vệ người tiêu dùng.

Do đặc trưng của đối tượng được bảo hộ nên người có quyền sử dụng chỉ dẫn địa lý không được phép chuyển giao quyền sử dụng đó cho người khác. Điều đó được giải thích bởi lý do đối tượng bảo hộ ở đây không phải thuộc quyền sở hữu của người sử dụng. Quyền sử dụng chỉ dẫn địa lý liên quan mật thiết tới lãnh thổ và không được phép chuyển giao.

Bản chất của quyền sử dụng chỉ dẫn địa lý là ở khả năng sử dụng đối tượng này để phân biệt hàng hóa được sản xuất và lưu thông. Sử dụng chỉ dẫn địa lý được hiểu là việc thực hiện một số hành vi nhất định với chỉ dẫn địa lý nhằm mục đích kinh doanh.

Bộ phận cấu thành đặc biệt của chỉ dẫn địa lý là tên gọi xuất xứ hàng hóa. Đối với tên gọi xuất xứ hàng hóa đòi hỏi phải có sự phụ thuộc bắt buộc của những tính chất đặc thù, hiếm có của hàng hóa và địa điểm xuất xứ của chúng. Tên gọi xuất xứ hàng hóa xuất hiện từ việc sử dụng những dấu hiệu địa lý đã được áp dụng phổ biến, lâu dài trong hoạt động sản xuất kinh doanh để chỉ ra những đặc trưng hay chất lượng đặc thù của hàng hóa. Thực hiện những chức năng kinh tế và là phương tiện bảo hành những chất lượng đặc trưng của hàng hóa cũng như phương tiện quảng cáo, tên gọi xuất xứ hàng hóa còn góp phần vào việc nâng cao chất lượng hàng hóa một cách có hệ thống. Từ đó cho thấy, tên gọi xuất xứ hàng hóa là khái niệm phát sinh từ khái

niệm chỉ dẫn địa lý và là một phạm trù hẹp hơn, bao gồm các đối tượng có những phẩm chất đặc thù, đôi khi là hiếm có, "độc nhất vô nhị". Một trong những đặc điểm quan trọng của tên gọi xuất xứ hàng hóa là những phẩm chất đặc thù của hàng hóa được quy định bởi những điều kiện tự nhiên (khí hậu, thành phần đất và nước, độ cao...) và công nghệ sản xuất hàng hóa dựa trên cơ sở kinh nghiệm lâu năm, bí mật sản xuất, truyền thống và văn hóa dân cư tham gia vào hoạt động tạo ra hàng hóa tại địa điểm đó.

Pháp luật quy định quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa phát sinh trên cơ sở đăng ký tên gọi xuất xứ hàng hóa hoặc xin phép sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa đã được người khác đăng ký từ trước tại cơ quan nhà nước có thẩm quyền. Như vậy, trong trường hợp xảy ra vi phạm, nếu như đối với tên gọi xuất xứ hàng hóa do người sử dụng đã được cấp văn bằng bảo hộ nên sẽ không phải có nghĩa vụ chứng minh quyền của mình đối với tên gọi xuất xứ hàng hóa đó, còn người sử dụng chỉ dẫn địa lý trong trường hợp này sẽ phải chứng minh điều kiện xác lập quyền và phạm vi quyền của mình.

8.3. Nâng cao vai trò của việc bảo hộ thương hiệu đáp ứng nhu cầu hội nhập kinh tế quốc tế

Quyền sở hữu công nghiệp là một trong những lĩnh vực pháp luật chưa có truyền thống lâu đời tại Việt Nam. Do vậy, trong quá trình xây dựng hệ thống pháp luật về bảo hộ sở hữu công nghiệp chúng ta đã tham khảo kinh nghiệm lập pháp của nhiều nước kết hợp với việc xem xét các điều kiện kinh tế – xã hội – văn hóa của Việt Nam trong giai đoạn hiện nay. Bên cạnh đó, các qui định về bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp của Việt Nam được xây dựng theo theo định hướng thực hiện nhưng cam kết tối thiểu các điều ước quốc tế mà chúng ta đã và sẽ tham gia. Do vậy, nhìn chung, các qui định về bảo hộ sở hữu công nghiệp của Việt Nam hiện nay (trong đó có nhãn hiệu hàng hóa, tên thương mại và chỉ dẫn địa lý) là tương đối phù hợp với thông lệ quốc tế trong lĩnh vực này. *Tuy nhiên, những vướng mắc lớn*

nhất mà chúng ta đang mắc phải hiện nay là việc đưa các quy định về bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp nói chung và thương hiệu nói riêng áp dụng vào đời sống thực tiễn. Trong điều kiện hội nhập ngày càng sâu rộng vào nền kinh tế thế giới và khu vực, với những cam kết về lĩnh vực sở hữu trí tuệ (trong đó có sở hữu công nghiệp) trong khuôn khổ mở rộng quan hệ thương mại với các nước thì việc cải thiện môi trường và các điều kiện bảo đảm thực hiện đầy đủ các cam kết đó là những vấn đề hết sức quan trọng đối với việc phát triển đầu tư sản xuất và thương mại của nước ta hiện nay cũng như trong tương lai.

Trên cơ sở đó, để thực hiện đầy đủ những cam kết của Việt Nam trong lĩnh vực bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp, Nhà nước ta cần tăng cường hơn nữa sự quan tâm và đầu tư nỗ lực nhiều hơn vào lĩnh vực này. Trước mắt, những vấn đề chủ yếu cần được giải quyết là:

- Thực hiện việc rà soát lại hệ thống các văn bản pháp luật về sở hữu công nghiệp, các chính sách có liên quan đến bảo hộ sở hữu công nghiệp nhằm tìm ra những bất cập cần phải điều chỉnh, sửa đổi, bổ sung. Đối với các đối tượng như nhãn hiệu hàng hóa, tên thương mại và chỉ dẫn địa lý cần bổ sung một số quy định cần thiết như:

+ *Đối với nhãn hiệu hàng hóa:* bổ sung quy định về việc xác định hành vi xâm phạm trong trường hợp sử dụng dấu hiệu tương tự với nhãn hiệu hàng hóa cho hàng hóa, dịch vụ tương tự, qui định cụ thể về việc xác định tiêu chí nguy cơ gây nhầm lẫn đối với việc xác định hành vi xâm phạm nhãn hiệu hàng hóa; quy định về các tiêu chí xác định nhãn hiệu hàng hóa nổi tiếng; quy định về phạm vi sử dụng như thế nào được coi là hợp lý nhằm duy trì hiệu lực của văn bằng bảo hộ...

+ *Đối với tên thương mại:* bổ sung các quy định về việc thiết lập hệ thống đặc biệt đăng ký tên thương mại nhằm bảo đảm được sự quản lý toàn diện của Nhà nước, đối với những tên thương mại đang được sử dụng; bổ sung các quy định về việc

điều kiện cho thuê và chuyển nhượng tên thương mại; về vấn đề xác định số phận pháp lý của tên thương mại trong trường hợp cải tổ pháp nhân...

+ *Đối với chỉ dẫn địa lý:* bổ sung các quy định nhằm tăng cường sự bảo hộ pháp lý đối với chỉ dẫn địa lý (đặc biệt là tên gọi xuất xứ hàng hóa): một lên gọi xuất xứ hàng hóa đã được đăng ký và đang trong thời hạn được bảo hộ phù hợp với các quy định của pháp luật thì không thể được sử dụng như là tên gọi chung cho một chủng loại hàng hóa; nâng cao yêu cầu đối với hàng hóa mang chỉ dẫn địa lý được bảo hộ thông qua quy định: hàng hóa phải được sản xuất hay chế biến hoàn toàn tại vùng lãnh thổ tương ứng với chỉ dẫn địa lý: tăng cường cơ chế kiểm tra, giám sát đối với hàng hóa mang chỉ dẫn địa lý được bảo hộ...

- Cải cách hệ thống xác lập quyền nhằm giảm bớt những thủ tục quá kéo dài gây phiền hà, tốn kém, dẫn đến nguy cơ rút ngắn hiệu lực thực tế của văn bằng bảo hộ: thay đổi quy định về mức lệ phí xét đơn, xóa bỏ sự phân biệt đối xử giữa người Việt Nam và người nước ngoài, phù hợp với tinh thần của nguyên tắc "đối xử quốc gia"...

- Xây dựng hệ thống các tiêu chuẩn thực thi quyền sở hữu công nghiệp một cách kịp thời và có hiệu quả. Một số vấn đề cần giải quyết trước mắt:

+ Rút gọn thủ tục nhằm giảm bớt những phiền hà, tốn kém trong việc giải quyết theo pháp luật tố tụng dân sự các tranh chấp về quyền sở hữu công nghiệp;

+ Bổ sung những quy định chi tiết, có chế tài đủ mạnh để chống lại các hành vi xâm phạm, bao gồm các biện pháp khẩn cấp tạm thời, các biện pháp biên giới...

+ Tăng cường mức chế tài hình sự đối với các tội danh xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp;

+ Bổ sung quy định để việc xem xét lại theo thủ tục tố tụng hành chính tại Tòa án các quyết định của cơ quan hành chính.

+ Bổ sung quy định về việc miễn trách nhiệm pháp lý cho những cơ quan nhà nước và các công chức thực hiện công việc theo yêu cầu thực thi quyền sở hữu trí tuệ, trừ trường hợp các hành vi xâm phạm được thực hiện hoặc dự định thực hiện với ý đồ không trung thực trong quá trình thi hành luật đó.

- Chú trọng tới công tác đào tạo và nâng cao trình độ của cán bộ các cơ quan thực thi cũng như bảo vệ pháp luật về sở hữu công nghiệp. Từng bước kiện toàn đội ngũ cán bộ tham gia hoạt động xét xử, tiến tới việc xem xét khả năng thành lập những phân ban chuyên xét xử về sở hưu trí tuệ trong hệ thống Tòa án.

- Đầu tư cho việc cải cách và hiện đại hóa hệ thống thông tin tư liệu về sở hữu công nghiệp nhằm đáp ứng trước hết cho nhu cầu tra cứu phục vụ cho việc xét nghiệm đơn, tránh trùng lặp trong cấp Văn bằng bảo hộ. Thực tế cho thấy những bất cập về thông tin của cơ quan thẩm định dẫn đến việc bảo hộ không đúng đối tượng khiến cho Tòa án rất lúng túng khi giải quyết các tranh chấp phát sinh.

- Tăng cường sự phối hợp giữa các cơ quan xác lập quyền (Cục Sở hữu Trí tuệ, Bộ Thương mại...) với các cơ quan bảo đảm thực thi quyền (Tòa án, Quản lý thị trường, Công an kinh tế, Thanh tra Khoa học - Công nghệ, Hải quan).

- Đẩy mạnh các hoạt động hợp tác quốc tế nhằm nâng cao năng lực về vật chất, kỹ thuật và con người tham gia các hoạt động về bảo hộ thương hiệu và nâng cao sự hiểu biết chung của toàn xã hội về thương hiệu.

9. Vài nét về tình hình bảo hộ thương hiệu Việt Nam trong tiến trình hội nhập

Trong thời kỳ hội nhập, thương hiệu được coi là tài sản quí giá của doanh nghiệp. Các doanh nghiệp Việt Nam trong thời gian qua cũng đã nhận thức được rằng thương hiệu là công cụ cạnh tranh cực kỳ quan trọng. Gần đây, hàng loạt các vụ tranh chấp về thương hiệu giữa các doanh nghiệp Việt Nam với các doanh nghiệp Việt Nam và giữa các doanh nghiệp Việt Nam với

các doanh nghiệp nước ngoài là những hồi chuông cảnh báo nguy hiểm cận kề nếu doanh nghiệp Việt Nam không chú trọng đến việc xây dựng và bảo hộ thương hiệu của mình trên thị trường trong và ngoài nước.

Hoạt động bảo hộ thương hiệu của các doanh nghiệp Việt Nam trên thị trường trong và ngoài nước:

Việc đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ đối với nhãn hiệu hàng hóa đã được các doanh nghiệp chú trọng và cũng đã nhận được sự quan tâm rõ rệt của xã hội. Nhiều hoạt động tuyên truyền, cổ vũ cho các cố gắng kiến tạo, bồi đắp, phát triển và bảo vệ các đối tượng sở hữu trí tuệ gắn liền với hoạt động sản xuất kinh doanh đã được triển khai. Bộ Thương mại còn có cả một chương trình xây dựng thương hiệu xuất khẩu Việt Nam. Nhận thức và hành động thực tiễn của các chủ thể nắm giữ các đối tượng sở hữu trí tuệ đã mang lại một số kết quả đáng phấn khởi *(xem bảng)*.

Tình hình nộp đơn đăng ký nhãn hiệu hàng hóa trực tiếp tại Việt Nam

Năm	Đơn đăng ký của người Việt Nam	Tỷ lệ (%)	Đơn đăng ký của người nước ngoài	Tỷ lệ (%)	Tổng cộng
1990	890	60,1	592	39,9	1.482
1991	1.747	74,0	613	26,0	2.360
1992	1.595	34,5	3.022	65,5	4.617
1993	2.270	37,0	3.866	63,0	6.136
1994	1.419	34,4	2.712	65,6	4.131
1995	2.217	39,4	3.416	60,6	5.633
1996	2.323	42,7	3.118	57,3	5.441
1997	1.654	34,3	3.165	65,7	4.819
1998	1.614	44,3	2.028	55,7	3.642
1999	2.380	57,1	1.786	42,9	4.166
2000	3.483	59,2	2.399	40,8	5.882
2001	3.095	48,8	3.250	51,2	6.345
2002	6.541	74,2	2.277	25,8	8.818
Tổng	**31.228**	**49,2**	**32.244**	**50,8**	**63.472**

Nguồn: Cục Sở hữu Công nghiệp, 2003

Nếu chỉ tính số nhãn hiệu hàng hóa mới được các doanh nghiệp Việt Nam đăng ký bảo hộ tại Việt Nam, từ năm 2001 đến 2002, đã tăng hơn 2 lần (năm 2001: 3.095 nhãn hiệu, năm 2002: 6.564 nhãn hiệu), đưa tỷ lệ số nhãn hiệu hàng hóa nội địa đăng ký bảo hộ trực tiếp từ 45% (3.095 trong tổng số 6.345) trong năm 2001 lên 74% (6.564 trong tổng số 8.818) vào năm 2002. Số nhãn hiệu của Việt Nam được đăng ký bảo hộ tại nước ngoài theo Thỏa ước Madrid cũng tăng: 7 nhãn hiệu trong năm 2001, 31 nhãn hiệu năm 2002 và 54 nhãn hiệu tính đến tháng 7/2003. Tổng số các nhãn hiệu hàng hóa của Việt Nam được bảo hộ ở trong nước hiện nay là gần 20 ngàn trong tổng số gần 100 ngàn nhãn hiệu đã được đăng ký bảo hộ. Bên cạnh đó, 2 tên gọi xuất xứ hàng hóa đầu tiên của Việt Nam là Nước mắm Phú Quốc và Chè Mộc Châu đã được công nhận và bảo hộ.

Xét về khía cạnh đó hoạt động phát triển nhãn hiệu hàng hóa của doanh nghiệp Việt Nam đã có bước tăng trưởng cao. Một số doanh nghiệp Việt Nam đã trở thành chủ sở hữu hàng chục nhãn hiệu hàng hóa khác nhau như Tổng công ty Thuốc lá Việt Nam có 143 nhãn hiệu, Công ty Thực phẩm quận 5 Tp. Hồ Chí Minh có 58 nhãn hiệu, Công ty Sữa Việt Nam VINAMILK có 23 nhãn hiệu...

Tuy nhiên, kết quả đó không thể làm chúng ta yên tâm. Theo Cục Sở hữu Trí tuệ cho đến tháng 7/2003, số lượng nhãn hiệu hàng hóa mà các doanh nghiệp ASEAN đã đăng ký bảo hộ tại Việt Nam lớn gấp 3 lần so với con số vài trăm nhãn hiệu hàng hóa Việt Nam đăng ký bảo hộ tại nước ngoài. Các doanh nghiệp Singapore đăng ký tại Việt Nam 997 nhãn hiệu; Thái Lan đăng ký 699 nhãn hiệu; các doanh nghiệp Malaysia đăng ký 338 nhãn hiệu; Indonesia đăng ký 319 nhãn hiệu, doanh nghiệp Philippines đăng ký 179 nhãn hiệu. Nhãn hiệu các doanh nghiệp Việt Nam đăng ký tại thị trường trong nước khoảng 21.000. Theo ông Trần Việt Hùng - Cục phó Cục Sở hữu Công nghiệp thì thống kê này cho thấy doanh

nghiệp Việt Nam sẽ gặp khó khăn hơn trong việc lựa chọn nhãn hiệu mới. Đặc biệt là các doanh nghiệp Việt Nam có nguy cơ bị các doanh nghiệp nước ngoài lấn sân nhãn hiệu ngay trên thị trường nội địa. Bởi vì, theo quy định quốc tế, khu vực về bảo hộ sở hữu trí tuệ thì doanh nghiệp nào nộp đơn trước có quyền ưu tiên và sẽ thắng.

Hàng nông sản, mặt hàng chủ lực của Việt Nam, chiếm tỷ trọng cao trong kim ngạch xuất khẩu, nhưng chủ yếu vẫn xuất khẩu dưới dạng thô và đến 90% lượng nông sản xuất khẩu phải qua trung gian dưới thương hiệu của nước ngoài. Theo kết quả điều tra tại các tỉnh, thành phố phía Bắc của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, chỉ có 37/173 doanh nghiệp hoạt động kinh doanh mặt hàng nông sản, giống cây trồng, vật nuôi, phân bón, thuốc trừ sâu, thuốc thú y đã đăng ký thương hiệu, chiếm 21%, trong đó chỉ có 2% doanh nghiệp có đăng ký thương hiệu với nước ngoài.

Phần VII
HƯỚNG DẪN XÁC LẬP QUYỀN SỞ HỮU CÔNG NGHIỆP

I. CÁC KHÁI NIỆM CHUNG

1. Nhãn hiệu hàng hóa

1.1. Khái niệm

"Nhãn hiệu hàng hóa là những dấu hiệu dùng để phân biệt hàng hóa, dịch vụ cùng loại của các doanh nghiệp khác. Dấu hiệu dùng làm nhãn hiệu hàng hóa có thể là từ ngữ, hình ảnh hoặc sự kết hợp của yếu tố đó được thể hiện bằng một hoặc nhiều loại màu sắc" (*Quy định tại Điều 785 Bộ Luật Dân sự và theo Điều 6 Nghị định 63/CP).*

Theo khái niệm trên và theo quy định tại Điều 6 Nghị định 63/CP, dấu hiệu dùng làm nhãn hiệu hàng hóa được công nhận là có khả năng phân biệt theo Điều 785 Bộ Luật Dân sự nếu đáp ứng đầy đủ các điều kiện sau đây:

a) Được tạo thành từ một hoặc một số yếu tố độc đáo, dễ nhận biết hoặc từ nhiều yếu tố kết hợp thành một tổng thể độc đáo, dễ nhận biết và không phải là dấu hiệu quy định tại khoản 2 Điều này;

b) Không trùng hoặc không tương tự tới mức gây nhầm lẫn với nhãn hiệu hàng hóa của người khác đang được bảo hộ tại Việt Nam (kể cả các nhãn hiệu hàng hóa đang được bảo hộ theo các Điều ước quốc tế mà Việt Nam tham gia);

c) Không trùng hoặc không tương tự tới mức gây nhầm lẫn với nhãn hiệu hàng hóa nêu trong đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa đã nộp cho Cơ quan có thẩm quyền với ngày ưu tiên sớm hơn (kể cả các đơn về nhãn hiệu

hàng hóa được nộp theo các Điều ước quốc tế mà Việt Nam tham gia);

d) Không trùng hoặc không tương tự tới mức gây nhầm lẫn với nhãn hiệu hàng hóa của người khác đã hết hiệu lực hoặc bị đình chỉ hiệu lực bảo hộ nhưng thời gian tính từ khi hết hiệu lực hoặc bị đình chỉ hiệu lực chưa quá 5 năm, trừ trường hợp hiệu lực bị đình chỉ vì nhãn hiệu hàng hóa không được sử dụng theo quy định tại điểm c, khoản 2, Điều 28 Nghị định này;

e) Không trùng hoặc không tương tự tới mức gây nhầm lẫn với nhãn hiệu hàng hóa của người khác được coi là nổi tiếng (theo Điều 6bis Công ước Paris) hoặc với nhãn hiệu hàng hóa của người khác đã được sử dụng và đã được thừa nhận một cách rộng rãi;

f) Không trùng hoặc không tương tự tới mức gây nhầm lẫn với tên thương mại được bảo hộ hoặc với tên gọi xuất xứ hàng hóa được bảo hộ;

g) Không trùng với kiểu dáng công nghiệp được bảo hộ hoặc đã được nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ với ngày ưu tiên sớm hơn;

h) Không trùng với một hình tượng, nhân vật đã thuộc quyền tác giả của người khác trừ trường hợp được người đó cho phép.

1.2. Các dấu hiệu sau đây không được Nhà nước bảo hộ với danh nghĩa là nhãn hiệu hàng hoá:

a) Dấu hiệu không có khả năng phân biệt, như các hình và hình học đơn giản, các chữ số, chữ cái, các chữ không có khả năng phát âm như một từ ngữ; chữ nước ngoài thuộc các ngôn ngữ không thông dụng, trừ trường hợp các dấu hiệu này đã được sử dụng và đã được thừa nhận một cách rộng rãi;

b) Dấu hiệu, biểu tượng quy ước, hình vẽ hoặc tên gọi thông thường của hàng hóa thuộc bất kỳ ngôn ngữ nào đã được sử dụng rộng rãi, thường xuyên, nhiều người biết đến;

c) Dấu hiệu chỉ thời gian, địa điểm, phương pháp sản xuất, chủng loại, số lượng, chất lượng, tính chất, thành phần, công dụng, giá trị mang tính mô tả hàng hóa, dịch vụ và xuất xứ của hàng hóa, dịch vụ;

d) Dấu hiệu làm hiểu sai lệch, gây nhầm lẫn hoặc có tính chất lừa đảo người tiêu dùng về xuất xứ, tính năng, công dụng, chất lượng, giá trị của hàng hóa hoặc dịch vụ;

e) Dấu hiệu giống hoặc tương tự với dấu chất lượng, dấu kiểm tra, dấu bảo hành... của Việt Nam, nước ngoài cũng như của các tổ chức quốc tế;

g) Dấu hiệu, tên gọi (bao gồm cả ảnh, tên, biệt hiệu, bút danh), hình vẽ, biểu tượng giống hoặc tương tự tới mức gây nhầm lẫn với hình quốc kì, quốc huy, lãnh tụ, anh hùng dân tộc, danh nhân, địa danh, các tổ chức của Việt Nam cũng như của nước ngoài nếu không được các cơ quan, người có thẩm quyền tương ứng cho phép.

1.3. Trình tự, thủ tục xác lập quyền

Người muốn được hưởng quyền sở hữu đối với Nhãn hiệu hàng hóa phải làm đơn yêu cầu cấp Giấy chứng nhận đăng ký Nhãn hiệu hàng hóa theo mẫu được cấp miễn phí tại Cục Sở hữu công nghiệp.

Đơn yêu cầu cấp Giấy chứng nhận đăng ký Nhãn hiệu hàng hóa phải trải qua hai giai đoạn:

➢ *Xét nghiệm hình thức:*

Kể từ ngày đơn yêu cầu cấp Giấy chứng nhận đăng ký Nhãn hiệu hàng hóa được nộp tại Cục Sở hữu công nghiệp, đơn sẽ được thẩm định (xét nghiệm) về mặt hình thức.

Trong thời hạn là *3 tháng* kể từ ngày nộp đơn đăng ký nhãn hiệu, doanh nghiệp sẽ được Cơ quan đăng ký thông báo kết quả xem xét hình thức đơn, trong đó tuyên bố chấp nhận hoặc từ chối nhận đơn hợp lệ về thủ tục

➢ *Xét nghiệm nội dung:*

Kết thúc giai đoạn xét nghiệm hình thức, nếu đơn được chấp nhận là đơn hợp lệ thì đơn sẽ được chuyển sang giai đoạn xét nghiệm nội dung.

Trong thời hạn là 9 tháng kể từ ngày đơn được chấp nhận hợp lệ, doanh nghiệp sẽ được Cơ quan đăng ký thông báo kết quả xem xét nội dung đơn, trong đó tuyên bố chấp nhận hoặc từ chối chấp nhận đăng ký nhãn hiệu.

1.4. Thủ tục giấy tờ cần thiết

- Tờ khai Đơn yêu cầu cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa theo mẫu 04 đính kèm;

- 15 mẫu nhãn hiệu hàng hóa;

- Bản sao Giấy phép đăng ký kinh doanh được công chứng hợp lệ;

- Liệt kê danh mục hàng hoá/dịch vụ sử dụng cho nhãn hiệu hàng hóa.

1.5. Các lợi ích hợp pháp khi được pháp luật bảo hộ

- Văn bằng bảo hộ Nhãn hiệu hàng hóa là Giấy chứng nhận đăng ký Nhãn hiệu hàng hóa chỉ có hiệu lực trong thời hạn 10 năm tính từ ngày nộp đơn hợp lệ, có thể được gia hạn liên tiếp nhiều lần, mỗi lần 10 năm, không giới hạn số lần, (Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa có thể bị đình chỉ hiệu lực theo yêu cầu của người khác trong trường hợp doanh nghiệp sở hữu nhãn hiệu chấm dứt tồn tại hoặc không sử dụng nhãn hiệu đó trong 5 năm liên tục);

- Nhãn hiệu hàng hóa được bảo hộ trong phạm vi các sản phẩm/dịch vụ đã đăng ký theo nhãn hiệu.

- Chủ sở hữu Nhãn hiệu hàng hóa có quyền:

+ *Quyền chiếm hữu:* Chủ sở hữu có quyền chiếm hữu Nhãn hiệu hàng hóa đã đăng ký, chủ sở hữu có quyền yêu cầu các cơ

quan chức năng xử lý khi phát hiện bên thứ ba có hành vi xâm phạm quyền của mình;

+ *Quyền sử dụng:* Chủ sở hữu có quyền gắn nhãn hiệu trên sản phẩm, bao gói hàng hóa, phương tiện dịch vụ, giấy tờ giao dịch, hoặc lưu thông, chào bán, quảng cáo nhằm để bán, tàng trữ để bán hàng hóa mang nhãn hiệu, nhập khẩu hàng hóa mang nhãn hiệu đã đăng ký;

+ *Quyền định đoạt:* Chủ sở hữu có quyền chuyển giao quyền sử dụng (li-xăng), chuyển nhượng quyền sở hữu (đem bán), từ bỏ (yêu cầu hủy bỏ Văn bằng bảo hộ của mình hoặc không tiếp tục gia hạn văn bằng bảo hộ).

2. Kiểu dáng công nghiệp

2.1. Khái niệm

"Kiểu dáng công nghiệp là hình dáng bên ngoài của sản phẩm, được thể hiện bằng đường nét, hình khối, màu sắc hoặc sự kết hợp các yếu tố đó, có tính mới đối với thế giới và dùng làm mẫu để chế tạo sản phẩm công nghiệp hoặc thủ công nghiệp" (*Theo quy định tại Điều 784 Bộ Luật Dân sự và Điều 5 Nghị định 63/CP).*

Theo khái niệm trên, Kiểu dáng công nghiệp được công nhận là có tính mới đối với thế giới theo Điều 748 Bộ Luật Dân sự nếu kiểu dáng công nghiệp đó đáp ứng đầy đủ các điều kiện sau đây:

- Khác biệt cơ bản với các kiểu dáng công nghiệp được mô tả trong các đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ kiểu dáng công nghiệp đã được nộp cho cơ quan có thẩm quyền với ngày ưu tiên sớm hơn;

- Khác biệt cơ bản với kiểu dáng công nghiệp tương tự đã được công bố trong bất kỳ nguồn thông tin nào dưới đây:

+ Các nguồn thông tin liên quan đến việc bảo hộ kiểu dáng công nghiệp ở nước ngoài, tính từ ngày công bố;

+ Các nguồn thông tin tính đến trước ngày ưu tiên của đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế, giải pháp hữu ích, giải pháp kỹ thuật nêu trong đơn chưa bị bộc lộ công khai ở trong nước hoặc/và ở nước ngoài dưới hình thức sử dụng hoặc mô tả trong bất kỳ nguồn thông tin nào như kiểu dáng được thể hiện trên phim ảnh, truyền hình, triển lãm...;

- Kiểu dáng công nghiệp được dùng làm mẫu để chế tạo sản phẩm công nghiệp hoặc thủ công nghiệp theo Điều 784 Bộ Luật Dân sự nếu có thể chế tạo hàng loạt bằng phương pháp công nghiệp hoặc thủ công nghiệp sản phẩm có hình dáng bên ngoài là kiểu dáng công nghiệp đó.

2.2. Các đối tượng sau đây không được Nhà nước bảo hộ với danh nghĩa là kiểu dáng công nghiệp

- Hình dáng bên ngoài cửa sản phẩm được tạo ra một cách dễ dàng đối với người có trình độ trung bình thuộc lĩnh vực tương ứng;

- Hình dáng bên ngoài do đặc tính kỹ thuật của sản phẩm bắt buộc phải có hoặc chỉ mang đặc tính kỹ thuật;

- Hình dáng bên ngoài của các công trình xây dựng dân dụng hoặc công nghiệp;

- Hình dáng của sản phẩm không nhìn thấy được trong quá trình sử dụng;

- Kiểu dáng các sản phẩm chỉ có giá trị thẩm mỹ.

2.3. Trình tự, thủ tục xác lập quyền

Chủ thể muốn được hưởng quyền sở hữu đối với Kiểu dáng công nghiệp phải làm Đơn yêu cầu cấp văn bằng bảo hộ theo mẫu được cấp miễn phí tại Cục Sở hữu công nghiệp.

Đơn yêu cầu cấp văn bằng bảo hộ phải được nộp tại cơ quan nhà nước có thẩm quyền (Cục Sở hữu công nghiệp) và đơn sẽ phải trải quan hai giai đoạn xét nghiệm hình thức và xét nghiệm nội dung.

➢ *Xét nghiệm hình thức:*

Kể từ ngày đơn yêu cầu cấp văng bằng bảo hộ đối với Kiểu dáng công nghiệp được nộp tại Cục Sở hữu công nghiệp, đơn này sẽ được thẩm định (xét nghiệm) về mặt hình thức. Giai đoạn này có thời hạn là 3 tháng, trong khoảng thời gian này các xét nghiệm viên của Cục Sở hữu công nghiệp sẽ xem xét về hình thức của đơn như: hồ sơ đơn có đủ các tài liệu bắt buộc phải có hay không; mỗi tài liệu có đáp ứng các đòi hỏi về hình thức như có điền đủ các thông số hay không, có đủ các chữ ký và con dấu không; có nộp đủ phí hay không, các ảnh chụp đã đủ chưa và có rõ nét hay không và có đúng các góc độ hay không v.v... Kết thúc thời hạn 3 tháng, Cục Sở hữu công nghiệp sẽ có thông báo đến người nộp đơn về hình thức của đơn, theo đó Cục Sở hữu công nghiệp sẽ thông báo rõ là đơn được công nhận là đơn hợp lệ và được chuyển sang giai đoạn xét nghiệp nội dung hoặc đơn còn những thiếu sót cần phải bổ sung.

➢ *Xét nghiệm nội dung:*

Sau khi đơn được chấp nhận là đơn hợp lệ, đơn được chuyển sang giai đoạn xét nghiệm nội dung. Giai đoạn này là giai đoạn tìm hiểu bản chất của các đối tượng yêu cầu bảo hộ nêu trong đơn, đánh giá đối tượng đó theo các tiêu chuẩn bao hộ theo quy định của pháp luật. Nếu các đối tượng nêu trong đơn đáp ứng các tiêu chuẩn bảo hộ thì văn bằng bảo hộ sẽ được cấp và chủ thể đứng đơn yêu cầu cấp văn bằng bảo hộ sẽ trở thành chủ sở hữu. Trong trường hợp ngược lại, đối tượng không đáp ứng tiêu chuẩn bảo hộ thì văn bằng bảo hộ sẽ không được cấp.

2.4. Thủ tục giấy tờ cần thiết

- 06 bộ ảnh chụp hoặc 06 bộ bản vẽ (mỗi bộ gồm các ảnh hoặc bản vẽ), bao gồm:

+ Phối cảnh;

+ Nhìn từ phía trước;

+ Nhìn từ phía sau;

+ Nhìn từ bên phải;

+ Nhìn từ bên trái;

+ Nhìn từ trên xuống;

+ Nhìn từ dưới lên.

- Giấy chuyển nhượng quyền nộp đơn như mẫu kèm theo (trong trường hợp tác giả không phải là người đăng ký).

- Đơn yêu cầu cấp văn bằng bảo hộ Kiểu dáng công nghiệp như mẫu 03 đính kèm.

2.5. Quyền đối với kiểu dáng công nghiệp được bảo hộ

Văn bằng bảo hộ Kiểu dáng công nghiệp là bằng độc quyền Kiểu dáng công nghiệp có hiệu lực trong phạm vi lãnh thổ Việt Nam từ ngày cấp đến hết 5 năm tính từ ngày nộp đơn hợp lệ và được gia hạn liên tiếp 2 lần mỗi lần là 5 năm. Kiểu dáng công nghiệp chỉ được bảo hộ như được thể hiện trong bản mô tả Kiểu dáng công nghiệp.

Các quyền của chủ sở hữu Văn bằng bảo hộ Kiểu dáng công nghiệp:

- *Quyền chiếm hữu:* Chủ sở hữu có quyền chiếm hữu Kiểu dáng công nghiệp đã được cấp bằng, có quyền yêu cầu các cơ quan chức năng xử lý khi phát hiện bên thứ ba xâm phạm quyền sở hữu của mình.

- *Quyền sử dụng:* Chủ sở hữu Kiểu dáng công nghiệp có quyền sử dụng thông qua các hoạt động sau:

+ Sản xuất các sản phẩm có hình dáng bên ngoài là Kiểu dáng công nghiệp đã được bảo hộ;

+ Đưa vào lưu thông, quảng cáo nhằm để bán, chào bán, tàng trữ để bán các sản phẩm có hình dáng bên ngoài là Kiểu dáng công nghiệp đã đươc bảo hộ;

+ Nhập khẩu các sản phẩm có hình dáng bên ngoài là Kiểu dáng công nghiệp đã được bảo hộ.

- *Quyền định đoạt:* Quyền định đoạt của chủ sở hữu đối với kiểu dáng công nghiệp thể hiện ở các nội dung: chủ sở hữu có quyền chuyển giao quyền sử dụng (li-xăng), chuyển nhượng quyền sở hữu (đem bán), từ bỏ (yêu cầu hủy bỏ văn bằng bảo hộ của mình hoặc không tiếp tục gia hạn văn bằng bảo hộ).

3. Tên gọi xuất xứ hàng hóa

3.1. Khái niệm

"Tên gọi xuất xứ hàng hóa là tên địa lý của nước, địa phương dùng để chỉ xuất xứ của mặt hàng từ nước, địa phương đó với điều kiện những mặt hàng này có các tính chất, chất lượng đặc thù dựa trên các điều kiện địa lý độc đáo và ưu việt, bao gồm yếu tố tự nhiên con người hoặc kết hợp cả hai yếu tố đó" *(Theo Điều 786 Bộ Luật Dân sự).*

Trên cơ sở Điều 786 Bộ Luật Dân sự, tại Nghị định 63/CP Điều 7 quy định: "*Một tên gọi xuất xứ hàng hóa được bảo hộ phải là tên địa lý của một nước hoặc một địa phương là nơi mà hàng hóa tương ứng được sản xuất và hàng hóa đó phải có tính chất, chất lượng đặc thù do yếu tố địa lý (tự nhiên, con người) của nước, địa phương đó quyết định*".

Nếu nước, địa phương nói trên không phải là Việt Nam hoặc không thuộc về Việt Nam, tên gọi xuất xứ hàng hóa tương ứng chỉ được xem xét bảo hộ tại Việt Nam nếu đang được bảo hộ tại nước mang tên hoặc có địa phương mang tên đó.

3.2. Các đối tượng sau đây không được Nhà nước bảo hộ với danh nghĩa là tên gọi xuất xứ hàng hóa

- Các chỉ dẫn xuất xứ không phải là tên địa lý (kể cả các dấu hiệu mang tính chất biểu tượng của nước, địa phương là nơi xuất xứ của hàng hóa nhưng không phải là tên địa lý của nước, địa phương đó);

- Tên gọi xuất xứ hàng hóa đã trở thành tên gọi chung của hàng hóa và đã mất chức năng chỉ dẫn xuất xứ hàng hóa đó;

3.3. Trình tự, thủ tục xác lập quyền

Chủ thể muốn được hưởng quyền đối với Tên gọi xuất xứ phải làm đơn yêu cầu Giấy chứng nhận quyền sử dụng Tên gọi xuất xứ hàng hóa.

Đơn yêu cầu cấp Giấy chứng nhận quyền sử dụng Tên gọi xuất xứ hàng hóa phải trải qua hai giai đoạn:

➢ *Xét nghiệm hình thức*

Kể từ ngày đơn yêu cầu cấp Giấy chứng nhận sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa được nộp tại Cục Sở hữu công nghiệp, đơn sẽ được thẩm định (xét nghiệm) về mặt hình thức. Giai đoạn này có thời hạn là 3 tháng, trong khoảng thời gian này, các xét nghiệm viên của Cục Sở hữu công nghiệp sẽ xem xét về hình thức của đơn như: hồ sơ đơn có đủ các tài liệu bắt buộc phải có hay không; mỗi tài liệu có đáp ứng các đòi hỏi về hình thức như có điền đủ các thông số hay không, có đủ các chữ ký và con dấu không; có nộp đủ phí hay không, v.v... Kết thúc thời hạn 3 tháng, Cục Sở hữu công nghiệp sẽ có thông báo đến người nộp đơn về hình thức của đơn, theo đó Cục Sở hữu công nghiệp sẽ thông báo rõ là đơn được công nhận là đơn hợp lệ và được chuyển sang giai đoạn xét nghiệm nội dung hoặc đơn còn những thiếu sót cần phải bổ sung.

➢ *Xét nghiệm nội dung:*

Sau khi đơn được chấp nhận là đơn hợp lệ, đơn được chuyển sang giai đoạn xét nghiệm nội dung. Giai đoạn này là giai đoạn phân tích, đánh giá bản chất của Tên gọi xuất xứ hàng hóa yêu cầu bảo hộ nêu trong đơn, đánh giá tên gọi đó theo các tiêu chuẩn bảo hộ theo quy định của pháp luật. Nếu Tên gọi xuất xứ hàng hóa nêu trong đơn đáp ứng các tiêu chuẩn bao hộ thì Giấy chứng nhận tên gọi xuất xứ hàng hóa sẽ được cấp và chủ thể đứng đơn yêu cầu sẽ trở thành chủ sử dụng Tên gọi xuất xứ hàng hóa. Trong trường hợp ngược lại, Tên gọi xuất xứ hàng

hóa không đáp ứng các tiêu chuẩn bảo hộ thì Giấy chứng nhận sử dụng Tên gọi xuất xứ hàng hóa sẽ không được cấp.

3.4. Thủ tục giấy tờ cần thiết

- Đơn yêu cầu cấp Giấy chứng nhận Tên gọi xuất xứ hàng hóa như mẫu đính kèm;

- Bản đồ chi tiết lãnh thổ nơi xin cấp giấy chứng nhận sử dụng Tên gọi xuất xứ hàng hoá;

- Bản mô tả chi tiết đặc điểm, tính chất của hàng hóa mang Tên gọi xuất xứ hàng hóa được nêu trong đơn yêu cầu bảo hộ;

- Giấy xác nhận của các cơ quan chức năng về điều kiện địa lý, tự nhiên, con người tại vùng đất lãnh thổ đó.

3.5. Các lợi ích hợp pháp khi được pháp luật bảo hộ

Văn bằng bảo hộ Tên gọi xuất xứ hàng hóa là Giấy chứng nhận quyền sử dụng Tên gọi xuất xứ hàng hóa có hiệu lực trong phạm vi lãnh thổ Việt Nam từ ngày cấp đến hết 10 năm tính từ ngày nộp đơn hợp lệ, có thể được gia hạn liên tiếp nhiều lần, mỗi lần 10 năm;

Chủ sở hữu Giấy chứng nhận quyền sử dụng Tên gọi xuất xứ hàng hóa có quyền:

- Sử dụng Tên gọi xuất xứ hàng hóa cho các sản phẩm của mình ghi trong danh mục sản phẩm xin đăng ký;

- Yêu cầu cơ quan Nhà nước có thẩm quyền buộc người khác chấm dứt hành vi xâm phạm và bồi thường thiệt hại.

4. Chỉ dẫn địa lý

4.1. Khái niệm

"Chỉ dẫn địa lý được bảo hộ là thông tin về nguồn gốc địa lý của hàng hóa đáp ứng đủ các điều kiện sau đây:

- Thể hiện dưới dạng một từ ngữ, dấu hiệu, biểu tượng hoặc hình ảnh, dùng để chỉ một quốc gia hoặc một vùng lãnh thổ, địa phương thuộc một quốc gia;

- Thể hiện trên hàng hóa, bao bì hàng hóa hay giấy tờ giao dịch liên quan tới việc mua bán hàng hóa nhằm chỉ dẫn rằng hàng hóa nói trên có nguồn gốc tại quốc gia, vùng lãnh thổ hoặc địa phương mà đặc trưng về chất lượng, uy tín, danh tiếng hoặc các đặc tính khác của loại hàng hóa này có được chủ yếu là do nguồn gốc địa lý tạo nên" *(Theo quy định tại Điều 10, Nghị định 54/2000/NĐ-CP).*

Lưu ý: Nếu chỉ dẫn địa lý là tên gọi xuất xứ hàng hóa thì việc bảo hộ được thực hiện theo quy định của pháp luật hiện hành về tên gọi xuất xứ hàng hóa.

4.2. Các dấu hiệu không được bảo hộ với danh nghĩa là chỉ dẫn địa lý

Các thông tin địa lý đã trở thành tên gọi thông thường của hàng hóa, đã mất khả năng chỉ dẫn nguồn gốc địa lý.

4.3. Điều kiện xác lập quyền đối với chỉ dẫn địa lý

Bất kỳ đối tượng nào đáp ứng yêu cầu nói trên theo luật định thì đương nhiên được bảo hộ, không cần bất cứ thủ tục xác lập quyền nào.

Chủ sở hữu có quyền thể hiện chỉ dẫn địa lý trên hàng hóa, bao bì hàng hóa, giấy tờ giao dịch nhằm mua bán hàng hóa và quảng cáo cho hàng hóa tương ứng.

5. Tên Thương mại

5.1. Khái niệm

"Tên thương mại được bảo hộ là tên gọi của tổ chức, cá nhân dùng trong hoạt động kinh doanh, đáp ứng đầy đủ các điều kiện sau đây:

- Là tập hợp các chữ cái, có thể kèm theo chữ số, phát âm được;

- Có khả năng phân biệt chủ thể kinh doanh mang tên gọi đó với các chủ thể kinh doanh khác trong cùng lĩnh vực kinh doanh".

5.2. Các tên gọi sau đây không được bảo hộ dưới danh nghĩa là tên thương mại

- Tên gọi của các cơ quan hành chính, các tổ chức chính trị, tổ chức chính trị - xã hội, tổ chức xã hội, tổ chức xã hội - nghề nghiệp hoặc các chủ thể không liên quan tới hoạt động kinh doanh;

- Tên gọi nhằm mục đích thực hiện chức năng của tên thương mại nhưng không có khả năng phân biệt chủ thể kinh doanh của các cơ sở kinh doanh trong cùng một lĩnh vực;

- Tên thương mại gây nhầm lẫn với tên thương mại của người khác đã được sử dụng từ trước trên cùng một địa bàn và trong cùng một lĩnh vực kinh doanh, gây nhầm lẫn với nhãn hiệu hàng hóa của người khác đã được bảo hộ từ trước khi bắt đầu sử dụng tên thương mại đó.

5.3. Điều kiện xác lập quyền

Nếu đối tượng đáp ứng yêu cầu nói trên theo luật định thì đương nhiên được bảo hộ không cần bất cứ thủ tục xác lập quyền nào (thông thường là sau khi được cấp đăng ký kinh doanh tức là Tên thương mại đã được xác lập).

Chủ sở hữu có quyền:

- Sử dụng vào mục đích kinh doanh bằng cách dùng Tên thương mại để xưng danh trong các hoạt động kinh doanh (thể hiện trong các giấy tờ giao dịch, biểu hiệu, sản phẩm, hàng hóa, bao bì hàng hóa và quảng cáo);

- Chuyển giao theo hợp đồng hoặc để thừa kế cho người khác cùng với toàn bộ cơ sở kinh doanh và hoạt động kinh doanh dưới Tên thương mại đó

6. Sáng chế và giải pháp hữu ích

6.1. Khái niệm

"Sáng chế là giải pháp kỹ thuật mới so với trình độ kỹ thuật trên thế giới, có trình độ sáng tạo, có khả năng áp dụng trong các lĩnh vực kinh tế – xã hội.

Giải pháp hữu ích là giải pháp kỹ thuật mới so với trình độ kỹ thuật trên thế giới, có khả năng áp dụng trong các lĩnh vực kinh tế – xã hội". *(Theo quy định tại Điều 782, 783 Bộ Luật Dân sự nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam và theo Điều 4 Nghị định 63/CP và sửa đổi tại Nghị định 06/CP)*

➢ *Tính mới:*

Giải pháp kỹ thuật nêu ra trong Đơn yêu cầu cấp văn bằng bảo hộ của Sáng chế hay Giải pháp hữu ích không được trùng với giải pháp kỹ thuật đã được nộp cho cơ quan có thẩm quyền với ngày ưu tiên sớm hơn.

Giải pháp nêu trong đơn yêu cầu cấp văn bằng bảo hộ chưa bị bộc lộ công khai ở trong nước hoặc nước ngoài.

➢ *Có khả năng áp dụng:*

Bản chất của giải pháp được mô tả trong Đơn yêu cầu văn bằng bảo hộ Sáng chế/Giải pháp hữu ích có thể thực hiện được giải pháp đó trong điều kiện kỹ thuật hiện tại hoặc tương lai và thu được kết quả như được mô tả trong đơn yêu cầu cấp văn bằng bảo hộ.

➢ *Trình độ sáng tạo:*

Giải pháp kỹ thuật được công nhận là có trình độ sáng tạo nếu giải pháp đó là kết quả của hoạt động sáng tạo và căn cứ vào trình độ kỹ thuật ở trong nước và nước ngoài tính đến ngày ưu tiên của đơn yêu cầu cấp văn bằng bảo hộ sáng chế đó không nảy sinh một cách hiển nhiên đối với người có trình độ trung bình trong lĩnh vực kỹ thuật tương ứng.

6.2. Các đối tượng sau đây không được Nhà nước bảo hộ với danh nghĩa là Sáng chế/Giải pháp hữu ích

- Ý đồ, nguyên lý và phát minh khoa học (ví dụ như việc phát hiện ra gia tốc rơi tự do, hiện tượng sấm sét, định luật vạn vật hấp dẫn);

- Phương pháp và hệ thống tổ chức quản lý kinh tế (ví dụ như

phương pháp phân tích điểm hòa vốn hoặc SWOT trong kinh doanh, mô hình hoặc cơ cấu tổ chức công ty...);

- Phương pháp và hệ thống giáo dục, giảng dạy, đào tạo (ví dụ như phương pháp cải tiến, đổi mới sách giáo khoa...);

- Phương pháp luyện tập cho vật nuôi (ví dụ như phương pháp nuôi chó nghiệp vụ, phương pháp nuôi và dạy thú trong đoàn xiếc...);

- Hệ thống ngôn ngữ, hệ thống thông tin, phân loại, sắp xếp tư liệu (ví dụ như hệ thống quản lý thư viện...);

- Bản thiết kế và sơ đồ quy hoạch các công trình xây dựng, các đề án quy hoạch và phân công vùng lãnh thổ;

- Giải pháp chỉ đề cập đến hình dáng bên ngoài của sản phẩm, chỉ mang đặc tính thẩm mỹ mà không mang đặc tính kỹ thuật;

- Ký hiệu, quy ước, thời gian biểu, các quy tắc và các luật lệ, các dấu hiệu tượng trưng;

- Phần mềm máy tính, thiết kế bố trí vi mạch điện tử, mô hình toán học, đồ thị tra cứu và các dạng tương tự;

- Giống thực vật, giống động vật (được bảo hộ theo giống cây, giống con tại Bộ Nông nghiệp);

- Phương pháp phòng bệnh, chẩn đoán bệnh và chữa bệnh cho người, cho động vật – quy trình mang bản chất sinh học (trừ quy trình vi sinh) để sản xuất thực vật, động vật.

6.3. Trình tự, thủ tục xác lập quyền

Chủ thể muốn được Quyền sở hữu đối với Sáng chế/Giải pháp hữu ích phải làm đơn yêu cầu cấp văn bằng bảo hộ theo mẫu được cấp miễn phí tại Cục Sở hữu công nghiệp.

Đơn yêu cầu cấp văn bằng bảo hộ phải được nộp tại cơ quan Nhà nước có thẩm quyền (Cục Sở hữu công nghiệp Việt Nam) và đơn sẽ phải trải qua hai giai đoạn xét nghiệm hình thức và xét nghiệm nội dung.

➢ *Xét nghiệm hình thức:*

Đơn yêu cầu cấp văn bằng bảo hộ được nộp tại Cục Sở hữu công nghiệp. Sau khi tiếp nhận đơn sẽ được thẩm định (xét nghiệm) về hình thức. Giai đoạn này, Cục Sở hữu công nghiệp sẽ xem xét về hình thức của đơn như có đủ các tài liệu bắt buộc phải có hay không; mỗi tài liệu có đáp ứng các đòi hỏi về hình thức như có điền đủ các thông số hay không, có dủ các chữ ký và con dấu không; có nộp đủ phí hay không, v.v... Nếu đơn được chấp nhận là đơn hợp lệ thì đơn sẽ được công bố trên Công báo Sở hữu công nghiệp. Đơn được công nhận là đơn hợp lệ hoặc đơn còn những thiếu sót đều được thông báo cho chủ thể nộp đơn.

➢ *Xét nghiệm nội dung:*

Sau khi đơn được chấp nhận là đơn hợp lệ, đơn được chuyển sang giai đoạn xét nghiệm nội dung. Giai đoạn này là giai đoạn tìm hiểu bản chất của các đối tượng yêu cầu bảo hộ nêu trong đơn, đánh giá đối tượng đó theo các tiêu chuẩn bảo hộ theo quy định của pháp luật. Nếu các đối tượng nêu trong đơn đáp ứng tất cả các tiêu chuẩn bảo hộ thì văn bằng bảo hộ sẽ được cấp và chủ thể đứng đơn yêu cầu văn bằng bảo hộ sẽ trở thành chủ sở hữu. Trong trường hợp ngược lại, đối tượng không đáp ứng ít nhất một tiêu chuẩn bảo hộ thì văn bằng bảo hộ sẽ không được cấp.

6.4. Thủ tục giấy tờ cần thiết

- Đơn yêu cầu cấp văn bằng bảo hộ như mẫu số 01 hoặc 02 – TK đính kèm;

- 04 bản mô tả Sáng chế /Giải pháp hữu ích;

- 04 bản vẽ sơ đồ (nếu có);

- Giấy chuyển nhượng quyền nộp đơn trong trường hợp tác giả không phải là người nộp đơn yêu cầu cấp văn bằng bảo hộ.

6.5. Các lợi ích hợp pháp khi được pháp luật bảo hộ

Văn bằng bảo hộ Sáng chế là Bằng độc quyền Sáng chế, có hiệu lực trong phạm vi lãnh thổ Việt Nam từ ngày cấp đến hết 20 năm, tính từ ngày nộp đơn hợp lệ.

Văn bằng bảo hộ Giải pháp hữu ích là Bằng độc quyền Giải pháp hữu ích có hiệu lực từ ngày cấp đến hết 10 năm, tính từ ngày nộp đơn hợp lệ.

Sáng chế /Giải pháp hữu ích chỉ được bảo hộ như đã thể hiện trong yêu cầu bảo hộ.

➢ *Quyền của chủ sở hữu:*

Quyền chiếm hữu:

Chủ sở hữu có quyền chiếm hữu Sáng chế/Giải pháp hữu ích nhưng quyền chiếm hữu này không phải là chiếm hữu thực tế mà chỉ là chiếm hữu thông qua việc giữ bí mật các thông tin có liên quan;

Chủ sở hữu có quyền yêu cầu các cơ quan chức năng xử lý khi phát hiện bên thứ ba xâm phạm quyền sở hữu của mình.

Quyền sử dụng:

Chủ sở hữu Sáng chế/Giải pháp hữu ích có quyền sử dụng thông qua các hoạt động sau:

- Sản xuất sản phẩm theo Sáng chế/Giải pháp hữu ích được bảo hộ;

- Áp dụng quy trình được bảo hộ;

- Khai thác sản phẩm được bảo hộ;

- Đưa vào lưu thông, quảng cáo nhằm để bán, chào bán, tàng trữ để bán sản phẩm được bảo hộ hoặc sản phẩm được sản được sản xuất theo quy trình được bảo hộ;

- Nhập khẩu sản phẩm được bảo hộ hoặc sản phẩm được sản xuất theo quy trình được bảo hộ.

Quyền định đoạt:

Quyền định đoạt của chủ sở hữu đối với Sáng chế/Giải pháp hữu ích thể hiện ở các nội dung: chủ sở hữu có quyền chuyển giao quyền sử dụng (li-xăng), chuyển nhượng quyền sở hữu (đem bán), từ bỏ (yêu cầu hủy bỏ văn bằng bảo hộ của chính mình hoặc không tiếp tục gia hạn văn bằng bảo hộ).

II. QUYỀN CHỐNG CẠNH TRANH KHÔNG LÀNH MẠNH LIÊN QUAN ĐẾN SỞ HỮU CÔNG NGHIỆP

Điều 25 Nghị định 54/2000/NĐ-CP ngày 03 tháng 10 năm 2000 quy định về vấn đề này như sau:

Quyền chống cạnh tranh không lành mạnh liên quan tới sở hữu công nghiệp:

a). Tổ chức, cá nhân bị thiệt hại hoặc có khả năng bị thiệt hại do hành vi cạnh tranh không lành mạnh thuộc lĩnh vực sở hữu công nghiệp có quyền yêu cầu cơ quan nhà nước có thẩm quyền: buộc người có hành vi cạnh tranh không lành mạnh phải chấm dứt hành vi đó, yêu cầu bồi thường thiệt hại; xử lý hành chính hoặc truy cứu trách nhiệm hình sự đối với người có hành vi cạnh tranh không lành mạnh.

b). Các hội người tiêu dùng, hội nghề nghiệp của các tổ chức, cá nhân có quyền đại diện cho các hội viên của mình thực hiện quyền nêu tại khoản a, Điều này.

Hành vi cạnh tranh không lành mạnh liên quan tới sở hữu công nghiệp, bao gồm:

- Sử dụng các chỉ dẫn thương mại để làm sai lệch nhận thức và thông tin về chủ thể kinh doanh, cơ sở kinh doanh, hoạt động kinh doanh, hàng hóa, dịch vụ, nhằm mục đích:

+ Lợi dụng uy tín, danh tiếng của người sản xuất kinh doanh khác trong sản xuất kinh doanh của mình;

+ Làm thiệt hại đến uy tín, danh tiếng của người sản xuất kinh doanh khác trong sản xuất kinh doanh của mình;

+ Gây nhầm lẫn về xuất xứ, cách sản xuất, tính năng, chất lượng, số lượng hoặc đặc điểm khác của hàng hóa, dịch vụ; về điều kiện cung cấp hàng hóa, dịch vụ... cho người tiêu dùng trong quá trình nhận biết, chọn lựa hàng hóa, dịch vụ hoặc hoạt động kinh doanh.

- Chiếm đoạt, sử dụng thành quả đầu tư của người khác mà không được người đó cho phép.

Tuy nhiên, do quyền chống cạnh tranh không lành mạnh liên quan tới sở hữu công nghiệp phát sinh trên cơ sở những thiệt hại gây ra hoặc có khả năng gây ra cho cá nhân hoặc chủ thể khác, nên khi thực hiện quyền của mình, các chủ thể này có nghĩa vụ chứng minh hành vi vi phạm cũng như những thiệt hại gây ra hoặc có thể gây ra cho mình.

III. CÁC YÊU CẦU ĐỐI VỚI ĐƠN NỘP TẠI VIỆT NAM

1. Sáng chế và Giải pháp hữu ích (đơn quốc gia)

Tài liệu cần nộp:

1. Giấy ủy quyền có dấu và chữ ký của người nộp đơn (yêu cầu nộp đồng thời với đơn; bản sao Giấy ủy_quyền được chấp nhận tại thời điểm nộp đơn, bản gốc phải được nộp trong vòng 3 tháng kể từ ngày nộp đơn);

2. Hợp đồng chuyển nhượng sáng chế/Giải pháp hữu ích (GPHI) từ tác giả sáng chế/GPHI sang người nộp đơn nếu người nộp đơn không đồng thời là tác giả sáng chế/GPHI (yêu cầu nộp đồng thời với đơn; ó thể nộp bản sao hợp đồng tại thời điểm nộp đơn. Bản gốc phải được nộp bổ sung trong vòng 3 tháng kể từ ngày nộp đơn);

3. Hợp đồng chuyển nhượng Quyền ưu tiên (áp dụng trong trường hợp Người nộp đơn không đồng thời là người đã nộp đơn ưu tiên. Tài liệu này có thể được nộp trong vòng 3 tháng kể từ ngày nộp đơn);

4. Bản mô tả sáng chế hoặc GPHI, yêu cầu bảo hộ, hình vẽ (yêu cầu nộp đồng thời với đơn);

5. Bản sao có công chứng đơn đầu tiên hoặc tài liệu chứng nhận trưng bày triển lãm nếu trong đơn có yêu cầu hưởng quyền ưu tiên theo Công ước Paris (tài liệu này có thể nộp trong vòng 3 tháng kể từ ngày nộp đơn).

Thông tin cần cung cấp:

1. Tên đầy đủ, địa chỉ, quốc tịch của Người nộp đơn và tác giả;

2. Tên nước, số đơn, ngày nộp đơn của đơn ưu tiên.

2. Kiểu dáng công nghiệp

Tài liệu cần nộp:

1. Giấy ủy quyền có dấu và chữ ký của người nộp đơn (yêu cầu nộp đồng thời với đơn; bản sao Giấy ủy quyền được chấp nhận tại thời điểm nộp đơn, bản gốc phải được nộp trong vòng 3 tháng kể từ ngày nộp đơn);

2. Hợp đồng chuyển nhượng kiểu dáng công nghiệp (KDCN) từ Tác giả KDCN sang Người nộp đơn nếu Người nộp đơn không đồng thời là Tác giả (yêu cầu nộp đồng thời với đơn; có thể nộp bản sao hợp đồng tại thời điểm nộp đơn. Bản gốc phải được nộp bổ sung trong vòng 3 tháng kể từ ngày nộp đơn);

3. Hợp đồng chuyển nhượng Quyền ưu tiên (áp dụng trong trường hợp Người nộp đơn không đồng thời là người đã nộp đơn ưu tiên. Tài liệu này có thể được nộp trong vòng 3 tháng kể từ ngày nộp đơn);

4. Bản mô tả KDCN (yêu cầu nộp đồng thời với đơn);

5. 8 bộ ảnh chụp hoặc bộ bản vẽ KDCN gồm ảnh chụp hay bản vẽ mặt trước, mặt sau, bên phải, bên trái, phía trên, phía dưới và hình phối cảnh của KDCN. Kích thước ảnh chụp hoặc bản vẽ không lớn hơn 210 x 297 mm, và không nhỏ hơn 90 x 120 mm (yêu cầu nộp đồng thời với đơn; bản sao bộ ảnh chụp/hình vẽ được chấp nhận tại thời điểm nộp đơn. Các bản gốc phải được nộp trong vòng 3 tháng kể từ ngày nộp đơn);

6. Bản sao (có công chứng) đơn đầu tiên hoặc tài liệu chứng nhận trưng bày tại triển lãm nếu trong đơn có yêu cầu được hưởng quyền ưu tiên theo Công ước Paris (yêu cầu nộp trong vòng 3 tháng kể từ ngày nộp đơn).

Thông tin cần cung cấp:

1. Tên đầy đủ, địa chỉ, quốc tịch của Người nộp đơn và Tác giả KDCN ;

2. Ngày nộp đơn, số đơn, tên nước của đơn ưu tiên.

3. Nhãn hiệu hàng hóa/Nhãn hiệu dịch vụ

Tài liệu cần nộp :

1. 20 mẫu nhãn hiệu (yêu cầu nộp đồng thời với đơn);

+ Kích thước nhãn không nhỏ hơn 15 x 15mm và không lớn hơn 80 x 80mm.

2. Giấy ủy quyền có dấu và chữ ký của Người nộp đơn (yêu cầu nộp đồng thời với đơn; bản sao Giấy ủy quyền được chấp nhận tại thời điểm nộp đơn, bản gốc phải được nộp trong vòng 3 tháng kể từ ngày nộp đơn);

3. Một bản sao có công chứng Giấy phép kinh doanh (yêu cầu nộp đồng thời với đơn);

4. Một bản sao có công chứng Quy chế sử dụng nhãn hiệu nếu nhãn hiệu yêu cầu bảo hộ là nhãn hiệu tập thể (yêu cầu nộp đồng thời với đơn);

5. Bản sao có công chứng đơn ưu tiên hoặc Giấy chứng nhận trưng bày triển lãm nếu trong đơn có yêu cầu hưởng quyền ưu tiên theo Công ước Paris (yêu cầu nộp trong vòng 3 tháng kể từ ngày nộp đơn);

6. Tài liệu xác nhận về xuất xứ, giải thưởng, huy chương nếu trên nhãn hiệu có chứa đựng các thông tin đó (yêu cầu nộp trong vòng 3 tháng kể từ ngày nộp đơn).

Thông tin cần cung cấp:

1. Tên đầy đủ, địa chỉ và quốc tịch của Người nộp đơn;

2. Mô tả nhãn hiệu, ý nghĩa tổng thể của nhãn hiệu, màu sắc yêu cầu bảo hộ. Nếu nhãn hiệu có chứa chữ số không phải là chữ số Ảrập hoặc chữ số La-mã thì phải dịch ra chữ số Ảrập.

Hàng hóa / Dịch vụ:

1. Danh mục hàng hóa, dịch vụ mang nhãn hiệu;

2. Phân loại Quốc tế hàng hóa, dịch vụ (nếu biết).

4. Gia hạn hiệu lực Văn bằng bảo hộ

4.1. Bằng độc quyền KDCN

Tài liệu cần nộp:

1. Giấy ủy quyền có dấu và chữ ký của Người nộp đơn (yêu cầu nộp đồng thời với đơn; bản sao Giấy ủy quyền được chấp nhận tại thời điểm nộp đơn, bản gốc phải được nộp trong vòng 3 tháng kể từ ngày nộp đơn);

2. Bản gốc Bằng độc quyền KDCN (yêu cầu nộp đồng thời với đơn).

4.2. Giấy Đăng ký Nhãn hiệu hàng hóa

Tài liệu cần nộp:

1. Giấy ủy quyền có dấu và chữ ký của Người nộp đơn (yêu cầu nộp đồng thời với đơn; bản sao Giấy ủy quyền được chấp nhận tại thời điểm nộp đơn, bản gốc phải được nộp trong vòng 3 tháng kể từ ngày nộp đơn);

2. Bản gốc Giấy Đăng ký Nhãn hiệu hàng hóa (yêu cầu nộp đồng thời với đơn).

5. Yêu cầu công nhận nhãn hiệu nổi tiếng

Tài liệu và thông tin cần cung cấp:

1. Giấy ủy quyền có dấu và chữ ký của người nộp đơn (yêu cầu nộp đồng thời với đơn; bản sao Giấy ủy quyền được chấp nhận tại thời điểm nộp đơn, bản gốc phải được nộp trong vòng 3 tháng kể từ ngày nộp đơn);

2. Bản sao có công chứng Giấy phép kinh doanh (yêu cầu nộp đồng thời với đơn);

3. 12 mẫu nhãn hiệu (nộp đồng thời với đơn);

4. Tài liệu chứng minh sự nổi tiếng của nhãn hiệu, có thể bao gồm – nhưng không chỉ giới hạn ở - các tài liệu nhằm làm rõ các vấn đề sau:

- Lượng người tiêu dùng liên quan đã biết đến nhãn hiệu

thông qua mua bán, sử dụng sản phẩm hoặc dịch vụ mang nhãn hiệu hoặc thông qua quảng cáo;

- Phạm vi lãnh thổ mà sản phẩm hoặc dịch vụ mang nhãn hiệu đã được lưu hành;

- Doanh số từ việc bán sản phẩm hoặc cung cấp dịch vụ mang nhãn hiệu hoặc số lượng sản phẩm đã được bán ra;

- Thời gian sử dụng liên tục nhãn hiệu;

- Số lượng quốc gia bảo hộ nhãn hiệu; số lượng quốc gia công nhận nhãn hiệu là nổi tiếng;

- Giá trị của nhãn hiệu dưới hình thức chuyển nhượng quyền sở hữu, chuyển giao quyền sử dụng, góp vốn đầu tư, v.v...

6. Tên gọi xuất xứ

Tài liệu và thông tin cần cung cấp:

1. Tên đầy đủ, địa chỉ và quốc tịch của Người nộp đơn;

2. Giấy ủy quyền có dấu và chữ ký của người nộp đơn (yêu cầu nộp đồng thời với đơn; bản sao Giấy ủy quyền được chấp nhận tại thời điểm nộp đơn, bản gốc phải được nộp trong vòng 3 tháng kể từ ngày nộp đơn);

3. Bản sao có công chứng Giấy phép kinh doanh (yêu cầu nộp đồng thời với đơn);

4. Bản thuyết minh về đặc thù chất lượng của sản phẩm mang tên gọi xuất xứ hàng hóa, trong đó có xác nhận của cơ quan quản lý chất lượng hàng hóa của trung ương hoặc của địa phương nơi có tên gọi xuất xứ hàng hóa rằng sản phẩm do người nộp đơn sản xuất hoặc kinh doanh có tính chất, chất lượng đặc thù và được sản xuất tại vùng lãnh thổ tương ứng với tên gọi xuất xứ hàng hóa (nộp đồng thời với đơn);

7. Đăng ký hợp đồng chuyển nhượng sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp hoặc nhãn hiệu hàng hóa

Hợp đồng chuyển nhượng phải bao gồm các nội dung chính sau đây:

1. Tên đầy đủ và địa chỉ của Bên chuyển nhượng và Bên nhận chuyển nhượng.

2. Thông tin chi tiết về đối tượng được chuyển nhượng.

3. Giá chuyển nhượng và phương thức thanh toán.

4. Quyền và nghĩa vụ của các bến.

5. Điều kiện sửa đổi, chấm dứt, vô hiệu hợp đồng.

6. Cách thức giải quyết khiếu nại, tranh chấp.

7. Ngày và nơi ký kết hợp đồng, chữ ký của các bên hoặc của người đại diện có thẩm quyền của các bên kèm theo họ tên, chức vụ của người ký và xác nhận chữ ký.

Lưu ý:

(i) Đối tượng SHCN được chuyển nhượng phải đang trong thời hạn bảo hộ;

(ii) Hợp đồng chuyển nhượng phải được đăng ký tại Cục Sở hữu công nghiệp để có hiệu lực pháp luật;

(iii) Các bên tham gia Hợp đồng phải đóng dấu vào hợp đồng. Nếu không có con dấu thì phải được cơ quan Công chứng Nhà nước chứng thực.

Tài liệu cần cung cấp cho việc đăng ký Hợp đồng Chuyển nhượng:

1. Giấy ủy quyền có dấu và chữ ký của Bên chuyển nhượng và Bên nhận chuyển nhượng (yêu cầu nộp đồng thời với đơn; bản sao Giấy ủy quyền được chấp nhận tại thời điểm nộp đơn, bản gốc phải được nộp trong vòng 3 tháng kể từ ngày nộp đơn);

2. Hai bản gốc Hợp đồng chuyển nhượng hoặc hai bản sao có công chứng Hợp đồng chuyển nhượng kèm theo các phụ lục (nếu có);

3. Bản gốc Bằng độc quyền sáng chế, Bằng độc quyền Giải pháp hữu ích, Bằng độc quyền KDCN, hoặc Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hoá;

4. Giấy phép kinh doanh của Bên nhận chuyển nhượng (áp dụng trong trường hợp đối tượng được chuyển nhượng là nhãn hiệu hàng hoá).

8. Đăng ký hợp đồng chuyển giao quyền sử dụng Sáng chế, Giải pháp hữu ích, Kiểu dáng công nghiệp hoặc Nhãn hiệu hàng hóa

Hợp đồng chuyển giao quyền sử dụng (li-xăng) các đối tượng SHCN nêu trên phải bao gồm các nội dung chính sau đây:

1. Tên đầy đủ và địa chỉ của Bên giao li-xăng và Bên nhận li-xăng;

2. Thông tin chi tiết về đối tượng SHCN được chuyển giao;

3. Phạm vi li-xăng, trong đó nêu rõ:

- Dạng Hợp đồng li-xăng: độc quyền hay không độc quyền;

- Đối tượng li-xăng được xác định bằng giới hạn quyền sử dụng (thuộc các hành vi sử dụng) và giới hạn đối tượng SHCN (thuộc khối lượng bảo hộ đối tượng SHCN);

- Phạm vi lãnh thổ của Hợp đồng li-xăng (lãnh thổ Việt Nam);

- Thời hạn Hợp đồng li-xăng (trong phạm vi thời hạn bảo hộ sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghệp hoặc nhãn hiệu hàng hóa tại thời điểm chuyển giao);

Đối với hợp đồng li-xăng thứ cấp, phạm vi li-xăng phải thuộc phạm vi li-xăng của Hợp đồng li-xăng độc quyền trên thứ cấp tương ứng.

4. Giá li-xăng;

5. Quyền và nghĩa vụ của các bên tham gia hợp đồng;

6. Điều kiện sửa đổi, chấm dứt và vô hiệu hợp đồng;

7. Các biện pháp giải quyết khiếu nại và tranh chấp;

8. Ngày và nơi ký kết hợp đồng;

9. Chữ ký của các Bên hoặc của người đại diện có thẩm quyền của các Bên, kèm theo họ tên, chức vụ của người ký.

Lưu ý:

(i) Hợp đồng li-xăng phải được đăng ký với Cục Sở hữu công nghiệp để có hiệu lực pháp luật;

(ii) Chữ ký của người ký hợp đồng phải được xác nhận bằng cách đóng dấu của công ty hoặc được cơ quan Công chứng chứng thực.

Tài liệu cần cung cấp cho việc đăng ký Hợp đồng li-xăng:

1. Giấy ủy quyền có dấu và chữ ký của Bên giao li-xăng hoặc Bên nhận li-xăng (yêu cầu nộp đồng thời với đơn; bản sao Giấy ủy quyền được chấp nhận tại thời điểm nộp đơn, bản gốc phải được nộp trong vòng 3 tháng kể từ ngày nộp đơn);

2. Hai bản gốc Hợp đồng li-xăng hoặc hai bản sao có công chứng Hợp đồng li-xăng kèm theo các phụ lục (nếu có);

3. Bản sao có công chứng Bằng độc quyền sáng chế, Bằng độc quyền Giải pháp hữu ích, Bằng độc quyền KDCN, hoặc Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hoá;

4. Bản sao có công chứng Giấy phép/Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh của Bên nhận li-xăng (áp dụng trong trường hợp đối tượng chuyển giao là nhãn hiệu hàng hóa).

9. Bản quyền

Tài liệu và thông tin cần cung cấp khi đăng ký bản quyền:

I. Về tác giả, chủ sở hữu tác phẩm

A. Nếu chủ sở hữu tác phẩm đồng thời là tác giả/các đồng tác giả:

1. Giấy ủy quyền của chủ sở hữu tác phẩm hoặc của tất cả các tác giả/ các đồng tác giả (có xác nhận chữ ký của chính quyền nơi cư trú, cơ quan Công chứng hoặc cơ quan quản lý nhân sự) - 1 bản (theo mẫu);

2. Bản sao chứng minh nhân dân của tất cả các tác giả/các đồng tác giả (kèm theo bản chính chứng minh nhân dân để đối chiếu nếu bản sao không có công chứng) - 1 bản;

3. Các thông tin khác: tên đầy đủ, địa chỉ, số điện thoại, fax của tất cả các tác giả/các đồng tác giả, chủ sở hữu tác phẩm, bút danh (nếu có) của tất cả các tác giả/ các đồng tác giả;

B. Nếu chủ sở hữu không đồng thời là tác giả/ các đồng tác giả:

1. Giấy ủy quyền của chủ sở hữu tác phẩm hoặc của tất cả các tác giả/ các đồng tác giả - 1 bản (theo mẫu);

2. Giấy chuyển nhượng tác phẩm từ tác giả/các đồng tác giả cho chủ sở hữu tác phẩm (có xác nhận chữ ký); hoặc Giấy chứng nhận tác phẩm xin đăng ký là tác phẩm được thực hiện theo nhiệm vụ công tác hoặc hợp đồng làm thuê - 1 bản (theo mẫu);

3. Bản sao có công chứng Giấy phép kinh doanh hoặc Giấy phép hoạt động của công ty, tổ chức (nếu chủ sở hữu tác phẩm là công ty, tổ chức) - 1 bản;

4. Bản sao chứng minh nhân dân của tất cả các tác giả/các đồng tác giả (kèm theo bản chính chứng minh nhân dân để đối chiếu nếu bản sao không có công chứng) - 1 bản;

5. Các thông tin khác: tên đầy đủ, địa chỉ, số điện thoại, fax của tất cả các tác giả/các đồng tác giả, chủ sở hữu tác phẩm, bút danh (nếu có) của tất cả các tác giả/các đồng tác giả.

II. Về tác phẩm

1. Tác phẩm cần đăng ký – 3 bản;

2. Giấy cam đoan của tất cả các tác giả/các đồng tác giả độc lập sáng tạo tác phẩm, không vi phạm bản quyền của ai (có xác nhận chữ ký) - 1 bản (theo mẫu);

3. Các thông tin khác: tác phẩm đã được công bố hay chưa; thời gian công bố (ngày tháng năm), nơi công bố, hình thức công bố (nếu đã được công bố);

Các quy định riêng đối với các tác phẩm phần mềm máy tính:

1. Phần mềm máy tính cần đăng ký (ghi trên đĩa CD-R) - 3 bản;

2. Bản mô tả phần mềm máy tính xin đăng ký bản quyền (cần chi tiết, nêu bật các khác biệt, độc đáo so với các chương trình khác, hướng dẫn sử dụng...) - 3 bản;

3. Giấy cam đoan của tất cả các tác giả/các đồng tác giả không vi phạm bản quyền phần mềm máy tính và cơ sở dữ liệu của ai khi xây dựng phần mềm (có xác nhận chữ ký) (Nếu tác giả phần mềm máy tính và tác giả phần cơ sở dữ liệu là một thì chung một giấy cam đoan, nếu là 2 tác giả khác nhau thì làm 2 bản cam đoan về phần mềm máy tính và cơ sở dữ liệu riêng biệt) - 1 bản (theo mẫu);

4. Các thông tin khác: tác phẩm đã được công bố hay chưa, thời gian công bố (ngày, tháng, năm), nơi công bố, hình thức công bố.

IV. HƯỚNG DẪN ĐĂNG KÝ NHÃN HIỆU HÀNG HÓA Ở NƯỚC NGOÀI *(Nguồn:: www.pham.com.vn)*

1. Đăng ký nhãn hiệu hàng hóa ở Mỹ

1.1. Khái quát chung

Hợp chúng quốc Hoa Kỳ (còn gọi là Mỹ) là thành viên của nhiều hiệp ước quốc tế liên quan đến bảo hộ sở hữu trí tuệ, trong đó có Công ước Paris về Bảo hộ Sở hữu công nghiệp và Thỏa ước NICE về Phân loại Quốc tế Hàng hóa và Dịch vụ.

Những người nào là chủ sở hữu nhãn hiệu và thực sự muốn sử dụng nhãn hiệu đó trong thương mại tại Mỹ đều có quyền đăng ký nhãn hiệu tại Mỹ. Người nộp đơn có thể dựa vào một trong các căn cứ sau để tiến hành nộp đơn đăng ký nhãn hiệu hàng hóa tại Mỹ:

- Nhãn hiệu đã được sử dụng trong thương mại tại Mỹ;
- Có ý định sử dụng nhãn hiệu trong thương mại tại Mỹ;

- Nhãn hiệu đã được nộp đơn đăng ký tại một nước là thành viên của Công ước Paris, hoặc nước là thành viên của một Thỏa ước quốc tế về nhãn hiệu mà Mỹ công nhận; hoặc

- Nhãn hiệu đã được đăng ký tại nước xuất xứ của Người nộp đơn.

Bạn có thể nộp đơn đăng ký nhãn hiệu hàng hóa ở Mỹ bằng cách hoặc nộp đơn trực tuyến qua mạng Internet bằng cách truy cập vào trang web của Cơ quan Sáng chế và Nhãn hiệu hàng hóa Mỹ, địa chỉ www.uspto.gov, và thực hiện theo đúng các chỉ dẫn trên đó; hoặc nộp đơn thông qua Công ty Tư vấn Luật về Sở hữu trí tuệ của Việt Nam (chúng tôi xin giới thiệu với các bạn Công ty Tư vấn Luật Phạm & Liên danh).

Một đơn xin đăng ký nhãn hiệu hàng hóa chỉ được nộp cho một nhãn hiệu cho một hoặc nhiều nhóm sản phẩm hoặc/và dịch vụ. Điều này có nghĩa là nếu sản phẩm, dịch vụ mang nhãn hiệu thuộc nhiều nhóm phân loại quốc tế hàng hóa, dịch vụ thì Người nộp đơn cũng chỉ cần nộp một đơn.

Dưới đây là một số thông tin cần thiết liên quan đến việc đăng ký và duy trì hiệu lực một đăng ký nhãn hiệu hàng hóa tại Mỹ.

1.2. Loại nhãn hiệu được đăng ký ở Mỹ

Nhãn hiệu hàng hóa, nhãn hiệu dịch vụ, nhãn hiệu tập thể, và nhãn hiệu chứng nhận.

1.3. Thủ tục nộp đơn

Nếu bạn muốn nộp đơn đăng ký nhãn hiệu hàng hóa ở Mỹ thông qua Công ty Tư vấn Luật Phạm và Liên danh, bạn cần liên lạc và cung cấp cho họ những tài liệu và thông tin sau:

Tài liệu và thông tin chung:

1. 01 mẫu nhãn hiệu xin đăng ký;

2. Danh mục cụ thể hàng hóa, dịch vụ mang nhãn hiệu (kèm theo phân loại quốc tế hàng hóa, dịch vụ, nếu biết);

3. Tên đầy đủ, địa chỉ, số điện thoại, số fax (nếu có), và quốc tịch của Người nộp đơn;

Ngoài các tài liệu và thông tin nêu trên, tùy thuộc căn cứ nộp đơn là gì, Người nộp đơn phải cung cấp thêm các tài liệu và thông tin tương ứng như sau.

– Nếu căn cứ nộp đơn là nhãn hiệu đã được sử dụng:

+ Người nộp đơn phải tuyên bố trong Đơn rằng nhãn hiệu đã được sử dụng, đồng thời nêu rõ ngày nhãn hiệu được sử dụng lần đầu tiên trong thương mại ở Mỹ, ngày nhãn hiệu được sử dụng lần đầu tiên ở bất cứ đâu;

+ Mẫu bao bì, nhãn sản phẩm, hoặc ảnh chụp hàng hóa thuộc mỗi nhóm sản phẩm có chứa nhãn hiệu, hoặc ảnh chụp quảng cáo dịch vụ thuộc mỗi nhóm có gắn nhãn hiệu dịch vụ, để chứng minh nhãn hiệu đã được sử dụng trong thực tế (được nộp kèm theo Đơn).

– Nếu căn cứ nộp đơn là có ý định sử dụng nhãn hiệu:

+ Người nộp đơn phải tuyên bố trong Đơn rằng có ý định sử dụng trung thực nhãn hiệu trong thương mại tại Mỹ;

Chú ý: Nếu Đơn được nộp đơn dựa trên căn cứ này, Người nộp đơn phải tiến hành sử dụng nhãn hiệu thực sự trong thương mại tại Mỹ sau khi nộp Đơn, và phải nộp một bản Tuyên bố sử dụng kèm theo mẫu bao bì, nhãn sản phẩm, hay ảnh chụp sản phẩm mang nhãn hiệu trước khi Cơ quan Sáng chế và Nhãn hiệu hàng hóa Mỹ đăng ký nhãn hiệu (vấn đề này sẽ được nêu cụ thể hơn ở phần XÉT NGHIỆM ĐƠN dưới đây). Nếu nhãn hiệu không được sử dụng trong thực tế và Người nộp đơn không nộp Tuyên bố sử dụng trong thời hạn ấn định thì đơn coi như bị từ bỏ.

– Nếu căn cứ nộp đơn là đơn đã nộp ở nước khác:

+ Người nộp đơn phải tuyên bố trong Đơn rằng có ý định sử dụng trung thực nhãn hiệu trong thương mại tại Mỹ;

+ Nêu rõ trong Đơn tên nước, số đơn, ngày nộp đơn của Đơn đã nộp trước;

+ Bản sao có công chứng Đơn đã nộp.

– Nếu căn cứ nộp đơn là nhãn hiệu đã được đăng ký ở nước xuất xứ của Người nộp đơn:

+ Người nộp đơn phải tuyên bố trong Đơn rằng có ý định sử dụng trung thực nhãn hiệu trong thương mại tại Mỹ;

+ Người nộp đơn nêu rõ trong đơn tên nước, số đăng ký, ngày đăng ký của nhãn hiệu;

+ Bản sao có công chứng Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu.

1.4. Xét nghiệm đơn

Cơ quan Sáng chế và Nhãn hiệu hàng hóa Mỹ (sau đây gọi tắt là "Cơ quan Đăng ký") sẽ tiến hành xét nghiệm đơn và ra thông báo kết quả xét nghiệm đơn trong vòng 5 tháng kể từ ngày nộp đơn.

Trong quá trình xét nghiệm, nếu xét thấy Đơn cần phải sửa đổi, bổ sung, hoặc nhãn hiệu không đáp ứng các tiêu chuẩn bảo hộ, Cơ quan Đăng ký sẽ ra Thông báo kết quả xét nghiệm đơn, nêu rõ ý kiến của xét nghiệm viên. Người nộp đơn phải trả lời Thông báo kết quả xét nghiệm trong thời hạn 6 tháng kể từ ngày ra Thông báo đó (thời hạn 6 tháng này không được phép gia hạn). Nếu hết hạn 6 tháng mà Người nộp đơn không có công văn trả lời thì đơn coi như bị từ bỏ.

Nếu đơn đáp ứng tiêu chuẩn bảo hộ, xét nghiệm viên sẽ đồng ý chuyển đơn sang giai đoạn công bố đơn trên Công Báo Nhãn hiệu Hàng Hóa để bất kỳ bên thứ ba nào có quyền và lợi ích liên quan đều có thể phản đối việc đăng ký nhãn hiệu (*xem PHẢN ĐỐI ĐƠN dưới đây*).

Hết thời hạn công bố đơn, nếu không có ai phản đối, Cơ quan Đăng ký sẽ tiến hành cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu.

Yêu cầu bổ sung đối với Đơn nộp trên cơ sở có ý định sử dụng:

Riêng đối với Đơn nhãn hiệu nộp trên cơ sở có ý định sử dụng, trước khi Cơ quan Đăng ký đăng ký nhãn hiệu, Người nộp đơn bắt buộc phải sử dụng nhãn hiệu trong thương mại tại Mỹ và phải nộp một bản Viện Dẫn Sử Dụng (Allegement of Use) để chứng minh việc sử dụng nhãn hiệu. Nếu không nộp thì Đơn sẽ bị coi là từ bỏ. Bản Viện Dẫn Sử Dụng nếu được nộp trước khi đơn nhãn hiệu được xét nghiệm viên đồng ý chuyển sang giai đoạn công bố đơn trên Công báo Nhãn Hiệu Hàng Hóa được gọi là Sửa Đổi Viện Dẫn Sử Dụng (Amendment to Allege Use), còn nếu được nộp sau ngày ra Thông báo Chấp nhận đăng ký của Cơ quan Đăng ký được gọi là Tuyên Bố Sử Dụng (Statement of Use). Nội dung của hai bản này về bản chất là giống nhau chỉ khác về thời điểm nộp. Dù là nộp bản Sửa Đổi Viện Dẫn Sử Dụng hay Tuyên Bố Sử Dụng, Người nộp đơn bắt buộc phải nộp kèm theo mẫu bao bì, hoặc nhãn sản phẩm, hoặc ảnh chụp sản phẩm, quảng cáo dịch vụ thuộc mỗi nhóm sản phẩm, dịch vụ để chứng minh nhãn hiệu đã được thực sự sử dụng trong thương mại và một khoản lệ phí theo luật định.

Tuyên Bố Sử Dụng phải được nộp trong vòng 6 tháng kể từ ngày Cơ quan Đăng ký ra Thông báo Chấp nhận đăng ký nhãn hiệu (Thông báo Chấp nhận đăng ký nhãn hiệu được ra sau khi không có bên thứ ba phản đối đơn trong thời hạn luật định là 30 ngày kể từ ngày công bố đơn, hoặc trong thời hạn xin gia hạn phản đối đơn). Nếu trong thực tế nhãn hiệu chưa được sử dụng trong thương mại, Người nộp đơn phải nộp đơn xin gia hạn nộp Tuyên Bố Sử Dụng trước khi thời hạn 6 tháng hết hạn. Người nộp đơn được phép gia hạn 5 lần, mỗi lần 6 tháng (tổng số thời gian gia hạn không quá 36 tháng) để nộp Tuyên Bố Sử Dụng.

Chú ý: Nếu Tuyên Bố Sử Dụng được nộp trong giai đoạn sau khi xét nghiệm viên đồng ý chuyển đơn sang công bố đơn và trước khi Cơ quan Đăng ký ra Thông báo Chấp nhận đăng ký đơn sẽ bị gửi trả lại cho Người nộp đơn.

Sau khi Tuyên Bố Sử Dụng được nộp đúng thời hạn như qui

định và được chấp nhận, Cơ quan Đăng ký sẽ cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu.

1.5. Phản đối đơn

Sau khi đơn nhãn hiệu được công bố trên Công báo Nhãn hiệu Hàng hóa, trong vòng 30 ngày kể từ ngày công bố, bất kỳ người nào tin tưởng rằng việc đăng ký nhãn hiệu sẽ gây thiệt hại cho quyền và lợi ích hợp pháp của mình đều có quyền nộp đơn phản đối đăng ký nhãn hiệu với Cơ quan Đăng ký. Người phản đối phải nêu rõ lý do phản đối và nộp lệ phí phản đối đơn.

Người có quyền và lợi ích liên quan có thể nộp đơn xin gia hạn thời gian nộp đơn phản đối trước ngày kết thúc thời hạn 30 ngày nêu trên hoặc trước khi kết thúc thời hạn xin gia hạn lần trước và phải trả lệ phí gia hạn. Những lần xin gia hạn lần sau phải nêu rõ lý do xin gia hạn. Tổng số thời gian xin gia hạn nộp đơn phản đối không vượt quá 120 ngày kể từ ngày công bố đơn.

