

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
KHOA LUẬT

VŨ THỊ HÀ

**BẢO HỘ NHÃN HIỆU CHỨNG NHẬN Ở VIỆT NAM
THEO LUẬT SỞ HỮU TRÍ TUỆ NĂM 2005**

Chuyên ngành : Luật dân sự
Mã số : 60 38 30

TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ LUẬT HỌC

HÀ NỘI - 2014

**Công trình được hoàn thành
tại Khoa Luật - Đại học Quốc gia Hà Nội**

Người hướng dẫn khoa học: TS. Nguyễn Thị Quế Anh

Phản biện 1:

Phản biện 2:

**Luận văn được bảo vệ tại Hội đồng chấm luận văn, họp tại
Khoa Luật - Đại học Quốc gia Hà Nội.**

Vào hồi giờ, ngày tháng năm 2014.

**Có thể tìm hiểu luận văn
tại Trung tâm thông tin - Thư viện Đại học Quốc gia Hà Nội
Trung tâm tư liệu - Khoa Luật Đại học Quốc gia Hà Nội**

MỤC LỤC CỦA LUẬN VĂN

	Trang		
<i>Trang phụ bì</i>			
<i>Lời cam đoan</i>			
<i>Mục lục</i>			
<i>Danh mục các từ viết tắt</i>			
<i>Danh mục các bảng</i>			
MỞ ĐẦU	1		
Chương 1: NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CHUNG VỀ BẢO HỘ QUYỀN SỞ HỮU CÔNG NGHIỆP ĐỐI VỚI NHÂN HIỆU VÀ NHÂN HIỆU CHỨNG NHẬN	6		
1.1. Khái quát chung về nhân hiệu với tư cách là đối tượng quyền sở hữu công nghiệp	6		
1.1.1. Khái niệm nhân hiệu	6		
1.1.2. Điều kiện bảo hộ với nhân hiệu	14		
1.1.3. Phân loại nhân hiệu	31		
1.2. Khái quát chung về bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp với nhân hiệu chứng nhận	35		
1.2.1. Khái niệm nhân hiệu chứng nhận và bảo hộ nhân hiệu chứng nhận	35		
1.2.2. Chức năng của nhân hiệu chứng nhận	37		
1.2.3. Phân biệt nhân hiệu chứng nhận với một số đối tượng sở hữu công nghiệp khác	38		
1.2.4. Bảo hộ nhân hiệu chứng nhận theo các điều ước quốc tế và pháp luật của một số quốc gia	46		
Chương 2: BẢO HỘ NHÂN HIỆU CHỨNG NHẬN THEO QUI ĐỊNH CỦA LUẬT SỞ HỮU TRÍ TUỆ 2005	49		
2.1. Điều kiện bảo hộ nhân hiệu chứng nhận	49		
2.2. Xác lập quyền đối với nhân hiệu chứng nhận	56		
2.2.1. Quyền đăng ký nhân hiệu chứng nhận	56		
2.2.2. Thủ tục đăng ký nhân hiệu chứng nhận	58		
2.3. Nội dung quyền sở hữu công nghiệp với nhân hiệu chứng nhận	63		
2.3.1. Quyền của chủ sở hữu nhân hiệu chứng nhận và các tổ chức cá nhân được phép sử dụng nhân hiệu chứng nhận	63		
2.3.2. Nghĩa vụ của chủ sở hữu nhân hiệu chứng nhận và các tổ chức cá nhân được phép sử dụng nhân hiệu chứng nhận	66		
2.3.3. Thời hạn bảo hộ với nhân hiệu chứng nhận	67		
2.4. Chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp với nhân hiệu chứng nhận	69		
2.4.1. Chuyển nhượng quyền sở hữu	69		
2.4.2. Chuyển quyền sử dụng nhân hiệu chứng nhận	71		
2.5. Bảo vệ quyền sở hữu công nghiệp với nhân hiệu chứng nhận	74		
2.5.1. Khái niệm và đặc điểm bảo vệ quyền sở hữu với nhân hiệu chứng nhận	74		
2.5.2. Hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp đối với nhân hiệu chứng nhận	75		
2.5.3. Các biện pháp bảo vệ quyền sở hữu công nghiệp với nhân hiệu chứng nhận	80		
Chương 3: THỰC TIỄN BẢO HỘ NHÂN HIỆU CHỨNG NHẬN Ở VIỆT NAM VÀ CÁC PHƯƠNG HƯỚNG, GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ BẢO HỘ	91		
3.1. Thực trạng bảo hộ nhân hiệu chứng nhận tại Việt Nam	91		
3.1.1. Hoạt động xác lập quyền đối với nhân hiệu chứng nhận	91		
3.1.2. Hoạt động khai thác, sử dụng, quản lý nhân hiệu chứng nhận	95		
3.1.3. Hoạt động chuyển giao quyền sở hữu đối với nhân hiệu chứng nhận	99		
3.1.4. Hoạt động bảo vệ quyền sở hữu công nghiệp với nhân hiệu chứng nhận	101		
3.2. Đánh giá hoạt động bảo hộ nhân hiệu chứng nhận tại Việt Nam	103		
3.2.1. Những thành tựu đã đạt được	103		
3.2.2. Những mặt còn tồn tại	105		
3.3. Một số kiến nghị hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả bảo hộ nhân hiệu chứng nhận	108		
3.3.1. Định hướng cơ bản nhằm hoàn thiện pháp luật Việt Nam về bảo hộ nhân hiệu chứng nhận	108		
3.3.2. Kiến nghị nhằm hoàn thiện hệ thống pháp luật sở hữu trí tuệ về bảo hộ nhân hiệu chứng nhận	109		
3.3.3. Kiến nghị nhằm hoàn thiện cơ chế thực thi pháp luật bảo hộ nhân hiệu chứng nhận tại Việt Nam hiện nay	113		
KẾT LUẬN	118		
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	119		