1.6. Thời hạn bảo hộ và gia hạn hiệu lực đăng ký nhãn hiệu

Sau khi được đăng ký, Nhãn hiệu được bảo hộ 10 năm kể từ ngày nộp đơn. Thời hạn hiệu lực của nhãn hiệu được gia hạn nhiều lần liên tục, mỗi lần 10 năm.

Đơn xin gia hạn hiệu lực bảo hộ nhãn hiệu có thể được nộp trong vòng 1 năm trước ngày hết hạn hiệu lực hoặc trong vòng 6 tháng kể từ ngày hết hạn hiệu lực. Nếu đơn xin gia hạn không được nộp trong thời hạn nêu trên, thì nhãn hiệu đăng ký sẽ bị hết hiệu lực.

Tài liệu và thông tin cần thiết cho việc gia hạn hiệu lực nhãn hiệu:

1. Tên đầy đủ, địa chỉ, số điện thoại, số fax (nếu có), và quốc tịch của chủ sở hữu nhãn hiệu;

2. Mẫu nhãn hiệu đã được đăng ký; Số đăng ký, ngày đăng ký;

3. Liệt kê đầy đủ và cụ thể hàng hóa, dịch vụ trong đăng ký có sử dụng nhãn hiệu trong thương mại;

4. Liệt kê đầy đủ hàng hóa, dịch vụ trong đăng ký mà chủ sở hữu không sử dụng nhãn hiệu đã đăng ký cho các hàng hóa, dịch vụ đó trong thương mại (nếu có); lý do không sử dụng và nêu rõ không có ý định từ bỏ nhãn hiệu;

5. Mẫu bao bì, nhãn sản phẩm, ảnh chụp hàng hóa hay quảng cáo dịch vụ chứng minh nhãn hiệu đang được sử dụng;

6. Lệ phí gia hạn hiệu lực.

1.7. Nộp Bản Tuyên thệ tiếp tục sử dụng nhãn hiệu đã đăng ký

Để duy trì hiệu lực của nhãn hiệu đã đăng ký, chủ sở hữu nhãn hiệu phải nộp Bản Tuyên thệ hoặc Bản Tuyên bố sử dụng nhãn hiệu trong thương mại, kèm theo bằng chứng sử dụng nhãn hiệu trong thực tế, hoặc trình bày lý do không sử dụng nhãn hiệu. Nếu không, nhãn hiệu sẽ bị hủy bỏ.

Chủ sở hữu nhãn hiệu phải nộp tài liệu nêu trên trong vòng năm thứ 6 kể từ ngày đăng ký nhãn hiệu. Có thể nộp muộn hơn thời hạn này nhưng không quá 6 tháng kể từ ngày kết thúc năm thứ 6 và chủ sở hữu phải nộp thêm lệ phí nộp muộn.

1.8. Chuyển nhượng nhãn hiệu

Trong thời gian hiệu lực của nhãn hiệu, chủ sở hữu nhãn hiệu có thể chuyển nhượng quyền sở hữu nhãn hiệu cho bên thứ ba. Hợp đồng chuyển nhượng nhãn hiệu phải được lập bằng văn bản và bắt buộc phải được đăng ký với Cơ quan Đăng ký trong vòng 3 tháng kể từ ngày ký kết hợp đồng. Ngày ghi nhận chuyển nhượng là ngày Cơ quan Đăng ký nhận được đầy đủ các tài liệu và thông tin theo yêu cầu.

Tài liệu và thông tin cần thiết cho việc đăng ký Hợp đồng chuyển nhượng:

1. Bản gốc, hoặc bản sao có công chứng Hợp đồng chuyển nhượng, kèm theo bản phụ lục (nếu có). Nếu hợp đồng không

được làm bằng tiếng Anh thì phải kèm theo bản dịch tiếng Anh Hợp đồng, có xác nhận dịch đúng với bản gốc;

2. Thông tin đầy đủ về nhãn hiệu được chuyển nhượng hoặc bản sao Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa tại Mỹ.

1.9. Chuyển giao quyền sử dụng nhãn hiệu (Licensing)

Trong thời gian có hiệu lực của nhãn hiệu, chủ sở hữu nhãn hiệu có thể chuyển giao một phần hoặc toàn bộ quyền sử dụng nhãn hiệu cho bên thứ ba thông qua hợp đồng li-xăng. Hợp đồng li-xăng phải được lập bằng văn bản và phải được đăng ký với Cơ quan Đăng ký trong vòng 3 tháng kể từ ngày ký kết hợp đồng. Ngày đăng ký hợp đồng li-xăng là ngày Cơ quan đăng ký nhận được đầy đủ các tài liệu và thông tin theo yêu cầu.

Tài liệu và thông tin cần thiết cho việc đăng ký Hợp đồng li-xăng:

1. Bản gốc, hoặc bản sao có công chứng Hợp đồng li-xăng, kèm theo Phụ lục nếu có. Nếu Hợp đồng không được làm bằng tiếng Anh thì phải kèm theo bản dịch tiếng Anh có xác nhận dịch đúng với bản gốc (nộp đồng thời cùng với Đơn);

2. Thông tin đầy đủ về nhãn hiệu được li-xăng; hoặc bản sao Giấy chứng nhận Đăng ký Nhãn hiệu hàng hóa tại Mỹ.

2. Đăng ký nhãn hiệu ở châu Âu

2.1. Khái quát chung

Các nước thành viên CỘNG ĐỒNG CHÂU ÂU:

Các nước thành viên Cộng Đồng Châu Âu gồm 15 nước: Áo, Bỉ, Bồ Đào Nha, Đan Mạch, Đức, Hà Lan, Hy Lạp, Luxămbua, Phần Lan, Pháp, Ai-len, Ý, Tây Ban Nha, Thụy Điển và Vương quốc Anh. Ngôn ngữ được dùng tại các quốc gia này đều được coi là ngôn ngữ chính thức của Cộng Đồng Châu Âu.

Nhãn hiệu Cộng đồng:

Để giúp các chủ sở hữu nhãn hiệu tiến hành đăng ký nhãn hiệu hàng hóa của mình vào các nước Cộng Đồng Châu Âu

thuận lợi, nhanh chóng và đỡ tốn kém hơn, Cộng Đồng Châu Âu đã lập ra một hệ thống đăng ký nhãn hiệu hàng hóa riêng, độc lập vào các nước thuộc Cộng đồng. Nhãn hiệu hàng hóa được đăng ký thông qua hệ thống này được gọi là nhãn hiệu cộng đồng hay còn gọi là CTM. CTM là các chữ cái đầu của tên tiếng Anh "Community Trade Mark". Khi đăng ký nhãn hiệu hàng hóa qua hệ thống đăng ký CTM, chủ sở hữu nhãn hiệu chỉ phải nộp một đơn duy nhất cho một cơ quan đăng ký được thành lập riêng, độc lập với hệ thống đăng ký quốc gia của mỗi nước thành viên. Để được đăng ký CTM, nhãn hiệu phải được cả 15 nước trong Cộng đồng đồng ý. Sau khi được đăng ký tại cơ quan đăng ký này, nhãn hệu đó sẽ có hiệu lực ở tất cả các nước thành viên Cộng Đồng Châu Âu. Ngược lại, nếu nhãn hiệu bị hủy bỏ hay mất hiệu lực ở một nước thành viên thì đương nhiên bị mất hiệu lực trong cả Cộng đồng.

Trong quá trình đăng ký, chỉ cần một trong 15 nước từ chối bảo hộ thì việc đăng ký nhãn hiệu thông qua hệ thống đăng ký CTM coi như không thành. Lúc này, nếu chủ sở hữu vẫn muốn đăng ký nhãn hiệu vào những nước thành viên khác không từ chối bảo hộ nhãn hiệu thì có thể chuyển đơn đăng ký CTM thành nhiều đơn đăng ký quốc gia vào từng nước này, và vẫn được bảo lưu ngày nộp đơn của đơn CTM trong các đơn quốc gia đó.

Vì hệ thống đăng ký CTM là độc lập và không có ảnh hưởng đối với hệ thống đăng ký quốc gia của mỗi nước thành viên Cộng đồng, nên chủ sở hữu nhãn hiệu hoàn toàn tự do nộp đơn đăng ký nhãn hiệu CTM, hoặc nộp đơn quốc gia, hoặc cả hai. Điều này có nghĩa là nhãn hiệu CTM và nhãn hiệu đăng ký quốc gia đều có thể song song tồn tại.

Cơ quan nhận đơn đăng ký CTM:

Đơn đăng ký CTM được nộp cho cơ quan đăng ký có tên là "The Office for Harmonization in the Internal Market" viết tắt là OHIM có trụ sở đóng tại Tây Ban Nha. Văn phòng OHIM chính thức hoạt động từ 01/4/1996.

Chủ thể nộp đơn CTM:

- Cá nhân, pháp nhân thuộc các nước thành viên Cộng Đồng Châu Âu;

- Cá nhân, pháp nhân thuộc các nước thành viên Công ước Paris, hay Hiệp định TRIPs;

- Cá nhân, pháp nhân có nơi cư trú hoặc trụ sở kinh doanh đóng tại một trong các nước là thành viên của Cộng đồng Châu Âu, Công ước Paris, hoặc Hiệp định TRIPs.

Việt Nam là thành viên của Công ước Paris. Vì vậy các cá nhân, pháp nhân Việt Nam nếu có nhu cầu đều có thể nộp đơn đăng ký CTM tại OHIM. Công ty Phạm và Liên danh có khả năng giúp các các khách hàng Việt Nam liên lạc và đăng ký CTM.

Ngôn ngữ của đơn:

Đơn đăng ký nhãn hiệu CTM có thể được làm bằng một trong 11 ngôn ngữ chính thức của Cộng đồng (đây được gọi là ngôn ngữ thứ nhất). Trong đơn, người nộp đơn phải tuyên bố chọn một trong 5 ngôn ngữ: Tây Ban Nha, Đức, Anh, Pháp và Ý (đây là 5 ngôn ngữ chính thức được sử dụng ở OHIM) là ngôn ngữ thứ hai để sử dụng khi tiến hành các thủ tục, ví dụ như phản đối đơn, khiếu nại, hủy bỏ hiệu lực, v.v...

2.2. Loại nhãn hiệu được đăng ký

Nhãn hiệu hàng hóa, nhãn hiệu dịch vụ, nhãn hiệu tập thể và nhãn hiệu chứng nhận.

2.3. Thủ tục nộp đơn

Tài liệu và thông tin cần cung cấp:

1. Tên đầy đủ, địa chỉ, số điện thoại, số fax (nếu có), và quốc tịch của Người nộp đơn;

2. Giấy ủy quyền của Người nộp đơn (mẫu sẽ được gửi cho khách hàng trên cơ sở yêu *cầu);*

3. 5 mẫu nhãn hiệu cần đăng ký;

4. Danh mục hàng hóa, dịch vụ mang nhãn hiệu;

5. Phân loại quốc tế hàng hóa, dịch vụ (nếu biết);

2.4. Xét nghiệm đơn

Đơn sau khi nộp tại OHIM sẽ được cơ quan này xét nghiệm về hình thức. Nếu đơn có đủ các thông tin và tài liệu nêu trên, ngày nộp đơn được ghi nhận. Sau đó đơn được chuyển sang xét nghiệm nội dung.

Trong giai đoạn xét nghiệm nội dung, nhãn hiệu trong đơn chỉ được xét nghiệm trên cơ sở tuyệt đối (absolute grounds) tức là đánh giá về khả năng phân biệt của nhãn hiệu, ví dụ nhãn hiệu có thuộc các dấu hiệu loại trừ theo qui định của pháp luật hay không; có trái với trật tự công cộng và đạo đức xã hội hay không; nhãn hiệu có phải là một thuật ngữ chung theo các ngôn ngữ của cộng đồng cho hàng hóa và dịch vụ hay không; nhãn hiệu có gây nhầm lẫn cho công chúng về bản chất, nguồn gốc địa lý của hàng hóa và dịch vụ mang nhãn hiệu hay không.

Chú ý: Trong giai đoạn xét nghiệm nội dung và trước khi công bố đơn trên công báo CTM của OHIM, OHIM không tự động xét nghiệm nhãn hiệu trên cơ sở tương đối (relative grounds), tức là không xem xét xem nhãn hiệu có trùng lặp hoặc tương tự gây nhầm lẫn với các nhãn hiệu đã được đăng ký trước hoặc đơn nộp trước hay không. Việc xét nghiệm này chỉ được thực hiện trên cơ sở yêu cầu của bên thứ ba khi thực hiện thủ tục phản đối đơn, hoặc thủ tục hủy bỏ sau khi nhãn hiệu đã được đăng ký.

Nếu nhãn hiệu hoàn toàn có khả năng phân biệt và có thể được sử dụng như một nhãn hiệu hàng hóa, tức là cơ quan OHIM không thấy có lý do để từ chối đơn trên cơ sở tuyệt đối, thì đơn đăng ký nhãn hiệu sẽ được công bố trên Công báo CTM bằng các ngôn ngữ chính thức của Cộng Đồng Châu Âu để các bên thứ ba có quyền lợi và lợi ích liên quan có thể phản đối.

2.5. Phản đối đơn

Sau khi đơn được công bố trên công báo CTM, các bên thứ ba có quyền lợi và lợi ích liên quan nếu có căn cứ rằng việc đăng ký nhãn hiệu trong đơn sẽ gây thiệt hại đến quyền và lợi ích của mình có thể tiến hành thủ tục phản đối đơn trong vòng 3 tháng kể từ ngày công bố đơn.

Các lý do phản đối bao gồm, nhưng không chỉ giới hạn ở các lý do chính sau:

- Nhãn hiệu trong đơn trùng hoặc tương tự gây nhầm lẫn với CTM đã được đăng ký trước hoặc nộp trước;

- Nhãn hiệu trong đơn trùng lặp hoặc tương tự với nhãn hiệu trong đơn quốc gia hoặc đã được đăng ký quốc gia hoặc nộp đơn quốc gia trước, hoặc nhãn hiệu đăng ký quốc tế đang có hiệu lực ở nước thành viên Cộng Đồng Châu Âu;

- Nhãn hiệu trong đơn trùng lặp hoặc tương tự gây nhầm lẫn với nhãn hiệu nổi tiếng theo qui định của Công ước Paris.

Nếu không có bên thứ ba nào phản đối đơn trong thời hạn cho phép, OHIM sẽ đăng ký nhãn hiệu.

2.6. Thời hạn bảo hộ và gia hạn hiệu lực

Nhãn hiệu CTM sau khi được đăng ký sẽ có hiệu lực 10 năm kể từ ngày nộp đơn và có thể được gia hạn nhiều lần liên tục, mỗi lần 10 năm và chủ sở hữu phải nộp lệ phí gia hạn. Khi gia hạn, chủ sở hữu không phải nộp bằng chứng sử dụng nhãn hiệu.

2.7. Chuyển nhượng và chuyển giao li-xăng

Việc chuyển nhượng hoặc chuyển giao quyền sử dụng một li-xăng chỉ được cho phép khi việc chuyển nhượng hay chuyển giao đó là trong phạm vi cả Cộng đồng, chứ không chỉ đơn lẻ trong một nước thành viên nào. Tuy nhiên, hợp đồng li-xăng được phép giới hạn một hay một số nước thành viên cụ thể.

Việc chuyển nhượng hay chuyển giao li-xăng phải được lập bằng văn bản và đăng ký với OHIM thì mới có hiệu lực pháp luật.

3. Đăng ký nhãn hiệu ở Lào

3.1. Khái quát chung

Cộng hòa dân chủ nhân dân Lào (gọi tắt là Lào) là thành viên Công ước Paris về Bảo hộ Sở hữu công nghiệp. Lào áp dụng nguyên tắc "ai nộp đơn trước được đăng ký trước" trong việc đăng ký nhãn hiệu hàng hóa. Lào chưa phải là thành viên Thoả ước NICE về Phân loại Quốc tế Hàng hóa và Dịch vụ. Tuy nhiên, Lào áp dụng phân loại quốc tế hàng hóa và dịch vụ vào việc quản lý nhãn hiệu.

Bất kỳ cá nhân hay pháp nhân nào có hoạt động sản xuất, kinh doanh thương mại hàng hóa và dịch vụ hợp pháp đều có quyền đăng ký nhãn hiệu hàng hóa ở Lào.

Kể từ ngày 01/05/2002, một đơn xin đăng ký nhãn hiệu hàng hóa, hoặc một đơn xin gia hạn hiệu lực đăng ký nhãn hiệu hàng hóa ở Lào chỉ được nộp cho một nhóm sản phẩm hoặc dịch vụ mang nhãn hiệu. Điều này có nghĩa là nếu sản phẩm hoặc dịch vụ mang nhãn hiệu thuộc bao nhiêu nhóm phân loại quốc tế, thì Người nộp đơn phải nộp bấy nhiêu Đơn độc lập cho mỗi nhóm sản phẩm hoặc dịch vụ đó.

3.2. Loại nhãn hiệu được đăng ký ở Lào

Nhãn hiệu hàng hóa, nhãn hiệu dịch vụ và nhãn hiệu tập thể.

3.3. Thủ tục nộp đơn

Tài liệu cần nộp:

1. Giấy ủy quyền của Người nộp đơn, có Công chứng (yêu cầu nộp đồng thời với Đơn. Bản sao được chấp nhận tại thời điểm nộp Đơn, với điều kiện bản gốc phải được nộp trong vòng 60 ngày kể từ ngày nộp Đơn);

2. 20 mẫu nhãn hiệu (mẫu nhãn hiệu không nhỏ hơn 5x5 cm và không lớn hơn 10x10 cm - nộp đồng thời cùng với Đơn);

3. Bản sao Đơn ưu tiên kèm theo bản dịch tiếng Anh nếu Đơn không được làm bằng tiếng Anh, hoặc Giấy chứng nhận triển lãm (áp dụng trong trường hợp Đơn có yêu cầu hưởng quyền ưu tiên theo Công ước Paris - nộp đồng thời cùng với Đơn);

4. Bản sao có công chứng Qui chế sử dụng nhãn hiệu (nếu nhãn hiệu xin đăng ký là nhãn hiệu tập thể - nộp đồng thời với Đơn).

Thông tin:

1. Tên đầy đủ, địa chỉ và quốc tịch của Người nộp đơn;

2. Mô tả nhãn hiệu bao gồm ý nghĩa của nhãn hiệu, màu sắc yêu cầu bảo hộ, dịch ký tự sang chữ La tinh (nếu cần).

Danh mục hàng hóa/dịch vụ:

1. Danh mục hàng hóa và/hoặc dịch vụ mang nhãn hiệu;

2. Phân loại quốc tế hàng hóa và dịch vụ (nếu biết).

Tài liệu cần nộp sau khi nộp đơn:

Các tài liệu chứng minh về nguồn gốc và các giải thưởng được trao cho các sản phẩm cụ thể (nếu có).

3.4. Xét nghiệm nhãn hiệu

Sau khi nộp, đơn nhãn hiệu sẽ được xét nghiệm về hình thức. Nếu đáp ứng đầy đủ các tài liệu và thông tin yêu cầu như trên, Đơn sẽ được chuyển sang xét nghiệm nội dung. Cụ thể là xem xét xem nhãn hiệu có khả năng phân biệt hay không; có khả năng gây nhầm lẫn cho công chúng hoặc giới kinh doanh về nguồn gốc địa lý, bản chất và đặc tính của sản phẩm hoặc dịch vụ hay không; có tương tự gây nhầm lẫn hoặc trùng lặp với nhãn hiệu đã được đăng ký trước hoặc nhãn hiệu nổi tiếng hay không.

3.5. Thời hạn đăng ký

6 – 7 tháng kể từ ngày nộp đơn.

3.6. Thời hạn bảo hộ và gia hạn hiệu lực Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu

Sau khi được đăng ký, Nhãn hiệu được bảo hộ 10 năm kể từ ngày nộp đơn. Thời hạn hiệu lực của nhãn hiệu được gia hạn nhiều lần liên tục, mỗi lần 10 năm.

Đơn xin gia hạn hiệu lực bảo hộ nhãn hiệu có thể được nộp muộn trong vòng 6 tháng kể từ ngày hết hạn hiệu lực (kèm theo giải trình lý do nộp muộn). Nếu sau thời hạn này mà Đơn xin gia hạn không được nộp, thì nhãn hiệu đăng ký sẽ bị xóa bỏ.

Tài liệu cần thiết cho việc gia hạn hiệu lực nhãn hiệu:

1. Giấy ủy quyền của Người nộp đơn, có Công chứng (yêu cầu nộp đồng thời với Đơn. Bản sao được chấp nhận tại thời điểm nộp Đơn, với điều kiện bản gốc phải được nộp trong vòng 60 ngày kể từ ngày nộp Đơn);

2. Bản sao Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa (yêu cầu nộp đồng thời với Đơn);

3. 20 mẫu nhãn hiệu đã được đăng ký (yêu cầu nộp đồng thời với Đơn).

3.7. Sử dụng nhãn hiệu đã đăng ký

Nhãn hiệu đã đăng ký chỉ được coi là sử dụng ở Lào khi chủ sở hữu nhãn hiệu, hoặc người được chủ sở hữu nhãn hiệu cho phép (người nhận li-xăng) có hàng hóa hoặc dịch vụ mang nhãn hiệu này được bán hoặc cung cấp hợp pháp ở Lào.

3.8. Hủy bỏ hiệu lực nhãn hiệu đã đăng ký trên cơ sở không sử dụng

Nhãn hiệu đã đăng ký có thể bị hủy bỏ, trên cơ sở yêu cầu của bên thứ ba, với lý do chủ sở hữu nhãn hiệu không sử dụng, hoặc không cho phép người khác sử dụng nhãn hiệu đã đăng ký của mình trong vòng 5 năm liên tục tính từ ngày nhãn hiệu được đăng ký mà không có lý do chính đáng về việc không sử dụng đó.

3.9. Chuyển nhượng nhãn hiệu

Trong thời gian hiệu lực của nhãn hiệu, chủ sở hữu nhãn hiệu có thể chuyển nhượng quyền sở hữu nhãn hiệu cho bên thứ ba. Hợp đồng chuyển nhượng nhãn hiệu phải được lập bằng văn bản và đăng ký với cơ quan có thẩm quyền ở Lào thì mới có hiệu lực pháp luật.

Tài liệu cần thiết cho việc đăng ký Hợp đồng chuyển nhượng:

1. Giấy ủy quyền của Người nộp đơn, có Công chứng (yêu cầu nộp đồng thời với Đơn. Bản sao được chấp nhận tại thời điểm nộp Đơn, với điều kiện bản gốc phải được nộp trong vòng 60 ngày kể từ ngày nộp Đơn);

2. Bản gốc, hoặc bản sao có công chứng Hợp đồng chuyển nhượng, kèm theo bản phụ lục (nếu có). Nếu hợp đồng không được làm bằng tiếng Anh thì phải kèm theo bản dịch tiếng Anh Hợp đồng, có xác nhận dịch đúng với bản gốc (nộp đồng thời với *Đơn);*

3. Bản gốc Giấy chứng nhận Đăng ký Nhãn hiệu hàng hóa (nộp đồng thời với Đơn).

3.10. Chuyển giao quyền sử dụng nhãn hiệu (Licensing)

Trong thời gian có hiệu lực của nhãn hiệu, chủ sở hữu nhãn hiệu có thể chuyển giao quyền sử dụng nhãn hiệu cho bên thứ ba thông qua hợp đồng li-xăng. Hợp đồng li-xăng phải được lập bằng văn bản và đăng ký với cơ quan có thẩm quyền ở Lào thì mới có hiệu lực pháp luật.

Tài liệu cần thiết cho việc đăng ký Hợp đồng Li-xăng:

1. Giấy ủy quyền của Người nộp đơn, có Công chứng (yêu cầu nộp đồng thời với Đơn. Bản sao được chấp nhận tại thời điểm nộp Đơn, với điều kiện bản gốc phải được nộp trong vòng 60 ngày kể từ ngày nộp Đơn);

2. Bản gốc, hoặc bản sao có công chứng Hợp đồng li-xăng, kèm theo Phụ lục nếu có. Nếu Hợp đồng không được làm bằng

tiếng Anh thì phải kèm theo bản dịch tiếng Anh có xác nhận dịch đúng với bản gốc (nộp đồng thời cùng với Đơn);

3. Bản gốc Giấy chứng nhận Đăng ký Nhãn hiệu hàng hóa (nộp đồng thời với Đơn).

4. Đăng ký nhãn hiệu ở Cămpuchia

4.1. Khái quát chung

Vương quốc Cămpuchia (gọi tắt là Cămpuchia) là thành viên của Công ước Paris về Bảo hộ Sở hữu công nghiệp và Thoả ước NICE về Phân loại Quốc tế Hàng hóa và Dịch vụ.

Bất kỳ cá nhân hay pháp nhân nào có hoạt động sản xuất, kinh doanh thương mại hàng hóa và dịch vụ hợp pháp đều có quyền đăng ký nhãn hiệu hàng hóa ở Cămpuchia.

Một đơn xin đăng ký nhãn hiệu hàng hóa ở Cămpuchia chỉ được nộp cho một nhóm sản phẩm hoặc dịch vụ mang nhãn hiệu. Điều này có nghĩa là nếu sản phẩm hoặc dịch vụ mang nhãn hiệu thuộc bao nhiêu nhóm phân loại quốc tế, thì Người nộp đơn phải nộp bấy nhiêu Đơn độc lập cho mỗi nhóm sản phẩm hoặc dịch vụ đó.

4.2. Loại nhãn hiệu được đăng ký ở Cămpuchia

Nhãn hiệu hàng hóa, nhãn hiệu dịch vụ và nhãn hiệu tập thể.

4.3. Nộp đơn

Tài liệu cần nộp

1. Giấy ủy quyền của Người nộp đơn, có Công chứng (yêu cầu nộp đồng thời cùng với Đơn; Bản sao được chấp nhận tại thời điểm nộp Đơn, với điều kiện là bản gốc phải được nộp trong vòng 3 tháng kể từ ngày nộp Đơn);

2. 20 mẫu nhãn hiệu (nộp đồng thời cùng với Đơn);

3. Bản tuyên bố hưởng quyền ưu tiên từ một Đơn ưu tiên (áp dụng trong trường hợp Đơn có yêu cầu hưởng quyền ưu tiên theo Công ước Paris - nộp đồng thời với Đơn);

4. Bản sao có công chứng Qui chế sử dụng nhãn hiệu (nếu nhãn hiệu xin đăng ký là nhãn hiệu tập thể - nộp đồng thời với Đơn).

Thông tin:

1. Tên đầy đủ, địa chỉ giao dịch và quốc tịch của Người nộp đơn;

2. Mô tả nhãn hiệu, bao gồm ý nghĩa của nhãn hiệu nếu là nhãn hiệu chữ và không bằng tiếng Anh; màu sắc yêu cầu bảo hộ; dịch ký tự sang chữ La tinh (nếu cần).

3. Thông tin đầy đủ về đơn ưu tiên như tên nước, số đơn, ngày nộp đơn ưu tiên (nếu Đơn yêu cầu hưởng quyền ưu tiên theo Công ước Paris).

Hàng hoá / Dịch vụ:

1. Danh mục hàng hóa và/hoặc dịch vụ mang nhãn hiệu;

2. Phân loại quốc tế hàng hóa và dịch vụ (nếu biết).

Tài liệu cần nộp sau khi nộp đơn:

Tài liệu chứng minh nguồn gốc, và giải thưởng được trao cho sản phẩm cụ thể (nếu có).

4.4. Xét nghiệm nhãn hiệu

Sau khi nộp đơn, nhãn hiệu sẽ được xét nghiệm về hình thức. Nếu đáp ứng đầy đủ các tài liệu và thông tin yêu cầu như trên, Đơn sẽ được chuyển sang xét nghiệm nội dung. Cụ thể là xem xét xem nhãn hiệu, ngoài những điều kiện khác, có khả năng phân biệt hay không; có khả năng gây nhầm lẫn cho công chúng hoặc giới kinh doanh về nguồn gốc địa lý hoặc bản chất, đặc tính của sản phẩm hoặc dịch vụ hay không; có tương tự gây nhầm lẫn hoặc trùng lặp với nhãn hiệu đã đăng ký, nhãn hiệu nổi tiếng hay nhãn hiệu nộp đơn sớm hơn của người khác hay không.

4.5. Thời hạn đăng ký nhãn hiệu

4 – 6 tháng.

4.6. Thời hạn bảo hộ và gia hạn hiệu lực đăng ký nhãn hiệu hàng hóa

Sau khi được đăng ký, nhãn hiệu được bảo hộ 10 năm kể từ ngày nộp đơn. Thời hạn hiệu lực của nhãn hiệu được gia hạn nhiều lần liên tục, mỗi lần 10 năm và chủ sở hữu phải nộp lệ phí gia hạn.

Đơn xin gia hạn hiệu lực bảo hộ nhãn hiệu có thể được nộp muộn trong thời hạn 6 tháng kể từ ngày hết hạn hiệu lực và chủ sở hữu phải nộp lệ phí nộp muộn. Nếu quá thời hạn trên mà đơn xin gia hạn không được nộp thì nhãn hiệu sẽ bị hủy bỏ.

Tài liệu cần thiết cho việc gia hạn:

1. Giấy ủy quyền của chủ sở hữu nhãn hiệu, có Công chứng (bản sao được chấp nhận tại thời điểm nộp đơn với điều kiện là bản gốc phải được nộp trong vòng 3 tháng kể từ ngày nộp đơn);

2. Bản gốc Giấy chứng nhận Đăng ký Nhãn hiệu hàng hóa;

3. 20 mẫu nhãn hiệu đã đăng ký.

4.7. Hủy bỏ nhãn hiệu trên cơ sở không sử dụng

Nhãn hiệu đã đăng ký có thể bị hủy bỏ, trên cơ sở yêu cầu của bên thứ ba, với lý do chủ sở hữu nhãn hiệu không sử dụng, hoặc không cho phép người khác sử dụng nhãn hiệu đã đăng ký của mình trong vòng 5 năm liên tục, tính từ ngày trước ngày nộp đơn yêu cầu hủy bỏ 1 tháng trở về trước mà không có lý do chính đáng về việc không sử dụng đó.

4.8. Nộp Bản Tuyên thệ về việc sử dụng hoặc không sử dụng nhãn hiệu

Để tránh bị hủy bỏ nhãn hiệu đã đăng ký, pháp luật Cămpchia yêu cầu chủ sở hữu nhãn hiệu nộp một Bản Tuyên thệ về việc có sử dụng hay không sử dụng nhãn hiệu đã đăng ký. Bản Tuyên thệ này phải được nộp trong vòng năm thứ sáu tính từ ngày nhãn hiệu được đăng ký, kèm theo một khoản lệ phí do pháp luật qui định.

Tài liệu cần thiết cho việc nộp Bản Tuyên thệ sử dụng/không sử dụng nhãn hiệu:

1. Bản Tuyên thệ có chữ ký của chủ sở hữu nhãn hiệu;

2. Bản gốc Giấy chứng nhận Đăng ký Nhãn hiệu hàng hóa.

Chú ý: Mỗi Bản Tuyên thệ chỉ được dùng để ghi nhận việc sử dụng hay không sử dụng của một nhãn hiệu đã đăng ký cho một nhóm sản phẩm hay dịch vụ.

4.9. Chuyển nhượng quyền sở hữu nhãn hiệu

Trong thời gian hiệu lực của nhãn hiệu, chủ sở hữu nhãn hiệu có thể chuyển nhượng quyền sở hữu nhãn hiệu cho người khác. Hợp đồng chuyển nhượng nhãn hiệu phải được lập bằng văn bản và đăng ký với Bộ Thương mại thì mới có hiệu lực pháp luật.

Tài liệu cần thiết cho việc đăng ký Hợp đồng chuyển nhượng

1. Giấy ủy quyền của Bên nhận chuyển nhượng, có Công chứng (yêu cầu nộp đồng thời với Đơn. Bản sao được chấp nhận tại thời điểm nộp Đơn, với điều kiện bản gốc phải được nộp trong vòng 60 ngày kể từ ngày nộp Đơn);

2. Bản gốc, hoặc bản sao có công chứng Hợp đồng chuyển nhượng, kèm theo bản Phụ lục (nếu có). Nếu hợp đồng không được làm bằng tiếng Anh thì phải kèm theo bản dịch tiếng Anh Hợp đồng, có xác nhận dịch đúng với bản gốc (nộp đồng thời với Đơn);

3. Bản gốc Giấy chứng nhận Đăng ký Nhãn hiệu hàng hóa (nộp đồng thời với Đơn).

4.10. Chuyển giao quyền sử dụng nhãn hiệu (Lincensing)

Trong thời gian có hiệu lực của nhãn hiệu, chủ sở hữu nhãn hiệu có thể chuyển giao quyền sử dụng nhãn hiệu cho người khác thông qua hợp đồng li-xăng. Hợp đồng li-xăng phải được

lập bằng văn bản và đăng ký với Bộ thương mại thì mới có hiệu lực pháp luật.

Chú ý: Quyền sử dụng nhãn hiệu tập thể không được chuyển giao.

Tài liệu cần thiết cho việc đăng ký Hợp đồng li-xăng:

1. Giấy ủy quyền của Bên nhận li-xăng, có Công chứng (yêu cầu nộp đồng thời với Đơn. Bản sao được chấp nhận tại thời điểm nộp Đơn, với điều kiện bản gốc phải được nộp trong vòng 3 tháng kể từ ngày nộp Đơn);

2. Bản gốc, hoặc bản sao có công chứng Hợp đồng li-xăng, kèm theo Phụ lục nếu có. Nếu Hợp đồng không được làm bằng tiếng Anh thì phải kèm theo bản dịch tiếng Anh có xác nhận dịch đúng với bản gốc (nộp đồng thời cùng với Đơn);

3. Bản gốc Giấy chứng nhận Đăng ký Nhãn hiệu hàng hóa (nộp đồng thời với Đơn).

V. ĐĂNG KÝ NHÃN HIỆU HÀNG HÓA CỦA VIỆT NAM RA NƯỚC NGOÀI THEO THỎA ƯỚC MADRID *(theo www.doste.hochiminhcity.gov.vn)*

1. Các ưu điểm của Thỏa ước Madrid

Các hình thức bảo hộ truyền thống trước kia và hiện nay vẫn đang được các nhà sản xuất và kinh doanh sử dụng là thông qua tổ chức đại diện tại Việt Nam để yêu cầu bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa của mình tại nước ngoài. Điều này cũng rất phức tạp vì thủ tục tại các nước cũng khác nhau, phải sử dụng nhiều ngôn ngữ, bao gồm cả việc nộp các bản dịch các tài liệu, mất nhiều thời giờ hơn mà còn rất tốn kém, theo ước tính trung bình của các doanh nghiệp để đăng ký một nhãn hiệu ra nước ngoài ít nhất là 1000 USD/nước/nhãn hiệu, ngoài ra còn phải theo dõi và duy trì các hồ sơ đăng ký nhãn hiệu hàng hóa quốc gia với ngày đăng ký và thời hạn bảo hộ khác nhau cũng là một vấn đề nan giải và tốn kém.

Song hệ thống Madrid và Thỏa ước Madrid phần nào đã giải quyết được những khó khăn nêu trên, đó là:

- Sau khi đã đăng ký tại nước gốc của mình, chủ nhãn hiệu chỉ bằng một Đơn, có thể xin chỉ định đăng ký vào tất cả các nước thành viên Thỏa ước (hiện nay có 52 nước thành viên).

- Bằng một ngôn ngữ chung là tiếng Pháp.

- Nộp Đơn theo một đầu mối là cơ quan Sở hữu công nghiệp quốc gia và Văn phòng quốc tế.

- Lệ phí hợp lý và chỉ phải trả cho một đầu mối, một lần chuyển tiền theo tài khoản của Văn phòng quốc tế.

- Không cần các tài liệu bổ sung, bổ trợ, bản dịch, xác nhận...

- Ngày đăng ký thống nhất ở tất cả các nước xin chỉ định.

- Không cần chỉ định đại diện Sở hữu công nghiệp, chỉ cần thiết khi cơ quan của nước chỉ định ra thông báo từ chối bảo hộ và chủ nhãn hiệu (người nộp đơn) đăng ký quốc tế có ý định khiếu nại của quyết định từ chối đó.

- Thời hạn tối đa để nhận được Thông báo từ chối là 12 tháng tính từ ngày ghi nhận đăng bạ quốc tế và công bố trên công báo. Nếu không có thông báo từ chối gửi cho Văn phòng quốc tế trong thời hạn quy định thì Văn phòng quốc tế coi như nhãn hiệu quốc tế đó được đăng ký tại nước được chỉ định.

- Lệ phí đăng ký quốc tế cho một Đơn là:

+ Lệ phí cơ bản: 653 Fr.S (nếu là nhãn hiệu đen trắng); 903 Fr.S (nếu là nhãn hiệu màu);

+ Lệ phí chỉ định cho mỗi nước: 73 Fr.S;

+ Lệ phí cho mỗi nhóm hàng hóa và dịch vụ: 73 Fr.S tính từ nhóm thứ 4 trở đi.

2. Thực tiễn của việc bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa có nguồn gốc Việt Nam ra nước ngoài thông qua Thỏa ước Madrid

Mặc dù Việt Nam được chấp nhận là thành viên chính thức của Thỏa ước từ năm 1949 nhưng cho đến năm 1986 nhãn hiệu

hàng hóa đầu tiên của Việt Nam mới được yêu cầu bảo hộ ở nước ngoài theo Thỏa ước Madrid, nhãn hiệu thứ hai được yêu cầu bảo hộ vào năm 1994, cho đến nay đã có 40 nhãn hiệu hàng hóa có nguồn gốc Việt Nam được yêu cầu bảo hộ, tổng số nước được yêu cầu chỉ định ước tính khoảng 600 lượt nước. Lượng Đơn tăng chủ yếu trong ba năm trở lại đây, điều đó chứng tỏ các doanh nghiệp Việt Nam đã nhận thức được vai trò quan trọng của việc bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa ra nước ngoài (trong đó có nhiều doanh nghiệp lớn của Nhà nước, nhưng đồng thời cũng có những cơ sở nhỏ, doanh nghiệp tư nhân...).

Trong quá trình thực hiện các thủ tục đăng ký nhãn hiệu hàng hóa quốc tế theo Thỏa ước Madrid người nộp đơn còn một số thiếu sót chủ yếu liên quan đến ngôn ngữ (vì tự khai Đơn bằng tiếng Pháp, ví dụ dịch các danh mục sản phẩm và dịch vụ phải phù hợp với danh mục sản phẩm dịch vụ trong phân loại quốc tế hàng hóa và dịch vụ Nice, nhiều phần không khai còn để trống v.v...). Song các thiếu sót trên đều đã được thông báo cho người nộp đơn và được xử lý kịp thời.

Phần VIII
HỆ THỐNG CÁC VĂN BẢN PHÁP LUẬT BẢO HỘ QUYỀN SỞ HỮU CÔNG NGHIỆP ĐƯỢC ÁP DỤNG Ở VIỆT NAM

I. CÁC CÔNG ƯỚC QUỐC TẾ VỀ SỞ HỮU CÔNG NGHIỆP MÀ VIỆT NAM THAM GIA

- Công ước Stockholm về việc thành lập tổ chức Sở hữu trí Thế giới (ngày 2/7/1976).

- Công ước Paris về bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp (8/3/1949).

- Thỏa ước Madrid về đăng ký Quốc tế các nhãn hiệu hàng hóa (8/3/1949).

- Hiệp ước Hợp tác Patent (PCT) (10/3/1993).

- Hiệp ước Washington 1970, Hiệp định Băngkok 1995, Hiệp định TRIPS (WTO) 1994; Các điều ước song phương giữa Việt Nam - Thái Lan 22/4/1994, Việt Nam - Ôxtrâylia 7/9/1995, Việt Nam - Thụy Sĩ 7/7/1999, Việt Nam - Hoa Kỳ 13/7/2000.

Các đối tượng sở hữu công nghiệp :

* *Sáng chế:* là giải pháp kỹ thuật mới so với trình độ kỹ thuật trên thế giới, có trình độ sáng tạo, có khả năng áp dụng trong các lĩnh vực kinh tế - xã hội.

* *Giải pháp hữu ích:* là giải pháp kỹ thuật mới so với trình độ kỹ thuật trên thế giới, có trình độ sáng tạo, có khả năng áp dụng trong các lĩnh vực kinh tế - xã hội.

* *Kiểu dáng công nghiệp:* là hình dáng bên ngoài của sản phẩm, được thể hiện bằng đường nét, hình khối, màu sắc hoặc sự kết hợp những yếu tố đó, có tính mới đối với thế giới và dùng làm mẫu để chế tạo sản phẩm công nghiệp hoặc thủ công nghiệp.

* *Nhãn hiệu hàng hóa:* là những dấu hiệu dùng để phân biệt hàng hóa, dịch vụ cùng loại của các cơ sở sản xuất, kinh doanh khác nhau. Nhãn hiệu hàng hóa có thể là từ ngữ, hình ảnh hoặc sự kết hợp những yếu tố đó được thể hiện bằng một hoặc nhiều màu sắc.

* *Tên gọi xuất xứ:* Tên gọi xuất xứ hàng hóa là tên địa lý của nước, địa phương dùng để chỉ xuất xứ của mặt hàng từ nước, địa phương đó, với điều kiện những mặt hàng này có các tính chất, chất lượng đặc thù dựa trên các điều kiện địa lý độc đáo và ưu việt, bao gồm yếu tố tự nhiên, con người hoặc kết hợp cả hai yếu tố.

II. HỆ THỐNG CÁC VĂN BẢN PHÁP LUẬT BẢO HỘ QUYỀN SỞ HỮU CÔNG NGHIỆP ĐƯỢC ÁP DỤNG Ở VIỆT NAM

BỘ LUẬT HÌNH SỰ (Trích)

Điều khoản xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp

Điều 171: *Tội xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp*

1. Người nào vì mục đích kinh doanh mà chiếm đoạt, sử dụng bất hợp pháp sáng chế, Giải pháp hữu ích, Kiểu dáng công nghiệp, Nhãn hiệu hàng hóa, Tên gọi xuất xứ hàng hóa hoặc các đối tượng Sở hữu công nghiệp khác đang được bảo hộ tại Việt Nam gây hậu quả nghiêm trọng hoặc đã bị xử phạt hành chính về hành vi này hoặc đã bị kết án về tội này, chưa được xóa án tích mà còn vi phạm, thì bị phạt tiền từ hai mươi triệu đồng đến hai trăm triệu đồng hoặc cải tạo không giam giữ đến hai năm.

2. Phạm tội thuộc một trong các trường hợp sau đây, thì bị phạt tù từ sáu tháng đến ba năm:

a. Có tổ chức;

b. Phạm tội nhiều lần;

c. Gây hậu quả nghiêm trọng.

3. Người phạm tội còn có thể bị phạt tiền từ mười triệu đồng đến một trăm triệu đồng, cấm đảm nhiệm chức vụ, cấm hành nghề hoặc làm công việc nhất định từ một năm đến năm năm.

BỘ LUẬT DÂN SỰ (Trích)

Điều 805: *Các hành vi xâm phạm quyền Sở hữu công nghiệp*

1. Các hành vi xâm phạm quyền sở hữu đối với sáng chế, Giải pháp hữu ích theo qui định của khoản 1 Điều 804 của Bộ luật này bao gồm:

a. Sản xuất các sản phẩm theo sáng chế, Giải pháp hữu ích được bảo hộ tại Việt Nam;

b. Sử dụng, nhập khẩu, quảng cáo, lưu thông sản phẩm mà sản phẩm đó được sản xuất ra theo sáng chế, Giải pháp hữu ích được bảo hộ tại Việt Nam;

c. Áp dụng các phương pháp mà phương pháp đó được bảo hộ tại Việt Nam là sáng chế, Giải pháp hữu ích.

2. Các hành vi xâm phạm quyền sử dụng Kiểu dáng công nghiệp qui định tại khoản 1 Điều 804 của Bộ luật này bao gồm:

a. Sản xuất sản phẩm theo Kiểu dáng công nghiệp được bảo hộ tại Việt Nam;

b. Nhập khẩu, bán, quảng cáo hoặc sử dụng các sản phẩm chế tạo theo Kiểu dáng công nghiệp được bảo hộ tại Việt Nam nhằm mục đích kinh doanh.

3. Các hành vi xâm phạm quyền sở hữu đối với Nhãn hiệu hàng hóa qui định tại khoản 1 Điều 804 của Bộ luật này bao gồm:

a. Gắn nhãn hiệu được bảo hộ tại Việt Nam của người khác hoặc nhãn hiệu tương tự lên bao bì, sản phẩm của mình;

b. Nhập khẩu, bán hoặc chào hàng các sản phẩm có gắn Nhãn hiệu hàng hóa được bảo hộ tại Việt Nam.

NGHỊ ĐỊNH SỐ 63/CP NGÀY 24/10/1996 CỦA CHÍNH PHỦ

Quy định chi tiết về sở hữu công nghiệp

CHÍNH PHỦ

- Căn cứ Luật Tổ chức Chính phủ ngày 30 tháng 9 năm 1992;

- Căn cứ Bộ Luật Dân sự ngày 28 tháng 10 năm 1995;

- Căn cứ Nghị quyết của kỳ họp thứ 8 Quốc hội khóa IX ngày 28 tháng 10 năm 1995;

Theo đề nghị của Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường,

NGHỊ ĐỊNH:

Chương I
CÁC QUY ĐỊNH CHUNG

Điều 1. Mục đích, phạm vi điều chỉnh:

Nghị định này quy định chi tiết về sở hữu công nghiệp nhằm hướng dẫn thi hành các quy định tại Chương II, Phần thứ sáu của Bộ Luật Dân sự được Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam thông qua ngày 28 tháng 10 năm 1995.

Các quy định của Nghị định này chỉ áp dụng đối với sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa và không áp dụng đối với các đối tượng sở hữu công nghiệp khác.

Điều 2. Thuật ngữ, khái niệm:

Các thuật ngữ, khái niệm trong Nghị định này được hiểu như sau:

1. "Bộ Luật Dân sự" dùng để chỉ Bộ Luật Dân sự của nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam được Quốc hội thông qua ngày 28 tháng 10 năm 1995;

2. "Công ước Paris" dùng để chỉ Công ước về bảo hộ sở hữu

công nghiệp, ký tại Paris năm 1883, được sửa đổi tại Stockholm năm 1967;

3. "Hiệp ước PCT" dùng để chỉ Hiệp ước hợp tác về sáng chế (PCT), ký tại Washington năm 1970, được sửa đổi năm 1984;

4. "Thỏa ước Madrid" dùng để chỉ Thỏa ước về đăng ký quốc tế các nhãn hiệu, ký tại Madrid năm 1891, được sửa đổi năm 1979;

5. "Người nộp đơn" dùng để chỉ người nộp đơn yêu cầu cấp văn bằng bảo hộ đối với sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa;

6. "Văn bằng bảo hộ" dùng để chỉ văn bằng bảo hộ sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa;

7. "Nhãn hiệu hàng hóa" được hiểu là bao gồm cả nhãn hiệu dịch vụ;

8. "Nhãn hiệu tập thể" là nhãn hiệu hàng hóa được tập thể các cá nhân, pháp nhân hoặc các chủ thể khác cùng sử dụng, trong đó mỗi thành viên sử dụng một cách độc lập theo quy chế do tập thể đó quy định;

9. "Tác giả sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp" là người hoặc những người trực tiếp sáng tạo ra sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp bằng lao động sáng tạo của mình.

Những người giúp đỡ, hỗ trợ về kỹ thuật, vật chất, kinh phí cho tác giả mà không tham gia tạo ra sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp bằng lao động sáng tạo thì không được coi là tác giả sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp.

Điều 3. Cách tính thời hạn:

Các thời hạn quy định trong Nghị định này được xác định theo các Điều 158, 159, 160, 161 và 162 của Bộ Luật Dân sự.

Chương II
CÁC ĐỐI TƯỢNG SỞ HỮU CÔNG NGHIỆP ĐƯỢC NHÀ NƯỚC BẢO HỘ

Điều 4. Sáng chế, giải pháp hữu ích:

1. Giải pháp kỹ thuật được công nhận là mới so với trình độ kỹ thuật trên thế giới theo Điều 782 và Điều 783 Bộ Luật Dân sự nếu đáp ứng đầy đủ các điều kiện sau đây:

a) Giải pháp kỹ thuật nêu trong đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế, giải pháp hữu ích không trùng với giải pháp được mô tả trong đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế hoặc đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ giải pháp hữu ích đã được nộp cho Cơ quan có thẩm quyền với ngày ưu tiên sớm hơn;

b) Trước ngày ưu tiên của đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế, giải pháp hữu ích, giải pháp kỹ thuật nêu trong đơn chưa bị bộc lộ công khai ở trong nước hoặc/và ở nước ngoài dưới hình thức sử dụng hoặc mô tả trong bất kỳ nguồn thông tin nào dưới đây tới mức mà căn cứ vào đó người có trình độ trung bình trong lĩnh vực tương ứng có thể thực hiện được giải pháp đó:

- Các nguồn thông tin liên quan đến sáng chế, giải pháp hữu ích ở nước ngoài, tính từ ngày công bố;

- Các nguồn thông tin khác, với bất kỳ vật mang tin nào (ấn phẩm, phim ảnh, băng từ, đĩa từ, đĩa quang....) tính từ ngày vật mang tin bắt đầu được lưu hành;

- Các nguồn thông tin đại chúng (phát thanh, truyền thanh, truyền hình) - tính từ ngày công bố tin;

- Các báo cáo khoa học, các bài giảng ... nếu được ghi lại bằng bất kỳ phương tiện nào - tính từ ngày báo cáo hoặc giảng bài;

- Các triển lãm - tính từ ngày hiện vật bắt đầu được trưng bày.

Một thông tin được coi là chưa bị bộc lộ công khai nếu chỉ có một số lượng người xác định có liên quan được biết thông tin đó.

Giải pháp không bị coi là mất tính mới nếu giải pháp bị người khác do được biết thông tin đó tự ý công bố nhưng không được phép của người nộp đơn và ngày người đó công bố nằm trong thời hạn 6 tháng trước ngày nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế, giải pháp hữu ích.

2. Giải pháp kỹ thuật được công nhận là có trình độ sáng tạo theo Điều 782 Bộ Luật Dân sự nếu giải pháp đó là kết quả của hoạt động sáng tạo và căn cứ vào trình độ kỹ thuật ở trong nước và ngoài nước tính đến ngày ưu tiên của đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sáng sáng chế, giải pháp đó không nảy sinh một cách hiển nhiên đối với người có trình độ trung bình trong lĩnh vực kỹ thuật tương ứng.

3. Giải pháp kỹ thuật được công nhận là có khả năng áp dụng theo Điều 782 và Điều 783 Bộ Luật Dân sự nếu căn cứ vào bản chất của giải pháp được mô tả trong đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế, giải pháp hữu ích, có thể thực hiện được giải pháp đó trong điều kiện kỹ thuật hiện tại hoặc tương lai và thu được kết quả như được mô tả trong đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ.

4. Các đối tượng sau đây không được Nhà nước bảo hộ với danh nghĩa là sáng chế, giải pháp hữu ích:

- Ý đồ, nguyên lý và phát minh khoa học;

- Phương pháp và hệ thống tổ chức và quản lý kinh tế;

- Phương pháp và hệ thống giáo dục, giảng dạy, đào tạo;

- Phương pháp luyện tập cho vật nuôi;

- Hệ thống ngôn ngữ, hệ thống thông tin, phân loại, sắp xếp tư liệu;

- Bản thiết kế và sơ đồ quy hoạch các công trình xây dựng, các đề án quy hoạch và phân vùng lãnh thổ;

- Giải pháp chỉ đề cập đến hình dáng bên ngoài của sản phẩm, chỉ mang đặc tính thẩm mỹ mà không mang đặc tính kỹ thuật;

- Ký hiệu quy ước, thời gian biểu, các quy tắc và các luật lệ, các dấu hiệu tượng trưng;

- Phần mềm máy tính, thiết kế bố trí vi mạch điện tử, mô hình toán học, đồ thị tra cứu và các dạng tương tự;

- Giống thực vật, giống động vật;

- Phương pháp phòng bệnh, chẩn đoán bệnh và chữa bệnh.

Điều 5. Kiểu dáng công nghiệp:

1. Kiểu dáng công nghiệp được công nhận là có tính mới đối với thế giới theo Điều 748 Bộ Luật Dân sự nếu kiểu dáng công nghiệp đó đáp ứng đầy đủ các điều kiện sau đây:

a) Khác biệt cơ bản với các kiểu dáng công nghiệp được mô tả trong các đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ kiểu dáng công nghiệp đã được nộp cho cơ quan có thẩm quyền với ngày ưu tiên sớm hơn;

b) Khác biệt cơ bản với kiểu dáng công nghiệp tương tự đã được công bố trong bất kỳ nguồn thông tin nào dưới đây:

- Các nguồn thông tin liên quan đến việc bảo hộ kiểu dáng công nghiệp ở nước ngoài, tính từ ngày công bố;

- Các nguồn thông tin khác liệt kê tại điểm b, khoản 1, Điều 4 Nghị định này với các chi tiết được sửa đổi thích hợp với kiểu dáng công nghiệp;

c) Trước ngày ưu tiên của đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ, kiểu dáng công nghiệp nêu trong đơn chưa bị bộc lộ công khai ở trong và ngoài nước tới mức căn cứ vào đó, người có trình độ trung bình trong lĩnh vực tương ứng có thể thực hiện được kiểu dáng công nghiệp đó; hình thức bộc lộ có thể là sử dụng hoặc mô tả; nguồn thông tin mà kiểu dáng công nghiệp được bộc lộ như nêu tại điểm b trên đây.

Trong khoản này, hai kiểu dáng công nghiệp không được coi là khác biệt cơ bản với nhau nếu chỉ khác biệt bởi các đặc điểm tạo dáng không dễ dàng nhận biết và ghi nhớ được và các đặc

điểm đó không thể dùng để phân biệt tổng thể hai kiểu dáng công nghiệp đó với nhau.

2. Kiểu dáng công nghiệp được dùng làm mẫu để chế tạo sản phẩm công nghiệp hoặc thủ công nghiệp theo Điều 784 Bộ Luật Dân sự nếu có thể chế tạo hàng loạt bằng phương pháp công nghiệp hoặc thủ công nghiệp sản phẩm có hình dáng bên ngoài là kiểu dáng công nghiệp đó.

3. Các đối tượng sau đây không được Nhà nước bảo hộ với danh nghĩa là kiểu dáng công nghiệp:

- Hình dáng bên ngoài của sản phẩm được tạo ra một cách dễ dàng đối với người có trình độ trung bình thuộc lĩnh vực tương ứng;

- Hình dáng bên ngoài do đặc tính kỹ thuật của sản phẩm bắt buộc phải có hoặc chỉ mang đặc tính kỹ thuật;

- Hình dáng bên ngoài của các công trình xây dựng dân dụng hoặc công nghiệp;

- Hình dáng của sản phẩm không nhìn thấy được trong quá trình sử dụng;

- Kiểu dáng các sản phẩm chỉ có giá trị thẩm mỹ.

Điều 6. Nhãn hiệu hàng hoá:

1. Dấu hiệu dùng làm nhãn hiệu hàng hóa được công nhận là có khả năng phân biệt theo Điều 785 Bộ Luật Dân sự nếu đáp ứng đầy đủ các điều kiện sau đây:

a) Được tạo thành từ một hoặc một số yếu tố độc đáo, dễ nhận biết hoặc từ nhiều yếu tố kết hợp thành một tổng thể độc đáo, dễ nhận biết và không phải là dấu hiệu quy định tại khoản 2 Điều này;

b) Không trùng hoặc không tương tự tới mức gây nhầm lẫn với nhãn hiệu hàng hóa của người khác đang được bảo hộ tại Việt Nam (kể cả các nhãn hiệu hàng hóa đang được bảo hộ theo các Điều ước quốc tế mà Việt Nam tham gia);

c) Không trùng hoặc không tương tự tới mức gây nhầm lẫn với nhãn hiệu hàng hóa nêu trong đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa đã nộp cho Cơ quan có thẩm quyền với ngày ưu tiên sớm hơn (kể cả các đơn về nhãn hiệu hàng hóa được nộp theo các Điều ước quốc tế mà Việt Nam tham gia);

d) Không trùng hoặc không tương tự tới mức gây nhầm lẫn với nhãn hiệu hàng hóa của người khác đã hết hiệu lực hoặc bị đình chỉ hiệu lực bảo hộ nhưng thời gian tính từ khi hết hiệu lực hoặc bị đình chỉ hiệu lực chưa quá 5 năm, trừ trường hợp hiệu lực bị đình chỉ vì nhãn hiệu hàng hóa không được sử dụng theo quy định tại điểm c, khoản 2, Điều 28 Nghị định này;

e) Không trùng hoặc không tương tự tới mức gây nhầm lẫn với nhãn hiệu hàng hóa của người khác được coi là nổi tiếng (theo Điều 6bis Công ước Paris) hoặc với nhãn hiệu hàng hóa của người khác đã được sử dụng và đã được thừa nhận một cách rộng rãi;

f) Không trùng hoặc không tương tự tới mức gây nhầm lẫn với tên thương mại được bảo hộ hoặc với tên gọi xuất xứ hàng hóa được bảo hộ;

g) Không trùng với kiểu dáng công nghiệp được bảo hộ hoặc đã được nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ với ngày ưu tiên sớm hơn;

h) Không trùng với một hình tượng, nhân vật đã thuộc quyền tác giả của người khác trừ trường hợp được người đó cho phép.

2. Các dấu hiệu sau đây không được Nhà nước bảo hộ với danh nghĩa là nhãn hiệu hàng hoá:

a) Dấu hiệu không có khả năng phân biệt, như các hình và hình học đơn giản, các chữ số, chữ cái, các chữ không có khả năng phát âm như một từ ngữ; chữ nước ngoài thuộc các ngôn ngữ không thông dụng trừ trường hợp các dấu hiêu này đã được sử dụng và đã được thừa nhận một cách rộng rãi;

b) Dấu hiệu, biểu tượng quy ước, hình vẽ hoặc tên gọi thông

thường của hàng hóa thuộc bất kỳ ngôn ngữ nào đã được sử dụng rộng rãi, thường xuyên. nhiều người biết đến;

c) Dấu hiệu chỉ thời gian, địa điểm, phương pháp sản xuất, chủng loại, số lượng, chất lượng, tính chất, thành phần, công dụng, giá trị mang tính mô tả hàng hóa, dịch vụ và xuất xứ của hàng hóa, dịch vụ;

d) Dấu hiệu làm hiểu sai lệch, gây nhầm lẫn hoặc có tính chất lừa đảo người tiêu dùng về xuất xứ, tính năng, công dụng, chất lượng, giá trị của hàng hóa hoặc dịch vụ;

e) Dấu hiệu giống hoặc tương tự với dấu chất lương, dấu kiểm tra, dấu bảo hành... của Việt Nam, nước ngoài cũng như của các tổ chức quốc tế;

g) Dấu hiệu, tên gọi (bao gồm cả ảnh, tên, biệt hiệu, bút danh), hình vẽ, biểu tượng giống hoặc tương tự tới mức gây nhầm lẫn với hình quốc kì, quốc huy, lãnh tụ, anh hùng dân tộc, danh nhân, địa danh, các tổ chức của Việt Nam cũng như của nước ngoài nếu không được các cơ quan, người có thẩm quyền tương ứng cho phép.

Điều 7. Tên gọi xuất xứ hàng hóa:

1. Một tên gọi xuất xứ hàng hóa được bảo hộ phải là tên địa lý của một nước hoặc một địa phương là nơi mà hàng hóa tương ứng được sản xuất và hàng hóa đó phải có tính chất, chất lượng đặc thù do yếu tố địa lý (tự nhiên, con người) của nước, địa phương đó quyết định.

Nếu nước, địa phương nói trên không phải là Việt Nam hoặc không thuộc về Việt Nam, tên gọi xuất xứ hàng hóa tương ứng chỉ được xem xét bảo hộ tại Việt Nam nếu đang được bảo hộ tại nước mang tên hoặc có địa phương mang tên đó.

2. Các đối tượng sau đây không được Nhà nước bảo hộ với danh nghĩa là tên gọi xuất xứ hàng hoá:

a) Các chỉ dẫn xuất xứ không phải là tên địa lý (kể cả các dấu hiệu mang tính chất biểu tượng của nước, địa phương là nơi

xuất xứ của hàng hóa nhưng không phải là tên địa lý của nước, địa phương đó);

b) Tên gọi xuất xứ hàng hóa đã trở thành tên gọi chung của hàng hóa và đã mất chức năng chỉ dẫn xuất xứ hàng hóa đó;

Chương III
XÁC LẬP QUYỀN SỞ HỮU CÔNG NGHIỆP

Điều 8. Căn cứ phát sinh quyền sở hữu công nghiệp và quyền của tác giả sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp:

1. Quyền sở hữu công nghiệp đối với sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa theo Điều 780 Bộ Luật Dân sự, quyền của tác giả sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, theo Điều 800 Bộ Luật Dân sự chỉ phát sinh trên cơ sở Văn bằng bảo hộ do cơ quan có thẩm quyền cấp theo thủ tục quy định tại Chương này.

2. Quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu hàng hóa theo Điều 780 Bộ Luật Dân sự cũng có thể phát sinh trên cơ sở chấp nhận bảo hộ của cơ quan Nhà nước có thẩm quyền đối với nhãn hiệu hàng hóa được đăng ký quốc tế theo Thỏa ước Madrid.

Điều 9. Văn bằng bảo hộ:

1. Văn bằng bảo hộ do cơ quan Nhà nước có thẩm quyền cấp là chứng chỉ duy nhất của Nhà nước xác nhận quyền sở hữu công nghiệp của chủ thể được cấp văn bằng, quyền tác giả của tác giả sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp và xác nhận khối lượng bảo hộ đối với quyền sở hữu công nghiệp.

Văn bằng bảo hộ có hiệu lực trên toàn lãnh thổ Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam.

Cục Sở hữu công nghiệp thuộc Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường là Cơ quan Nhà nước có thẩm quyền nói trên.

2. Các loại Văn bằng bảo hộ và thời hạn hiệu lực:

a) Văn bằng bảo hộ sáng chế là Bằng độc quyền sáng chế, có hiệu lực từ ngày cấp đến hết 20 năm tính từ ngày nộp đơn hợp lệ;

b) Văn bằng bảo hộ giải pháp hữu ích là Bằng độc quyền giải pháp hữu ích, có hiệu lực từ ngày cấp đến hết 10 năm tính từ ngày nộp đơn hợp lệ;

c) Văn bằng bảo hộ kiểu dáng công nghiệp là Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp, có hiệu lực từ ngày cấp đến hết 5 năm tính từ ngày nộp đơn hợp lệ, có thể được gia hạn liên tiếp 2 lần, mỗi lần 5 năm;

d) Văn bằng bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa là Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa, có hiệu lực từ ngày cấp đến hết 10 năm tính từ ngày nộp đơn hợp lệ và có thể được gia hạn liên tiếp nhiều lần, mỗi lần 10 năm;

e) Văn bằng bảo hộ tên gọi xuất xứ hàng hóa là Giấy chứng nhận quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa, có hiệu lực từ ngày cấp đến hết 10 năm tính từ ngày nộp đơn hợp lệ và có thể được gia hạn liên tiếp nhiều lần, mỗi lần 10 năm.

Điều 10. Thời hạn bảo hộ; quyền tạm thời của chủ sở hữu sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp:

1. Quyền sở hữu công nghiệp và quyền của tác giả sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp phát sinh trên cơ sở Văn bằng bảo hộ được Nhà nước bảo hộ kể từ ngày cấp Văn bằng bảo hộ đến hết ngày kết thúc thời hạn hiệu lực hoặc đến ngày chấm dứt hiệu lực của Văn bằng bảo hộ.

Quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu hàng hóa phát sinh trên cơ sở đăng ký quốc tế được Nhà nước bảo hộ kể từ ngày đăng ký quốc tế được công bố trên Công báo sở hữu công nghiệp đến hết thời hạn hiệu lực đăng ký quốc tế theo thỏa ước Madrid.

2. Kể từ ngày công bố đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp trên Công báo sở hữu công nghiệp đến ngày cấp Văn bằng bảo hộ, nếu có người bắt đầu tiến hành sử dụng sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp đồng nhất với sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp nêu trong đơn thì người nộp đơn có quyền thông báo về việc nộp đơn cho người sử dụng đó biết. Sau khi Văn bằng bảo hộ được cấp, nếu người sử dụng sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp vẫn tiếp tục việc sử dụng mặc dù đã được thông báo như trên thì Chủ Văn bằng bảo hộ có quyền yêu cầu người đã sử dụng sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp trả một khoản tiền đền bù tương đương với khoản thành toán cho việc chuyển giao quyền sử dụng đối tượng sở hữu công nghiệp tương ứng (li xăng) cho người khác trong khoảng thời gian tương ứng.

Điều 11. Đơn yêu cầu cấp văn bằng bảo hộ:

1. Đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ là tập hợp các tài liệu thể hiện yêu cầu của người nộp đơn về việc cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa với nội dung, phạm vi bảo hộ tương ứng.

2. Đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ phải bảo đảm tính thống nhất, cụ thể là mỗi đơn chỉ được yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ với một đối tượng hoặc một số đối tượng cùng loại thống nhất với nhau về mục đích sử dụng.

Sự thống nhất của các đối tượng được hiểu như sau:

Các sáng chế, giải pháp hữu ích thống nhất với nhau nếu liên quan chặt chẽ với nhau nhằm thực hiện một ý đồ sáng tạo thống nhất.

Các kiểu dáng công nghiệp thống nhất với nhau nếu là kiểu dáng của các sản phẩm khác nhau của một bộ sản phẩm được sử dụng cùng nhau hoặc là các phương án thể hiện khác nhau của cùng một kiểu dáng công nghiệp.

Trong một đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa có thể nêu nhiều sản phẩm, dịch vụ khác nhau cùng sử dụng một nhãn hiệu hàng hóa.

3. Đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ phải đáp ứng các yêu cầu về hình thức và nội dung theo quy định của Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường.

Điều 12. Ngôn ngữ:

Đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ và mọi giấy tờ giao dịch giữa người nộp đơn và Cục sở hữu công nghiệp đều phải được làm bằng tiếng Việt. Các tài liệu bằng các ngôn ngữ khác chỉ được dùng để đối chiếu, tham khảo hoặc để kiểm tra.

Điều 13. Chuyển đổi đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế thành đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ giải pháp hữu ích:

Trong thời hạn 3 tháng tính từ ngày thông báo từ chối cấp Bằng độc quyền sáng chế, theo yêu cầu của người nộp đơn, đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế có thể đổi thành đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ giải pháp hữu ích. Mọi dữ liệu liên quan đến ngày nộp, ngày ưu tiên của đơn sẽ không bị thay đổi. Nếu đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế được chuyển đổi thì lệ phí nộp đơn, lệ phí xét nghiệm đã được nộp sẽ không được hoàn lại và người nộp đơn phải nộp lệ phí chuyển đổi đơn.

Điều 14. Quyền nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ:

Quyền nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ được quy định tại Điều 789 Bộ Luật Dân sự được cụ thể hóa như sau:

1. Quyền nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp:

a) Đối với sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp không thuộc các trường hợp quy định tại các điểm b và c khoản này thì quyền nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ thuộc về tác giả (các tác giả) hoặc người thừa kế của tác giả;

b) Đối với sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp được tạo ra khi tác giả thi hành nhiệm vụ do tổ chức mà tác giả là thành viên giao cho hoặc được tác giả tạo ra chủ yếu do sử dụng kinh phí, phương tiện vật chất của tổ chức thì quyền nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ thuộc về tổ chức giao việc hoặc cung cấp kinh phí, phương tiện vật chất cho tác giả;

c) Đối với sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp được tạo ra do tác giả thực hiện hợp đồng thuê việc với tổ chức, cá nhân khác thì quyền nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ thuộc về tổ chức, cá nhân đã ký hợp đồng với tác giả, nếu trong hợp đồng không thỏa thuận khác;

d) Người có quyền nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp quy định tại các điểm a, b và c khoản này có thể chuyển giao quyền nộp đơn, kể cả đơn đã nộp, cho cá nhân, pháp nhân hoặc các chủ thể khác thông qua văn bản chuyển giao quyền nộp đơn.

2. Quyền nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ nhãn hiệu hàng hoá:

a) Cá nhân, pháp nhân, các chủ thể khác tiến hành hoạt động sản xuất hợp pháp có quyền nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa dùng cho sản phẩm do mình sản xuất hoặc sẽ sản xuất;

b) Cá nhân, pháp nhân, các chủ thể khác tiến hành hoạt động dịch vụ hợp pháp có quyền nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ nhãn hiệu dịch vụ dùng cho dịch vụ do mình tiến hành hoặc sẽ tiến hành;

c) Cá nhân, pháp nhân, các chủ thể khác tiến hành hoạt động thương mại hợp pháp có quyền nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa cho sản phẩm do mình đưa ra thị trường nhưng do người khác sản xuất với điều kiện người sản xuất không sử dụng nhãn hiệu hàng hóa đó cho sản phẩm tương ứng và không phản đối việc nộp đơn nói trên;

d) Đối với nhãn hiệu tập thể, quyền nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ thuộc về cá nhân, pháp nhân đại diện cho tập thể các cá nhân, pháp nhân hoặc chủ thể khác cùng tuân theo quy chế sử dụng nhãn hiệu hàng hóa tương ứng;

e) Quyền nộp đơn, kể cả đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa đã nộp, có thể được chuyển giao như đối với sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp;

3. Quyền nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ tên gọi xuất xứ hàng hoá:

a) Cá nhân, pháp nhân hoặc chủ thể khác đang tiến hành sản xuất, kinh doanh sản phẩm có tính chất, chất lượng đặc thù tại nước, địa phương có tên địa lý đáp ứng các quy định tại Điều 7 Nghị định này có quyền nộp đơn yêu cầu cấp Giấy chứng nhận quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa cho sản phẩm của mình;

b) Cá nhân, pháp nhân nước ngoài đang là chủ văn bằng bảo hộ tên gọi xuất xứ hàng hóa do nước ngoài cấp có quyền nộp đơn yêu cầu cấp Giấy chứng nhận quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa đó để sử dụng cho các sản phẩm của mình trên thị trường Việt Nam;

c) Quyền nộp đơn yêu cầu cấp Giấy chứng nhận quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa không được chuyển giao.

Điều 15. Thực hiện quyền nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ:

1. Muốn được hưởng quyền sở hữu công nghiệp, chủ thể có quyền nộp đơn quy định tại Điều 14 Nghị định này phải nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ cho Cục Sở hữu công nghiệp. Đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ được Cục Sở hữu công nghiệp xét nghiệp theo trình tự và thủ tục quy định trong Chương này. Văn bằng bảo hộ được cấp trên cơ sở kết quả xét nghiệm đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ. Phạm vi, nội dung, thời hạn quyền sở hữu công nghiệp tương ứng được xác định theo Văn bằng bảo hộ được cấp.

2. Cá nhân, pháp nhân, các chủ thể khác của Việt Nam có thể trực tiếp hoặc ủy quyền cho tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp tiến hành việc nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ và tiến hành các thủ tục liên quan.

3. Cá nhân, pháp nhân thuộc các nước thành viên Công ước Paris hoặc các nước ký kết với Việt Nam các thỏa thuận bảo hộ lẫn nhau hoặc cùng chấp nhận nguyên tắc có đi có lại trong việc bảo hộ sở hữu công nghiệp thực hiện quyền nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ và tiến hành các thủ tục liên quan như sau:

a) Cá nhân nước ngoài thường trú tại Việt Nam, pháp nhân nước ngoài có đại diện hợp pháp tại Việt Nam hoặc có cơ sở hoạt động sản xuất, kinh doanh thực thụ tại Việt Nam có thể trực tiếp hoặc ủy quyền cho tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp thực hiện việc nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ và tiến hành các thủ tục liên quan;

b) Cá nhân nước ngoài không thường trú tại Việt Nam, pháp nhân nước ngoài không có đại diện hợp pháp và không có cơ sở hoạt động sản xuất, kinh doanh thực thụ tại Việt Nam chỉ có thể nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ và tiến hành các thủ tục liên quan thông qua việc ủy quyền cho tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp thực hiện.

4. Người nộp đơn phải bảo đảm sự trung thực của các thông tin về quyền nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ, về người nộp đơn và về tác giả khai trong đơn. Khi Văn bằng bảo hộ bị hủy bỏ hiệu lực vì lý do các thông tin nói trên không trung thực thì chủ Văn bằng bảo hộ phải chịu trách nhiệm do hậu quả của việc sử dụng quyền gây ra.

Điều 16. Nguyên tắc nộp đơn đầu tiên:

1. Nếu có từ hai chủ thể trở lên đều nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ với cùng một sáng chế, một giải pháp hữu ích, một kiểu dáng công nghiệp, một nhãn hiệu hàng hóa dùng cho cùng một loại sản phẩm, dịch vụ thì khi được cấp, Văn bằng bảo hộ được cấp cho người nộp đơn sớm nhất trong số những người nộp đơn đó.

2. Nếu có từ hai chủ thể trở lên đều nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ với cùng một sáng chế, một giải pháp hữu ích, một kiểu dáng công nghiệp, và nếu các đơn của các chủ thể đó có điều kiện ưu tiên như nhau, thì Cục Sở hữu công nghiệp đề nghị các chủ thể đó cùng đứng tên nộp đơn duy nhất và khi được cấp, Văn bằng bảo hộ được cấp chung cho các chủ thể đó với danh nghĩa là các chủ sở hữu chung. Nếu một trong các người nộp đơn không đồng ý, Văn bằng bảo hộ sẽ không được cấp.

3. Nếu với cùng một giải pháp kỹ thuật mà có một hoặc một số đơn yêu cầu cấp Bằng độc quyền sáng chế và một hoặc một số đơn yêu cầu cấp Bằng độc quyền giải pháp hữu ích và nếu các đơn nói trên có điều kiện ưu tiên như nhau thì Cục Sở hữu công nghiệp đề nghị các chủ thể nộp đơn thống nhất chọn hình thức bảo hộ và hợp nhất đơn như quy định tại khoản 2 Điều này.

4. Nếu có từ hai chủ thể trở lên đều nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ với cùng một nhãn hiệu hàng hóa dùng cho sản phẩm, dịch vụ cùng loại và nếu các đơn của các chủ thể đó có điều kiện ưu tiên như nhau thì Cục Sở hữu công nghiệp đề nghị các chủ thể thỏa thuận với nhau để chỉ còn một chủ thể tiếp tục các thủ tục liên quan đến đơn còn các chủ thể khác rút đơn với các điều kiện hợp lý. Nếu các chủ thể nộp đơn nói trên không thỏa thuận được với nhau thì tất cả các đơn sẽ bị từ chối cấp Văn bằng bảo hộ.

5. Nếu có từ hai chủ thể trở lên đều nộp đơn đăng ký cùng một tên gọi xuất xứ hàng hóa thì khi tên gọi xuất xứ hàng hóa được đăng ký, tất cả các chủ thể đều được cấp Giấy chứng nhận quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa.

Điều 17. Quyền ưu tiên:

1. Người nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu hàng hóa có thể yêu cầu được hưởng quyền ưu tiên trên cơ sở một đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ với cùng một đối tượng được nộp sớm

hơn tại một nước khác hoặc trên cơ sở việc trưng bày đối tượng nêu trong đơn tại một triển lãm quốc tế chính thức được thừa nhận là chính thức tổ chức tại Việt Nam hoặc tại một nước khác, nếu:

a) Nước khác - nơi mà đơn sớm hơn đã được nộp hoặc nơi mà triển lãm được tổ chức - là thành viên của Công ước Paris hoặc cùng ký kết với Việt Nam một Thỏa thuận song phương, trong đó có quy định về quyền ưu tiên, hoặc cùng Việt Nam áp dụng nguyên tắc có đi có lại về quyền ưu tiên;

b) Người nộp đơn là công dân, là người cư trú hoặc là người có cơ sở sản xuất, kinh doanh hoạt động thực thụ tại nước đáp ứng điều kiện nêu tại điểm a, khoản này;

c) Đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu hàng hóa tại Việt Nam được nộp trong thời hạn quy định tại khoản 2 điều này.

2. Thời hạn nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ để được hưởng quyền ưu tiên được quy định như sau:

a) Nếu người nộp đơn yêu cầu hưởng quyền ưu tiên theo Công ước Paris thì thời hạn nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ tại Việt Nam là 12 tháng tính từ ngày nộp đơn đầu tiên, đối với đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế, giải pháp hữu ích là 6 tháng tính từ ngày nộp đơn đầu tiên đối với đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ kiểu dáng công nghiệp và đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa, hoặc là 6 tháng tính từ ngày đối tượng được trưng bày tại triển lãm đối với đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu hàng hóa;

b) Nếu đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế, giải pháp hữu ích được nộp theo Hiệp ước PCT thì thời hạn trên là 21 tháng đối với đơn quốc tế đã có chỉ định Việt Nam hoặc là 31 tháng đối với đơn quốc tế có chọn Việt Nam nếu việc chọn đó được thực hiện trong thời hạn 19 tháng tính từ ngày nộp đơn đầu tiên;

c) Nếu quyền ưu tiên được yêu cầu theo Thỏa thuận song phương hoặc theo nguyên tắc có đi có lại thì thời hạn nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ áp dụng theo Thỏa thuận đó.

3. Các đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ được hưởng quyền ưu tiên có ngày ưu tiên tương ứng là ngày nộp đơn đầu tiên hoặc là ngày đối tượng bắt đầu được trưng bày tại triển lãm hoặc là ngày mà Thỏa thuận song phương quy định.

4. Muốn được hưởng quyền ưu tiên, người nộp đơn phải chỉ ra Điều ước quốc tế là căn cứ hưởng quyền ưu tiên và phải nộp lệ phí xin hưởng quyền ưu tiên và trong thời hạn 3 tháng tính từ ngày nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ, phải gửi bản sao đơn đầu tiên có xác nhận của cơ quan nhận đơn đầu tiên hoặc chứng nhận trưng bày triển lãm. Nếu trong thời hạn đó người nộp đơn không nộp các tài liệu nói trên, yêu cầu hưởng quyền ưu tiên sẽ không được xem xét.

5. Nếu đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ có yêu cầu hưởng quyền ưu tiên theo nhiều ngày khác nhau thì các thời hạn đã được quy định tính từ ngày ưu tiên được tính từ ngày sớm nhất trong số các ngày ưu tiên được chấp nhận.

6. Người nộp đơn có thể rút yêu cầu quyền ưu tiên để trì hoãn việc công bố đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ.

Điều 18. Xét nghiệm đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ:

1. Đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sở hữu công nghiệp, kể cả đơn quốc tế theo Hiệp ước PCT mà Cục Sở hữu công nghiệp là Cơ quan nhận đơn, đều được Cục Sở hữu công nghiệp xét nghiệm về mặt hình thức. Mục đích của việc xét nghiệm đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ về mặt hình thức là kiểm tra xem đơn có đáp ứng các yêu cầu của đơn hợp lệ hay không; nếu đơn được coi là hợp lệ thì xác định ngày nộp đơn hợp lệ, số đơn hợp lệ, ngày ưu tiên.

2. Mọi đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ đối với sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp đã được công nhận hợp lệ

đều được Cục Sở hữu công nghiệp công bố trên Công báo sở hữu công nghiệp.

3. Việc xét nghiệm nội dung đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ được Cục Sở hữu công nghiệp tiến hành đối với tất cả các đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa, kiểu dáng công nghiệp và tên gọi xuất xứ hàng hóa nếu các đơn đã được công nhận hợp lệ và người nộp đơn nộp lệ phí xét nghiệm nội dung theo quy định cũng như đối với tất cả các đơn đăng ký quốc tế nhãn hiệu hàng hóa theo Thỏa ước Madrid.

Việc xét nghiệm nội dung các đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế, giải pháp hữu ích chỉ được tiến hành với những đơn đã được công nhận là đơn hợp lệ và theo yêu cầu của người nộp đơn hoặc của người thứ ba với điều kiện yêu cầu xét nghiệm nội dung được nộp cho Cục Sở hữu công nghiệp trong thời hạn quy định.

Mục đích của việc xét nghiệm nội dung đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ là đánh giá khả năng được bảo hộ của đối tượng nêu trong đơn theo các tiêu chuẩn bảo hộ, xác định phạm vi (khối lượng) bảo hộ tương ứng.

4. Thủ tục, thời hạn xét nghiệm nội dung đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ do Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường quy định.

Điều 19. Rút đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ:

1. Bất kỳ lúc nào trước khi ra Quyết định cấp hay không cấp Văn bằng bảo hộ, người nộp đơn cũng có quyền tuyên bố rút đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ của mình bằng văn bản gửi cho Cục Sở hữu công nghiệp.

Nếu tuyên bố rút đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ được người nộp đơn đưa ra thông qua Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp thì trong Giấy ủy quyền phải nêu rõ việc ủy quyền rút đơn.

2. Từ thời điểm người nộp đơn tuyên bố rút đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ, mọi thủ tục tiếp theo liên quan đến đơn đó sẽ

bị đình chỉ; các khoản lệ phí liên quan đến những công việc tiếp theo nếu đã được nộp thì được hoàn trả cho người nộp đơn.

3. Đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, bị rút hoặc coi là bị rút trước khi công bố đơn đó và các đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa bị rút hoặc coi là bị rút đều coi là không được nộp cho Cục Sở hữu công nghiệp.

Điều 20. Quyền của người thứ ba có ý kiến về việc cấp hoặc không cấp Văn bằng bảo hộ:

Trong thời hạn xét nghiệm nội dung các đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ, bất kỳ người thứ ba nào đều có quyền có ý kiến về việc cấp hoặc không cấp Văn bằng bảo hộ đối với các đơn đã được công bố trên Công báo Sở hữu công nghiệp. Trong trường hợp người thứ ba có ý kiến phản đối việc cấp Văn bằng bảo hộ, người đó phải nêu ra các lý do và phải kèm theo các tài liệu hoặc trích dẫn chứng minh cho lý do đó.

Ý kiến của người thứ ba phải được thể hiện bằng văn bản gửi cho Cục Sở hữu công nghiệp và người có ý kiến không phải nộp lệ phí theo quy định.

Điều 21. Quyền trưng cầu ý kiến chuyên gia:

Để bảo đảm việc cấp Văn bằng bảo hộ đáp ứng các tiêu chuẩn do pháp luật quy định, trong quá trình xét nghiệm nội dung các đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ, Cục Sở hữu công nghiệp có quyền trưng cầu ý kiến các cơ quan chuyên môn và các chuyên gia thuộc các lĩnh vực liên quan. Các cơ quan, chuyên gia được Cục Sở hữu công nghiệp trưng cầu ý kiến phải thực hiện nghĩa vụ một cách trung thực, khách quan và chịu trách nhiệm về ý kiến của mình.

Các cơ quan, chuyên gia được Cục Sở hữu công nghiệp trưng cầu ý kiến được hưởng thù lao cho việc có ý kiến; mức thù lao tùy thuộc vào khối lượng, chất lượng ý kiến nhưng không quá 40% lệ phí xét nghiệm nội dung đối tượng tương ứng.

Điều 22. Yêu cầu tra cứu:

1. Kể từ ngày đơn được chấp nhận hợp lệ, người nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế, giải pháp hữu ích có quyền yêu cầu Cục Sở hữu công nghiệp tra cứu tình trạng kỹ thuật trước ngày ưu tiên. Người yêu cầu tra cứu phải nộp phí tra cứu theo quy định.

2. Trong thời hạn 3 tháng tính từ ngày nhận được yêu cầu tra cứu, Cục Sở hữu công nghiệp gửi kết quả tra cứu cho người yêu cầu.

Điều 23. Quyết định cấp Văn bằng bảo hộ:

1. Nếu sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu hàng hóa đáp ứng các tiêu chuẩn bảo hộ và người nộp đơn đã nộp lệ phí theo quy định, Cục Sở hữu công nghiệp ra Quyết định cấp Văn bằng bảo hộ, trong đó phải nêu rõ tên, địa chỉ của người được cấp Văn bằng bảo hộ; số đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ, ngày nộp đơn, ngày ưu tiên tương ứng; tên tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp; họ tên các tác giả sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp; tên đối tượng được bảo hộ; tên và số Văn bằng bảo hộ; phạm vi (khối lượng) bảo hộ; thời hạn bảo hộ hoặc Quyết định chấp nhận bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa đăng ký quốc tế theo Thỏa ước Madrid.

2. Nếu tên gọi xuất xứ hàng hóa đáp ứng các tiêu chuẩn bảo hộ và người nộp đơn đã nộp lệ phí theo quy định, Cục Sở hữu công nghiệp ra Quyết định đăng bạ tên gọi xuất xứ hàng hóa trong đó phải nêu rõ tên, địa chỉ người yêu cầu bảo hộ tên gọi xuất xứ, số đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ tên gọi xuất xứ hàng hóa, ngày nộp đơn, tên tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp; tên gọi xuất xứ hàng hóa, phạm vi lãnh thổ tương ứng; danh mục sản phẩm mang tên gọi xuất xứ hàng hóa; tóm tắt đặc trưng chất lượng của sản phẩm mang tên gọi xuất xứ hàng hóa; danh sách (tên, địa chỉ) các cá nhân, tổ chức có quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa; số đăng bạ tên gọi xuất xứ hàng hóa đó.

3. Nếu người nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ tên gọi xuất xứ hàng hóa đáp ứng các tiêu chuẩn để được sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa đã được đăng bạ, Cục Sở hữu công nghiệp ra Quyết định cấp Giấy chứng nhận quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa, trong đó ghi rõ tên, địa chỉ của người được cấp Giấy chứng nhận quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa; số đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ tên gọi xuất xứ hàng hóa; ngày nộp đơn; tên tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp; sản phẩm mang tên gọi xuất xứ hàng hóa do người được cấp Giấy chứng nhận sản xuất ra; tên gọi xuất xứ hàng hóa, số đăng bạ, số Giấy chứng nhận, thời hạn được sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa.

Điều 24. Cấp phó bản Văn bằng bảo hộ, bản sao các tài liệu liên quan:

Theo yêu cầu của các cá nhân, pháp nhân hoặc các chủ thể khác, Cục Sở hữu công nghiệp có thể cấp phó bản Văn bằng bảo hộ cho các chủ sở hữu chung, các bản sao đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ đầu tiên để xin hưởng quyền ưu tiên ở nước ngoài và các bản sao tài liệu khác trừ các tài liệu được coi là mật hoặc chưa đến thời hạn được công bố.

Theo yêu cầu của chủ văn bằng, Cục Sở hữu công nghiệp có thể cấp phó bản Văn bằng bảo hộ cho chủ Văn bằng nếu xét thấy có lý do chính đáng.

Người yêu cầu cấp phó bản hoặc bản sao phải nộp lệ phí theo quy định.

Điều 25. Thông báo từ chối cấp Văn bằng bảo hộ:

Trong các trường hợp không thuộc quy định tại các khoản 1, 2, và 3 Điều 23 Nghị định này, Cục Sở hữu công nghiệp ra thông báo từ chối cấp Văn bằng bảo hộ, trong đó phải nêu rõ lý do. Thông báo này được trao cho người nộp đơn và cho người yêu cầu xét nghiệm nội dung sáng chế, giải pháp hữu ích (trong trường hợp từ chối cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế, giải pháp hữu ích).

Điều 26. Nội dung Văn bằng bảo hộ; đăng bạ và cấp Văn bằng bảo hộ:

1. Nội dung Văn bằng bảo hộ được xác định theo quyết định cấp Văn bằng bảo hộ, ngoài các thông tin nêu trong quyết định nói trên còn phải thể hiện đầy đủ bản chất, phạm vi (khối lượng) bảo hộ và các thông tin cần thiết khác liên quan tới quyền được bảo hộ.

2. Văn bằng bảo hộ được ghi vào sổ đăng ký quốc gia về sở hữu công nghiệp (đăng bạ quốc gia).

3. Văn bằng bảo hộ được trao cho người nộp đơn. Nếu người nộp đơn là tập thể thì chỉ thành viên đầu tiên trong danh sách các thành viên tập thể đó được trao văn bằng bảo hộ và tên thành viên đó được ghi chú trong Sổ đăng ký quốc gia về sở hữu công nghiệp nêu tại khoản 2 Điều này. Theo yêu cầu của thành viên khác trong tập thể người nộp đơn, Cục Sở hữu công nghiệp có thể trao các phó bản Văn bằng bảo hộ nếu thành viên nói trên nộp lệ phí theo quy định.

Điều 27. Khiếu nại các quyết định liên quan đến việc chấp nhận đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ, cấp hoặc từ chối cấp Văn bằng bảo hộ:

1. Những người sau đây có quyền khiếu nại:

a) Người nộp đơn có quyền khiếu nại việc từ chối chấp nhận đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ và từ chối cấp Văn bằng bảo hộ;

b) Người yêu cầu xét nghiệm nội dung sáng chế, giải pháp hữu ích, có quyền khiếu nại quyết định cấp Văn bằng bảo hộ và không phải nộp lệ phí khiếu nại;

c) Bất kỳ người thứ ba nào cũng có quyền khiếu nại quyết định cấp Văn bằng bảo hộ và người thứ ba khiếu nại đó phải nộp lệ phí theo quy định.

2. Thủ tục khiếu nại nêu tại khoản 1 Điều này được quy định như sau:

a) Nội dung khiếu nại phải được thể hiện thành văn bản, trong đó phải nêu rõ tên (họ tên) và địa chỉ của người khiếu nại; số, ngày ký, nội dung quyết định hoặc thông báo bị khiếu nại; số đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ liên quan; tên đối tượng cần bảo hộ nêu trong đơn; nội dung, lý lẽ, dẫn chứng minh hoạ cho lý lẽ khiếu nại; đề nghị cụ thể về việc sửa chữa hoặc hủy bỏ quyết định hoặc kết luận liên quan;

b) Đơn khiếu nại phải được nộp cho Cục Sở hữu công nghiệp trong thời hạn 3 tháng tính từ ngày ra quyết định hoặc thông báo nếu việc khiếu nại thuộc trường hợp quy định tại điểm a và b, khoản 1 Điều này hoặc trong suốt thời hạn hiệu lực của Văn bằng bảo hộ nếu thuộc trường hợp quy định tại điểm c, khoản 1 Điều này;

c) Đơn khiếu nại nộp sau thời hạn nói trên không được xem xét.

3. Trong thời hạn 30 ngày tính từ ngày nhận được khiếu nại, Cục Sở hữu công nghiệp phải có ý kiến trả lời bằng văn bản cho người khiếu nại;

4. Nếu không đồng ý với ý kiến trả lời của Cục Sở hữu công nghiệp nêu tại khoản 3 Điều này, người khiếu nại có quyền khiếu nại với Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường hoặc khởi kiện theo thủ tục tố tụng hành chính. Trường hợp khiếu nại với Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường trong thời hạn 60 ngày tính từ ngày nhận được đơn khiếu nại, Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường phải thông báo kết quả giải quyết cho người khiếu nại.

Điều 28. Đình chỉ hiệu lực Văn bằng bảo hộ:

1. Bất kỳ người thứ ba nào cũng có quyền nộp đơn cho Cục Sở hữu công nghiệp yêu cầu đình chỉ hiệu lực một Văn bằng bảo hộ với lý do nêu tại khoản 2 Điều này.

Đơn yêu cầu đình chỉ hiệu lực Văn bằng bảo hộ được xử lý theo trình tự xử lý đơn khiếu nại quy định tại các khoản 2, 3, 4 Điều 27 Nghị định này.

Nếu kết quả của việc xem xét đơn yêu cầu đình chỉ hiệu lực Văn bằng bảo hộ khẳng định rằng đã xảy ra một trong các tình huống nêu tại khoản 2 Điều này, Cục trưởng Cục Sở hữu công nghiệp ra Quyết định đình chỉ một phần hoặc toàn bộ hiệu lực Văn bằng bảo hộ, công bố Quyết định đó trên Công báo Sở hữu công nghiệp trong thời hạn 2 tháng tính từ ngày ra Quyết định.

2. Văn bằng bảo hộ bị đình chỉ hiệu lực khi xảy ra một trong các trường hợp sau đây:

a) Chủ văn bằng bảo hộ tuyên bố từ bỏ các quyền được hưởng theo Văn bằng bảo hộ tương ứng; trong trường hợp này, hiệu lực của Văn bằng bảo hộ bị đình chỉ từ ngày bị tuyên bố từ bỏ;

b) Chủ Văn bằng bảo hộ không nộp lệ phí duy trì hiệu lực Văn bằng bảo hộ đúng thời hạn; trong trường hợp này, hiệu lực Văn bằng bảo hộ bị đình chỉ từ đầu năm hiệu lực đầu tiên mà lệ phí duy trì hiệu lực không được nộp;

c) Chủ Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa, chủ Giấy chứng nhận quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa không sử dụng nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ trong 5 năm liên tục trước ngày có yêu cầu đình chỉ hiệu lực mà không có lý do chính đáng; trong trường hợp này, hiệu lực của Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa, Giấy chứng nhận quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa bị đình chỉ từ ngày đầu tiên sau thời hạn 5 năm nói trên;

d) Chủ Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa, Chủ Giấy chứng nhận quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa không còn tồn tại hoặc không hoạt động mà không có người thừa kế hợp pháp; trong trường hợp này, hiệu lực của Giấy chứng nhận bị đình chỉ từ khi chấm dứt hoạt động hoặc chấm dứt tồn tại của Chủ giấy chứng nhận;

e) Các yếu tố địa lý quyết định tính chất đặc thù bị thay đổi làm cho các tính chất đó mất tính đặc thù; trong trường hợp này, Giấy chứng nhận quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa

bị đình chỉ hiệu lực trong cùng một ngày theo quyết định của Cục Sở hữu công nghiệp;

f) Chủ Giấy chứng nhận quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa không còn đủ năng lực thực hiện nghĩa vụ theo quy định tại khoản 2, Điều 47 Nghị định này. .

Điều 29. Hủy bỏ hiệu lực Văn bằng bảo hộ:

1. Bất kỳ người thứ ba nào cũng có quyền nộp đơn yêu cầu Cục Sở hữu công nghiệp hủy bỏ hiệu lực một Văn bằng bảo hộ với lý do Văn bằng bảo hộ đó được cấp không phù hợp với các quy định của pháp luật như quy định tại khoản 2 Điều này.

Đơn yêu cầu hủy bỏ hiệu lực Văn bằng bảo hộ được xử lý theo trình tự như trình tự xử lý đơn khiếu nại tại khoản 2, 3, 4 Điều 27 Nghị định này.

Nếu kết quả việc xem xét đơn khẳng định rằng Văn bằng bảo hộ được cấp không phù hợp với quy định pháp luật, Cục trưởng Cục Sở hữu công nghiệp ra Quyết định hủy bỏ một phần hoặc toàn bộ hiệu lực Văn bằng bảo hộ, công bố Quyết định đó trên Công báo Sở hữu công nghiệp trong thời hạn 2 tháng tính từ ngày ra Quyết định.

2. Hiệu lực Văn bằng bảo hộ bị hủy bỏ hoàn toàn khi có cơ sở để khẳng định rằng Văn bằng bảo hộ được cấp không phù hợp với các quy định của pháp luật với các lý do sau đây:

a) Người được cấp Văn bằng bảo hộ không có quyền nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ và cũng không được người có quyền nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ chuyển nhượng quyền đó;

b) Quyền nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp thuộc về nhiều cá nhân, pháp nhân hoặc chủ thể khác nhưng một hoặc một số trong đó không đồng ý thực hiện việc nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ;

c) Văn bằng bảo hộ sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp ghi nhận sai tác giả do sự cố ý của người nộp đơn;

d) Đối tượng được bảo hộ không đáp ứng tiêu chuẩn bảo hộ.

3. Hiệu lực Văn bằng bảo hộ bị hủy bỏ một phần khi có căn cứ để khẳng định rằng phần tương ứng không đáp ứng tiêu chuẩn bảo hộ.

4. Khi bị hủy bỏ, hiệu lực của phần bị hủy bỏ bị coi như không phát sinh.

Điều 30. Gia hạn hiệu lực Văn bằng bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa, kiểu dáng công nghiệp và tên gọi xuất xứ hàng hóa:

Hiệu lực Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp, Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa, Giấy chứng nhận quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa có thể được gia hạn theo yêu cầu của chủ văn bằng.

Điều 31. Công báo Sở hữu công nghiệp:

1. Công báo Sở hữu công nghiệp do Cục Sở hữu công nghiệp ấn hành là tài liệu pháp lý công bố các thông tin liên quan tới việc xác lập, chuyển dịch, thay đổi, đình chỉ, vô hiệu các quyền sở hữu công nghiệp cũng như nội dung, phạm vi bảo hộ các quyền đó.

2. Các thông tin chủ yếu được công bố trong Công báo Sở hữu công nghiệp gồm các thông tin liên quan đến:

a) Các đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp sau khi các đơn đó đã được chấp nhận là đơn hợp lệ;

b) Các văn bằng bảo hộ đã được cấp và đã được đăng bạ, các nhãn hiệu hàng hóa được bảo hộ tại Việt Nam thông qua việc đăng ký theo Thỏa ước Madrid hoặc theo các Điều ước quốc tế khác mà Việt Nam tham gia;

c) Các quyết định về việc sửa đổi, đình chỉ, hủy bỏ, gia hạn hiệu lực các văn bằng bảo hộ đã được cấp;

d) Các quyết định về việc đăng ký các hợp đồng li-xăng và các quyết định cấp li-xăng không tự nguyện;

e) Các quyết định về việc đăng ký các hợp đồng chuyển giao quyền sở hữu các đối tượng sở hữu công nghiệp;

f) Quyết định cấp, thu hồi, sửa đổi nội dung giấy phép hoạt động cho các cá nhân, tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp;

g) Các văn bản mới, các nội dung sửa đổi, bổ sung các văn bản pháp luật về sở hữu công nghiệp;

h) Các thông tin cần thiết khác liên quan đến việc bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp.

Điều 32. Lệ phí:

1. Cá nhân, pháp nhân hoặc chủ thể khác tiến hành thủ tục xác lập, duy trì, đình chỉ, gia hạn, sửa đổi, chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp trước Cục Sở hữu công nghiệp cũng như các thủ tục khiếu nại liên quan đến sở hữu công nghiệp trước các cơ quan có thẩm quyền đều có nghĩa vụ nộp các khoản phí và lệ phí cho cơ quan thực hiện các công việc liên quan theo quy định trong Điều này.

Cục Sở hữu công nghiệp và các cơ quan có thẩm quyền nêu ở điểm trên có nghĩa vụ thu đủ, đúng thời hạn, đúng thủ tục các khoản phí và lệ phí liên quan và phải nộp vào ngân sách Nhà nước phù hợp với quy định của Nhà nước về phí và lệ phí.

Các cơ quan thu phí và lệ phí được phép sử dụng một phần lệ phí thu được phù hợp với quy định của Nhà nước về phí và lệ phí nhằm nâng cao năng lực chuyên môn, nghiệp vụ, động viên những người trực tiếp thực hiện các công việc tạo ra nguồn thu.

2. Các khoản (nội dung) và mức phí, lệ phí theo từng khoản do Bộ Tài chính phối hợp với Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi

trường quy định trên cơ sở bảo đảm đủ chi phí cho các công việc liên quan, phù hợp với điều kiện hiện tại và với thông lệ quốc tế.

Những khoản lệ phí đã được nộp nhưng phần việc tương ứng không được tiến hành vì không xảy ra tình huống phải thực hiện hoặc do lỗi của cơ quan có nghĩa vụ thực hiện phần việc đó phải được hoàn trả cho người nộp lệ phí và việc hoàn trả phải được người nộp lệ phí xác nhận hoặc phải có chứng từ hoàn trả.

Chương IV
CHỦ SỞ HỮU CÁC ĐỐI TƯỢNG SỞ HỮU CÔNG NGHIỆP; QUYỀN VÀ NGHĨA VỤ CỦA CHỦ SỞ HỮU CÁC ĐỐI TƯỢNG SỞ HỮU CÔNG NGHIỆP

Điều 33. Chủ sở hữu các đối tượng sở hữu công nghiệp:

Chủ sở hữu các đối tượng sở hữu công nghiệp là:

1. Chủ thể được cấp Văn bằng bảo hộ;

2. Chủ sở hữu đăng ký quốc tế nhãn hiệu hàng hóa theo Thỏa ước Madrid đã được chấp nhận bảo hộ ở Việt Nam;

3. Cá nhân, pháp nhân hoặc chủ thể khác được chuyển giao một cách hợp pháp quyền sở hữu đối với sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu hàng hóa.

Điều 34. Sử dụng đối tượng sở hữu công nghiệp:

Việc sử dụng đối tượng sở hữu công nghiệp thuộc quyền của chủ sở hữu đối tượng sở hữu công nghiệp quy định tại điểm a, khoản 1 Điều 796 và điểm a, khoản 1 Điều 797 Bộ Luật Dân sự là việc thực hiện một hoặc một số hành vi sau đây đối với đối tượng bảo hộ nhằm mục đích kinh doanh:

1. Đối với sáng chế, giải pháp hữu ích:

- Sản xuất sản phẩm được bảo hộ;

- Áp dụng quy trình được bảo hộ;

- Khai thác sản phẩm được bảo hộ;

- Đưa vào lưu thông; quảng cáo nhằm để bán; chào bán; tàng trữ để bán sản phẩm được bảo hộ hoặc sản phẩm được sản xuất theo quy trình được bảo hộ;

- Nhập khẩu sản phẩm được bảo hộ hoặc sản phẩm được sản xuất theo quy trình được bảo hộ.

2. Đối với kiểu dáng công nghiệp:

- Sản xuất;

- Đưa vào lưu thông, quảng cáo nhằm để bán, chào bán, tàng trữ để bán;

- Nhập khẩu sản phẩm có hình dáng bên ngoài được bảo hộ với danh nghĩa là kiểu dáng công nghiệp.

3. Đối với nhãn hiệu hàng hóa và tên gọi xuất xứ hàng hoá:

- Gắn nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa được bảo hộ lên hàng hóa, bao bì hàng hóa, phương tiện dịch vụ, giấy tờ giao dịch trong hoạt động kinh doanh;

- Lưu thông, chào bán, quảng cáo nhằm để bán, tàng trữ để bán hàng hóa mang nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ được bảo hộ;

- Nhập khẩu hàng hóa mang nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ được bảo hộ.

Điều 35. Quyền chuyển giao quyền sử dụng đối tượng sở hữu công nghiệp:

1. Theo điểm b, khoản 1 Điều 796 Bộ Luật Dân sự và theo các quy định tại Điều này, Chủ sở hữu quyền sở hữu công nghiệp đối với sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu hàng hóa có quyền chuyển giao một phần hoặc toàn bộ quyền sử dụng đối tượng sở hữu công nghiệp của mình cho cá nhân, pháp nhân hoặc chủ thể khác.

Chủ Giấy chứng nhận quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa không được chuyển giao quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa đó.

2. Việc chuyển giao quyền sử dụng đối tượng sở hữu công nghiệp phải được thực hiện thông qua hợp đồng bằng văn bản ("hợp đồng li-xăng"). Hợp đồng li-xăng chỉ có giá trị pháp lý khi đã được đăng ký tại Cục Sở hữu công nghiệp theo quy định tại Điều 42 Nghị định này.

Điều 36. Quyền yêu cầu xử lý người thứ ba xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp:

1. Theo điểm c khoản 1 Điều 796 Bộ Luật Dân sự, Chủ sở hữu đối tượng sở hữu công nghiệp có quyền yêu cầu Cơ quan Nhà nước có thẩm quyền xử lý hoặc khởi kiện tại Tòa án có thẩm quyền đối với bất kỳ người thứ ba nào không thuộc các trường hợp quy định tại các Điều 50, 51, 52 Nghị định này đã thực hiện việc sử dụng đối tượng sở hữu công nghiệp của mình và có quyền yêu cầu người xâm phạm phải đình chỉ việc sử dụng và bồi thường thiệt hại.

Trước khi thực hiện việc yêu cầu xử lý hoặc khởi kiện, chủ sở hữu đối tượng sở hữu công nghiệp có quyền thông báo cho người vi phạm về việc đối tượng sở hữu công nghiệp đã thuộc quyền sở hữu của mình và yêu cầu người xâm phạm quyền phải chấm dứt hành vi xâm phạm.

2. Chủ sở hữu đối tượng sở hữu công nghiệp đối với sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp có quyền khởi kiện tại Tòa án có thẩm quyền đối với những người không trả tiền đền bù cho chủ sở hữu công nghiệp theo quy định tại khoản 2 Điều 10 Nghị định này.

3. Chủ sở hữu đối tượng sở hữu công nghiệp có thể tự mình thực hiện yêu cầu xử lý, khởi kiện hoặc ủy quyền cho người khác thực hiện việc yêu cầu xử lý, khởi kiện quy định tại khoản 1 và khoản 2 Điều này.

Điều 37. Chuyển giao quyền sở hữu, để thừa kế, từ bỏ quyền sở hữu công nghiệp:

1. Việc chuyển giao, để thừa kế, từ bỏ quyền sở hữu đối tượng sở hữu công nghiệp theo khoản 2 Điều 796 Bộ Luật Dân sự phải tuân theo các quy định tại Điều này.

2. Quyền sở hữu nhãn hiệu hàng hóa chỉ được để thừa kế cho một cá nhân hoặc một pháp nhân hoặc một chủ thể duy nhất. Người được hưởng thừa kế quyền sở hữu nhãn hiệu hàng hóa phải đáp ứng đầy đủ các điều kiện như đối với quyền nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa.

3. Khi quyền sở hữu sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu hàng hóa được chuyển giao, mọi quyền và nghĩa vụ của Chủ Văn bằng bảo hộ (Bên giao) phát sinh từ Văn bằng bảo hộ đều được chuyển giao hoàn toàn sang cho người được chuyển giao (Bên nhận) và Bên nhận trở thành chủ sở hữu đối tượng sở hữu công nghiệp kể từ ngày Hợp đồng chuyển giao được đăng ký tại Cục Sở hữu công nghiệp; các quyền và nghĩa vụ phát sinh trên cơ sở các giao dịch của Bên giao với người thứ ba có thể chuyển giao sang cho Bên nhận với điều kiện điều đó phải được ghi trong hợp đồng chuyển giao.

4. Khi chuyển giao quyền sử dụng đối tượng, kể từ ngày Hợp đồng li-xăng được đăng ký tại Cục Sở hữu công nghiệp, Bên được chuyển giao (Bên nhận) có quyền sử dụng đối tượng sở hữu công nghiệp trong phạm vi, thời hạn và với điều kiện ghi trong hợp đồng li-xăng đã được đăng ký.

5. Chủ sở hữu đối tượng sở hữu công nghiệp không được từ bỏ quyền sở hữu công nghiệp đối với một đối tượng thuộc phạm vi li-xăng đang còn trong thời hạn hiệu lực mà Bên nhận li-xăng không đồng ý chấm dứt li-xăng đó trước thời hạn. Quy định này không áp dụng cho trường hợp một hoặc một số chủ sở hữu chung từ bỏ phần quyền của mình nhưng vẫn còn một hoặc một số chủ sở hữu chung khác tiếp tục sở hữu đối tượng đó.

Điều 38. Điều kiện hạn chế việc chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp:

1. Bên giao chỉ được quyền chuyển giao quyền của mình trong phạm vi được pháp luật bảo hộ đang còn trong thời hạn bảo hộ và phải bảo đảm việc chuyển giao không gây tranh chấp với bên thứ ba. Nếu xảy ra tranh chấp do việc chuyển giao

quyền sở hữu công nghiệp gây ra, Bên giao phải chịu trách nhiệm giải quyết.

2. Nếu quyền sở hữu công nghiệp thuộc về chủ sở hữu chung thì mỗi chủ sở hữu chung chỉ được chuyển giao phần quyền thuộc về mình cho người khác khi được các chủ sở hữu chung còn lại đồng ý hoặc tuy có một hoặc một số chủ sở hữu chung còn lại không đồng ý nhưng họ cũng không tiếp nhận phần quyền cần chuyển giao và việc không đồng ý không có lý do xác đáng.

3. Quyền sở hữu công nghiệp đối với tên gọi xuất xứ hàng hóa không được chuyển giao.

4. Việc chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu hàng hóa không được gây nên sự nhầm lẫn về đặc tính hoặc nguồn gốc của hàng,hóa, dịch vụ mang nhãn hiệu hàng hóa.

5. Nếu việc chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp chỉ có một Bên là tổ chức Nhà nước hoặc có Nhà nước góp vốn liên doanh thì Hợp đồng chuyển giao phải được Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường phê duyệt.

Điều 39. Hợp đồng chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp:

1. Mọi hình thức chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp phải được thể hiện bằng văn bản dưới hình thức hợp đồng. Mọi thỏa thuận miệng, công văn, thư từ, điện báo, đều không được coi là hợp đồng chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp và không có giá trị pháp lý.

Nếu việc chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp là một phần của hợp đồng khác thì nội dung về chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp phải được lập thành một bộ phận riêng biệt so với các phần còn lại của hợp đồng và phải tuân theo các quy định trong mục này.

2. Nội dung hợp đồng chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp do Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường quy định.

Điều 40. Nghĩa vụ của các bên:

1. Bên giao có các nghĩa vụ sau đây:

- Đăng ký Hợp đồng theo Điều 42 Nghị định này nếu việc đăng ký không được Bên nhận tiến hành;

- Nộp thuế chuyển giao theo pháp luật về thuế;

- Giải quyết các tranh chấp với người thứ ba nếu việc chuyển giao gây nên tranh chấp đó.

Trong trường hợp chuyển giao quyền sử dụng đối tượng sở hữu công nghiệp (hợp đồng li-xăng), Bên giao li-xăng thực hiện các biện pháp cần thiết phù hợp chống lại các hành vi xâm phạm của phía thứ ba gây thiệt hại cho Bên nhận li-xăng. Nếu sau 3 tháng kể từ ngày được Bên li-xăng thông báo về việc xâm phạm và yêu cầu mà Bên giao không thực hiện các biện pháp đó thì Bên nhận có thể tự mình yêu cầu các cơ quan Nhà nước có thẩm quyền xử lý các hành vi xâm phạm đó.

2. Bên nhận có các nghĩa vụ sau đây:

- Đăng ký Hợp đồng theo Điều 42 Nghị định này nếu việc đăng ký không được bên giao tiến hành;

- Trả tiền chuyển giao cho Bên giao theo mức và theo cách thức do hai bên thỏa thuận;

- Chịu sự kiểm tra về chất lượng hàng hóa mang nhãn hiệu được chuyển giao nếu điều đó là cần thiết và phải bảo đảm chất lượng hàng hóa như hàng hóa do Bên giao sản xuất;

- Ghi chỉ dẫn trên hàng hóa, bao bì hàng hóa rằng hàng hóa được sản xuất theo li-xăng do Bên giao cấp và chỉ ra tên của Bên giao đó.

Điều 41. Giá cả, phương thức thanh toán cho việc chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp:

1. Giá cả chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp do hai bên thỏa thuận. Trong trường hợp Bên giao là tổ chức Nhà nước hoặc có vốn do Nhà nước góp liên doanh thì giá chuyển giao

không được thấp hơn mức tối thiểu. Trong trường hợp Bên nhận là tổ chức Nhà nước hoặc có vốn do Nhà nước góp liên doanh, giá chuyển giao không được cao hơn mức tối đa.

Mức tối đa, tối thiểu nói trên do Bộ Tài chính cùng với Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường ấn định.

2. Phương thức thanh toán tiền chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp do hai bên thỏa thuận.

Điều 42. Đăng ký hợp đồng chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp:

1. Mọi hợp đồng chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp kể cả trường hợp việc chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp là bộ phận của hợp đồng khác đều phải được đăng ký tại Cục Sở hữu công nghiệp theo quy định tại Điều này.

2. Yêu cầu đối với hồ sơ đăng ký, thủ tục đăng ký hợp đồng chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp do Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường quy định.

3. Mọi thay đổi liên quan đến Hợp đồng chuyển giao đã được đăng ký, kể cả việc chuyển nhượng lại li-xăng đều phải làm thủ tục như đối với việc chuyển giao.

Điều 43. Sự đình chỉ, vô hiệu mặc nhiên của hợp đồng chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp:

Hợp đồng chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp mặc nhiên bị đình chỉ nếu quyền sở hữu công nghiệp của Bên giao bị đình chỉ hoặc xảy ra trường hợp bất khả kháng khiến cho Hợp đồng không thể thực hiện được.

Hợp đồng chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp mặc nhiên bị vô hiệu hóa nếu quyền sở hữu công nghiệp của Bên giao bị hủy bỏ.

Điều 44. Nghĩa vụ trả thù lao cho tác giả:

1. Theo khoản 1 Điều 798 Bộ Luật Dân sự, nếu tác giả không phải là chủ sở hữu hoặc chủ sở hữu chung và nếu giữa tác giả,

chủ sở hữu không có thỏa thuận nào khác thì chủ sở hữu quyền sở hữu công nghiệp đối với sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp có nghĩa vụ trả thù lao cho tác giả hoặc các đồng tác giả về việc đã tạo ra sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp.

2. Nếu giữa tác giả và chủ sở hữu quyền sở hữu công nghiệp không có thỏa thuận nào khác thì mức và thời hạn thù lao phải tuân theo quy định sau đây:

a) Mức thù lao tối thiểu cho tác giả sáng chế, giải pháp hữu ích là 10% số tiền làm lợi thu được trong mỗi năm sử dụng sáng chế, giải pháp hữu ích; hoặc 15% tổng số tiền mà chủ sở hữu quyền sở hữu công nghiệp nhận được trong mỗi lần nhận tiền thanh toán do bán li-xăng hoặc do được đền bù từ việc cấp li-xăng không tự nguyện;

b) Mức thù lao tối thiểu cho tác giả kiểu dáng công nghiệp là 2% lợi nhuận thu được do việc sử dụng kiểu dáng công nghiệp trong mỗi năm sử dụng; hoặc 15% tổng số tiền mà chủ sở hữu quyền sở hữu công nghiệp nhận được trong mỗi lần nhận tiền thanh toán do bán li-xăng hoặc do được đền bù cho việc cấp li-xăng không tự nguyện;

c) Việc thanh toán tiền thù lao cho tác giả phải được thực hiện chậm nhất là 2 tháng sau mỗi năm sử dụng hoặc không muộn hơn 1 tháng tính từ ngày chủ sở hữu quyền sở hữu công nghiệp nhận tiền thanh toán do bán li-xăng hoặc được đền bù cho việc cấp li-xăng không tự nguyện;

3. Nếu giữa tác giả, chủ sở hữu quyền sở hữu công nghiệp có thỏa thuận khác các quy định tại khoản 1 và 2 Điều này thì việc thù lao được thực hiện theo thỏa thuận đó.

Điều 45. Nghĩa vụ nộp lệ phí duy trì hiệu lực Văn bằng bảo hộ:

Theo khoản 2, Điều 798 Bộ Luật Dân sự, Chủ sở hữu quyền sở hữu công nghiệp phải nộp lệ phí duy trì hiệu lực Văn bằng

bảo hộ. Nếu Chủ sở hữu quyền sở hữu công nghiệp không nộp lệ phí duy trì hiệu lực, Văn bằng bảo hộ bị đình chỉ hiệu lực theo điểm b, khoản 2, Điều 28 Nghị định này.

Điều 46. Nghĩa vụ sử dụng đối tượng sở hữu công nghiệp:

1. Chủ sở hữu quyền sở hữu công nghiệp đối với các sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp có ảnh hưởng đặc biệt đối với an ninh, quốc phòng, bảo vệ sức khỏe của nhân dân hoặc bảo vệ môi trường có nghĩa vụ sử dụng các sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp đó nhằm đáp ứng nhu cầu của quốc gia hoặc/và của xã hội.

Nếu chủ sở hữu quyền sở hữu công nghiệp đối với các sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp nói trên đã cố gắng hết mức mà vẫn không đáp ứng nhu cầu của quốc gia hoặc/và của xã hội thì chủ sở hữu quyền sở hữu công nghiệp có nghĩa vụ cấp li-xăng cho các chủ thể có năng lực và có ý muốn sử dụng sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp đó theo các điều kiện hợp lý.

2. Chủ sở hữu quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa có nghĩa vụ sử dụng nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa liên tục và không được đình chỉ việc sử dụng nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa quá 5 năm liền. Nếu không thực hiện nghĩa vụ này, Văn bằng bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa và Văn bằng bảo hộ tên gọi xuất xứ hàng hóa tương ứng bị đình chỉ hiệu lực theo quy định tại điểm c, khoản 2, Điều 28 Nghị định này.

3. Việc chuyển giao quyền sử dụng đối tượng sở hữu công nghiệp không được coi là sử dụng đối tượng sở hữu công nghiệp để thực hiện nghĩa vụ quy định tại Điều này.

Việc sử dụng đối tượng sở hữu công nghiệp do Bên nhận li-xăng thực hiện được coi là sử dụng đối tượng sở hữu công nghiệp để thực hiện nghĩa vụ quy định tại Điều này.

Điều 47. Quyền và nghĩa vụ của người được cấp Giấy chứng nhận quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa:

1. Người được cấp Giấy chứng nhận quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa có quyền:

a) Sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa cho các sản phẩm của mình đã được ghi trong danh mục sản phẩm đăng ký;

b) Yêu cầu cơ quan Nhà nước có thẩm quyền buộc người khác chấm dứt hành vi vi phạm và bồi thường thiệt hại do đã sử dụng bất hợp pháp tên gọi xuất xứ hàng hóa hoặc dấu hiệu tương tự gây nhầm lẫn với tên gọi xuất xứ hàng hóa, kể cả trong trường hợp đã nêu rõ xuất xứ thật của sản phẩm hoặc tên gọi xuất xứ hàng hóa được dịch sang ngôn ngữ khác hoặc sử dụng kèm theo các từ như "loại", "kiểu", "phỏng theo", hoặc các từ tương tự như vậy.

2. Người được cấp Giấy chứng nhận quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa có nghĩa vụ:

a) Bảo đảm chất lượng, tính chất đặc thù của sản phẩm mang tên gọi xuất xứ hàng hóa đã được đăng ký;

b) Thực hiện các yêu cầu và tạo điều kiện thuận lợi cho cơ quan Nhà nước có thẩm quyền thực hiện việc kiểm tra chất lượng hàng hóa, các tổ chức thực hiện việc giám định chất lượng, tính chất đặc thù của sản phẩm mang tên gọi xuất xứ hàng hóa khi cần thiết.

Điều 48. Quyền của tác giả:

1. Tác giả, các tác giả sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp có các quyền sau đây:

a) Được ghi họ tên trong Văn bằng bảo hộ, trong sổ đăng ký quốc gia về sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp với danh nghĩa là tác giả cũng như trong các tài liệu công bố về các đối tượng đó;

b) Được nhận thù lao của Chủ sở hữu quyền sở hữu công nghiệp theo quy định tại Điều 44 Nghị định này;

c) Yêu cầu xử lý, khởi kiện về việc xâm phạm các quyền trên của mình.

2. Quyền vật chất, quyền yêu cầu xử lý và quyền khởi kiện của tác giả sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp nêu tại điểm b và c, khoản 1 Điều này có thể được chuyển giao cho người khác hoặc/và để thừa kế theo quy định của pháp luật.

Chương V
SỬ DỤNG HẠN CHẾ QUYỀN SỞ HỮU CÔNG NGHIỆP, XỬ LÝ XÂM PHẠM QUYỀN SỞ HỮU CÔNG NGHIỆP

Điều 49. Điều kiện thực hiện quyền sở hữu công nghiệp:

Khi thực hiện quyền của mình, chủ sở hữu đối tượng sở hữu công nghiệp, người được chuyển giao quyền sử dụng các đối tượng sở hữu công nghiệp không được vi phạm các quy định của pháp luật, không được thực hiện các hành vi đã bị pháp luật cấm, không được làm thiệt hại đến lợi ích của Nhà nước, lợi ích công cộng và không được xâm phạm quyền, lợi ích hợp pháp của các chủ thể khác. Nếu việc thực hiện quyền sở hữu công nghiệp dẫn đến các vi phạm, xâm phạm nói trên thì chủ sở hữu công nghiệp không được thực hiện quyền đó.

Điều 50. Quyền của người sử dụng trước sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp:

1. Nếu trước ngày công bố đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp mà có cá nhân, pháp nhân hoặc chủ thể khác đã tiến hành việc sử dụng sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp một cách độc lập với chủ sở hữu đối tượng sở hữu công nghiệp thì khi được cấp Văn bằng bảo hộ, chủ sở hữu đối tượng sở hữu công nghiệp không được thực hiện quyền yêu cầu xử lý, khởi kiện đối với cá nhân, pháp nhân hoặc chủ thể khác đã sử dụng đối tượng sở hữu công nghiệp nói trên nếu cá nhân, pháp nhân hoặc chủ thể đó không mở rộng thêm phạm vi, khối lượng sử dụng so với trước

ngày công bố đơn và không được chuyển giao quyền sử dụng đó cho người khác.

2. Nếu sau ngày công bố đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ nêu ở khoản 1 Điều này mà cá nhân, pháp nhân hoặc chủ thể khác mở rộng phạm vi, khối lượng sử dụng đối tượng sở hữu công nghiệp so với phạm vi, khối lượng sử dụng trước ngày đó thì phần mở rộng không được coi là thuộc quyền sử dụng trước.

Điều 51. Chuyển giao quyền sử dụng theo quyết định của cơ quan có thẩm quyền ("li-xăng không tự nguyện"):

1. Li-xăng không tự nguyện được hiểu là việc chủ sở hữu đối tượng sở hữu công nghiệp hoặc người đã được chủ sở hữu đối tượng sở hữu công nghiệp chuyển giao toàn bộ quyền sử dụng sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp bắt buộc phải cho phép cá nhân, pháp nhân hoặc chủ thể khác sử dụng đối tượng sở hữu công nghiệp của mình theo quyết định của cơ quan Nhà nước có thẩm quyền quy định tại Điều này.

2. Việc cấp li-xăng không tự nguyện chỉ được thực hiện với các điều kiện quy định tại Điều 802 Bộ Luật Dân sự.

3. Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường là cơ quan Nhà nước có thẩm quyền xem xét đề nghị được sử dụng sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp và ra Quyết định buộc chủ sở hữu công nghiệp cấp li-xăng không tự nguyện.

4. Hồ sơ đề nghị cấp li-xăng không tự nguyện phải đáp ứng các yêu cầu về hình thức và nội dung theo quy định của Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường.

5. Trong thời hạn 15 ngày tính từ ngày nhận được hồ sơ đề nghị cấp li-xăng không tự nguyện, Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường phải thông báo cho chủ sở hữu công nghiệp hoặc người được chuyển giao toàn phần quyền sử dụng sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp về đề nghị nói trên và yêu cầu người được thông báo có ý kiến bằng văn bản trong thời hạn 30 ngày tính từ ngày thông báo.

Nếu xét thấy cần thiết, Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường yêu cầu các bên liên quan thương lượng lại nhằm khắc phục các bất đồng để ký hợp đồng li-xăng không tự nguyện.

Nếu không đạt được thỏa thuận về li-xăng không tự nguyện và nếu các ý kiến không chấp nhận cấp li-xăng không tự nguyện của Bên chiếm giữ quyền là không hợp lý, trong thời hạn 3 tháng tính từ ngày nhận hồ sơ, Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường ra Quyết định bắt buộc cấp li-xăng không tự nguyện. Trong trường hợp ngược lại thì Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường ra thông báo từ chối chấp nhận yêu cầu cấp li-xăng không tự nguyện của người nộp hồ sơ.

6. Quyết định bắt buộc cấp li-xăng không tự nguyện được công bố trong Công báo Sở hữu công nghiệp trong vòng 1 tháng tính từ ngày ký.

7. Trong thời hạn 1 tháng tính từ ngày Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường ra Quyết định bắt buộc cấp li-xăng không tự nguyện, Bên chiếm giữ quyền phải cấp li-xăng không tự nguyện cho người đề nghị với các điều kiện ấn định trong Quyết định của Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường.

8. Người được cấp li-xăng không tự nguyện có nghĩa vụ trả tiền cho người cấp li-xăng đó với mức và thời hạn thanh toán được ghi trong Quyết định của Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường và trong nội dung li-xăng.

Người được cấp li-xăng không tự nguyện không được chuyển giao quyền sử dụng sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp cho người khác.

Điều 52. Giới hạn quyền yêu cầu xử lý, quyền khởi kiện:

Các hành vi quy định tại Điều 803 Bộ Luật Dân sự được thực hiện đối với sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp không thuộc phạm vi độc quyền của chủ sở hữu công nghiệp,

chủ sở hữu công nghiệp không được thực hiện quyền yêu cầu xử lý, khởi kiện đối với người thứ ba đã thực hiện các hành vi nói trên.

Điều 53. Xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp, xâm phạm quyền của tác giả sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp:

1. Việc một người không phải là chủ sở hữu đối tượng sở hữu công nghiệp thực hiện một trong các hành vi sử dụng đối tượng sở hữu công nghiệp đang trong thời hạn bảo hộ quy định tại Điều 805 Bộ Luật Dân sự và đã được cụ thể hóa tại Điều 34 Nghị định này mà không được phép của chủ sở hữu đối tượng sở hữu công nghiệp, đồng thời người thực hiện hành vi đó không phải là người có quyền sử dụng trước quy định tại Điều 50 Nghị định này và các hành vi sử dụng nói trên không thuộc trường hợp quy định tại các Điều 51 và Điều 52 Nghị định này thì bị coi là hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp.

2. Việc chủ sở hữu đối tượng sở hữu công nghiệp không thực hiện nghĩa vụ trả thù lao cho tác giả và việc không bảo đảm các quyền tinh thần của tác giả theo quy định tại các điểm a, b khoản 1 Điều 48 Nghị định này bị coi là xâm phạm quyền của tác giả sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp.

3. Các trường hợp sau đây không bị coi là xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp:

a) Sử dụng nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa không nhằm mục đích kinh doanh;

b) Lưu thông và sử dụng sản phẩm có gắn nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa do chủ sở hữu nhãn hiệu hàng hóa, do người được chuyển giao quyền sử dụng nhãn hiệu hàng hóa hoặc do người có quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa đã đưa ra thị trường;

c) Sử dụng sản phẩm có gắn nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa trên phương tiện vận tải của nước ngoài đang

quá cảnh hoặc tạm thời nằm trên lãnh thổ Việt Nam mà việc sử dụng nói trên chỉ nhằm mục đích duy trì hoạt động của phương tiện đó.

Điều 54. Bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp và quyền của tác giả sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp:

1. Quyền sở hữu công nghiệp, quyền của tác giả sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp được Nhà nước bảo hộ. Nghiêm cấm mọi hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp và quyền của tác giả sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp. Mọi hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp, quyền của tác giả sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp tùy theo tính chất, mức độ vi phạm mà bị xử lý theo quy định của pháp luật.

2. Việc thực hiện quyền khởi kiện về việc xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp, quyền của tác giả sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp được tiến hành theo quy định của pháp luật tố tụng dân sự.

Tùy theo mức độ và hậu quả, hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp và hành vi xâm phạm quyền của tác giả sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp có thể bị xử lý hành chính hoặc truy cứu trách nhiệm theo quy định của pháp luật.

Chương VI
ĐẠI DIỆN SỞ HỮU CÔNG NGHIỆP

Điều 55. Khái niệm:

Các khái niệm sử dụng trong Chương này được hiểu như sau:

"Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp" là doanh nghiệp đã đăng ký hoạt động theo pháp luật, được Cục Sở hữu công nghiệp cấp Giấy chứng nhận Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp.

"Người đại diện sở hữu công nghiệp" là thành viên chuyên nghiệp của Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp, được Cục Sở hữu công nghiệp cấp Thẻ Người đại diện sở hữu công nghiệp.

"Đại diện về sở hữu công nghiệp" dùng để chỉ chung tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp hoặc/và Người đại diện sở hữu công nghiệp.

"Giấy phép đại diện" dùng để chỉ chung Giấy chứng nhận Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp hoặc/và Thẻ Người đại diện sở hữu công nghiệp do Cục Sở hữu công nghiệp cấp.

Điều 56. Chức năng, nhiệm vụ của đại diện về sở hữu công nghiệp:

1. Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp có chức năng thực hiện các hoạt động dịch vụ sau đây:

- Đại diện cho người khác trước Cục sở hữu công nghiệp và trước các cơ quan có Nhà nước thẩm quyền trong việc tiến hành các thủ tục xác lập và bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp;

- Tư vấn về các vấn đề liên quan đến các thủ tục xác lập và bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp;

- Các dịch vụ khác liên quan đến thủ tục xác lập và bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp.

2. Người đại diện sở hữu công nghiệp trực tiếp thực hiện hoạt động đại diện sở hữu công nghiệp của Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp mà mình là thành viên.

Điều 57. Quyền hạn và trách nhiệm của Đại diện về sở hữu công nghiệp:

1. Đại diện về sở hữu công nghiệp không phải và không được nhân danh là đại diện của Cục sở hữu công nghiệp và của cơ quan quản lý về sở hữu công nghiệp, không được thực hiện các quyền hạn của các cơ quan đó.

2. Trong hoạt động dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp, Tổ

chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp có quyền và trách nhiệm dân sự phù hợp với Bộ Luật Dân sự.

3. Chỉ những người được cấp Thẻ Người đại diện sở hữu công nghiệp mới được hành nghề đại diện sở hữu công nghiệp.

Người đại diện sở hữu công nghiệp chỉ được hoạt động cho Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp mà mình là thành viên.

Bất kỳ dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp nào cũng phải được thực hiện dưới danh nghĩa của Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp. Tổ chức và Người đại diện sở hữu công nghiệp thực hiện dịch vụ phải chịu trách nhiệm về mọi vấn đề liên quan đến việc đại diện đó.

4. Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp chỉ được hành động trong phạm vi được ủy quyền, và chỉ được tái ủy quyền cho Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp khác nếu có sự đồng ý bằng văn bản của người ủy quyền.

5. Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp không được thực hiện các hành động sau:

- Đồng thời đại diện cho các bên tranh chấp nhau;

- Rút đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ, tuyên bố từ bỏ sự bảo hộ, rút đơn khiếu nại về việc xác lập quyền sở hữu công nghiệp nếu trong Giấy ủy quyền không ghi rõ điều đó;

- Tiết lộ các thông tin liên quan đến an ninh và lợi ích quốc gia khi tiến hành hoạt động đại diện.

6. Khi thực hiện việc giao dịch, giao kết hợp đồng dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp, Người đại diện sở hữu công nghiệp phải xuất trình Thẻ người đại diện sở hữu công nghiệp đang có hiệu lực.

Trước khi giao kết hợp đồng dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp, Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp và Người đại diện sở hữu công nghiệp phải thông báo rõ các khoản và các

mức lệ phí quốc gia liên quan đến thủ tục xác lập và bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp cũng như các khoản và các mức phí dịch vụ của Tổ chức theo Bảng lệ phí đã đăng ký tại Cục Sở hữu công nghiệp.

Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp không được lừa dối hoặc ép buộc khách hàng trong việc giao kết hợp đồng dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp.

7. Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp và Người đại diện sở hữu công nghiệp có nghĩa vụ:

- Giữ bí mật thông tin, tài liệu được trao liên quan đến vụ việc mà mình đại diện;

- Thông tin trung thực và đầy đủ mọi thông báo, yêu cầu của Cục Sở hữu công nghiệp hoặc cơ quan quản lý về sở hữu công nghiệp; trao kịp thời Văn bằng bảo hộ và các quyết định khác cho bên được đại diện;

- Bảo vệ quyền lợi của bên được đại diện bằng cách đáp ứng kịp thời các yêu cầu của Cục Sở hữu công nghiệp hoặc cơ quan quản lý về sở hữu công nghiệp đối với bên được đại diện;

- Thông báo cho Cục Sở hữu công nghiệp hoặc cơ quan quản lý về sở hữu công nghiệp mọi thay đổi về tên, địa chỉ và các thông tin khác của bên được đại diện, nếu cần thiết.

8. Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp chỉ được từ bỏ hoạt động đại diện sở hữu công nghiệp nếu có thể chuyển giao một cách hợp pháp mọi công việc đại diện chưa hoàn tất cho Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp khác.

Điều 58. Điều kiện cấp Giấy phép đại diện:

1. Điều kiện cấp Thẻ Người đại diện sở hữu công nghiệp:

Chỉ các cá nhân đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn sau đây mới có thể được cấp Thẻ Người đại diện sở hữu công nghiệp:

- Là công dân Việt Nam, có năng lực hành vi dân sự đầy đủ;

- Thường trú tại Việt Nam;

- Có bằng tốt nghiệp đại học, chuyên ngành pháp lý hoặc kỹ thuật;

- Có chứng chỉ tốt nghiệp khóa đào tạo chính quy về sở hữu công nghiệp; hoặc đã trực tiếp làm công tác chuyên môn về pháp lý sở hữu công nghiệp liên tục từ.5 năm trở lên; hoặc đã trực tiếp làm công tác xét nghiệm các loại đơn sở hữu công nghiệp tại các cơ quan quốc gia hoặc quốc tế về sở hữu công nghiệp liên tục từ 5 năm trở lên;

- Có chứng chỉ đạt yêu cầu tại kỳ kiểm tra về luật sở hữu công nghiệp hiện hành của Việt Nam do Cục Sở hữu công nghiệp cấp và đang trong thời hạn có giá trị;

- Là thành viên chuyên nghiệp của Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp;

- Không phải là người đang làm việc cho các cơ quan, tổ chức Nhà nước không phải là doanh nghiệp;

- Không phải là người đang làm việc cho các Tổ chức dịch vụ sở hữu công nghiệp khác.

2. Điều kiện cấp Giấy chứng nhận Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp:

Chỉ các tổ chức đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn sau đây mới có thể được cấp Giấy chứng nhận Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp:

- Là pháp nhân Việt Nam;

- Là tổ chức không có vốn đầu tư nước ngoài;

- Có chức năng hoạt động dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp; trong các lĩnh vực khác (nếu có) phải bao gồm dịch vụ đại diện về pháp luật hoặc dịch vụ khoa học, công nghệ (được ghi nhận trong Điều lệ hoạt động và Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh).

- Có ít nhất 02 thành viên chuyên nghiệp là người đại diện sở hữu công nghiệp trong đó 01 người là Thủ trưởng của Tổ chức,

hoặc được Thủ trưởng của Tổ chức ủy quyền đại diện cho Tổ chức đó.

Điều 59. Thủ tục cấp Giấy phép đại diện:

Thủ tục nộp đơn yêu cầu cấp Giấy phép đại diện, xem xét đơn yêu cầu Cấp Giấy phép đại diện, cấp giấy phép đại diện do Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường quy định.

Điều 60. Phí và lệ phí đại diện sở hữu công nghiệp:

1. Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp phải liệt kê các khoản và các mức lệ phí và phí dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp thành Bảng lệ phí và phí.

Trong Bảng lệ phí và phí phải ghi rõ các khoản lệ phí quốc gia và các khoản phí dịch vụ. Không được đưa vào phí dịch vụ các khoản chi phí mà thực tế Tổ chức không phải tiến hành.

2. Phí dịch vụ thực thu (không bao gồm lệ phí quốc gia) của khách hàng là khoản thu chịu thuế theo quy định.

Phí thực thu không được vượt quá mức quy định trong Bảng lệ phí và phí.

Việc thu lệ phí và phí dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp phải công khai, tuân thủ quy định về tài chính. Theo yêu cầu của cơ quan Nhà nước có thẩm quyền, Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp có nghĩa vụ báo cáo về lệ phí và phí dịch vụ sở hữu công nghiệp.

Điều 61. Thu hồi Giấy phép đại diện:

1. Điều kiện thu hồi Giấy phép đại diện:

a) Cục Sở hữu công nghiệp thu hồi Giấy chứng nhận Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp trong những trường hợp sau:

- Tổ chức từ bỏ hoạt động đại diện sở hữu công nghiệp hoặc Tổ chức chấm dứt tồn tại;

- Tổ chức không còn đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn nêu ở khoản 2 Điều 58 Nghị định này;

- Tổ chức vi phạm các quy định của pháp luật, đặc biệt là các quy định trong Chương này.

b) Cục Sở hữu công nghiệp thu hồi Thẻ Người đại diện sở hữu công nghiệp và xóa tên khỏi danh sách Người đại diện sở hữu công nghiệp trong những trường hợp sau:

- Người được cấp Thẻ từ bỏ hoạt động đại diện sở hữu công nghiệp;

- Người được cấp Thẻ không còn đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn nêu ở khoản 1 Điều 58 Nghị định này;

- Người được cấp thẻ có sai sót nghiêm trọng trong khi hành nghề đại diện sở hữu công nghiệp, làm thiệt hại đến quyền lợi chính đáng của bên được đại diện hoặc của người khác, hoặc làm thiệt hại đến uy tín của cơ quan Nhà nước hoặc/và của Nhà nước.

2. Quyết định thu hồi Giấy phép đại diện được công bố trên Công báo Sở hữu công nghiệp.

3. Trong trường hợp Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp bị Cục Sở hữu công nghiệp thu hồi Giấy phép đại diện, mọi thủ tục chưa hoàn tất do Tổ chức thực hiện đều được phép gián đoạn và Bên được đại diện được phép khôi phục thủ tục đó trong thời hạn 3 tháng tính từ ngày công bố Quyết định thu hồi Giấy phép trên Công báo Sở hữu công nghiệp.

Chương VII
TRÁCH NHIỆM CỦA CÁC CƠ QUAN QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ HOẠT ĐỘNG SỞ HỮU CÔNG NGHIỆP

Điều 62. Bảo vệ lợi ích quốc gia trong hoạt động sở hữu công nghiệp:

1. Việc xác lập và thực hiện quyền sở hữu công nghiệp không được xâm phạm lợi ích của Nhà nước;

2. Các đối tượng sở hữu công nghiệp được bảo hộ mà chủ sở

hữu công nghiệp tương ứng là tổ chức, doanh nghiệp Nhà nước hoặc tổ chức, doanh nghiệp có phần vốn góp liên doanh của Nhà nước là tài sản của Nhà nước. Các tổ chức, doanh nghiệp nói trên có nghĩa vụ bảo vệ, giữ gìn uy tín, phát triển giá trị của tài sản đó.

3. Sáng chế, giải pháp hữu ích mật:

a) Sáng chế, giải pháp hữu ích của Việt Nam liên quan đến quốc phòng, an ninh quốc gia hoặc có giá trị kinh tế đặc biệt được coi là sáng chế, giải pháp hữu ích mật;

b) Tác giả, chủ sở hữu đối tượng sở hữu công nghiệp và những người có liên quan đến việc làm, nộp đơn, xét nghiệm đơn yêu cầu bảo hộ, sử dụng sáng chế, giải pháp hữu ích mật có trách nhiệm giữ bí mật sáng chế, giải pháp hữu ích đó theo quy định về bảo vệ bí mật quốc gia,

4. Tên gọi xuất xứ hàng hóa Việt Nam là tài sản quốc gia. Quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa thuộc về chủ Giấy chứng nhận quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa và không được chuyển giao cho người khác bằng bất kỳ hình thức nào.

5. Việc chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp của Việt Nam cho tổ chức, cá nhân nước ngoài phải được Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường phê duyệt.

Điều 63. Trách nhiệm của các cơ quan Nhà nước có thẩm quyền quản lý về sở hữu công nghiệp:

1. Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường có trách nhiệm tổ chức, chỉ đạo việc thực hiện các chế độ, chính sách, các quy định pháp luật của Nhà nước về sở hữu công nghiệp và thống nhất quản lý hoạt động sở hữu công nghiệp trong phạm vi cả nước.

2. Cục Sở hữu công nghiệp thuộc Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường là cơ quan quản lý Nhà nước về sở hữu công nghiệp. Cục Sở hữu công nghiệp có trách nhiệm giúp Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường thực hiện trách nhiệm nêu tại khoản 1 Điều này.

Cục Sở hữu công nghiệp có các chức năng, quyền hạn và nhiệm vụ sau đây:

a) Thực hiện chức năng của cơ quan Nhà nước có thẩm quyền cấp các Văn bằng bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp theo yêu cầu của các cá nhân, pháp nhân và các chủ thể khác;

b) Thực hiện các thủ tục đình chỉ, hủy bỏ, gia hạn hiệu lực các Văn bằng bảo hộ; đăng ký hợp đồng chuyên giao quyền sở hữu công nghiệp;

c) Thực hiện các biện pháp bảo vệ quyền lợi hợp pháp của Nhà nước, của các tổ chức và cá nhân trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp; phối hợp với các cơ quan Nhà nước khác cũng như với các tổ chức xã hội nhằm thi hành các biện pháp bảo vệ các quyền sở hữu công nghiệp và bảo đảm cho các quy định pháp luật về sở hữu công nghiệp được thi hành nghiêm chỉnh;

d) Tổ chức hoạt động thông tin sở hữu công nghiệp;

e) Kiểm tra trình độ nghiệp vụ và cấp giấy phép hoạt động và quản lý về mặt chuyên môn, nghiệp vụ đối với các tổ chức làm dịch vụ đại diện về sở hữu công nghiệp;

f) Chỉ đạo nghiệp vụ và tổ chức bồi dưỡng chuyên môn, nghiệp vụ về sở hữu công nghiệp cho các cơ quan quản lý sở hữu công nghiệp thuộc các Bộ, ngành, địa phương và cơ sở;

g) Trong phạm vi được ủy quyền, tiến hành các hoạt động hợp tác quốc tế trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp.

3. Các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương trong phạm vi chức năng, nhiệm vụ của mình có trách nhiệm tổ chức, chỉ đạo và quản lý hoạt động sở hữu công nghiệp trong ngành hoặc địa phương mình.

Cơ quan quản lý khoa học, công nghệ và môi trường của ngành, địa phương có trách nhiệm giúp lãnh đạo ngành hoặc địa phương thực hiện chức năng nói trên và trực tiếp thực hiện các nhiệm vụ sau đây:

a) Kiến nghị với Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố các biện pháp cụ thể hóa việc thi hành các chính sách của Nhà nước về sở hữu công nghiệp và tổ chức thực thi các biện pháp đó;

b) Tổ chức hệ thống quản lý hoạt động sở hữu công nghiệp trong ngành, địa phương và thực hiện các biện pháp nhằm tăng cường hiệu quả của hệ thống đó;

c) Tổ chức tuyên truyền các chính sách về sở hữu công nghiệp, phối hợp với các tổ chức xã hội thực hiện các biện pháp đẩy mạnh phong trào thi đua sáng tạo và hoạt động sở hữu công nghiệp;

d) Giúp đỡ các chủ thể thuộc phạm vi quản lý của ngành, địa phương trong việc tiến hành các thủ tục xác lập quyền sở hữu công nghiệp tại Việt Nam và ở nước ngoài;

e) Phối hợp với các cơ quan bảo vệ pháp luật trong việc bảo vệ các quyền sở hữu công nghiệp và xử lý các vi phạm pháp luật về sở hữu công nghiệp.

Điều 64. Trách nhiệm của các Bộ, các ngành, các địa phương:

1. Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường có trách nhiệm quy định về nội dung, thủ tục nộp, tiếp nhận, xét nghiệm đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sở hữu công nghiệp; thủ tục phê duyệt, đăng ký hợp đồng chuyển giao sở hữu công nghiệp; thủ tục cấp li-xăng không tự nguyện; quy định về quản lý hoạt động sáng kiến; phối hợp với Bộ Quốc phòng và Bộ Nội vụ quy định thủ tục nộp đơn, xét nghiệm, cấp Văn bằng bảo hộ, sử dụng, chuyển giao và công bố sáng chế, giải pháp hữu ích mật.

2. Bộ Tài chính có trách nhiệm phối hợp với Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường quy định về nội dung các khoản và mức phí và lệ phí sở hữu công nghiệp, về chế độ quản lý và sử dụng phí và lệ phí đó, về giá tối thiểu và tối đa cho việc chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp thuộc Nhà nước.

3. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn có trách nhiệm rà soát các loại nông phẩm đặc sản; xác định khu vực canh tác hoặc sản xuất và đặc trưng phẩm chất của các nông phẩm đó và đề nghị các Ủy ban nhân dân địa phương tương ứng với khu vực nói trên hướng dẫn các cá nhân, tổ chức liên quan đăng ký tên gọi xuất xứ hàng hóa dùng cho các nông phẩm đặc sản đó; phối hợp với Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường nghiên cứu trình Chính phủ ban hành Quy định về việc bảo hộ quyền của các cá nhân, tổ chức tạo ra giống cây trồng, giống vật nuôi mới.

4. Bộ Y tế có trách nhiệm phối hợp với Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường quy định về việc sử dụng nhãn hiệu hàng hóa dùng cho dược phẩm trên cơ sở tuân thủ các quy định về nhãn hiệu hàng hóa trong Nghị định này, nghiên cứu trình Chính phủ ban hành Quy định về việc bảo hộ quyền của người tạo ra các phương pháp phòng bệnh, chẩn đoán bệnh và chữa bệnh; phối hợp với Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường, Bộ Công nghiệp rà soát các loại thực phẩm, đồ uống mang tính chất, chất lượng đặc thù gắn liền với điều kiện địa lý của nơi sản xuất ra các sản phẩm đó; xác định khu vực có điều kiện địa lý nói trên và đề nghị Ủy ban nhân dân địa phương khu vực tương ứng hướng dẫn các cá nhân, tổ chức liên quan đăng ký tên gọi xuất xứ hàng hóa dùng cho các loại thực phẩm, đồ uống đó.

5. Bộ Giáo dục và Đào tạo có trách nhiệm phối hợp với Bộ Tư pháp và Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường tổ chức đưa môn học về sở hữu công nghiệp vào nội dung giảng dạy trong các trường đại học và cao đẳng.

6. Tổng cục Hải quan có trách nhiệm phối hợp với Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường quy định về các biện pháp kiểm soát biên giới về sở hữu công nghiệp đối với hàng hóa xuất nhập khẩu.

7. Bộ Thương mại có trách nhiệm phối hợp với Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường quy định về việc kiểm tra về sở hữu

công nghiệp đối với hàng hóa sản xuất, lưu thông trên thị trường.

8. Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương có trách nhiệm rà soát các loại đặc sản được sản xuất tại địa phương mình để hướng dẫn các cá nhân, tổ chức liên quan xúc tiến việc đăng ký tên gọi xuất xứ hàng hóa thuộc địa phương.

Điều 65. Xử lý vi phạm hành chính về sở hữu công nghiệp:

Việc xử lý các vi phạm về sở hữu công nghiệp được Chính phủ quy định trong Nghị định riêng.

Chương VIII
ĐIỀU KHOẢN THI HÀNH

Điều 66. Bảo vệ lợi ích người tiêu dùng trong việc thực hiện quyền sở hữu công nghiệp:

Chỉ có chủ sở hữu đối tượng sở hữu công nghiệp và chỉ trong thời hạn bảo hộ mới được nêu các chỉ dẫn rằng sản phẩm được bảo hộ hoặc thuộc độc quyền của mình, kể cả các chỉ dẫn dưới dạng ký hiệu, trên sản phẩm, khi quảng cáo hoặc khi giao dịch nhằm mục đích kinh doanh.

Nếu sản phẩm được sản xuất theo li-xăng thì bắt buộc phải nêu chỉ dẫn về điều đó trên sản phẩm, khi quảng cáo hoặc khi giao dịch nhằm mục đích kinh doanh.

Nếu sản phẩm được sản xuất tại Việt Nam theo li-xăng của nước ngoài, hoặc mang nhãn hiệu hàng hóa có thể gây cảm giác đó là nhãn hiệu hàng hóa của nước ngoài hoặc có nguồn gốc nước ngoài thì bắt buộc phải ghi một cách đầy đủ (không viết tắt) chỉ dẫn "Sản xuất tại Việt Nam" trên sản phẩm.

Điều 67. Bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp của chủ thể nước ngoài:

1. Các cá nhân, pháp nhân nước ngoài thuộc các trường hợp

sau đây có quyền yêu cầu bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp của mình tại Việt Nam theo quy định tại Nghị định này và được hưởng mọi quyền và chịu mọi nghĩa vụ như đối với các chủ thể Việt Nam:

a) Cá nhân, pháp nhân được hưởng quyền theo Công ước Paris;

b) Cá nhân hoặc pháp nhân thuộc các nước cùng ký với Việt Nam Thỏa thuận về việc bảo hộ lẫn nhau về sở hữu công nghiệp hoặc cùng Việt Nam chấp nhận nguyên tắc có đi có lại trong việc bảo hộ sở hữu công nghiệp cho công dân, pháp nhân của nhau.

2. Công dân, pháp nhân thuộc các nước thành viên của Thỏa ước Madrid được hưởng mọi quyền và chịu mọi nghĩa vụ liên quan nếu nhãn hiệu hàng hóa được đăng ký quốc tế trong đó có chỉ định Việt Nam và đăng ký đó không bị Việt Nam từ chối.

3. Công dân, pháp nhân thuộc các nước thành viên của Hiệp ước PCT có thể nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế, giải pháp hữu ích tại Việt Nam theo Hiệp ước đó và theo thủ tục do Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường quy định.

4. Nếu việc áp dụng các quy định tại Nghị định này gây xung đột với quy định tại các Điều ước quốc tế mà Việt Nam tham gia thì áp dụng quy định của Điều ước quốc tế.

Điều 68. Áp dụng Hiệp ước PCT và Thỏa ước Madrid:

Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường hướng dẫn thủ tục xử lý đơn đăng ký quốc tế về sáng chế, giải pháp hữu ích theo Hiệp ước PCT, thủ tục xử lý đơn đăng ký quốc tế nhãn hiệu hàng hóa có chỉ định Việt Nam theo Thỏa ước Madrid và thủ tục làm, nộp đơn đăng ký quyền sở hữu công nghiệp có nguồn gốc Việt Nam ra nước ngoài.

Điều 69. Điều khoản chuyển tiếp:

1. Các đơn yêu cầu bảo hộ trên cơ sở Pháp lệnh bảo hộ quyền

sở hữu công nghiệp ngày 28 tháng 1 năm 1989 đã được nộp cho Cục Sở hữu công nghiệp trước ngày 1 tháng 7 năm 1996, kể cả các đơn nộp qua bưu điện có dấu bưu điện trước ngày đó, tiếp tục được xử lý theo Pháp lệnh nói trên.

2. Các Văn bằng bảo hộ được cấp trên cơ sở Điều lệ về sáng kiến, sáng chế năm 1981, Điều lệ về giải pháp hữu ích năm 1988, Điều lệ về nhãn hiệu hàng hóa năm 1982, Điều lệ về kiểu dáng công nghiệp năm 1988 hoặc trên cơ sở pháp lệnh bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp ngày 28 tháng 1 năm 1989 tiếp tục có hiệu lực theo các văn bản đó đến hết kỳ hạn. Sau kỳ hạn hiệu lực tương ứng nói trên, nếu chủ Văn bằng bảo hộ yêu cầu thì các Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa và Giấy chứng nhận kiểu dáng công nghiệp được gia hạn theo quy định gia hạn của Nghị định này và từ kỳ hiệu lực mới mọi quyền và nghĩa vụ theo Văn bằng bảo hộ được áp dụng theo Nghị định này.

3. Các đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ nộp từ ngày 1 tháng 7 năm 1996 đến ngày ký Nghị định này được xử lý theo Nghị định này.

Điều 70. Điều khoản thi hành:

1. Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, Cục trưởng Cục Sở hữu công nghiệp có trách nhiệm thi hành Nghị định này.

2. Nghị định này thay thế các Điều lệ do Chính phủ ban hành trước đây về sáng kiến, sáng chế (Nghị định 31/CP ngày 23 tháng 1 năm 1981 sửa đổi ngày 20 tháng 3 năm 1990), về nhãn hiệu hàng hóa (Nghị định 197/HĐBT ngày 14 tháng 12 năm 1982 sửa đổi ngày 20 tháng 3 năm 1990), về kiểu dáng công nghiệp (Nghị định 85/HĐBT ngày 13 tháng 5 năm 1988 sửa đổi ngày 20 tháng 3 năm 1990), về giải pháp hữu ích (Nghị định 200/HĐBT ngày 28 tháng 12 năm 1988 sửa đổi ngày 20 tháng 3 năm 1990) và về mua bán li-xăng (Nghị định

201/HĐBT ngày 28 tháng 12 năm 1988) và Nghị định 84/HĐBT ngày 20 tháng 3 năm 1990 về việc sửa đổi các Điều lệ nói trên. Riêng các quy định về hoạt động sáng kiến theo Điều lệ về sáng kiến cải tiến kỹ thuật, hợp lý hóa sản xuất và sáng chế (Nghị định 31/CP ngày 23 tháng 1 năm 1981) vẫn tiếp tục được thi hành cho đến khi có quy định khác.

3. Nghị định này có hiệu lực từ ngày ký.

TM. CHÍNH PHỦ
THỦ TƯỚNG

(Đã ký)

Võ Văn Kiệt

NGHỊ ĐỊNH SỐ 06/2001/NĐ-CP NGÀY 01/02/2001 CỦA CHÍNH PHỦ

Sửa đổi, bổ sung một số Điều của Nghị định 63/CP ngày 24 tháng 10 năm 1996 của Chính phủ Quy định chi tiết về sở hữu công nghiệp

CHÍNH PHỦ

- Căn cứ Luật Tổ chức Chính phủ ngày 30 tháng 9 năm 1992;

- Căn cứ Bộ Luật Dân sự ngày 28 tháng 10 năm 1995 và Nghị quyết về việc thi hành Bộ Luật Dân sự của Quốc hội khóa IX, kỳ họp thứ 8;

- Căn cứ Luật Khiếu nại, tố cáo số 09/1998/QH10 ngày 02 tháng 12 năm 1998;

- Nhằm góp phần tăng cường sự bảo hộ đầy đủ và có hiệu quả quyền sở hữu công nghiệp đối với sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu hàng hóa và tên gọi xuất xứ hàng hóa;

Theo đề nghị của Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường,

NGHỊ ĐỊNH:

Điều 1. Sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 63/CP ngày 24 tháng 10 năm 1996 của Chính phủ quy định chi tiết về sở hữu công nghiệp (sau đây gọi là Nghị định 63/CP) như sau:

1. Điều 1 Nghị định 63/CP được sửa đổi như sau:

"Điều 1. Mục đích, phạm vi điều chỉnh

Nghị định này quy định chi tiết về sở hữu công nghiệp nhằm hướng dẫn thi hành các quy định về quyền sở hữu công nghiệp tại Chương II và các quy định về chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp tại Chương III Phần thứ sáu của Bộ Luật Dân sự được Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam thông qua ngày 28 tháng 10 năm 1995.

Các quy định của Nghị định này chỉ áp dụng đối với sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa và không áp dụng đối với các đối tượng sở hữu công nghiệp khác."

2. Điều 2 Nghị định 63/CP được bổ sung khoản 8^A và khoản 8^B như sau:

"8^A. "Nhãn hiệu liên kết" là các nhãn hiệu hàng hóa tương tự với nhau do cùng một chủ thể đăng ký để dùng cho các sản phẩm, dịch vụ cùng loại, tương tự với nhau hoặc có liên quan tới nhau, và các nhãn hiệu hàng hóa trùng nhau do cùng một chủ thể đăng ký để dùng cho các sản phẩm, dịch vụ tương tự với nhau hoặc có liên quan tới nhau.

8^B."Nhãn hiệu nổi tiếng" là nhãn hiệu hàng hóa được sử dụng liên tục cho sản phẩm, dịch vụ có uy tín khiến cho nhãn hiệu đó được biết đến một cách rộng rãi."

3. Khoản 4 Điều 4 Nghị định 63/CP được sửa đổi đoạn cuối cùng và bổ sung một đoạn vào cuối khoản như sau:

"- Phương pháp phòng bệnh, chẩn đoán bệnh và chữa bệnh cho người, cho động vật;

- Quy trình mang bản chất sinh học (trừ quy trình vi sinh) để sản xuất thực vật, động vật."

4. Điểm f khoản 1 Điều 6 Nghị định 63/CP được sửa đổi như sau:

"f) Không trùng hoặc không tương tự tới mức gây nhầm lẫn với tên thương mại của người khác đang được bảo hộ, hoặc với chỉ dẫn địa lý (kể cả tên gọi xuất xứ hàng hoá) đang được bảo hộ;"

5. Điều 8 Nghị định 63/CP được bổ sung khoản 3 như sau:

"3. Quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu nổi tiếng phát sinh trên cơ sở quyết định công nhận của cơ quan nhà nước có thẩm quyền đối với nhãn hiệu nổi tiếng."

6. Điều 9 Nghị định 63/CP được sửa đổi và bổ sung khoản 3 như sau:

"Điều 9. Văn bằng bảo hộ, đăng ký tên gọi xuất xứ hàng hóa, chấp nhận bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa đăng ký quốc tế và công nhận nhãn hiệu nổi tiếng".

1. Văn bằng bảo hộ do cơ quan nhà nước có thẩm quyền cấp là chứng chỉ duy nhất của Nhà nước xác nhận quyền sở hữu công nghiệp của chủ thể được cấp Văn bằng, quyền tác giả của tác giả sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp và xác nhận khối lượng bảo hộ đối với quyền sở hữu công nghiệp.

Văn bằng bảo hộ có hiệu lực trên toàn lãnh thổ Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam.

Cục Sở hữu công nghiệp thuộc Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường là cơ quan nhà nước có thẩm quyền nói trên.

2. Các loại Văn bằng bảo hộ và thời hạn hiệu lực:

a) Văn bằng bảo hộ sáng chế là Bằng độc quyền sáng chế, có hiệu lực từ ngày cấp đến hết 20 năm tính từ ngày nộp đơn hợp lệ;

b) Văn bằng bảo hộ giải pháp hữu ích là Bằng độc quyền giải pháp hữu ích, có hiệu lực từ ngày cấp đến hết 10 năm tính từ ngày nộp đơn hợp lệ;

c) Văn bằng bảo hộ kiểu dáng công nghiệp là Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp, có hiệu lực từ ngày cấp đến hết 5 năm tính từ ngày nộp đơn hợp lệ, có thể được gia hạn liên tiếp 2 lần, mỗi lần 5 năm;

d) Văn bằng bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa là Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa, có hiệu lực từ ngày cấp đến hết 10 năm tính từ ngày nộp đơn hợp lệ và có thể được gia hạn liên tiếp nhiều lần, mỗi lần 10 năm;

e) Văn bằng bảo hộ tên gọi xuất xứ hàng hóa là Giấy chứng nhận quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa, có hiệu lực vô thời hạn kể từ ngày cấp.

3. Quyết định chấp nhận bảo hộ tên gọi xuất xứ hàng hóa, nhãn hiệu hàng hóa đăng ký quốc tế và nhãn hiệu nổi tiếng.

Quyết định đăng bạ tên gọi xuất xứ hàng hóa, Quyết định chấp nhận bảo hộ nhãn hiệu đăng ký quốc tế, Quyết định công nhận nhãn hiệu nổi tiếng do cơ quan nhà nước có thẩm quyền ban hành là cơ sở xác nhận tên gọi xuất xứ, nhãn hiệu hàng hóa tương ứng được Nhà nước bảo hộ và xác định phạm vi bảo hộ các đối tượng đó.

Cục Sở hữu công nghiệp thuộc Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường là cơ quan nhà nước có thẩm quyền nói trên."

7. Điều 10 Nghị định 63/CP được sửa đổi như sau:

"Điều 10. Thời hạn bảo hộ; quyền tạm thời của chủ sở hữu sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp

1. Quyền sở hữu công nghiệp và quyền của tác giả sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp phát sinh trên cơ sở Văn bằng bảo hộ được Nhà nước bảo hộ kể từ ngày cấp Văn bằng bảo hộ đến hết ngày kết thúc thời hạn hiệu lực hoặc đến ngày chấm dứt hiệu lực của Văn bằng bảo hộ.

Quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu hàng hóa phát sinh trên cơ sở đăng ký quốc tế được Nhà nước bảo hộ từ ngày đăng ký quốc tế được công bố trên Công báo nhãn hiệu hàng hóa quốc tế của Tổ chức sở hữu trí tuệ thế giới đến hết thời hạn hiệu lực đăng ký quốc tế theo Thỏa ước Madrid.

Quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu nổi tiếng được bảo hộ vô thời hạn tính từ ngày nhãn hiệu được công nhận là nổi tiếng ghi trong Quyết định công nhận nhãn hiệu nổi tiếng.

Tên gọi xuất xứ hàng hóa được bảo hộ vô thời hạn tính từ ngày cơ quan nhà nước có thẩm quyền ra Quyết định đăng bạ tên gọi xuất xứ hàng hóa, trừ trường hợp xuất hiện các yếu tố làm mất tính đặc thù quy định tại khoản 2.e) Điều 28 Nghị định này.

2. Kể từ ngày công bố đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp trên Công báo Sở hữu công nghiệp đến ngày cấp Văn bằng bảo hộ, nếu có người bắt đầu tiến hành sử dụng sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp đồng nhất với sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp nêu trong đơn thì người nộp đơn có quyền thông báo về việc nộp đơn cho người sử dụng đó biết. Nếu người sử dụng sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp vẫn tiếp tục việc sử dụng mặc dù đã được thông báo như trên thì sau khi Văn bằng bảo hộ được cấp, chủ Văn bằng bảo hộ có quyền yêu cầu người đã sử dụng sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp trả một khoản tiền đền bù tương đương với khoản thanh toán cho việc chuyển giao quyền sử dụng đối tượng sở hữu công nghiệp tương ứng (li-xăng) cho người khác trong khoảng thời gian tương ứng."

8. Khoản 1 Điều 11 Nghị định 63/CP được sửa đổi như sau:

"1. Đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ là tập hợp các tài liệu thể hiện yêu cầu của người nộp đơn về việc cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu

hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa với nội dung, phạm vi bảo hộ tương ứng hoặc yêu cầu đăng ký tên gọi xuất xứ hàng hóa, công nhận nhãn hiệu nổi tiếng."

9. Điều 13 Nghị định 63/CP được sửa đổi tiêu đề và bổ sung khoản 1 như sau:

"Điều 13. Chuyển đổi đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế thành đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ giải pháp hữu ích và ngược lại

1. Trong thời gian trước khi kết thúc việc xét nghiệm nội dung, theo yêu cầu của người nộp đơn, đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế có thể đổi thành đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ giải pháp hữu ích và ngược lại. Mọi dữ liệu về ngày nộp, ngày ưu tiên của đơn đều xác định theo đơn trước khi chuyển đổi. Người nộp đơn phải nộp lệ phí chuyển đổi đơn.

2. Trong thời hạn 3 tháng tính từ ngày thông báo từ chối cấp Bằng độc quyền sáng chế, theo yêu cầu của người nộp đơn, đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế có thể đổi thành đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ giải pháp hữu ích. Mọi dữ liệu liên quan đến ngày nộp, ngày ưu tiên của đơn sẽ không bị thay đổi. Nếu đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế được chuyển đổi thì lệ phí nộp đơn, lệ phí xét nghiệm đã được nộp sẽ không được hoàn lại và người nộp đơn phải nộp lệ phí chuyển đổi đơn."

10. Khoản 3 Điều 14 Nghị định 63/CP được bổ sung khoản d như sau:

"d) Mọi tổ chức, cá nhân hoạt động kinh doanh tại lãnh thổ có địa danh tương ứng với tên gọi xuất xứ hàng hóa, cơ quan hành chính quản lý lãnh thổ có địa danh tương ứng với tên gọi xuất xứ hàng hóa đều có quyền nộp đơn đăng ký tên gọi xuất xứ hàng hóa."

11. Khoản 2 và khoản 4 Điều 18 Nghị định 63/CP được sửa đổi như sau:

"2. Mọi đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ đã được công nhận

hợp lệ đều được Cục Sở hữu công nghiệp công bố trên Công báo Sở hữu công nghiệp."

"4. Thủ tục, thời hạn xét nghiệm hình thức, công bố và xét nghiệm nội dung đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ do Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường quy định."

12. Khoản 3 Điều 23 Nghị định 63/CP được sửa đổi như sau:

"3. Nếu người nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ tên gọi xuất xứ hàng hóa đáp ứng các tiêu chuẩn để được sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa đã được đăng bạ, Cục Sở hữu công nghiệp ra Quyết định cấp Giấy chứng nhận quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa, trong đó ghi rõ tên, địa chỉ của người được cấp Giấy chứng nhận quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa; số đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ tên gọi xuất xứ hàng hóa, ngày nộp đơn; tên tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp; sản phẩm mang tên gọi xuất xứ hàng hóa do người được cấp Giấy chứng nhận sản xuất ra; tên gọi xuất xứ hàng hóa, số đăng bạ, số Giấy chứng nhận."

13. Điều 27 Nghị định 63/CP được sửa đổi như sau:

"Điều 27. Khiếu nại các quyết định liên quan đến việc xác lập quyền sở hữu công nghiệp

1. Những người sau đây có quyền khiếu nại các Quyết định, Thông báo liên quan đến việc xác lập quyền sở hữu công nghiệp của Cục Sở hữu công nghiệp.

a) Khiếu nại lần đầu:

Người nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ có quyền khiếu nại với Cục trưởng Cục Sở hữu công nghiệp về việc từ chối chấp nhận đơn, việc từ chối cấp Văn bằng bảo hộ.

Người nộp đơn đăng ký quốc tế nhãn hiệu hàng hóa theo Thỏa ước Madrid có quyền khiếu nại với Cục trưởng Cục Sở hữu công nghiệp về việc từ chối bảo hộ tại Việt Nam.

Người nộp đơn yêu cầu công nhận nhãn hiệu nổi tiếng có quyền khiếu nại với Cục trưởng Cục Sở hữu công nghiệp về việc từ chối công nhận nhãn hiệu nổi tiếng.

Bất kỳ người thứ ba nào có quyền và lợi ích liên quan trực tiếp đến việc cấp Văn bằng bảo hộ, việc chấp nhận bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa đăng ký quốc tế theo Thỏa ước Madrid hoặc việc công nhận nhãn hiệu nổi tiếng đều có quyền khiếu nại về việc đó với Cục trưởng Cục Sở hữu công nghiệp.

b) Khiếu nại lần thứ hai, khởi kiện:

Nếu không đồng ý với quyết định giải quyết khiếu nại của Cục trưởng Cục Sở hữu công nghiệp, người khiếu nại lần đầu có quyền khiếu nại với Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường (khiếu nại lần thứ hai) hoặc khởi kiện theo thủ tục tố tụng hành chính.

2. Nội dung khiếu nại phải được thể hiện thành văn bản, trong đó phải nêu rõ tên (họ tên) và địa chỉ của người khiếu nại; số, ngày ký, nội dung Quyết định hoặc Thông báo bị khiếu nại; số đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ liên quan; tên đối tượng cần bảo hộ nêu trong đơn; nội dung, lý lẽ, dẫn chứng minh hoạ cho lý lẽ khiếu nại; đề nghị cụ thể về việc sửa chữa hoặc hủy bỏ quyết định hoặc kết luận liên quan.

3. Thời hiệu khiếu nại lần đầu là:

- 90 ngày tính từ ngày người có quyền khiếu nại nhận được hoặc biết được Thông báo từ chối nêu tại điểm a) khoản 1 Điều này, hoặc

- 5 năm tính từ ngày Văn bằng bảo hộ, đăng ký quốc tế bắt đầu có hiệu lực và trong suốt thời gian quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu nổi tiếng được bảo hộ; riêng đối với các trường hợp quyền sở hữu công nghiệp được xác lập do động cơ không lành mạnh của người yêu cầu xác lập thì thời hiệu khiếu nại là suốt thời gian Văn bằng bảo hộ, đăng ký quốc tế có hiệu lực.

Thời hiệu khiếu nại lần thứ hai là 30 ngày tính từ ngày hết thời hạn giải quyết khiếu nại quy định tại khoản 4 Điều này mà khiếu nại lần đầu không được giải quyết hoặc tính từ ngày người có quyền khiếu nại lần thứ hai nhận được hoặc biết được quyết định giải quyết khiếu nại lần đầu.

Trường hợp do trở ngại khách quan, bất khả kháng mà người khiếu nại không thực hiện được quyền khiếu nại theo đúng thời hiệu thì thời gian có trở ngại đó không tính vào thời hiệu khiếu nại.

4. Thời hạn giải quyết khiếu nại lần đầu là 30 ngày, lần thứ hai là 45 ngày tính từ ngày thụ lý đơn khiếu nại. Đối với các vụ việc phức tạp, thời hạn giải quyết khiếu nại lần đầu có thể kéo dài tới 45 ngày, lần thứ hai tới 60 ngày tính từ ngày thụ lý đơn khiếu nại. Thời gian sửa đổi, bổ sung hồ sơ khiếu nại không được tính vào thời hạn nói trên.

Đơn khiếu nại được xử lý theo trình tự, thủ tục quy định trong Luật Khiếu nại, tố cáo. Người khiếu nại phải nộp lệ phí khiếu nại theo quy định."

14. Điểm e khoản 2 Điều 28 Nghị định 63/CP được sửa đổi như sau:

"e) Các yếu tố địa lý quyết định tính chất đặc thù bị thay đổi làm cho các tính chất đó mất tính đặc thù; trong trường hợp này, Giấy chứng nhận quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa và Quyết định đăng bạ tên gọi xuất xứ hàng hóa bị đình chỉ hiệu lực trong cùng một ngày theo quyết định của Cục Sở hữu công nghiệp;"

15. Đoạn thứ nhất khoản 2 Điều 29 Nghị định 63/CP được sửa đổi như sau:

"2. Hiệu lực Văn bằng bảo hộ bị hủy bỏ hoàn toàn khi có cơ sở để khẳng định rằng Văn bằng bảo hộ được cấp không phù hợp với các quy định của pháp luật có hiệu lực tại thời điểm cấp Văn bằng bảo hộ với các lý do sau đây:"

16. Điều 30 Nghị định 63/CP được sửa đổi và bổ sung khoản 2 như sau:

"Điều 30. Gia hạn hiệu lực Văn bằng bảo hộ kiểu dáng công nghiệp và nhãn hiệu hàng hóa

1. Hiệu lực của Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp, Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa có thể được gia hạn theo yêu cầu của chủ Văn bằng.

2. Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường quy định thủ tục gia hạn hiệu lực Văn bằng bảo hộ."

17. Điểm a khoản 2 Điều 31 Nghị định 63/CP được sửa đổi như sau:

"a) Các đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ đã được chấp nhận là đơn hợp lệ:"

18. Khoản 2 Điều 33 Nghị định 63/CP được sửa đổi như sau:

"2. Chủ sở hữu đăng ký quốc tế nhãn hiệu hàng hóa theo Thỏa ước Madrid đã được chấp nhận bảo hộ ở Việt Nam; Chủ thể có nhãn hiệu hàng hóa được công nhận là nhãn hiệu nổi tiếng;"

19. Điều 38 Nghị định 63/CP được hủy bỏ khoản 5 và sửa đổi khoản 4 như sau:

"4. Việc chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu hàng hóa không được gây nên sự nhầm lẫn về đặc tính hoặc nguồn gốc của hàng hóa, dịch vụ mang nhãn hiệu hàng hóa.

Việc chuyển giao quyền sở hữu nhãn hiệu liên kết chỉ được thực hiện đồng thời với tất cả các nhãn hiệu liên kết.

Việc chuyển giao quyền sở hữu nhãn hiệu nổi tiếng phải bảo đảm duy trì uy tín của hàng hóa, dịch vụ mang nhãn hiệu nổi tiếng đó."

20. Điều 41 Nghị định 63/CP được sửa đổi như sau:

"Điều 41. Giá cả, phương thức thanh toán cho việc chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp

Giá cả, phương thức thanh toán cho việc chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp do hai bên thỏa thuận theo quy định của pháp luật về chuyển giao công nghệ."

21. Điều 50 Nghị định 63/CP được sửa đổi khoản 1, khoản 2 và bổ sung khoản 3 như sau:

"Điều 50 Quyền của người sử dụng trước sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp

1. Nếu trước ngày nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp mà có cá nhân, pháp nhân hoặc chủ thể khác đã tiến hành việc sử dụng sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp một cách độc lập với chủ sở hữu đối tượng sở hữu công nghiệp thì cá nhân, pháp nhân hoặc chủ thể khác đó có quyền tiếp tục sử dụng trong phạm vi và khối lượng đã sử dụng trước ngày nộp đơn ("quyền sử dụng trước"). Chủ Văn bằng bảo hộ, chủ sở hữu đối tượng sở hữu công nghiệp không được thực hiện quyền yêu cầu xử lý, khởi kiện và quyền tạm thời đối với cá nhân, pháp nhân hoặc chủ thể khác sử dụng trước nói trên nếu cá nhân, pháp nhân hoặc chủ thể đó không mở rộng thêm phạm vi, khối lượng sử dụng so với trước ngày nộp đơn.

2. Nếu sau ngày nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ nêu ở khoản 1 Điều này mà cá nhân, pháp nhân hoặc chủ thể khác mở rộng phạm vi, khối lượng sử dụng đối tượng sở hữu công nghiệp so với phạm vi, khối lượng sử dụng trước ngày đó thì phần mở rộng không được coi là thuộc quyền sử dụng trước.

3. Người có quyền sử dụng trước không được chuyển giao quyền đó cho người khác, trừ trường hợp chuyển giao toàn bộ quyền sử dụng trước cùng với cơ sở kinh doanh nơi tiến hành việc sử dụng trước."

22. Các khoản 2, 3, 6 và 8 Điều 51 Nghị định 63/CP được sửa đổi, bổ sung như sau:

"2. Người chiếm giữ quyền sở hữu công nghiệp chỉ bị bắt buộc cấp li-xăng không tự nguyện trong các trường hợp quy định tại Điều 802 Bộ Luật Dân sự.

Quy định tại khoản 1 Điều 802 Bộ Luật Dân sự không áp dụng cho khoảng thời gian trước khi kết thúc 4 năm kể từ ngày nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ và trước khi kết thúc 3 năm kể từ ngày cấp Văn bằng bảo hộ.

Người bị bắt buộc cấp li-xăng không tự nguyện có quyền yêu cầu đình chỉ hiệu lực của li-xăng không tự nguyện khi tình huống dẫn đến việc cấp li-xăng đó chấm dứt và không có khả năng tái xuất hiện, với điều kiện việc đình chỉ hiệu lực đó không gây thiệt hại cho người được cấp li-xăng không tự nguyện."

"3. Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường là cơ quan có thẩm quyền xem xét yêu cầu cấp li-xăng không tự nguyện, ra Quyết định bắt buộc cấp li-xăng không tự nguyện và ra Quyết định đình chỉ hiệu lực li-xăng không tự nguyện."

"6. Trong quyết định bắt buộc cấp li-xăng không tự nguyện, Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường phải ấn định các điều kiện li-xăng phù hợp với các quy định sau đây:

a) Li-xăng không tự nguyện là li-xăng không độc quyền;

b) Li-xăng không tự nguyện chỉ được giới hạn trong phạm vi và thời hạn đủ để đáp ứng mục tiêu cấp li-xăng đó;

c) Người được cấp li-xăng không tự nguyện không được chuyển giao quyền sử dụng theo li-xăng đó cho người khác, trừ trường hợp chuyển giao cùng với cơ sở kinh doanh sử dụng li-xăng đó và không được cấp li-xăng thứ cấp cho người khác;

d) Người được cấp li-xăng không tự nguyện phải trả cho người cấp li-xăng một khoản tiền tương ứng với giá trị kinh tế

của quyền sử dụng theo li-xăng đó hoặc tương đương với giá chuyển giao li-xăng tự nguyện theo hợp đồng có phạm vi và thời hạn li-xăng tương tự.

Quyết định bắt buộc cấp li-xăng không tự nguyện được công bố trong Công báo Sở hữu công nghiệp trong vòng 1 tháng tính từ ngày ký."

"8. Người bị bắt buộc cấp li-xăng không tự nguyện có quyền khiếu nại Quyết định cấp li-xăng không tự nguyện với Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường.

Người yêu cầu cấp li-xăng không tự nguyện có quyền khiếu nại Quyết định từ chối chấp nhận yêu cầu cấp li-xăng không tự nguyện với Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường.

Các quy định về thủ tục khiếu nại và giải quyết khiếu nại quy định tại Điều 27 Nghị định này cũng được áp dụng cho việc khiếu nại với Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường theo quy định tại khoản này, trong đó Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường là người giải quyết khiếu nại lần đầu.

Nếu không đồng ý với Quyết định giải quyết khiếu nại của Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường, người khiếu nại có quyền hoặc khiếu nại với Thủ tướng Chính phủ theo Luật Khiếu nại, tố cáo, hoặc khởi kiện theo thủ tục tố tụng hành chính."

23. Điều 52 Nghị định 63/CP được sửa đổi và bổ sung khoản 2 như sau:

"Điều 52. Các hành vi không thuộc độc quyền của chủ sở hữu công nghiệp

1. Theo Điều 803 Bộ Luật Dân sự, các hành vi sử dụng sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp không thuộc phạm vi độc quyền của chủ sở hữu công nghiệp và chủ sở hữu công nghiệp không được thực hiện quyền yêu cầu xử lý, khởi kiện quy định tại Điều 36 Nghị định này đối với người thứ ba đã thực hiện các hành vi sử dụng trong các trường hợp sau đây:

a) Việc sử dụng không nhằm mục đích kinh doanh;

b) Sử dụng sản phẩm do chủ sở hữu đối tượng sở hữu công nghiệp, người được chuyển giao quyền sử dụng, người được cấp li-xăng không tự nguyện, người có quyền sử dụng trước đưa ra thị trường, kể cả thị trường nước ngoài;

c) Việc sử dụng chỉ nhằm mục đích duy trì hoạt động của các phương tiện vận tải của người nước ngoài đang quá cảnh hoặc tạm thời ở trong lãnh thổ Việt Nam.

2. Quy định tại điểm a) và những nội dung thích hợp đối với nhãn hiệu hàng hóa và tên gọi xuất xứ hàng hóa quy định tại điểm b) khoản 1 Điều này cũng được áp dụng cho nhãn hiệu hàng hóa và tên gọi xuất xứ hàng hóa."

24. Điều 53 Nghị định 63/CP được hủy bỏ khoản 3 và sửa đổi khoản 1 như sau:

"1. Việc một người không phải là chủ sở hữu đối tượng sở hữu công nghiệp thực hiện một trong các hành vi sử dụng đối tượng sở hữu công nghiệp đang trong thời hạn bảo hộ quy định tại Điều 805 Bộ Luật Dân sự và đã được cụ thể hóa tại Điều 34 Nghị định này mà không được phép của chủ sở hữu đối tượng sở hữu công nghiệp, đồng thời người thực hiện hành vi đó không phải là người có quyền sử dụng trước quy định tại Điều 50 Nghị định này và các hành vi sử dụng nói trên không thuộc trường hợp quy định tại các Điều 51 và Điều 52 Nghị định này thì bị coi là hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp.

Các hành vi sau đây cũng bị coi là xâm phạm quyền của chủ sở hữu công nghiệp:

a) Sử dụng kiểu dáng công nghiệp không khác biệt cơ bản với kiểu dáng công nghiệp được bảo hộ;

b) Sử dụng dấu hiệu trùng với nhãn hiệu hàng hóa được bảo hộ theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa hoặc theo đăng ký quốc tế cho hàng hóa, dịch vụ tương tự với hoặc liên quan tới hàng hóa, dịch vụ thuộc danh mục đăng ký kèm

theo nhãn hiệu đó hoặc/và sử dụng dấu hiệu tương tự với nhãn hiệu đó cho hàng hóa, dịch vụ cùng loại, tương tự với hoặc liên quan tới hàng hóa, dịch vụ thuộc danh mục đăng ký kèm theo nhãn hiệu đó, nếu việc sử dụng như vậy có khả năng gây nhầm lẫn về nguồn gốc hàng hóa;

c) Sử dụng dấu hiệu trùng hoặc tương tự với nhãn hiệu nổi tiếng, hoặc dấu hiệu dưới dạng dịch nghĩa, phiên âm từ nhãn hiệu đó cho hàng hóa, dịch vụ bất kỳ, kể cả hàng hóa, dịch vụ không cùng loại, không tương tự với và không liên quan tới hàng hóa, dịch vụ thuộc danh mục hàng hóa, dịch vụ có uy tín mang nhãn hiệu nổi tiếng, nếu việc sử dụng như vậy có khả năng gây nhầm lẫn về nguồn gốc hàng hóa hoặc gây ấn tượng sai lệch về mối quan hệ giữa người sử dụng dấu hiệu với chủ thể có nhãn hiệu hàng hóa được công nhận là nhãn hiệu nổi tiếng."

25. Điều 55 Nghị định 63/CP được sửa đổi như sau:

"Điều 55. Khái niệm

Các khái niệm sử dụng trong Chương này được hiểu như sau:

"Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp" là doanh nghiệp đã đăng ký kinh doanh dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp theo pháp luật.

"Người đại diện sở hữu công nghiệp" là thành viên chuyên nghiệp của Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp, được Cục Sở hữu công nghiệp cấp Thẻ Người đại diện sở hữu công nghiệp.

"Đại diện về sở hữu công nghiệp" dùng để chỉ chung Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp hoặc/và Người đại diện sở hữu công nghiệp."

26. Điều 58 Nghị định 63/CP được sửa đổi như sau:

"Điều 58. Điều kiện kinh doanh, hành nghề đại diện sở hữu công nghiệp

1. Điều kiện cấp Thẻ Người đại diện sở hữu công nghiệp

Chỉ các cá nhân đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn sau đây mới có thể được cấp Thẻ Người đại diện sở hữu công nghiệp:

- Là công dân Việt Nam, có năng lực hành vi dân sự đầy đủ;

- Thường trú tại Việt Nam;

- Có Bằng tốt nghiệp đại học, chuyên ngành pháp lý hoặc kỹ thuật;

- Có chứng chỉ tốt nghiệp khóa đào tạo chính quy về sở hữu công nghiệp; hoặc đã trực tiếp làm công tác chuyên môn về pháp lý sở hữu công nghiệp liên tục từ 5 năm trở lên; hoặc đã trực tiếp làm công tác xét nghiệm các loại đơn sở hữu công nghiệp tại các cơ quan quốc gia hoặc quốc tế về sở hữu công nghiệp liên tục từ 5 năm trở lên;

- Có chứng chỉ đạt yêu cầu tại kỳ kiểm tra về luật sở hữu công nghiệp hiện hành của Việt Nam do Cục Sở hữu công nghiệp cấp và đang trong thời hạn có giá trị;

- Không phải là người đang làm việc cho các cơ quan, tổ chức Nhà nước không phải là doanh nghiệp.

2. Điều kiện kinh doanh dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp:

Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp phải đáp ứng các điều kiện sau đây:

- Là doanh nghiệp được thành lập theo pháp luật về doanh nghiệp;

- Không có vốn đầu tư nước ngoài;

- Có chức năng hoạt động dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp (được ghi nhận trong Điều lệ hoạt động và Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh);

- Có ít nhất 02 thành viên chính thức chuyên nghiệp là Người đại diện sở hữu công nghiệp trong đó 01 người là Thủ trưởng của tổ chức hoặc được Thủ trưởng của Tổ chức ủy quyền đại diện cho Tổ chức đó."

27. Điều 59 Nghị định 63/CP được sửa đổi và bổ sung khoản 2 như sau:

"Điều 59. Thủ tục cấp Thẻ Người đại diện sở hữu công nghiệp và cấp Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp

1. Thủ tục nộp đơn yêu cầu cấp Thẻ Người đại diện sở hữu công nghiệp, xem xét đơn và cấp Thẻ Người đại diện sở hữu công nghiệp do Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường quy định.

Cục Sở hữu công nghiệp thuộc Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường là Cơ quan nhà nước có thẩm quyền cấp Thẻ Người đại diện sở hữu công nghiệp.

2. Cơ quan nhà nước có thẩm quyền đăng ký kinh doanh theo pháp luật về doanh nghiệp là cơ quan có thẩm quyền cấp Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp cho Tổ chức khi có đủ điều kiện quy định tại khoản 2 Điều 58 Nghị định này. Cơ quan nói trên có quyền trưng cầu ý kiến của Cục Sở hữu công nghiệp về khả năng đáp ứng các điều kiện kinh doanh dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp của các doanh nghiệp đăng ký.

Sau khi cấp Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp, Cơ quan cấp Giấy chứng nhận đăng ký phải thông báo cho Cục Sở hữu công nghiệp để Cục Sở hữu công nghiệp ghi nhận Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp vào Sổ đăng ký quốc gia.

Danh sách cá nhân được cấp Thẻ người đại diện sở hữu công nghiệp và Tổ chức dịch vụ đại diện Sở hữu công nghiệp được ghi nhận vào Sổ đăng ký quốc gia về sở hữu công nghiệp."

28. Điều 61 Nghị định 63/CP được sửa đổi như sau:

"Điều 61. Thu hồi Thẻ Người đại diện sở hữu công nghiệp, thu hồi Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp

1. Điều kiện thu hồi Thẻ Người đại diện sở hữu công nghiệp, thu hồi Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp:

a) Cục Sở hữu công nghiệp thu hồi Thẻ Người đại diện sở hữu công nghiệp và xóa tên khỏi danh sách Người đại diện sở hữu công nghiệp trong những trường hợp sau:

- Người được cấp Thẻ từ bỏ hoạt động đại diện sở hữu công nghiệp;

- Người được cấp Thẻ không còn đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn nêu ở khoản 1 Điều 58 Nghị định này;

- Người được cấp Thẻ có sai sót nghiêm trọng trong khi hành nghề đại diện sở hữu công nghiệp, làm thiệt hại đến quyền lợi chính đáng của bên được đại diện hoặc của người khác, hoặc làm thiệt hại đến uy tín của cơ quan nhà nước hoặc/và của Nhà nước.

b) Trong những trường hợp sau Cục Sở hữu công nghiệp thông báo cho cơ quan có thẩm quyền cấp Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh để thu hồi Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp hoặc xóa bỏ lĩnh vực kinh doanh dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp (nếu Tổ chức còn kinh doanh trong các lĩnh vực khác):

- Tổ chức không còn đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn nêu ở khoản 2 Điều 58 Nghị định này;

- Tổ chức vi phạm các quy định của pháp luật, đặc biệt là các quy định trong Chương này.

Cơ quan có thẩm quyền phải thông báo về việc thu hồi Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp cho Cục Sở hữu công nghiệp để Cục Sở hữu công nghiệp xóa tên Tổ chức bị thu hồi Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh trong Sổ đăng ký quốc gia.

2. Quyết định thu hồi Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp và Thẻ Người đại diện sở

hữu công nghiệp được công bố trên Công báo Sở hữu công nghiệp.

3. Trong trường hợp Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp bị thu hồi Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp, mọi thủ tục chưa hoàn tất do Tổ chức đó thực hiện đều được phép gián đoạn và Bên được đại diện có quyền khôi phục thủ tục đó trong thời hạn 3 tháng tính từ ngày công bố Quyết định thu hồi Giấy chứng nhận trên Công báo sở hữu công nghiệp."

29. Tên gọi của Chương VII Nghị định 63/CP được sửa đổi như sau:

"Chương VII: Quản lý nhà nước về hoạt động sở hữu công nghiệp."

30. Điều 62 Nghị định 63/CP được thay thế bằng Điều 62 mới như sau:

"Điều 62. Quản lý nhà nước về hoạt động sở hữu công nghiệp

1. Chính phủ thống nhất quản lý nhà nước về hoạt động sở hữu công nghiệp.

2. Nội dung quản lý nhà nước về hoạt động sở hữu công nghiệp bao gồm:

a) Ban hành các văn bản quy phạm pháp luật, chính sách, chiến lược, quy hoạch, kế hoạch phát triển hoạt động sở hữu công nghiệp;

b) Tổ chức tiến hành các thủ tục xác lập quyền sở hữu công nghiệp;

c) Bảo vệ quyền lợi hợp pháp của Nhà nước, của tổ chức và cá nhân trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp;

d) Tổ chức thi hành các quy phạm pháp luật và các chính sách về sở hữu công nghiệp;

đ) Tổ chức hoạt động thông tin sở hữu công nghiệp;

e) Quản lý hoạt động dịch vụ tư vấn và đại diện về sở hữu công nghiệp;

g) Đào tạo và xây dựng đội ngũ cán bộ hoạt động sở hữu công nghiệp;

h) Hợp tác quốc tế về sở hữu cống nghiệp;

i) Hướng dẫn, thanh tra, kiểm tra việc thực hiện chính sách, chấp hành pháp luật về sở hữu công nghiệp;

k) Giải quyết khiếu nại, tố cáo, xử lý vi phạm pháp luật về sở hữu công nghiệp."

31. Điều 62 và Điều 66 Nghị định 63/CP được gộp thành Điều 65 mới như sau:

"Điều 65. Bảo vệ lợi ích quốc gia và lợi ích xã hội trong hoạt động sở hữu công nghiệp

1. Việc xác lập và thực hiện quyền sở hữu công nghiệp không được xâm phạm lợi ích của Nhà nước.

2. Các đối tượng sở hữu công nghiệp được bảo hộ là tài sản của Nhà nước khi chủ sở hữu công nghiệp tương ứng là tổ chức, doanh nghiệp nhà nước hoặc tổ chức, doanh nghiệp có phần vốn góp liên doanh của Nhà nước. Các tổ chức, doanh nghiệp nói trên có nghĩa vụ bảo vệ, giữ gìn uy tín, phát triển giá trị của tài sản đó.

3. Sáng chế, giải pháp hữu ích mật:

a) Sáng chế, giải pháp hữu ích của Việt Nam liên quan đến quốc phòng, an ninh quốc gia hoặc có giá trị kinh tế đặc biệt được coi là sáng chế, giải pháp hữu ích mật.

b) Tác giả, chủ sở hữu đối tượng sở hữu công nghiệp và những người có liên quan đến việc làm, nộp đơn, xét nghiệm đơn yêu cầu bảo hộ, sử dụng sáng chế, giải pháp hữu ích mật có trách nhiệm giữ bí mật sáng chế, giải pháp hữu ích đó theo quy định về bảo vệ bí mật quốc gia.

4. Tên gọi xuất xứ hàng hóa Việt Nam là tài sản quốc gia. Quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa thuộc về chủ Giấy chứng nhận quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa và không được chuyển giao cho người khác bằng bất kỳ hình thức nào.

5. Chỉ có chủ sở hữu đối tượng sở hữu công nghiệp và chỉ trong thời hạn bảo hộ mới được nêu các chỉ dẫn rằng sản phẩm được bảo hộ hoặc thuộc độc quyền của mình, kể cả các chỉ dẫn dưới dạng ký hiệu, trên sản phẩm, khi quảng cáo hoặc khi giao dịch nhằm mục đích kinh doanh.

Nếu sản phẩm được sản xuất theo li-xăng thì bắt buộc phải nêu chỉ dẫn về điều đó trên sản phẩm, khi quảng cáo hoặc khi giao dịch nhằm mục đích kinh doanh.

Nếu sản phẩm được sản xuất tại Việt Nam theo li-xăng của nước ngoài, hoặc mang nhãn hiệu hàng hóa có thể gây cảm giác đó là nhãn hiệu hàng hóa của nước ngoài hoặc có nguồn gốc nước ngoài thì bắt buộc phải ghi một cách đầy đủ (không viết tắt) chỉ dẫn "sản xuất tại Việt Nam" trên sản phẩm.

32. Điều 63 Nghị định 63/CP được sửa đổi khoản 1, đoạn đầu khoản 2, điểm e khoản 2 và điểm a khoản 3 như sau:

"1. Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường giúp Chính phủ thực hiện chức năng thống nhất quản lý Nhà nước về sở hữu công nghiệp trong phạm vi cả nước, có trách nhiệm tổ chức, chỉ đạo việc thực hiện các chế độ, chính sách, các quy định pháp luật của Nhà nước về sở hữu công nghiệp."

"2. Cục Sở hữu công nghiệp thuộc Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường là cơ quan quản lý Nhà nước có trách nhiệm giúp Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường thực hiện chức năng nêu tại khoản 1 Điều này."

"e) Kiểm tra trình độ nghiệp vụ và cấp Thẻ Người đại diện sở hữu công nghiệp và quản lý về mặt chuyên môn, nghiệp vụ đối với các tổ chức làm dịch vụ đại diện về sở hữu công nghiệp;"

"3. a) Kiến nghị với Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố các biện pháp cụ thể hóa việc thi hành các chính sách của Nhà nước về sở hữu công nghiệp và tổ chức thực thi các biện pháp đó; lập kế hoạch và tổ chức thực hiện kế hoạch phát triển hoạt động sở hữu công nghiệp của ngành, địa phương;"

33. Khoản 2 và khoản 3 Điều 64 Nghị định 63/CP được sửa đổi như sau:

"2. Bộ Tài chính có trách nhiệm phối hợp với Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường quy định về nội dung các khoản và mức phí và lệ phí sở hữu công nghiệp, về chế độ quản lý và sử dụng phí và lệ phí đó."

"3. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và Bộ Thủy sản có trách nhiệm rà soát các loại đặc sản; xác định khu vực canh tác hoặc sản xuất và đặc trưng phẩm chất của các nông sản và thủy sản đó và đề nghị Ủy ban nhân dân địa phương tương ứng với khu vực nói trên hướng dẫn các cá nhân, tổ chức liên quan đăng ký tên gọi xuất xứ hàng hóa dùng cho các đặc sản đó; Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn có trách nhiệm phối hợp với Bộ Thủy sản và Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường nghiên cứu trình Chính phủ ban hành quy định về việc bảo hộ quyền của các cá nhân, tổ chức tạo ra giống cây trồng và giống vật nuôi mới."

34. Điều 65 Nghị định 63/CP được chuyển thành Điều 66, đặt trong Chương VII và được sửa đổi như sau:

"Điều 66. Xử lý vi phạm hành chính về sở hữu công nghiệp

Các vi phạm hành chính về sở hữu công nghiệp bị xử lý theo quy định tại Nghị định số 12/1999/NĐ-CP ngày 06 tháng 3 năm 1999 của Chính phủ về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp và các quy định pháp luật khác có liên quan."

35. Tên gọi của Chương VIII Nghị định 63/CP được sửa đổi như sau:

"Chương VIII: Các điều khoản cuối cùng."

36. Điều 69 Nghị định 63/CP được sửa đổi như sau:

"Điều 69. Điều khoản chuyển tiếp

1. Các đơn yêu cầu bảo hộ trên cơ sở Pháp lệnh Bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp ngày 28 tháng 01 năm 1989 đã được nộp cho Cục Sở hữu công nghiệp trước ngày 01 tháng 7 năm 1996, kể cả các đơn nộp qua Bưu điện có dấu bưu điện trước ngày đó, tiếp tục được xử lý theo Pháp lệnh nói trên.

2. Các Văn bằng bảo hộ được cấp trên cơ sở Điều lệ về sáng kiến, sáng chế năm 1981, Điều lệ về giải pháp hữu ích năm 1988, Điều lệ về nhãn hiệu hàng hóa năm 1982, Điều lệ về kiểu dáng công nghiệp năm 1988 hoặc trên cơ sở Pháp lệnh bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp ngày 28 tháng 01 năm 1989 tiếp tục có hiệu lực đến hết kỳ hạn. Sau kỳ hạn hiệu lực tương ứng nói trên, nếu chủ Văn bằng bảo hộ yêu cầu thì áp dụng thủ tục gia hạn quy định tại khoản 2 Điều 30 Nghị định này, các Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa và Giấy chứng nhận kiểu dáng công nghiệp tiếp tục được gia hạn. Tất cả các Bằng độc quyền sáng chế có thời hạn hiệu lực ngắn hơn 20 năm đều được gia hạn đến hết 20 năm kể từ ngày nộp đơn hợp lệ.

3. Mọi quyền và nghĩa vụ theo Văn bằng bảo hộ (kể cả các Văn bằng bảo hộ được cấp theo Pháp lệnh bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp ngày 28 tháng 01 năm 1989) và các thủ tục duy trì, gia hạn, sửa đổi, chuyển nhượng, tranh chấp liên quan đến Văn bằng bảo hộ đó được áp dụng theo Nghị định này.

4. Các đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ nộp từ ngày 01 tháng 7 năm 1996 mà chưa được giải quyết thì được áp dụng theo Nghị định này."

Điều 2. Điều khoản thi hành

1. Nghị định này có hiệu lực sau 15 ngày, kể từ ngày ký.

2. Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường có trách nhiệm hướng dẫn thi hành Nghị định này.

3. Các Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương có trách nhiệm thi hành Nghị định này.

TM CHÍNH PHỦ
THỦ TƯỚNG

(Đã ký)

Phan Văn Khải

NGHỊ ĐỊNH SỐ 12/1999/NĐ-CP NGÀY 6/3/1999 CỦA CHÍNH PHỦ

Về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp.

CHÍNH PHỦ

- Căn cứ Luật Tổ chức Chính phủ ngày 30 tháng 9 năm 1992;

- Căn cứ Bộ Luật Dân sự ngày 28 tháng 10 năm 1995;

- Căn cứ Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính ngày 06 tháng 7 năm 1995;

- Để nâng cao hiệu lực bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp của các tổ chức, cá nhân, bảo vệ quyền và lợi ích chính đáng của người tiêu dùng, góp phần chống sản xuất, buôn bán hàng giả và gian lận thương mại;

- Theo đề nghị của Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường,

NGHỊ ĐỊNH:

Chương I
CÁC QUY ĐỊNH CHUNG

Điều 1. Giải thích thuật ngữ

Các thuật ngữ trong Nghị định này được hiểu như sau:

1. "Đối tượng sở hữu công nghiệp" được hiểu là: sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu hàng hóa (bao gồm cả nhãn hiệu dịch vụ), tên gọi xuất xứ hàng hóa.

2. "Chủ sở hữu công nghiệp" được hiểu là: chủ văn bằng bảo hộ, chủ sở hữu đăng ký quốc tế nhãn hiệu hàng hóa, hoặc người được chuyển giao hợp pháp quyền sở hữu công nghiệp đối với đối tượng sở hữu công nghiệp đang được bảo hộ.

3. "Văn bằng bảo hộ" được hiểu là: Bằng độc quyền sáng chế, Bằng độc quyền giải pháp hữu ích, Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp, Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa, Giấy chứng nhận quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa.

4. "Yếu tố vi phạm" được hiểu là:

- Dấu hiệu trùng hoặc tương tự gây nhầm lẫn với nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa đang được bảo hộ;

- Dấu hiệu, chỉ dẫn vi phạm quy định về chỉ dẫn bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp, nghĩa vụ sở hữu công nghiệp;

- Bộ phận sản phẩm, sản phẩm hoặc quy trình sản xuất sản phẩm đồng nhất với bộ phận sản phẩm, sản phẩm hoặc quy trình sản xuất đang được bảo hộ là sáng chế, giải pháp hữu ích;

- Bộ phận sản phẩm, sản phẩm có hình dáng bên ngoài là kiểu dáng công nghiệp hoặc có chứa một hoặc các bộ phận là thành phần tạo dáng cơ bản của kiểu dáng công nghiệp đang được bảo hộ.

Điều 2. Phạm vi, đối tượng áp dụng

1. Nghị định này quy định cụ thể các hành vi vi phạm, hình thức, mức, thủ tục và thẩm quyền xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực bảo hộ và quản lý Nhà nước về sở hữu công nghiệp.

2. Mọi tổ chức, cá nhân có hành vi cố ý hoặc vô ý vi phạm các quy định về bảo hộ và quản lý Nhà nước về sở hữu công nghiệp chưa đến mức phải truy cứu trách nhiệm hình sự đều bị xử

phạt theo Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính và Nghị định này.

3. Tổ chức, cá nhân nước ngoài có hành vi vi phạm hành chính trong lĩnh vực bảo hộ và quản lý Nhà nước về sở hữu công nghiệp trong lãnh thổ nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam cũng bị xử phạt theo Nghị định này trừ trường hợp các Điều ước quốc tế liên quan mà Việt Nam ký kết hoặc tham gia có quy định khác.

Điều 3. Nguyên tắc áp dụng các hình thức xử phạt, mức phạt

1. Đối với mỗi hành vi vi phạm hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp, tổ chức, cá nhân vi phạm phải bị áp dụng một trong hai hình thức xử phạt chính: cảnh cáo hoặc phạt tiền.

Phạt cảnh cáo được áp dụng đối với trường hợp vô ý vi phạm; vi phạm nhỏ, lần đầu và có tình tiết giảm nhẹ.

Trong trường hợp phạt tiền, mức phạt tiền phải tương ứng với tính chất, mức độ của hành vi vi phạm. Trường hợp vi phạm có tình tiết giảm nhẹ thì áp dụng mức phạt thấp hơn nhưng không dưới mức tối thiểu của khung phạt tiền. Trường hợp vi phạm có tình tiết tăng nặng thì áp dụng mức phạt cao hơn nhưng không vượt quá mức tối đa của khung phạt tiền.

2. Tùy theo tính chất, mức độ vi phạm, cá nhân, tổ chức vi phạm còn bị áp dụng một hoặc các hình thức xử phạt bổ sung sau đây:

a) Tước có thời hạn hoặc không thời hạn quyền sử dụng giấy phép kinh doanh hoặc giấy phép hoạt động dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp;

b) Tịch thu tang vật, phương tiện vi phạm hành chính.

3. Kèm theo các hình thức xử phạt quy định tại khoản 1 và khoản 2 Điều này, trong từng trường hợp cụ thể tổ chức, cá nhân vi phạm còn có thể bị áp dụng một hoặc các biện pháp sau:

a) Buộc loại bỏ các yếu tố vi phạm trên sản phẩm hàng hóa, phương tiện kinh doanh; buộc cải chính thông tin sai lệch gây ra vi phạm; buộc thực hiện các nghĩa vụ sở hữu công nghiệp; buộc bổ sung các chỉ dẫn về sở hữu công nghiệp;

b) Buộc tiêu hủy vật phẩm mang yếu tố vi phạm, hàng hóa vi phạm có chất lượng kém có hại cho sức khỏe con người;

c) Buộc bồi thường thiệt hại do vi phạm hành chính gây ra.

Việc bồi thường thiệt hại do vi phạm hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp được tiến hành theo nguyên tắc thỏa thuận giữa bên gây ra thiệt hại và bên bị thiệt hại. Đối với những thiệt hại về vật chất do vi phạm hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp gây ra có giá trị đến 1.000.000 đồng mà các bên không tự thỏa thuận được thì mức bồi thường do người có thẩm quyền xử phạt quyết định, những thiệt hại có giá trị trên 1.000.000 đồng nếu các bên không tự thỏa thuận được thì giải quyết theo thủ tục tố tụng dân sự.

Các hình thức xử phạt bổ sung và các biện pháp quy định tại các khoản 2, 3 Điều này được áp dụng trong trường hợp cần thiết nhằm triệt để xử lý vi phạm, loại trừ nguyên nhân, điều kiện tiếp tục vi phạm và khắc phục hậu quả do vi phạm hành chính về sở hữu công nghiệp gây ra.

Điều 4. Thời hiệu xử phạt

1. Thời hiệu xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp là một năm kể từ ngày thực hiện hành vi vi phạm. Đối với hành vi sản xuất, kinh doanh hàng hóa vi phạm về nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa, kiểu dáng công nghiệp đang được bảo hộ thì thời hiệu xử phạt là hai năm tính từ ngày thực hiện hành vi vi phạm. Nếu quá các thời hạn nói trên thì tổ chức, cá nhân đã thực hiện hành vi vi phạm không bị xử phạt, nhưng có thể bị áp dụng biện pháp buộc tiêu hủy vật phẩm, hàng hóa vi phạm gây hại cho sức khỏe con người.

2. Đối với cá nhân thực hiện hành vi vi phạm quy định về bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp mà bị khởi tố, truy tố về tội làm

hàng giả, buôn bán hàng giả hoặc có quyết định đưa vụ án ra xét xử theo thủ tục tố tụng hình sự, sau đó có quyết định đình chỉ điều tra hoặc đình chỉ vụ án thì thời hiệu xử phạt hành chính là ba tháng kể từ ngày có quyết định đình chỉ nói trên.

3. Nếu trong thời hạn quy định tại các khoản 1, 2 Điều này mà tổ chức, cá nhân vi phạm thực hiện hành vi vi phạm mới về sở hữu công nghiệp thì bị xử phạt về từng hành vi vi phạm, trong đó thời hiệu xử phạt được tính từ ngày thực hiện vi phạm mới.

Nếu trong thời hạn quy định tại các khoản 1, 2 Điều này mà tổ chức, cá nhân vi phạm cố tình trốn tránh, cản trở việc xử phạt thì thời hiệu xử phạt được tính từ ngày tổ chức, cá nhân chấm dứt hành vi trốn tránh, cản trở.

Chương II
CÁC HÀNH VI VI PHẠM, HÌNH THỨC VÀ MỨC PHẠT

Điều 5. Hành vi vi phạm quy định về thủ tục xác lập, thực hiện quyền sở hữu công nghiệp và thủ tục xin cấp phép hoạt động dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp

1. Cảnh cáo hoặc phạt tiền từ 200.000 đồng đến 1.000.000 đồng đối với tổ chức, cá nhân có một trong các hành vi sau đây:

a) Tiến hành thủ tục xác lập quyền, thực hiện quyền sở hữu công nghiệp để lẩn tránh hoặc thực hiện các hành vi trong các lĩnh vực khác bị pháp luật cấm hoặc hạn chế;

b) Tiến hành thủ tục xác lập quyền, thực hiện quyền sở hữu công nghiệp nhằm mục đích cạnh tranh không lành mạnh, độc quyền, khống chế thị trường một cách bất hợp pháp, thủ tiêu đối tượng sở hữu công nghiệp, hạn chế hoặc thu hẹp phạm vi bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp của người khác, lợi dụng hoặc hạ thấp uy tín thương mại của cơ sở kinh doanh khác;

c) Cung cấp các thông tin, chứng cứ sai lệch trong thủ tục khiếu nại về quyền sở hữu công nghiệp.

2. Phạt tiền từ 2.000.000 đồng đến 10.000.000 đồng đối với tổ chức, cá nhân có một trong các hành vi sau đây:

a) Sửa chữa, tẩy xóa, giả mạo văn bằng bảo hộ, giấy chứng nhận về bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp nhưng chưa đến mức truy cứu trách nhiệm hình sự;

b) Giả mạo giấy tờ, gian dối trong thủ tục xin cấp, gia hạn, sửa đổi văn bằng bảo hộ, đề nghị phê duyệt, đăng ký hợp đồng chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp, xin cấp li-xăng không tự nguyện nhưng chưa đến mức truy cứu trách nhiệm hình sự;

c) Giả mạo giấy tờ, gian dối trong thủ tục xin cấp, gia hạn Giấy chứng nhận Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp, Thẻ Người đại diện sở hữu công nghiệp nhưng chưa đến mức truy cứu trách nhiệm hình sự.

3. Hình thức xử phạt bổ sung:

a) Tước quyền sử dụng giấy phép kinh doanh từ 1 đến 3 tháng đối với các hành vi quy định tại khoản 1; từ 3 đến 6 tháng đối với các hành vi quy định tại khoản 2 Điều này;

b) Tịch thu giấy tờ tài liệu, văn bằng bảo hộ, giấy chứng nhận bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp bị sửa chữa hoặc giả mạo đối với các hành vi quy định tại khoản 2 Điều này;

c) Tịch thu văn bằng bảo hộ, giấy chứng nhận đã cấp cho tổ chức, cá nhân có các hành vi quy định tại các điểm a, b khoản 1 Điều này.

Điều 6. Hành vi vi phạm quy định về chỉ dẫn bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp

1. Cảnh cáo hoặc phạt tiền từ 500.000 đồng đến 2.000.000 đồng đối với tổ chức, cá nhân có một trong các hành vi sau đây:

a) Chỉ dẫn sai (kể cả chỉ dẫn dưới dạng ký hiệu) về chủ sở hữu công nghiệp;

b) Chỉ dẫn sai (kể cả chỉ dẫn dưới dạng ký hiệu) về việc sản phẩm, dịch vụ có yếu tố được bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp;

c) Sử dụng nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa, kiểu dáng công nghiệp không đúng như mẫu đã được đăng ký nhưng chỉ dẫn rằng nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa, kiểu dáng công nghiệp đó đã được đăng ký bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp;

d) Chỉ dẫn sai về việc sản phẩm được sản xuất, dịch vụ được thực hiện theo li-xăng;

e) Chỉ dẫn sai về tác giả sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp.

2. Cảnh cáo hoặc phạt tiền từ 1.000.000 đồng đến 5.000.000 đồng đối với tổ chức, cá nhân có một trong các hành vi sau đây:

a) Không nêu chỉ dẫn về việc sản xuất sản phẩm, thực hiện dịch vụ theo li-xăng đối với các sản phẩm, dịch vụ được sản xuất, thực hiện theo li-xăng;

b) Không ghi hoặc ghi không rõ ràng, đầy đủ trên sản phẩm cụm từ "sản xuất tại Việt Nam" đối với các sản phẩm được sản xuất tại Việt Nam theo li-xăng của nước ngoài; sản phẩm được sản xuất tại Việt Nam mang nhãn hiệu hàng hóa gây hiểu sai lệch rằng hàng hóa là của nước ngoài hoặc có nguồn gốc nước ngoài.

3. Hình thức xử phạt bổ sung:

a) Tước quyền sử dụng giấy phép kinh doanh từ 1 đến 3 tháng đối với các hành vi quy định tại các khoản 1, 2 Điều này;

b) Tịch thu tang vật, phương tiện vi phạm hành chính đối với các hành vi quy định tại các khoản 1, 2 Điều này.

4. Ngoài các hình thức xử phạt quy định tại các khoản 1, 2 và 3 Điều này, tổ chức, cá nhân vi phạm còn có thể bị áp dụng một hoặc các biện pháp sau đây:

a) Buộc loại bỏ các yếu tố vi phạm trên sản phẩm hàng hóa, phương tiện kinh doanh đối với các hành vi quy định tại khoản 1 Điều này;

b) Buộc bổ sung chỉ dẫn đối với các hành vi quy định tại khoản 2 Điều này.

Điều 7. Hành vi vi phạm quy định về hoạt động dịch vụ tư vấn, đại diện sở hữu công nghiệp

1. Cảnh cáo hoặc phạt tiền từ 500.000 đồng đến 2.000.000 đồng đối với Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp, Người đại diện sở hữu công nghiệp thực hiện một trong các hành vi sau đây:

a) Cố ý tư vấn, thông báo sai về các quy định pháp luật về sở hữu công nghiệp, thông tin hoạt động sở hữu công nghiệp gây thiệt hại cho người có quyền sở hữu công nghiệp hợp pháp;

b) Cản trở tiến trình bình thường của việc xác lập, thực hiện quyền sở hữu công nghiệp gây thiệt hại cho người có quyền sở hữu công nghiệp hợp pháp;

c) Tư vấn, chỉ dẫn sai gây nhầm lẫn, hiểu sai về chức năng, phạm vi quyền hạn, trách nhiệm của Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp, Người đại diện sở hữu công nghiệp;

d) Thu của khách hàng các khoản và các mức lệ phí quốc gia hoặc phí dịch vụ liên quan đến thủ tục xác lập và bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp không đúng theo quy định;

e) Lừa dối, ép buộc khách hàng trong việc giao kết hợp đồng dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp nhưng chưa đến mức truy cứu trách nhiệm hình sự;

g) Đại diện đồng thời cho các bên tranh chấp về quyền sở hữu công nghiệp gây thiệt hại cho người có quyền sở hữu công nghiệp hợp pháp;

h) Cho mượn thẻ, sử dụng thẻ vào những công việc không đúng chức năng, sử dụng giấy phép, thẻ không còn hiệu lực;

i) Không cung cấp thông tin theo yêu cầu của cơ quan Nhà nước có thẩm quyền hoặc cung cấp thông tin sai lệch về các vấn đề liên quan đến hoạt động dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp.

2. Cảnh cáo hoặc phạt tiền từ 1.000.000 đồng đến 5.000.000 đồng đối với tổ chức, cá nhân có hành vi thực hiện hoạt động dịch vụ tư vấn, dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp trong việc xác lập, thực hiện quyền sở hữu công nghiệp mà không được cấp giấy phép hoạt động dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp hợp pháp.

3. Phạt tiền từ 2.000.000 đồng đến 10.000.000 đồng đối với tổ chức, cá nhân có hành vi sửa chữa, tẩy xóa, giả mạo Giấy chứng nhận Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp, Thẻ Người đại diện sở hữu công nghiệp nhưng chưa đến mức truy cứu trách nhiệm hình sự.

4. Phạt tiền từ 5.000.000 đồng đến 20.000.000 đồng đối với Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp, Người đại diện sở hữu công nghiệp thực hiện một trong các hành vi sau đây:

a) Thực hiện các công việc liên quan đến hoạt động sở hữu công nghiệp ngoài phạm vi chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn được phép;

b) Mạo danh cơ quan quản lý Nhà nước, người của cơ quan quản lý Nhà nước về sở hữu công nghiệp để thực hiện hoạt động dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp nhưng chưa đến mức truy cứu trách nhiệm hình sự.

5. Hình thức xử phạt bổ sung:

a) Tước quyền sử dụng giấy phép kinh doanh từ 1 đến 3 tháng đối với các hành vi quy định tại khoản 2 Điều này;

b) Tước quyền sử dụng giấy phép hoạt động dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp từ 1 đến 3 tháng đối với các hành vi quy định tại khoản 1; từ 3 đến 6 tháng đối với hành vi quy định tại khoản 3 Điều này;

c) Tước quyền sử dụng giấy phép hoạt động dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp từ 6 tháng đến 1 năm hoặc không thời hạn đối với các hành vi quy định tại khoản 4 Điều này;

d) Tịch thu giấy tờ giả mạo đối với các hành vi quy định tại khoản 3 Điều này.

6. Ngoài các hình thức xử phạt quy định tại các khoản 1, 2, 3, 4, và 5 Điều này, tổ chức, cá nhân vi phạm còn có thể bị áp dụng một hoặc các biện pháp sau đây:

a) Buộc cải chính thông tin sai lệch đối với các hành vi quy định tại các điểm a, c khoản 1 Điều này;

b) Buộc bồi thường thiệt hại do vi phạm hành chính gây ra đối với các hành vi quy định tại các khoản 1, 2 và 3 Điều này.

Điều 8. Hành vi vi phạm quy định về nghĩa vụ sở hữu công nghiệp

1. Cảnh cáo hoặc phạt tiền từ 1.000.000 đồng đến 5.000.000 đồng đối với tổ chức, cá nhân có một trong các hành vi sau đây:

a) Không thực hiện nghĩa vụ lập hợp đồng, đăng ký hợp đồng cho việc chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp với hình thức, nội dung, thủ tục theo quy định pháp luật sở hữu công nghiệp;

b) Không thực hiện nghĩa vụ đăng ký nhãn hiệu hàng hóa đối với các sản phẩm, dịch vụ trong các lĩnh vực có quy định bắt buộc phải đăng ký nhãn hiệu hàng hóa.

2. Phạt tiền từ 2.000.000 đồng đến 10.000.000 đồng đối với tổ chức, cá nhân sử dụng những dấu hiệu làm hiểu sai lệch, gây nhầm lẫn hoặc có tính chất lừa dối người tiêu dùng về xuất xứ, tính năng, công dụng, chất lượng, giá trị của hàng hóa, dịch vụ làm nhãn hiệu hàng hóa.

3. Cảnh cáo hoặc phạt tiền từ 500.000 đồng đến 2.000.000 đồng đối với tổ chức, cá nhân có hành vi không thực hiện nghĩa vụ trả thù lao cho chủ sở hữu sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp theo quyết định của cơ quan Nhà nước có thẩm quyền về cấp li-xăng không tự nguyện.

4. Hình thức xử phạt bổ sung:

a) Tước quyền sử dụng giấy phép kinh doanh từ 1 đến 3

tháng đối với các hành vi quy định tại khoản 1; từ 3 tháng đến 1 năm hoặc không thời hạn đối với các hành vi quy định tại khoản 2 Điều này;

b) Tịch thu tang vật, phương tiện vi phạm hành chính đối với các hành vi quy định tại điểm b khoản 1 và khoản 2 Điều này.

5. Ngoài các hình thức xử phạt quy định tại các khoản 1, 2, 3 và 4 Điều này, tổ chức, cá nhân vi phạm còn có thể bị áp dụng một hoặc các biện pháp sau đây:

a) Buộc thực hiện các nghĩa vụ về sở hữu công nghiệp đối với các hành vi quy định tại các điểm a, b khoản 1 và khoản 3 Điều này; buộc loại bỏ yếu tố vi phạm trên hàng hóa, phương tiện kinh doanh đối với các hành vi quy định tại khoản 2 Điều này;

b) Buộc bồi thường thiệt hại do vi phạm hành chính gây ra đối với các hành vi quy định tại các khoản 1, 2 và 3 Điều này.

Điều 9. Hành vi vi phạm quy định về bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp

1. Cảnh cáo hoặc phạt tiền từ 5.000.000 đồng đến 20.000.000 đồng đối với tổ chức, cá nhân không phải là chủ sở hữu công nghiệp, người có quyền sử dụng trước (đối với sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp) thực hiện một trong các hành vi sau đây nhằm mục đích kinh doanh, mà không được chủ sở hữu công nghiệp cho phép hoặc Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường cấp giấy phép sử dụng (li-xăng không tự nguyện):

a) Sản xuất (chế tạo, gia công, lắp ráp, chế biến, đóng gói) sản phẩm, bộ phận sản phẩm đang được bảo hộ là sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp;

b) Áp dụng quy trình đang được bảo hộ là sáng chế, giải pháp hữu ích;

c) Khai thác sản phẩm, bộ phận sản phẩm đang được bảo hộ là sáng chế, giải pháp hữu ích;

d) Đưa vào lưu thông (bán, vận chuyển), quảng cáo (thể hiện trên các phương tiện thông tin, biển hiệu, phương tiện kinh doanh, các sản phẩm hàng hóa khác, phương tiện dịch vụ, chào hàng, khuyến mại, giấy tờ giao dịch kinh doanh) nhằm để bán, chào bán, tàng trữ để bán các sản phẩm, bộ phận sản phẩm đang được bảo hộ là sáng chế, giải pháp hữu ích hoặc được sản xuất theo quy trình đang được bảo hộ là sáng chế, giải pháp hữu ích;

e) Nhập khẩu, xuất khẩu các sản phẩm, bộ phận sản phẩm đang được bảo hộ là sáng chế, giải pháp hữu ích hoặc sản phẩm được sản xuất theo quy trình đang được bảo hộ là sáng chế, giải pháp hữu ích;

g) Đưa vào lưu thông (bán, vận chuyển), quảng cáo (thể hiện trên các phương tiện thông tin, biển hiệu, phương tiện kinh doanh, các sản phẩm hàng hóa khác, phương tiện dịch vụ, chào hàng, khuyến mại, giấy tờ giao dịch kinh doanh) nhằm để bán, chào bán, tàng trữ để bán các loại sản phẩm sau:

- Sản phẩm, bộ phận sản phẩm có hình dáng bên ngoài được bảo hộ là kiểu dáng công nghiệp hoặc có chứa một hoặc các bộ phận là thành phần tạo dáng cơ bản của kiểu dáng công nghiệp đang được bảo hộ;

- Sản phẩm, bộ phận sản phẩm mang dấu hiệu hoặc có bao bì mang dấu hiệu trùng hoặc tương tự gây nhầm lẫn với nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa đang được bảo hộ cho hàng hóa cùng loại hoặc tương tự với sản phẩm đó, kể cả trường hợp dùng tên gọi xuất xứ hàng hóa được dịch sang ngôn ngữ khác hoặc kèm theo các từ "loại", "kiểu", "phỏng theo" hoặc các từ tương tự như vậy;

h) Nhập khẩu, xuất khẩu các loại sản phẩm quy định tại điểm g khoản này;

i) Gắn (thể hiện dưới mọi hình thức như: in, dán, đính, đúc, dập khuôn...) lên sản phẩm, bao bì sản phẩm dấu hiệu trùng hoặc tương tự gây nhầm lẫn với nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi

xuất xứ hàng hóa được bảo hộ cho hàng hóa cùng loại hoặc tương tự với sản phẩm đó;

k) Tiến hành dịch vụ dưới tên gọi, biểu tượng hoặc gắn trên phương tiện dịch vụ dấu hiệu trùng hoặc tương tự gây nhầm lẫn với nhãn hiệu dịch vụ được bảo hộ cho dịch vụ cùng loại hoặc tương tự với dịch vụ đó.

2. Phạt tiền từ 20.000.000 đồng đến 50.000.000 đồng đối với tổ chức, cá nhân có hành vi quy định tại khoản 1 Điều này trong trường hợp tái phạm và phạt tiền từ 50.000.000 đồng đến 100.000.000 đồng trong trường hợp vi phạm có tổ chức, quy mô lớn nhưng chưa đến mức truy cứu trách nhiệm hình sự.

3. Phạt tiền từ 2.000.000 đồng đến 10.000.000 đồng đối với tổ chức, cá nhân có một trong các hành vi: sản xuất, buôn bán, vận chuyển, tàng trữ để buôn bán, nhập khẩu, xuất khẩu đề can, nhãn sản phẩm, mẫu nhãn hiệu, bao bì sản phẩm mang dấu hiệu trùng hoặc tương tự gây nhầm lẫn với nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa hoặc kiểu dáng công nghiệp đang được bảo hộ.

4. Hình thức xử phạt bổ sung:

a) Tước quyền sử dụng giấy phép kinh doanh từ 1 đến 6 tháng đối với các hành vi quy định tại các khoản 1, 3; từ 6 tháng đến 1 năm hoặc không thời hạn đối với các hành vi quy định tại khoản 2 Điều này;

b) Tịch thu tang vật, phương tiện vi phạm hành chính đối với các hành vi quy định tại các khoản 1, 2 và 3 Điều này.

5. Ngoài các hình thức xử phạt quy định tại các khoản 1, 2, 3 và 4 Điều này, tổ chức, cá nhân vi phạm còn có thể bị áp dụng một hoặc các biện pháp sau đây:

a) Buộc loại bỏ các yếu tố vi phạm trên sản phẩm, hàng hóa, phương tiện kinh doanh đối với các hành vi quy định tại các khoản 1, 2 Điều này;

b) Buộc bồi thường thiệt hại do vi phạm hành chính gây ra đối với các hành vi quy định các khoản 1, 2 Điều này;

c) Buộc tiêu hủy vật phẩm mang yếu tố vi phạm đối với hành vi quy định tại khoản 3 Điều này; buộc tiêu hủy hàng hóa vi phạm có chất lượng kém gây hại.cho sức khỏe con người đối với các hành vi quy định tại các khoản 1, 2 Điều này.

Chương III
THẨM QUYỀN, THỦ TỤC XỬ PHẠT VI PHẠM

Điều 10. Thẩm quyền xử phạt của Ủy ban nhân dân các cấp

Ủy ban nhân dân các cấp có thẩm quyền xử phạt các hành vi vi phạm hành chính về sở hữu công nghiệp xảy ra trong địa phương thuộc phạm vi quản lý theo quy định tại các Điều 6, 7, 8 và 9 Nghị định này. Thẩm quyền xử phạt của Ủy ban nhân dân các cấp được quy định cụ thể như sau:

1. Chủ tịch Ủy ban nhân dân huyện, quận, thị xã, thành phố thuộc tỉnh có quyền:

a) Phạt cảnh cáo;

b) Phạt tiền đến 10.000.000 đồng;

c) Tịch thu tang vật, phương tiện sử dụng để vi phạm hành chính có giá trị đến 100.000.000 đồng;

d) Tước quyền sử dụng giấy phép kinh doanh do cấp huyện cấp có thời hạn hoặc không thời hạn;

e) Buộc loại bỏ yếu tố vi phạm trên sản phẩm, hàng hóa, phương tiện kinh doanh; buộc cải chính thông tin sai lệch gây ra vi phạm;

g) Buộc bồi thường thiệt hại do vi phạm hành chính gây ra;

h) Buộc tiêu hủy vật phẩm mang yếu tố vi phạm, hàng hóa vi phạm có chất lượng kém gây hại cho sức khỏe con người.

2. Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương có quyền:

a) Phạt cảnh cáo;

b) Phạt tiền đến 100.000.000 đồng;

c) Tịch thu tang vật, phương tiện sử dụng để vi phạm hành chính;

d) Tước quyền sử dụng giấy phép kinh doanh do cấp huyện cấp, cấp tỉnh cấp có thời hạn hoặc không thời hạn;

e) Buộc loại bỏ yếu tố vi phạm trên sản phẩm, hàng hóa, phương tiện kinh doanh; buộc cải chính thông tin sai lệch gây ra vi phạm;

g) Buộc bồi thường thiệt hại do vi phạm hành chính gây ra;

h) Buộc tiêu hủy vật phẩm mang yếu tố vi phạm, hàng hóa vi phạm có chất lượng kém gây hại cho sức khỏe con người.

Điều 11. Thẩm quyền xử phạt của Thanh tra chuyên ngành sở hữu công nghiệp

Thanh tra chuyên ngành sở hữu công nghiệp thuộc Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường có thẩm quyền xử phạt hành chính đối với các hành vi vi phạm trong phạm vi cả nước. Thanh tra chuyên ngành sở hữu công nghiệp thuộc Sở Khoa học, Công nghệ và Môi trường có thẩm quyền xử phạt đối với các hành vi vi phạm xảy ra trong địa phương thuộc phạm vi quản lý. Thẩm quyền xử phạt của Thanh tra chuyên ngành về sở hữu công nghiệp được quy định cụ thể như sau:

1. Thanh tra viên chuyên ngành sở hữu công nghiệp đang thi hành công vụ có quyền:

a) Phạt cảnh cáo;

b) Phạt tiền đến 200.000 đồng;

c) Tịch thu tang vật, phương tiện được sử dụng để vi phạm có giá trị đến 500.000 đồng;

d) Buộc loại bỏ yếu tố vi phạm trên sản phẩm, hàng hóa, phương tiện kinh doanh; buộc cải chính thông tin sai lệch gây ra vi phạm;

e) Buộc bồi thường thiệt hại do vi phạm hành chính gây ra;

g) Buộc tiêu hủy vật phẩm mang yếu tố vi phạm, hàng hóa vi phạm có chất lượng kém gây hại cho sức khỏe con người.

2. Chánh Thanh tra chuyên ngành sở hữu công nghiệp thuộc Sở Khoa học, Công nghệ và Môi trường có quyền:

a) Phạt cảnh cáo;

b) Phạt tiền đến 10.000.000 đồng;

c) Tịch thu tang vật, phương tiện được sử dụng để gây ra vi phạm có giá trị đến 100.000.000 đồng;

d) Buộc loại bỏ các yếu tố vi phạm trên sản phẩm, hàng hóa, phương tiện kinh doanh; buộc cải chính thông tin sai lệch gây ra vi phạm;

e) Buộc bồi thường thiệt hại do vi phạm hành chính gây ra;

g) Buộc tiêu hủy vật phẩm mang yếu tố vi phạm, hàng hóa vi phạm có chất lượng kém có hại cho sức khỏe con người.

h) Yêu cầu Cục trưởng Cục Sở hữu công nghiệp tước quyền sử dụng giấy phép hoạt động dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp.

3. Chánh Thanh tra chuyên ngành sở hữu công nghiệp thuộc Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường có quyền:

a) Phạt cảnh cáo;

b) Phạt tiền đến 20.000.000 đồng;

c) Tước quyền sử dụng giấy phép hoạt động dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp có thời hạn hoặc không thời hạn;

d) Tịch thu tang vật, phương tiện được sử dụng để gây ra vi phạm;

e) Buộc loại bỏ các yếu tố vi phạm trên sản phẩm, hàng hóa, phương tiện kinh doanh; buộc cải chính thông tin sai lệch gây ra vi phạm;

g) Buộc bồi thường thiệt hại do vi phạm hành chính gây ra;

h) Buộc tiêu hủy vật phẩm mang yếu tố vi phạm, hàng hóa vi phạm có chất lượng kém có hại cho sức khỏe con người.

Điều 12. Thẩm quyền xử phạt của cơ quan cảnh sát, cơ quan hải quan, cơ quan quản lý thị trường

Trưởng Công an cấp huyện, Trưởng phòng Cảnh sát kinh tế, Giám đốc Công an cấp tỉnh, Cục trưởng Cục Cảnh sát kinh tế, Đội trưởng Đội kiểm soát hải quan cửa khẩu, Giám đốc Hải quan cấp tỉnh, Chi cục trưởng Chi cục Quản lý thị trường, Cục trưởng Cục Quản lý thị trường có quyền áp dụng các hình thức xử phạt hành chính và các biện pháp khác đối với các hành vi vi phạm các quy định về bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp trong lĩnh vực thuộc thẩm quyền được quy định tại các khoản 1, 3, 4, 5 của Điều 9 Nghị định này và các Điều 29, 30, 33 Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính.

Điều 13. Trách nhiệm của cơ quan quản lý Nhà nước chuyên ngành về sở hữu công nghiệp trong việc xử lý vi phạm hành chính

Cục Sở hữu công nghiệp thực hiện chức năng quản lý Nhà nước về sở hữu công nghiệp theo pháp luật và có trách nhiệm phối hợp với các cơ quan khác ở trung ương và địa phương có thẩm quyền trong việc xử lý vi phạm hành chính về sở hữu công nghiệp khi các cơ quan này yêu cầu.

Điều 14. Thủ tục xử phạt

1. Khi phát hiện hành vi vi phạm hoặc có dấu hiệu vi phạm hành chính về sở hữu công nghiệp, người có thẩm quyền xử phạt phải ra lệnh đình chỉ ngay hành vi vi phạm và giải thích rõ cho tổ chức, cá nhân vi phạm biết về quy định xử phạt vi phạm hành chính về sở hữu công nghiệp cũng như quy định của

pháp luật về sở hữu công nghiệp có liên quan và yêu cầu tổ chức, cá nhân thực hiện đúng các quy định của pháp luật về sở hữu công nghiệp.

2. Trường hợp xác định được rõ ràng hành vi vi phạm thuộc diện áp dụng hình thức phạt cảnh cáo, thì người có thẩm quyền xử phạt quyết định xử phạt ngay tại nơi xảy ra vi phạm, có thể dưới hình thức văn bản hoặc không cần bằng văn bản.

Trường hợp xét thấy vi phạm có thể phải áp dụng hình thức phạt tiền thì người có thẩm quyền xử phạt phải lập biên bản về vi phạm hành chính tuân theo quy định tại Điều 47 Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính.

3. Sau khi lập biên bản về vi phạm, nếu xét thấy việc xử lý vi phạm cần có ý kiến đánh giá, kết luận của cơ quan chuyên môn về sở hữu công nghiệp, thì người có thẩm quyền xử phạt phải gửi hồ sơ, chứng cứ vi phạm và văn bản trưng cầu giám định cho cơ quan quản lý Nhà nước về sở hữu công nghiệp ở địa phương hoặc trung ương theo quy định tại Điều 13 Nghị định này để cho ý kiến đánh giá, kết luận về vi phạm và các hình thức, biện pháp xử lý phù hợp với hành vi vi phạm.

Trong thời hạn mười ngày kể từ ngày nhận được văn bản yêu cầu và hồ sơ, chứng cứ vi phạm, cơ quan quản lý Nhà nước về sở hữu công nghiệp phải có ý kiến bằng văn bản gửi cho người có thẩm quyền xử phạt vi phạm.

4. Trong thời hạn mười lăm ngày kể từ ngày lập biên bản về vi phạm, người có thẩm quyền phải ra quyết định xử phạt đối với hành vi vi phạm, trường hợp vi phạm nghiêm trọng, có nhiều tình tiết phức tạp, thời hạn trên có thể kéo dài nhưng không quá ba mươi ngày. Việc quyết định xử phạt và nội dung quyết định xử phạt tuân theo quy định tại Điều 48 Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính.

Ngày có hiệu lực của quyết định xử phạt là ngày ký hoặc ngày khác được quy định trong quyết định xử phạt nhưng không được quá mười lăm ngày sau ngày ký quyết định xử phạt.

Quyết định xử phạt phải được gửi cho tổ chức, cá nhân bị xử phạt trong thời hạn ba ngày kể từ ngày ký, đồng thời phải được gửi cho Cục Sở hữu công nghiệp để Cục Sở hữu công nghiệp phối hợp theo dõi và thực hiện các thủ tục về xác lập, sửa đổi, đình chỉ, hủy bỏ văn bằng bảo hộ, giấy chứng nhận, giấy phép liên quan.

Điều 15. Thủ tục phạt tiền

Việc phạt tiền phải tuân theo các quy định sau đây:

1. Mức phạt tiền, thời hạn và nơi nộp phải được ghi rõ trong quyết định xử phạt;

2. Tổ chức, cá nhân bị phạt tiền phải nộp tiền phạt đúng thời hạn và tại nơi ghi trong quyết định xử phạt và được nhận biên lai thu tiền phạt; khi thu nhận tiền phạt phải sử dụng biên lai thu tiền do Bộ Tài chính phát hành;

3. Nghiêm cấm người xử phạt thu tiền phạt tại chỗ;

4. Tiền phạt thu được phải nộp vào ngân sách Nhà nước qua tài khoản mở tại Kho bạc Nhà nước;

5. Quyết định phạt tiền từ mức 2.000.000 đồng trở lên phải được gửi cho Viện kiểm sát nhân dân cùng cấp.

Điều 16. Thủ tục tước quyền sử dụng giấy phép

1. Thủ tục tước quyền sử dụng giấy phép kinh doanh, giấy phép hoạt động dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp tuân theo quy định tại Điều 50 Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính.

Người có thẩm quyền xử phạt áp dụng hình thức tước quyền sử dụng giấy phép trong trường hợp tổ chức, cá nhân vi phạm cố tình không chấm dứt hành vi vi phạm hoặc có nhiều khả năng tiếp tục vi phạm sau khi đã có quyết định đình chỉ vi phạm. Người có thẩm quyền xử phạt quyết định áp dụng hình thức tước quyền sử dụng giấy phép phải ghi rõ trong quyết định xử phạt về tên, loại, số giấy phép và thời hạn tước quyền sử dụng giấy phép, đồng thời phải có văn bản thông báo ngay cho

cơ quan đã cấp giấy phép đó biết, trong đó ghi rõ lý do và thời hạn giấy phép bị tước quyền sử dụng.

Trường hợp xét thấy loại giấy phép hoặc thời hạn tước quyền sử dụng cần áp dụng vượt quá thẩm quyền quyết định của mình, người có thẩm quyền xử phạt phải ra quyết định đình chỉ hành vi vi phạm và yêu cầu cơ quan có thẩm quyền xử phạt cấp trên hoặc cơ quan đã cấp giấy phép đó ra quyết định tước quyền sử dụng hoặc thu hồi giấy phép.

2. Người có thẩm quyền xử phạt quyết định áp dụng hình thức tước quyền sử dụng giấy phép có thời hạn đối với trường hợp xét thấy tổ chức, cá nhân vi phạm có thể thực hiện các biện pháp khắc phục, hạn chế hậu quả do vi phạm gây ra, chấm dứt vi phạm và loại bỏ các nguyên nhân, điều kiện tiếp tục vi phạm sau một thời hạn nhất định đình chỉ hoạt động sản xuất, kinh doanh, dịch vụ.

Thời hạn tước quyền sử dụng giấy phép được áp dụng phải nằm trong thời hạn được quy định đối với hành vi vi phạm liên quan và tương ứng với khoảng thời gian cần thiết cho tổ chức, cá nhân vi phạm có thể khắc phục, hạn chế hậu quả vi phạm, thực hiện đầy đủ các yêu cầu quy định trong quyết định xử phạt và loại bỏ các nguyên nhân, điều kiện tiếp tục vi phạm. Kết thúc thời hạn ghi trong quyết định xử phạt, người có thẩm quyền đã ra quyết định tước quyền sử dụng giấy phép phải trao trả lại giấy phép cho tổ chức, cá nhân sử dụng giấy phép đó.

3. Người có thẩm quyền xử phạt quyết định áp dụng hình thức tước quyền sử dụng giấy phép không thời hạn hoặc kiến nghị cơ quan đã cấp giấy phép đó thu hồi giấy phép đối với trường hợp vi phạm có tổ chức, quy mô lớn hoặc tái phạm nhiều lần.

Trường hợp phát hiện thấy giấy phép được cấp không đúng thẩm quyền, không tuân theo thủ tục quy định hoặc có nội dung trái pháp luật thì người có thẩm quyền xử phạt phải thu hồi ngay giấy phép, đồng thời thông báo kịp thời cho cơ quan đã

cấp giấy phép, cơ quan có thẩm quyền cấp, quản lý giấy phép đó và cơ quan Thanh tra Nhà nước có thẩm quyền biết.

Điều 17. Thủ tục tạm giữ tang vật, phương tiện vi phạm hành chính

1. Thẩm quyền và thủ tục áp dụng biện pháp tạm giữ tang vật, phương tiện vi phạm hành chính tuân theo quy định tại Điều 41 Pháp lệnh xử lý vi phạm hành chính.

2. Biện pháp tạm giữ tang vật, phương tiện vi phạm hành chính được áp dụng trong trường hợp cần phải ngăn chặn ngay hành vi vi phạm hoặc bảo đảm chứng cứ cần thiết để xác minh tình tiết làm căn cứ cho việc quyết định xử lý vi phạm.

3. Kết thúc thời hạn tạm giữ tang vật, phương tiện vi phạm hành chính theo quy định, nếu xét thấy cần phải áp dụng biện pháp tịch thu tang vật, phương tiện vi phạm hành chính, thì người có thẩm quyền đã ra quyết định áp dụng biện pháp tạm giữ tang vật, phương tiện vi phạm hành chính có thể ra quyết định hoặc kiến nghị cơ quan có thẩm quyền xử phạt ra quyết định tịch thu tang vật, phương tiện vi phạm hành chính theo quy định tại Điều 51 Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính và Điều 18 Nghị định này.

Điều 18. Thủ tục tịch thu tang vật, phương tiện vi phạm hành chính

1. Thủ tục tịch thu tang vật, phương tiện vi phạm hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp tuân theo quy định tại Điều 51 Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính.

2. Hình thức tịch thu tang vật, phương tiện vi phạm hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp được áp dụng trong các trường hợp sau:

a) Việc tịch thu, niêm phong hàng hóa, phương tiện đó là cần thiết để có được chứng cứ, bảo đảm chứng cứ không bị phá huỷ, thủ tiêu hoặc bị thay đổi hiện trạng;

b) Hàng hóa, giấy tờ, tài liệu, phương tiện đó sẽ có khả năng dẫn đến hành vi vi phạm tiếp theo;

c) Tổ chức, cá nhân vi phạm không có đủ khả năng, điều kiện để loại bỏ các yếu tố vi phạm trên hàng hóa hoặc cố tình không thực hiện các yêu cầu của người có thẩm quyền xử phạt về việc loại bỏ các yếu tố vi phạm, sửa chữa hoặc bổ sung các dấu hiệu, chỉ dẫn trên hàng hóa, phương tiện kinh doanh;

d) Hàng hóa trên thị trường, hàng hóa xuất, nhập khẩu có các yếu tố vi phạm tuy không xác định được nguồn gốc hàng hóa, chủ hàng, người sản xuất, người đưa ra thị trường, nhưng có đủ căn cứ để xác định rằng hàng hóa đó không phải do chủ sở hữu công nghiệp của đối tượng sở hữu công nghiệp liên quan sản xuất, đưa ra thị trường;

e) Phương tiện vi phạm là phương tiện có chức năng chủ yếu để sản xuất hàng hóa vi phạm hoặc cung cấp dịch vụ vi phạm.

Điều 19. Thủ tục xử lý tang vật, phương tiện vi phạm hành chính bị tịch thu

Thủ tục xử lý tang vật, phương tiện vi phạm hành chính bị tịch thu trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp tuân theo quy định tại Điều 52 Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính và quy định sau đây:

1. Áp dụng biện pháp tiêu hủy trong trường hợp tang vật, phương tiện vi phạm là những đối tượng sau:

a) Hàng hóa vi phạm có chất lượng kém gây hại cho tính mạng, sức khỏe con người và môi trường sống;

b) Hàng hóa, vật phẩm vi phạm không có giá trị sử dụng;

c) Hàng hóa, vật phẩm vi phạm là đề can, nhãn sản phẩm, mẫu nhãn hiệu, bao bì sản phẩm, hàng hóa;

d) Hàng hóa, phương tiện vi phạm tuy có giá trị sử dụng nhưng không thể xử lý bằng các biện pháp theo quy định tại khoản 2 Điều này.

2. Trường hợp tang vật là hàng hóa, phương tiện sản xuất, kinh doanh, dịch vụ có giá trị sử dụng thì xử lý bằng các biện pháp sau:

a) Loại bỏ yếu tố vi phạm trên hàng hóa, phương tiện sản xuất, kinh doanh, dịch vụ và bán đấu giá với điều kiện người mua có các biện pháp khai thác, tận dụng hợp lý và bảo đảm không gây ra hành vi vi phạm tiếp theo, không làm ảnh hưởng đến quyền và lợi ích hợp pháp của chủ sở hữu đối tượng sở hữu công nghiệp liên quan. Đối với các phương tiện có chức năng chủ yếu là để sản xuất hàng hóa, vật phẩm vi phạm, cung cấp dịch vụ vi phạm thì không được phép bán đấu giá trừ trường hợp người mua có biện pháp khắc phục, bảo đảm sử dụng với chức năng khác hoặc tận dụng làm nguyên vật liệu;

b) Bán đấu giá hàng hóa với điều kiện người mua được chủ sở hữu công nghiệp cấp li-xăng hợp pháp; hàng hóa đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng và người mua có các biện pháp bảo đảm bổ sung các chỉ dẫn theo quy định;

c) Trường hợp không thể loại bỏ yếu tố vi phạm hoặc không đủ các điều kiện để được phép bán đấu giá theo quy định tại các điểm a, b khoản này thì có thể được phân phối cho các đối tượng sử dụng không nhằm mục đích kinh doanh (như mục đích nhân đạo, phúc lợi xã hội, nghiên cứu, giáo dục) với điều kiện việc khai thác, sử dụng sản phẩm đó không ảnh hưởng đến quyền và lợi ích hợp pháp của chủ sở hữu đối tượng công nghiệp liên quan.

Điều 20. Thi hành quyết định xử phạt

1. Trường hợp vượt quá năm ngày kể từ ngày tổ chức, cá nhân bị xử phạt nhận được quyết định xử phạt mà không tự giác chấp hành thì người có thẩm quyền xử phạt ra quyết định cưỡng chế thi hành quyết định xử phạt.

2. Việc thi hành quyết định xử phạt, cưỡng chế thi hành quyết định xử phạt, thời hiệu thi hành quyết định xử phạt vi phạm được thực hiện theo quy định tại các Điều 54, 55, 56 Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính.

Chương IV
GIẢI QUYẾT KHIẾU NẠI, TỐ CÁO VÀ XỬ LÝ VI PHẠM

Điều 21. Khiếu nại, tố cáo hành vi vi phạm trong xử phạt vi phạm

1. Người có thẩm quyền xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp nếu có hành vi vi phạm các quy định về xử phạt hành chính, sách nhiễu, dung túng, bao che cho người vi phạm, không xử phạt hoặc xử phạt không đúng thẩm quyền, thì tùy theo tính chất, mức độ vi phạm sẽ bị xử lý kỷ luật, truy cứu trách nhiệm hình sự. Trường hợp gây thiệt hại vật chất cho Nhà nước, tổ chức, công dân thì phải bồi thường theo quy định của pháp luật.

2. Thủ tục khiếu nại, tố cáo và giải quyết khiếu nại tố cáo của cá nhân, tổ chức bị xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp được thực hiện theo quy định tại Chương VIII Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính và theo Pháp lệnh Thủ tục giải quyết các vụ án hành chính. Thủ tục xử lý vi phạm đối với người có thẩm quyền xử phạt vi phạm hành chính và người bị xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp được thực hiện theo Chương IX Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính.

Chương V
ĐIỀU KHOẢN THI HÀNH

Điều 22. Nghị định này có hiệu lực sau 15 ngày kể từ ngày ký. Những quy định tại điểm a khoản 1, điểm a khoản 3 Điều 15 Nghị định số 57/CP ngày 31 tháng 5 năm 1997 về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực đo lường và chất lượng hàng hóa được thay thế bằng những điều khoản về xử phạt đối với các hành vi sản xuất, buôn bán hàng hóa mang nhãn hiệu hàng hóa trùng hoặc tương tự với nhãn hiệu hàng hóa của cơ sở khác được quy định tại Nghị định này.

Điều 23. Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường, Bộ trưởng Bộ Thương mại, Bộ trưởng Bộ Công an, Bộ trưởng Bộ Tài chính, Tổng cục trưởng Tổng cục Hải quan trong phạm vi chức năng quản lý của mình có trách nhiệm hướng dẫn, kiểm tra việc thi hành Nghị định này.

Điều 24. Thủ trưởng các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương chịu trách nhiệm thi hành Nghị định này.

TM CHÍNH PHỦ
THỦ TƯỚNG

(Đã ký)

Phan Văn Khải

NGHỊ ĐỊNH SỐ 54/2000/NĐ-CP NGÀY 03/10/2000 CỦA CHÍNH PHỦ

Về bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp đối với bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại và bảo hộ quyền chống cạnh tranh không lành mạnh liên quan tới sở hữu công nghiệp

CHÍNH PHỦ

- Căn cứ Luật Tổ chức Chính phủ ngày 30 tháng 9 năm 1992;

- Căn cứ Bộ Luật Dân sự ngày 28 tháng 10 năm 1995;

- Căn cứ Nghị quyết của Quốc hội khóa IX, kỳ họp thứ 8 về việc thi hành Bộ Luật Dân sự;

- Căn cứ Luật Thương mại ngày 10 tháng 5 năm 1997;

- Để góp phần tăng cường sự bảo hộ đầy đủ và có hiệu quả quyền sở hữu công nghiệp, bảo hộ hoạt động kinh doanh trung thực, bảo vệ lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng;

Theo đề nghị của Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường,

NGHỊ ĐỊNH:

Chương I
CÁC QUY ĐỊNH CHUNG

Điều 1. Phạm vi điều chỉnh

Nghị định này quy định chi tiết việc bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp đối với một số trong số "các đối tượng khác" quy định tại Điều 780 Bộ Luật Dân sự ngày 28 tháng 10 năm 1995 bao gồm: bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại và việc bảo hộ quyền chống cạnh tranh không lành mạnh liên quan tới sở hữu công nghiệp.

Điều 2. Đối tượng áp dụng

1. Nghị định này áp dụng đối với tổ chức, cá nhân trong nước và nước ngoài hoạt động kinh doanh trên lãnh thổ Việt Nam.

2. Nghị định này cũng áp dụng đối với tổ chức, cá nhân nước ngoài tuy không hoạt động kinh doanh trên lãnh thổ Việt Nam nhưng thuộc một trong các trường hợp sau đây:

a) Tổ chức, cá nhân được bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp theo quy định của Công ước Paris hoặc quy định của các Điều ước quốc tế công nhận bảo hộ lẫn nhau về sở hữu công nghiệp mà Việt Nam ký kết hoặc tham gia;

b) Tổ chức, cá nhân, thuộc các nước, vùng lãnh thổ cùng Việt Nam chấp nhận nguyên tắc có đi có lại trong việc bảo hộ sở hữu công nghiệp cho tổ chức, cá nhân của nhau.

Điều 3. Áp dụng các văn bản pháp luật

Việc bảo hộ bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại, quyền chống cạnh tranh không lành mạnh thuộc lĩnh vực sở hữu công nghiệp phải tuân theo các quy định của Nghị định này và các văn bản pháp luật có liên quan khác của Việt Nam.

Trong trường hợp Điều ước quốc tế mà Việt Nam ký kết hoặc

tham gia có quy định khác với quy định của Nghị định này thì áp dụng quy định của Điều ước quốc tế đó.

Điều 4. Giải thích thuật ngữ

Những từ ngữ dưới đây dùng trong Nghị định này được hiểu như sau:

1. "Chỉ dẫn thương mại" là các dấu hiệu, thông tin nhằm hướng dẫn thương mại hàng hóa, dịch vụ, gồm nhãn hiệu hàng hóa, tên thương mại, biểu tượng kinh doanh, khẩu hiệu kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, kiểu dáng bao bì của hàng hóa, nhãn hàng hóa...;

2. "Sử dụng chỉ dẫn thương mại" là các hành vi gắn chỉ dẫn thương mại đó lên hàng hóa, bao bì hàng hóa, phương tiện dịch vụ, giấy tờ giao dịch kinh doanh, phương tiện quảng cáo; bán, quảng cáo để bán, tàng trữ để bán, nhập khẩu hàng hóa có gắn chỉ dẫn thương mại đó;

3. "Thành quả đầu tư" là kiến thức, thông tin dưới dạng công nghệ, sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, bí quyết kỹ thuật, bí mật kinh doanh...., thu được từ hoạt động đầu tư về tài chính hoặc trí tuệ;

4. "Sử dụng thành quả đầu tư" là các hành vi sử dụng kiến thức, thông tin quy định ở khoản 3 Điều này để thực hiện hoạt động sản xuất sản phẩm, cung ứng dịch vụ, thương mại hàng hóa; bán, quảng cáo để bán, tàng trữ để bán, nhập khẩu sản phẩm được sản xuất do sử dụng kiến thức, thông tin đó.

Điều 5. Điều kiện xác lập quyền sở hữu công nghiệp đối với bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý và tên thương mại

Quyền sở hữu công nghiệp đối với bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý và tên thương mại tự động được xác lập khi có đủ các điều kiện quy định tại Điều 6, Điều 10, Điều 14 Nghị định này mà không cần phải đăng ký tại cơ quan Nhà nước có thẩm quyền.

Chương II
QUYỀN SỞ HỮU CÔNG NGHIỆP ĐỐI VỚI BÍ MẬT KINH DOANH, CHỈ DẪN ĐỊA LÝ, TÊN THƯƠNG MẠI

Điều 6. Bí mật kinh doanh

1. Bí mật kinh doanh được bảo hộ là thành quả đầu tư dưới dạng thông tin có đủ các điều kiện sau đây:

a) Không phải là hiểu biết thông thường;

b) Có khả năng áp dụng trong kinh doanh và khi được sử dụng sẽ tạo cho người nắm giữ thông tin đó có lợi thế hơn so với người không nắm giữ hoặc không sử dụng thông tin đó;

c) Được chủ sở hữu bảo mật bằng các biện pháp cần thiết để thông tin đó không bị tiết lộ và không dễ dàng tiếp cận được.

2. Các thông tin bí mật khác không liên quan đến kinh doanh như bí mật về nhân thân, về quản lý nhà nước, về an ninh, quốc phòng không được bảo hộ dưới danh nghĩa là bí mật kinh doanh.

Điều 7. Chủ sở hữu quyền sở hữu công nghiệp đối với bí mật kinh doanh

1. Chủ sở hữu quyền sở hữu công nghiệp đối với bí mật kinh doanh là tổ chức, cá nhân đã đầu tư để tạo ra hoặc có được thành quả đầu tư là bí mật kinh doanh.

2. Trường hợp bí mật kinh doanh được bên làm thuê, bên thực hiện hợp đồng tạo ra hoặc có được trong khi thực hiện công việc được giao thì bí mật kinh doanh đó thuộc quyền sở hữu của bên thuê hoặc bên giao việc, trừ trường hợp các bên liên quan có thỏa thuận khác.

Điều 8. Nội dung và thời hạn bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp đối với bí mật kinh doanh

1. Chủ sở hữu quyền sở hữu công nghiệp đối với bí mật kinh doanh có quyền chiếm hữu, sử dụng và định đoạt bí mật kinh doanh theo quy định của pháp Luật.

2. Các quyền của chủ sở hữu quyền sở hữu công nghiệp đối với bí mật kinh doanh được bảo hộ khi bí mật kinh doanh còn đáp ứng đủ các điều kiện quy định tại khoản 1 Điều 6 của Nghị định này.

Điều 9. Chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp đối với bí mật kinh doanh

1. Quyền sở hữu công nghiệp đối với bí mật kinh doanh được phép chuyển giao hoặc được thừa kế theo quy định của pháp luật.

2. Việc chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp đối với bí mật kinh doanh được thực hiện dưới hình thức hợp đồng bằng văn bản, trong đó bên giao phải ghi rõ bí mật kinh doanh được chuyển giao. Trong trường hợp các bên thỏa thuận chỉ chuyển giao quyền sử dụng bí mật kinh doanh (li - xăng bí mật kinh doanh) thì bên nhận có nghĩa vụ thực hiện các biện pháp bảo mật cần thiết theo yêu cầu của bên giao.

Điều 10. Chỉ dẫn địa lý

1. Chỉ dẫn địa lý được bảo hộ là thông tin về nguồn gốc địa lý của hàng hóa đáp ứng đủ các điều kiện sau đây:

a) Thể hiện dưới dạng một từ ngữ, dấu hiệu, biểu tượng hoặc hình ảnh, dùng để chỉ một quốc gia hoặc một vùng lãnh thổ, địa phương thuộc một quốc gia;

b) Thể hiện trên hàng hóa, bao bì hàng hóa hay giấy tờ giao dịch liên quan tới việc mua bán hàng hóa nhằm chỉ dẫn rằng hàng hóa nói trên có nguồn gốc tại quốc gia, vùng lãnh thổ hoặc địa phương mà đặc trưng về chất lượng, uy tín, danh tiếng hoặc các đặc tính khác của loại hàng hóa này có được chủ yếu là do nguồn gốc địa lý tạo nên.

2. Nếu chỉ dẫn địa lý là tên gọi xuất xứ hàng hóa thì việc bảo hộ được thực hiện theo quy định của pháp luật hiện hành về tên gọi xuất xứ hàng hóa.

3. Các thông tin địa lý đã trở thành tên gọi thông thường của hàng hóa, đã mất khả năng chỉ dẫn nguồn gốc địa lý thì không được bảo hộ dưới danh nghĩa là chỉ dẫn địa lý theo quy định của Nghị định này.

Điều 11. Người có quyền sử dụng chỉ dẫn địa lý

Người có quyền sử dụng chỉ dẫn địa lý là mọi tổ chức, cá nhân tiến hành hoạt động sản xuất hàng hóa mang chỉ dẫn đó tại lãnh thổ quốc gia, vùng lãnh thổ hoặc địa phương tương ứng, với điều kiện hàng hóa do người đó sản xuất phải bảo đảm uy tín hoặc danh tiếng vốn có của loại hàng hóa đó.

Điều 12. Nội dung quyền sở hữu công nghiệp đối với chỉ dẫn địa lý

1. Người có quyền sử dụng chỉ dẫn địa lý có quyền thể hiện chỉ dẫn đó trên hàng hóa, bao bì hàng hóa, giấy tờ giao dịch nhằm mua bán hàng hóa và quảng cáo cho hàng hóa tương ứng.

2. Quyền sử dụng chỉ dẫn địa lý không được chuyển giao.

Điều 13. Thời hạn bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp đối với chỉ dẫn địa lý

Quyền sử dụng chỉ dẫn địa lý được bảo hộ khi còn có đủ các điều kiện đối với chỉ dẫn địa lý quy định tại khoản 1 Điều 10 và các điều kiện đối với hoạt động sản xuất của người có quyền sử dụng chỉ dẫn địa lý quy định tại Điều 11 của Nghị định này còn được đáp ứng đầy đủ.

Điều 14. Tên thương mại

1. Tên thương mại được bảo hộ là tên gọi của tổ chức, cá nhân dùng trong hoạt động kinh doanh, đáp ứng đầy đủ các điều kiện sau đây:

a) Là tập hợp các chữ cái, có thể kèm theo chữ số, phát âm được;

b) Có khả năng phân biệt chủ thể kinh doanh mang tên gọi đó với các chủ thể kinh doanh khác trong cùng lĩnh vực kinh doanh.

2. Các tên gọi sau đây không được bảo hộ dưới danh nghĩa là tên thương mại:

a) Tên gọi của các cơ quan hành chính, các tổ chức chính trị, tổ chức chính trị - xã hội, tổ chức xã hội, tổ chức xã hội - nghề nghiệp hoặc các chủ thể không liên quan tới hoạt động kinh doanh;

b) Tên gọi nhằm mục đích thực hiện chức năng của tên thương mại nhưng không có khả năng phân biệt chủ thể kinh doanh của các cơ sở kinh doanh trong cùng một lĩnh vực;

c) Tên thương mại gây nhầm lẫn với tên thương mại của người khác đã được sử dụng từ trước trên cùng một địa bàn và trong cùng một lĩnh vực kinh doanh, gây nhầm lẫn với nhãn hiệu hàng hóa của người khác đã được bảo hộ từ trước khi bắt đầu sử dụng tên thương mại đó..

Điều 15. Chủ sở hữu quyền sở hữu công nghiệp đối với tên thương mại

Chủ sở hữu quyền sở hữu công nghiệp đối với tên thương mại là tổ chức, cá nhân tiến hành hoạt động kinh doanh dưới tên thương mại đó.

Điều 16. Nội dung quyền sở hữu công nghiệp đối với tên thương mại

1. Chủ sở hữu quyền sở hữu công nghiệp đối với tên thương mại có quyền sử dụng tên thương mại vào mục đích kinh doanh bằng cách dùng tên thương mại để xưng danh trong các hoạt động kinh doanh, thể hiện tên thương mại đó trong các giấy tờ giao dịch, biển hiệu, sản phẩm, hàng hóa, bao bì hàng hóa và quảng cáo.

2. Chủ sở hữu quyền sở hữu công nghiệp đối với tên thương mại có quyền chuyển giao tên thương mại theo hợp đồng hoặc thừa kế cho người khác với điều kiện việc chuyển giao phải được tiến hành cùng với toàn bộ cơ sở kinh doanh và hoạt động kinh doanh dưới tên thương mại đó.

Điều 17. Thời hạn bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp đối với tên thương mại

Quyền sở hữu công nghiệp đối với tên thương mại được bảo hộ khi chủ sở hữu vẫn còn duy trì hoạt động kinh doanh dưới tên thương mại đó.

Chương III
BẢO HỘ QUYỀN SỞ HỮU CÔNG NGHIỆP ĐỐI VỚI BÍ MẬT KINH DOANH, CHỈ DẪN ĐỊA LÝ VÀ TÊN THƯƠNG MẠI

Điều 18. Hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp đối với bí mật kinh doanh

Hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp đối với bí mật kinh doanh bao gồm:

1. Tiếp cận, thu thập thông tin thuộc bí mật kinh doanh bằng cách chống lại các biện pháp bảo mật của người sở hữu hợp pháp bí mật kinh doanh đó;

2. Bộc lộ, sử dụng thông tin thuộc bí mật kinh doanh mà không được phép của chủ sở hữu bí mật kinh doanh đó;

3. Vi phạm hợp đồng bảo mật hoặc lừa gạt, lợi dụng lòng tin của người có nghĩa vụ bảo mật, lợi dụng lòng tin nhằm tiếp cận, thu thập và làm bộc lộ thông tin thuộc bí mật kinh doanh của chủ sở hữu bí mật kinh doanh đó;

4. Tiếp cận, thu thập các thông tin thuộc bí mật kinh doanh của người khác khi người này đệ trình theo thủ tục xin cấp giấy phép liên quan đến kinh doanh hoặc xin cấp giấy phép lưu hành sản phẩm - đặc biệt là dược phẩm và sản phẩm hóa nông hoặc bằng cách chống lại các biện pháp bảo mật của các cơ quan hành chính, hoặc sử dụng những thông tin đó nhằm mục đích kinh doanh kể cả nhằm mục đích xin cấp giấy phép liên quan đến kinh doanh hoặc lưu hành sản phẩm.

Điều 19. Hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp đối với chỉ dẫn địa lý

Hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp đối với chỉ dẫn địa lý bao gồm:

1. Sử dụng bất kỳ chỉ dẫn thương mại nào trùng hoặc tương tự với chỉ dẫn địa lý đang được bảo hộ gây ấn tượng sai lệch về xuất xứ địa lý của hàng hóa;

2. Sử dụng bất kỳ chỉ dẫn thương mại nào trùng hoặc tương tự với chỉ dẫn địa lý đang được bảo hộ cho những hàng hóa trùng, tương tự hoặc có liên quan không bảo đảm uy tín, danh tiếng của hàng hóa mang chỉ dẫn địa lý đó, kể cả trường hợp sử dụng cùng với các từ như "phương pháp", "kiểu", "loại", "phỏng theo", hoặc các từ ngữ tương tự;

3. Sử dụng chỉ dẫn địa lý về rượu vang hoặc rượu mạnh cho những loại rượu vang hoặc rượu mạnh không có xuất xứ tại lãnh thổ được chỉ dẫn, kể cả trường hợp có nêu chỉ dẫn về xuất xứ thật của hàng hóa hoặc chỉ dẫn địa lý được sử dụng dưới hình thức dịch sang ngôn ngữ khác hoặc được sử dụng kèm theo các từ như "kiểu", "loại", "dạng", "phỏng theo" hoặc những từ ngữ tương tự.

Điều 20. Hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp đối với tên thương mại

Hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp đối với tên thương mại là mọi hành vi sử dụng bất kỳ chỉ dẫn thương mại nào trùng hoặc tương tự với tên thương mại của người khác cho cùng loại sản phẩm, dịch vụ hoặc cho sản phẩm, dịch vụ tương tự, gây nhầm lẫn về chủ thể kinh doanh, cơ sở kinh doanh, hoạt động kinh doanh dưới tên thương mại đó.

Điều 21. Quyền yêu cầu xử lý việc xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp về bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý và tên thương mại

1. Chủ sở hữu quyền sở hữu công nghiệp đối với bí mật kinh

doanh, tên thương mại và người có quyền sử dụng chỉ dẫn địa lý có quyền yêu cầu các cơ quan Nhà nước có thẩm quyền buộc người thực hiện hành vi xâm phạm quyền của mình phải chấm dứt hành vi xâm phạm và bồi thường thiệt hại.

2. Trong trường hợp xảy ra các hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp đối với tên thương mại hoặc đưa các thông tin sai lạc về tên thương mại, chỉ dẫn sai lạc về nguồn gốc địa lý hàng hóa khiến người tiêu dùng bị nhầm lẫn thì người tiêu dùng có quyền yêu cầu các cơ quan Nhà nước có thẩm quyền buộc người thực hiện hành vi trên phải chấm dứt hành vi đó và bồi thường thiệt hại cho người tiêu dùng.

3. Thời hiệu thực hiện quyền yêu cầu xử lý hành vi xâm phạm quy định tại khoản 1 và khoản 2 Điều này là một năm tính từ ngày phát hiện được hành vi xâm phạm nhưng không quá ba năm tính từ ngày hành vi xâm phạm xảy ra.

Điều 22. Nghĩa vụ chứng minh

1. Khi thực hiện quyền yêu cầu xử lý hành vi xâm phạm quy định tại khoản 1 Điều 21 của Nghị định này, chủ sở hữu quyền sở hữu công nghiệp đối với bí mật kinh doanh, tên thương mại và người có quyền sử dụng chỉ dẫn địa lý có nghĩa vụ chứng minh điều kiện xác lập quyền và phạm vi quyền của mình; nêu rõ tên, địa chỉ của người đã thực hiện hành vi xâm phạm; cung cấp các chứng cứ về phạm vi, mức độ của việc xâm phạm đó.

Trong trường hợp yêu cầu bồi thường thiệt hại thì chủ sở hữu quyền sở hữu công nghiệp đối với bí mật kinh doanh, tên thương mại và người có quyền sử dụng chỉ dẫn địa lý phải chứng minh mức độ thiệt hại do người có hành vi xâm phạm gây ra.

2. Nếu người yêu cầu xử lý hành vi xâm phạm là người tiêu dùng thì người đó phải nêu rõ tên, địa chỉ người có hành vi xâm phạm, cung cấp các chứng cứ về sự xâm phạm và chứng minh mức độ thiệt hại (nếu có).

Điều 23. Trình tự và thủ tục xử lý các hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp đối với bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý và tên thương mại

Việc xử lý các hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp đối với bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý và tên thương mại được thực hiện theo trình tự và thủ tục xử lý các hành vi xâm phạm các quyền sở hữu công nghiệp khác.

Chương IV

BẢO HỘ QUYỀN CHỐNG CẠNH TRANH KHÔNG LÀNH MẠNH LIÊN QUAN TỚI SỞ HỮU CÔNG NGHIỆP

Điều 24. Hành vi cạnh tranh không lành mạnh liên quan tới sở hữu công nghiệp

Hành vi cạnh tranh không lành mạnh liên quan tới sở hữu công nghiệp bao gồm:

1. Sử dụng các chỉ dẫn thương mại để làm sai lệch nhận thức và thông tin về chủ thể kinh doanh, cơ sở kinh doanh, hoạt động kinh doanh, hàng hóa, dịch vụ, nhằm mục đích:

a) Lợi dụng uy tín, danh tiếng của người sản xuất kinh doanh khác trong sản xuất kinh doanh của mình;

b) Làm thiệt hại đến uy tín, danh tiếng của người sản xuất kinh doanh khác trong sản xuất kinh doanh của mình;

c) Gây nhầm lẫn về xuất xứ, cách sản xuất, tính năng, chất lượng, số lượng hoặc đặc điểm khác của hàng hóa, dịch vụ; về điều kiện cung cấp hàng hóa, dịch vụ... cho người tiêu dùng trong quá trình nhận biết, chọn lựa hàng hóa, dịch vụ hoặc hoạt động kinh doanh.

2. Chiếm đoạt, sử dụng thành quả đầu tư của người khác mà không được người đó cho phép.

Điều 25. Quyền chống cạnh tranh không lành mạnh liên quan tới sở hữu công nghiệp

1. Tổ chức, cá nhân bị thiệt hại hoặc có khả năng bị thiệt hại do hành vi cạnh tranh không lành mạnh thuộc lĩnh vực sở hữu

công nghiệp có quyền yêu cầu cơ quan nhà nước có thẩm quyền: buộc người có hành vi cạnh tranh không lành mạnh phải chấm dứt hành vi đó, yêu cầu bồi thường thiệt hại; xử lý hành chính hoặc truy cứu trách nhiệm hình sự đối với người có hành vi cạnh tranh không lành mạnh.

2. Các hội người tiêu dùng, hội nghề nghiệp của các tổ chức, cá nhân có quyền đại diện cho các hội viên của mình thực hiện quyền nêu tại khoản 1 Điều này.

Điều 26. Nghĩa vụ chứng minh của tổ chức, cá nhân yêu cầu xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh

Tổ chức, cá nhân thực hiện quyền yêu cầu xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh quy định tại Điều 25 của Nghị định này có nghĩa vụ chứng minh với cơ quan Nhà nước có thẩm quyền về việc quyền, lợi ích hợp pháp của mình hoặc của tổ chức, cá nhân do mình đại diện đang bị xâm hại hoặc có nguy cơ bị thiệt hại do hành vi cạnh tranh không lành mạnh gây ra.

Điều 27. Xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh

Tổ chức, cá nhân thực hiện hành vi cạnh tranh không lành mạnh thuộc lĩnh vực sở hữu công nghiệp thì tùy theo tính chất, mức độ của hành vi đó sẽ bị xử lý hành chính hoặc truy cứu trách nhiệm hình sự; nếu gây thiệt hại phải bồi thường theo quy định của pháp luật.

Chương V
QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ BẢO HỘ QUYỀN SỞ HỮU CÔNG NGHIỆP ĐỐI VỚI BÍ MẬT KINH DOANH, CHỈ DẪN ĐỊA LÝ, TÊN THƯƠNG MẠI VÀ BẢO HỘ QUYỀN CHỐNG CẠNH TRANH KHÔNG LÀNH MẠNH LIÊN QUAN TỚI SỞ HỮU CÔNG NGHIỆP

Điều 28. Nội dung quản lý nhà nước về bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp đối với bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại và bảo hộ quyền chống cạnh tranh không lành mạnh liên quan tới sở hữu công nghiệp

1. Ban hành chính sách, chiến lược, quy hoạch, kế hoạch phát triển hoạt động sở hữu công nghiệp, văn bản pháp luật liên quan đến việc bảo hộ bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại và quyền chống cạnh tranh không lành mạnh;

2. Bảo vệ quyền lợi hợp pháp của nhà nước, tổ chức và cá nhân trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp liên quan đến bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại và quyền chống cạnh tranh không lành mạnh;

3. Tổ chức thi hành các văn bản quy phạm pháp luật và các chính sách sở hữu công nghiệp về bảo hộ bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại và quyền chống cạnh tranh không lành mạnh;

4. Quản lý hoạt động dịch vụ tư vấn và dịch vụ đại diện về sở hữu công nghiệp liên quan đến bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại và quyền chống cạnh tranh không lành mạnh;

5. Đào tạo và xây dựng đội ngũ cán bộ hoạt động trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp liên quan đến bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại và quyền chống cạnh tranh không lành mạnh;

6. Hợp tác quốc tế về sở hữu công nghiệp liên quan đến bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại và quyền chống cạnh tranh không lành mạnh;

7. Hướng dẫn, thanh tra, kiểm tra việc thực hiện chính sách, chấp hành pháp luật về sở hữu công nghiệp liên quan đến bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại và quyền chống cạnh tranh không lành mạnh;

8. Tiếp nhận, giải quyết khiếu nại, tố cáo, xử lý vi phạm pháp luật về sở hữu công nghiệp liên quan đến bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại và quyền chống cạnh tranh không lành mạnh.

Điều 29. Trách nhiệm của các cơ quan nhà nước có thẩm quyền quản lý về bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp đối với bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại

và bảo hộ quyền chống cạnh tranh không lành mạnh liên quan tới sở hữu công nghiệp

1. Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường là cơ quan của Chính phủ thực hiện chức năng thống nhất quản lý Nhà nước về sở hữu công nghiệp liên quan đến bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại và quyền chống cạnh tranh không lành mạnh trong phạm vi cả nước, có trách nhiệm tổ chức, chỉ đạo việc thực hiện các chế độ, chính sách, các quy định pháp luật về sở hữu công nghiệp liên quan đến bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại và quyền chống cạnh tranh không lành mạnh.

2. Cục Sở hữu công nghiệp thuộc Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường có trách nhiệm giúp Bộ trưởng Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường thực hiện các nhiệm vụ sau đây:

a) Phối hợp với các cơ quan Nhà nước khác cũng như với các tổ chức xã hội nhằm thi hành các biện pháp bảo vệ các quyền sở hữu công nghiệp liên quan đến bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại và quyền chống cạnh tranh không lành mạnh và bảo đảm cho các quy định pháp luật về sở hữu công nghiệp liên quan đến bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại và quyền chống cạnh tranh không lành mạnh được thi hành nghiêm chỉnh, bao gồm cả việc giám định các điều kiện xác lập quyền, nội dung quyền và hành vi xâm phạm quyền đối với bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại và hành vi cạnh tranh không lành mạnh theo yêu cầu của các cơ quan Nhà nước, các tổ chức, cá nhân;

b) Tiếp nhận và giải quyết theo thẩm quyền các khiếu nại, tố cáo về sở hữu công nghiệp liên quan đến bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại và quyền chống cạnh tranh không lành mạnh liên quan tới sở hữu công nghiệp;

c) Kiểm tra trình độ nghiệp vụ, cấp Giấy chứng chỉ hành nghề và quản lý về mặt chuyên môn, nghiệp vụ đối với các tổ chức làm dịch vụ đại diện về sở hữu công nghiệp liên quan đến bí mật kinh

doanh, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại và quyền chống cạnh tranh không lành mạnh liên quan tới sở hữu công nghiệp;

d) Chỉ đạo nghiệp vụ và tổ chức bồi dưỡng chuyên môn, nghiệp vụ về sở hữu công nghiệp liên quan đến bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại và quyền chống cạnh tranh không lành mạnh cho các cơ quan quản lý sở hữu công nghiệp thuộc các Bộ, ngành, địa phương và cơ sở;

e) Trong phạm vi được ủy quyền, tiến hành các hoạt động hợp tác quốc tế trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp liên quan đến bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại và quyền chống cạnh tranh không lành mạnh.

3. Các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương trong phạm vi chức năng, nhiệm vụ của mình có trách nhiệm tổ chức, chỉ đạo và quản lý hoạt động sở hữu công nghiệp liên quan đến bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại và quyền chống cạnh tranh không lành mạnh trong ngành hoặc địa phương mình.

Cơ quan quản lý khoa học, công nghệ và môi trường của ngành, địa phương có trách nhiệm giúp lãnh đạo ngành hoặc địa phương thực hiện chức năng nói trên và thực hiện các nhiệm vụ sau đây:

a) Kiến nghị với Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương các biện pháp cụ thể hóa việc thi hành các chính sách của Nhà nước về sở hữu công nghiệp liên quan đến bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại và quyền chống cạnh tranh không lành mạnh và tổ chức thi hành các biện pháp đó;

b) Tổ chức công tác quản lý về bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp đối với bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại và bảo hộ quyền chống cạnh tranh không lành mạnh liên

quan tới sở hữu công nghiệp trong ngành, địa phương và thực hiện các biện pháp nhằm tăng cường hiệu quả công tác đó;

c) Tổ chức tuyên truyền các chính sách về sở hữu công nghiệp liên quan đến bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại và quyền chống cạnh tranh không lành mạnh, phối hợp với các tổ chức xã hội thực hiện các biện pháp đẩy mạnh phong trào thi đua sáng tạo và hoạt động sở hữu công nghiệp;

d) Giúp đỡ các chủ thể kinh doanh thuộc phạm vi quản lý của ngành, địa phương trong việc chứng minh các điều kiện xác lập quyền sở hữu công nghiệp liên quan đến bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại và quyền chống cạnh tranh không lành mạnh tại Việt Nam và ở nước ngoài;

e) Phối hợp với các cơ quan bảo vệ pháp luật trong việc bảo vệ các quyền sở hữu công nghiệp liên quan đến bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại và quyền chống cạnh tranh không lành mạnh và xử lý các vi phạm pháp luật về sở hữu công nghiệp liên quan đến bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại và quyền chống cạnh tranh không lành mạnh, bao gồm cả việc giám định các điều kiện xác lập quyền, nội dung quyền và hành vi xâm phạm quyền đối với bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại và xác định hành vi cạnh tranh không lành mạnh liên quan tới sở hữu công nghiệp theo yêu cầu của cơ quan nhà nước, tổ chức và cá nhân.

Điều 30. Xử lý vi phạm hành chính

Việc xử lý vi phạm hành chính về bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp đối với bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại và quyền chống cạnh tranh không lành mạnh liên quan tới sở hữu công nghiệp được quy định tại Nghị định khác của Chính phủ.

Điều 31. Khiếu nại, tố cáo và giải quyết khiếu nại, tố cáo

1. Tổ chức, cá nhân có quyền khiếu nại với cơ quan, tổ chức,

cá nhân có thẩm quyền về các quyết định hành chính, hành vi hành chính trái pháp luật trong hoạt động bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp đối với bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý hàng hóa, tên thương mại và bảo hộ quyền chống cạnh tranh không lành mạnh liên quan tới sở hữu công nghiệp.

2. Cá nhân có quyền tố cáo với cơ quan, tổ chức cá nhân có thẩm quyền về những hành vi trái pháp luật trong hoạt động bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp đối với bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý hàng hóa, tên thương mại và bảo hộ quyền chống cạnh tranh không lành mạnh liên quan tới sở hữu công nghiệp.

3. Cơ quan, tổ chức, cá nhân có thẩm quyền khi nhận được khiếu nại, tố cáo có trách nhiệm giải quyết kịp thời, đúng pháp luật theo quy định của pháp luật về khiếu nại, tố cáo.

Chương VI
ĐIỀU KHOẢN THI HÀNH

Điều 32. Điều khoản chuyển tiếp

Các bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý và tên thương mại đã tồn tại trước ngày Nghị định này có hiệu lực mà vẫn đáp ứng đầy đủ các điều kiện bảo hộ theo quy định của Nghị định này thì sẽ được bảo hộ theo các quy định của Nghị định này.

Điều 33. Điều khoản thi hành

Nghị định này có hiệu lực sau 15 ngày, kể từ ngày ký.

Các Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương có trách nhiệm thi hành Nghị định này

TM. CHÍNH PHỦ
THỦ TƯỚNG

(Đã ký)

Phan Văn Khải

THÔNG TƯ SỐ 825/2000/TT-BKHCNMT NGÀY 03/05/2000 CỦA BỘ KHOA HỌC CÔNG NGHỆ VÀ MÔI TRƯỜNG

Hướng dẫn thi hành Nghị định số 12/1999/NĐ-CP về xử phạt hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp

Thi hành Điều 23 Nghị định số 12/1999/NĐ-CP ngày 6/3/1999 về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp (sau đây viết tắt là "Nghị định"), Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường hướng dẫn cụ thể một số điểm để thi hành Nghị định.

I. ĐỐI TƯỢNG, NGUYÊN TẮC XỬ PHẠT; ÁP DỤNG CÁC QUY ĐỊNH LIÊN QUAN

1. Đối tượng xử phạt

Đối tượng xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp được quy định tại khoản 2 và 3 Điều 2 Nghị định và phải tuân theo quy định tại Điều 5 Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính ngày 6/7/1995 (sau đây gọi tắt là "Pháp lệnh").

1.1. Theo các quy định đó, mọi đối tượng hội đủ các điều kiện sau đây đều bị xử phạt theo Nghị định:

- Cá nhân từ 16 tuổi trở lên hoặc tổ chức và các chủ thể khác;

- Thực hiện một trong các hành vi vi phạm hành chính liên quan đến sở hữu công nghiệp quy định tại Chương II Nghị định (bất kể việc thực hiện đó là cố ý hay vô ý) và hành vi đó không có yếu tố cấu thành tội phạm;

- Hành vi vi phạm hành chính nói trên được thực hiện tại lãnh thổ Việt Nam;

- Hành vi vi phạm hành chính nói trên được thực hiện trong thời hiệu quy định tại Điều 4 Nghị định.

1.2. Theo các quy định trên, cá nhân từ 14 tuổi đến dưới 16 tuổi mà thực hiện hành vi vi phạm hành chính về sở hữu công nghiệp một cách cố ý tại địa điểm và trong thời gian nói trên cũng bị xử phạt theo Nghị định.

1.3. Cá nhân, tổ chức nước ngoài thực hiện hành vi vi phạm hành chính về sở hữu công nghiệp tại Việt Nam cũng bị xử phạt theo Nghị định, trừ trường hợp Điều ước quốc tế mà cả Việt Nam và nước mà tổ chức, cá nhân đó mang quốc tịch đều tham gia có quy định khác. Trong trường hợp này, việc xử lý vi phạm hành chính được thực hiện theo Điều ước quốc tế nói trên.

2. Nguyên tắc xử phạt

Việc xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp phải tuân theo các quy định và nguyên tắc xử phạt tại Điều 3 Pháp lệnh và tại Điều 3 Nghị định. Khi áp dụng các nguyên tắc đó cần lưu ý những vấn đề sau đây.

2.1. Nguyên tắc đúng thẩm quyền

Chỉ những người có thẩm quyền quy định tại Chương III Nghị định mới được ra quyết định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp với hình thức và mức phạt trong phạm vi thẩm quyền quy định. Không được phép tách một vi phạm thành nhiều vi phạm nhỏ hoặc gộp nhiều vi phạm nhỏ thành một vi phạm lớn hơn nhằm mục đích thay đổi thẩm quyền xử phạt.

2.2. Nguyên tắc đúng đối tượng

Mọi đối tượng đã thực hiện hành vi vi phạm hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp nêu tại điểm 1 Thông tư này đều bị xử phạt theo Nghị định. Những đối tượng không thuộc các trường hợp nêu tại điểm đó đều không bị xử phạt theo Nghị định.

Một đối tượng thực hiện nhiều hành vi vi phạm thì người đó bị xử phạt về từng hành vi vi phạm. Nhiều đối tượng cùng thực hiện một hành vi vi phạm thì mỗi đối tượng đều bị xử phạt.

2.3. Nguyên tắc đúng mức độ

Hình thức, mức độ xử phạt hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp phải phù hợp với tính chất, mức độ và hậu quả của hành vi vi phạm. Tuy nhiên, khi xác định hình thức và mức xử

phạt, cần phải xem xét thêm về nhân thân và những tình tiết tăng nặng, giảm nhẹ để có quyết định phù hợp.

2.4. Nguyên tắc kịp thời, triệt để

Mọi tổ chức, cá nhân đều có quyền và nghĩa vụ phát hiện kịp thời các hành vi vi phạm hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp. Các phát hiện đó phải được thông báo cho những người có thẩm quyền xử phạt hành chính. Khi nhận được thông báo hoặc yêu cầu xử lý vi phạm hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp, người có thẩm quyền phải xúc tiến ngay các thủ tục cần thiết để bảo đảm đình chỉ ngay việc vi phạm và khắc phục hậu quả.

2.5. Nguyên tắc đúng thủ tục

Việc xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp phải được tiến hành theo đúng thủ tục quy định tại các Điều từ 45 đến 56 Pháp lệnh và các Điều từ 14 đến 20 Nghị định.

3. Áp dụng các quy định pháp luật về sở hữu công nghiệp

Khi thực hiện xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp, người có thẩm quyền xử phạt không những phải căn cứ vào các quy định của Pháp lệnh và Nghị định mà còn phải căn cứ vào các quy định về nội dung, thủ tục bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp nêu tại Chương II Phần VI Bộ Luật Dân sự năm 1995, cũng như các quy định khác liên quan nêu tại Nghị định số 63/CP ngày 24/10/1996 của Chính phủ quy định chi tiết về sở hữu công nghiệp (sau đây viết tắt là "Nghị định 63/CP"), Thông tư số 3055/TT-SHCN ngày 31/12/1996 và Thông tư này của Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường.

II. XÁC ĐỊNH CÁC HÀNH VI VI PHẠM LIÊN QUAN ĐẾN QUYỀN SỞ HỮU CÔNG NGHIỆP

4. Phạm vi hướng dẫn

Các Điều 5, 6, 7, 8 , 9 Chương II Nghị định quy định năm loại

hành vi vi phạm hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp. Các quy định đó đã đủ rõ ràng để thi hành và áp dụng. Sau đây chỉ hướng dẫn, giải thích thêm về việc xác định các loại vi phạm liên quan trực tiếp đến quyền sở hữu công nghiệp cụ thể (Điều 5, Điều 6, Điều 9).

5. Loại hành vi vi phạm liên quan đến quá trình xác lập, thực hiện quyền sở hữu công nghiệp và làm thủ tục cấp phép (hoặc đăng ký) hoạt động dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp (Điều 5 Nghị định)

Đặc điểm chung của loại hành vi vi phạm này là người vi phạm cố ý sử dụng các biện pháp không trung thực nhằm lợi dụng chế độ bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp để trục lợi hoặc để che giấu các hành vi vi phạm pháp luật khác. Sau đây là một số thể hiện về một số hành vi thuộc loại này.

5.1. Hành vi tiến hành thủ tục xác lập quyền, thực hiện quyền sở hữu công nghiệp để lẩn tránh hoặc thực hiện các hành vi trong các lĩnh vực khác bị pháp luật cấm hoặc hạn chế (Điều 5.1.a). Những hành vi sau đây thuộc dạng vi phạm này: mượn cớ việc phải thanh toán lệ phí khi tiến hành đăng ký quyền sở hữu công nghiệp ở nước ngoài hoặc phải thanh toán tiền mua li-xăng của nước ngoài để chuyển ngân ra nước ngoài; hoặc tạo ra các cuộc thanh toán giả dưới danh nghĩa chuyển giao, chuyển nhượng quyền sở hữu công nghiệp, v.v...

5.2. Hành vi tiến hành thủ tục xác lập quyền, thực hiện quyền sở hữu công nghiệp nhằm mục đích cạnh tranh không lành mạnh, độc quyền, khống chế thị trường một cách bất hợp pháp, thủ tiêu đối tượng sở hữu công nghiệp, hạn chế hoặc thu hẹp phạm vi bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp của người khác, lợi dụng hoặc hạ thấp uy tín thương mại của cơ sở sản xuất kinh doanh khác (Điều 5.1.b). Những hành vi sau đây thuộc dạng vi phạm này:

a. Lợi dụng việc đăng ký quyền sở hữu công nghiệp để khiếu nại, tố cáo một cách thiếu căn cứ nhằm cản trở hoạt động sản xuất, kinh doanh của người khác;

b. Mở rộng một cách thiếu căn cứ phạm vi bảo hộ khi tiến hành các thủ tục xác lập quyền sở hữu công nghiệp bằng cách cố ý không cung cấp các thông tin mà mình biết hoặc có nghĩa vụ phải biết cho cơ quan có thẩm quyền dẫn tới việc xác định không đúng về tình trạng đã biết liên quan đến đối tượng được bảo hộ, từ đó khống chế, cản trở hoạt động sản xuất, kinh doanh của người khác;

c. Mua quyền sở hữu công nghiệp (chẳng hạn mua li-xăng) nhằm mục đích thủ tiêu khả năng cạnh tranh của người khác để tiến tới độc quyền khống chế thị trường;

d. Tiến hành các thủ tục đăng ký quyền sở hữu công nghiệp không phải nhằm để sử dụng mà chỉ để ngăn chặn người khác sản xuất, kinh doanh liên quan đến đối tượng được đăng ký...

6. Loại hành vi vi phạm quy định về các chỉ dẫn liên quan đến sở hữu công nghiệp (Điều 6 Nghị định)

Loại hành vi này vi phạm các quy định tại Điều 54 và Điều 66 Nghị định 63/CP và gây hậu quả ảnh hưởng đến lợi ích của người tiêu dùng.

6.1. Hành vi chỉ dẫn sai về chủ sở hữu công nghiệp (Điều 6.1.a)

Điều 66 Nghị định 63/CP quy định chỉ có chủ sở hữu đối tượng sở hữu công nghiệp (chủ sở hữu công nghiệp) và chỉ trong thời hạn bảo hộ mới được nêu các chỉ dẫn rằng sản phẩm được bảo hộ hoặc thuộc độc quyền của mình (kể cả chỉ dẫn dưới dạng ký hiệu) trên sản phẩm, khi quảng cáo hoặc khi giao dịch nhằm mục đích kinh doanh. Trường hợp không phải là chủ sở hữu công nghiệp mà ghi như vậy thì việc ghi chỉ dẫn đó thuộc dạng hành vi vi phạm này.

Để xác định hành vi có phải là hành vi vi phạm thuộc dạng này hay không, cần phải xác định chủ sở hữu công nghiệp theo hướng dẫn nêu tại điểm 7.2. Thông tư này.

6.2. Hành vi chỉ dẫn sai về việc sản phẩm, dịch vụ có yếu tố được bảo hộ (Điều 6.1.b)

Các hành vi sau đây thuộc dạng hành vi vi phạm này:

In trên hàng hóa, bao bì hàng hóa hàng chữ "nhãn hiệu đã đăng ký" hoặc "nhãn hiệu đó đã được bảo hộ" hoặc "nhãn hiệu thuộc độc quyền của...", kể cả việc in ký hiệu ® (là ký hiệu được dùng rộng rãi nhằm để chỉ rằng nhãn hiệu đã được đăng ký); hoặc in trên sản phẩm các chỉ dẫn tương tự để nhằm nói rằng sản phẩm được bảo hộ là sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, kể việc in ký hiệu "P kèm theo các con số" (là ký hiệu được dùng rộng rãi để chỉ dẫn rằng sản phẩm được cấp Patent - Bằng độc quyền sáng chế)... nhưng sự thực không phải là như vậy.

Để xác định hành vi có phải là hành vi vi phạm dạng này hay không, cần phải xác định đối tượng bảo hộ theo hướng dẫn tại điểm 7.2. Thông tư này.

6.3. Hành vi chỉ dẫn sai về việc sản phẩm, dịch vụ được sản xuất, thực hiện theo li-xăng (Điều 6.1.d)

Việc ghi trên sản phẩm hàng chữ "được sản xuất theo li-xăng của..." hoặc "được cấp li-xăng của..." hoặc những chữ có nghĩa tương tự như vậy, bất kể bằng tiếng Việt hay tiếng nước ngoài, trong khi sự thực không phải như vậy thì bị coi là thực hiện hành vi vi phạm nêu trên.

6.4. Hành vi không nêu chỉ dẫn về việc sản xuất sản phẩm, thực hiện dịch vụ theo li-xăng (Điều 6.2.a))

Nếu sản phẩm được sản xuất theo li-xăng sở hữu công nghiệp (kể cả trường hợp sản phẩm được sản xuất theo giấy phép sản xuất của ngươi khác và được mang nhãn hiệu sử dụng theo li-xăng của người cho phép sản xuất), hoặc nếu dịch vụ được thực hiện theo li-xăng sở hữu công nghiệp mà trên sản phẩm, phương tiện dịch vụ tương ứng không ghi chỉ dẫn về điều đó thì sự việc không ghi chỉ dẫn như vậy bị coi là hành vi vi phạm Điều 66 Nghị định 63/CP và bị xếp vào dạng vi phạm này.

6.5. Hành vi không ghi hoặc ghi không rõ ràng, đầy đủ cụm từ "sản xuất tại Việt Nam" đối với các trường hợp bắt buộc phải *ghi (Điều 6.2.b)*

Theo Điều 66 Nghị định 63/CP, nếu sản phẩm sản xuất tại Việt Nam theo li-xăng của nước ngoài hoặc nếu sản phẩm được sản xuất tại Việt Nam mang nhãn hiệu gây nên sự hiểu sai lệch rằng đó là hàng hóa của nước ngoài hay có nguồn gốc nước ngoài thì bắt buộc phải ghi đầy đủ mà không được viết tắt cụm từ "sản xuất tại Việt Nam". Nếu không ghi chỉ dẫn như vậy thì bị coi là hành vi vi phạm thuộc dạng này.

7. Hành vi vi phạm quy định về bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp (Điều 9 Nghị định)

Các hành vi vi phạm được quy định tại Điều 9 Nghị định là các hành vi xâm phạm quyền đối với sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa đang được bảo hộ. Để áp dụng quy định tại Điều này, người có thẩm quyền xử phạt phải xác định rõ tình trạng pháp lý liên quan đến đối tượng được bảo hộ, cụ thể là cần xác định rõ: ai là chủ sở hữu công nghiệp, đối tượng được bảo hộ là gì, phạm vi bảo hộ tới đâu, thời hạn bảo hộ đến khi nào và người nào là người được phép sử dụng đối tượng được bảo hộ mà không bị coi là người xâm phạm quyền được bảo hộ. Để xác định đúng các nội dung trên đây, cần phải nắm vững và tuân thủ các quy định tại Chương IV và Chương V (các Điều từ Điều 33 đến Điều 54) Nghị định 63/CP. Sau đây là một số điểm giải thích, hướng dẫn thêm liên quan đến loại hành vi vi phạm này:

7.1. Nguyên tắc tổng quát để xác định một hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp

Để khẳng định một hành vi là hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp, cần phải có đầy đủ các căn cứ sau đây:

- Hành vi nêu trên là việc thực hiện (tiến hành) một trong các hành vi sử dụng đối tượng sở hữu công nghiệp (sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu hàng hóa,

tên gọi xuất xứ hàng hoá) nêu tại các điểm a), b), c), d), e), g), h), i), k) khoản 1) Điều 9 Nghị định;

- Người thực hiện hành vi nêu trên không phải là chủ sở hữu công nghiệp (cách xác định chủ sở hữu công nghiệp được nêu tại điểm 7.2 Thông tư này); trường hợp đối tượng được sử dụng là sáng chế, giải pháp hữu ích hoặc kiểu dáng công nghiệp thì người thực hiện hành vi sử dụng nêu trên không những không phải là chủ sở hữu công nghiệp mà cũng không phải là người có quyền sử dụng trước sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp (người có quyền sử dụng trước được quy định tại Điều 50 Nghị định 63/CP);

- Hành vi nêu trên được thực hiện trong thời hạn bảo hộ ghi trên Văn bằng bảo hộ cấp cho chủ sở hữu công nghiệp và được thực hiện tại Việt Nam.

7.2. Cách xác định chủ sở hữu công nghiệp

Theo khoản 2 và khoản 3 Điều 1 Nghị định, "chủ sở hữu công nghiệp" có thể là một trong ba chủ thể sau đây đối với quyền sở hữu công nghiệp: chủ văn bằng bảo hộ, chủ sở hữu đăng ký quốc tế nhãn hiệu hàng hóa và người được chuyển giao hợp pháp quyền sở hữu công nghiệp. Việc xác định chủ sở hữu công nghiệp được tiến hành theo các căn cứ sau đây:

a. "Chủ Văn bằng bảo hộ" là tổ chức, cá nhân được cấp Văn bằng bảo hộ; cụ thể là tổ chức, cá nhân được ghi tên là "Chủ bằng" trong Bằng độc quyền sáng chế, Bằng độc quyền giải pháp hữu ích, Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp hoặc được ghi tên là "Chủ Giấy chứng nhận" trong Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa, Giấy chứng nhận quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa, Giấy chứng nhận kiểu dáng công nghiệp (cấp theo Pháp lệnh bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp năm 1989).

b. "Chủ sở hữu đăng ký quốc tế nhãn hiệu hàng hoá" là tổ chức, cá nhân nước ngoài đã đăng ký quốc tế nhãn hiệu hàng hóa theo Thỏa ước Madrid và đăng ký đó được chấp nhận tại

Việt Nam; cụ thể là tổ chức, cá nhân được ghi tên chủ đăng ký trong công bố của Văn phòng quốc tế Tổ chức sở hữu trí tuệ thế giới (WIPO) mà trong đó có chỉ định Việt Nam và có xác nhận của Cục Sở hữu công nghiệp rằng đăng ký đó được Việt Nam chấp nhận.

c. "Người được chuyển giao hợp pháp quyền sở hữu công nghiệp" là tổ chức, cá nhân được chuyển nhượng hợp pháp quyền sở hữu đối với sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu hàng hóa; cụ thể là tổ chức, cá nhân được ghi tên là "Bên nhận" trong Giấy chứng nhận đăng ký hợp đồng chuyển giao quyền sở hữu đối tượng sở hữu công nghiệp do Cục Sở hữu công nghiệp cấp.

d. "Người được chuyển giao hợp pháp quyền sở hữu công nghiệp" cũng còn là tổ chức, cá nhân được chuyển giao hợp pháp quyền sử dụng (li-xăng) sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu hàng hóa; cụ thể là tổ chức, cá nhân được ghi tên là "Bên nhận" trong Giấy chứng nhận đăng ký Hợp đồng li-xăng do Cục Sở hữu công nghiệp cấp (kể cả trường hợp li-xăng là li-xăng không tự nguyện).

Các Văn bằng bảo hộ (Bằng độc quyền sáng chế, Bằng độc quyền giải pháp hữu ích, Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp, Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa, Giấy chứng nhận quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa, Giấy chứng nhận kiểu dáng công nghiệp) và các Giấy chứng nhận đăng ký hợp đồng chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp nói trên chỉ có giá trị làm căn cứ xác định chủ sở hữu công nghiệp cũng như xác định phạm vi, đối tượng quyền sở hữu công nghiệp nhằm áp dụng Nghị định khi các Giấy tờ đó còn đang trong thời hạn hiệu lực.

7.3. Cách xác định yếu tố vi phạm

Yếu tố vi phạm (khoản 4 Điều 1 Nghị định) là thể hiện cụ thể kết quả của các hành vi xâm phạm quyền đối với sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu hàng hóa, tên

gọi xuất xứ hàng hóa và là căn cứ quan trọng nhất để khẳng định hành vi đó.

a. Yếu tố vi phạm đối với sáng chế/giải pháp hữu ích có thể thuộc một trong ba dạng sau đây.

- Sản phẩm hoặc bộ phận (một phần) của sản phẩm đồng nhất (trùng) với sản phẩm hoặc bộ phận của sản phẩm đang được bảo hộ là sáng chế hoặc giải pháp hữu ích;

- Quy trình đồng nhất (trùng) với quy trình đang được bảo hộ là sáng chế hoặc giải pháp hữu ích;

- Sản phẩm hoặc bộ phận của sản phẩm được sản xuất theo quy trình đồng nhất với quy trình đang được bảo hộ là sáng chế, giải pháp hữu ích.

Để khẳng định sự đồng nhất (trùng) giữa sản phẩm vi phạm với sản phẩm được bảo hộ, giữa quy trình vi phạm với quy trình được bảo hộ cần phải so sánh tất cả các đặc điểm kỹ thuật của sản phẩm/quy trình đó với sản phẩm/quy trình được bảo hộ và chỉ trong trường hợp tất cả các đặc điểm kỹ thuật của sản phẩm/quy trình vi phạm đều có mặt trong tập hợp các đặc điểm kỹ thuật của sản phẩm/quy trình được bảo hộ thì mới được kết luận như trên. Khi tiến hành việc so sánh cần phải căn cứ vào Bản mô tả sáng chế, Bản mô tả giải pháp hữu ích và Yêu cầu bảo hộ sáng chế, Yêu cầu bảo hộ giải pháp hữu ích đính kèm theo Bằng độc quyền sáng chế, Bằng độc quyền giải pháp hữu ích, trong đó đã xác định các đặc điểm kỹ thuật của sản phẩm/quy trình được bảo hộ.

b. Yếu tố vi phạm đối với kiểu dáng công nghiệp là sản phẩm mà hình dáng bên ngoài của nó hoặc hình dáng bên ngoài một bộ phận trùng với một kiểu dáng công nghiệp đang được bảo hộ hoặc trùng với thành phần tạo dáng cơ bản của kiểu dáng công nghiệp đang được bảo hộ.

Để khẳng định một sản phẩm có phải là yếu tố vi phạm đối với kiểu dáng công nghiệp hay không cần phải so sánh tất cả các đặc điểm tạo dáng (đường nét, hình khối, màu sắc) của sản

phẩm, bộ phận sản phẩm với các đặc điểm tạo dáng của kiểu dáng công nghiệp được xác định tại Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp (hoặc Giấy chứng nhận đăng ký kiểu dáng công nghiệp được cấp theo Pháp lệnh bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp năm 1989). Chỉ khi nào tất cả các đặc điểm của toàn bộ sản phẩm hoặc của một phần sản phẩm đều trùng với các đặc điểm tạo dáng nêu trong Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp hoặc trùng với các đặc điểm của thành phần tạo dáng cơ bản của kiểu dáng công nghiệp nêu trong Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp thì mới khẳng định sản phẩm đó là yếu tố vi phạm đối với kiểu dáng công nghiệp.

c. Yếu tố vi phạm đối với nhãn hiệu hàng hóa và tên gọi xuất xứ hàng hóa có thể thuộc một trong hai dạng:

- Dấu hiệu đóng vai trò nhãn hiệu hàng hóa, hoặc

- Chỉ dẫn gây liên tưởng đến nhãn hiệu hàng hóa hoặc nguồn gốc hàng hóa.

Yếu tố vi phạm dạng dấu hiệu là mọi dấu hiệu có thể dùng làm nhãn hiệu hàng hóa (chữ, chữ số, hình ảnh, biểu tượng, ký hiệu) được gắn lên hàng hóa, bao bì hàng hóa, phương tiện dịch vụ, giấy tờ giao dịch, biển hiệu, quảng cáo trùng với hoặc tương tự đến mức gây nhầm lẫn với nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa được bảo hộ.

Yếu tố vi phạm dạng chỉ dẫn là mọi thông tin trình bày trên hàng hóa, bao bì hàng hóa, phương tiện dịch vụ, giấy tờ giao dịch, biển hiệu, vật quảng cáo (lời dẫn, lời chú, ký hiệu) làm cho người tiêu dùng nhầm lẫn về nguồn gốc, mối liên hệ của hàng hoá/dịch vụ với hàng hóa/dịch vụ có nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa được bảo hộ.

Để khẳng định một dấu hiệu hoặc một chỉ dẫn có phải là yếu tố vi phạm đối với nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa hay không, cần phải so sánh dấu hiệu, chỉ dẫn đó đối với nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa được bảo hộ và so sánh sản phẩm, dịch vụ mang các dấu hiệu, chỉ dẫn đó với

sản phẩm, dịch vụ nằm trong Danh mục sản phẩm, dịch vụ trình bày trong Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa hoặc Giấy chứng nhận quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa tương ứng. Khi so sánh cần lưu ý các điểm sau:

- Một dấu hiệu bị coi là trùng với một nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa được bảo hộ nếu cả hai điều kiện sau đều đáp ứng:

Điều kiện thứ nhất: Dấu hiệu đó có cấu tạo, cách trình bày, màu sắc, cách phát âm (đối với dấu hiệu là chữ), ý nghĩa hoàn toàn trùng với cấu tạo, cách trình bày, màu sắc, cách phát âm, ý nghĩa của nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa được bảo hộ; và

Điều kiện thứ hai: hàng hoá/dịch vụ có mang dấu hiệu đó nằm trong Danh mục các sản phẩm, dịch vụ đã đăng ký trong Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa, Giấy chứng nhận quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa.

- Một dấu hiệu bị coi là tương tự đến mức gây nhầm lẫn với nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ đang được bảo hộ nếu xảy ra một trong hai tình huống sau đây:

Tình huống thứ nhất (trùng dấu hiệu và tương tự sản phẩm):

Dấu hiệu đó có cấu tạo, cách trình bày, cách phát âm (đối với dấu hiệu chữ), màu sắc, ý nghĩa hoàn toàn trùng với cấu tạo, cách trình bày, cách phát âm, màu sắc, ý nghĩa của nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa đang được bảo hộ; và

Hàng hoá/dịch vụ có mang dấu hiệu đó tương tự hoặc có liên hệ về chức năng, công dụng với hàng hóa, dịch vụ đã được đăng ký trong Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa, Giấy chứng nhận quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa tương ứng;

Tình huống thứ hai (tương tự dấu hiệu, trùng sản phẩm):

Dấu hiệu có một số đặc điểm về cấu tạo, cách trình bày, cách phát âm (đối với dấu hiệu chữ), màu sắc, ý nghĩa hoàn toàn

trùng hoặc tương tự đến mức không dễ dàng phân biệt được với nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa đang được bảo hộ; và

Hàng hoá/dịch vụ có mang dấu hiệu trên nằm trong Danh mục các sản phẩm, dịch vụ đã đăng ký trong Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa, Giấy chứng nhận quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hóa.

8. Một số lưu ý đặc biệt khi áp dụng Điều 9 Nghị định

Khi xác định hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp và khi xử phạt theo Điều 9 Nghị định, người xử phạt cần đặc biệt lưu ý một số vấn đề sau đây:

8.1. Các trường hợp ngoại lệ không bị coi là xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp

Theo Điều 803 Bộ Luật Dân sự 1995 và khoản 3 Điều 53 Nghị định 63/CP, những hành vi sau đây không bị coi là xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp và không bị xử lý theo Nghị định:

a. Sử dụng các đối tượng sở hữu công nghiệp được bảo hộ không nhằm mục đích kinh doanh (cụ thể là việc sử dụng đó không phải là hoạt động thương mại, chẳng hạn, sử dụng để thí nghiệm, nhằm nghiên cứu khoa học, giảng dạy, nhằm phục vụ mục đích cộng đồng phi lợi nhuận, nhằm phục vụ nhu cầu riêng của cá nhân...);

b. Sử dụng đối tượng sở hữu công nghiệp trên các phương tiện quá cảnh hoặc tạm thời nằm tại Việt Nam chỉ nhằm mục đích duy trì hoạt động của phương tiện đó;

c. Sử dụng đối tượng sở hữu công nghiệp do người có quyền sử dụng trước đưa ra thị trường (người có quyền sử dụng trước được quy định tại Điều 50 Nghị định 63/CP);

d. Sử dụng hoặc tiến hành các hoạt động có tính chất thương mại (nhập khẩu, bán, tàng trữ để bán, rao bán, quảng cáo để bán) sản phẩm, hàng hóa mà sản phẩm, hàng hóa đó đã được

chủ sở hữu công nghiệp đưa ra thị trường (kể cả thị trường nước ngoài).

Trường hợp ngoại lệ thứ tư rất thường gặp trong quá trình xử lý các tranh chấp, khiếu nại, vi phạm về sở hữu công nghiệp. Sau đây là một số tình huống thuộc trường hợp này.

- Hoạt động thương mại với các sản phẩm, hàng hóa có chứa yếu tố được bảo hộ sở hữu công nghiệp do người khác cung cấp (phân phối, bán) và người cung cấp chính là chủ sở hữu công nghiệp (người có Văn bằng bảo hộ, người được cấp li-xăng) thì các hoạt động thương mại đó không bị coi là xâm phạm, bất kể việc cung cấp hàng hóa, sản phẩm được thực hiện tại Việt Nam hay ở nước ngoài.

- Nhập khẩu song song: việc nhập khẩu hàng hóa, sản phẩm chứa yếu tố được bảo hộ sở hữu công nghiệp từ nguồn không phải do chính chủ sở hữu quyền sở hữu công nghiệp cung cấp mà do người được cấp li-xăng, người đã được phân phối hoặc do hãng con, chi nhánh... cung cấp thì đều không bị coi là xâm phạm.

Nếu người bị tố cáo vi phạm xét thấy hành vi mà mình đã thực hiện thuộc vào trường hợp ngoại lệ thì người đó có quyền và có nghĩa vụ chứng minh rằng hành vi đó thuộc các trường hợp ngoại lệ, nếu không chứng minh được điều đó thì không được hưởng quyền ngoại lệ nói trên.

8.2. Ảnh hưởng của việc thay đổi hiệu lực Văn bằng bảo hộ

Hiệu lực của một Văn bằng bảo hộ có thể bị thay đổi: phạm vi bảo hộ đối tượng sở hữu công nghiệp có thể bị thu hẹp hoặc bị đình chỉ hoặc bị hủy bỏ. Sự thay đổi đó có ảnh hưởng đến việc xác định hành vi vi phạm nêu tại Điều 9 Nghị định. Để việc xử lý vi phạm được công minh, thỏa đáng, trong trường hợp có thông báo của cơ quan quản lý sở hữu công nghiệp có thẩm quyền về khả năng hoặc quyết định thay đổi hiệu lực Văn bằng bảo hộ, người có thẩm quyền xử phạt phải nghiên cứu và có quyết định phù hợp với phạm vi hiệu lực mới.

III. ÁP DỤNG CÁC HÌNH THỨC PHẠT, MỨC PHẠT, BIỆN PHÁP XỬ LÝ

9. Phạt cảnh cáo

Hình thức phạt cảnh cáo theo quy định tại khoản 1 Điều 3 Nghị định chỉ áp dụng đối với các trường hợp mà quy định có hình thức phạt cảnh cáo theo Điều, khoản tương ứng của Nghị định và được áp dụng đối với các trường hợp vi phạm có các tình tiết sau đây:

- Vi phạm lần đầu và có quy mô nhỏ, không gây thiệt hại đáng kể cho chủ sở hữu công nghiệp và người tiêu dùng;

- Do trình độ lạc hậu, thiếu hiểu biết về quy định pháp luật sở hữu công nghiệp và không gây thiệt hại đáng kể cho chủ sở hữu công nghiệp và người tiêu dùng;

- Do vi phạm của người khác gây ra mà người vi phạm không biết và không có lý do hợp lý để biết, kể cả trường hợp bị lừa dối trong quá trình thỏa thuận ký kết, thực hiện hợp đồng trong sản xuất, kinh doanh và không có quy định buộc phải biết về vấn đề sở hữu công nghiệp liên quan.

10. Phạt tiền

Khi xét thấy hành vi vi phạm không thuộc trường hợp áp dụng hình thức phạt cảnh cáo thì áp dụng hình thức phạt tiền. Mức phạt tiền được áp dụng như sau:

10.1. Trường hợp vi phạm không có tình tiết tăng nặng, giảm nhẹ thì áp dụng mức phạt ở mức trung bình của khung phạt tiền.

10.2. Trường hợp có một trong các tình tiết giảm nhẹ sau đây thì áp dụng mức phạt dưới mức trung bình đến mức tối thiểu của khung phạt:

- Do trình độ lạc hậu, không hiểu biết về quy định pháp luật sở hữu công nghiệp;

- Do vi phạm của người khác gây ra mà người vi phạm không biết và không có lý do hợp lý để biết, nhưng có quy định pháp luật buộc người vi phạm phải biết về vấn đề sở hữu công nghiệp liên quan (ví dụ trường hợp có quy định buộc bên nhận gia công, đặt hàng sản xuất hàng xuất khẩu phải bảo đảm tính hợp pháp của nhãn hiệu hàng hóa được sử dụng cho sản phẩm hoặc phải yêu cầu bên thuê gia công, đặt hàng có văn bản cam kết chịu trách nhiệm về việc sử dụng nhãn hiệu hàng hóa cho sản phẩm nhưng bên nhận gia công, đặt hàng đã không tuân thủ các quy định đó);

- Người vi phạm đã tự giác chấm dứt hành vi vi phạm và có biện pháp ngăn chặn, giảm bớt tác hại như ngừng sản xuất, ngừng bán hàng vi phạm khi có yêu cầu của chủ sở hữu công nghiệp hoặc của cơ quan Nhà nước có thẩm quyền;

- Người vi phạm đã chấp hành nghiêm chỉnh các yêu cầu của chủ sở hữu công nghiệp, cơ quan Nhà nước có thẩm quyền, tự nguyện khắc phục hậu quả như thu hồi hàng vi phạm, thông báo cải chính, xin lỗi, tự nguyện bồi thường thiệt hại cho chủ sở hữu công nghiệp.

10.3. Trường hợp có một trong các tình tiết tăng nặng sau đây thì áp dụng mức phạt trên mức trung bình đến mức tối đa của khung phạt tiền:

- Vi phạm có tổ chức;

- Vi phạm nhiều lần;

- Lừa dối, lợi dụng sự thiếu hiểu biết, sự lệ thuộc về các vấn đề kinh tế xã hội của người khác để xúi giục, xui khiến, ép buộc người khác vi phạm;

- Lợi dụng hoàn cảnh chiến tranh, thiên tai, điều kiện kinh tế, xã hội đặc biệt để vi phạm;

- Vi phạm trong thời gian đang chấp hành hình phạt của bản án hình sự hoặc đang chấp hành quyết định xử lý vi phạm

hành chính về hành vi tội phạm hoặc hành vi vi phạm trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp;

- Sau khi vi phạm đã có hành vi trốn tránh, che giấu vi phạm.

Việc xác định mức phạt tiền trong khung phạt tiền tăng nặng quy định tại khoản 2 Điều 9 Nghị định áp dụng các nguyên tắc tương tự như xác định mức phạt trong khung phạt tiền thông thường.

11. Tước quyền sử dụng giấy phép:

11.1. Hình thức tước quyền sử dụng giấy phép là hình thức phạt bổ sung không áp dụng độc lập chỉ được áp dụng kèm theo các hình thức phạt chính (cảnh cáo hoặc phạt tiền) khi người có thẩm quyền xác định có đủ căn cứ và điều kiện để áp dụng sau đây:

- Có quy định cho phép áp dụng hình thức tước quyền sử dụng giấy phép đối với hành vi vi phạm liên quan tại điều, khoản, điểm cụ thể trong các điều từ Điều 5 đến Điều 9 Nghị định; và

- Các dữ kiện thực tế của vụ vi phạm thuộc một trong các trường hợp quy định tại khoản 1 Điều 16 Nghị định. Các dữ kiện đó phải được ghi đầy đủ trong biên bản vi phạm.

11.2. Điều kiện để xét áp dụng hình thức tước quyền sử dụng giấy phép có thời hạn hoặc không có thời hạn phải tuân theo quy định tại các khoản 2 và 3 Điều 16 Nghị định. Thời hạn tước quyền sử dụng giấy phép áp dụng phải tương ứng với tính chất, mức độ vi phạm của hành vi vi phạm cụ thể và nằm trong khoảng thời hạn cho phép áp dụng đối với hành vi đó theo quy định tại các điều, khoản điểm tương ứng trong các điều từ Điều 5 đến Điều 9 Nghị định.

11.3. Thẩm quyền tước từng loại giấy phép phải tuân theo quy định tại Điều 10 và Điều 11 Nghị định. Giấy phép kinh doanh quy định trong Nghị định có thể là Giấy phép kinh

doanh, Đăng ký kinh doanh, Giấy phép đầu tư... tùy từng trường hợp cụ thể theo quy định pháp luật hiện hành. Giấy phép hoạt động dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp tùy theo trường hợp có thể là Giấy chứng nhận Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp, Thẻ Người đại diện sở hữu công nghiệp theo quy định tại Nghị định 63/CP. Đối với loại giấy phép mà người có thẩm quyền xử phạt không có thẩm quyền tước quyền sử dụng (ví dụ Giấy phép đầu tư do Bộ Kế hoạch và Đầu tư cấp) thì người có thẩm quyền xử phạt làm văn bản kiến nghị kèm theo hồ sơ vụ việc đề nghị cơ quan đã cấp giấy phép đó xử lý.

12. Tịch thu tang vật, phương tiện vi phạm

12.1. Hình thức tịch thu tang vật, phương tiện vi phạm chỉ được áp dụng kèm theo các hình thức phạt chính khi người có thẩm quyền xác định có đủ căn cứ và điều kiện để áp dụng, cụ thể là:

- Có quy định cho phép áp dụng hình thức phạt tịch thu đối với hành vi vi phạm liên quan tại điều, khoản, điểm cụ thể trong các điều từ Điều 5 đến Điều 9 Nghị định và các dữ kiện thực tế của vụ vi phạm thuộc một trong các trường hợp quy định tại khoản 2 Điều 18 Nghị định. Các dữ kiện đó phải được ghi đầy đủ trong biên bản vi phạm;

- Sản phẩm, hàng hóa, phương tiện kinh doanh, phương tiện dịch vụ không thể loại bỏ yếu tố vi phạm.

12.2. Hình thức tịch thu đối với hàng hóa vi phạm theo quy định tại điểm c khoản 2 Điều 18 chỉ được áp dụng khi người có thẩm quyền đã có yêu cầu và ấn định thời gian hợp lý để tổ chức, cá nhân vi phạm có biện pháp thích hợp loại bỏ hoặc khắc phục yếu tố vi phạm trên hàng hóa, phương tiện kinh doanh nhưng họ cố tình không thực hiện hoặc thực hiện không đáp ứng yêu cầu.

12.3. Biện pháp tịch thu đối với hàng xâm phạm không xác định được nguồn gốc theo quy định tại điểm d khoản 2 Điều 18 Nghị định chỉ được áp dụng khi có đủ các điều kiện sau đây:

- Chủ sở hữu công nghiệp liên quan đã cung cấp đầy đủ chứng cứ khẳng định hàng xâm phạm không phải do mình hoặc người được sự đồng ý của mình đưa ra thị trường;

- Có văn bản cam kết bồi thường thiệt hại xảy ra cho chủ hàng của người yêu cầu áp dụng biện pháp tịch thu hàng nếu sau đó cơ quan có thẩm quyền xác định hàng bị tịch thu không phải là hàng xâm phạm hoặc không có đủ chứng cứ để kết luận hàng xâm phạm;

- Đã có yêu cầu đình chỉ vi phạm của người có thẩm quyền nhưng vẫn cố tình vi phạm hoặc tái phạm sau khi đã bị phạt cảnh cáo hoặc phạt tiền về hành vi vi phạm cùng loại trước đó.

12.4. Trường hợp người có thẩm quyền quyết định tịch thu hàng nghi ngờ xâm phạm mà không có yêu cầu của người tố cáo cùng các điều kiện quy định tại điểm 12.3 nói trên thì trách nhiệm bồi thường thiệt hại cho chủ hàng thuộc về người đã ra quyết định tịch thu nếu sau đó hàng bị tịch thu được kết luận không phải là hàng xâm phạm hoặc không đủ chứng cứ để kết luận hàng xâm phạm.

13. Các biện pháp khác:

13.1. Các biện pháp xử lý khác đối với hành vi vi phạm được xác định trong trường hợp xét thấy cần thiết để ngăn chặn việc tiếp tục vi phạm và khắc phục hậu quả vi phạm, tuân theo các quy định tương ứng tại các điều từ Điều 5 đến Điều 9 Nghị định, tùy theo từng trường hợp cụ thể và chỉ được áp dụng kèm theo hình thức xử phạt chính, có thể là:

a. Loại bỏ yếu tố vi phạm bằng cách gỡ bỏ phần, bộ phận sản phẩm là yếu tố vi phạm, dập, xóa các dấu hiệu, chỉ dẫn vi phạm trên sản phẩm, phương tiện kinh doanh, phương tiện dịch vụ sao cho bảo đảm ngăn ngừa khả năng tiếp tục vi phạm;

b. Cải chính thông tin sai lệch gây ra vi phạm bằng việc đăng lời xin lỗi, cải chính trên chính phương tiện, vật phẩm đã mang thông tin vi phạm trước đó, trên phương tiện thông tin đại chúng hoặc bằng văn bản xin lỗi, cải chính gửi cho chủ sở hữu

công nghiệp, đối tượng liên quan đã bị ảnh hưởng do thông tin sai lệch đó sao cho hình thức, phạm vi, đối tượng đăng lời cải chính tương ứng với quy mô vi phạm;

c. Các nghĩa vụ về sở hữu công nghiệp buộc phải thực hiện có thể là buộc phải đăng ký nhãn hiệu hàng hóa cho sản phẩm liên quan, buộc lập và đăng ký hợp đồng chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp theo quy định, buộc sử dụng đúng mẫu nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa, kiểu dáng công nghiệp như đã được đăng ký, buộc ghi chỉ dẫn trên sản phẩm hàng hóa theo quy định;

d. Vật phẩm mang dấu hiệu vi phạm buộc phải tiêu hủy tùy từng trường hợp có thể là giấy tờ giao dịch kinh doanh, catalogue, sách hướng dẫn, tờ rơi, biểu tượng, mẫu vật quảng cáo, mẫu nhãn hiệu, nhãn sản phẩm, đề can, bao bì sản phẩm;

e. Biện pháp buộc phải tiêu hủy hàng hóa vi phạm chỉ được áp dụng trong trường hợp hàng hóa không có giá trị sử dụng hoặc hàng hóa không đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng theo quy định có khả năng gây hại cho sức khỏe con người hoặc trường hợp không thể xử lý bằng biện pháp theo quy định tại khoản 2 Điều 19 Nghị định;

g. Về bồi thường thiệt hại, nếu các bên tự thỏa thuận được với nhau về việc không yêu cầu bồi thường thiệt hại hoặc về mức bồi thường thiệt hại thì người có thẩm quyền xử phạt công nhận thỏa thuận đó và ghi vào Quyết định xử phạt. Trường hợp các bên không tự thỏa thuận được về khoản tiền bồi thường thì nếu ở mức đến 1.000.000 đồng thì người có thẩm quyền căn cứ vào hậu quả thiệt hại thực tế để quyết định mức bồi thường cụ thể và ghi vào Quyết định xử phạt, nếu ở mức trên 1.000.000 đồng thì người có thẩm quyền xử phạt yêu cầu các bên tiến hành khởi kiện ra Tòa án theo thủ tục tố tụng dân sự và ghi rõ điều này trong Quyết định xử phạt.

13.2. Trường hợp quá thời hiệu xử phạt vi phạm hành chính thì không xử phạt, nhưng có thể bị áp dụng các biện pháp khác quy định tại các a, b, d khoản 3 Điều 11 Pháp lệnh.

13.3. Trường hợp có thể cho miễn áp dụng, miễn thi hành các biện pháp xử lý khác:

a. Trường hợp chủ sở hữu công nghiệp đồng ý hoặc có yêu cầu không áp dụng hoặc miễn nghĩa vụ thi hành biện pháp buộc cải chính, xin lỗi thì người có thẩm quyền có thể cho phép miễn áp dụng, thi hành biện pháp đó nếu xét thấy hành vi đó chủ yếu chỉ gây thiệt hại cho chủ sở hữu công nghiệp;

b. Trường hợp người vi phạm thỏa thuận được với chủ sở hữu công nghiệp về việc cấp li-xăng cho phép việc tiếp tục sản xuất kinh doanh hàng hóa, cung ứng dịch vụ bị kết luận là sử dụng trái phép đối tượng sở hữu công nghiệp liên quan thì người có thẩm quyền xử phạt có thể cho phép miễn áp dụng, thi hành các biện pháp: buộc loại bỏ yếu tố vi phạm, tịch thu hàng hóa, phương tiện kinh doanh, dịch vụ vi phạm, buộc tiêu hủy vật phẩm, hàng hóa vi phạm, nếu hoạt động sản xuất kinh doanh theo li-xăng đó đáp ứng các điều kiện theo các quy định pháp luật liên quan và không gây ảnh hưởng đến người tiêu dùng, trật tự quản lý kinh tế.

14. Kê biên, niêm phong, tạm giữ hàng hóa, phương tiện vi phạm về sở hữu công nghiệp

14.1. Những người có thẩm quyền tạm giữ tang vật, phương tiện vi phạm theo quy định tại khoản 1 Điều 17 Nghị định là: Trưởng công an cấp huyện, Trưởng phòng cảnh sát kinh tế; Trưởng Hải quan cửa khẩu; Đội trưởng Đội quản lý thị trường.

Thanh tra viên, Trưởng Đoàn thanh tra chuyên ngành về sở hữu công nghiệp không có quyền tạm giữ tang vật, phương tiện vi phạm, nhưng trong trường hợp cần thiết, có quyền niêm phong, kê biên tang vật, phương tiện vi phạm và giao chủ tang vật, phương tiện bảo quản, trường hợp cần thiết có thể yêu cầu người có thẩm quyền ra quyết định tạm giữ (theo Điều 9 và Điều 24 Pháp lệnh Thanh tra), việc niêm phong, kê biên đó phải được ghi trong Biên bản vi phạm và Quyết định niêm phong, kê biên.

14.2. Người có thẩm quyền chỉ được ra quyết định tạm giữ khi có các tình tiết thực tế thuộc các tình huống quy định tại khoản 2 Điều 17 Nghị định và phải ghi rõ các tình tiết đó trong Biên bản vi phạm và Quyết định tạm giữ.

14.3. Đối với hàng nghi ngờ xâm phạm không xác định được nguồn gốc, người có thẩm quyền chỉ được ra quyết định tạm giữ khi có đủ các điều kiện sau đây:

a. Chủ sở hữu công nghiệp liên quan có yêu cầu tạm giữ và cung cấp chứng cứ, lập luận hợp lý về hàng nghi ngờ xâm phạm không phải do chủ sở hữu công nghiệp đó hoặc người được phép của chủ sở hữu công nghiệp đưa ra thị trường, kể cả thị trường nước ngoài;

b. Có văn bản cam kết bồi thường thiệt hại của chủ sở hữu công nghiệp nếu sau đó cơ quan có thẩm quyền xác định hàng bị tạm giữ không phải là hàng xâm phạm hoặc không có đủ chứng cứ để xác định hàng xâm phạm.

Trường hợp người có thẩm quyền quyết định tạm giữ hàng nghi ngờ xâm phạm mà không có yêu cầu của người tố cáo cùng các điều kiện quy định tại điểm 14.3 nói trên thì trách nhiệm bồi thường thiệt hại cho chủ hàng thuộc về người đã ra quyết định tạm giữ nếu sau đó hàng bị tạm giữ được kết luận không phải là hàng xâm phạm hoặc không đủ chứng cứ để kết luận hàng xâm phạm.

14.4. Thời hạn tạm giữ là 15 ngày, trường hợp có nhiều tình tiết phức tạp có thể kéo dài hơn nhưng không được vượt quá 30 ngày kể từ ngày ra quyết định tạm giữ.

IV. THẨM QUYỀN XỬ PHẠT, THỦ TỤC XỬ PHẠT

15. Phạm vi hướng dẫn về thẩm quyền và thủ tục xử phạt

Thẩm quyền và thủ tục xử phạt được quy định tại Chương III (từ Điều 10 đến Điều 20) Nghị định. Sau đây là một số hướng dẫn và lưu ý thêm về vấn đề này.

16. Phối hợp giữa các cơ quan có thẩm quyền xử phạt

16.1. Thanh tra chuyên ngành sở hữu công nghiệp

Thanh tra chuyên ngành sở hữu công nghiệp; Thanh tra viên chuyên ngành sở hữu công nghiệp; Chánh Thanh tra chuyên ngành về sở hữu công nghiệp thuộc Sở Khoa học, Công nghệ và Môi trường; Chánh Thanh tra chuyên ngành sở hữu công nghiệp thuộc Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường quy định tại Điều 11 Nghị định, tương ứng là Thanh tra Bộ Khoa học; Công nghệ và Môi trường; Thanh tra Sở Khoa học, Công nghệ và Môi trường; Thanh tra viên Khoa học, Công nghệ và Môi trường; Chánh Thanh tra Sở Khoa học, Công nghệ và Môi trường; Chánh Thanh tra Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường.

16.2. Trong trường hợp một hành vi vi phạm của một tổ chức, cá nhân xảy ra trên nhiều địa phương khác nhau thì cơ quan có thẩm quyền đầu tiên phát hiện vi phạm thực hiện việc lập biên bản, đình chỉ vi phạm và thông báo cho cơ quan có thẩm quyền ở nơi đóng trụ sở chính của tổ chức vi phạm (đối với cá nhân là nơi cư trú thường xuyên của cá nhân) thụ lý hồ sơ xử lý và cơ quan này phải thông báo cho các cơ quan có thẩm quyền ở các địa phương liên quan biết để cùng phối hợp xử lý vi phạm bảo đảm nguyên tắc: mọi hành vi vi phạm đều bị xử phạt và mỗi hành vi vi phạm chỉ bị xử phạt một lần.

16.3. Trường hợp nhiều tổ chức, cá nhân cùng tham gia thực hiện một hành vi vi phạm trong đó có sự liên quan chặt chẽ với nhau, hành vi vi phạm đó xảy ra trên nhiều địa phương khác nhau thì cơ quan có thẩm quyền đầu tiên phát hiện vi phạm, thực hiện việc xử lý vi phạm hành chính tại địa phương mình, đồng thời thông báo cho các cơ quan có thẩm quyền ở các địa phương liên quan biết để cùng phối hợp xử lý vi phạm bảo đảm nguyên tắc: mọi hành vi vi phạm đều bị xử phạt và mỗi hành vi vi phạm chỉ bị xử phạt một lần.

Đối với vi phạm có tổ chức, quy mô lớn nhưng chưa đến mức

truy cứu trách nhiệm hình sự thì cơ quan Trung ương có thẩm quyền chủ trì, phối hợp với các địa phương xử lý.

16.4. Trường hợp xét thấy hành vi vi phạm cần áp dụng mức phạt và các biện pháp thuộc thẩm quyền của cơ quan quản lý ngành hoặc cơ quan quản lý đơn vị hành chính (lãnh thổ) cấp trên thì phải lập báo cáo kèm theo hồ sơ vụ việc chuyển lên cơ quan cấp trên có thẩm quyền giải quyết. Trường hợp xét thấy vụ việc cần áp dụng mức phạt và các biện pháp xử lý ngoài phạm vi thẩm quyền của mình, cơ quan quản lý ngành có thể lập báo cáo và chuyển hồ sơ vụ việc cho cơ quan quản lý đơn vị hành chính địa phương có thẩm quyền giải quyết.

16.5. Trường hợp vụ việc vi phạm quy định tại khoản 1, 3, 4, 5 thuộc Điều 9 của Nghị định có những tình tiết phức tạp liên quan đến chuyên môn sở hữu công nghiệp thì cơ quan thụ lý vụ việc chuyển hồ sơ cho Thanh tra chuyên ngành giải quyết nếu hành vi đó thuộc phạm vi thẩm quyền xử phạt của tổ chức thanh tra này, hoặc phải có văn bản trưng cầu giám định chuyên môn về sở hữu công nghiệp theo quy định tại khoản 3 Điều 14 Nghị định và Mục V Thông tư này để làm một trong những căn cứ khi ra quyết định xử phạt vi phạm.

17. Phân biệt giữa thủ tục xử lý hành chính và thủ tụng tố tụng tại tòa án

17.1. Đối với các hành vi vi phạm quy định về bảo hộ, nghĩa vụ, chỉ dẫn về quyền sở hữu công nghiệp, quyền tác giả sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp có tính chất nghiêm trọng như vi phạm với quy mô lớn (về quy mô sản xuất, số lượng và giá trị hàng xâm phạm), vi phạm gây hậu quả ảnh hưởng nghiêm trọng về kinh tế, xã hội (về sức khỏe, môi trường, lợi ích người tiêu dùng, uy tín quốc gia...), tái phạm nhiều lần, thì người có thẩm quyền thụ lý hồ sơ vụ việc phải trao đổi ý kiến với Viện kiểm sát nhân dân cùng cấp về hướng xử lý trước khi quyết định xử phạt. Trường hợp xét thấy vi phạm có dấu hiệu cấu thành tội phạm theo quy định của Bộ luật Hình sự (về

tội làm hàng giả, buôn bán hàng giả, tội lừa dối khách hàng, tội xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp) thì phải chuyển hồ sơ cho Viện kiểm sát nhân dân có thẩm quyền đề nghị truy tố hành vi tội phạm đó theo thủ tục tố tụng hình sự.

17.2. Đối với các hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp đã được giải quyết theo thủ tục tố tụng dân sự thì cơ quan có thẩm quyền xử phạt hành chính không tiến hành thụ lý để giải quyết theo quy định về xử phạt hành chính. Trường hợp một hành vi xâm phạm quyền đồng thời bị kiện trước tòa theo thủ tục tố tụng dân sự và bị tố cáo theo thủ tục xử lý hành chính thì hành vi đó được giải quyết theo thủ tục tố tụng dân sự tại tòa án có thẩm quyền, cơ quan có thẩm quyền xử phạt hành chính đã thụ lý vụ việc chuyển hồ sơ vụ việc cho tòa án có thẩm quyền nếu tòa án yêu cầu, đồng thời phải có văn bản thông báo cho người tố cáo về việc đó trong thời hạn giải quyết tố cáo theo quy định.

17.3. Trường hợp vụ việc vi phạm quy định về bảo hộ quyền sử dụng đối tượng sở hữu công nghiệp (xâm phạm quyền) quy định tại Điều 9 Nghị định có tranh chấp về khoản bồi thường thiệt hại trên mức 1.000.000 đồng như quy định tại khoản 3 Điều 3 Nghị định, thì cơ quan thụ lý vụ việc hướng dẫn chủ sở hữu công nghiệp tiến hành khởi kiện hành vi xâm phạm quyền theo thủ tục tố tụng dân sự. Nếu chủ sở hữu công nghiệp tiến hành khởi kiện hành vi xâm phạm quyền tại tòa án thì cơ quan thụ lý vụ việc chuyển hồ sơ cho tòa án có thẩm quyền giải quyết. Nếu chủ sở hữu công nghiệp chỉ tiến hành khởi kiện tại tòa án về khoản tiền bồi thường thiệt hại mà không khởi kiện về hành vi xâm phạm quyền, thì người có thẩm quyền vẫn ra quyết định xử phạt hành chính đối với hành vi xâm phạm quyền theo thủ tục quy định tại Điều 14 Nghị định, nhưng phải ghi rõ trong quyết định xử phạt về việc tiền bồi thường thiệt hại sẽ được giải quyết theo thủ tục tố tụng dân sự.

V. YÊU CẦU GIÁM ĐỊNH VỀ SỞ HỮU CÔNG NGHIỆP

18. Người yêu cầu giám định

18.1. Những người sau đây có quyền yêu cầu giám định về sở hữu công nghiệp:

a. Người có thẩm quyền xử phạt đang thụ lý vụ việc vi phạm;

b. Chủ sở hữu công nghiệp và các đương sự khác có liên quan đến vụ việc vi phạm ;

c. Người có quyền yêu cầu giám định có thể trực tiếp hoặc ủy quyền cho người khác thực hiện yêu cầu giám định. Việc ủy quyền tuân theo quy định tại điểm 4 Thông tư 3055/TT/SHCN ngày 31 tháng 12 năm 1996 của Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường.

19. Văn bản yêu cầu giám định

19.1. Yêu cầu giám định phải được làm bằng văn bản, nêu cụ thể nội dung yêu cầu giám định và kèm theo các chứng cứ (tài liệu, ảnh, mẫu vật phẩm vi phạm....) mà người yêu cầu giám định có được.

19.2. Yêu cầu giám định gồm các nội dung sau:

a. Tình trạng pháp lý của đối tượng sở hữu công nghiệp có liên quan;

b. Kết luận về đối tượng nghi ngờ chứa yếu tố vi phạm.

20. Thẩm quyền và trách nhiệm giám định

Cơ quan Nhà nước có thẩm quyền và trách nhiệm giám định về sở hữu công nghiệp là Cục Sở hữu công nghiệp và các Sở Khoa học, Công nghệ và Môi trường. Việc giám định được phân cấp như sau:

20.1. Sở Khoa học, Công nghệ và Môi trường nơi đang có đối tượng nghi ngờ chứa yếu tố vi phạm hoặc nơi có trụ sở của tổ chức vi phạm, nơi cư trú của cá nhân vi phạm có thẩm quyền và trách nhiệm nhận và trả lời yêu cầu giám định của các đối tượng sau:

a. Người có thẩm quyền thụ lý vụ việc của cơ quan Nhà nước ở địa phương trên cùng địa bàn;

b. Chủ sở hữu công nghiệp, đương sự liên quan đến vụ việc vi phạm.

20.2. Trường hợp vụ việc có nhiều tình tiết phức tạp, Sở Khoa học, Công nghệ và Môi trường địa phương xét thấy mình không có đủ khả năng, điều kiện để đưa ra kết luận giám định thì trong thời hạn 3 ngày làm việc kể từ ngày nhận được văn bản yêu cầu giám định phải gửi yêu cầu đó kèm theo công văn đề nghị Cục Sở hữu công nghiệp giám định.

20.3. Cục Sở hữu công nghiệp có thẩm quyền và trách nhiệm nhận và trả lời yêu cầu giám định của các đối tượng sau:

a. Người có thẩm quyền xử phạt thuộc cơ quan Nhà nước ở Trung ương.

b. Chủ sở hữu công nghiệp, đương sự liên quan đến vụ việc vi phạm.

c. Sở Khoa học, Công nghệ và Môi trường các tỉnh, thành phố.

21. Văn bản kết luận giám định

21.1. Nội dung văn bản kết luận giám định:

- Văn bản kết luận giám định phải ghi rõ ý kiến về từng nội dung yêu cầu giám định căn cứ vào quy định pháp luật sở hữu công nghiệp hiện hành;

- Đối với nội dung đã có đủ chứng cứ, căn cứ để kết luận thì phải ghi rõ kết luận giám định và căn cứ đưa ra kết luận đó;

- Đối với nội dung chưa có đủ chứng cứ, căn cứ để kết luận thì văn bản kết luận giám định phải nêu một số giả thiết về những tình huống có khả năng xảy ra dựa trên chứng cứ, căn cứ hiện có. Những nội dung chưa đủ căn cứ để kết luận cũng phải ghi rõ trong văn bản giám định.

21.2. Giá trị pháp lý của văn bản kết luận giám định:

Văn bản kết luận giám định phải do thủ trưởng cơ quan hoặc người được ủy quyền hợp pháp ký và đóng dấu xác nhận.

Nội dung các kết luận giám định là một trong các căn cứ pháp lý để người có thẩm quyền đưa ra các quyết định xử phạt hành chính cũng như các quyết định xử lý phù hợp đối với tang vật vi phạm và hành vi vi phạm.

Người ký văn bản giám định phải chịu trách nhiệm về tính hợp pháp của kết luận giám định và hậu quả pháp lý của các kết luận giám định đó.

22. Thời hạn giám định

Cơ quan được yêu cầu giám định dựa trên hồ sơ, chứng cứ vụ việc được cung cấp và căn cứ vào quy định pháp luật hiện hành đưa ra ý kiến kết luận bằng văn bản về những nội dung được yêu cầu trong thời hạn giám định là 10 ngày kể từ ngày nhận được đầy đủ hồ sơ vụ việc.

Thời gian dành cho người yêu cầu giám định cung cấp chứng cứ, giải trình không tính vào thời hạn giám định quy định trên.

23. Giám định lại

Trường hợp không đồng ý với một phần hoặc toàn bộ kết quả giám định của Sở Khoa học, Công nghệ và Môi trường hoặc trường hợp ý kiến khác nhau của các Sở Khoa học, Công nghệ và Môi trường về cùng một vụ việc, trong thời hạn 3 ngày kể từ ngày nhận được văn bản kết luận giám định, người yêu cầu giám định có thể thực hiện việc yêu cầu giám định lại tại Cục Sở hữu công nghiệp. Cục Sở hữu công nghiệp thực hiện giám định lại về toàn bộ các nội dung yêu cầu giám định trong thời hạn 10 ngày kể từ ngày nhận được văn bản yêu cầu và đầy đủ hồ sơ vụ việc.

Trường hợp có chứng cứ mới liên quan đến nội dung đã yêu cầu giám định, người yêu cầu giám định có thể yêu cầu cơ quan đã giám định về nội dung đó thực hiện việc giám định mới dựa

trên chứng cứ bổ sung theo thủ tục như đối với yêu cầu giám định lần đầu chứ không theo thủ tục giám định lại.

Nếu không đồng ý với kết quả giám định của Cục Sở hữu công nghiệp, các bên liên quan có quyền đề nghị Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường thành lập Hội đồng giám định theo quy định về giám định.

24. Yêu cầu cung cấp chứng cứ, giải trình

Trong quá trình giám định, cơ quan có thẩm quyền giám định có thể yêu cầu người yêu cầu giám định cung cấp chứng cứ hoặc giải trình cần thiết cho việc giám định trong thời hạn xác định. Người yêu cầu giám định phải thực hiện việc cung cấp chứng cứ hoặc giải trình trong thời hạn được ấn định. Kết thúc thời hạn đó, cơ quan giám định có quyền đưa ra kết luận dựa trên những chứng cứ hiện có.

Người cung cấp chứng cứ phải chịu trách nhiệm về tính trung thực của chứng cứ cung cấp cho cơ quan giám định theo quy định pháp luật hiện hành.

25. Lệ phí giám định

Người yêu cầu giám định phải nộp lệ phí giám định theo quy định.

Trường hợp có tổ chức, cá nhân bị kết luận là vi phạm pháp luật về sở hữu công nghiệp thì tổ chức, cá nhân vi phạm đó phải chịu lệ phí giám định, nếu người yêu cầu giám định không phải là tổ chức, cá nhân vi phạm thì tổ chức, cá nhân vi phạm phải hoàn lại cho người yêu cầu giám định khoản lệ phí đã nộp.

VI. TỐ CÁO VI PHẠM PHÁP LUẬT SỞ HỮU CÔNG NGHIỆP

26. Tố cáo về hành vi vi phạm pháp luật sở hữu công nghiệp

26.1. Mọi tổ chức, cá nhân, kể cả người sản xuất, kinh doanh, người tiêu dùng và các cơ quan Nhà nước, đoàn thể xã hội đều

có quyền tố cáo hành vi vi phạm pháp luật sở hữu công nghiệp với các cơ quan có thẩm quyền xử lý vi phạm pháp luật về sở hữu công nghiệp. Người tố cáo có nghĩa vụ cung cấp các chứng cứ, thông tin cụ thể về hành vi vi phạm cho cơ quan Nhà nước có thẩm quyền và chịu trách nhiệm trước pháp luật về việc tố cáo đó. Cơ quan có thẩm quyền nhận được tố cáo có trách nhiệm giải quyết tố cáo tuân theo quy định tại Chương IV Luật Khiếu nại Tố cáo.

Đối với cá nhân nước ngoài không thường trú tại Việt Nam, pháp nhân nước ngoài không có đại diện hợp pháp và không có cơ sở hoạt động sản xuất, kinh doanh thực thụ tại Việt Nam phải thực hiện việc tố cáo thông qua Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp Việt Nam.

26.2. Người tố cáo có nghĩa vụ:

a. Cung cấp tài liệu, văn bằng (bản sao có xác nhận của Cục Sở hữu công nghiệp hoặc của cơ quan công chứng Nhà nước - trường hợp là chủ sở hữu) khẳng định chủ thể, đối tượng, phạm vi, nội dung quyền sở hữu công nghiệp đang được bảo hộ liên quan đến vụ việc vi phạm;

b. Cung cấp chứng cứ khẳng định hành vi xâm phạm quyền đối với đối tượng sở hữu công nghiệp đang được bảo hộ và các hành vi vi phạm pháp luật sở hữu công nghiệp khác.

26.3. Người tố cáo phải hoàn toàn chịu trách nhiệm về nội dung tố cáo và các chứng cứ cung cấp cho người có thẩm quyền xử lý vi phạm. Trường hợp nội dung tố cáo, hoặc chứng cứ bị cơ quan Nhà nước có thẩm quyền kết luận không đúng sự thực thì người tố cáo phải bồi thường thiệt hại đã gây ra cho người bị tố cáo và những người có liên quan, trường hợp cố ý còn có thể bị xử lý hành chính hoặc hình sự tùy theo mức độ vi phạm.

27. Thông báo cho chủ sở hữu công nghiệp, yêu cầu cung cấp chứng cứ

27.1. Đối với những vụ việc xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp, người có thẩm quyền xử phạt cần thông báo cho chủ sở

hữu công nghiệp liên quan biết và yêu cầu họ cung cấp văn bằng bảo hộ, tài liệu xác nhận chủ thể quyền, tình trạng, phạm vi bảo hộ đối tượng sở hữu công nghiệp liên quan cũng như các thông tin cần thiết khác để xác định hành vi vi phạm và các biện pháp xử lý thích hợp đối với hành vi vi phạm, tang vật vi phạm.

27.2. Chủ sở hữu công nghiệp có nghĩa vụ cung cấp các tài liệu, chứng cứ, thông tin cần thiết cho việc xử lý vi phạm theo yêu cầu của người có thẩm quyền xử lý vi phạm và có quyền đưa ra các giải trình, đề nghị về các biện pháp xử lý thích hợp bảo đảm các quyền và lợi ích hợp pháp của mình.

28. Trường hợp không thụ lý đơn tố cáo và không áp dụng quy định xử phạt

Cơ quan có thẩm quyền xử lý vi phạm sẽ không thụ lý đơn tố cáo vi phạm trong các trường hợp sau đây:

28.1. Hành vi vi phạm bị tố cáo được thực hiện tại thời điểm nằm ngoài thời hiệu xử phạt;

28.2. Quyền sở hữu công nghiệp đối với đối tượng sở hữu công nghiệp là đối tượng của hành vi xâm phạm nằm ngoài thời hạn, phạm vi bảo hộ ghi trong Văn bằng bảo hộ, Giấy chứng nhận hợp đồng li-xăng liên quan;

28.3. Những vụ việc mà người tố cáo đồng thời khởi kiện tại Tòa án, việc tố cáo đã được Tòa án thụ lý để giải quyết hoặc đã có bản án quyết định của Tòa án.

VII. HIỆU LỰC THI HÀNH

29. Thông tư này có hiệu lực sau 15 ngày kể từ ngày ký. Các vụ việc chưa được xử lý đến ngày Thông tư này có hiệu lực được giải quyết theo quy định tại Thông tư này. Trong khi chờ Bộ Tài chính ban hành quy định về mức lệ phí giám định về sở hữu công nghiệp, Cục Sở hữu công nghiệp và các Sở Khoa học, Công nghệ và Môi trường tạm thu lệ phí giám định theo mức thu áp

dụng đối với đơn khiếu nại về xâm phạm quyền quy định tại Thông tư 23/TC-TCT ngày 9/5/1997 về chế độ thu, nộp và sử dụng phí và lệ phí sở hữu công nghiệp.

KT. BỘ TRƯỞNG
BỘ KHOA HỌC, CÔNG NGHỆ VÀ MÔI TRƯỜNG
THỨ TRƯỞNG

(Đã ký)

Hoàng Văn Huây

THÔNG TƯ SỐ 49/2001/TT-BKHCNMT NGÀY 14/9/2001 CỦA BỘ KHOA HỌC CÔNG NGHỆ VÀ MÔI TRƯỜNG

Sửa đổi nội dung Thông tư 825/2000/TT-BKHCNMT ngày 03/5/2000 hướng dẫn thi hành Nghị định 12/1999/NĐ-CP ngày 06/3/1999 của Chính phủ về xử phạt hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp

- Căn cứ Nghị định số 22/CP ngày 22/5/1993 của Chính phủ về nhiệm vụ, quyền hạn và tổ chức bộ máy của Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường;

- Căn cứ khoản 24 Điều 1 Nghị định số 06/2001/NĐ-CP ngày 01/02/2001 sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 63/CP ngày 24/10/1996 của Chính phủ quy định chi tiết về sở hữu công nghiệp;

- Căn cứ thực tiễn thi hành Nghị định số 12/1999/NĐ-CP ngày 6/3/1999 của Chính phủ về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp;

- Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường ban hành Thông tư này nhằm sửa đổi, bổ sung một số nội dung của Thông tư số 825/2000/TT-BKHCNMT ngày 03/5/2000 hướng dẫn thi hành Nghị định số 12/1999/NĐ-CP, như sau:

1. Nội dung sửa đổi, bổ sung:

Điểm 7.3 Thông tư số 825/2000/TT-BKHCNMT được thay thế bằng nội dung mới như sau:

"7.3. Cách xác định yếu tố vi phạm

Yếu tố vi phạm (khoản 4 Điều 1 Nghị định) là sự thể hiện cụ thể kết quả của các hành vi xâm phạm quyền đối với sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa và là căn cứ quan trọng nhất để khẳng định hành vi đó.

a. Yếu tố vi phạm đối với sáng chế hoặc giải pháp hữu ích có thể thuộc một trong ba dạng sau đây:

- Sản phẩm hoặc bộ phận (một phần) của sản phẩm đồng nhất với sản phẩm đang được bảo hộ là sáng chế hoặc giải pháp hữu ích;

- Quy trình hoặc bộ phận (một phần) của quy trình đồng nhất với quy trình đang được bảo hộ là sáng chế hoặc giải hữu ích;

- Sản phẩm hoặc bộ phận của sản phẩm được sản xuất theo quy trình đồng nhất với quy trình đang được bảo hộ là sáng chế hoặc giải pháp hữu ích.

Căn cứ để xem xét yếu tố vi phạm là phạm vi (khối lượng) bảo hộ sáng chế hoặc giải pháp hữu ích đã được xác định theo từng điểm của Yêu cầu bảo hộ sáng chế kèm theo Bằng độc quyền sáng chế, hoặc Yêu cầu bảo hộ giải pháp hữu ích kèm theo Bằng độc quyền giải pháp hữu ích. Để xác định có hay không có sự đồng nhất giữa sản phẩm/bộ phận của sản phẩm, quy trình/bộ phận của quy trình bị nghi ngờ vi phạm với sản phẩm/quy trình được bảo hộ, cần phải so sánh tất cả các dấu hiệu (đặc điểm kỹ thuật) thuộc từng điểm trong Yêu cầu bảo hộ (sau đây gọi là dấu hiệu được bảo hộ) với các dấu hiệu của sản phẩm/bộ phận của sản phẩm, quy trình/bộ phận của quy trình bị nghi ngờ vi phạm (sau đây gọi là dấu hiệu được so sánh). Chỉ có thể khẳng định có sự đồng nhất nêu trên trong trường hợp

tất cả các dấu hiệu thuộc ít nhất một điểm trong Yêu cầu bảo hộ đều có mặt (đều được sử dụng) trong sản phẩm/bộ phận của sản phẩm, quy trình/bộ phận của quy trình bị nghi ngờ vi phạm dưới dạng đồng nhất hoặc dưới dạng biến thể tương đương, trong đó:

(i) Một dấu hiệu được so sánh bị coi là đồng nhất với một dấu hiệu được bảo hộ nếu có cùng bản chất, cùng mục đích sử dụng và cùng mối quan hệ với các dấu hiệu khác như nêu trong Yêu cầu bảo hộ đó;

(ii) Một dấu hiệu được so sánh bị coi là một biến thể tương đương với một dấu hiệu được bảo hộ nếu bản chất của dấu hiệu đó đã được biết đến trong lĩnh vực kỹ thuật tương ứng, có cùng mục đích sử dụng với cách thức đạt được mục đích về cơ bản như nhau.

b. Yếu tố vi phạm đối với kiểu dáng công nghiệp là sản phẩm hoặc bộ phận của sản phẩm mà hình dáng bên ngoài trùng hoặc không khác biệt cơ bản với kiểu dáng công nghiệp đang được bảo hộ.

Căn cứ để xem xét yếu tố vi phạm là phạm vi bảo hộ kiểu dáng công nghiệp, gồm các đặc điểm tạo dáng mới, khác biệt với kiểu dáng công nghiệp đã biết, đã được xác định tại Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp hoặc Giấy chứng nhận đăng ký kiểu dáng công nghiệp cấp theo Pháp lệnh bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp năm 1989. Để xác định một sản phẩm/bộ phận sản phẩm bị nghi ngờ vi phạm có phải là yếu tố vi phạm hay không, cần phải so sánh tất cả các đặc điểm tạo dáng thuộc phạm vi bảo hộ kiểu dáng công nghiệp với các đặc điểm tạo dáng của sản phẩm/bộ phận sản phẩm bị nghi ngờ vi phạm. Chỉ có thể khẳng định yếu tố vi phạm nêu trên trong một trong hai trường hợp sau đây:

(i) Trên sản phẩm/bộ phận sản phẩm bị nghi ngờ vi phạm có tất cả các đặc điểm tạo dáng thuộc phạm vi bảo hộ kiểu dáng công nghiệp;

(ii) Trên sản phẩm/bộ phận sản phẩm bị nghi ngờ vi phạm có một tập hợp các đặc điểm tạo dáng hợp thành một tổng thể về cơ bản không khác biệt với tổng thể các đặc điểm tạo dáng thuộc phạm vi bảo hộ kiểu dáng công nghiệp.

c. Yếu tố vi phạm đối với nhãn hiệu hàng hóa, kể cả nhãn hiệu nổi tiếng, và tên gọi xuất xứ hàng hóa có thể thuộc một trong hai dạng sau đây:

- Dấu hiệu đóng vai trò nhãn hiệu hàng hóa (chữ cái, chữ số, hình ảnh, biểu tượng, ký hiệu...) hoặc đóng vai trò tên gọi xuất xứ hàng hóa (địa danh), gắn trên hàng hóa, bao bì hàng hóa, phương tiện dịch vụ, giấy tờ giao dịch, biển hiệu, phương tiện quảng cáo và các phương tiện kinh doanh khác, kể cả phương tiện điện tử, trùng hoặc tương tự tới mức gây nhầm lẫn với nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa được bảo hộ.

- Dấu hiệu đóng vai trò chỉ dẫn thương mại (mọi thông tin dưới dạng chỉ dẫn, lời chú, ký hiệu...) trình bày trên hàng hóa, bao bì hàng hóa, phương tiện dịch vụ, giấy tờ giao dịch, biển hiệu, phương tiện quảng cáo và các phương tiện kinh doanh khác, kể cả phương tiện điện tử, làm cho người tiêu dùng nhầm lẫn về nguồn gốc, mối liên hệ của hàng hoá/dịch vụ với hàng hóa/dịch vụ có nhãn hiệu hàng hóa, tên gọi xuất xứ hàng hóa được bảo hộ.

Căn cứ để xem xét yếu tố vi phạm nhãn hiệu hàng hóa là phạm vi bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa, gồm mẫu nhãn hiệu và danh mục hàng hóa, dịch vụ, đã được xác định tại Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa, Quyết định chấp nhận bảo hộ nhãn hiệu đăng ký quốc tế, Quyết định công nhận nhãn hiệu nổi tiếng. Căn cứ để xem xét yếu tố vi phạm tên gọi xuất xứ hàng hóa là phạm vi bảo hộ tên gọi xuất xứ hàng hóa, gồm địa danh và hàng hóa, đã được xác định tại Quyết định đăng bạ tên gọi xuất xứ hàng hóa. Để xác định một dấu hiệu bị nghi ngờ vi phạm có phải là yếu tố vi phạm hay không, cần phải so sánh

dấu hiệu đó với nhãn hiệu/địa danh, đồng thời phải so sánh sản phẩm, dịch vụ mang dấu hiệu đó với sản phẩm, dịch vụ thuộc phạm vi bảo hộ. Chỉ có thể khẳng định yếu tố vi phạm nêu trên trong trường hợp đáp ứng cả hai điều kiện sau đây:

- Điều kiện thứ nhất: Dấu hiệu bị nghi ngờ vi phạm trùng hoặc tương tự với nhãn hiệu/địa danh thuộc phạm vi bảo hộ.

Một dấu hiệu bị coi là trùng với nhãn hiệu/địa danh thuộc phạm vi bảo hộ nếu có cùng cấu tạo (kể cả cách phát âm, phiên âm đối với chữ cái, ý nghĩa), cách trình bày (kể cả màu sắc). Một dấu hiệu bị coi là tương tự với nhãn hiệu/địa danh nếu có một số đặc điểm hoàn toàn trùng nhau hoặc tương tự đến mức không dễ dàng phân biệt với nhau về cấu tạo, cách phát âm, phiên âm đối với chữ cái, ý nghĩa, cách trình bày, màu sắc.

- Điều kiện thứ hai: Hàng hóa, dịch vụ mang dấu hiệu bị nghi ngờ vi phạm trùng, hoặc tương tự về bản chất hoặc có liên hệ về chức năng, công dụng và có cùng kênh tiêu thụ với hàng hóa, dịch vụ thuộc phạm vi bảo hộ; hoặc hàng hóa, dịch vụ bất kỳ mang dấu hiệu đáp ứng điều thứ nhất đối với nhãn hiệu nổi tiếng gây ấn tượng sai lệch rằng người sử dụng dấu hiệu là chủ sở hữu nhãn hiệu hoặc có quan hệ với chủ sở hữu nhãn hiệu (quan hệ cấp li-xăng, quan hệ trực thuộc về vốn...).

2. Xử lý vi phạm xảy ra trước ngày Thông tư có hiệu lực:

Thông tư này áp dụng cả đối với những vi phạm xảy ra trước ngày Thông tư có hiệu lực mà chưa bị xử lý và vẫn còn trong thời hiệu xử phạt.

3. Thi hành:

Thông tư này có hiệu lực sau 15 ngày kể từ ngày ký.

BỘ TRƯỞNG
BỘ KHOA HỌC, CÔNG NGHỆ VÀ MÔI TRƯỜNG

(Đã ký)

Chu Tuấn Nhạ

THÔNG TƯ SỐ 29/2003/TT-BKHCN NGÀY 05/11/2003 CỦA BỘ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ

Hướng dẫn thực hiện các thủ tục xác lập quyền sở hữu công nghiệp đối với kiểu dáng công nghiệp

Căn cứ Nghị định Số 54/2003/NĐ-CP ngày 19 tháng 5 năm 2003 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Khoa học và Công nghệ;

Căn cứ Nghị định số 63/CP ngày 24 tháng 10 năm 1996 của Chính phủ quy định chi tiết về sở hữu công nghiệp, được sửa đổi, bổ sung theo Nghị đinh số 06/2001/NĐ-CP ngày 01 tháng 02 năm 2001 của Chính phủ;

Bộ Khoa học và Công nghệ hướng dẫn thực hiện các thủ tục làm, nộp, xét nghiệm đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ; thủ tục cấp, sửa đổi, gia hạn, đình chỉ, hủy bỏ hiệu lực Văn bằng bảo hộ đối với kiểu dáng công nghiệp,

Chương I
CÁC QUY ĐỊNH CHUNG

1 Giải thích từ ngữ

1.1. Trong Thông tư này các từ ngữ dưới đây được hiểu như sau:

a) "Nghị định" dùng để chỉ Nghị định số 63/CP ngày 24 tháng 10 năm 1996 của Chính phủ quy định chi tiết về sở hữu công nghiệp, được sửa đổi, bổ sung theo Nghị định số 06/2001/NĐ-CP ngày 01 tháng 02 năm 2001 của Chính phủ;

b) "Đơn" dùng để chỉ Đơn yêu cầu cấp Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp;

c) "Người nộp đơn" là chủ thể đứng tên nộp Đơn;

d) "Thủ tục đăng ký kiểu dáng công nghiệp" được hiểu là thủ tục xác lập quyền sở hữu công nghiệp đối với kiểu dáng công nghiệp và các thủ tục liên quan khác.

1.2. Các từ ngữ khác được hiểu theo Nghị định.

2. Xác nhận tài liệu

2.1. Xác nhận bản gốc tài liệu

Trong quá trình thực hiện các thủ tục đăng ký kiểu dáng công nghiệp, mọi bản gốc tài liệu giao dịch đều phải được chủ thể đứng tên tài liệu tự xác nhận theo quy định sau đây:

a) Phải có chữ ký kèm theo họ tên của cá nhân chủ thể hoặc người đại diện có thẩm quyền ký nhân danh chủ thể;

b) Nếu chủ thể đứng tên tài liệu là tổ chức bắt buộc phải sử dụng con dấu, chữ ký của người đại diện có thẩm quyền của chủ thể đó phải được đóng dấu kèm theo.

2.2. Xác nhận bản sao

a) Mọi tài liệu là bản sao bằng bất kỳ cách sao nào đều phải được xác nhận là sao y bản gốc theo quy định tại điểm 2.2.b Thông tư này thì mới được sử dụng làm tài liệu chính thức trong quá trình tiến hành các thủ tục đăng ký kiểu dáng công nghiệp.

b) Tài liệu được thừa nhận là sao y bản gốc nếu trên bản sao có xác nhận của một trong các cơ quan hoặc cá nhân sau đây: Công chứng, Ủy ban nhân dân hoặc Cơ quan có thẩm quyền, Chủ thể (tất cả các chủ thể) đứng tên tài liệu gốc hoặc người được họ ủy quyền. Nếu bản sao có nhiều trang, phải xác nhận từng trang hoặc các trang phải được giáp lai.

2.3. Xác nhận bản dịch

a) Mọi bản dịch ra tiếng Việt của các tài liệu đều phải được xác nhận là được dịch nguyên văn từ bản gốc theo điểm 2.3.b Thông tư này thì mới được sử dụng làm tài liệu chính thức trong quá trình tiến hành các thủ tục đăng ký kiểu dáng công nghiệp.

b) Việc xác nhận bản dịch có thể được tiến hành theo một trong các cách sau đây:

- Công chứng;

- Xác nhận của chủ thể (tất cả các chủ thể) đứng tên tài liệu gốc hoặc người được họ ủy quyền;

- Thừa nhận của chính cơ quan có thẩm quyền sử dụng bản dịch đó trong quá trình tiến hành thủ tục liên quan.

3. Người nhân danh chủ thể tiến hành các thủ tục đăng ký kiểu dáng công nghiệp

3.1. Chỉ những người quy định tại các điểm 3.2 và 3.3 Thông tư này mới được nhân danh chủ thể tiến hành các thủ tục đăng ký kiểu dáng công nghiệp trước Cục Sở hữu trí tuệ và các cơ quan có thẩm quyền.

Cục Sở hữu trí tuệ và các cơ quan có thẩm quyền chỉ được phép giao dịch với những người nói trên và giao dịch đó được coi là giao dịch chính thức với chủ thể.

3.2. Đối với các chủ thể có quyền trực tiếp tiến hành việc nộp Đơn và các thủ tục có liên quan quy định tại các khoản 2 và 3.a Điều 15 Nghị định, những người sau đây được phép nhân danh chủ thể tiến hành các công việc nêu tại điểm 3.1 Thông tư này:

a) Chính cá nhân hoặc người đại diện theo pháp luật của cá nhân đó (đối với chủ thể là cá nhân);

b) Người đại diện theo pháp luật của chủ thể; cá nhân là thành viên của chủ thể được người đại diện theo pháp luật của chủ thể ủy quyền đại diện; người đứng đầu Văn phòng đại diện hoặc Chi nhánh của chủ thể, được người đại diện theo pháp luật của chủ thể ủy quyền đại diện (đối với chủ thể là pháp nhân hoặc chủ thể khác);

c) Người đứng đầu Văn phòng đại diện tại Việt Nam của chủ thể nước ngoài, được chủ thể đó ủy quyền đại diện; người đại diện theo pháp luật của doanh nghiệp thành lập tại Việt Nam, có 100% vốn đầu tư của chủ thể nước ngoài và được chủ thể đó ủy quyền đại diện;

d) Người đáp ứng một trong các điều kiện nêu tại các điểm 3.2.a, b, c Thông tư này là một trong các cá nhân hoặc thuộc một

trong các pháp nhân hoặc chủ thể khác - nếu chủ thể bao gồm nhiều cá nhân, pháp nhân, chủ thể khác và nếu người đó được tất cả các cá nhân, pháp nhân, chủ thể khác ủy quyền đại diện.

3.3. Đối với các chủ thể chỉ được phép tiến hành việc nộp Đơn và các thủ tục liên quan bằng cách thông qua Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp quy định tại khoản 3.b Điều 15 Nghị định cũng như đối với mọi chủ thể khác thực hiện các thủ tục nói trên thông qua Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp, chỉ những người đại diện theo pháp luật hoặc đại diện theo ủy quyền của Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp có Giấy ủy quyền của chủ thể mới được phép tiến hành các công việc nêu tại điểm 3.1 Thông tư này.

4. Ủy quyền tiến hành các thủ tục về đăng ký kiểu dáng công nghiệp

4.1. Việc ủy quyền và thực hiện ủy quyền tiến hành các thủ tục đăng ký kiểu dáng công nghiệp phải phù hợp với quy định pháp luật về hợp đồng dân sự, hợp đồng ủy quyền tại Bộ Luật Dân sự và các quy định tại Thông tư này.

4.2. Mọi sự ủy quyền tiến hành các thủ tục đăng ký kiểu dáng công nghiệp đều phải được thể hiện thành văn bản (Giấy ủy quyền), trong đó phải gồm các nội dung chủ yếu sau đây:

a) Tên (họ tên), địa chỉ của Bên ủy quyền;

b) Tên (họ tên), địa chỉ của Bên được ủy quyền;

c) Phạm vi ủy quyền (những công việc mà Bên được ủy quyền thực hiện nhân danh Bên ủy quyền);

d) Ngày lập Giấy ủy quyền;

e) Chữ ký hoặc con dấu của người lập Giấy ủy quyền;

f) Thời hạn ủy quyền.

Giấy ủy quyền không có thời hạn ủy quyền được coi là có hiệu lực vô thời hạn và chỉ chấm dứt hiệu lực khi Bên ủy quyền tuyên bố chấm dứt ủy quyền.

4.3. Bên được ủy quyền phải là cá nhân được phép thực hiện các thủ tục đăng ký kiểu dáng công nghiệp quy định tại điểm 3.2 Thông tư này hoặc tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp.

4.4. Khi tiến hành thủ tục đăng ký kiểu dáng công nghiệp theo ủy quyền, Bên được ủy quyền phải nộp bản gốc Giấy ủy quyền. Mọi sự thay đổi về phạm vi ủy quyền và chấm dứt ủy quyền trước thời hạn đều phải được thông báo cho Cục Sở hữu trí tuệ và các cơ quan có thẩm quyền bằng văn bản và chỉ có hiệu lực từ ngày các cơ quan đó nhận được thông báo.

4.5. Nếu Giấy ủy quyền có phạm vi ủy quyền gồm nhiều công việc theo các thủ tục độc lập với nhau và bản gốc Giấy ủy quyền đã nộp cho Cục Sở hữu trí tuệ thì khi tiến hành các thủ tục tiếp sau, Bên được ủy quyền phải nêu chính xác số và ngày nộp Hồ sơ có bản gốc Giấy ủy quyền đó

Chương II
ĐƠN VÀ XỬ LÝ ĐƠN

Mục 1. ĐƠN

5. Yêu cầu về hình thức đối với Đơn

5.1. Đơn phải đáp ứng các yêu cầu về hình thức như sau:

a) Tài liệu của Đơn đều phải được làm bằng tiếng Việt, trừ các tài liệu có thể được trình bày bằng ngôn ngữ khác theo quy định tại điểm 5.2 và 5.3 Thông tư này;

b) Tài liệu của Đơn đều phải được trình bày theo chiều dọc (riêng hình vẽ, ảnh kiểu dáng công nghiệp có thể được trình bày theo chiều ngang) trên một mặt giấy khổ A4 (210mm x 297mm), trong đó có chừa lề theo bốn phía, mỗi lề rộng 20mm, trừ các tài liệu bổ trợ mà nguồn gốc tài liệu đó không nhằm để đưa vào Đơn;

c) Nếu loại tài liệu nào cần lập theo mẫu thì bắt buộc phải sử dụng các mẫu đó bằng cách điền vào những chỗ thích hợp dành riêng;

d) Mỗi tài liệu gồm nhiều trang phải được ghi số thứ tự từng trang bằng chữ số Ả-rập.

e) Các tài liệu phải được đánh máy hoặc in bằng loại mực khó phai, rõ ràng, sạch sẽ, không tẩy xóa, không sửa chữa;

f) Thuật ngữ dùng trong Đơn phải là thuật ngữ thông dụng, ký hiệu, đơn vị đo lường, phông chữ điện tử dùng trong Đơn phải theo Tiêu chuẩn Việt Nam;

g) Đơn có thể kèm theo tài liệu bổ trợ là vật mang dữ liệu điện tử của một phần hoặc toàn bộ nội dung tài liệu Đơn, được trình bày theo quy định về hình thức tài liệu của Cục Sở hữu trí tuệ.

5.2. Các tài liệu sau đây có thể được làm bằng ngôn ngữ khác tiếng Việt nhưng phải được dịch ra tiếng Việt:

a) Giấy ủy quyền;

b) Tài liệu xác nhận quyền nộp Đơn hợp pháp nếu Người nộp đơn thụ hưởng quyền nộp đơn của người khác (Chứng nhận thừa kế, Chứng nhận hoặc Thỏa thuận chuyển giao quyền nộp đơn (kể cả chuyển giao đơn đã nộp); Hợp đồng giao việc hoặc Hợp đồng lao động...);

c) Tài liệu chứng minh cơ sở hưởng quyền ưu tiên (xác nhận của cơ quan nhận đơn đối với bản sao được các đơn đầu tiên; Giấy chứng nhận trưng bày tại triển lãm... Giấy chuyển nhượng quyền ưu tiên nếu quyền đó được thụ hưởng từ người khác).

5.3. Các tài liệu sau đây có thể được làm bằng ngôn ngữ khác tiếng Việt, nhưng nếu Cục Sở hữu trí tuệ yêu cầu thì phải được dịch ra tiếng Việt:

a. Bản sao đơn đầu tiên để chứng minh cơ sở hưởng quyền ưu tiên;

b) Các tài liệu khác để bổ trợ cho Đơn.

6. Yêu cầu về nội dung đối với Đơn

6.1. Đơn phải bảo đảm tính thống nhất quy định tại khoản 2 Điều 11 Nghị định.

Mỗi Đơn chỉ được yêu cầu cấp Bằng độc quyền đối với một kiểu dáng công nghiệp của một sản phẩm hoặc của một bộ sản phẩm và có thể bao gồm nhiều phương án khác nhau của kiểu dáng công nghiệp đó.

Các phương án khác nhau của một kiểu dáng công nghiệp có thể được Người nộp đơn yêu cầu bảo hộ trong các đơn khác nhau, với điều kiện trong các đơn nộp sau phải ghi chỉ dẫn rằng kiểu dáng công nghiệp là phương án của kiểu dáng công nghiệp thuộc đơn nộp trước và phải chỉ ra số đơn, ngày nộp đơn trước đó. Trong trường hợp không có các chỉ dẫn như vậy, kiểu dáng công nghiệp được nêu trong các đơn nộp sau bị coi là không có tính mới vì không khác biệt cơ bản với kiểu dáng nêu trong đơn nộp trước. Trong trường hợp có các chỉ dẫn như trên, Người nộp đơn chỉ được cấp một Văn bằng bảo hộ trong đó có các phương án kiểu dáng công nghiệp nêu ở các đơn tương ứng.

Trong điểm này, các từ ngữ có nghĩa như sau:

- Sản phẩm được hiểu là đồ vật, dụng cụ thiết bị, phương tiện... được sản xuất bằng phương pháp công nghiệp hoặc thủ công nghiệp, có kết cấu và chức năng rõ ràng, được lưu thông độc lập;

- Bộ sản phẩm là tập hợp từ hai sản phẩm độc lập trở lên, thường được sử dụng cùng nhau hoặc để thực hiện chung một mục đích;

- Các phương án khác nhau của một kiểu dáng công nghiệp là các biến thể của kiểu dáng công nghiệp thể hiện trên một sản phẩm hoặc bộ sản phẩm, không khác biệt cơ bản với nhau.

6.2. Đơn phải bao gồm các tài liệu sau đây:

a) Tờ khai yêu cầu cấp Bằng độc quyền kiểu dáng công

nghiệp, làm theo mẫu quy định tại Phụ lục của Thông tư này (Tờ khai);

b) Bản mô tả kiểu dáng công nghiệp (sau đây viết tắt là Bản mô tả);

c) Bộ ảnh chụp hoặc bộ bản vẽ kiểu dáng công nghiệp, gồm 5 bộ;

d) Giấy ủy quyền (trường hợp nộp đơn thông qua đại diện);

e) Bản sao đơn đầu tiên hoặc tài liệu chứng nhận trưng bày tại triển lãm nếu trong Đơn có yêu cầu được hưởng quyền ưu tiên theo điều ước quốc tế;

f) Chứng từ nộp lệ phí nộp đơn, lệ phí công bố đơn và lệ phí yêu cầu hưởng quyền ưu tiên (nếu có yêu cầu hưởng quyền ưu tiên), phí xét nghiệm nội dung, phí phân loại kiểu dáng công nghiệp (nếu Người nộp đơn không phân loại).

6.3. Các tài liệu nêu tại điểm 6.2 Thông tư này phải nộp đồng thời. Riêng các tài liệu sau đây có thể nộp trong thời hạn 3 tháng tính từ ngày nộp Đơn:

a) Bản tiếng Việt của tài liệu quy định tại điểm 6.2.b Thông tư này, nếu trong Đơn đã có bản tiếng Anh của tài liệu đó;

b) Tài liệu quy định tại điểm 6.2.d Thông tư này (kể cả bản dịch ra tiếng Việt) nếu trong Đơn đã có bản sao của tài liệu đó;

c) Tài liệu quy định tại điểm 6.2.e Thông tư này (kể cả bản dịch ra tiếng Việt trong trường hợp Cục Sở hữu trí tuệ yêu cầu)

6.4. Trường hợp có cơ sở để nghi ngờ về tính xác thực của các thông tin trong Đơn, Cục Sở hữu trí tuệ có thể yêu cầu Người nộp đơn, trong thời hạn 1 tháng kể từ ngày yêu cầu phải nộp các tài liệu xác minh các thông tin đó, đặc biệt là các tài liệu sau đây:

a) Tài liệu xác nhận quyền nộp đơn hợp pháp, nếu Người nộp đơn thụ hưởng quyền nộp đơn của người khác (Giấy chứng nhận

quyền thừa kế, Giấy chứng nhận hoặc Thỏa thuận chuyển giao quyền nộp đơn; Hợp đồng giao việc hoặc Hợp đồng lao động...);

b) Tài liệu xác nhận quyền sở hữu hợp pháp nhãn hiệu, tên thương mại... nếu kiểu dáng công nghiệp có chứa các dấu hiệu đó.

6.5. Trong Tờ khai cần nêu chỉ số phân loại kiểu dáng công nghiệp yêu cầu bảo hộ theo Bảng phân loại quốc tế về kiểu dáng công nghiệp (theo Thỏa ước Locarno). Nếu Người nộp đơn không phân loại hoặc phân loại không chính xác thì Cục Sở hữu trí tuệ sẽ phân loại và Người nộp đơn phải nộp phí dịch vụ phân loại.

6.6. Bản mô tả

a) Bản mô tả phải bao gồm các nội dung sau đây:

- Tên sản phẩm mang kiểu dáng công nghiệp,

- Lĩnh vực sử dụng của sản phẩm mang kiểu dáng công nghiệp,

- Các kiểu dáng công nghiệp ít khác biệt nhất đã biết,

- Liệt kê ảnh chụp hoặc bản vẽ,

- Phần mô tả kiểu dáng công nghiệp (sau đây viết tắt là Phần mô tả),

- Yêu cầu bảo hộ.

b) Phần mô tả phải trình bày đầy đủ tất cả các đặc điểm tạo dáng thể hiện bản chất của kiểu dáng công nghiệp yêu cầu bảo hộ và phải chỉ ra các đặc điểm tạo dáng mới do tác giả sáng tạo ra, khác biệt so với kiểu dáng công nghiệp ít khác biệt nhất đã biết, phù hợp với ảnh chụp hoặc bản vẽ.

Nếu kiểu dáng công nghiệp cần bảo hộ gồm nhiều phương án thì Phần mô tả phải thể hiện đầy đủ các phương án và chỉ rõ các đặc điểm khác biệt với phương án cơ bản của những phương án còn lại.

Nếu kiểu dáng công nghiệp cần bảo hộ là kiểu dáng của bộ sản phẩm thì Phần mô tả phải thể hiện đầy đủ kiểu dáng của từng sản phẩm trong bộ đó.

c) Yêu cầu bảo hộ dùng để xác định phạm vi (khối lượng) bảo hộ kiểu dáng công nghiệp. Yêu cầu bảo hộ phải nêu rõ các đặc điểm tạo dáng cần được bảo hộ, tức là các đặc điểm mới, khác biệt với kiểu dáng công nghiệp tương tự đã biết.

Các đặc điểm tạo dáng cần được bảo hộ phải được trình bày theo trình tự: các đặc điểm hình khối và/hoặc đường nét và/hoặc tương quan giữa các đặc điểm nói trên và/hoặc mầu sắc (nếu có).

6.7. Bộ ảnh chụp hoặc bản vẽ nhằm thể hiện đầy đủ các đặc điểm tạo dáng của kiểu dáng công nghiệp phù hợp với Phần mô tả, và Yêu cầu bảo hộ và phải tuân theo các quy định sau đây:

a) Ảnh chụp/bản vẽ phải rõ ràng và sắc nét, trên ảnh chụp/bản vẽ không được thể hiện sản phẩm khác với sản phẩm mang kiểu dáng công nghiệp yêu cầu bảo hộ.

b) Tất cả các ảnh chụp/bản vẽ phải theo cùng một tỷ lệ. Kích thước mỗi tấm ảnh chụp hoặc bản vẽ không được nhỏ hơn 90mm x 120mm và không được lớn hơn 210mm x 297mm.

c) Từng ảnh chụp hoặc bản vẽ phải được trình bày hoặc gắn trên giấy trắng khổ A4 (210mm x 297mm) và phải được đánh số thứ tự phù hợp với điểm 6.6.a Thông tư này.

d) Trong ảnh chụp hoặc bản vẽ phải có hình phối cảnh của sản phẩm mang kiểu dáng công nghiệp yêu cầu bảo hộ.

e) Tùy thuộc vào Yêu cầu bảo hộ, phải có thêm ảnh chụp hoặc bản vẽ các hình chiếu, mặt cắt đủ để thể hiện rõ các đặc điểm tạo dáng mới của kiểu dáng cần được bảo hộ.

f) Mỗi phương án của kiểu dáng công nghiệp yêu cầu bảo hộ phải có ảnh chụp hoặc bản vẽ thể hiện đặc điểm khác biệt với phương án cơ bản.

g) Đối với sản phẩm có nắp hoặc có thể gập lại được (tủ, va-li...) phải có hình sản phẩm ở trạng thái mở.

h) Đối với bộ sản phẩm phải có hình phối cảnh của cả bộ sản phẩm và các hình chiếu của riêng từng sản phẩm trong bộ đó.

6.8. Chi tiết đối với Bản mô tả và Bộ ảnh chụp/bản vẽ kiểu dáng công nghiệp do Cục Sở hữu trí tuệ hướng dẫn.

Mục 2. NỘP VÀ TIẾP NHẬN ĐƠN

7. Nộp Đơn

Đơn có thể nộp tại Cục Sở hữu trí tuệ hoặc tại bất kỳ địa điểm tiếp nhận Đơn nào khác do Cục Sở hữu trí tuệ thiết lập. Đơn cũng có thể được gửi bằng hình thức bảo đảm qua bưu điện tới các địa điểm tiếp nhận Đơn nói trên.

8. Tiếp nhận Đơn

8.1. Khi nhận được đơn, Cục Sở hữu trí tuệ phải thực hiện những công việc sau đây:

a) Kiểm tra Danh mục các tài liệu ghi trong Tờ khai;

b) Ghi nhận những sai khác giữa Danh mục tài liệu ghi trong Tờ khai và số tài liệu thực có trong Đơn;

c) Sơ bộ kiểm tra Đơn để kết luận có tiếp nhận Đơn hay không theo điểm 8.2 Thông tư này và đóng dấu xác nhận ngày nộp đơn vào Tờ khai, nếu tiếp nhận Đơn;

d) Cấp cho Người nộp đơn Giấy biên nhận đơn đã đóng dấu xác nhận ngày nộp đơn, số đơn và có ghi kết quả kiểm tra danh mục tài liệu, có họ tên, chữ ký của cán bộ nhận Đơn.

8.2. Cục Sở hữu trí tuệ không tiếp nhận Đơn nếu Đơn thiếu một trong các loại tài liệu bắt buộc phải có sau đây:

a) Tờ khai (trong đó phải có thông tin về tên và địa chỉ Người nộp đơn);

b) Bản mô tả (trong đó có Yêu cầu bảo hộ);

c) Bộ ảnh chụp hoặc bản vẽ kiểu dáng công nghiệp;

d) Chứng từ nộp lệ phí nộp đơn.

8.3. Trong trường hợp Đơn không được tiếp nhận, trong thời hạn 15 ngày kể từ ngày Đơn đến, Cục Sở hữu trí tuệ phải gửi cho Người nộp đơn Thông báo từ chối tiếp nhận đơn, trong đó nêu rõ lý do không tiếp nhận Đơn và ấn định thời hạn 2 tháng kể từ ngày thông báo để Người nộp đơn sửa chữa thiếu sót.

Nếu trong thời hạn đã ấn định Người nộp đơn nộp đủ các tài liệu quy định tại điểm 8.2 Thông tư này, Đơn được coi như đã được tiếp nhận vào ngày nộp đủ các tài liệu đó.

Đối với những Đơn không được tiếp nhận, Cục Sở hữu trí tuệ không phải gửi trả lại cho Người nộp đơn các tài liệu Đơn, nhưng phải hoàn trả các khoản phí, lệ phí đã nộp theo thủ tục hoàn phí, lệ phí quy định tại Thông tư này.

Mục 3. XÉT NGHIỆM HÌNH THỨC ĐƠN

9. Mục đích, nội dung của việt xét nghiệm hình thức

Xét nghiệm hình thức Đơn là kiểm tra việc tuân thủ các quy định về hình thức đối với Đơn, từ đó đưa ra kết luận Đơn có được coi là hợp lệ hay không.

Đơn hợp lệ sẽ được xem xét tiếp. Đơn không hợp lệ sẽ bị từ chối (không xem xét tiếp).

10. Đơn hợp lệ

10.1. Đơn được coi là hợp lệ nếu không thuộc một trong các trường hợp sau đây:

a) Đơn được làm bằng ngôn ngữ khác tiếng Việt, trừ trường hợp quy định tại điểm 5.2 và 5.3 Thông tư này;

b) Trong Tờ khai không có đủ thông tin về tác giả, về Người nộp đơn, về người đại diện, không có chữ ký và/hoặc con dấu của Người nộp đơn hoặc của người đại diện;

c) Có cơ sở để khẳng định rằng Người nộp đơn không có quyền nộp đơn;

d) Đơn được nộp trái với quy định tại Điều 15 Nghị định;

e) Bản mô tả làm bằng tiếng Anh mà Người nộp đơn không bổ sung bản tiếng Việt trong thời hạn theo quy định tại điểm 6.2 Thông tư này;

f) Giấy ủy quyền không được nộp trong thời hạn quy định tại điểm 6.2 Thông tư này;

g) Đơn còn có các thiếu sót nêu tại điểm 11 Thông tư này ảnh hưởng đến tính hợp lệ của Đơn và mặc dù đã được Cục Sở hữu trí tuệ yêu cầu sửa chữa, Người nộp đơn vẫn không sửa chữa hoặc sửa chữa không đạt yêu cầu;

h) Có cơ sở để khẳng định ngay rằng, rõ ràng đối tượng nêu trong Đơn là đối tượng không được Nhà nước bảo hộ theo quy định tại Điều 787 Bộ Luật Dân sự và tại khoản 3 Điều 5 Nghị định.

10.2. Đối với Đơn có nhiều đối tượng, nếu Đơn thuộc các trường hợp nêu ở điểm 10.1 h, 11.a, b, e Thông tư này và các thiếu sót không liên quan đến tất cả các đối tượng trong Đơn thì Đơn bị coi là không hợp lệ một phần (đối với các đối tượng có thiếu sót), Đơn đối với các đối tượng còn lại vẫn được coi là hợp lệ.

11 Xử lý các thiếu sót của Đơn trong giai đoạn xét nghiệm hình thức

11.1. Cục Sở hữu trí tuệ thông báo cho Người nộp đơn nếu Đơn còn có các thiếu sót sau đây:

a) Không đủ số lượng bản của một trong số các loại tài liệu bắt buộc phải có;

b) Đơn không thỏa mãn tính thống nhất;

c) Đơn không đáp ứng các yêu cầu về hình thức trình bày;

d) Các thông tin về Người nộp đơn ở các tài liệu không thống nhất với nhau hoặc bị tẩy xóa hoặc không được xác nhận theo đúng quy định;

e) Chưa nộp đủ lệ phí và phí quy định tại điểm 6.2.f Thông tư này.

11.2. Trong thời hạn 2 tháng tính từ ngày thông báo, Người nộp đơn phải sửa chữa thiếu sót đó.

12. Xác định ngày nộp đơn

Ngày nộp đơn là ngày Đơn đến Cục Sở hữu trí tuệ ghi trong Dấu nhận đơn trên rờ khai.

13. Xác định ngày ưu tiên

13.1. Nếu Đơn không có yêu cầu hưởng quyền ưu tiên hoặc mặc dù Đơn có yêu cầu hưởng quyền ưu tiên nhưng không được Cục Sở hữu trí tuệ chấp thuận, ngày ưu tiên là Ngày nộp đơn.

13.2. Nếu Đơn có yêu cầu hưởng quyền ưu tiên, ngày ưu tiên (hoặc các ngày ưu tiên) là ngày nêu trong yêu cầu nói trên và được Cục Sở hữu trí tuệ chấp thuận.

14. Thông báo chấp nhận Đơn

Nếu Đơn được coi là hợp lệ, Cục Sở hữu trí tuệ gửi cho Người nộp đơn Thông báo chấp nhận đơn hợp lệ, trong đó phải nêu rõ tên, địa chỉ Người nộp đơn; tên Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp (nếu đơn được nộp thông qua Tổ chức đó); tên đối tượng nêu trong Đơn, ngày nộp đơn và số đơn, ngày ưu tiên của Đơn. Trường hợp yêu cầu hưởng quyền ưu tiên không được chấp thuận thì Phải nêu rõ lý do.

15. Từ chối chấp nhận Đơn

Nếu Đơn bị coi là không hợp lệ, Cục Sở hữu trí tuệ gửi cho Người nộp đơn Thông báo dự định từ chối chấp nhận đơn, trong đó phải nêu rõ các thiếu sót khiến Đơn bị coi là không hợp lệ và ấn định thời hạn 2 tháng kể từ ngày thông báo để Người nộp đơn có ý kiến về dự định từ chối chấp nhận đơn.

Trường hợp Người nộp đơn không có ý kiến hoặc ý kiến không xác đáng về dự định từ chối chấp nhận đơn, Cục Sở hữu trí tuệ chính thức ra Thông báo từ chối chấp nhận đơn và hoàn

trả các khoản phí, lệ phí đã được nộp liên quan đến công việc sau xét nghiệm hình thức theo yêu cầu của Người nộp đơn.

16. Thời hạn xét nghiệm hình thức Đơn

16.1. Thời hạn xét nghiệm hình thức là 01 tháng tính từ ngày nộp Đơn. Riêng đối với Đơn có tài liệu nộp bổ sung theo quy định tại điểm 6.3 Thông tư này, thời hạn xét nghiệm hình thức là 1 tháng tính từ ngày bổ sung đủ các tài liệu đó.

16.2. Nếu trong quá trình xét nghiệm hình thức Đơn, Người nộp đơn chủ động hoặc theo yêu cầu của Cục Sở hữu trí tuệ tiến hành việc sửa chữa, bổ sung tài liệu thì thời hạn xét nghiệm hình thức được kéo dài thêm 15 ngày. Trường hợp đơn được sửa đổi, bổ sung theo yêu cầu của Cục Sở hữu trí tuệ thì thời hạn dành cho Người nộp đơn sửa đổi, bổ sung đơn không được tính vào thời hạn xét nghiệm hình thức.

Mục 4. CÔNG BỐ ĐƠN

17. Công bố Đơn hợp lệ

Đơn đã được chấp nhận hợp lệ đều được Cục Sở hữu trì tuệ công bố trên Công báo Sở hữu công nghiệp. Người nộp đơn phải nộp lệ phí công bố Đơn.

18. Thời hạn công bố Đơn

Đơn được công bố trong tháng thứ 2 tính từ ngày chấp nhận đơn hợp lệ.

19. Nội dung công bố Đơn

Các thông tin hên quan đến Đơn hợp lệ được công bố trên Công báo Sở hữu công nghiệp gồm: tất cả các thông tin về Đơn hợp lệ ghi trong Thông báo chấp nhận đơn; các thông tin liên quan đến chuyển nhượng Đơn, tách Đơn...; một hoặc một số ảnh chụp, hình vẽ thể hiện kiểu dáng công nghiệp.

20. Tiếp cận với các thông tin chi tiết về Đơn hợp lệ

Mọi người đều có thể tiếp cận với các thông tin chi tiết về bản

chất đối tượng nêu trong Đơn hoặc yêu cầu Cục Sở hữu trí tuệ cung cấp các thông tin đó và người yêu cầu cung cấp thông tin phải nộp phí theo quy định.

Mục 5. XÉT NGHIỆM NỘI DUNG ĐƠN

21. Mục đích của việc xét nghiệm nội dung

Mục đích của việc xét nghiệm nội dung Đơn là đánh giá khả năng được bảo hộ của đối tượng nêu trong Đơn theo các tiêu chuẩn bảo hộ, xác định phạm vi (khối lượng) bảo hộ tương ứng.

22. Sử dụng kết quả tra cứu thông tin trong quá trình xét nghiệm nội dung

22.1. Khi tiến hành xét nghiệm nội dung, Cục Sở hữu trí tuệ phải tiến hành tra cứu thông tin trong nguồn thông tin tối thiểu quy định tại điểm 33.2 Thông tư này để đối chiếu và đánh giá đối tượng nêu trong Đơn theo các tiêu chuẩn bảo hộ.

22.2. Trong quá trình xét nghiệm nội dung Đơn có quyền ưu tiên, Cục Sở hữu trí tuệ có thể sử dụng kết quả tra cứu thông tin và kết quả xét nghiệm Đơn tương ứng đã nộp ở nước ngoài. Người nộp đơn có thể cung cấp cho Cục Sở hữu trí tuệ các tài liệu sau đây nhằm phục vụ cho việc xét nghiệm nội dung:

a) Kết quả tra cứu thông tin hoặc xét nghiệm Đơn đã nộp ở nước ngoài cho đối tượng nêu trong Đơn;

b) Bản sao Patent hoặc Văn bằng bảo hộ khác đã cấp trên cơ sở Đơn đã nộp ở nước ngoài cho đối tượng nêu trong Đơn.

23. Xem xét ý kiến của người thứ ba

Trong quá trình xét nghiệm nội dung Đơn, Cục Sở hữu trí tuệ phải xem xét ý kiến của người thứ ba (nếu có) về việc ủng hộ hoặc phản đối việc cấp Văn bằng bảo hộ. Cục Sở hữu trí tuệ phải thông báo cho người có ý kiến về việc ý kiến đó có được chấp nhận hay không, nếu không được chấp nhận phải nêu rõ lý do.

24. Yêu cầu sửa chữa thiếu sót về hình thức Đơn, giải thích nội dung Đơn

24.1. Trong quá trình xét nghiệm nội dung Đơn, Cục Sở hữu trí tuệ có quyền yêu cầu Người nộp đơn giải thích nội dung các tài liệu Đơn hoặc sửa chữa các thiếu sót về hình thức Đơn. Nếu Người nộp đơn không đáp ứng yêu cầu, Đơn bị coi như bị rút bỏ và không được tiếp tục xem xét.

24.2. Cục Sở hữu trí tuệ không được yêu cầu Người nộp đơn cung cấp các thông tin vượt quá phạm vi bản chất của đối tượng nêu trong Đơn, đặc biệt không được yêu cầu cung cấp các thông tin mà Người nộp đơn muốn giữ bí mật.

24.3. Mọi việc sửa đổi, bổ sung các tài liệu của Đơn đều phải do Người nộp đơn tự thực hiện. Cục Sở hữu trí tuệ không được phép trực tiếp thực hiện việc sửa đổi, bổ sung nói trên.

25. Đình chỉ xét nghiệm nội dung

25.1. Trong các trường hợp sau đây, việc xét nghiệm nội dung bị đình chỉ:

a) Đơn không thể hiện rõ bản chất của đối tượng: Các tài liệu liên quan đến bản chất của đối tượng như Bản mô tả, Yêu cầu bảo hộ, Bản vẽ (hoặc ảnh chụp) còn thiếu thông tin đến mức không thể xác định được nội dung bản chất của đối tượng hoặc các tài liệu đó không nhất quán đến mức không xác định được đối tượng;

b) Đối tượng không phù hợp với yêu cầu cấp Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp hoặc là đối tượng không được Nhà nước bảo hộ theo quy định tại Điều 787 Bộ Luật Dân sự và khoản 3 Điều 5 Nghị định;

c) Có yêu cầu đình chỉ việc xét nghiệm nội dung hoặc có tuyên bố rút/từ bỏ Đơn của Người nộp đơn.

25.2. Cục Sở hữu trí tuệ phải thông báo cho Người nộp đơn về việc đình chỉ xét nghiệm nội dung và lý do dẫn tới việc đình chỉ đó theo thủ tục giống như thủ tục thông báo kết quả xét nghiệm

nội dung quy định tại điểm 28 Thông tư này (trừ trường hợp việc đình chỉ được tiến hành theo yêu cầu của Người nộp đơn).

26. Khiếu nại lý do đình chỉ và Phục hồi xét nghiệm nội dung

26.1. Người nộp đơn có quyền phản đối lý do đình chỉ xét nghiệm nội dung và Cục Sở hữu trí tuệ có trách nhiệm xử lý theo thủ tục quy định tại Mục 3 Chương IV Thông tư này.

26.2. Nếu kết quả xử lý ý kiến của Người nộp đơn xác định rằng ý kiến của Người nộp đơn là xác đáng, Cục Sở hữu trí tuệ phục hồi việc xét nghiệm nội dung Đơn. Trong trường hợp này, Cục Sở hữu trí tuệ không được phép kéo dài thời hạn xét nghiệm nội dung.

27. Nội dung, trình tự đánh giá đối tượng theo các điều kiện (tiêu chuẩn) bảo hộ

27.1. Nội dung của việc đánh giá đối tượng theo các tiêu chuẩn bảo hộ là xác định đối tượng nêu trong Đơn có phù hợp với yêu cầu cấp Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp hay không, nếu phù hợp thì đánh giá đối tượng lần lượt theo từng tiêu chuẩn bảo hộ.

27.2. Việc đánh giá theo các tiêu chuẩn bảo hộ được tiến hành lần lượt theo từng đối tượng (nếu Đơn bao gồm nhiều đối tượng mà vẫn bảo đảm tính thống nhất). Với mỗi đối tượng việc đánh giá được tiến hành lần lượt theo từng tiêu chuẩn quy định chi tiết tại Chương III Thông tư này.

Việc đánh giá được tiến hành lần lượt theo từng sản phẩm (nếu Đơn đề cập tới bộ sản phẩm); trong trường hợp đề cập tới nhiều phương án thì việc đánh giá được bắt đầu từ phương án cơ bản.

27.3. Việc đánh giá mỗi đối tượng được kết thúc nếu:

a) Tìm thấy lý do để kết luận đối tượng không đáp ứng một tiêu chuẩn bảo hộ (trong trường hợp này, việc xét nghiệm nội

dung được kết thúc với kết luận rằng đối tượng không đáp ứng tiêu chuẩn bảo hộ).

b) Không tìm thấy lý do để kết luận rằng đối tượng không đáp ứng một tiêu chuẩn bảo hộ nào (trong trường hợp này, việc xét nghiệm nội dung được kết thúc với kết luận rằng đối tượng đáp ứng tiêu chuẩn bảo hộ).

28. Thông báo kết quả xét nghiệm nội dung

28.1. Kết quả xét nghiệm nội dung Đơn phải được Cục Sở hữu trí tuệ thông báo cho Người nộp đơn trong đó phải nêu rõ đối tượng có đáp ứng tiêu chuẩn bảo hộ hay không.

28.2. Nếu đối tượng nêu trong Đơn không phù hợp với yêu cầu cấp Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp hoặc nếu đối tượng phù hợp nhưng không đáp ứng tiêu chuẩn bảo hộ, trong Thông báo kết quả xét nghiệm nội dung phải nêu rõ dự định từ chối cấp Văn bằng bảo hộ, và nêu rõ lý do từ chối, đồng thời phải ấn định thời hạn 2 tháng tính từ ngày thông báo để Người nộp đơn có ý kiến; nếu phạm vi (khối lượng) bảo hộ quá rộng, trong Thông báo phải nêu rõ lý do và chỉ ra dự định thu hẹp phạm vi (khối lượng) bảo hộ.

28.3. Nếu đối tượng đáp ứng các tiêu chuẩn bảo hộ nhưng Đơn còn có các thiếu sót thì trong Thông báo kết quả xét nghiệm nội dung phải nêu rõ các thiếu sót đó và ấn định thời hạn 2 tháng tính từ ngày thông báo để Người nộp đơn có ý kiến hoặc sửa chữa thiếu sót, đồng thời phải thông báo việc sẽ từ chối cấp Văn bằng bảo hộ trong trường hợp Người nộp đơn không sửa chữa thiếu sót đạt yêu cầu hoặc không có ý kiến phản đối xác đáng.

28.4. Nếu đối tượng đáp ứng tiêu chuẩn bảo hộ, hoặc trường hợp nêu tại các điểm 28.2 và 28.3 Thông tư này mà Người nộp đơn đã thu hẹp phạm vi (khối lượng) bảo hộ để đối tượng đáp ứng tiêu chuẩn bảo hộ, hoặc đã sửa chữa thiếu sót đạt yêu cầu và/hoặc có ý kiến phản đối xác đáng, thì trong Thông báo kết quả xét nghiệm nội dung phải ấn định thời hạn để Người nộp

đơn nộp lệ phí công bố Văn bằng bảo hộ, lệ phí đăng bạ và cấp Văn bằng bảo hộ. Thời hạn nêu trên là 1 tháng kể từ ngày Người nộp đơn nhận được Thông báo hoặc 2 tháng kể từ ngày ra Thông báo, tùy theo ngày nào sớm hơn.

28.5. Nếu trong thời hạn đã ấn định Người nộp đơn không sửa chữa thiếu sót đạt yêu cầu và/hoặc không có ý kiến phản đối xác đáng thì Cục Sở hữu trí tuệ chính thức từ chối cấp Văn bằng bảo hộ.

Trường hợp Thông báo kết quả xét nghiệm nội dung ấn định thời hạn nộp phí, lệ phí theo quy định tại điểm 28.4 Thông tư này mà Người nộp đơn không nộp lệ phí công bố, lệ phí đăng bạ và lệ phí cấp Văn bằng bảo hộ trong thời hạn đã ấn định thì Cục Sở hữu trí tuệ từ chối cấp Văn bằng bảo hộ.

28.6. Đối với Đơn có nhiều đối tượng, nếu chỉ có một số trong số các đối tượng đó thuộc trường hợp nêu ở điểm 28.5 Thông tư này thì việc từ chối cấp Văn bằng bảo hộ chỉ liên quan đến những đối tượng đó (Văn bằng bảo hộ vẫn được cấp cho các đối tượng còn lại).

29. Thời hạn xét nghiệm nội dung

29.1. Thời hạn xét nghiệm nội dung Đơn là 06 tháng tính từ ngày công bố Đơn.

29.2. Nếu trong quá trình xét nghiệm nội dung Đơn, Người nộp đơn chủ động hoặc theo yêu cầu của Cục Sở hữu trí tuệ tiến hành việc sửa chữa, bổ sung tài liệu thì thời hạn xét nghiệm nội dung được kéo dài thêm 1 tháng. Trường hợp đơn được sửa chữa, bổ sung tài liệu theo yêu cầu của Cục Sở hữu trí tuệ thì thời hạn dành cho Người nộp đơn sửa đổi, bổ sung không được tính vào thời hạn xét nghiệm nội dung.

29.3. Trước ngày kết thúc thời hạn xét nghiệm nội dung, Cục Sở hữu trí tuệ phải gửi Thông báo kết quả xét nghiệm nội dung cho Người nộp đơn theo quy định tại điểm 28 Thông tư này.

Mục 6. SỬA ĐỔI ĐƠN

80. Sửa đổi, bổ sung, tách, chuyển nhượng Đơn

80.1. Trước khi Cục Sở hữu trí tuệ ra Thông báo từ chối chấp nhận Đơn, Thông báo từ chối cấp Văn bằng bảo hộ hoặc Quyết định cấp Văn bằng bảo hộ, Người nộp đơn có thể chủ động hoặc theo yêu cầu của Cục Sở hữu trí tuệ sửa đổi, bổ sung các tài liệu Đơn, kể cả tách Đơn (tách một hoặc một số kiểu dáng công nghiệp trong Đơn kiểu dáng công nghiệp).

Người nộp đơn phải nộp bản nội dung đã sửa đổi và bản thuyết minh nội dung sửa đổi so với nội dung chưa sửa đổi và phải nộp lệ phí theo quy định.

30.2. Việc sửa đổi, bổ sung Đơn không được mở rộng phạm vi (khối lượng) bảo hộ vượt quá nội dung đã bộc lộ trong Phần mô tả và không được làm thay đổi bản chất của đối tượng nêu trong Đơn. Nếu việc sửa chữa làm mở rộng phạm vi (khối lượng) bảo hộ hoặc làm thay đổi bản chất đối tượng thì Người nộp đơn phải nộp Đơn mới và mọi thủ tục được tiến hành lại từ đầu.

30.3. Các Đơn tách được giữ ngày nộp Đơn/(các) ngày ưu tiên của Đơn ban đầu. Đối với mỗi Đơn tách, Người nộp đơn phải nộp lệ phí nộp đơn và mọi khoản phí, lệ phí cho các thủ tục được thực hiện độc lập với Đơn ban đầu, nhưng không phải nộp thêm phí yêu cầu hưởng quyền ưu tiên. Đơn tách được xét nghiệm về hình thức và tiếp tục được xử lý theo các thủ tục chưa được hoàn tất đối với Đơn ban đầu. Ngày nộp yêu cầu tách Đơn được coi như ngày sửa đổi, bổ sung Đơn ban đầu để tính thời hạn xét nghiệm đơn. Đơn ban đầu (sau khi bị tách) tiếp tục được xử lý theo trình tự thông thường và Người nộp đơn phải nộp lệ phí sửa đổi, bổ sung đơn.

30.4. Người nộp đơn có thể yêu cầu ghi nhận thay đổi về tên, địa chỉ của Người nộp đơn và thay đổi Người nộp đơn (chuyển nhượng Đơn, chuyển dịch quyền đối với Đơn do thừa kế, sáp nhập, chia tách pháp nhân, theo phán quyết của Tòa án:..). Yêu cầu ghi nhận thay đổi phải được làm thành văn bản và người

yêu cầu phải nộp lệ phí theo quy định. Trong một văn bản có thể yêu cầu ghi nhận thay đổi liên quan đến nhiều Đơn với cùng một nội dung thay đổi cần ghi nhận, với điều kiện Người nộp đơn nộp lệ phí theo số lượng Đơn liên quan.

Chương III
ĐÁNH GIÁ ĐỐI TƯỢNG THEO TIÊU CHUẨN BẢO HỘ

31. Đánh giá sự phù hợp giữa đối tượng nêu trong Đơn và yêu cầu cấp bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp

31. 1. Hình dáng bên ngoài của sản phẩm - đối tượng được bảo hộ dưới danh nghĩa là kiểu dáng công nghiệp - là tập lợp cần và đủ các đặc điểm thẩm mỹ về hình khối, đường nét, mầu sắc xác định về ngoài của sản phẩm tương ứng.

31.2. Đối tượng nêu trong Đơn không được coi là hình dáng bên ngoài của sản phẩm nếu đối tượng đó là hình dáng bên trong (phần không nhìn thấy được trong quá trình sử dụng) của sản phẩm và trong trường hợp đó bị coi là không phù hợp với yêu cầu cấp Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp.

32. Đánh giá khả năng dùng làm mẫu để chế tạo sản phẩm của kiểu dáng công nghiệp

32.1. Theo khoản 2 Điều 5 Nghị định, một kiểu dáng công nghiệp được coi là có khả năng làm mẫu để chế tạo sản phẩm công nghiệp, thủ công nghiệp nếu có thể chế tạo hàng loạt sản phẩm có hình dáng bên ngoài là kiểu dáng công nghiệp đó.

32.2. Trong các trường hợp sau đây, đối tượng nêu trong Đơn bị coi là không có khả năng dùng làm mẫu để chế tạo sản phẩm với hình dáng bên ngoài trùng với đối tượng đó:

a) Đối tượng nêu trong Đơn là hình dáng ở một trạng thái không ổn định của sản phẩm (sản phẩm mang hình dáng không cố định);

b) Chỉ có thể tạo ra sản phẩm có hình dáng như đối tượng nêu trong Đơn nhờ có kỹ năng đặc biệt hoặc không thể lặp đi

lặp lại việc chế tạo ra sản phẩm với hình dáng như nêu trong Đơn;

c) Các hình dáng khác với lý do xác đáng.

33. Đánh giá tính mới của kiểu dáng công nghiệp

33.1. Kiểu dáng công nghiệp được nêu trong Đơn được coi là có tính mới nếu đáp ứng các điều kiện quy định tại khoản 1 Điều 5 Nghị định.

33.2. Nguồn thông tin tối thiểu bắt buộc

a) Để đánh giá tính mới của kiểu dáng công nghiệp nêu trong Đơn, ít nhất phải tiến hành tra cứu thông tin trong các nguồn bắt buộc sau đây:

- Các Đơn kiểu dáng công nghiệp được Cục Sở hữu trí tuệ công bố có ngày ưu tiên sớm hơn ngày ưu tiên của Đơn;

- Các Đơn kiểu dáng công nghiệp và các Văn bằng bảo hộ sở hữu công nghiệp đối với kiểu dáng công nghiệp do các Tổ chức, quốc gia khác công bố trong vòng 25 năm trước ngày ưu tiên của Đơn được lưu giữ tại cơ sở dữ liệu kiểu dáng công nghiệp có tại Cục Sở hữu trí tuệ;

- Các thông tin khác liên quan đến kiểu dáng công nghiệp do Cục Sở hữu trí tuệ thu thập và lưu giữ tại Cục.

b) Trong trường hợp cần thiết và có thể, việc tra cứu được mở rộng hơn so với Nguồn thông tin tối thiểu bắt buộc.

33.3. Các đặc điểm tạo dáng cơ bản của kiểu dáng công nghiệp

a) Đặc điểm tạo dáng cơ bản của một kiểu dáng công nghiệp là yếu tố nhất định về hình khối, đường nét, mầu sắc, tương quan vị trí hoặc tương quan kích thước cùng với các yếu tố khác tạo thành một tập hợp cần và đủ xác định bản chất của kiểu dáng công nghiệp đó.

b) Các yếu tố sau đây không được coi là đặc điểm tạo dáng cơ bản của kiểu dáng công nghiệp:

- Hình khối, đường nét được quyết định bởi chính chức năng kỹ thuật hoặc chức năng sử dụng của sản phẩm; ví dụ: hình dạng dẹt, phẳng của đĩa ghi dữ liệu được quyết định bởi chuyển động tương đối giữa đĩa và đầu đọc...;

- Yếu tố mà sự có mặt của nó trong tập hợp các dấu hiệu không đủ gây ấn tượng thẩm mỹ (ấn tượng về hình dáng của sản phẩm không thay đổi khi có mặt và không có mặt yếu tố đó); ví dụ sự thay đổi một hình khối, đường nét quen thuộc nhưng sự thay đổi đó không đủ để nhận biết, vì vậy hình khối/đường nét đã thay đổi vẫn chỉ được nhận biết là hình khối/đường nét cũ;

- Các từ ngữ, hình ảnh được gắn/dán... lên sản phẩm chỉ để thực hiện chức năng của nhãn hiệu hàng hóa hoặc/và thực hiện chức năng thông tin, hướng dẫn về nguồn gốc, đặc điểm, cấu tạo, công dụng, cách sử dụng... sản phẩm đó; ví dụ: các từ ngữ trên nhãn hàng hóa.

33.4. Tra cứu thông tin, Kiểu dáng đối chứng và Báo cáo tra cứu

a) Mục đích tra cứu thông tin là tìm các kiểu dáng công nghiệp trùng lặp hoặc tương tự gần nhất với kiểu dáng công nghiệp nêu trong Đơn, trong đó:

- Hai kiểu dáng công nghiệp được coi là trùng lặp với nhau nếu có cùng tập hợp các đặc điểm tạo dáng cơ bản y hệt nhau;

- Hai kiểu dáng công nghiệp được coi là tương tự nhau nếu có cùng tập hợp các đặc điểm tạo dáng cơ bản có phần lớn đặc điểm tạo dáng cơ bản giống nhau.

b) Kiểu dáng đối chứng

Kiểu dáng đối chứng là kiểu dáng công nghiệp trùng lặp hoặc/và kiểu dáng công nghiệp tương tự gần nhất (có nhiều nhất các đặc điểm tạo dáng cơ bản trùng lặp thuộc tập hợp đã ấn định) với kiểu dáng công nghiệp nêu trong Đơn.

c) Báo cáo tra cứu

Kết quả tra cứu phải được thể hiện trong Báo cáo tra cứu, trong đó phải ghi rõ lĩnh vực tra cứu, phạm vi tra cứu, kết quả tìm kiếm trong phạm vi đó (thống kê các kiểu dáng công nghiệp đối chứng được tìm thấy, chỉ rõ nguồn công bố hoặc thông tin, ngày công bố hoặc bộc lộ) và họ tên Người lập Báo cáo (Người tra cứu).

33.5. Kết luận về tính mới của kiểu dáng công nghiệp

a) Để có cơ sở kết luận kiểu dáng công nghiệp nêu trong Đơn có tính mới hay không, phải tiến hành so sánh tập hợp các đặc điểm tạo dáng cơ bản của kiểu dáng công nghiệp đó với tập hợp các đặc điểm tạo dáng cơ bản của kiểu dáng công nghiệp đối chứng.

b) Kiểu dáng công nghiệp nêu trong Đơn được coi là mới nếu:

- Không tìm thấy kiểu dáng công nghiệp đối chứng trong nguồn thông tin tối thiểu; hoặc

- Mặc dù có tìm thấy kiểu dáng công nghiệp đối chứng trong nguồn thông tin tối thiểu nhưng kiểu dáng công nghiệp nêu trong Đơn có ít nhất một đặc điểm tạo dáng cơ bản không có mặt trong tập hợp các đặc điểm tạo dáng cơ bản của kiểu dáng công nghiệp đối chứng, và

- Kiểu dáng công nghiệp không phải là hình dáng bên ngoài của sản phẩm đã được biết đến một cách rộng rãi (không phải là sự thay đổi vị trí hoặc lắp ghép, kết hợp các đặc điểm của các kiểu dáng công nghiệp đã biết hoặc mang hình dáng tự nhiên vốn có của cây cối, hoa quả, các loài động vật..., hình dáng của các hình hình học đã được biết rộng rãi (ví dụ: hình tròn, hình elíp, hình tam giác, hình vuông, chữ nhật, hình đa giác đều, các hình lăng trụ có mặt cắt là các hình kể trên...), hình dáng các sản phẩm, công trình đã nổi tiếng ở Việt Nam hoặc trên thế giới (ví dụ: tháp Rùa, tượng ông Phúc - Lộc - Thọ, tháp Ep-phen...), kiểu dáng chỉ có giá trị thẩm mỹ như các tác phẩm điêu khắc, các loại tranh, tượng...).

34. Kết luận về khả năng được bảo hộ; xác định phạm vi (khối lượng) bảo hộ kiểu dáng công nghiệp

34.1. Nếu không có lý do để khẳng định rằng kiểu dáng công nghiệp nêu trong Đơn không đáp ứng ít nhất một tiêu chuẩn bảo hộ nào đó, Cục Sở hữu trí tuệ kết luận rằng kiểu dáng công nghiệp đó đủ tiêu chuẩn bảo hộ (đủ tiêu chuẩn cấp Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp). Trong trường hợp ngược lại, Cục Sở hữu trí tuệ kết luận rằng kiểu dáng công nghiệp không đủ tiêu chuẩn được bảo hộ và từ chối cấp Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp.

34.2. Trong trường hợp kiểu dáng công nghiệp đủ tiêu chuẩn được bảo hộ, phạm vi (khối lượng) bảo hộ được xác định bằng Yêu cầu bảo hộ, trong đó phải chỉ ra đặc điểm tạo dáng khác biệt của kiểu dáng công nghiệp và được thể hiện trên hình vẽ/ảnh chụp.

Chương IV
CẤP, ĐĂNG BẠ, KHIẾU NẠI, ĐÌNH CHỈ, HỦY BỎ HIỆU LỰC VĂN BẰNG BẢO HỘ

Mục 1. CẤP, CẤP LẠI VĂN BẰNG BẢO HỘ; CẤP, CẤP LẠI PHÓ BẢN VĂN BẰNG BẢO HỘ

35. Cấp Văn bằng bảo hộ

35.1. Trong thời hạn 10 ngày kể từ ngày Người nộp đơn nộp đầy đủ và đúng hạn các khoản phí, lệ phí quy định tại điểm 28.4 Thông tư này, Cục Sở hữu trí tuệ tiến hành các thủ tục cấp Văn bằng bảo hộ theo quy định tại Điều 23 và Điều 26 Nghị định.

Sau khi được cấp Văn bằng bảo hộ, nếu Chủ Văn bằng bảo hộ thấy có sai sót thì có quyền yêu cầu Cục Sở hữu trí tuệ sửa chữa Văn bằng bảo hộ. Nếu sai sót do Người nộp đơn gây ra, Chủ Văn bằng bảo hộ phải nộp phí sửa đổi, bổ sung. Nếu sai sót do Cục Sở hữu trí tuệ gây ra, Chủ Văn bằng bảo hộ không phải nộp khoản phí đó. Việc sửa đổi nói trên không được làm thay đổi bản chất, đối tượng, phạm vi (khối lượng) bảo hộ.

35.2. Kể từ ngày Cục Sở hữu trí tuệ ra Quyết định cấp Văn bằng bảo hộ, Người nộp đơn không được chuyển nhượng Đơn cho người khác. Nếu Hợp đồng chuyển nhượng Đơn đã được ký giữa Người nộp đơn với người khác nhưng chưa làm thủ tục tại Cục Sở hữu trí tuệ, Hợp đồng đó phải chuyển thành Hợp đồng chuyển giao quyền sở hữu kiểu dáng công nghiệp theo Văn bằng bảo hộ mới được thừa nhận.

36. Quyền yêu cầu cấp, cấp lại Phó bản Văn bằng bảo hộ và cấp lại Văn bằng bảo hộ

36.1. Trường hợp quyền sở hữu công nghiệp thuộc sở hữu chung, những chủ sở hữu chung không được Cục Sở hữu trí tuệ trao Văn bằng bảo hộ theo quy định tại khoản 3 Điều 26 Nghị định có thể nộp đơn yêu cầu cấp Phó bản Văn bằng bảo hộ cho Cục Sở hữu trí tuệ, với điều kiện phải nộp lệ phí cấp Phó bản Văn bằng bảo hộ.

36.2. Trong các trường hợp sau đây, chủ sở hữu công nghiệp đã được cấp Văn bằng bảo hộ (kể cả Phó bản Văn bằng bảo hộ) có thể nộp đơn yêu cầu cấp lại Văn bằng bảo hộ, Phó bản Văn bằng bảo hộ cho Cục Sở hữu trí tuệ, với điều kiện phải nộp lệ phí cấp Văn bằng bảo hộ:

a) Văn bằng bảo hộ, Phó bản Văn bằng bảo hộ bị mất, với điều kiện phải giải trình lý do xác đáng;

b) Văn bằng bảo hộ, Phó bản Văn bằng bảo hộ bị hỏng (rách, bẩn, phai mờ... đến mức không sử dụng được), với điều kiện phải nộp lại Văn bằng bảo hộ đã hỏng đó.

37. Hồ sơ yêu cầu cấp, cấp lại Phó bản Văn bằng bảo hộ, cấp lại Văn bằng bảo hộ

Hồ sơ yêu cầu cấp, cấp lại Phó bản Văn bằng bảo hộ hoặc cấp lại Văn bằng bảo hộ gồm các tài liệu sau:

a) Tờ khai yêu cầu cấp, cấp lại Phó bản Văn bằng bảo hộ hoặc cấp lại Văn bằng bảo hộ (làm theo mẫu quy định tại Phụ lục của Thông tư này);

b) Văn bản giải trình lý do khiến Văn bằng bảo hộ, Phó bản Văn bằng bảo hộ bị mất; hoặc Văn bằng bảo hộ/phó bản Văn bằng bảo hộ bị hỏng (trường hợp yêu cầu cấp lại Văn bằng bảo hộ);

c) Giấy ủy quyền (trường hợp nộp đơn thông qua đại diện);

d) Chứng từ nộp lệ phí cấp Văn bằng bảo hộ hoặc lệ phí cấp Phó bản Văn bằng bảo hộ.

38. Xử lý Hồ sơ yêu cầu cấp, cấp lại Phó bản Văn bằng bảo hộ, cấp lại Văn bằng bảo hộ

38.1. Cục Sở hữu trí tuệ phải xem xét Hồ sơ yêu cầu cấp, cấp lại Phó bản Văn bằng bảo hộ hoặc cấp lại Văn bằng bảo hộ trong thời hạn 1 tháng tính từ ngày nhận Hồ sơ. Trường hợp Hồ sơ đáp ứng các quy định trên đây, Cục Sở hữu trí tuệ ra Quyết định cấp, cấp lại Phó bản Văn bằng bảo hộ hoặc Quyết định cấp lại Văn bằng bảo hộ và ghi nhận vào mục đăng bạ của Văn bằng bảo hộ tương ứng trong Sổ đăng ký quốc gia.

38.2. Nội dung Phó bản Văn bằng bảo hộ thể hiện đầy đủ các thông tin của Văn bằng bảo hộ tương ứng. Nội dung bản cấp lại của Văn bằng bảo hộ/Phó bản Văn bằng bảo hộ thể hiện đầy đủ các thông tin của Văn bằng bảo hộ/Phó bản Văn bằng bảo hộ cấp lần đầu và phải kèm theo chỉ dẫn "Phó bản" hoặc "Bản cấp lại".

38.3. Trong trường hợp Hồ sơ không đáp ứng quy định điểm 37 Thông tư này, Cục Sở hữu trí tuệ ra Thông báo từ chối cấp Phó bản hoặc Thông báo từ chối cấp lại Văn bằng bảo hộ, trong đó có nêu rõ lý do.

Mục 2. ĐĂNG BẠ QUỐC GIA, CÔNG BỐ QUYẾT ĐỊNH CẤP VĂN BẰNG BẢO HỘ

39. Sổ đăng ký quốc gia về kiểu dáng công nghiệp

39.1. Sổ đăng ký quốc gia (Đăng bạ) về kiểu dáng công nghiệp là cơ sở dữ liệu chính thức, công khai, thể hiện đầy đủ

thông tin về tình trạng pháp lý của quyền sở hữu công nghiệp đã được xác lập của Nhà nước đối với kiểu dáng công nghiệp.

39.2. Đăng bạ bao gồm các mục tương ứng với từng Văn bằng bảo hộ, mỗi mục bao gồm thông tin về Văn bằng bảo hộ (số, ngày cấp Văn bằng bảo hộ; tên đối tượng được bảo hộ, phạm vi (khối lượng) bảo hộ, thời hạn hiệu lực; tên và địa chỉ của chủ Văn bằng bảo hộ, họ tên tác giả; thông tin về Đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ (số đơn, ngày nộp đơn, ngày ưu tiên của Đơn, tên Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp (nếu có); thông tin về việc sửa đổi Văn bằng bảo hộ, tình trạng hiệu lực Văn bằng bảo hộ (duy trì hiệu lực, đình chỉ hiệu lực, hủy bỏ hiệu lực); chuyển giao quyền sở hữu, chuyển giao quyền sử dụng kiểu dáng công nghiệp; số, ngày cấp và người được cấp Phó bản hoặc cấp lại Văn bằng bảo hộ.

39.3. Đăng bạ do Cục Sở hữu trí tuệ lập và lưu giữ dưới dạng giấy, điện tử hoặc các phương tiện khác. Bất kỳ người nào cũng có thể tra cứu Đăng bạ điện tử (nếu có) hoặc yêu cầu Cục Sở hữu trí tuệ cấp bản sao Đăng bạ (trích sao các mục trong Đăng bạ). Người yêu cầu cấp bản sao Đăng bạ phải nộp phí cấp bản sao.

40. Công bố Quyết định cấp Văn bằng bảo hộ

Mọi Văn bằng bảo hộ đã được cấp đều phải được Cục Sở hữu trí tuệ công bố trên Công báo Sở hữu công nghiệp trong tháng thứ 2 kể từ ngày ra Quyết định. Người nộp Đơn phải nộp lệ phí công bố.

Các thông tin được công bố gồm thông tin ghi trong Quyết định tương ứng; một hoặc một số ảnh chụp hoặc bản vẽ thể hiện kiểu dáng công nghiệp.

Mục 3. KHIẾU NẠI LIÊN QUAN ĐẾN THỦ TỤC CẤP VĂN BẰNG BẢO HỘ

41. Người có quyền khiếu nại, đối tượng và thời hiệu khiếu nại

41.1. Người có quyền khiếu nại quy định tại khoản 1 Điều 27

Nghị định, trong thời hiệu quy định tại khoản 3 Điều 27 Nghị định có quyền tiến hành các thủ tục khiếu nại các Thông báo từ chối chính thức và các Quyết định của Cục Sở hữu trí tuệ liên quan tới việc đăng ký kiểu dáng công nghiệp .

41.2. Thời hiệu khiếu nại lần đầu quy định tại khoản 3 Điều 27 Nghị định được áp dụng phù hợp với Điều 3 1 Luật Khiếu nại, Tố cáo là 90 ngày tính từ ngày người có quyền khiếu nại nhận được hoặc biết được Thông báo, Quyết định của Cục Sở hữu trí tuệ về việc từ chối chấp nhận Đơn, việc cấp hoặc từ chối cấp Văn bằng bảo hộ.

42. Hồ sơ khiếu nại

42.1. Yêu cầu chung

Hồ sơ khiếu nại phải đáp ứng yêu cầu về hình thức quy định tại các điểm từ 5.1.a đến 5.1.e Thông tư này. Mỗi Hồ sơ khiếu nại đề cập một Quyết định hoặc Thông báo bị khiếu nại. Một Hồ sơ khiếu nại cũng có thể đề cập nhiều Quyết định hoặc Thông báo nếu có cùng một nội dung và lý lẽ khiếu nại, với điều kiện người khiếu nại phải nộp phí khiếu nại theo quy định đối với từng Quyết định và Thông báo bị khiếu nại.

42.2. Hồ sơ khiếu nại phải gồm:

a) Tờ khai khiếu nại, làm theo mẫu quy định tại Phụ lục của Thông tư này;

b) Bản sao Quyết định hoặc Thông báo bị khiếu nại;

c) Bản sao Quyết định giải quyết khiếu nại lần thứ nhất (đối với khiếu nại lần thứ hai);

d) Chứng cứ chứng minh lý lẽ khiếu nại (nếu cần);

e) Giấy ủy quyền (trường hợp nộp đơn thông qua đại diện);

f) Chứng từ nộp phí khiếu nại.

42.3. Chứng cứ là tài liệu (bằng chứng) hoặc hiện vật (vật chứng) dùng để chứng minh, làm rõ lý lẽ khiếu nại.

Chứng cứ phải đáp ứng các yêu cầu sau:

a) Bằng chứng có thể là tài liệu bằng tiếng nước ngoài với điều kiện phải kèm theo bản dịch ra tiếng Việt trong trường hợp người có thẩm quyền giải quyết khiếu nại yêu cầu;

b) Trong trường hợp bằng chứng là tài liệu do cá nhân, tổ chức không có con dấu hoặc của các cá nhân, tổ chức nước ngoài đứng tên chủ thể thì phải được cơ quan Công chứng hoặc của cơ quan có thẩm quyền xác nhận chữ ký;

c) Trong trường hợp bằng chứng là các vật mang tin (ấn phẩm, băng hình...) thì tùy từng trường hợp phải chỉ rõ xuất xứ, thời gian phát hành, công bố của các tài liệu nêu trên, hoặc chỉ rõ xuất xứ, thời gian công bố của các thông tin được thể hiện trên các vật mang tin đó;

d) Vật chứng phải kèm tài liệu mô tả rõ các đặc điểm có liên quan trực tiếp tới nội dung khiếu nại.

43. Trách nhiệm của người khiếu nại

Người khiếu nại phải bảo đảm sự trung thực trong việc cung cấp chứng cứ và phải chịu trách nhiệm về hậu quả của việc cung cấp chứng cứ không trung thực.

44. Rút Hồ sơ khiếu nại

44.1. Vào bất kỳ thời điểm nào, người khiếu nại có thể gửi văn bản thông báo việc rút Hồ sơ khiếu nại. Nếu việc rút Hồ sơ khiếu nại được thực hiện bởi Tổ chức đại diện sở hữu công nghiệp thì quyền rút đơn khiếu nại phải được người khiếu nại nêu rõ trong Giấy ủy quyền.

44.2. Hồ sơ đã rút bị coi như không được nộp. Người khiếu nại không được hoàn trả Hồ sơ và các khoản phí khiếu nại đã nộp.

45. Thụ lý Hồ sơ khiếu nại

45.1. Trong thời hạn 10 ngày kể từ ngày nhận Hồ sơ khiếu

nại, người có thẩm quyền giải quyết khiếu nại phải kiểm tra Hồ sơ theo các yêu cầu về hình thức và ra thông báo bằng văn bản cho người khiếu nại về việc Hồ sơ khiếu nại có được thụ lý hay không, trong đó ghi nhận ngày thụ lý Hồ sơ hoặc nêu rõ lý do không thụ lý Hồ sơ.

45.2. Hồ sơ khiếu nại không được thụ lý trong các trường hợp sau:

a) Người khiếu nại không có quyền khiếu nại;

b) Hồ sơ khiếu nại nộp ngoài thời hiệu quy định;

c) Hồ sơ khiếu nại không đáp ứng các yêu cầu quy định tại các điểm trên đây.

46. Bên liên quan

46. 1 . Đối với những Hồ sơ khiếu nại đã thụ lý, người có thẩm quyền giải quyết khiếu nại thông báo bằng văn bản về nội dung khiếu nại cho người có quyền và lợi ích liên quan trực tiếp ("Bên liên quan") và ấn định thời hạn để người đó có ý kiến. Thời hạn nêu trên là 2 tháng kể từ ngày ra thông báo.

46.2. Bên liên quan có quyền cung cấp thông tin, chứng cứ biện minh cho lý lẽ của mình.

46.3. Nếu kết thúc thời hạn nêu trên mà Bên liên quan không có ý kiến thì khiếu nại sẽ được giải quyết trên cơ sở ý kiến của người khiếu nại.

47. Quyết định giải quyết khiếu nại

Căn cứ vào lập luận, chứng cứ của người khiếu nại và Bên liên quan, người có thẩm quyền giải quyết khiếu nại phải ra quyết định giải quyết khiếu nại trong thời hạn giải quyết khiếu nại quy định tại khoản 4 Điều 27 Nghị định.

Trước khi ra Quyết định giải quyết khiếu nại, người có thẩm quyền giải quyết khiếu nại phải thông báo cho người khiếu nại và Bên liên quan về những lập luận và chứng cứ của bên kia

được sử dụng để giải quyết khiếu nại cũng như dự định giải quyết khiếu nại và ấn định thời hạn 2 tháng kể từ ngày ra thông báo để các bên có ý kiến.

Thời gian dành để người khiếu nại và Bên liên quan cung cấp lập luận, chứng cứ theo yêu cầu của người có thẩm quyền giải quyết khiếu nại được coi là thời gian dành cho việc sửa đổi, bổ sung Hồ sơ và không tính vào thời hạn giải quyết khiếu nại.

48. Hiệu lực của Quyết định giải quyết khiếu nại

Bất kỳ thủ tục sở hữu công nghiệp nào phụ thuộc vào kết quả giải quyết khiếu nại cũng chỉ được thực hiện trên cơ sở:

Quyết định giải quyết khiếu nại lần đầu, nếu người khiếu nại không khiếu nại lần thứ hai hoặc không khởi kiện hành chính; hoặc

Quyết định giải quyết khiếu nại lần thứ hai hoặc Quyết định của Tòa án nếu người khiếu nại tiến hành khiếu nại lần thứ hai hoặc khởi kiện hành chính.

Mục 4. ĐÌNH CHỈ, HỦY BỎ HIỆU LỰC VĂN BẰNG BẢO HỘ

49. Quyền yêu cầu đình chỉ, hủy bỏ hiệu lực Văn bằng bảo hộ

Trong thời hạn hiệu lực của Văn bằng bảo hộ, bất kỳ người nào cũng có quyền yêu cầu đình chỉ, hủy bỏ hiệu lực Văn bằng bảo hộ theo quy định tại các Điều 28, 29 Nghị định theo trình tự, thủ tục quy định tại Mục này.

50. Hồ sơ yêu cầu đình chỉ/hủy bỏ hiệu lực Văn bằng bảo hộ

50.1. Hồ sơ yêu cầu đình chỉ/hủy bỏ hiệu lực Văn bằng bảo hộ phải đáp ứng yêu cầu về hình thức quy định tại các điểm từ 5.1.a đến 5.1.e Thông tư này.

50.2. Một Hồ sơ có thể yêu cầu đình chỉ/hủy bỏ hiệu lực nhiều Văn bằng bảo hộ nếu có cùng một lý lẽ, với điều kiện người yêu cầu phải nộp lệ phí theo quy định đối với từng Văn bằng bảo hộ.

50.3. Hồ sơ yêu cầu đình chỉ/hủy bỏ hiệu lực Văn bằng bảo hộ phải gồm:

a) Tờ khai yêu cầu đình chỉ/hủy bỏ hiệu lực Văn bằng bảo hộ, làm theo mẫu quy định tại Phụ lục của Thông tư này;

b) Chứng cứ (nếu cần);

c) Giấy ủy quyền (trường hợp nộp đơn thông qua đại diện);

d) Chứng từ nộp lệ phí.

51. Xử lý Hồ sơ yêu cầu đình chỉ/hủy bỏ hiệu lực Văn bằng bảo hộ

51.1. Hồ sơ yêu cầu đình chỉ/hủy bỏ hiệu lực Văn bằng bảo hộ được xử lý theo trình tự giải quyết đơn khiếu nại quy định tại các điểm 45, 46, 47 và 48 Thông tư này.

51.2. Nếu không đồng ý với kết quả xử lý Hồ sơ yêu cầu đình chỉ/hủy bỏ hiệu lực Văn bằng bảo hộ của Cục Sở hữu trí tuệ, Người yêu cầu hoặc/và Bên liên quan có quyền khiếu nại Quyết định hoặc Thông báo liên quan theo thủ tục quy định tại các điểm 45, 46, 47 và 48 Thông tư này.

51.3. Nội dung đình chỉ/hủy bỏ hiệu lực Văn bằng bảo hộ được công bố trên Công báo Sở hữu công nghiệp và được ghi nhận vào Sổ đăng ký quốc gia về kiểu dáng công nghiệp.

51.4. Nếu người yêu cầu đình chỉ hiệu lực là Chủ Văn bằng bảo hộ, Cục Sở hữu trí tuệ chỉ xem xét việc đình chỉ đó có ảnh hưởng đến quyền lợi của người thứ ba hay không (có hay không tồn tại hợp đồng li-xăng đối tượng liên quan đang có hiệu lực) mà không xử lý Hồ sơ theo thủ tục quy định tại điểm 51.1 và 51.2 Thông tư này.

Chương V
SỬA ĐỔI, GIA HẠN HIỆU LỰC VĂN BẰNG BẢO HỘ

Mục 1. SỬA ĐỔI VĂN BẰNG BẢO HỘ

52. Quyền yêu cầu sửa đổi Văn bằng bảo hộ

Chủ Văn bằng bảo hộ có quyền yêu cầu Cục Sở hữu trí tuệ ghi nhận mọi sự thay đổi về tên, địa chỉ của Chủ Văn bằng bảo hộ và thay đổi về Chủ Văn bằng bảo hộ (chuyển dịch quyền sở hữu do thừa kế, sáp nhập, phân tách, chuyển đổi hình thức pháp lý của cơ sở kinh doanh hoặc theo quyết định của Tòa án...). Người thụ hưởng quyền của Chủ Văn bằng bảo hộ cũng có quyền yêu cầu ghi nhận thay đổi về Chủ Văn bằng bảo hộ.

Người yêu cầu ghi nhận thay đổi tên và địa chỉ, thay đổi về Chủ Văn bằng bảo hộ phải nộp lệ phí sửa đổi Văn bằng bảo hộ.

53. Đơn yêu cầu sửa đổi Văn bằng bảo hộ

Để được sửa đổi các nội dung trên đây, Chủ Văn bằng bảo hộ phải nộp cho Cục Sở hữu trí tuệ đơn yêu cầu sửa đổi Văn bằng bảo hộ, gồm:

a) Tờ khai yêu cầu sửa đổi Văn bằng bảo hộ, làm theo mẫu quy định tại Phụ lục của Thông tư này;

b) Bản gốc Văn bằng bảo hộ;

c) Tài liệu xác nhận việc thay đổi Chủ Văn bằng bảo hộ (Giấy chứng nhận quyền thừa kế, Giấy chứng nhận về việc sáp nhập, hợp nhất, phân tách pháp nhân, Quyết định của Tòa án...) (trường hợp yêu cầu ghi nhận thay đổi về Chủ Văn bằng bảo hộ);

d) Chứng từ nộp lệ phí sửa đổi Văn bằng bảo hộ;

e) Giấy ủy quyền (trường hợp nộp đơn thông qua đại diện).

54. Một yêu cầu sửa đổi nhiều Văn bằng bảo hộ

Một đơn yêu cầu sửa đổi Văn bằng bảo hộ có thể liên quan đến nhiều Văn bằng bảo hộ và có thể hợp nhất với đơn yêu cầu

quy định tại các điểm 30.1, 30.2 và 30.4 Thông tư này nếu có cùng nội dung thay đổi, với điều kiện người yêu cầu phải nộp lệ phí cho từng Văn bằng bảo hộ và/hoặc đơn liên quan.

55. Xử lý đơn yêu cầu sửa đổi Văn bằng bảo hộ

Cục Sở hữu trí tuệ xem xét Đơn yêu cầu sửa đổi Văn bằng bảo hộ trong thời hạn 1 tháng tính từ ngày nhận đơn. Nếu xét thấy đơn hợp lệ, Cục Sở hữu trí tuệ tiến hành việc sửa đổi Văn bằng bảo hộ, đăng bạ và công bố sự thay đổi đó trên Công báo Sở hữu công nghiệp. Trong trường hợp ngược lại Cục Sở hữu trí tuệ thông báo cho Người nộp đơn dự định từ chối sửa đổi, có nêu rõ lý do và ấn định thời hạn 2 tháng kể từ ngày thông báo để người yêu cầu sửa chữa thiếu sót hoặc có ý kiến phản đối. Nếu trong thời hạn đã ấn định người yêu cầu không sửa chữa thiếu sót hoặc sửa chữa thiếu sót không đạt yêu cầu và/hoặc không có ý kiến phản đối hoặc ý kiến phản đối không xác đáng, thì Cục Sở hữu trí tuệ ra Thông báo chính thức từ chối yêu cầu.

Mục 2. GIA HẠN HIỆU LỰC VĂN BẰNG BẢO HỘ

56. Điều kiện gia hạn

Để được gia hạn hiệu lực Văn bằng bảo hộ kiểu dáng công nghiệp, trong vòng 6 tháng trước ngày Văn bằng bảo hộ hết hiệu lực, Chủ Văn bằng bảo hộ phải nộp Hồ sơ yêu cầu gia hạn cho Cục Sở hữu trí tuệ.

Hồ sơ yêu cầu gia hạn có thể nộp muộn hơn thời hạn quy định trên đây nhưng không được quá 06 tháng tính từ ngày Văn bằng bảo hộ hết hiệu lực và người yêu cầu gia hạn phải nộp lệ phí gia hạn cộng với 10% lệ phí gia hạn cho mỗi tháng nộp muộn.

57. Hồ sơ yêu cầu gia hạn

Hồ sơ yêu cầu gia hạn hiệu lực Văn bằng bảo hộ gồm các tài liệu sau đây:

a) Tờ khai yêu cầu gia hạn hiệu lực Văn bằng bảo hộ, làm theo mẫu quy định tại Phụ lục của Thông tư này;

b) Bản gốc Văn bằng bảo hộ (trường hợp yêu cầu ghi nhận việc gia hạn vào Văn bằng bảo hộ);

c) Chứng từ nộp lệ phí gia hạn;

d) Giấy ủy quyền (trường hợp nộp Hồ sơ thông qua đại diện).

58. Xử lý Hồ sơ yêu cầu gia hạn

Cục Sở hữu trí tuệ phải xem xét Hồ sơ yêu cầu gia hạn trong thời hạn 01 tháng tính từ ngày nhận Hồ sơ. Cục Sở hữu trí tuệ ra Quyết định gia hạn, ghi nhận vào Văn bằng bảo hộ theo yêu cầu của Chủ Văn bằng bảo hộ, đăng bạ và công bố trên Công báo Sở hữu công nghiệp nếu đơn không thuộc các trường hợp sau đây:

a) Hồ sơ xin gia hạn không hợp lệ, hoặc được nộp không đúng thủ tục quy định;

b) Người yêu cầu gia hạn không phải là Chủ Văn bằng bảo hộ tương ứng.

Nếu Hồ sơ thuộc một trong các trường hợp nêu trên, Cục Sở hữu trí tuệ ra thông báo dự định từ chối gia hạn, có nêu rõ lý do và ấn định thời hạn 2 tháng để Người yêu cầu sửa chữa thiếu sót và/hoặc phản đối. Nếu trong thời hạn đã ấn định Người yêu cầu không sửa chữa thiếu sót đạt yêu cầu hoặc không có ý kiến phản đối xác đáng thì Cục Sở hữu trí tuệ phải ra thông báo chính thức từ chối gia hạn.

Chương VI
THU, HOÀN PHÍ VÀ LỆ PHÍ; GIA HẠN, ĐOẢN HẠN

59. Thu phí, lệ phí

Khi tiếp nhận Hồ sơ/Đơn hoặc yêu cầu tiến hành bất kỳ thủ tục nào khác, Cục Sở hữu trí tuệ phải kiểm tra chứng từ nộp phí, lệ phí.

Nếu phí, lệ phí chưa được nộp đủ theo quy định, Cục Sở hữu trí tuệ lập Phiếu báo thu, trong đó ghi rõ từng khoản và mức phí, lệ phí cần nộp và gửi cho Người nộp Đơn. Với các khoản đã nộp, người nộp phí, lệ phí được cấp 2 liên Biên lai thu phí, lệ phí

trong đó ghi rõ từng khoản và mức phí, lệ phí đã nộp, trong đó 1 liên Người nộp Hồ sơ/Đơn phải nộp trong Hồ sơ/Đơn làm chứng từ nộp phí, lệ phí.

60. Hoàn phí, lệ phí

Các khoản phí, lệ phí đã nộp được hoàn trả một phần hoặc toàn bộ theo yêu cầu của Người nộp phí, lệ phí trong các trường hợp sau:

a) Phí, lệ phí đã nộp vượt mức quy định;

b) Trường hợp quy định tại đoạn thứ hai khoản 2 Điều 32 Nghị định.

61. Hình thức hoàn phí, lệ phí

Người yêu cầu hoàn phí, lệ phí được lựa chọn một trong hai phương thức hoàn: trực tiếp tại Cục Sở hữu trí tuệ hoặc qua cơ quan trung chuyển (bưu điện, ngân hàng...) hoặc chuyển số phí, lệ phí được hoàn sang thành phí, lệ phí của thủ tục khác. Trường hợp hoàn phí, lệ phí qua cơ quan trung chuyển, người được hoàn phí, lệ phí phải chịu chi phí chuyển tiền. Người yêu cầu hoàn phí, lệ phí phải nộp tờ khai yêu cầu hoàn phí, lệ phí, làm theo mẫu do Cục Sở hữu trí tuệ ban hành, trong đó nêu rõ phương thức hoàn phí, lệ phí được lựa chọn.

Trường hợp chấp nhận yêu cầu hoàn phí, lệ phí, Cục Sở hữu trí tuệ lập Phiếu báo hoàn, trong đó ghi rõ mức tiền được hoàn và phương thức hoàn, và gửi cho Người yêu cầu. Người được hoàn phí, lệ phí phải ký vào chứng từ hoàn do Cục Sở hữu trí tuệ lập.

Trường hợp không chấp nhận yêu cầu hoàn phí, lệ phí Cục Sở hữu trí tuệ gửi thông báo cho Người yêu cầu, trong đó nêu rõ lý do từ chối.

62. Gia hạn

Ngoài các thời hạn mà pháp luật quy định rõ là được phép gia hạn, các thời hạn do Cục Sở hữu trí tuệ ấn định dành cho

việc sửa đổi, bổ sung tài liệu và phản bác ý kiến, dự định của Cục Sở hữu trí tuệ có thể được gia hạn 1 lần, bằng đúng thời hạn đó theo yêu cầu của người tiến hành thủ tục liên quan, với điều kiện người yêu cầu phải nộp phí gia hạn (phí xem xét hồ sơ sau thời hạn).

63. Đoản hạn

Người tiến hành các thủ tục sở hữu công nghiệp trước Cục Sở hữu trí tuệ và cơ quan có thẩm quyền có thể yêu cầu các cơ quan đó thực hiện thủ tục trước thời hạn quy định với điều kiện người yêu cầu phải nộp phí xem xét hồ sơ trước thời hạn.

Tùy theo khả năng và điều kiện cụ thể, Cục Sở hữu trí tuệ và cơ quan có thẩm quyền có thể chấp nhận hoặc từ chối yêu cầu thực hiện thủ tục trước thời hạn quy định.

Chương VII
CÁC QUY ĐỊNH CUỐI CÙNG

64. Trách nhiệm của người thi hành công vụ về sở hữu công nghiệp

64.1. Cán bộ, công chức hoặc người làm việc theo hợp đồng của Cục Sở hữu trí tuệ và các cơ quan có thẩm quyền được giao nhiệm vụ thực hiện các thủ tục quy định tại Thông tư này (sau đây gọi là người thi hành công vụ về sở hữu công nghiệp) có nghĩa vụ tuân thủ các quy định pháp luật liên quan đến công việc mà mình thực hiện.

64.2. Người thi hành công vụ về sở hữu công nghiệp có hành vi vi phạm pháp luật thì bị xử lý kỷ luật theo quy định tại Nghị định số 97/1998/NĐ-CP ngày 17/11/1998 của Chính phủ về xử lý kỷ luật và trách nhiệm vật chất đối với công chức và Bộ Luật Lao động.

64.3. Người thi hành công vụ về sở hữu công nghiệp có hành vi vi phạm pháp luật gây thiệt hại cho người khác thì phải bồi thường thiệt hại theo quy định tại Nghị định số 47/CP ngày 03/5/1997 của Chính phủ về việc giải quyết bồi thường thiệt hại

do công chức, viên chức Nhà nước, người có thẩm quyền của cơ quan tố tụng gây ra.

65. Khiếu nại

Ngoài các Quyết định, Thông báo liên quan đến thủ tục xác lập quyền, người tiến hành các thủ tục về sở hữu công nghiệp quy định tại Thông tư này có quyền khiếu nại hoặc khiếu kiện các quyết định, Thông báo khác của Cục Sở hữu trí tuệ và các cơ quan có thẩm quyền theo quy định của pháp luật về khiếu nại, tố cáo và tố tụng hành chính.

Trình tự và thủ tục khiếu nại và giải quyết khiếu nại quy định tại Điều 27 Nghị định và các điểm 45, 46, 47 và 48 Thông tư này cũng áp dụng cho việc khiếu nại các Quyết định, Thông báo nêu trên, với những sửa đổi thích hợp.

66. Quy chế về Đơn và trình tự tiến hành các thủ tục đăng kiểu dáng công nghiệp

Quy chế về Đơn và trình tự tiến hành các thủ tục đăng ký kiểu dáng công nghiệp phù hợp với các quy định tại Nghị định và Thông tư này sẽ được Bộ Khoa học và Công nghệ quy định tại một văn bản khác.

67. Thi hành

Thông tư này thay thế các quy định về thủ tục xác lập quyền sở hữu công nghiệp đối với kiểu dáng công nghiệp trong Thông tư số 3055/TT-SHCN ngày 31/12/1996 của Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường.

Thông tư này có hiệu lực sau 15 ngày, kể từ ngày đăng Công báo./.

KT. BỘ TRƯỞNG
BỘ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ
THỨ TRƯỞNG

(Đã ký)

Bùi Mạnh Hải

Mẫu số 01

TỜ KHAI
YÊU CẦU CẤP BẰNG ĐỘC QUYỀN
KIỂU DÁNG CÔNG NGHIỆP

Kính gửi: Cục Sở hữu trí tuệ
384 - 386 Nguyễn Trãi, Hà Nội

Người ký tên dưới đây yêu cầu Cục Sở hữu trí tuệ xem xét đơn và cấp Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp

DẤU NHẬN ĐƠN VÀ SỐ ĐƠN

❶ SỐ HIỆU ĐỂ NHẬN BIẾT ĐƠN

❷ **TÊN KIỂU DÁNG CÔNG NGHIỆP**

☐ Kiểu dáng cần bảo hộ là phương án bổ sung của kiểu dáng trong đơn số:
nộp ngày:

Phân loại quốc tế KDCN

❸ **NGƯỜI NỘP ĐƠN** Mã số:

Tên đầy đủ:
Địa chỉ: Điện thoại:
Fax:
Địa chỉ liên hệ (nếu cần): E-mail:
☐ Người nộp đơn này đồng thời là tác giả kiểu dáng công nghiệp
☐ Ngoài ra, còn có Người nộp đơn khác (khai tại trang bổ sung)

❹ **ĐẠI DIỆN** Mã số:

Tên:
Địa chỉ: Điện thoại:

❺ **TÁC GIẢ**

Họ tên:
Quốc tịch:
Địa chỉ:
☐ Tác giả này là người nộp đơn ghi ở ô số 1
☐ Ngoài ra còn có tác giả khác (khai tại trang bổ sung)

(11) NGƯỜI KHAI KÝ TÊN

Chú thích: Trong trang này và các trang sau, đánh dấu "X" vào ô vuông ☐ nếu các thông tin ghi sau các khung vuông là phù hợp

Mẫu số 01

⑥ YÊU CẦU QUYỀN ƯU TIÊN	Các chỉ dẫn liên quan đến quyền ưu tiên		
	Số đơn (hoặc tên triển lãm)	Ngày nộp đơn (hoặc ngày triển lãm)	Nước nộp đơn (hoặc nước triển lãm)
☐ Theo đơn nộp sớm hơn			
☐ Theo đối tượng được trưng bầy tại triển lãm			
Căn cứ để Người nộp đơn yêu cầu được hưởng quyền ưu tiên là:			
☐ Công ước Paris			
☐ Thoả thuận khác, cụ thể là:			

⑨ PHÍ, LỆ PHÍ

☐ Lệ phí nộp đơn:
☐ Lệ phí công bố đơn:
☐ Lệ phí công bố ảnh từ thứ 2 trở lên:
☐ Phí xét nghiệm nội dung:
☐ Lệ phí cho phương án từ thứ 2 trở lên:
☐ Lệ phí xin hưởng quyền ưu tiên:
☐ Phí xét nghiệm nhanh:

Tổng số phí và lệ phí nộp theo đơn là:
Số chứng từ (trường hợp nộp qua Bưu điện hoặc chuyển khoản):

⑩ CÁC TÀI LIỆU CÓ TRONG ĐƠN	KIỂM TRA DANH MỤC TÀI LIỆU
☐ Tờ khai, gồm trang	☐
☐ Bản mô tả bằng tiếng gồm trang	☐
☐ Bộ bản vẽ/ảnh chụp, gồm ảnh x bản	☐
☐ Tài liệu xác nhận quyền sở hữu nhãn hiệu hàng hoá trên KDCN, gồm trang	☐
☐ Tài liệu xin hưởng quyền ưu tiên, gồm bản	☐
☐ Giấy uỷ quyền	☐
☐ bản gốc	☐
☐ bản sao (☐ bản gốc sẽ nộp sau	☐
☐ bản gốc đã nộp theo Đơn số:)	☐
☐ Giấy chuyển nhượng quyền nộp đơn	☐
☐ Chứng từ phí, lệ phí	☐
☐ Tài liệu khác, cụ thể là:	☐

(11) Khai tại
Ngày tháng năm
Họ tên, chữ ký của Người khai và con dấu (nếu có)

Mẫu số 01

01 - Trang bổ sung số:

NHỮNG NGƯỜI NỘP ĐƠN KHÁC

Tên đầy đủ:

Địa chỉ:

Số điện thoại:

☐ Người nộp đơn này đồng thời là tác giả kiểu dáng công nghiệp

Tên đầy đủ:

Địa chỉ:

Số điện thoại:

☐ Người nộp đơn này đồng thời là tác giả kiểu dáng công nghiệp

Tên đầy đủ:

Địa chỉ:

Số điện thoại:

☐ Người nộp đơn này đồng thời là tác giả kiểu dáng công nghiệp

CÁC TÁC GIẢ KHÁC

Họ tên:

Quốc tịch:

Địa chỉ:

Họ tên:

Quốc tịch:

Địa chỉ:

Họ tên:

Quốc tịch:

Địa chỉ:

Họ tên:

Quốc tịch:

Địa chỉ:

(11) NGƯỜI KHAI KÝ TÊN

Còn... trang bổ sung

Mẫu số 02

YÊU CẦU
SỬA ĐỔI ĐƠN/VĂN BẰNG BẢO HỘ

Kính gửi: **Cục Sở hữu trí tuệ**
384 - 386 Nguyễn Trãi, Hà Nội

Người ký tên dưới đây đề nghị Cục Sở hữu trí tuệ ghi nhận việc sửa đổi Đơn/Văn bằng bảo hộ

DẤU BIÊN NHẬN VÀ SỐ BIÊN NHẬN

❶ SỐ HIỆU ĐỂ NHẬN BIẾT HỒ SƠ

❷ NGƯỜI YÊU CẦU Mã số:

Tên đầy đủ:

Địa chỉ: Điện thoại:
Fax:

Địa chỉ liên hệ (nếu cần): E-mail:

❸ ĐẠI DIỆN Mã số:

Tên:

Địa chỉ: Điện thoại:

❹ ĐƠN/VĂN BẰNG BẢO HỘ CẦN SỬA ĐỔI

☐ Đơn kiểu dáng công nghiệp — Số Đơn:

☐ Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp — Số Văn bằng:

❺ NỘI DUNG YÊU CẦU SỬA ĐỔI

☐ Đề nghị ghi nhận thay đổi về Người nộp đơn/Chủ Văn bằng
- ☐ Tên:
- ☐ Địa chỉ:
- ☐ Người nộp đơn/Chủ Văn bằng:
  - ☐ Chuyển giao Đơn
  - ☐ Chuyển dịch quyền sở hữu do thừa kế, sáp nhập, phân tách...

☐ Đề nghị sửa đổi nội dung Đơn (khai tại trang bổ sung)

❻ NGƯỜI KHAI KÝ TÊN

Chú thích: Trong trang này và các trang sau, đánh dấu "X" vào ô vuông ☐ nếu các thông tin ghi sau các ô vuông là phù hợp

Mẫu số 02

❻ **PHÍ, LỆ PHÍ**

☐ Lệ phí sửa đổi Đơn/Văn bằng: ☐ Phí xem xét nhanh:

Tổng số phí và lệ phí nộp theo đơn là :

Số chứng từ (trường hợp nộp qua Bưu điện hoặc chuyển khoản):

❼ TÀI LIỆU KÈM THEO	KIỂM TRA DANH MỤC TÀI LIỆU
☐ Bản gốc Văn bằng bảo hộ	☐
☐ Chứng từ xác nhận sự hợp pháp của việc sửa đổi	
Bản tiếng... , gồm... trang	☐
Bản dịch ra tiếng Việt, gồm... trang	☐
☐ Giấy uỷ quyền	
☐ Bản gốc	☐
☐ Bản sao (☐ Bản gốc sẽ nộp sau	☐
☐ Bản gốc đã nộp theo Đơn số:)	
☐ Chứng từ nộp phí, lệ phí	☐
☐ Tài liệu khác, cụ thể là:	☐

❽ Khai tại

Ngày tháng năm

Họ tên, chữ ký của Người khai và con dấu (nếu có)

Mẫu số 02

02 - Trang bổ sung số:

❾ Sửa đổi nội dung Đơn

Còn... trang bổ sung

Mẫu số 03

YÊU CẦU
CẤP PHÓ BẢN/CẤP LẠI VĂN BẰNG BẢO HỘ

Kính gửi: Cục Sở hữu trí tuệ
384 – 386 Nguyễn Trãi, Hà Nội

Người ký tên dưới đây đề nghị Cục Sở hữu trí tuệ cấp Phó bản/cấp lại Văn bằng bảo hộ

DẤU BIÊN NHẬN, SỐ BIÊN NHẬN

SỐ HIỆU ĐỂ NHẬN BIẾT HỒ SƠ

❶ **NGƯỜI YÊU CẦU** Mã số:

Tên đầy đủ:

Địa chỉ: Điện thoại:
Fax:

Địa chỉ liên hệ (nếu cần): E-mail:

❷ **ĐẠI DIỆN** Mã số:

Tên:

Địa chỉ: Điện thoại:

❸ **VĂN BẰNG BẢO HỘ**

☐ Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp Số Văn bằng:

☐ **NỘI DUNG YÊU CẦU**

☐ Cấp Phó bản Văn bằng (cho chủ sở hữu chung)
☐ Cấp lại Văn bằng (Số lần đã được cấp:)
☐ Cấp lại Phó bản Văn bằng (Phó bản số: Số lần đã được cấp:)
Lý do xin cấp lại: ☐ Văn bằng bị mất
☐ Văn bằng bị hỏng (rách, bẩn, phai mờ...)

❹ **NGƯỜI KHAI KÝ TÊN**

Chú thích: Trong trang này và trang sau, đánh dấu "X" vào ô vuông ☐ nếu các thông tin ghi sau các ô vuông là phù hợp

Mẫu số 03

❺ PHÍ, LỆ PHÍ

☐ **Lệ phí cấp Phó bản/cấp lại Văn bằng:**

Tổng số phí và lệ phí nộp theo đơn là:

Số chứng từ (trường hợp nộp qua Bưu điện hoặc chuyển khoản):

❻ TÀI LIỆU KÈM THEO	**KIỂM TRA DANH MỤC TÀI LIỆU**
☐ Văn bản giải trình lý do khiến Văn bằng bị mất	☐
☐ Bản gốc Văn bằng bị hỏng (rách, bẩn, phai mờ...)	☐
☐ Giấy uỷ quyền:	☐
☐ Bản gốc	☐
☐ Bản sao (☐ Bản gốc sẽ nộp sau	☐
☐ Bản gốc đã nộp trong Đơn số: ...)	
☐ Chứng từ nộp phí, lệ phí	☐

❼ Khai tại

Ngày tháng năm

Họ tên, chữ ký của Người khai và con dấu (nếu có)

Mẫu số 4

TỜ KHAI
KHIẾU NẠI

Kính gửi: **Cục Sở hữu trí tuệ**
384 - 386 Nguyễn Trãi, Hà Nội

Người ký tên dưới đây khiếu nại Cục Sở hữu trí tuệ

DẤU BIÊN NHẬN VÀ SỐ BIÊN NHẬN

❶ SỐ HIỆU ĐỂ NHẬN BIẾT HỒ SƠ

❷ ĐỐI TƯỢNG KHIẾU NẠI

Đối tượng khiếu nại là quyết định của Cục Sở hữu trí tuệ liên quan tới:

☐ Đơn kiểu dáng công nghiệp	Số Đơn:
☐ Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp	Số Văn bằng:

Quyết định của Cục Sở hữu trí tuệ bị khiếu nại được thể hiện tại:
☐ Quyết định số: ... , ngày... ☐ Thông báo số:... , ngày...

❸ NGƯỜI KHIẾU NẠI

Tên đầy đủ:
Địa chỉ: Điện thoại:
Fax:
Địa chỉ liên hệ (nếu cần): Email:

❹ ĐẠI DIỆN Mã số:

Tên :
Địa chỉ: Điện thoại:

❺ PHÍ

☐ Phí khiếu nại: ☐ Phí xem xét nhanh:
Tổng số phí đã nộp:
Số chứng từ (nếu nộp qua Bưu điện hoặc chuyển khoản):

❻ NGƯỜI KHAI KÝ TÊN

Chú thích: Trong trang này và trang sau, đánh dấu "X" vào ô vuông nếu các thông tin ghi sau các ô vuông là phù hợp

Mẫu số 04

❹ TÀI LIỆU KÈM THEO	KIỂM TRA DANH MỤC TÀI LIỆU
☐ Bản thuyết minh về căn cứ, lý do, lý lẽ khiếu nại, gồm... trang	☐
☐ Giấy ủy quyền:	☐
☐ Bản chính	☐
☐ Bản sao (☐ Bản chính sẽ nộp sau ☐ Bản chính đã nộp theo Đơn số:)	☐
☐ Chứng từ nộp phí	☐
☐ Tài liệu khác gồm ... tài liệu, cụ thể:	☐

❺ Khai tại:

Ngày tháng năm

Họ tên, chữ ký của Người khiếu nại và con dấu (nếu có)

Mẫu số 5

TỜ KHAI
YÊU CẦU ĐÌNH CHỈ/HỦY BỎ
HIỆU LỰC VĂN BẰNG BẢO HỘ

Kính gửi: Cục Sở hữu trí tuệ
384 - 386 Nguyễn Trãi, Hà Nội

Người ký tên dưới đây đề nghị Cục Sở hữu trí tuệ đình chỉ/hủy bỏ hiệu lực Văn bằng bảo hộ

DẤU BIÊN NHẬN, SỐ BIÊN NHẬN

❶ SỐ HIỆU ĐỂ NHẬN BIẾT HỒ SƠ

❷ NGƯỜI YÊU CẦU

Tên đầy đủ:

Địa chỉ: Điện thoại:
Fax:
Địa chỉ liên hệ (nếu cần): E-mail:

❸ ĐẠI DIỆN Mã số:

Tên:

Địa chỉ: Điện thoại:

❹ VĂN BẰNG BẢO HỘ

☐ Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp Số Văn bằng:

❺ NỘI DUNG YÊU CẦU

Đề nghị: ☐ Đình chỉ hiệu lực Văn bằng
☐ Huỷ bỏ hiệu lực Văn bằng

Lý do:

❻ NGƯỜI KHAI KÝ TÊN

Chú thích: Trong trang này và trang sau, đánh dấu "X" vào ô vuông ☐ nếu các thông tin ghi sau các ô vuông là phù hợp

Mẫu số 05

❶ PHÍ, LỆ PHÍ

☐ Lệ phí yêu cầu đình chỉ/huỷ bỏ Văn bằng: ☐ Phí xem xét nhanh:

Tổng số phí và lệ phí nộp theo đơn là:

Số chứng từ (trường hợp nộp qua Bưu điện hoặc chuyển khoản):

❷ TÀI LIỆU KÈM THEO	KIỂM TRA DANH MỤC TÀI LIỆU
☐ Bản thuyết minh lý do yêu cầu	☐
☐ Giấy uỷ quyền:	☐
☐ Bản gốc	☐
☐ Bản sao(☐ bản gốc sẽ nộp sau ☐ bản gốc đã nộp theo đơn số:)	☐
☐ Chứng từ nộp phí, lệ phí	☐
☐ Tài liệu khác gồm ... tài liệu, cụ thể:	☐

❸ Khai tại

Ngày... tháng... năm...

Họ tên, chữ ký của Người khai và con dấu (nếu có)

Mẫu số 06

YÊU CẦU TRA CỨU KIỂU DÁNG CÔNG NGHIỆP ***Kính gửi:* Cục Sở hữu trí tuệ** 384 - 386 Nguyễn Trãi, Hà nội Người ký tên dưới đây yêu cầu Cục Sở hữu trí tuệ nghiệp tra cứu kiểu dáng công nghiệp	**DẤU BIÊN NHẬN VÀ SỐ BIÊN NHẬN**

KIỂU DÁNG CÔNG NGHIỆP CẦN TRA CỨU

Tên kiểu dáng công nghiệp	Phân loại quốc tế KDCN

MỤC ĐÍCH TRA CỨU

☐ Chuẩn bị nộp đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ ☐ Nghiên cứu

☐ Xét nghiệm đơn KDCN, Số đơn: ☐ Marketing

NGƯỜI YÊU CẦU Mã số:

Tên đầy đủ:

Địa chỉ: Điện thoại:

Fax:

Địa chỉ liên hệ (nếu cần) E-mail:

PHÍ

Phí tra cứu đã nộp kèm theo:

Số chứng từ (trường hợp nộp qua Bưu điện hoặc chuyển khoản):

TÀI LIỆU KÈM THEO Ảnh chụp kiểu dáng công nghiệp: ảnh x 2 bộ Bản vẽ kiểu dáng công nghiệp: bản x 2 bộ Chứng từ nộp phí:	Ngày tháng năm Họ tên, chữ ký của Người yêu cầu và con dấu (nếu có)

Chú thích: Đánh dấu "X" vào khung vuông ☐ nếu các thông tin ghi sau các khung vuông là phù hợp

Mẫu số 07

(Quốc huy)

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
BỘ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ
CỤC SỞ HỮU TRÍ TUỆ

BẰNG ĐỘC QUYỀN
KIỂU DÁNG CÔNG NGHIỆP

Số:.....

Tên Kiểu dáng:

Chủ Bằng độc quyền:

Tác giả:

Số đơn:

Ngày nộp đơn:

Số phương án: **Số ảnh:**

Cấp theo **Quyết định số:** **ngày:**

Có hiệu lực từ ngày cấp đến hết 5 năm tính từ ngày nộp đơn (có thể gia hạn).

CỤC TRƯỞNG
CỤC SỞ HỮU TRÍ TUỆ

VN

THÔNG TƯ SỐ 30/2003/TT-BKHCN NGÀY 05/11/2003 CỦA BỘ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ

Hướng dẫn thực hiện các thủ tục xác lập quyền sở hữu công nghiệp đối với sáng chế/giải pháp hữu ích

- Căn cứ Nghị định sô 54/2003/NĐ-CP ngày 19 tháng 5 năm 2003 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Khoa học và Công nghệ;

- Căn cứ Nghị định sôi 63 /CP ngày 24 tháng 10 năm 1996 của Chính phủ quy định chi tiết về sở hữu công nghiệp, được sửa đổi, bổ sung theo Nghị định số 06/2001/NĐ-CP ngày 01 tháng 02 năm 2001 của Chính phủ;

Bộ Khoa học và Công nghệ hướng dẫn thực hiện các thủ tục làm, nộp, xét nghiệm đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ; thủ tục cấp, sửa đổi, gia hạn. đình chỉ, hủy bỏ hiệu lực Văn bằng bảo hộ đối với sáng chế và giải pháp hữu ích,

Chương I
CÁC QUY ĐỊNH CHUNG

1 Giải thích từ, ngữ

1.1. Trong Thông tư này, các từ ngữ dưới đây được hiểu như sau:

a) "Nghị định" dùng để chỉ Nghị định số 63/CP ngày 24 tháng 10 năm 1996 của Chính phủ quy định chi tiết về sở hữu công nghiệp, được sửa đổi, bổ sung theo Nghị định số 06/2001/NĐ-CP ngày 01 tháng 02 năm 2001 của Chính phủ;

b) "Đơn sáng chế" dùng để chỉ đơn yêu cầu cấp Bằng độc quyền sáng chế;

c) "Đơn giải pháp hữu ích" dùng để chỉ đơn yêu cầu cấp Bằng độc quyền giải pháp hữu ích;

d) "Đơn" dùng để chỉ Đơn sáng chế/Đơn giải pháp hữu ích;

đ) "Đơn quốc tế" dùng để chỉ đơn đăng ký quốc tế về sáng chế,

giải pháp hữu ích nộp theo Hiệp ước hợp tác về sáng chế, ký tại Washington năm 1970, được sửa đổi năm 1984 (sau đây viết tắt là Hiệp ước PCT);

e) "Người nộp đơn" là tổ chức, cá nhân (sau đây viết tắt là chủ thể) đứng tên nộp Đơn;

f) *"Thủ tục đăng ký sáng chế/giải pháp hữu ích"* được hiểu là các thủ tục xác lập quyền sở hữu công nghiệp đối với sáng chế/giải pháp hữu ích và các thủ tục liên quan khác.

1.2. Các từ ngữ khác được hiểu theo Nghị định.

2. Xác nhận tài liệu

2.1. Xác nhận bản gốc tài liệu

Trong quá trình thực hiện các thủ tục đăng ký sáng chế/giải pháp hữu ích, mọi bản gốc tài liệu giao dịch đều phải được chủ thể đứng tên tài liệu tự xác nhận theo quy định sau đây:

a) Nếu chủ thể đứng tên tài liệu là cá nhân, phải có chữ ký kèm theo họ tên của chủ thể hoặc người đại diện có thẩm quyền ký nhân danh chủ thể;

b) Nếu chủ thể đứng tên tài liệu là tổ chức bắt buộc phải sử dụng con dấu, chữ ký của người đại diện có thẩm quyền của chủ thể đó phải được đóng dấu kèm theo.

2.2. Xác nhận bản sao

a) Tài liệu là bản sao bằng bất kỳ cách sao nào đều phải được xác nhận là sao y bản gốc theo quy định tại điểm 2.2.b này thì mới được sử dụng làm tài liệu chính thức trong quá trình tiến hành các thủ tục đăng ký sáng chế/giải pháp hữu ích.

b) Tài liệu được thừa nhận là sao y bản gốc nếu trên bản sao có xác nhận của một trong các cơ quan hoặc cá nhân sau đây: Công chứng, Ủy ban nhân dân hoặc cơ quan có thẩm quyền, Chủ thể (tất cả các chủ thể) đứng tên tài liệu gốc hoặc người được họ ủy quyền. Nếu bản sao có nhiều trang, phải xác nhận từng trang hoặc các trang phải được giáp lai.

2.3. Xác nhận bản dịch

a) Bản dịch ra tiếng Việt của các tài liệu đều phải được xác nhận là được dịch nguyên văn từ bản gốc theo quy định tại điểm 2.3.b này thì mới được sử dụng làm tài liệu chính thức trong quá trình tiến hành các thủ tục đăng ký sáng chế/giải pháp hữu ích.

b) Việc xác nhận bản dịch có thể được tiến hành theo một trong các cách sau đây:

- Công chứng;

- Xác nhận của chủ thể (tất cả các chủ thể) đứng tên tài liệu gốc hoặc người được họ ủy quyền;

- Thừa nhận của chính cơ quan có thẩm quyền sử dụng bản dịch đó trong quá trình tiến hành thủ tục liên quan.

3. Người nhân danh chủ thể tiến hành các thủ tục đăng ký sáng chế/giải pháp hữu ích

3.1. Chỉ những người quy định tại các điểm 3.2 và 3.3 Thông tư này mới được nhân danh chủ thể tiến hành các thủ tục đăng ký sáng chế/giải pháp hữu ích trước Cục Sở hữu trí tuệ và các cơ quan có thẩm quyền khác.

Cục Sở hữu trí tuệ và các cơ quan có thẩm quyền chỉ được phép giao dịch với những người nói trên và giao dịch đó được coi là giao dịch chính thức với chủ thể.

3.2. Đối với các chủ thể có quyền trực tiếp tiến hành việc nộp Đơn và các thủ tục có liên quan quy định tại các khoản 2 và 3.a Điều 15 Nghị định, những người sau đây được phép nhân danh chủ thể tiến hành thủ tục đăng ký sáng chế/giải pháp hữu ích trước Cục Sở hữu trì tuệ và các cơ quan có thẩm quyền khác:

a) Chính cá nhân hoặc người đại diện theo pháp luật của cá nhân đó (đối với chủ thể là cá nhân);

b) Người đại diện theo pháp luật của chủ thể; cá nhân là thành viên của chủ thể được người đại diện theo pháp luật của

chủ thể ủy quyền đại diện; người đứng đầu Văn phòng đại diện hoặc Chi nhánh của chủ thể, được người đại diện theo pháp luật của chủ thể ủy quyền đại diện (đối với chủ thể là pháp nhân hoặc chủ thể khác);

c) Người đứng đầu Văn phòng đại diện tại Việt Nam của chủ thể nước ngoài, được chủ thể đó ủy quyền đại diện; người đại diện theo pháp luật của doanh nghiệp thành lập tại Việt Nam, có 100% vốn đầu tư của chủ thể nước ngoài, được chủ thể đó ủy quyền đại diện;

d) Người đáp ứng một trong các điều kiện quy định tại các điểm 3.2.a, 3.2.b, 3.2.c là một trong các cá nhân hoặc thuộc một trong các pháp nhân hoặc chủ thể khác - nếu chủ thể bao gồm nhiều cá nhân, pháp nhân, chủ thể khác và nếu người đó được tất cả các cá nhân, pháp nhân, chủ thể khác ủy quyền đại diện.

3.3. Đối với các chủ thể chỉ được phép tiến hành việc nộp Đơn và các thủ tục liên quan bằng cách thông qua Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp quy định tại khoản 3.b Điều 15 Nghị định cũng như đối với mọi chủ thể khác thực hiện các thủ tục nói trên thông qua Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp, chỉ những người đại diện theo pháp luật hoặc đại diện theo ủy quyền của Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp có Giấy ủy quyền của chủ thể mới được phép tiến hành các công việc nêu tại điểm 3.1 Thông tư này.

4. Ủy quyền tiến hành các thủ tục về đăng ký sáng chế/giải pháp hữu ích

4.1. Việc ủy quyền và thực hiện ủy quyền tiến hành các thủ tục đăng ký sáng chế/giải pháp hữu ích phải phù hợp với quy định pháp luật về hợp đồng dân sự, hợp đồng ủy quyền tại Bộ Luật Dân sự và các quy định tại Thông tư này.

4.2. Mọi sự ủy quyền tiến hành các thủ tục đăng ký sáng chế/giải pháp hữu ích đều phải được thể hiện thành văn bản (Giấy ủy quyền), trong đó phải gồm các nội dung chủ yếu sau đây:

a) Tên (họ tên), địa chỉ đầy đủ của Bên ủy quyền;

b) Tên (họ tên), địa chỉ đầy đủ của Bên được ủy quyền;

c) Phạm vi ủy quyền (những công việc mà Bên được ủy quyền thực hiện nhân danh Bên ủy quyền);

d) Ngày lập Giấy ủy quyền;

đ) Chữ ký và/hoặc con dấu của người lập Giấy ủy quyền;

e) Thời hạn ủy quyền.

Giấy ủy quyền không có thời hạn ủy quyền được coi là có hiệu lực vô thời hạn và chỉ chấm dứt hiệu lực khi Bên ủy quyền tuyên bố chấm dứt ủy quyền.

4.3. Bên được ủy quyền phải là cá nhân được phép thực hiện các thủ tục đăng ký sáng chế/giải pháp hữu ích quy định tại điểm 3.2 Thông tư này, hoặc tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp.

4.4. Khi tiến hành thủ tục đăng ký sáng chế/giải pháp hữu ích theo ủy quyền, Bên được ủy quyền phải nộp bản gốc Giấy ủy quyền. Mọi sự thay đổi về phạm vi ủy quyền và chấm dứt ủy quyền trước thời hạn đều phải được thông báo cho Cục Sở hữu trí tuệ và các cơ quan có thẩm quyền bằng văn bản và chỉ có hiệu lực từ ngày các cơ quan đó nhận được thông báo.

4.5. Nếu Giấy ủy quyền có phạm vi ủy quyền gồm nhiều công việc liên quan đến các thủ tục độc lập với nhau và bản gốc Giấy ủy quyền đã nộp cho Cục Sở hữu trí tuệ thì khi tiến hành các thủ tục tiếp sau, Bên được ủy quyền phải nêu chính xác số và ngày nộp Hồ sơ có bản gốc Giấy ủy quyền đó.

Chương II
ĐƠN VÀ XỬ LÝ ĐƠN

Mục 1. ĐƠN

5. Yêu cầu về hình thức đối với Đơn

5.1. Đơn phải đáp ứng các yêu cầu về hình thức như sau:

a) Tài liệu của Đơn đều phải được làm bằng tiếng Việt, trừ các tài liệu có thể được trình bày bằng ngôn ngữ khác theo quy định tại các điểm 5.2 và 5.3 Thông tư này;

b) Tài liệu của Đơn đều phải được trình bày theo chiều dọc (riêng hình vẽ, sơ đồ và bảng biểu có thể được trình bày theo chiều ngang) trên một mặt giấy khổ A4 (210mm x 297mm), trong đó có chừa lề theo bốn phía, mỗi lề rộng 20mm, trừ các tài liệu bổ trợ mà nguồn gốc tài liệu đó không nhằm để đưa vào Đơn;

Mỗi trang của Bản mô tả sáng chế/giải pháp hữu ích (sau đây viết tắt là Bản mô tả) quy định tại điểm 6.2.b Thông tư này chỉ được chứa tối đa 450 từ đơn.

c) Nếu loại tài liệu nào cần lập theo mẫu thì bắt buộc phải sử dụng các mẫu đó bằng cách điền vào những chỗ thích hợp dành riêng;

d) Mỗi loại tài liệu bao gồm nhiều trang phải được ghi số thứ tự từng trang bằng chữ số Ả-rập;

e) Các tài liệu phải được đánh máy hoặc in bằng loại mực khó phai, rõ ràng, sạch sẽ, không tẩy xóa, không sửa chữa;

f) Thuật ngữ dùng trong Đơn phải là thuật ngữ thông dụng, ký hiệu, đơn vị đo lường, phông chữ điện tử dùng trong Đơn phải theo tiêu chuẩn Việt Nam;

g) Đơn có thể kèm theo tài liệu bổ trợ là vật mang dữ liệu điện tử của một phần hoặc toàn bộ nội dung tài liệu Đơn, được trình bày theo quy định về hình thức tài liệu của Cục Sở hữu trí tuệ.

5.2. Các tài liệu sau đây có thể được làm bằng ngôn ngữ khác tiếng Việt nhưng phải được dịch ra tiếng Việt:

a) Giấy ủy quyền;

b) Tài liệu xác nhận quyền nộp Đơn hợp pháp nếu Người nộp đơn thụ hưởng quyền nộp đơn của người khác (Chứng nhận

thừa kế, Chứng nhận hoặc Thỏa thuận chuyển giao quyền nộp đơn (kể cả chuyển giao đơn đã nộp); Hợp đồng giao việc hoặc Hợp đồng lao động...);

c) Các tài liệu chứng minh cơ sở hưởng quyền ưu tiên (xác nhận của cơ quan nhận đơn đối với bản sao đơn/các đơn đầu tiên; Giấy chứng nhận trưng bày tại triển lãm... Giấy chuyển nhượng quyền ưu tiên nếu quyền đó được thụ hưởng từ người khác).

5.3. Các tài liệu sau đây có thể được làm bằng ngôn ngữ khác tiếng Việt, nhưng nếu Cục Sở hữu trí tuệ yêu cầu thì phải được dịch ra tiếng Việt:

a) Bản sao đơn đầu tiên để chứng minh cơ sở hưởng quyền ưu tiên;

b) Các tài liệu khác để bổ trợ cho Đơn.

6. Yêu cầu về nội dung đối với Đơn

6.1. Đơn phải bảo đảm tính thống nhất quy định tại khoản 2 Điều 1.1 Nghị định. Tính thống nhất của Đơn được coi là bảo đảm, nếu Đơn:

a) Yêu cầu bảo hộ một đối tượng duy nhất; hoặc

b) Yêu cầu bảo hộ một nhóm đối tượng có mối liên hệ kỹ thuật, thể hiện ý đồ sáng tạo chung duy nhất, thuộc các trường hợp sau đây:

- Một đối tượng dùng để tạo ra (sản xuất chế tạo, điều chế) đối tượng kia (ví dụ, vật thể hay chất và phương pháp chế tạo (điều chế) vật thể hay chất nói chung hay một phần của chúng);

- Một đối tượng dùng để thực hiện đối tượng kia (ví dụ phương pháp và vật thể để thực hiện phương pháp đó nói chung hay một công đoạn của phương pháp);

- Một đối tượng dùng để sử dụng đối tượng kia (ví dụ phương pháp và chất dùng cho phương pháp đó; phương pháp hay vật thể và một phần của nó; sử dụng vật thể hay chất

theo chức năng mới và phương pháp sử dụng chúng theo chức năng này);

- Các đối tượng thuộc cùng một dạng, có cùng chức năng để bảo đảm thu được cùng một kết quả (các phương án thực hiện giải pháp kỹ thuật).

6.2. Đơn phải bao gồm các tài liệu sau đây:

a) Tờ khai yêu cầu cấp Bằng độc quyền sáng chế/giải pháp hữu ích, làm theo mẫu quy định tại Phụ lục của Thông tư này;

b) Bản mô tả, gồm Phần mô tả, Yêu cầu bảo hộ, Bản vẽ, sơ đồ, bản tính toán... (nếu cần để làm rõ thêm bản chất của giải pháp kỹ thuật nêu trong Phần mô tả);

c) Bản tóm tắt sáng chế/giải pháp hữu ích (sau đây viết tắt là Bản tóm tắt);

d) Giấy ủy quyền (trường hợp nộp đơn thông qua đại diện);

đ) Bản sao đơn đầu tiên hoặc các đơn đầu tiên hoặc tài liệu chứng nhận trưng bày triển lãm nếu trong Đơn có yêu cầu hưởng quyền ưu tiên theo Điều ước quốc tế;

e) Chứng từ nộp lệ phí nộp đơn, lệ phí công bố đơn và lệ phí yêu cầu hưởng quyền ưu tiên (nếu có yêu cầu hưởng quyền ưu tiên), phí xét nghiệm nội dung (nếu có yêu cầu xét nghiệm nội dung), phí phân loại sáng chế/giải pháp hữu ích (nếu Người nộp đơn không phân loại).

6.3. Các tài liệu quy định tại điểm 6.2 Thông tư này phải được nộp đồng thời. Riêng các tài liệu sau đây có thể nộp trong thời hạn 3 tháng tính từ ngày nộp Đơn:

a) Bản dịch ra tiếng Việt của tài liệu quy định tại các điểm 6.2.b và 6.2.c, nếu trong Đơn đã có bản tiếng Anh của các tài liệu đó;

b) Tài liệu quy định tại điểm 6.2.d Thông tư này, kể cả bản dịch ra tiếng Việt nếu trong Đơn đã có bản sao của tài liệu đó;

c) Tài liệu quy định tại điểm 6.2.đ Thông tư này, kể cả bản dịch ra tiếng Việt trong trường hợp Cục Sở hữu trí tuệ yêu cầu

6.4. Trường hợp có cơ sở (thông tin, chứng cứ) để nghi ngờ về tính xác thực của các thông tin trong Đơn, Cục Sở hữu trì tuệ có quyền yêu cầu Người nộp đơn trọng thời hạn 1 tháng kể từ ngày yêu cầu, phải nộp tài liệu xác minh các thông tin đó, đặc biệt là tài liệu xác nhận quyền nộp đơn hợp pháp nếu Người nộp đơn thụ hưởng quyền nộp đơn của người khác (Giấy chứng nhận quyền thừa kế, Giấy chứng nhận hoặc Thỏa thuận chuyển giao quyền nộp đơn; Hợp đồng giao việc hoặc Hợp đồng lao động...); kết quả thử nghiệm thuốc trên cơ thể người, động vật hoặc thực vật nêu trong Phần mô tả (khi đối tượng cần được bảo hộ là dược phẩm dùng cho người, động vật hoặc thực vật).

6.5. Trong Tờ khai cần nêu Chỉ số phân loại giải pháp kỹ thuật cần bảo hộ theo Bảng phân loại quốc tế về sáng chế (theo Thỏa ước Strasbourg). Nếu Người nộp đơn không phân loại hoặc phân loại không chính xác thì Cục Sở hữu trí tuệ sẽ phân loại và Người nộp đơn phải nộp phí dịch vụ phân loại.

6.6. Phần mô tả thuộc Bản mô tả phải bộc lộ hoàn toàn bản chất của giải pháp kỹ thuật cần được bảo hộ. Trong Phần mô tả phải có đầy đủ các thông tin đến mức căn cứ vào đó, bất kỳ người nào có trình độ trung bình trong lĩnh vực kỹ thuật tương ứng đều có thể thực hiện được giải pháp đó.

Phần mô tả phải làm rõ tính mới, trình độ sáng tạo (nếu đối tượng cần bảo hộ là sáng chế) và khả năng áp dụng của giải pháp kỹ thuật cần được bảo hộ.

Phần mô tả phải bao gồm các nội dung sau đây:

a) Tên đối tượng cần được bảo hộ (sau đây viết tắt là "đối tượng") hoặc các đối tượng chính,

b) Lĩnh vực trong đó đối tượng được sử dụng hoặc liên quan,

c) Tình trạng kỹ thuật thuộc lĩnh vực nói trên tại thời điểm nộp đơn (các đối tượng tương tự đã biết), nếu có,

d) Bản chất của đối tượng, trong đó phải nêu rõ các dấu hiệu (đặc điểm) tạo nên đối tượng và phải chỉ ra các dấu hiệu (đặc điểm) mới so với các giải pháp kỹ thuật tương tự đã biết,

đ) Mộ tả vắn tắt các hình vẽ kèm theo (nếu có),

e) Mô tả chi tiết các phương án thực hiện đối tượng,

f) Ví dụ thực hiện đối tượng, nếu cần,

g) Những lợi ích (hiệu quả) có thể đạt được khi sử dụng đối tượng, nếu cần.

6.7. Yêu cầu bảo hộ dùng để xác định phạm vi (khối lượng) bảo hộ đối với sáng chế/giải pháp hữu ích. Yêu cầu bảo hộ phải được trình bày ngắn gọn, rõ ràng, phù hợp với Phần mô tả và hình vẽ và phải phù hợp với các quy định sau đây:

a) Yêu cầu bảo hộ phải được Phần mô tả minh họa một cách đầy đủ, tức là phải được thể hiện bằng cách liệt kê các dấu hiệu nêu trong Phần mô tả, cần và đủ để xác định được đối tượng, để đạt được mục đích đề ra và để phân biệt đối tượng với đối tượng đã biết;

b) Yêu cầu bảo hộ không được viện dẫn đến Phần mô tả và hình vẽ, trừ các trường hợp viện dẫn đến những phần không thể mô tả chính xác bằng lời, như trình tự nucleotit và trình tự axit min, nhiễu xạ đồ, giản đồ trạng thái;

c) Yêu cầu bảo hộ phải được viết thành một câu và nên (không bắt buộc) được thể hiện thành hai phần: "phần giới hạn" và "phần khác biệt", trong đó:

- "Phần giới hạn" bao gồm tên đối tượng và những dấu hiệu của đối tượng đó trùng với các dấu hiệu của đối tượng đã biết gần nhất và được nối với "phần khác biệt" bởi cụm từ "khác biệt ở chỗ" hoặc "đặc trưng ở chỗ" hoặc các từ tương đương;

- "Phần khác biệt" bao gồm các dấu hiệu khác biệt của đối tượng so với đối tượng đã biết gần nhất và các dấu hiệu này kết hợp với các dấu hiệu của "phần giới hạn" cấu thành đối tượng yêu cầu bảo hộ.

d) Yêu cầu bảo hộ có thể bao gồm một hoặc nhiều điểm, trong đó Yêu cầu bảo hộ nhiều điểm có thể được dùng để:

- Thể hiện một đối tượng cần được bảo hộ, với điểm đầu tiên (gọi là điểm độc lập), điểm (các điểm) tiếp theo dùng để bổ sung, làm rõ, phát triển điểm độc lập (gọi là điểm phụ thuộc); hoặc

- Thể hiện một nhóm đối tượng cần được bảo hộ, với một số điểm độc lập, mỗi điểm độc lập thể hiện một đối tượng cần được bảo hộ trong nhóm đó, mỗi điểm độc lập này có thể có điểm (các điểm) phụ thuộc.

e) Các điểm của Yêu cầu bảo hộ phải được đánh số liên tiếp bằng chữ số Ả-rập, sau đó là dấu chấm.

f) Yêu cầu bảo hộ nhiều điểm dùng để thể hiện một nhóm đối tượng phải đáp ứng các yêu cầu sau:

- Các điểm độc lập, thể hiện các đối tượng riêng biệt, không được viện dẫn đến các điểm khác của Yêu cầu bảo hộ, trừ trường hợp việc viện dẫn đó cho phép tránh được việc lặp lại hoàn toàn nội dung của điểm khác;

- Các điểm phụ thuộc phải được thể hiện ngay sau điểm độc lập mà chúng phụ thuộc.

g) Nếu Đơn có hình vẽ thì dấu hiệu nêu trong Yêu cầu bảo hộ có thể kèm theo các số chỉ dẫn, nhưng phải đặt trong ngoặc đơn.

6.8. Bản tóm tắt dùng để công bố một cách vắn tắt về bản chất của sáng chế/giải pháp hữu ích (không quá 150 từ đơn). Bản tóm tắt phải bộc lộ những nội dung chủ yếu về bản chất của giải pháp kỹ thuật nhằm mục đích thông tin. Bản tóm tắt có thể có hình vẽ, công thức đặc trưng.

6.9. Phần mô tả, Bản vẽ, Yêu cầu bảo hộ, Bản tóm tắt và các tài liệu khác của Đơn phải đáp ứng các yêu cầu chi tiết về hình thức, nội dung được quy định tại Quy chế về Đơn và trình tự tiến hành các thủ tục đăng ký sáng chế/giải pháp hữu ích do Bộ Khoa học và Công nghệ ban hành.

6.10. Yêu cầu đối với đơn sáng chế/giải pháp hữu ích liên quan đến công nghệ sinh học

a) Ngoài yêu cầu chung đối với Phần mô tả sáng chế/giải pháp hữu ích quy định tại điểm 6.6, đối với đơn sáng chế/giải pháp hữu ích về trình tự gen hoặc một phần trình tự gen, Phần mô tả phải có danh mục trình tự gen được thể hiện theo tiêu chuẩn WIPO ST.25 mục 2(ii) (Tiêu chuẩn thể hiện danh mục trình tự nucleotit và trình tự axit amin trong Đơn sáng chế).

b) Cục Sở hữu trí tuệ có thể yêu cầu Người nộp đơn nộp vật mang tin điện tử (ví dụ đĩa mềm, đĩa quang...) đọc được bằng các phương tiện điện tử thông dụng trong đó ghi trình tự nucleotit và trình tự axit amin trùng với danh mục trình tự nêu trong Phần mô tả.

c) Riêng đối với sáng chế/giải pháp hữu ích về (hoặc liên quan tới) vật liệu sinh học không thể mô tả được hoặc không thể mô tả đầy đủ đến mức người có trình độ trung bình trong lĩnh vực công nghệ sinh học có thể thực hiện được thì sáng chế/giải pháp hữu ích chỉ được coi là được bộc lộ đầy đủ nếu:

- Mẫu vật liệu sinh học đã được nộp lưu tại cơ quan lưu giữ có thẩm quyền theo quy định tại điểm 6.11 Thông tư này không muộn hơn ngày nộp đơn;

- Trong Phần mô tả có nêu rõ các thông tin cần thiết về đặc tính của vật liệu sinh học mà Người nộp đơn có thể có được; và

- Trong Tờ khai có nêu rõ Cơ quan lưu giữ vật liệu sinh học và Số hiệu lưu giữ của mẫu vật liệu sinh học được nộp lưu do cơ quan lưu giữ cấp và các tài liệu xác nhận các thông tin này được nộp cho Cục Sở hữu trí tuệ trong thời hạn 16 tháng kể từ ngày ưu tiên, hoặc không muộn hơn ngày nộp yêu cầu công bố đơn sớm (nếu có).

d) Trường hợp Người nộp đơn không phải là người nộp lưu vật liệu sinh học, trong Tờ khai phải nêu rõ tên và địa chỉ của người nộp lưu và tài liệu xác nhận việc sử dụng hợp pháp vật

liệu sinh học phải được nộp cho Cục Sở hữu trí tuệ trong thời hạn 16 tháng kể từ ngày ưu tiên, hoặc không muộn hơn ngày nộp yêu cầu công bố đơn sớm (nếu có).

6.11. Nộp lưu vật liệu sinh học

a) Mục đích của việc nộp lưu mẫu vật liệu sinh học là nhằm phục vụ quá trình xét nghiệm nội dung Đơn liên quan đến vật liệu sinh học.

b) Mẫu vật liệu sinh học phải được nộp cho cơ quan có thẩm quyền lưu giữ vật liệu sinh học không muộn hơn ngày nộp Đơn liên quan đến vật liệu sinh học đó.

c) Cơ quan nhận lưu giữ vật liệu sinh học (do Bộ Khoa học và Công nghệ chỉ định) thực hiện việc thu nhận và lưu giữ vật liệu sinh học do Người nộp đơn sáng chế/giải pháp hữu ích nộp theo Quy chế lưu giữ vật liệu sinh học do Bộ Khoa học và Công nghệ ban hành.

Mục 2. NỘP VÀ TIẾP NHẬN ĐƠN

7. Nộp Đơn

Đơn có thể nộp tại Cục Sở hữu trí tuệ hoặc tại bất kỳ địa điểm tiếp nhận Đơn nào khác do Cục Sở hữu trí tuệ thiết lập. Đơn cũng có thể được gửi bằng hình thức bảo đảm qua Bưu điện tới các địa điểm tiếp nhận Đơn nói trên.

8. Tiếp nhận Đơn

8.1. Khi nhận được Đơn, Cục Sở hữu trí tuệ phải thực hiện những công việc sau đây:

a) Kiểm tra Danh mục các tài liệu ghi trong Tờ khai;

b) Ghi nhận những sai khác giữa Danh mục tài liệu ghi trong Tờ khai và số tài liệu thực có trong Đơn;

c) Sơ bộ kiểm tra Đơn để kết luận có tiếp nhận Đơn hay không theo điểm 8.2 Thông tư này và đóng dấu xác nhận ngày nộp đơn vào Tờ khai, nếu tiếp nhận Đơn;

d) Cấp cho Người nộp đơn Giấy biên nhận đơn đã đóng dấu xác nhận ngày nộp đơn, số đơn và có ghi kết quả kiểm tra Danh mục tài liệu, có họ tên, chữ ký của cán bộ nhận Đơn.

8.2. Cục Sở hữu trí tuệ không tiếp nhận Đơn nếu Đơn thiếu một trong các loại tài liệu bắt buộc phải có sau đây:

a) Tờ khai, trong đó phải có thông tin về tên và địa chỉ Người nộp đơn;

b) Bản mô tả, trong đó có Yêu cầu bảo hộ;

c) Chứng từ nộp lệ phí nộp đơn.

8.3. Trong trường hợp Đơn không được tiếp nhận, trong thời hạn 15 ngày kể từ ngày nhận Đơn, Cục Sở hữu trí tuệ phải gửi cho Người nộp đơn Thông báo từ chối tiếp nhận đơn, trong đó nêu rõ lý do không tiếp nhận Đơn và ấn định thời hạn 2 tháng (kể từ ngày thông báo) để Người nộp đơn sửa chữa thiếu sót.

Nếu trong thời hạn đã ấn định Người nộp đơn nộp đủ các tài liệu quy định tại điểm 8.2 Thông tư này, Đơn được coi như đã được tiếp nhận vào ngày nộp đủ các tài liệu đó.

Đối với những Đơn không được tiếp nhận, Cục Sở hữu trí tuệ không phải gửi trả lại cho Người nộp đơn các tài liệu Đơn, nhưng phải hoàn trả các khoản phí, lệ phí đã nộp theo thủ tục hoàn phí, lệ phí quy định tại Thông tư này.

Mục 3. XÉT NGHIỆM HÌNH THỨC ĐƠN

9. Mục đích, nội dung của việc xét nghiệm hình thức

Xét nghiệm hình thức Đơn là việc kiểm tra việc tuân thủ các quy định về hình thức đối với Đơn, từ đó đưa ra kết luận Đơn có được coi là hợp lệ hay không.

Đơn hợp lệ sẽ được xem xét tiếp. Đơn không hợp lệ sẽ bị từ chối (không xem xét tiếp).

10. Đơn hợp lệ

10.1. Đơn được coi là hợp lệ nếu không thuộc một trong các trường hợp sau đây:

a) Đơn không thỏa mãn tính thống nhất;

b) Đơn không đáp ứng các yêu cầu về hình thức trình bày;

c) Các thông tin về Người nộp đơn ở các tài liệu không thống nhất với nhau hoặc bị tẩy xóa hoặc không được xác nhận theo đúng quy định;

d) Chưa nộp đủ lệ phí nộp đơn, lệ phí công bố đơn và phí phân loại giải pháp kỹ thuật (nếu Cục Sở hữu trí tuệ thực hiện);

11.2. Cục Sở hữu trí tuệ thông báo cho Người nộp đơn về các thiếu sót quy định tại điểm 11.1 và trong thời hạn 2 tháng tính từ ngày thông báo, Người nộp đơn phải sửa chữa thiếu sót đó.

12. Xác định ngày nộp đơn

12.1. Ngày nộp Đơn là ngày Đơn đến Cục Sở hữu trí tuệ ghi trong Dấu nhận đơn trên Tờ khai.

12.2. Đối với Đơn quốc tế có chỉ định hoặc/và chọn Việt Nam và thỏa mãn các yêu cầu nêu tại các điểm 58 hoặc 59, ngày nộp đơn là ngày nộp đơn quốc tế.

13. Xác định ngày ưu tiên

13.1. Nếu Đơn không có yêu cầu hưởng quyền ưu tiên hoặc mặc dù Đơn có yêu cầu hưởng quyền ưu tiên nhưng không được Cục Sở hữu trí tuệ chấp thuận, ngày ưu tiên là Ngày nộp đơn.

13.2. Nếu Đơn có yêu cầu hưởng quyền ưu tiên, ngày ưu tiên (hoặc các ngày ưu tiên) là ngày nêu trong yêu cầu nói trên và được Cục Sở hữu trí tuệ chấp thuận.

14. Thông báo chấp nhận Đơn

Nếu Đơn được coi là hợp lệ, Cục Sở hữu trí tuệ có trách nhiệm gửi cho Người nộp đơn Thông báo chấp nhận đơn hợp lệ, trong đó phải nêu rõ tên, địa chỉ Người nộp đơn; tên Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp (nếu đơn được nộp thông qua Tổ chức đó) ; tên đối tượng nêu trong Đơn, ngày nộp đơn và số đơn, ngày ưu tiên của Đơn. Trường hợp yêu cầu hưởng quyền ưu tiên không được chấp thuận thì phải nêu rõ lý do.

15. Từ chối chấp nhận Đơn

Nếu Đơn bị coi là không hợp lệ, Cục Sở hữu trí tuệ gửi cho Người nộp đơn Thông báo dự định từ chối chấp nhận đơn, trong đó phải nêu rõ các thiếu sót khiến Đơn bị coi là không hợp lệ và ấn định thời hạn 2 tháng kể từ ngày thông báo để Người nộp đơn có ý kiến về dự định từ chối chấp nhận đơn.

Trường hợp Người nộp đơn không có ý kiến hoặc ý kiến không xác đáng về dự định từ chối chấp nhận đơn, Cục Sở hữu trí tuệ chính thức ra Thông báo từ chối chấp nhận đơn và hoàn trả các khoản phí, lệ phí đã được nộp liên quan đến công việc sau xét nghiệm hình thức theo yêu cầu của Người nộp đơn.

16. Thời hạn xét nghiệm hình thức Đơn

16.1. Thời hạn xét nghiệm hình thức là 1 tháng tính từ ngày nộp đơn. Riêng đối với Đơn có tài liệu nộp bổ sung theo quy định tại điểm 6.3 Thông tư này, thời hạn xét nghiệm hình thức là 1 tháng tính từ ngày bổ sung đủ các tài liệu đó.

16.2. Nếu trong quá trình xét nghiệm hình thức Đơn, Người nộp đơn chủ động hoặc theo yêu cầu của Cục Sở hữu trí tuệ tiến hành việc sửa chữa, bổ sung tài liệu thì thời hạn xét nghiệm hình thức được kéo dài thêm 15 ngày. Trường hợp Đơn được sửa đổi, bổ sung theo yêu cầu của Cục Sở hữu trí tuệ thì thời hạn dành cho Người nộp đơn sửa đổi, bổ sung Đơn không được tính vào thời hạn xét nghiệm hình thức.

Mục 4. CÔNG BỐ ĐƠN

17. Công bố Đơn hợp lệ

Đơn và Đơn quốc tế đã được chấp nhận hợp lệ được Cục Sở hữu trí tuệ công bố trên Công báo Sở hữu công nghiệp. Người nộp đơn phải nộp lệ phí công bố Đơn.

18. Thời hạn công bố Đơn

18.1. Đơn được công bố trong tháng thứ 19 tính từ ngày ưu tiên, trừ trường hợp được quy định tại các điểm 18.2, 18.3, 18.4 Thông tư này.

18.2. Đơn có yêu cầu công bố sớm được công bố trong tháng thứ 2 tính từ ngày Cục Sở hữu trí tuệ nhận được yêu cầu công bố sớm hoặc tính từ ngày Đơn được chấp nhận hợp lệ, tùy theo ngày nào muộn hơn.

18.3. Đối với Đơn có văn bản yêu cầu xét nghiệm nội dung nộp trước ngày Đơn được chấp nhận hợp lệ, Đơn sẽ được công bố trong tháng thứ 2 kể từ ngày Đơn được chấp nhận hợp lệ.

18.4. Đối với Đơn có văn bản yêu cầu xét nghiệm nội dung nộp sau ngày Đơn được chấp nhận hợp lệ nhưng trước khi kết thúc thời hạn 18 tháng tính từ ngày ưu tiên, Đơn được công bố trong tháng thứ 2 kể từ ngày Cục Sở hữu trí tuệ nhận được yêu cầu xét nghiệm nội dung.

18.5. Đơn quốc tế được công bố trong tháng thứ 2 tính từ ngày chấp nhận đơn hợp lệ.

19. Nội dung công bố Đơn

Các thông tin liên quan đến Đơn hợp lệ được công bố trên Công báo gồm: tất cả các thông tin về Đơn hợp lệ ghi trong Thông báo chấp nhận đơn hợp lệ; các thông tin liên quan đến chuyển nhượng Đơn, tách Đơn...; Bản tóm tắt; một hoặc một số hình vẽ (nếu có).

20. Tiếp cận với các thông tin chi tiết về Đơn hợp lệ

Mọi người đều có thể tiếp cận với các thông tin về bản chất đối tượng nêu trong Đơn, hoặc yêu cầu Cục Sở hữu trí tuệ cung cấp các thông tin đó và người yêu cầu cung cấp thông tin phải nộp phí theo quy định.

Mục 5. XÉT NGHIỆM NỘI DUNG ĐƠN

21. Yêu cầu xét nghiệm nội dung sáng chế, giải pháp hữu ích

21.1. Trong thời hạn 42 tháng tính từ ngày ưu tiên của Đơn sáng chế, 36 tháng từ ngày ưu tiên của Đơn giải pháp hữu ích, Người nộp đơn hoặc bất kỳ người thứ ba nào đều có thể yêu cầu Cục Sở hữu trí tuệ tiến hành xét nghiệm nội dung sáng chế,

giải pháp hữu ích tương ứng. Nếu có lý do thỏa đáng, thời hạn nộp Yêu cầu xét nghiệm nội dung có thể kéo dài, nhưng không quá 6 tháng.

Người yêu cầu xét nghiệm nội dung sáng chế, giải pháp hữu ích phải nộp phí tra cứu và phí xét nghiệm nội dung theo quy định. Nếu yêu cầu xét nghiệm nội dung được nộp muộn hơn thời hạn ấn định, người yêu cầu phải nộp thêm phí gia hạn (nộp muộn). Nếu không nộp phí tra cứu và phí xét nghiệm nội dung, Yêu cầu xét nghiệm nội dung nộp cho Cục Sở hữu trí tuệ bị coi như không có giá trị.

21.2. Yêu cầu xét nghiệm nội dung sáng chế, giải pháp hữu ích nộp sau khi công bố Đơn được công bố trên Công báo Sở hữu công nghiệp trong tháng thứ 2 tính từ ngày nhận được văn bản yêu cầu xét nghiệm và được thông báo cho Người nộp đơn.

Yêu cầu xét nghiệm nội dung sáng chế, giải pháp hữu ích nộp trước khi công bố Đơn được công bố cùng với Đơn tương ứng theo các điểm 18.3, 18.4 Thông tư này.

21.3. Trừ trường hợp Yêu cầu xét nghiệm nội dung được chính Người nộp đơn ghi trong Tờ khai, Yêu cầu xét nghiệm nội dung sáng chế, giải pháp hữu ích phải được thể hiện bằng văn bản, làm theo mẫu quy định tại Phụ lục Thông tư này và phải kèm theo chứng từ nộp phí tra cứu và phí xét nghiệm nội dung.

21.4. Trường hợp không có Yêu cầu xét nghiệm nội dung nộp trong thời hạn quy định tại điểm 21.1 Thông tư này, Đơn bị coi như được rút bỏ tại thời điểm kết thúc thời hạn đó.

22. Mục đích của việc xét nghiệm nội dung

Mục đích của việc xét nghiệm nội dung Đơn là đánh giá khả năng được bảo hộ của đối tượng nêu trong Đơn theo các tiêu chuẩn bảo hộ, xác định phạm vi (khối lượng) bảo hộ tương ứng.

23. Sử dụng kết quả tra cứu thông tin trong quá trình xét nghiệm nội dung

23.1. Khi tiến hành xét nghiệm nội dung, Cục Sở hữu trí

tuệ phải tiến hành tra cứu thông tin trong nguồn thông tin tối thiểu quy định tại điểm 34.2 Thông tư này để đối chiếu và đánh giá đối tượng nêu trong Đơn theo các tiêu chuẩn bảo hộ.

23.2. Trong quá trình xét nghiệm nội dung Đơn có quyền ưu tiên, Cục Sở hữu trí tuệ có thể sử dụng kết quả tra cứu thông tin và kết quả xét nghiệm Đơn tương ứng đã nộp ở nước ngoài. Người nộp đơn có thể cung cấp cho Cục Sở hữu trí tuệ các tài liệu sau đây nhằm phục vụ cho việc xét nghiệm nội dung:

a) Kết quả tra cứu thông tin hoặc xét nghiệm Đơn đã nộp ở nước ngoài cho đối tượng nêu trong Đơn;

b) Bản sao Patent hoặc Văn bằng bảo hộ khác đã cấp trên cơ sở Đơn đã nộp ở nước ngoài cho đối tượng nêu trong Đơn;

c) Tài liệu liên quan đến tình trạng kỹ thuật của đối tượng nêu trong Đơn mà Người nộp đơn được cơ quan patent nước ngoài cung cấp.

24. Xem xét ý kiến của người thứ ba

Trong quá trình xét nghiệm nội dung Đơn, Cục Sở hữu trí tuệ phải xem xét ý kiến của người thứ ba (nếu có) về việc ủng hộ hoặc phản đối việc cấp Văn bằng bảo hộ. Cục Sở hữu trí tuệ phải thông báo cho người có ý kiến về việc ý kiến đó có được chấp nhận hay không, nếu không được chấp nhận phải nêu rõ lý do.

25. Yêu cầu sửa chữa thiếu sót về hình thức, giải thích nội dung Đơn

25.1. Trong quá trình xét nghiệm nội dung Đơn, Cục Sở hữu trí tuệ có quyền yêu cầu Người nộp đơn giải thích nội dung các tài liệu Đơn hoặc sửa chữa các thiếu sót về hình thức Đơn. Nếu Người nộp Đơn không đáp ứng yêu cầu, Đơn bị coi như bị rút bỏ và không được tiếp tục xem xét.

25.2. Cục Sở hữu trí tuệ không được yêu cầu Người nộp đơn

cung cấp các thông tin vượt quá phạm vi bản chất của đối tượng nêu trong Đơn, đặc biệt không được yêu cầu cung cấp các thông tin mà Người nộp đơn muốn giữ bí mật.

25.3. Mọi việc sửa đổi, bổ sung các tài liệu của Đơn đều phải do Người nộp đơn tự thực hiện. Cục Sở hữu trí tuệ không được phép trực tiếp thực hiện việc sửa đổi bổ sung nói trên.

26. Đình chỉ xét nghiệm nội dung

26.1. Trong các trường hợp sau đây, việc xét nghiệm nội dung bị đình chỉ:

a) Đơn không thể hiện rõ bản chất của đối tượng: Các tài liệu liên quan đến bản chất của đối tượng như Bản mô tả, Yêu cầu bảo hộ còn thiếu thông tin đến mức không thể xác định được nội dung bản chất của đối tượng hoặc các thông tin về bản chất đối tượng không rõ ràng, không thiết thực hoặc thiếu cụ thể hoặc các tài liệu đó không nhất quán đến mức không xác định được đối tượng;

b) Đối tượng không phù hợp với yêu cầu cấp Bằng độc quyền sáng chế/giải pháp hữu ích hoặc là đối tượng không được Nhà nước bảo hộ theo quy định tại Điều 787 Bộ Luật Dân sự và khoản 4 Điều 4 Nghị định;

c) Có yêu cầu đình chỉ việc xét nghiệm nội dung hoặc có tuyên bố rút/từ bỏ Đơn của Người nộp đơn.

26.2. Cục Sở hữu trí tuệ phải thông báo cho Người nộp đơn về việc đình chỉ xét nghiệm nội dung và lý do dẫn tới việc đình chỉ đó theo thủ tục giống như thủ tục thông báo kết quả xét nghiệm nội dung (trừ trường hợp việc đình chỉ được tiến hành theo yêu cầu của Người nộp đơn).

27. Khiếu nại việc đình chỉ; phục hồi xét nghiệm nội dung

27.1. Người nộp đơn có quyền khiếu nại việc đình chỉ xét nghiệm nội dung và Cục Sở hữu trí tuệ có trách nhiệm xử lý

khiếu nại của Người nộp đơn theo thủ tục quy định tại Mục 3 Chương IV Thông tư này.

27.2. Nếu kết quả giải quyết khiếu nại của Người nộp đơn xác định rằng khiếu nại của Người nộp đơn là xác đáng, Cục Sở hữu trí tuệ phục hồi việc xét nghiệm nội dung Đơn. Trong trường hợp này, Cục Sở hữu trí tuệ không được phép kéo dài thời hạn xét nghiệm nội dung.

28. Nội dung, trình tự đánh giá đối tượng theo các tiêu chuẩn bảo hộ

28.1. Nội dung của việc đánh giá đối tượng theo các tiêu chuẩn bảo hộ là xác định đối tượng bảo hộ nêu trong Đơn có phù hợp với yêu cầu cấp Bằng độc quyền sáng chế/giải pháp hữu ích hay không, nếu phù hợp thì đánh giá đối tượng lần lượt theo từng tiêu chuẩn bảo hộ.

28.2. Việc đánh giá theo các tiêu chuẩn bảo hộ được tiến hành lần lượt theo từng đối tượng (nếu Đơn bao gồm nhiều đối tượng mà vẫn bảo đảm tính thống nhất), với mỗi đối tượng việc đánh giá được tiến hành lần lượt theo từng tiêu chuẩn quy định chi tiết tại Chương III Thông tư này.

Việc đánh giá được tiến hành lần lượt theo từng điểm nêu trong Yêu cầu bảo hộ.

28.3. Việc đánh giá mỗi đối tượng được kết thúc nếu:

a) Tìm thấy lý do để kết luận đối tượng không đáp ứng một trong các tiêu chuẩn bảo hộ, hoặc

b) Không tìm thấy lý do để kết luận rằng đối tượng không đáp ứng bất kỳ một tiêu chuẩn bảo hộ nào.

Trong trường hợp a, việc xét nghiệm nội dung được kết thúc với kết luận rằng đối tượng không đáp ứng tiêu chuẩn bảo hộ.

Trong trường hợp b, việc xét nghiệm nội dung được kết thúc với kết luận rằng đối tượng đáp ứng tiêu chuẩn bảo hộ.

29. Thông báo kết quả xét nghiệm nội dung

29.1. Kết quả xét nghiệm nội dung Đơn phải được Cục Sở hữu trí tuệ thông báo cho Người nộp đơn và cho Người yêu cầu xét nghiệm nội dung, trong đó phải nêu rõ đối tượng có đáp ứng tiêu chuẩn bảo hộ hay không.

29.2. Nếu đối tượng nêu trong Đơn không phù hợp với yêu cầu cấp Bằng độc quyền sáng chế/giải pháp hữu ích hoặc nếu đối tượng phù hợp nhưng không đáp ứng tiêu chuẩn bảo hộ, trong Thông báo kết quả xét nghiệm nội dung phải nêu rõ dự định từ chối cấp Văn bằng bảo hộ, và nêu rõ lý do từ chối, đồng thời phải ấn định thời hạn 2 tháng tính từ ngày thông báo để Người nộp đơn có ý kiến; nếu phạm vi (khối lượng) bảo hộ quá rộng, trong Thông báo phải nêu rõ lý do và chỉ ra dự định thu hẹp phạm vi (khối lượng) bảo hộ.

29.3. Nếu đối tượng đáp ứng các tiêu chuẩn bảo hộ nhưng Đơn còn có các thiếu sót thì trong Thông báo kết quả xét nghiệm nội dung phải nêu rõ các thiếu sót đó và ấn định thời hạn 2 tháng tính từ ngày thông báo để Người nộp đơn có ý kiến hoặc sửa chữa thiếu sót, đồng thời phải thông báo dự định từ chối cấp Văn bằng bảo hộ trong trường hợp Người nộp đơn không sửa chữa thiếu sót đạt yêu cầu hoặc không có ý kiến phản đối xác đáng.

29.4. Nếu đối tượng đáp ứng tiêu chuẩn bảo hộ, hoặc trường hợp nêu tại các điểm 29.2 và 29.3 Thông tư này mà Người nộp đơn đã thu hẹp phạm vi (khối lượng) bảo hộ để đối tượng đáp ứng tiêu chuẩn bảo hộ, hoặc đã sửa chữa thiếu sót đạt yêu cầu và/hoặc có ý kiến phản đối xác đáng, thì trong Thông báo kết quả xét nghiệm nội dung (hoặc Thông báo kết quả xét nghiệm nội dung lần 2 đối với các trường hợp nêu tại các điểm 29.2 và 29.3 Thông tư này) phải ấn định thời hạn để Người nộp đơn nộp lệ phí công bố Văn bằng bảo hộ, lệ phí đăng bạ và cấp Văn bằng bảo hộ và lệ phí duy trì hiệu lực năm thứ nhất. Thời hạn nêu trên là 2 tháng kể từ ngày ra Thông báo.

29.5. Nếu trong thời hạn đã ấn định Người nộp đơn không sửa chữa thiếu sót hoặc sửa chữa thiếu sót không đạt yêu cầu và/hoặc không có ý kiến phản đối hoặc ý kiến phản đối không xác đáng thì Cục Sở hữu trí tuệ chính thức từ chối cấp Văn bằng bảo hộ.

Trường hợp Thông báo kết quả xét nghiệm nội dung ấn định thời hạn nộp phí, lệ phí theo quy định tại điểm 29.4 Thông tư này mà Người nộp đơn không nộp lệ phí công bố, lệ phí đăng bạ và lệ phí cấp Văn bằng bảo hộ trong thời hạn đã ấn định thì Cục Sở hữu trí tuệ từ chối cấp Văn bằng bảo hộ. Nếu trong thời hạn đã ấn định Người nộp đơn chỉ nộp lệ phí công bố, lệ phí đăng bạ và lệ phí cấp Văn bằng bảo hộ mà không nộp lệ phí duy trì hiệu lực năm thứ nhất thì Văn bằng bảo hộ vẫn được cấp, nhưng hiệu lực Văn bằng bảo hộ bị đình chỉ theo Điều 28.2b Nghị định.

29.6. Đối với Đơn có nhiều đối tượng, nếu chỉ có một số trong số các đối tượng đó thuộc trường hợp nêu ở điểm 29.5 Thông tư này thì việc từ chối cấp Văn bằng bảo hộ chỉ liên quan đến những đối tượng đó (Văn bằng bảo hộ vẫn được cấp cho các đối tượng còn lại). Để được cấp Văn bằng bảo hộ, Người nộp đơn phải sửa đổi Bản mô tả đối với các đối tượng còn lại đáp ứng yêu cầu nêu tại điểm 6 Thông tư này.

30. Thời hạn xét nghiệm nội dung

30.1. Thời hạn xét nghiệm nội dung Đơn là 12 tháng tính từ ngày nhận được Yêu cầu xét nghiệm nội dung (nếu Yêu cầu đó được nộp sau ngày công bố Đơn) hoặc tính từ ngày công bố Đơn (nếu Yêu cầu xét nghiệm nội dung được nộp trước ngày công bố Đơn).

30.2. Nếu trong quá trình xét nghiệm nội dung Đơn, Người nộp đơn chủ động hoặc theo yêu cầu của Cục Sở hữu trí tuệ tiến hành việc sửa chữa, bổ sung tài liệu thì thời hạn xét nghiệm nội dung được kéo dài thêm 1 tháng. Trường hợp đơn được sửa chữa, bổ sung tài liệu theo yêu cầu của Cục Sở hữu trí tuệ thì

thời hạn dành cho Người nộp đơn sửa chữa, bổ sung tài liệu không tính vào thời hạn xét nghiệm nội dung.

30.3. Trước ngày kết thúc thời hạn xét nghiệm nội dung, Cục Sở hữu trí tuệ phải gửi Thông báo kết quả xét nghiệm nội dung cho Người nộp đơn và người yêu cầu xét nghiệm nội dung theo quy định tại điểm 29 Thông tư này.

Mục 6. SỬA ĐỔI ĐƠN

31. Sửa đổi, bổ sung, tách, chuyển nhượng, chuyển đổi Đơn

31.1. Trước khi Cục Sở hữu trí tuệ ra Thông báo từ chối chấp nhận Đơn, Thông báo từ chối cấp Văn bằng bảo hộ hoặc Quyết định cấp Văn bằng bảo hộ, Người nộp đơn có thể chủ động hoặc theo yêu cầu của Cục Sở hữu trí tuệ sửa đổi, bổ sung các tài liệu Đơn, kể cả tách Đơn (tách một hoặc một số giải pháp kỹ thuật trong Đơn sáng chế/giải pháp hữu ích sang một hoặc nhiều Đơn mới, gọi là Đơn tách).

Người nộp đơn phải nộp bản tài liệu với nội dung đã sửa đổi (để thay thế tài liệu chưa sửa đổi) và bản thuyết minh nội dung sửa đổi so với nội dung chưa sửa đổi và phải nộp lệ phí theo quy định.

31.2. Việc sửa đổi, bổ sung Đơn không được mở rộng phạm vi (khối lượng) bảo hộ vượt quá nội dung đã bộc lộ trong Phần mô tả và không được làm thay đổi bản chất của đối tượng nêu trong Đơn cũng như đảm bảo tính thống nhất của Đơn. Nếu việc sửa chữa làm mở rộng phạm vi (khối lượng) bảo hộ hoặc làm thay đổi bản chất đối tượng thì Người nộp đơn phải nộp Đơn mới và mọi thủ tục được tiến hành lại từ đầu.

31.3. Các Đơn tách được giữ ngày nộp Đơn/(các) ngày ưu tiên của Đơn ban đầu. Đối với mỗi Đơn tách, lệ phí nộp đơn và mọi khoản phí, lệ phí phải được tính nếu chưa được nộp theo Đơn ban đầu và cho các thủ tục được thực hiện độc lập với Đơn ban đầu. Đơn tách được xử lý theo các thủ tục như

đối với một đơn mới nhưng không được công bố nếu việc tách đơn được thực hiện sau khi đã công bố Đơn ban đầu. Ngày nộp yêu cầu tách Đơn được coi như ngày sửa đổi, bổ sung Đơn ban đầu để tính thời hạn xét nghiệm đơn cho Đơn ban đầu. Đơn ban đầu (sau khi bị tách) tiếp tục được xử lý theo trình tự thông thường và Người nộp đơn phải nộp lệ phí sửa đổi, bổ sung đơn.

31.4. Người nộp đơn có thể yêu cầu ghi nhận thay đổi về tên, địa chỉ của Người nộp đơn và thay đổi Người nộp đơn (chuyển nhượng Đơn, chuyển dịch quyền đối với Đơn do thừa kế, sáp nhập, chia tách pháp nhân, theo phán quyết của Tòa án...). Yêu cầu ghi nhận thay đổi phải được làm thành văn bản và người yêu cầu phải nộp lệ phí theo quy định. Trong một văn bản có thể yêu cầu ghi nhận thay đổi liên quan đến nhiều Đơn với cùng một nội dung thay đổi cần ghi nhận, với điều kiện Người nộp đơn nộp lệ phí theo số lượng Đơn liên quan.

31.5. Trường hợp chuyển đổi Đơn sáng chế thành Đơn giải pháp hữu ích hoặc ngược lại theo Điều 13 Nghị định, các thủ tục chưa được tiến hành đối với Đơn ban đầu được tiếp tục xử lý theo Đơn chuyển đổi. Ngày chuyển đổi Đơn được coi là ngày sửa đổi, bổ sung Đơn để tính thời hạn xét nghiệm Đơn chuyển đổi.

Yêu cầu chuyển đổi Đơn sáng chế thành Đơn giải pháp hữu ích theo khoản 2 Điều 13 Nghị định chỉ được chấp nhận trong trường hợp từ chối cấp Bằng độc quyền sáng chế vì lý do giải pháp kỹ thuật không có tính sáng tạo.

Chương III

ĐÁNH GIÁ ĐỐI TƯỢNG THEO TIÊU CHUẨN BẢO HỘ

32. Đánh giá sự phù hợp giữa đối tượng nêu trong Đơn và yêu cầu cấp Bằng độc quyền sáng chế/giải pháp hữu ích

32.1. Đối tượng nêu trong Đơn bị coi là không phù hợp với yêu cầu cấp Bằng độc quyền sáng chế/Bằng độc quyền giải pháp

hữu ích nếu đối tượng đó không phải là giải pháp kỹ thuật hoặc không phải là việc sử dụng một giải pháp kỹ thuật.

32.2. Giải pháp kỹ thuật - đối tượng bảo hộ sáng chế/giải pháp hữu ích

a) Giải pháp kỹ thuật - đối tượng được bảo hộ dưới danh nghĩa là sáng chế/giải pháp hữu ích - là tập hợp cần và đủ các thông tin về cách thức kỹ thuật và/hoặc phương tiện kỹ thuật nhằm giải quyết một vấn đề xác định.

b) Giải pháp kỹ thuật có thể và chỉ có thể thuộc một trong các dạng sau đây:

- Giải pháp kỹ thuật dạng vật thể (dụng cụ, máy móc, thiết bị, linh kiện, mạch điện...) được thể hiện bằng một tập hợp các thông tin xác định một sản phẩm nhân tạo được đặc trưng bởi các dấu hiệu (đặc điểm) về kết cấu, sản phẩm đó có chức năng (công dụng) như là một phương tiện đáp ứng một nhu cầu nhất định của con người;

- Giải pháp kỹ thuật dạng chất thể (vật liệu, chất liệu, thực phẩm, dược phẩm...) được thể hiện bằng một tập hợp các thông tin xác định một sản phẩm nhân tạo được đặc trưng bởi các dấu hiệu (đặc điểm) về sự hiện diện, tỷ lệ và trạng thái của các phần tử, có chức năng (công dụng) như là một phương tiện đáp ứng một nhu cầu nhất định của con người;

- Giải pháp kỹ thuật dạng vật liệu sinh học (gen; thực vật, động vật biến đổi gen...) được thể hiện bằng một tập hợp các thông tin về một Bản phẩm chứa thông tin di truyền bị biến đổi dưới tác động của con người, có khả năng tự tái tạo;

- Giải pháp kỹ thuật dạng quy trình (quy trình công nghệ; phương pháp chẩn đoán, dự báo, kiểm tra, xử lý...) được thể hiện bằng một tập hợp các thông tin xác định cách thức tiến hành một quá trình, một công việc cụ thể được đặc trưng bởi các dấu hiệu (đặc điểm) về trình tự, điều kiện, biện pháp, phương tiện thực hiện các thao tác nhằm đạt được một mục đích nhất định.

c) Các giải pháp kỹ thuật chỉ khác nhau bởi chức năng (công dụng) hoặc mục đích sử dụng cũng được coi là các giải pháp kỹ thuật khác nhau.

d) Trong các trường hợp sau đây, đối tượng 'nêu trong Đơn không được coi là giải pháp kỹ thuật: .

Đối tượng nêu trong Đơn chỉ là ý tưởng hoặc ý đồ, chỉ nêu (đặt) vấn đề mà không phải là cách giải quyết vấn đề, không trả lời được câu hỏi "bằng cách nào" hoặc/và "bằng phương tiện gì";

- Vấn đề được đặt ra để giải quyết không phải là vấn đề kỹ thuật và không thể giải quyết được bằng cách thức kỹ thuật (ví dụ: các loại luật lệ, trò chơi, các định luật toán học, vật lý học; phương pháp và hệ thống tổ chức, quản lý, đào tạo huấn luyện; hệ thống ngôn ngữ; phương pháp sắp xếp thông tin; sơ đồ quy hoạch vùng lãnh thổ; hình dáng bên ngoài của sản phẩm chỉ mang đặc tính thẩm mỹ;...);

- Các sản phẩm của tự nhiên hoặc do tự nhiên chi phối, không phải là sản phẩm sáng tạo của con người.

33. Đánh giá khả năng áp dụng của giải pháp kỹ thuật

33.1. Theo khoản 3 Điều 4 Nghị định, một giải pháp kỹ thuật được coi là có khả năng áp dụng nếu căn cứ vào các thông tin về bản chất của giải pháp được nêu trong Bản mô tả, có thể thực hiện được giải pháp đó với kết quả như được nêu trong Bản mô tả.

33.2. Giải pháp kỹ thuật nêu trong Đơn được coi là "có thể thực hiện được" nếu:

a) Các thông tin về bản chất của giải pháp cùng với các chỉ dẫn về điều kiện kỹ thuật cần thiết được trình bày một cách rõ ràng đầy đủ đến mức cho phép người có trình độ hiểu biết trung bình trong lĩnh vực kỹ thuật tương ứng có thể tạo ra, sản xuất ra hoặc/và có thể sử dụng, khai thác hoặc/và tiến hành được giải pháp đó;

b) Việc tạo ra, sản xuất ra, sử dụng, khai thác hoặc tiến hành giải pháp nêu trên có thể được lặp đi lặp lại với kết quả giống nhau và giống với kết quả được nêu trong Bản mô tả.

33.3. Trong các trường hợp sau đây, giải pháp kỹ thuật bị coi là không có khả năng áp dụng:

a) Bản chất của đối tượng hoặc các chỉ dẫn nhằm thực hiện đối tượng đi ngược lại các nguyên lý cơ bản của khoa học (ví dụ không tuân theo nguyên lý bảo toàn năng lượng v.v...);

b) Đối tượng bao gồm các yếu tố/thành phần không có mối liên hệ kỹ thuật với nhau hoặc không thể liên hệ (ghép nối, ràng buộc, phụ thuộc ...) được với nhau;

c) Đối tượng có chứa mâu thuẫn nội tại;

d) Chỉ có thể thực hiện được các chỉ dẫn về đối tượng trong một số giới hạn lần thực hiện (không thể lặp đi lặp lại được);

đ) Để có thể thực hiện được giải pháp, người thực hiện phải có kỹ năng đặc biệt và kỹ năng đó không thể truyền thụ hoặc chỉ dẫn được cho người khác;

e) Kết quả thu được từ các lần thực hiện không đồng nhất với nhau;

f) Kết quả thu được khác với kết quả nêu trong Đơn;

g) Hoàn toàn không có hoặc thiếu các chỉ dẫn quan trọng nhất để thực hiện giải pháp;

h) Với các lý do xác đáng khác.

34. Đánh giá tính mới của giải pháp kỹ thuật

34.1. Một giải pháp kỹ thuật được coi là có tính mới nếu đáp ứng các điều kiện quy định tại khoản 1 Điều 4 Nghị định.

34.2. Nguồn thông tin tối thiểu bắt buộc

a) Để đánh giá tính mới của giải pháp kỹ thuật nêu trong Đơn, ít nhất phải tiến hành tra cứu thông tin trong các nguồn

bắt buộc sau đây (nhưng không hạn chế tra cứu chỉ trong Nguồn tối thiểu đó):

- Tất cả các Đơn khác đã được Cục Sở hữu trí tuệ tiếp nhận có cùng chỉ số phân loại với chỉ số phân loại của đối tượng nêu trong Đơn - tính đến chỉ số phân lớp (chỉ số hạng thứ ba) và có ngày ưu tiên sớm hơn ngày ưu tiên của Đơn, trừ những Đơn đã hoặc sẽ không được công bố;

- Các Đơn sáng chế hoặc/và các patent do các Tổ chức, quốc gia khác công bố/cấp trong vòng 25 năm trước ngày ưu tiên của Đơn - được lưu giữ trong cơ sở dữ liệu patent có tại Cục Sở hữu trí tuệ, với phạm vi tra cứu như quy định tại đoạn trên.

b) Trong các trường hợp cần thiết và có thể, việc tra cứu được mở rộng đến các báo cáo khoa học, báo cáo kết quả của các chương trình, đề tài nghiên cứu...: thuộc cùng lĩnh vực kỹ thuật được công bố và lưu giữ tại Trung tâm Thông tin Tư liệu khoa học và công nghệ quốc gia.

34.3. Mục đích tra cứu; Báo cáo tra cứu

a) Mục đích của việc tra cứu thông tin là tìm giải pháp kỹ thuật có bản chất tương tự hoặc trùng lặp với giải pháp kỹ thuật nêu trong Đơn, trong đó:

- Hai giải pháp kỹ thuật trùng nhau khi có tất cả các dấu hiệu (đặc điểm) cơ bản trùng nhau hoặc tương đương (thay thế được cho nhau);

- Hai giải pháp kỹ thuật tương tự nhau khi có phần lớn các dấu hiệu (đặc điểm) cơ bản trùng nhau hoặc tương đượng (thay thế được cho nhau);

- "Giải pháp kỹ thuật đối chứng" là giải pháp kỹ thuật trùng hoặc tương tự gần nhất với giải pháp kỹ thuật nêu trong Đơn.

b) Kết quả tra cứu thông tin phải được thể hiện trong Báo cáo tra cứu, trong đó phải ghi rõ lĩnh vực tra cứu, phạm vi tra cứu kết quả tìm kiếm trong phạm vi đó (thống kê các giải pháp đối chứng được tìm thấy, chỉ rõ các dấu hiệu trùng nhau, nguồn

gốc thông tin, ngày công bố của thông tin tương ứng) và phải nêu họ tên Người lập Báo cáo (Người tra cứu).

34.4. Kết luận về tính mới của giải pháp kỹ thuật

a) Để đánh giá tính mới của giải pháp kỹ thuật nêu trong Đơn, phải tiến hành so sánh các dấu hiệu (đặc điểm) cơ bản của giải pháp kỹ thuật đó với các dấu hiệu cơ bản của giải pháp kỹ thuật đối chứng được tìm thấy trong quá trình tra cứu thông tin, trong đó:

Dấu hiệu cơ bản của giải pháp kỹ thuật là đặc điểm về chức năng, công dụng, cấu tạo liên kết, thành phần... cùng với dấu hiệu cơ bản khác tạo thành một tập hợp cần và đủ để xác định bản chất (nội dung) của đối tượng (bao gồm cả chức năng, công dụng);

Các dấu hiệu cơ bản của giải pháp kỹ thuật nêu trong Đơn, trong các Patent sáng chế được thể hiện tại Yêu cầu bảo hộ sáng chế/giải pháp hữu ích. Các dấu hiệu cơ bản của giải pháp kỹ thuật nêu trong các tài liệu khác được thể hiện và phát hiện theo tài liệu mô tả hoặc dạng thể hiện thực tế của giải pháp kỹ thuật đó.

b) Tương ứng với một điểm của Yêu cầu bảo hộ, giải pháp kỹ thuật nêu trong Đơn được coi là mới so với trình độ kỹ thuật trên thế giới nếu:

- Không tìm thấy giải pháp kỹ thuật đối chứng trong quá trình tra cứu thông tin; hoặc

- Có tìm thấy giải pháp kỹ thuật đối chứng nhưng giải pháp kỹ thuật nêu trong Đơn có ít nhất một dấu hiệu cơ bản không có mặt trong giải pháp kỹ thuật đối chứng (và dấu hiệu đó được gọi là dấu hiệu cơ bản khác biệt).

35. Đánh giá trình độ sáng tạo của giải pháp kỹ thuật

35.1. Giải pháp kỹ thuật nêu trong Đơn được coi là có trình độ sáng tạo nếu đáp ứng các điều kiện quy định tại khoản 2 Điều 4 Nghị định. Việc đánh giá trình độ sáng tạo của giải pháp kỹ thuật nêu trong Đơn được thực hiện theo quy định tại Điểm này.

35.2. Nguồn thông tin tối thiểu bắt buộc

Khi đánh giá trình độ sáng tạo của giải pháp kỹ thuật, ít nhất phải tiến hành tra cứu thông tin trong Nguồn thông tin tối thiểu bắt buộc (nhưng không chỉ hạn chế trong Nguồn đó) như quy định tại điểm 34.2 Thông tư này (trừ những đơn chưa được công bố tính đến ngày ưu tiên của Đơn).

35.3. Đánh giá trình độ sáng tạo

a) Việc đánh giá trình độ sáng tạo của giải pháp kỹ thuật nêu trong Đơn được thực hiện bằng cách đánh giá dấu hiệu/các dấu hiệu cơ bản khác biệt nêu trong yêu cầu bảo hộ để đưa ra kết luận:

- Dấu hiệu/các dấu hiệu cơ bản khác biệt có bị coi là đã được bộc lộ trong nguồn thông tin tối thiểu bắt buộc hay không, và

- Tập hợp/các dấu hiệu cơ bản khác biệt có bị coi là có tính hiển nhiên hay không.

b) Ứng với một điểm thuộc Yêu cầu bảo hộ, giải pháp kỹ thuật được coi là có trình độ sáng tạo nếu việc đưa dấu hiệu cơ bản khác biệt vào tập hợp các dấu hiệu cơ bản của giải pháp kỹ thuật là kết quả của hoạt động sáng tạo và không phải là kết quả hiển nhiên của hiểu biết thông thường trong lĩnh vực kỹ thuật tương ứng.

c) Trong các trường hợp sau đây (nhưng không phải chỉ trong các trường hợp đó), ứng với một điểm thuộc Yêu cầu bảo hộ, giải pháp kỹ thuật bị coi là không có trình độ sáng tạo:

- Tập hợp các dấu hiệu cơ bản khác biệt mang tính hiển nhiên (bất kỳ một người nào có hiểu biết trung bình thuộc lĩnh vực tương ứng cũng biết rằng để thực hiện chức năng đã định hoặc để đạt được mục đích đã định tất yếu phải sử dụng tập hợp các dấu hiệu đó và ngược lại khi sử dụng tập hợp các dấu hiệu đó thì tất yếu phải đạt được mục đích hoặc thực hiện được chức năng tương ứng);

- Tập hợp/các dấu hiệu cơ bản khác biệt đã được bộc lộ dưới dạng đồng nhất hoặc tương đương trong một/một số giải pháp kỹ thuật nào đó đã biết trong nguồn thông tin tối thiểu bắt buộc;

- Giải pháp kỹ thuật là sự kết hợp đơn giản của các giải pháp kỹ thuật đã biết với chức năng, mục đích và hiệu quả cũng là sự kết hợp đơn giản chức năng, mục đích và hiệu quả của từng giải pháp kỹ thuật đã biết.

d) Trong Điểm này:

- Hai dấu hiệu được coi là đồng nhất nếu có cùng bản chất;

- Hai dấu hiệu được coi là tương đương nếu có bản chất tương tự nhau, có cùng mục đích và cách thức đạt được mục đích cơ bản là giống nhau.

36. Kết luận về khả năng được bảo hộ của giải pháp kỹ thuật; xác định phạm vi (khối lượng) bảo hộ

Nếu có lý do khẳng định rằng giải pháp kỹ thuật nêu trong Đơn không đáp ứng ít nhất một trong các tiêu chuẩn bảo hộ, giải pháp kỹ thuật bị coi là không có khả năng được bảo hộ và Cục Sở hữu trí tuệ từ chối cấp Bằng độc quyền sáng chế/giải pháp hữu ích. Trong trường hợp ngược lại, giải pháp kỹ thuật được coi là có khả năng được bảo hộ và Cục Sở hữu trí tuệ chấp nhận cấp Bằng độc quyền sáng chế/giải pháp hữu ích với phạm vi (khối lượng) bảo hộ tương ứng được xác định bằng Yêu cầu bảo hộ.

Chương IV
CẤP, ĐĂNG BẠ, KHIẾU NẠI, ĐÌNH CHỈ, HỦY BỎ HIỆU LỰC VĂN BẰNG BẢO HỘ

Mục 1. CẤP, CẤP LẠI VĂN BẰNG BẢO HỘ, PHÓ BẢN VĂN BẰNG BẢO HỘ

37. Cấp Văn bằng bảo hộ

37.1. Trong thời hạn 10 ngày kể từ ngày Người nộp đơn nộp đầy đủ và đúng hạn các khoản phí, lệ phí quy định tại điểm

29.4, Cục Sở hữu trí tuệ tiến hành các thủ tục cấp Văn bằng bảo hộ theo quy định tại Điều 23 và Điều 26 Nghị định.

Sau khi được cấp Văn bằng bảo hộ, nếu Chủ Văn bằng bảo hộ thấy có sai sót thì có quyền yêu cầu Cục Sở hữu trí tuệ sửa chữa Văn bằng bảo hộ. Nếu sai sót do Người nộp đơn, Chủ Văn bằng bảo hộ phải nộp phí sửa đổi, bổ sung. Nếu sai sót do Cục Sở hữu trí tuệ, Chủ Văn bằng bảo hộ không phải nộp khoản phí đó. Việc sửa đổi nói trên không được làm thay đổi bản chất, đối tượng, phạm vi (khối lượng) bảo hộ.

37.2. Kể từ ngày Cục Sở hữu trí tuệ ra Quyết định cấp Văn bằng bảo hộ, Người nộp đơn không được chuyển nhượng Đơn cho người khác. Nếu Hợp đồng chuyển nhượng Đơn đã được ký giữa Người nộp đơn với người khác nhưng chưa làm thủ tục tại Cục sở hữu trí tuệ, Hợp đồng đó phải chuyển thành Hợp đồng chuyển giao quyền sở hữu sáng chế/giải pháp hữu ích theo Văn bằng bảo hộ mới được thừa nhận.

38. Quyền yêu cầu cấp, cấp lại Phó bản Văn bằng bảo hộ và cấp lại Văn bằng bảo hộ

38.1. Trường hợp quyền sở hữu công nghiệp thuộc sở hữu chung, những chủ sở hữu chung không được Cục Sở hữu trí tuệ trao Văn bằng bảo hộ theo quy định tại khoản 3 Điều 26 Nghị định có thể nộp đơn yêu cầu cấp Phó bản Văn bằng bảo hộ cho Cục Sở hữu trí tuệ, với điều kiện phải nộp lệ phí cấp Phó bản Văn bằng bảo hộ.

38.2. Trong các trường hợp sau đây, chủ sở hữu công nghiệp đã được cấp Văn bằng bảo hộ (kể cả Phó bản Văn bằng bảo hộ) có thể nộp đơn yêu cầu cấp lại Văn bằng bảo hộ, Phó bản Văn bằng bảo hộ cho Cục Sở hữu trí tuệ, với điều kiện phải nộp lệ phí cấp Văn bằng bảo hộ, Phó bản Văn bằng bảo hộ:

a) Văn bằng bảo hộ, Phó bản Văn bằng bảo hộ bị mất, với điều kiện phải giải trình lý do xác đáng;

b) Văn bằng bảo hộ, Phó bản Văn bằng bảo hộ bị hỏng (rách,

bẩn, phai mờ... đến mức không sử dụng được), với điều kiện phải nộp lại Văn bằng bảo hộ, Phó bản Văn bằng bảo hộ đã hỏng đó.

39. Hồ sơ yêu cầu cấp, cấp lại Phó bản Văn bằng bảo hộ; cấp lại Văn bằng bảo hộ

Hồ sơ yêu cầu cấp, cấp lại Phó bản Văn bằng bảo hộ hoặc cấp lại Văn bằng bảo hộ gồm các tài liệu sau:

a) Tờ khai yêu cầu cấp, cấp lại Phó bản Văn bằng bảo hộ hoặc cấp lại Văn bằng bảo hộ (làm theo mẫu quy định tại Phụ lục của Thông tư này);

b) Văn bản giải trình lý do khiến Văn bằng bảo hộ, Phó bản Văn bằng bảo hộ bị mất; hoặc Văn bằng bảo hộ, Phó bản Văn bằng bảo hộ bị hỏng (trường hợp yêu cầu cấp lại Văn bằng bảo hộ, Phó bản Văn bằng bảo hộ);

c) Giấy ủy quyền (trường hợp nộp đơn thông qua đại diện);

d) Chứng từ nộp lệ phí cấp Văn bằng bảo hộ hoặc lệ phí cấp Phó bản Văn bằng bảo hộ.

40. Xử lý Hồ sơ yêu cầu cấp, cấp lại Phó bản Văn bằng bảo hộ, cấp lại Văn bằng bảo hộ

40.1. Cục Sở hữu trí tuệ phải xem xét Hồ sơ yêu cầu cấp, cấp lại Phó bản Văn bằng bảo hộ hoặc cấp lại Văn bằng bảo hộ trong thời hạn 1 tháng tính từ ngày nhận Hồ sơ. Trường hợp Hồ sơ đáp ứng các quy định tại Điểm 39 Thông tư này,

Cục Sở hữu trí tuệ ra Quyết định cấp, cấp lại Phó bản Văn bằng bảo hộ hoặc Quyết định cấp lại Văn bằng bảo hộ và ghi nhận vào mục đăng bạ của Văn bằng bảo hộ tương ứng trong Sổ đăng ký quốc gia.

40.2. Nội dung Phó bản Văn bằng bảo hộ thể hiện đầy đủ các thông tin của Văn bằng bảo hộ tương ứng. Nội dung bản cấp lại của Văn bằng bảo hộ, Phó bản Văn bằng bảo hộ thể hiện đầy đủ các thông tin của Văn bằng bảo hộ, Phó bản Văn bằng bảo hộ

cấp lần đầu và phải kèm theo chỉ dẫn "Phó bản" hoặc "Bản cấp lại".

40.3. Trong trường hợp Hồ sơ không đáp ứng quy định tại Điểm 39 Thông tư này, Cục Sở hữu trí tuệ ra Thông báo từ chối cấp Phó bản hoặc Thông báo từ chối cấp lại Văn bằng bảo hộ, trong đó có nêu rõ lý do.

Mục 2. ĐĂNG BẠ QUỐC GIA, CÔNG BỐ QUYẾT ĐỊNH CẤP VĂN BẰNG BẢO HỘ

41. Sổ đăng ký quốc gia về sáng chế/giải pháp hữu ích

41.1. Sổ đăng ký quốc gia (Đăng bạ) về sáng chế/giải pháp hữu ích là Cơ sở dữ liệu chính thức, công khai, thể hiện đầy đủ thông tin về tình trạng pháp lý của quyền sở hữu công nghiệp đã được xác lập của Nhà nước đối với sáng chế/giải pháp hữu ích.

41.2. Đăng bạ sáng chế, Đăng bạ giải pháp hữu ích bao gồm các mục tương ứng với từng Văn bằng bảo hộ, mỗi mục bao gồm:

a) Thông tin về Văn bằng bảo hộ (số, ngày cấp Văn bằng bảo hộ; tên đối tượng được bảo hộ, phạm vi (khối lượng) bảo hộ, thời hạn hiệu lực; tên và địa chỉ của chủ Văn bằng bảo hộ, họ tên tác giả;

b) Thông tin về Đơn yêu cầu cấp Văn bằng bảo hộ (số đơn, ngày nộp đơn, ngày ưu tiên của Đơn, tên Tổ chức dịch vụ đại diện sở hữu công nghiệp (nếu có));

c) Mọi thông tin về việc sửa đổi Văn bằng bảo hộ, tình trạng hiệu lực Văn bằng bảo hộ (duy trì hiệu lực, đình chỉ hiệu lực, hủy bỏ hiệu lực; khôi phục hiệu lực); chuyển giao quyền sở hữu, chuyển giao quyền sử dụng sáng chế/giải pháp hữu ích; số, ngày cấp và người được cấp, cấp lại Phó bản Văn bằng bảo hộ hoặc cấp lại Văn bằng bảo hộ.

41.3. Đăng bạ do Cục Sở hữu trí tuệ lập và lưu giữ dưới dạng giấy, điện tử hoặc các phương tiện khác. Bất kỳ người nào cũng

có thể tra cứu Đăng bạ điện tử (nếu có) hoặc yêu cầu Cục Sở hữu trí tuệ cấp bản sao Đăng bạ (trích sao các mục trong Đăng bạ). Người yêu cầu cấp bản sao Đăng bạ phải nộp phí cấp bản sao.

42. Công bố Quyết định cấp Văn bằng bảo hộ

Mọi Văn bằng bảo hộ đã được cấp đều phải được Cục Sở hữu trí tuệ công bố trên Công báo Sở hữu công nghiệp trong tháng thứ 2 kể từ ngày ra Quyết định. Người nộp đơn phải nộp lệ phí công bố.

Các thông tin được công bố gồm thông tin ghi trong Quyết định tương ứng; Bản tóm tắt; một hoặc một số ảnh chụp hoặc bản vẽ (nếu có).

Mục 3. KHIẾU NẠI LIÊN QUAN ĐẾN THỦ TỤC CẤP VĂN BẰNG BẢO HỘ

43. Người có quyền khiếu nại, đối tượng và thời hiệu khiếu nại

43.1. Người có quyền khiếu nại quy định tại khoản 1 Điều 27 Nghị định, trong thời hiệu quy định tại khoản 3 Điều 27 Nghị định có quyền tiến hành các thủ tục khiếu nại các Thông báo từ chối chính thức và các Quyết định của Cục Sở hữu trí tuệ liên quan tới việc đăng ký sáng chế/giải pháp hữu ích.

43.2. Thời hiệu khiếu nại lần đầu quy định tại khoản 3 Điều 27 Nghị định được áp dụng phù hợp với Điều 31 Luật Khiếu nại, Tố cáo là 90 ngày tính từ ngày người có quyền khiếu nại nhận được hoặc biết được Thông báo, Quyết định của Cục Sở hữu trí tuệ về việc từ chối chấp nhận Đơn, việc cấp hoặc từ chối cấp Văn bằng bảo hộ.

44. Hồ sơ khiếu nại

44.1. Yêu cầu chung

Hồ sơ khiếu nại phải đáp ứng yêu cầu về hình thức quy định tại các Điểm từ 5.1.a đến 5.1.e Thông tư này. Mỗi Hồ sơ khiếu

nại đề cập một Quyết định hoặc Thông báo bị khiếu nại. Một Hồ sơ khiếu nại cũng có thể đề cập nhiều Quyết định hoặc Thông báo nếu có cùng một nội dung và lý lẽ khiếu nại, với điều kiện người khiếu nại phải nộp phí khiếu nại theo quy định đối với từng Quyết định và thông báo bị khiếu nại.

44.2. Hồ sơ khiếu nại phải gồm:

a) Tờ khai khiếu nại, làm theo mẫu quy định tại Phụ lục của Thông tư này;

b) Bản sao Quyết định hoặc Thông báo bị khiếu nại;

c) Bản sao Quyết định giải quyết khiếu nại lần thứ nhất (đối với khiếu nại lần thứ hai);

d) Chứng cứ chứng minh lý lẽ khiếu nại (nếu cần);

đ) Giấy ủy quyền (trường hợp nộp đơn thông qua đại diện);

e) Chứng từ nộp phí khiếu nại.

44.3. Chứng cứ là tài liệu (bằng chứng) hoặc hiện vật (vật chứng) dùng để chứng minh, làm rõ lý lẽ khiếu nại.

Chứng cứ phải đáp ứng các yêu cầu sau:

a) Bằng chứng có thể là tài liệu bằng tiếng nước ngoài với điều kiện phải kèm theo bản dịch ra tiếng Việt trong trường hợp người có thẩm quyền giải quyết khiếu nại yêu cầu;

b) Trong trường hợp bằng chứng là tài liệu do cá nhân, tổ chức không có con dấu hoặc của các cá nhân, tổ chức nước ngoài đứng tên chủ thể thì phải được cơ quan Công chứng hoặc của cơ quan có thẩm quyền xác nhận chữ ký;

c) Trong trường hợp bằng chứng là các vật mang tin (ấn phẩm, băng hình...) thì tùy từng trường hợp phải chỉ rõ xuất xứ, thời gian phát hành, công bố của các tài liệu nêu trên, hoặc chỉ rõ xuất xứ, thời gian công bố của các thông tin được thể hiện trên các vật mang tin đó;

d) Vật chứng phải kèm tài liệu mô tả rõ các đặc điểm có liên quan trực tiếp tới nội dung khiếu nại.

45. Trách nhiệm của người khiếu nại

Người khiếu nại phải bảo đảm sự trung thực trong việc cung cấp chứng cứ và phải chịu trách nhiệm về hậu quả của việc cung cấp chứng cứ không trung thực.

46. Rút Hồ sơ khiếu nại

46.1. Vào bất kỳ thời điểm nào, người khiếu nại có thể gửi văn bản thông báo việc rút Hồ sơ khiếu nại. Nếu việc rút Hồ sơ khiếu nại được thực hiện bởi Tổ chức đại diện sở hữu công nghiệp thì quyền rút đơn khiếu nại phải được người khiếu nại nêu rõ trong Giấy ủy quyền.

46.2. Hồ sơ đã rút bị coi như không được nộp. Người khiếu nại không được hoàn trả Hồ sơ và các khoản phí khiếu nại đã nộp.

47. Thụ lý Hồ sơ khiếu nại

47.1. Trong thời hạn 10 ngày kể từ ngày nhận Hồ sơ khiếu nại, người có thẩm quyền giải quyết khiếu nại phải kiểm tra Hồ sơ theo các yêu cầu về hình thức và ra thông báo bằng văn bản cho người khiếu nại về việc Hồ sơ khiếu nại có được thụ lý hay không, trong đó ghi nhận ngày thụ lý Hồ sơ hoặc nêu rõ lý do không thụ lý Hồ sơ.

47.2. Hồ sơ khiếu nại không được thụ lý trong các trường hợp sau:

a) Người khiếu nại không có quyền khiếu nại;

b) Hồ sơ khiếu nại nộp ngoài thời hiệu quy định;

c) Hồ sơ khiếu nại không đáp ứng các yêu cầu quy định tại Điểm 46 Thông tư này.

48. Bên liên quan

48.1. Đối với những Hồ sơ khiếu nại đã thụ lý, người có thẩm quyền giải quyết khiếu nại thông báo bằng văn bản về nội dung khiếu nại cho người có quyền và lợi ích liên quan trực tiếp ("Bên

liên quan") và ấn định thời hạn để người đó có ý kiến. Thời hạn nêu trên là 2 tháng kể từ ngày ra Thông báo.

48.2. Bên liên quan có quyền cung cấp thông tin, chứng cứ biện minh cho lý lẽ của mình.

48.8. Nếu kết thúc thời hạn nêu trên mà Bên liên quan không có ý kiến thì khiếu nại sẽ được giải quyết trên cơ sở ý kiến của người khiếu nại.

49. Quyết định giải quyết khiếu nại

Căn cứ vào lập luận, chứng cứ của người khiếu nại và Bên liên quan, người có thẩm quyền giải quyết khiếu nại phải ra Quyết định giải quyết khiếu nại trong thời hạn giải quyết khiếu nại quy định tại khoản 4 Điều 27 Nghị định.

Trước khi ra Quyết định giải quyết khiếu nại, người có thẩm quyền giải quyết khiếu nại phải thông báo cho người khiếu nại và Bên liên quan về những lập luận và chứng cứ của bên kia được sử dụng để giải quyết khiếu nại cũng như dự định giải quyết khiếu nại và ấn định thời hạn 2 tháng kể từ ngày ra Thông báo để các bên có ý kiến.

Thời gian dành để người khiếu nại và Bên liên quan cung cấp lập luận, chứng cứ theo yêu cầu của người có thẩm quyền giải quyết khiếu nại được coi là thời gian sửa đổi, bổ sung Hồ sơ và không tính vào thời hạn giải quyết khiếu nại.

50. Hiệu lực của Quyết định giải quyết khiếu nại

Bất kỳ thủ tục sở hữu công nghiệp nào phụ thuộc vào kết quả giải quyết khiếu nại cũng chỉ được thực hiện trên cơ sở:

a) Quyết định giải quyết khiếu nại lần đầu nếu người khiếu nại không khiếu nại lần thứ hai hoặc không khởi kiện hành chính; hoặc

b) Quyết định giải quyết khiếu nại lần thứ hai hoặc Quyết định của Tòa án nếu người khiếu nại tiến hành khiếu nại lần thứ hai hoặc khởi kiện hành chính.

Mục 4. ĐÌNH CHỈ, HỦY BỎ HIỆU LỰC VĂN BẰNG BẢO HỘ

51. Quyền yêu cầu đình chỉ, hủy bỏ hiệu lực Văn bằng bảo hộ

Trong thời hạn hiệu lực của Văn bằng bảo hộ, bất kỳ người nào cũng có quyền yêu cầu đình chỉ, hủy bỏ hiệu lực Văn bằng bảo hộ theo quy định tại các Điều 28, 29 Nghị định theo trình tự, thủ tục quy định tại Mục này.

52. Hồ sơ yêu cầu đình chỉ/hủy bỏ hiệu lụe Văn bằng bảo hộ

52.1. Hồ sơ yêu cầu đình chỉ/hủy bỏ hiệu lực Văn bằng bảo hộ phải đáp ứng yêu cầu về hình thức quy định tại các điểm từ 5.1.a đến 5.1.e Thông tư này.

52.2. Một Hồ sơ có thể yêu cầu đình chỉ/hủy bỏ hiệu lực nhiều Văn bằng bảo hộ nếu có cùng một lý lẽ, với điều kiện người yêu cầu phải nộp lệ phí theo quy định đối với từng Văn bằng bảo hộ.

52.3. Hồ sơ yêu cầu đình chỉ/hủy bỏ hiệu lực Văn bằng bảo hộ phải gồm:

a) Tờ khai yêu cầu đình chỉ/hủy bỏ hiệu lực Văn bằng bảo hộ, làm theo mẫu quy định tại Phụ lục của Thông tư này;

b) Chứng cứ (nếu cần);

c) Giấy ủy quyền (trường hợp nộp Đơn thông qua đại diện);

d) Chứng từ nộp lệ phí.

53. Xử lý Hồ sơ yêu cầu đình chỉ/hủy bỏ hiệu lực Văn bằng bảo hộ

53.1. Hồ sơ yêu cầu đình chỉ/hủy bỏ hiệu lực Văn bằng bảo hộ được xử lý theo trình tự giải quyết đơn khiếu nại quy định tại các điểm 47, 48, 49 và 50 Thông tư này.

53.2. Nếu không đồng ý với kết quả xử lý Hồ sơ yêu cầu đình chỉ/hủy bỏ hiệu lực Văn bằng bảo hộ của Cục Sở hữu trí tuệ, Người yêu cầu hoặc/và Bên liên quan có quyền khiếu nại Quyết

định hoặc Thông báo liên quan theo thủ tục quy định tại các điểm 47, 48, 49 và 50 Thông tư này.

53.3. Nội dung đình chỉ/hủy bỏ hiệu lực văn bằng bảo hộ được công bố trên Công báo Sở hữu công nghiệp và được ghi nhận vào Sổ đăng ký quốc gia về sáng chế/giải pháp hữu ích.

53.4. Nếu người yêu cầu đình chỉ hiệu lực là Chủ văn bằng bảo hộ, Cục Sở hữu trí tuệ chỉ xem xét việc đình chỉ đó có ảnh hưởng đến quyền lợi của người thứ ba hay không (có hay không tồn tại hợp đồng li-xăng đối tượng liên quan đang có hiệu lực) mà không xử lý Hồ sơ theo thủ tục quy định tại điểm 53.1 và 53.2 Thông tư này.

Chương V
ĐƠN QUỐC TẾ VỀ SÁNG CHẾ/GIẢI PHÁP HỮU ÍCH

54. Các thủ tục trước Cục Sở hữu trí tuệ

Các quy định về việc nộp Đơn và tiến hành các thủ tục liên quan khác trước Cục Sở hữu trí tuệ nêu tại khoản 2 và 3 Điều 15 Nghị định và điểm 3 Thông tư này cũng được áp dụng cho việc tiến hành các thủ tục trước Cục Sở hữu trí tuệ đối với Đơn quốc tế về sáng chế, giải pháp hữu ích.

55. Cơ quan nhận Đơn

Cơ quan có thẩm quyền nhận Đơn quốc tế tại Việt Nam là Cục Sở hữu trí tuệ.

Cục Sở hữu trí tuệ có trách nhiệm:

a) Nhận Đơn quốc tế nguồn gốc Việt Nam;

b) Thu lệ phí và chuyển các khoản lệ phí tương ứng cho Văn phòng quốc tế và Cơ quan tra cứu quốc tế theo quy định của Hiệp ước PCT;

c) Kiểm tra xem các khoản lệ phí quy định đó có được nộp đúng hạn không;

d) Kiểm tra và xử lý Đơn quốc tế nguồn gốc Việt Nam theo quy định của Hiệp ước;

đ) Xác định đối tượng yêu cầu bảo hộ: nếu đối tượng yêu cầu bảo hộ của Đơn thuộc diện bí mật quốc gia thì không tiến hành tiếp các việc sau đây và các khoản lệ phí tương ứng sẽ được hoàn trả cho Người nộp đơn;

e) Gửi một bản (Bản hồ sơ) của Đơn quốc tế nguồn gốc Việt Nam cho Văn phòng quốc tế và một bản (Bản tra cứu) cho Cơ quan tra cứu quốc tế;

f) Gửi và nhận thư từ của Người nộp đơn và từ các cơ quan quốc tế.

56. Ngôn ngữ

Đơn quốc tế nguồn gốc Việt Nam nộp cho Cục Sở hữu trí tuệ phải được làm bằng tiếng Anh hoặc tiếng Nga.

57. Cơ quan tra cứu quốc tế và Cơ quan xét nghiệm sơ bộ quốc tế

Đối với các Đơn quốc tế nguồn gốc Việt Nam, các Cơ quan tra cứu quốc tế và các Cơ quan xét nghiệm sơ bộ quốc tế có thẩm quyền là các Cơ quan Patent, Sở hữu công nghiệp hoặc Sở hữu trí tuệ của Ôx-trây-li-a, Áo, Liên bang Nga, Thụy Điển, Hàn Quốc và Cơ quan Patent Châu Âu.

58. Đơn quốc tế có chỉ định Việt Nam

Nếu trong Đơn quốc tế có chỉ định Việt Nam thì Cục Sở hữu trí tuệ sẽ là Cơ quan được chỉ định. Trong trường hợp này, để được vào Giai đoạn quốc gia, trong thời hạn 31 tháng kể từ ngày ưu tiên Người nộp đơn phải nộp cho Cục Sở hữu trí tuệ:

a) Tờ khai yêu cầu cấp Bằng độc quyền sáng chế/giải pháp hữu ích làm theo mẫu quy định tại Phụ lục của Thông tư này;

b) Bản sao Đơn quốc tế (trường hợp Người nộp đơn yêu cầu vào Giai đoạn quốc gia trước ngày công bố quốc tế);

b) Bản dịch ra tiếng Việt của Đơn quốc tế Bản mô tả, gồm Phần mô tả, Yêu cầu bảo hộ, Chú thích các hình vẽ và Bản tóm tắt (bản công bố hoặc bản gốc nộp ban đầu, nếu đơn chưa được

công bố, và bản sửa đổi và bản giải thích phần sửa đổi, nếu Đơn PCT có sửa đổi theo Điều 19 Hiệp ước PCT);

c) Bản mô tả và Bản tóm tắt đã sửa đổi (trường hợp có bản sửa đổi nêu tại điểm 58.c Thông tư này);

d) Phí và lệ phí quốc gia.

59. Đơn quốc tế có chọn Việt Nam

Nếu trong Đơn yêu cầu xét nghiệm sơ bộ quốc tế có chọn Việt Nam thì Cục Sở hữu trí tuệ sẽ là cơ quan được chọn. Trong trường hợp này, và nếu việc chọn Việt Nam được tiến hành trong thời hạn 19 tháng kể từ ngày ưu tiên, để được vào Giai đoạn quốc gia, trong thời hạn 31 tháng kể từ ngày ưu tiên Người nộp đơn phải nộp cho Cục Sở hữu trí tuệ:

a) Tờ khai yêu cầu cấp Bằng độc quyền sáng chế/giải pháp hữu ích, làm theo mẫu quy định tại Phụ lục của Thông tư này;

b) Bản dịch ra tiếng Việt của Đơn quốc tế. Bản mô tả, gồm Phần mô tả, Yêu cầu bảo hộ, Chú thích các hình vẽ và Bản tóm tắt (bản công bố hoặc bản gốc nộp ban đầu, nếu đơn chưa được công bố, và bản sửa đổi và bản giải thích phần sửa đổi nếu Đơn quốc tế có sửa đổi theo Điều 19 và/hoặc Điều 34.2.b Hiệp ước PCT);

c) Bản mô tả và Bản tóm tắt đã sửa đổi (trường hợp có bản sửa đổi nêu tại Điểm 59.b Thông tư này);

d) Bản dịch ra tiếng Việt của các phụ lục Báo cáo xét nghiệm sơ bộ quốc tế (khi có yêu cầu xét nghiệm nội dung Đơn);

đ) Phí và lệ phí quốc gia.

60. Yêu cầu hưởng quyền ưu tiên

Để được hưởng quyền ưu tiên, Người nộp đơn phải khẳng định lại điều đó trong Tờ khai, phải nộp lệ phí xin hưởng quyền ưu tiên và theo yêu cầu của Cục Sở hữu trí tuệ, phải nộp bản dịch ra tiếng Việt của các tài liệu đã nộp cho Văn phòng quốc tế theo Quy tắc 17.1a của Quy chế thi hành Hiệp ước.

61. Sửa đổi, bổ sung tài liệu trong Giai đoạn quốc gia

Phù hợp với Quy tắc 51bis Quy chế thi hành Hiệp ước PCT, Người nộp đơn phải nộp Giấy ủy quyền, Giấy chuyển nhượng quyền nộp đơn trong Giai đoạn quốc tế (nếu có)... trong thời hạn 34 tháng kể từ ngày ưu tiên.

Phù hợp với Điều 28 và Điều 41 Hiệp ước PCT và các quy tắc 52.1b và 78.1b Quy chế thi hành Hiệp ước PCT, trong Giai đoạn quốc gia Người nộp đơn có thể sửa đổi, bổ sung các tài liệu của Đơn theo quy định tại điểm 81 Thông tư này. Ngay tại thời điểm vào Giai đoạn quốc gia, Người nộp đơn cũng có thể sửa đổi, bổ sung Bản mô tả phù hợp với quy định tại điểm 31 Thông tư này.

Các tài liệu bổ sung, sửa đổi do Người nộp đơn nộp cho Cục Sở hữu trí tuệ phải được làm bằng tiếng Việt.

62. Thời điểm bắt đầu xử lý Đơn quốc tế

Thời điểm bắt đầu xử lý Đơn quốc tế có chỉ định Việt Nam hoặc có chọn Việt Nam ở Giai đoạn quốc gia tính từ ngày đầu tiên của tháng thứ 32 kể từ ngày ưu tiên, nếu Người nộp đơn không có văn bản yêu cầu xử lý Đơn trước thời hạn.

63. Xét nghiệm Đơn quốc tế

Đơn quốc tế được xét nghiệm hình thức và xét nghiệm nội dung theo thủ tục quy định đối với Đơn (Đơn quốc gia).

64. Đơn quốc tế bị coi là rút bỏ

Ngoài những trường hợp bị coi là rút bỏ như quy định của Hiệp ước PCT và Quy chế thi hành Hiệp ước, trong trường hợp lệ phí quốc gia không được nộp cho Cục Sở hữu trí tuệ hoặc không có bản dịch ra tiếng Việt sau khi đã hết thời hạn quy định tại các điểm 58, 59 của Thông tư này, Đơn quốc tế có chỉ định hoặc có chọn Việt Nam sẽ bị coi là rút bỏ.

65. Phí, lệ phí

Người nộp Đơn quốc tế có nguồn gốc Việt Nam phải nộp các khoản phí, lệ phí với mức và theo thủ tục ấn định trong Quy chế thi hành Hiệp ước PCT và theo Quy định của Bộ Tài chính.

Chương VI
SỬA ĐỔI, DUY TRÌ HIỆU LỰC VĂN BẰNG BẢO HỘ

Mục 1. SỬA ĐỔI VĂN BẰNG BẢO HỘ

66. Quyền yêu cầu sửa đổi Văn bằng bảo hộ

Chủ Văn bằng bảo hộ có quyền yêu cầu Cục Sở hữu trí tuệ ghi nhận mọi sự thay đổi về tên, địa chỉ của chủ Văn bằng bảo hộ và thay đổi về Chủ Văn bằng bảo hộ (chuyển dịch quyền sở hữu do thừa kế, sáp nhập, phân tách, chuyển đổi hình thức pháp lý của cơ sở kinh doanh hoặc theo quyết định của Tòa án...). Người thụ hưởng quyền của Chủ văn bằng bảo hộ cũng có quyền yêu cầu ghi nhận thay đổi về Chủ văn bằng bảo hộ.

Người yêu cầu ghi nhận thay đổi tên và địa chỉ, thay đổi về Chủ Văn bằng bảo hộ phải nộp lệ phí sửa đổi Văn bằng bảo hộ.

67. Đơn yêu cầu sửa đổi Văn bằng bảo hộ

Để được sửa đổi các nội dung trên đây, Chủ Văn bằng bảo hộ phải nộp cho Cục Sở hữu trí tuệ đơn yêu cầu sửa đổi Văn bằng bảo hộ, gồm:

a) Tờ khai yêu cầu sửa đổi Văn bằng bảo hộ, làm theo mẫu quy định tại Phụ lục của Thông tư này;

b) Bản gốc Văn bằng bảo hộ;

c) Tài liệu xác nhận việc thay đổi chủ Văn bằng bảo hộ (Giấy chứng nhận quyền thừa kế, Giấy chứng nhận về việc sáp nhập, hợp nhất, phân tách pháp nhân, Quyết định của Tòa án...) (trường hợp yêu cầu ghi nhận thay đổi về Chủ Văn bằng bảo hộ);

d) Chứng từ nộp lệ phí sửa đổi Văn bằng bảo hộ;

đ) Giấy ủy quyền (trường hợp nộp Đơn thông qua đại diện).

68. Một yêu cầu sửa đổi nhiều Văn bằng bảo hộ

Một đơn yêu cầu sửa đổi Văn bằng bảo hộ có thể liên quan đến nhiều Văn bằng bảo hộ và có thể hợp nhất với đơn yêu cầu

quy định tại các điểm 31.1, 31.2 và 31.4 Thông tư này nếu có cùng nội dung thay đổi/sửa chữa/sửa đổi, với điều kiện người yêu cầu phải nộp lệ phí cho từng Văn bằng bảo hộ và/hoặc đơn liên quan.

69. Xử lý đơn yêu cầu sửa đổi Văn bằng bảo hộ

Cục Sở hữu trí tuệ xem xét Đơn yêu cầu sửa đổi Văn bằng bảo hộ trong thời hạn 01 tháng tính từ ngày nhận đơn. Nếu xét thấy đơn hợp lệ, Cục Sở hữu trí tuệ tiến hành việc sửa đổi Văn bằng bảo hộ, đăng bạ và công bố sự thay đổi đó trên Công báo Sở hữu công nghiệp. Trong trường hợp ngược lại Cục Sở hữu trí tuệ thông báo cho Người nộp đơn dự định từ chối sửa đổi, có nêu rõ lý do và ấn định thời hạn 02 tháng kể từ ngày ra Thông báo để người yêu cầu sửa chữa thiếu sót hoặc có ý kiến phản đối. Nếu trong thời hạn đã ấn định người yêu cầu không sửa chữa thiếu sót hoặc sửa chữa thiếu sót không đạt yêu cầu và/hoặc không có ý kiến phản đối hoặc ý kiến phản đối không xác đáng, Cục Sở hữu trí tuệ ra Thông báo chính thức từ chối yêu cầu.

Mục 2. DUY TRÌ HIỆU LỰC VĂN BẰNG BẢO HỘ

70. Lệ phí duy trì hiệu lực

Để được duy trì hiệu lực Văn bằng bảo hộ sáng chế, giải pháp hữu ích, Chủ Văn bằng phải nộp lệ phí duy trì hiệu lực trong vòng 06 tháng trước ngày kết thúc kỳ hạn hiệu lực. Lệ phí duy trì hiệu lực có thể được nộp muộn hơn thời hạn quy định trên đây, nhưng không được quá 06 tháng tính từ ngày kết thúc kỳ hạn hiệu lực trước và Chủ Văn bằng bảo hộ phải nộp thêm 10% lệ phí cho mỗi tháng nộp muộn.

71. Cách tính năm hiệu lực

Mỗi năm hiệu lực của Văn bằng bảo hộ bắt đầu vào ngày kết thúc năm hiệu lực trước và kết thúc vào cùng ngày cùng tháng của năm tiếp theo. Năm hiệu lực thứ nhất tính từ ngày cấp Văn bằng bảo hộ. Riêng đối với những Văn bằng bảo hộ cấp trên cơ sở Điều lệ về sáng kiến, sáng chế năm 1981, năm hiệu lực thứ nhất bắt đầu từ ngày ưu tiên của Đơn. Trường hợp năm hiệu lực cuối

cùng không đủ 12 tháng, lệ phí duy trì hiệu lực tính theo tháng (bằng mức lệ phí duy trì hiệu lực của năm tương ứng nhân với tỷ số giữa số tháng trong năm hiệu lực cuối cùng và 12).

72. Đăng bạ duy trì hiệu lực

Cục Sở hữu trí tuệ ghi nhận việc duy trì hiệu lực vào Đăng bạ và khi có yêu cầu của Chủ Văn bằng bảo hộ, việc duy trì hiệu lực được ghi nhận vào Văn bằng bảo hộ.

73. Khôi phục hiệu lực Văn bằng bảo hộ, hệ quả pháp lý do hiệu lực bị gián đoạn

Sau thời hạn 6 tháng nhưng không muộn hơn 12 tháng tính từ ngày kết thúc kỳ hạn hiệu lực mà Chủ Văn bằng bảo hộ không nộp lệ phí theo quy định tại điểm 70 Thông tư này, nếu Văn bằng bảo hộ chưa bị đình chỉ hiệu lực trên cơ sở yêu cầu của người thứ ba theo thủ tục quy định tại điểm 52 và điểm 53 Thông tư này, hiệu lực Văn bằng bảo hộ có thể được khôi phục, với điều kiện Chủ Văn bằng bảo hộ nộp lệ phí khôi phục và duy trì hiệu lực Văn bằng bảo hộ. Người nào đã sử dụng sáng chế, giải pháp hữu ích trong giai đoạn Văn bằng bảo hộ bị gián đoạn hiệu lực được quyền tiếp tục sử dụng, nhưng không được mở rộng phạm vi, khối lượng sử dụng.

Chương VII
THU, HOÀN PHÍ VÀ LỆ PHÍ; GIA HẠN, ĐOẢN HẠN

74. Thu phí, lệ phí

Khi tiếp nhận Hồ sơ/Đơn hoặc yêu cầu tiến hành bất kỳ thủ tục nào khác, Cục Sở hữu trí tuệ phải kiểm tra chứng từ nộp phí, lệ phí.

Nếu phí, lệ phí chưa được nộp đủ theo quy định, Cục Sở hữu trí tuệ lập Phiếu báo thu, trong đó ghi rõ từng khoản và mức phí, lệ phí cần nộp và gửi cho Người nộp Đơn/hồ sơ. Với các khoản đã nộp, người nộp phí, lệ phí được cấp 2 liên Biên lai thu phí, lệ phí trong đó ghi rõ từng khoản và mức phí, lệ phí đã nộp, trong đó 1 liên Người nộp Hồ sơ/Đơn phải nộp trong Hồ sơ/Đơn làm chứng từ nộp phí, lệ phí.

75. Hoàn phí, lệ phí

Các khoản phí, lệ phí đã nộp được hoàn trả một phần hoặc toàn bộ theo yêu cầu của Người nộp phí, lệ phí trong các trường hợp sau:

a) Phí, lệ phí đã nộp vượt mức quy định;

b) Trường hợp quy định tại đoạn thứ hai khoản 2 Điều 32 Nghị định.

76. Hình thức hoàn phí, lệ phí

76.1. Người yêu cầu hoàn phí, lệ phí được lựa chọn một trong hai phương thức hoàn:

a) Trực tiếp tại Cục Sở hữu trí tuệ hoặc qua cơ quan trung chuyển (bưu điện, ngân hàng...); hoặc

b) Chuyển sổ phí, lệ phí được hoàn sang thành phí, lệ phí của thủ tục khác. Trường hợp hoàn phí, lệ phí qua cơ quan trung chuyển, người được hoàn phí, lệ phí phải chịu chi phí chuyển tiền. Người yêu cầu hoàn phí, lệ phí phải nộp Tờ khai yêu cầu hoàn phí, lệ phí, làm theo mẫu do Cục Sở hữu trí tuệ ban hành, trong đó nêu rõ phương thức hoàn phí, lệ phí được lựa chọn.

76.2. Trường hợp chấp nhận yêu cầu hoàn phí, lệ phí, Cục Sở hữu trí tuệ lập Phiếu báo hoàn, trong đó ghi rõ mức tiền được hoàn và phương thức hoàn, và gửi cho Người yêu cầu. Người được hoàn phí, lệ phí phải ký vào chứng từ hoàn phí, lệ phí do Cục Sở hữu trí tuệ lập.

Trường hợp không chấp nhận yêu cầu hoàn phí, lệ phí Cục Sở hữu trí tuệ gửi thông báo cho Người yêu cầu, trong đó nêu rõ lý do từ chối.

77. Gia hạn

Các thời hạn dành cho việc sửa đổi, bổ sung tài liệu theo yêu cầu của Cục Sở hữu trí tuệ và phản bác ý kiến, dự định của Cục Sở hữu trí tuệ có thể được gia hạn 01 lần, bằng đúng thời hạn

đó theo yêu cầu của người tiến hành thủ tục liên quan, với điều kiện người yêu cầu phải nộp phí gia hạn (phí xem xét hồ sơ sau thời hạn).

78. Đoản hạn

Người tiến hành các thủ tục sở hữu công nghiệp trước Cục Sở hữu trí tuệ và cơ quan có thẩm quyền có thể yêu cầu các cơ quan đó thực hiện thủ tục trước thời hạn quy định với điều kiện người yêu cầu phải nộp phí xem xét hồ sơ trước thời hạn.

Tùy theo khả năng và điều kiện cụ thể, Cục Sở hữu trí tuệ và cơ quan có thẩm quyền có thể chấp nhận hoặc từ chối yêu cầu thực hiện thủ tục trước thời hạn quy định.

Chương VIII
CÁC QUY ĐỊNH CUỐI CÙNG

79. Tránh nhiễm của người thi hành công vụ về sở hữu công nghiệp

79.1. Cán bộ, công chức hoặc người làm việc theo hợp đồng của Cục Sở hữu trí tuệ và các cơ quan có thẩm quyền được giao nhiệm vụ thực hiện các thủ tục quy định tại Thông tư này (sau đây gọi là Người thi hành công vụ về sở hữu công nghiệp) có nghĩa vụ tuân thủ các quy định pháp luật liên quan đến công việc mà mình thực hiện.

79.2. Người thi hành công vụ về sở hữu công nghiệp có hành vi vi phạm pháp luật thì bị xử lý kỷ luật theo quy định tại Nghị định số 97/1998/NĐ-CP ngày 17/11/1998 của Chính phủ về xử lý kỷ luật và trách nhiệm vật chất đối với công chức và Bộ Luật Lao động.

79.3. Người thi hành công vụ về sở hữu công nghiệp có hành vi vi phạm pháp luật gây thiệt hại cho người khác thì phải bồi thường thiệt hại theo quy định tại Nghị định số 47/CP ngày 03/5/1997 của Chính phủ về việc giải quyết bồi thường thiệt hại do công chức, viên chức Nhà nước, người có thẩm quyền của cơ quan tố tụng gây ra.

80. Khiếu nại

Ngoài các Quyết định, Thông báo liên quan đến thủ tục xác lập quyền, người tiến hành các thủ tục về sở hữu công nghiệp quy định tại Thông tư này có quyền khiếu nại hoặc khiếu kiện các Quyết định, Thông báo khác của Cục Sở hữu trí tuệ và các cơ quan có thẩm quyền theo quy định của pháp luật về khiếu nại, tố cáo và tố tụng hành chính.

Trình tự và thủ tục khiếu nại và giải quyết khiếu nại quy định tại Điều 27 Nghị định và các điểm 47, 48, 49 và 50 Thông tư này cũng áp dụng cho việc khiếu nại các Quyết định, Thông báo nêu trên, với những sửa đổi thích hợp.

81. Quy chế về Đơn và trình tự tiến hành các thủ tục về sở hữu công nghiệp

Quy chế về Đơn và trình tự tiến hành các thủ tục đăng ký sáng chế/giải pháp hữu ích phù hợp với các quy định tại Nghị định và Thông tư này sẽ được Bộ Khoa học và Công nghệ quy định tại một văn bản khác.

82. Thi hành

Thông tư này thay thế các quy định về thủ tục biên quan đến việc xác lập quyền sở hữu công nghiệp đối với sáng chế/giải pháp hữu ích tại Thông tư số 3055/TT-SHCN ngày 31/12/1996 của Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường.

Thông tư này có hiệu lực sau 15 ngày, kể từ ngày đăng Công báo.

KT. BỘ TRƯỞNG
BỘ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ
THỨ TRƯỞNG

(đã ký)

Bùi Mạnh Hải

Mẫu số 01

TỜ KHAI YÊU CẦU CẤP BẰNG ĐỘC QUYỀN SÁNG CHẾ ***Kính gửi:*** **Cục Sở hữu trí tuệ** 384 - 386 Nguyễn Trãi, Hà Nội Người ký tên dưới đây yêu cầu Cục Sở hữu trí tuệ xem xét đơn và cấp Bằng độc quyền sáng chế	**DẤU NHẬN ĐƠN VÀ SỐ ĐƠN**

❶ **SỐ HIỆU ĐỂ NHẬN BIẾT ĐƠN**	☐ Đơn này được nộp trên cơ sở đơn PCT Số đơn: Ngày nộp quốc tế: Công bố quốc tế số: ngày: Ngày chọn Việt Nam (nếu có):

❷ **TÊN SÁNG CHẾ**	**Phân loại sáng chế quốc tế**

❸ **NGƯỜI NỘP ĐƠN** Mã số:

Tên đầy đủ:

Địa chỉ : Điện thoại:
Fax:

Địa chỉ liên hệ (nếu cần): E-mail:

☐ Người nộp đơn này đồng thời là tác giả sáng chế

☐ Ngoài ra, còn có Người nộp đơn khác (khai tại trang bổ sung)

❹ **ĐẠI DIỆN** Mã số:

Tên:

Địa chỉ: Điện thoại:

❺ **TÁC GIẢ** Họ tên: Quốc tịch: Địa chỉ: ☐ Tác giả này là người nộp đơn ghi ở ô số ❸ ☐ Ngoài ra còn có tác giả khác (khai tại trang bổ sung)	**(11) NGƯỜIKHAI KÝ TÊN**

Chú thích: Trong trang này và các trang sau, đánh dấu "x" vào ô vuông ☐ nếu các thông tin ghi sau các ô vuông là phù hợp.

Mẫu số 01

❻ YÊU CẦU QUYỀN ƯU TIÊN	CÁC CHỈ DẪN LIÊN QUAN ĐẾN QUYỀN ƯU TIÊN		
☐ Theo đơn nộp sớm hơn ☐ Theo đối tượng được trưng bày tại triển lãm Căn cứ để Người nộp đơn yêu cầu được hưởng quyền ưu tiên là: ☐ Công ước Paris ☐ Thỏa thuận khác, cụ thể là	Số đơn (hoặc tên triển lãm)	Ngày nộp đơn (hoặc ngày triển lãm)	Nước nộp đơn (hoặc nước triển lãm)

❼ YÊU CẦU XÉT NGHIỆM NỘI DUNG	❽ CHUYỂN ĐỔI ĐƠN
☐ Yêu cầu xét nghiệm với thời hạn bình thường ☐ Yêu cầu xét nghiệm nhanh, cụ thể là tháng	☐ Yêu cầu chuyển thành Đơn giải pháp hữu ích nếu giải pháp không đáp ứng tiêu chuẩn trình độ sáng tạo

❾ PHÍ, LỆ PHÍ

☐ Lệ phí nộp đơn:
☐ Lệ phí cho đối tượng từ thứ hai trở lên:
☐ Lệ phí cho bản mô tả quá 5 trang:
☐ Lệ phí công bố đơn:
Tổng số phí và lệ phí nộp theo đơn là:
Số chứng từ (trường hợp nộp qua Bưu điện hoặc chuyển khoản):
☐ Phí xét nghiệm nội dung:
☐ Lệ phí xin hưởng quyền ưu tiên:
☐ Lệ phí chuyển đổi đơn:
☐ Phí xét nghiệm nhanh:

❿ CÁC TÀI LIỆU CÓ TRONG ĐƠN	KIỂM TRA DANH MỤC TÀI LIỆU
☐ Tờ khai, gồm... trang	☐
☐ Bản mô tả bằng tiếng... , gồm... trang	☐
☐ Yêu cầu bảo hộ gồm... điểm , gồm... trang	☐
☐ Bản tóm tắt bằng tiếng... , gồm... trang	☐
☐ Bản vẽ, sơ đồ, bản tính toán, gồm... trang	☐
☐ Tài liệu xin hưởng quyền ưu tiên, gồm...trang	☐
☐ Giấy ủy quyền	☐
☐ Bản gốc	☐
☐ Bản sao (☐ Bản gốc sẽ nộp sau ☐ **Bản gốc đã nộp theo Đơn số:)**	☐
☐ Giấy chuyển nhượng quyền nộp đơn	☐
☐ Chứng từ phí, lệ phí	☐
☐ Tài liệu khác gồm... tài liệu, (cụ thể khai ở trang bổ sung)	☐

(11) Khai tại:

Ngày tháng năm

Họ tên, chữ ký của Người khai và con dấu (nếu có)

Mẫu số 01

01 - Trang bổ sung số:

❺ NHỮNG NGƯỜI NỘP ĐƠN KHÁC	
Tên đầy đủ: Địa chỉ: Số điện thoại: ☐ Người nộp đơn này đồng thời là tác giả sáng chế	
Tên đầy đủ: Địa chỉ: Số điện thoại: ☐ Người nộp đơn này đồng thời là tác giả sáng chế	
❻ CÁC TÁC GIẢ KHÁC	
Họ tên: Quốc tịch: Địa chỉ:	
Họ tên: Quốc tịch: Địa chỉ:	
Họ tên: Quốc tịch: Địa chỉ:	
Họ tên: Quốc tịch: Địa chỉ:	
Họ tên: Quốc tịch: Địa chỉ:	(11) NGƯỜI KHAI KÝ TÊN

Còn... trang bổ sung

Mẫu số 01

01 - Trang bổ sung số:

⑩ **CÁC TÀI LIỆU KHÁC**

(Khai chi tiết từng loại tài liệu: tên, số trang...)

(11) NGƯỜI KHAI KÝ TÊN

Còn trang bổ sung

Mẫu số 02

TỜ KHAI YÊU CẦU CẤP BẰNG ĐỘC QUYỀN GIẢI PHÁP HỮU ÍCH ***Kính gửi:* Cục Sở hữu trí tuệ** 384 - 386 Nguyễn Trãi, Hà Nội Người ký tên dưới đây yêu cầu Cục Sở hữu trí tuệ xem xét đơn và cấp Bằng độc quyền giải pháp hữu ích	**DẤU NHẬN ĐƠN VÀ SỐ ĐƠN**
❶ SỐ HIỆU ĐỂ NHẬN BIẾT ĐƠN	☐ Đơn này được nộp trên cơ sở đơn PCT Số đơn: Ngày nộp quốc tế: Công bố quốc tế số: ngày: Ngày chọn Việt Nam (nếu có):
❷ TÊN GIẢI PHÁP HỮU ÍCH	**Phân loại sáng chế quốc tế**
❸ NGƯỜI NỘP ĐƠN	Mã số:
Tên đầy đủ: Địa chỉ: Địa chỉ liên hệ (nếu cần):	Điện thoại: Fax: E-mail:
☐ Người nộp đơn này đồng thời là tác giả giải pháp hữu ích ☐ Ngoài ra, còn có Người nộp đơn khác (khai tại trang bổ sung)	
❹ ĐẠI DIỆN	Mã số:
Tên: Địa chỉ: Điện thoại:	
❺ TÁC GIẢ Họ tên: Quốc tịch: Địa chỉ: ☐ Tác giả này là người nộp đơn ghi ở ô số ❸ ☐ Ngoài ra còn có tác giả khác (khai tại trang bổ sung)	**(11)NGƯỜI KHAI KÝ TÊN**

Chú thích: Trong trang này và các trang sau, đánh dấu "X" vào ô vuông ☐ nếu các thông tin ghi sau các ô vuông là phù hợp.

Mẫu số 2

❻ YÊU CẦU QUYỀN ƯU TIÊN	Các chỉ dẫn liên quan đến quyền ưu tiên		
☐ Theo đơn nộp sớm hơn ☐ Theo đối tượng được trưng bày tại triển lãm Căn cứ để Người nộp đơn yêu cầu được hưởng quyền ưu tiên là: ☐ Công ước Paris ☐ Thỏa thuận khác, cụ thể là:	Số đơn (hoặc tên triển lãm)	Ngày nộp đơn (hoặc ngày triển lãm)	Nước nộp đơn (hoặc nước triển lãm)

❼ YÊU CẦU XÉT NGHIỆM NỘI DUNG

☐ Yêu cầu xét nghiệm với thời hạn bình thường ☐ Yêu cầu xét nghiệm nhanh, cụ thể là tháng

❽ PHÍ, LỆ PHÍ

☐ Lệ phí nộp đơn:
☐ Lệ phí cho đối tượng từ thứ hai trở lên:
☐ Lệ phí cho bản mô tả quá 5 trang:
☐ Lệ phí công bố đơn:
☐ Phí xét nghiệm nội dung:
☐ Lệ phí xin hưởng quyền ưu tiên:
☐ Phí xét nghiệm nhanh:
Tổng số phí và lệ phí nộp theo đơn là:
Số chứng từ (trường hợp nộp qua Bưu điện hoặc chuyển khoản):

❿ CÁC TÀI LIỆU CÓ TRONG ĐƠN	KIỂM TRA DANH MỤC TÀI LIỆU
☐ Tờ khai, gồm... trang	☐
☐ Bản mô tả bằng tiếng..., gồm... trang	☐
☐Yêu cầu bảo hộ gồm... điểm, gồm... trang	☐
☐ Bản tóm tắt bằng tiếng..., gồm... trang	☐
☐ Bản vẽ, sơ đồ, bản tính toán, gồm... trang	☐
☐ Tài liệu xin hưởng quyền ưu tiên, gồm...trang	☐
☐ Giấy ủy quyền	☐
☐ Bản gốc	☐
☐ Bản sao (☐ Bản gốc sẽ nộp sau	☐
☐ Bản gốc đã nộp theo Đơn số:)	
☐ Giấy chuyển nhượng quyền nộp đơn	☐
☐ Chứng từ phí, lệ phí	☐
☐ Tài liệu khác gồm... tài liệu, (cụ thể khai ở trang bổ sung)	☐

	(11) Khai tại: Ngày tháng năm Họ tên, chữ ký của Người khai và con dấu (nếu có)

Mẫu số 02

02 - Trang bổ sung số:

❽ **NHỮNG NGƯỜI NỘP ĐƠN KHÁC** Tên đầy đủ: Địa chỉ: Số điện thoại: ☐ Người nộp đơn này đồng thời là tác giả giải pháp hữu ích
Tên đầy đủ: Địa chỉ: Số điện thoại: ☐ Người nộp đơn này đồng thời là tác giả giải pháp hữu ích
❾ **CÁC TÁC GIẢ KHÁC** Họ tên: Quốc tịch: Địa chỉ:
Họ tên: Quốc tịch: Địa chỉ:
Họ tên: Quốc tịch: Địa chỉ:
Họ tên: Quốc tịch: Địa chỉ:

Họ tên: Quốc tịch: Địa chỉ:	**(11) NGƯỜI KHAI KÝ TÊN**

Còn trang bổ sung

Mẫu số 02

02 - Trang bổ sung số:

⑩ **CÁC TÀI LIỆU KHÁC**

(Khai chi tiết từng loại tài liệu: tên, số trang...)

(11) NGƯỜI KHAI KÝ TÊN

Mẫu số 03

YÊU CẦU
SỬA ĐỔI ĐƠN/VĂN BẰNG BẢO HỘ

Kính gửi: **Cục Sở hữu trí tuệ**
384 - 386 Nguyễn Trãi, Hà Nội

Người ký tên dưới đây đề nghị Cục Sở hữu trí tuệ ghi nhận việc sửa đổi Đơn/Văn bằng bảo hộ

DẤU BIÊN NHẬN VÀ SỐ BIÊN NHẬN

❶ SỐ HIỆU ĐỂ NHẬN BIẾT HỒ SƠ

❷ NGƯỜI YÊU CẦU Mã số:

Tên đầy đủ:
Địa chỉ : Điện thoại:
Fax:
Địa chỉ liên hệ (nếu cần): E-mail:

❸ ĐẠI DIỆN Mã số:

Tên:
Địa chỉ: Điện thoại:

❹ ĐƠN/VĂN BẰNG BẢO HỘ CẦN SỬA ĐỔI

☐ Đơn sáng chế ☐ Đơn giải pháp hữu ích	Số Đơn:
☐ Bằng độc quyền sáng chế ☐ Bằng độc quyền giải pháp hữu ích	Số Văn bằng:

❺ NỘI DUNG YÊU CẦU SỬA ĐỔI

☐ Đề nghị ghi nhận thay đổi về Người nộp đơn/Chủ Văn bằng
- ☐ **Tên:**
- ☐ **Địa chỉ:**
- ☐ **Người nộp đơn/Chủ Văn bằng:**

☐ Chuyển giao Đơn
☐ Chuyển dịch quyền sở hữu do thừa kế, sáp nhập, phân tách...
☐ Đề nghị chuyển đổi Đơn sáng chế ↔ Đơn giải pháp hữu ích
☐ Đề nghị sửa đổi nội dung Đơn (khai tại trang bổ sung)

❻ NGƯỜI KHAI KÝ TÊN

Chú thích: Trong trang này và các trang sau, đánh dấu "X" vào ô vuông ☐ nếu các thông tin ghi sau các ô vuông là phù hợp.

Mẫu số 03

❻ **PHÍ, LỆ PHÍ**

☐Lệ phí sửa đổi Đơn/Văn bằng: ☐ Phí xem xét nhanh:

Tổng số phí và lệ phí nộp theo đơn là:

Số chứng từ (trường hợp nộp qua Bưu điện hoặc chuyển khoản):

❼ **TÀI LIỆU KÈM THEO**

KIỂM TRA DANH MỤC TÀI LIỆU

☐ Bản gốc Văn bằng bảo hộ ☐

☐ Chứng từ xác nhận sự hợp pháp của việc sửa đổi

Bản tiếng.... gồm... trang ☐

Bản dịch ra tiếng Việt, gồm... trang ☐

☐ Giấy ủy quyền

☐ Bản gốc ☐

☐ Bản sao (☐ Bản gốc sẽ nộp sau ☐

☐ Bản gốc đã nộp theo Đơn số:) ☐

☐ Chứng từ nộp phí, lệ phí ☐

☐ Tài liệu khác, cụ thể là: ☐

❽ Khai tại

Ngày tháng năm

Họ tên, chữ ký của Người khai và con dấu (nếu có)

Mẫu số 03

03 - Trang bổ sung số:

(5) Sửa đổi nội dung Đơn

Còn... trang bổ sung

Mẫu số 04

YÊU CẦU
XÉT NGHIỆM NỘI DUNG

Kính gửi: **Cục Sở hữu trí tuệ**
384 - 386 Nguyễn Trãi, Hà Nội

Người ký tên dưới đây đề nghị Cục Sở hữu trí tuệ xét nghiệm nội dung đơn

DẤU BIÊN NHẬN

❶ SỐ HIỆU ĐỂ NHẬN BIẾT HỒ SƠ

❷ NGƯỜI YÊU CẦU Mã số:

Tên đầy đủ:
Địa chỉ: Điện thoại:
Fax:
Địa chỉ liên hệ (nếu cần): E-mail:

❸ ĐẠI DIỆN Mã số:

Tên:
Địa chỉ: Điện thoại:

❹ ĐỐI TƯỢNG YÊU CẦU XÉT NGHIỆM

☐ Đơn sáng chế ☐ Đơn giải pháp hữu ích Số đơn:

❺ PHÍ, LỆ PHÍ

☐ Phí xét nghiệm nội dung: ☐ Phí xét nghiệm nhanh:
Tổng số phí và lệ phí nộp theo đơn là:
Số chứng từ (trường hợp nộp qua Bưu điện hoặc chuyển khoản):

❻ TÀI LIỆU KÈM THEO

❼ Khai tại:
Ngày tháng năm
Họ tên, chữ ký của Người khai và con dấu (nếu có)

Chú thích: Đánh dấu "x" vào ô vuông ☐ nếu các thông tin ghi sau các ô vuông là phù hợp.

Mẫu số 05

YÊU CẦU CÔNG BỐ ĐƠN TRƯỚC THỜI HẠN ***Kính gửi:*** **Cục Sở hữu trí tuệ** 384 - 386 Nguyễn Trãi, Hà Nội Người ký tên dưới đây đề nghị Cục Sở hữu trí tuệ công bố Đơn trước thời hạn	**DẤU BIÊN NHẬN**
❶ **SỐ HIỆU ĐỂ NHẬN BIẾT HỒ SƠ**	

❷ **NGƯỜI YÊU CẦU** Mã số:

Tên đầy đủ:

Địa chỉ: Điện thoại:

Fax:

Địa chỉ liên hệ (nếu cần): E-mail:

❸ **ĐẠI DIỆN** Mã số:

Tên:

Địa chỉ: Điện thoại:

❹ **ĐỐI TƯỢNG YÊU CẦU CÔNG BỐ**

☐ Đơn sáng chế ☐ Đơn giải pháp hữu ích Số đơn:

❺ **LỆ PHÍ**

☐ Lệ phí công bố đơn trước thời hạn:

Số chứng từ (trường hợp nộp lệ phí qua Bưu điện hoặc chuyển khoản):

❻ Khai tại

Ngày tháng năm

Họ tên, chữ ký của Người khai và con dấu (nếu có)

Chú thích: Đánh dấu "x" vào ô vuông ☐ nếu các thông tin ghi sau các ô vuông là phù hợp.

Mẫu số 06

YÊU CẦU
CẤP PHÓ BẢN/CẤP LẠI VĂN BẰNG BẢO HỘ

Kính gửi: **Cục Sở hữu trí tuệ**
384 - 386 Nguyễn Trãi, Hà Nội

Người ký tên dưới đây đề nghị Cục Sở hữu trí tuệ cấp Phó bản/cấp lại Văn bằng bảo hộ

DẤU BIÊN NHẬN, SỐ BIÊN NHẬN

❶ SỐ HIỆU ĐỂ NHẬN BIẾT HỒ SƠ

❷ NGƯỜI YÊU CẦU Mã số:

Tên đầy đủ:

Địa chỉ: Điện thoại:
Fax:

Địa chỉ liên hệ (nếu cần): E-mail:

❸ ĐẠI DIỆN Mã số:

Tên:

Địa chỉ: Điện thoại:

❹ VĂN BẰNG BẢO HỘ

☐ Bằng độc quyền sáng chế ☐ Bằng độc quyền giải pháp hữu ích | Số Văn bằng:

❺ NỘI DUNG YÊU CẦU

☐ Cấp Phó bản Văn bằng (cho chủ sở hữu chung)

☐ Cấp lại Văn bằng (Số lần đã được cấp:)

☐ Cấp lại Phó bản Văn bằng (Phó bản số: Số lần đã được cấp:)

Lý do xin cấp lại: ☐ Văn bằng bị mất
☐ Văn bằng bị hỏng (rách, bẩn, phai mờ...)

❻ NGƯỜI KHAI KÝ TÊN

Chú thích: Trong trang này và trang sau, đánh dấu "x" vào ô vuông ☐ nếu các thông tin ghi sau các ô vuông là phù hợp.

Mẫu số 07

TỜ KHAI
KHIẾU NẠI

Kính gửi: Cục Sở hữu trí tuệ
384 - 386 Nguyễn Trãi, Hà Nội

Người ký tên dưới đây khiếu nại Cục Sở hữu trí tuệ

DẤU BIÊN NHẬN VÀ SỐ BIÊN NHẬN

❶ SỐ HIỆU ĐỂ NHẬN BIẾT HỒ SƠ

❷ ĐỐI TƯỢNG KHIẾU NẠI

Đối tượng khiếu nại là quyết định của Cục Sở hữu trí tuệ liên quan tới:

☐ Đơn sáng chế	☐ Đơn giải pháp hữu ích	Số Đơn:
☐ Bằng độc quyền sáng chế	☐ Bằng độc quyền giải pháp hữu ích	Số Văn bằng:

Quyết định của Cục Sở hữu trí tuệ bị khiếu nại được thể hiện tại:
☐ Quyết định số:... , ngày... ☐ Thông báo số:... , ngày...

❸ NGƯỜI KHIẾU NẠI

Tên đầy đủ:

Địa chỉ: Điện thoại:
Fax:
Địa chỉ liên hệ (nếu cần): E-mail:

❹ ĐẠI DIỆN Mã số:

Tên:
Địa chỉ: Điện thoại:

❺ PHÍ

☐ Phí khiếu nại: ☐ Phí xem xét nhanh:

Tổng số phí đã nộp:
Số chứng từ (nếu nộp qua Bưu điện hoặc chuyển khoản):

❻ NGƯỜI KHAI KÝ TÊN

Chú thích: Trong trang này và trang sau, đánh dấu "x" vào ô vuông ☐ nếu các thông tin ghi sau các ô vuông là phù hợp.

Mẫu số 07

❻ TÀI LIỆU KÈM THEO	KIỂM TRA DANH MỤC TÀI LIỆU
☐ Bản thuyết minh về căn cứ, lý do, lý lẽ khiếu nại, gồm... trang	☐
☐ Giấy ủy quyền:	☐
☐ Bản chính	☐
☐ Bản sao (☐ Bản chính sẽ nộp sau ☐ Bản chính đã nộp theo Đơn số:)	☐
☐ Chứng từ nộp phí	☐
☐ Tài liệu khác gồm... tài liệu, cụ thể:	☐

❼ Khai tại:

Ngày tháng năm

Họ tên, chữ ký của Người khiếu nại và con dấu (nếu có)

Mẫu số 08

TỜ KHAI
YÊU CẦU ĐÌNH CHỈ/HỦY BỎ HIỆU LỰC VĂN BẰNG BẢO HỘ

Kính gửi: Cục Sở hữu trí tuệ
384 - 386 Nguyễn Trãi, Hà Nội

Người ký tên dưới đây đề nghị Cục Sở hữu trí tuệ đình chỉ/hủy bỏ hiệu lực Văn bằng bảo hộ

DẤU BIÊN NHẬN, SỐ BIÊN NHẬN

❶ SỐ HIỆU ĐỂ NHẬN BIẾT HỒ SƠ

❷ NGƯỜI YÊU CẦU

Tên đầy đủ:

Địa chỉ: Điện thoại:
Fax:

Địa chỉ liên hệ (nếu cần): E-mail:

❸ ĐẠI DIỆN Mã số:

Tên:

Địa chỉ: Điện thoại:

❹ VĂN BẰNG BẢO HỘ

☐ Bằng độc quyền sáng chế ☐ Bằng độc quyền giải pháp hữu ích Số Văn bằng:

❺ NỘI DUNG YÊU CẦU

Đề nghị: ☐ Đình chỉ hiệu lực Văn bằng
☐ Hủy bỏ hiệu lực Văn bằng

Lý do:

❻ NGƯỜI KHAI KÝ TÊN

Chú thích: Trong trang này và trang sau, đánh dấu "×" vào ô vuông ☐ nếu các thông tin ghi sau các ô vuông là phù hợp.

Mẫu số 08

❻ PHÍ, LỆ PHÍ

☐ Lệ phí yêu cầu đình chỉ/hủy bỏ Văn bằng: ☐ Phí xem xét nhanh:

Tổng số phí và lệ phí nộp theo đơn là:

Số chứng từ (trường hợp nộp qua Bưu điện hoặc chuyển khoản):

❼ TÀI LIỆU KÈM THEO	KIỂM TRA DANH MỤC TÀI LIỆU
☐ Bản thuyết minh lý do yêu cầu	☐
☐ Giấy ủy quyền:	☐
☐ Bản gốc	☐
☐ Bản sao (☐ Bản gốc sẽ nộp sau	☐
☐ Bản gốc đã nộp theo Đơn số :)	
☐ Chứng từ nộp phí, lệ phí	☐
☐ Tài liệu khác gồm... tài liệu, cụ thể:	☐

❽ Khai tại

Ngày... tháng... năm...

Họ tên, chữ ký của Người khai và con dấu (nếu có)

Mẫu số 09

YÊU CẦU
TRA CỨU TÌNH TRẠNG KỸ THUẬT

Kính gửi: **Cục Sở hữu trí tuệ**
384 - 386 Nguyễn Trãi, Hà Nội

Người ký tên dưới đây đề nghị tra cứu tình trạng kỹ thuật theo đề tài và các yêu cầu cụ thể

DẤU BIÊN NHẬN VÀ SỐ ĐƠN

ĐỀ TÀI TRA CỨU

Tên đề tài:
Thuộc lĩnh vực kỹ thuật:
Phân loại sáng chế quốc tế:
Tóm tắt nội dung cần tra cứu:

YÊU CẦU TRA CỨU TRONG KHO TƯ LIỆU SAU ĐÂY

Nước/cơ quan ấn hành tư liệu	Dạng tài liệu cần tra cứu			Chiều sâu tra cứu
	Thư mục	Tóm tắt (abstract)	Đầy đủ (full text)	(tra cứu các tư liệu đã ấn hành từ năm... đến năm...)
☐ PCT	☐	☐	☐	
☐ PATENT CHÂU ÂU (EPO)	☐	☐	☐	
☐ VIỆT NAM	☐	☐	☐	
☐ MỸ	☐	☐	☐	
☐ ANH	☐	☐	☐	
☐ PHÁP	☐	☐	☐	
☐ NHẬT	☐	☐	☐	
☐ LIÊN XÔ ☐ NGA	☐	☐	☐	
☐ nước khác, cụ thể là:	☐	☐	☐	

MỤC ĐÍCH TRA CỨU

☐ Chuẩn bị nộp đơn ☐ Nghiên cứu ☐ ứng dụng ☐ Marketing
☐ Xét nghiệm đơn sáng chế, giải pháp hữu ích, Số đơn:

NGƯỜI YÊU CẦU

Tên đầy đủ:
Địa chỉ :
Điện thoại:
Fax: E-mail:
Phí tra cứu đã nộp kèm theo:
Chứng từ số:

Ngày tháng năm
Họ tên, chữ ký của Người khai và con dấu (nếu có)

Chú thích: Đánh dấu "x" vào ô vuông ☐ nếu các thông tin ghi sau các ô vuông là phù hợp.

Mẫu số 10

(Quốc huy)

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
BỘ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ
CỤC SỞ HỮU TRÍ TUỆ

BẰNG ĐỘC QUYỀN
SÁNG CHẾ

Số:.....

Tên Sáng chế:

Chủ Bằng độc quyền:

Tác giả:

Số đơn:

Ngày nộp đơn:

Số điểm yêu cầu bảo hộ: **Số trang mô tả:**

Cấp theo **Quyết định số:** **ngày:**

Có hiệu lực từ ngày cấp đến hết 20 năm tính từ ngày nộp đơn.

CỤC TRƯỞNG
CỤC SỞ HỮU TRÍ TUỆ

VN

Chú ý: Các thông tin trong ngoặc "" là nội dung ví dụ

Mẫu số 11

(Quốc huy)

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
BỘ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ
CỤC SỞ HỮU TRÍ TUỆ

BẰNG ĐỘC QUYỀN
GIẢI PHÁP HỮU ÍCH

Số:.....

Tên Giải pháp:

Chủ Bằng độc quyền:

Tác giả:

Số đơn:

Ngày nộp đơn:

Số điểm yêu cầu bảo hộ: **Số trang mô tả:**

Cấp theo **Quyết định số:** **ngày:**

Có hiệu lực từ ngày cấp đến hết 10 năm tính từ ngày nộp đơn.

CỤC TRƯỞNG
CỤC SỞ HỮU TRÍ TUỆ

VN

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. *"Các thông tin khái quát mà các doanh nhân cần biết về Sở hữu trí tuệ"*, Dự án EC - Việt Nam về Sở hữu trí tuệ, Hà Nội – 2000
2. Trích các bài phát biểu tại *"Hội thảo về Bảo hộ Sở hữu công nghiệp"*, Hà Nội - 02/5/2003
   - Kinh nghiệm xây dựng và bảo hộ Thương hiệu *(Ông Nguyễn Trần Quang chuyên gia về nhãn hiệu - Công ty TNHH Cà phê Trung nguyên)*
   - Vai trò của Luật sư trong chiến lược xây dựng và phát triển thương hiệu của Doanh nghiệp *(Ông Bạch Thanh Bình - Văn phòng luật sư Phạn và Liên danh)*
   - Nhãn hiệu hàng hóa và vấn đề bảo vệ người tiêu dùng *(Ông Đỗ Gia Phan - Hội Tiêu chuẩn và Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam)*
   - Bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa trong hội nhập kinh tế quốc tế *(Ông Trần Văn Hùng - Cục phó Cục Sở hữu trí tuệ)*
   - Doanh nghiệp và việc chống xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp (Ông Lê Văn Kiều - Chánh Thanh tra Bộ Khoa học và Công nghệ)
3. *"Tạo dựng và Quản trị Thương hiệu Danh tiếng, Lợi nhuận"*, Viện nghiên cứu và Đào tạo về Quản lý, Nhà xuất bản Lao động Xã hội – 2003.
4. Kỷ yếu *"Hội thảo khoa học Quốc gia Thương mại Việt Nam trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế"*, Hà Nội – 11/2003
5 Trang website: *www.mot.gov.vn; www.doste.hochiminhcity.gov.vn;*

MỤC LỤC

Trang

• **Lời mở đầu** 3

Phần I
GIỚI THIỆU ĐỀ ÁN XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA

I. Quyết định phê duyệt đề án xây dựng và phát triển Thương hiệu Quốc gia đến năm 2010 5
II. Giới thiệu "Đề án xây dựng và phát triển Thương hiệu Quốc gia đến năm 2010" 7
1. Khái niệm về thương hiệu 7
2. Tình hình xây dựng thương hiệu ở Việt Nam thời gian qua 12
3. Chính sách và vai trò của Nhà nước về phát triển thương hiệu 16
4. Chương trình xây dựng và phát triển Thương hiệu Quốc gia (tới năm 2010) 19
5. Tổ chức thực hiện 26

Phần II
KHÁI QUÁT VỀ SỞ HỮU TRÍ TUỆ

1. Bạn hiểu thế nào là sở hữu trí tuệ? 37
2. Sáng chế 38
3. Sự bảo mật 38
4. Kiểu dáng 39
5. Nhãn hiệu hàng hóa và nhãn hiệu dịch vụ 39
6. Thương hiệu (theo Hiệp hội Marketing Hoa Kỳ) 40
7. Bản quyền tác giả 41
8. Bảo hộ quốc tế 42
9. Việc khai thác các ý tưởng của bạn 43
10. Tính bí mật 44
11. Những sáng chế và kiểu dáng của người làm thuê 45
12. Thông tin sáng chế và thông tin nhãn hiệu hàng hóa: Những gì đã có trước đây? 45
13. Tư vấn của chuyên gia 46
14. Việc khiếu kiện 47

Phần III
GIẢI ĐÁP VỀ BẢO HỘ SỞ HỮU TRÍ TUỆ

1. Bảo hộ sáng chế 49
2. Thông tin sáng chế 53
3. Giữ bí mật thông tin 57
4. Các kiểu dáng được bảo hộ 59
5. Các nhãn hiệu hàng hóa và nhãn hiệu dịch vụ được đăng ký bảo hộ 62
6. Quyền tác giả 67
7. Tư vấn của chuyên gia 71
8. Kết luận 72

Phần IV
MỘT SỐ TRANH CHẤP ĐIỂN HÌNH LIÊN QUAN ĐẾN SỞ HỮU CÔNG NGHIỆP Ở VIỆT NAM

1. Khái quát tình trạng vi phạm quyền sở hữu trí tuệ và sở hữu công nghiệp tại Việt Nam 73
2. Tập hợp tranh chấp điển hình liên quan đến sở hữu công nghiệp của doanh nghiệp Việt Nam 76
   2.1. Tranh chấp Thương hiệu 76
   2.2. Doanh nghiệp Việt Nam đánh cắp nhãn hiệu nước ngoài 85
   2.3. Tranh chấp kiểu dáng công nghiệp 90
   2.4. Tranh chấp xung quan tên gọi xuất xứ của Công ty Chè TC 96
   2.5. Làm bánh giả nhãn hiệu của Công ty Bánh ngọt BN 99

Phần V
BÀI HỌC KINH NGHIỆM TRONG BẢO VỆ THƯƠNG HIỆU CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM TRONG QUÁ TRÌNH HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ

1. Doanh nghiệp Việt Nam còn thiếu ý thức về đăng ký bảo hộ thương hiệu 101
2. Doanh nghiệp Việt Nam thường bị động trong việc bảo vệ thương hiệu khi thâm nhập thị trường nước ngoài 102

3. Doanh nghiệp bị mất thương hiệu do thiếu sự cẩn trọng trong nghiên cứu thị trường và đối tác nước ngoài 105
4. Doanh nghiệp sau khi bị đánh cắp thương hiệu thường lúng túng trong việc giành lại quyền sở hữu thương hiệu của mình 108
5. Vấn đề đặt ra đối với các doanh nghiệp xuất khẩu chưa có thương hiệu riêng về hàng hóa của mình 109
6. Vai trò trợ giúp của các công ty luật về sở hữu công nghiệp khi doanh nghiệp có ý định mở rộng thị trường 113

Phần VI

Ý KIẾN CỦA CÁC CHUYÊN GIA VỀ KINH NGHIỆM XÂY DỰNG, PHÁT TRIỂN VÀ BẢO HỘ THƯƠNG HIỆU

1. Kinh nghiệm xây dựng và bảo hộ thương hiệu 115
2. Vai trò của luật sư trong chiến lược xây dựng và phát triển thương hiệu của doanh nghiệp 121
3. Nhãn hiệu hàng hóa và vấn đề bảo vệ người tiêu dùng 130
4. Bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa trong hội nhập kinh tế quốc tế 134
5. Doanh nghiệp và việc chống xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp 144
6. Doanh nghiệp Việt Nam với vấn đề xây dựng thương hiệu trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế 153
7. Xây dựng giá trị thương hiệu việc làm cần thiết đối với các doanh nghiệp Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế 175
8. Một số vấn đề bảo hộ thương hiệu ở Việt Nam trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế 183
9. Vài nét về tình hình bảo hộ thương hiệu Việt Nam trong tiến trình hội nhập 195

Phần VII

HƯỚNG DẪN XÁC LẬP QUYỀN SỞ HỮU CÔNG NGHIỆP

I. Các khái niệm chung 199
1. Nhãn hiệu hàng hóa 199
2. Kiểu dáng công nghiệp 203
3. Tên gọi xuất xứ hàng hóa 207

4. Chỉ dẫn địa lý 209
5. Tên thương mại 210
6. Sáng chế và giải pháp hữu ích 211
II. Quyền chống cạnh tranh không lành mạnh liên quan đến sở hữu công nghiệp ở Việt Nam 216
III. Các yêu cầu đối với đơn nộp tại Việt Nam 217
1. Sáng chế và Giải pháp hữu ích 217
2. Kiểu dáng công nghiệp 218
3. Nhãn hiệu hàng hóa/Nhãn hiệu dịch vụ 219
4. Gia hạn hiệu lực Văn bằng bảo hộ 220
5. Yêu cầu công nhận nhãn hiệu nổi tiếng 220
6. Tên gọi xuất xứ 221
7. Đăng ký hợp đồng chuyển nhượng sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp hoặc nhãn hiệu hàng hóa 221
8. Đăng ký hợp đồng chuyển giao quyền sử dụng sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp hoặc nhãn hiệu hàng hóa 223
9. Bản quyền 224
IV. Hướng dẫn đăng ký nhãn hiệu hàng hóa ở nước ngoài 226
1. Đăng ký nhãn hiệu hàng hóa ở Mỹ 226
2. Đăng ký nhãn hiệu ở châu Âu 233
3. Đăng ký nhãn hiệu ở Lào 238
4. Đăng ký nhãn hiệu ở Campuchia 242
V. Đăng ký nhãn hiệu hàng hóa của Việt Nam ra nước ngoài theo thỏa ước Madrid 246

Phần VIII
HỆ THỐNG CÁC VĂN BẢN PHÁP LUẬT BẢO HỘ QUYỀN SỞ HỮU CÔNG NGHIỆP ĐƯỢC ÁP DỤNG Ở VIỆT NAM

I. Các công ước quốc tế về sở hữu công nghiệp mà Việt Nam tham gia 249
II. Hệ thống các văn bản pháp luật bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp được áp dụng ở Việt Nam 250
– Bộ Luật Hình sự (trích) 250

- Nghị định số 63/CP ngày 24/10/1996 của Chính phủ quy định chi tiết về sở hữu công nghiệp.....252
- Nghị định số 06/2001/NĐ-CP ngày 01/02/2001 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số Điều của Nghị định 63/CP ngày 24 tháng 10 năm 1996 của Chính phủ quy định chi tiết về sở hữu công nghiệp.....308
- Nghị định số 12/1999/NĐ-CP ngày 06/3/1999 của Chính phủ về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp.....331
- Nghị định số 54/2000/NĐ-CP ngày 03/10/2000 của Chính phủ về bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp đối với bí mật kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, tên thương mại và bảo hộ quyền chống cạnh tranh không lành mạnh liên quan tới sở hữu công nghiệp.....355
- Thông tư số 825/2000/TT-BKHCNMT ngày 03/05/2000 của Bộ Khoa học Công nghệ và Môi trường hướng dẫn thi hành Nghị định số 12/1999/NĐ-CP về xử phạt hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp.....372
- Thông tư số 49/2001/TT-BKHCNMT ngày 14/9/2001 của Bộ Khoa học Công nghệ và Môi trường sửa đổi nội dung Thông tư 825/2000/TT-BKHCNMT ngày 03/5/2000 hướng dẫn thi hành Nghị định 12/1999/NĐ-CP ngày 06/3/1999 của Chính phủ về xử phạt hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp.....403
- Thông tư số 29/2003/TT-BKHCN ngày 05/11/2003 của Bộ Khoa học và Công nghệ về hướng dẫn thực hiện các thủ tục xác lập quyền sở hữu công nghiệp đối với kiểu dáng công nghiệp.....408
- Thông tư số 30/2003/TT-BKHCN ngày 05/11/2003 của Bộ Khoa học và Công nghệ về hướng dẫn thực hiện các thủ tục xác lập quyền sở hữu công nghiệp đối với sáng chế/giải pháp hữu ích.....462

- **Tài liệu tham khảo** 534

DOANH NGHIỆP VIỆT NAM VỚI VẤN ĐỀ THƯƠNG HIỆU TRONG QUÁ TRÌNH HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ

Chịu trách nhiệm xuất bản:
CÁT VĂN THÀNH

Chịu trách nhiệm bản thảo: NGHIÊM NGỌC TÚ
Sửa bản in: SỸ HƯNG
Trình bày: QUANG HUY

Mã số 33-335/TK 2004 76-133-2004

In 1000 cuốn, tại Nhà in Khoa học và Công nghệ
Giấy phép xuất bản SĐKKHXB 76-133/XB-QLXB cấp ngày 13/02/2004
In xong nộp lưu chiếu tháng 8 năm 2004

Trong những năm gần đây, trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, **THƯƠNG HIỆU** trở thành một vấn đề bức xúc đối với các doanh nghiệp vì thương hiệu là tài sản vô giá đối với doanh nghiệp. Do tầm quan trọng của thương hiệu, Thủ tướng Chính phủ đã ra Quyết định số 253/2003/QĐ-TTg về việc phê duyệt đề án ***xây dựng và phát triển Thương hiệu Quốc gia đến năm 2010***.

Vấn đề mà các doanh nghiệp quan tâm là trình tự, thủ tục xây dựng thương hiệu, đăng ký bảo hộ thương hiệu và trong trường hợp bị xâm phạm thì làm thế nào để bảo vệ được thương hiệu của mình.

Trung tâm Thông tin kinh tế - xã hội quốc gia tổ chức biên soạn cuốn sách "**DOANH NGHIỆP VIỆT NAM với vấn đề THƯƠNG HIỆU trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế**" để giúp cho các doanh nghiệp giải quyết những vấn đề quan tâm nói trên.

$692 288