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của việc nghiên cứu đề tài

Hiện nay, trước sự phát triển mạnh mẽ của nền kinh tế thị trường, đặc biệt là từ sau khi Việt Nam gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), người tiêu dùng Việt Nam đã và đang đứng trước sự đa dạng, phong phú của các loại hàng hóa, dịch vụ. Việc lựa chọn một hàng hóa, dịch vụ đặc biệt là những hàng hóa, dịch vụ đảm bảo chất lượng được cung cấp bởi một chủ thể nào đó đối với người tiêu dùng sẽ trở nên khó khăn hơn nếu như không có dấu hiệu để phân biệt. Nhận hiệu với tư cách là dấu hiệu để phân biệt hàng hóa, dịch vụ của các tổ chức, cá nhân khác nhau đã làm được điều đó. Hơn thế nữa, nhận hiệu còn là một "Giấy chứng nhận" về uy tín, khẳng định vị trí của các cá nhân, tổ chức kinh doanh trên thị trường. Chính vì nhận biết được tầm quan trọng của việc bảo hộ nhận hiệu đối với quyền lợi của chính các chủ thể kinh doanh, cung cấp dịch vụ cũng như đối với người tiêu dùng, nên hiện nay, việc bảo hộ nhận hiệu hàng hóa (NHHH), dịch vụ đang được hết sức quan tâm chú trọng.

Trên thực tế, có những loại hàng hóa, dịch vụ giống nhau hoặc khác nhau, được cung cấp bởi một hay nhiều chủ thể khác nhau và đáp ứng được một số điều kiện nhất định nào đó, chẳng hạn về đặc tính xuất xứ, nguyên vật liệu, cách thức sản xuất hàng hóa, cách thức cung cấp dịch vụ, chất lượng... Việc phân biệt các loại hàng hóa dịch vụ nói trên với các loại hàng hóa dịch vụ của các tổ chức, cá nhân kinh doanh khác được đảm bảo thông qua nhận hiệu chứng nhận (NHCN).

Những nhận hiệu này đã và đang góp phần to lớn vào sự phát triển chung của nền kinh tế quốc gia. Điều này đòi hỏi chúng ta cần phải có một cách nhìn nhận đúng đắn và có sự quan tâm cần thiết để bảo hộ đối tượng này một cách hiệu quả và kịp thời trên thực tế.

Thực tiễn cho thấy, Việt Nam đã có rất nhiều cố gắng trong việc hoàn thiện hệ thống pháp luật nói chung và lĩnh vực sở hữu trí tuệ (SHTT) nói riêng. Hiện nay, Việt Nam đã trở thành thành viên của nhiều Điều ước quốc tế về bảo hộ nhận hiệu như Công ước Paris về sở hữu công nghiệp (SHCN), Hiệp định về các khía cạnh liên quan đến thương mại của quyền SHTT (Hiệp định TRIPS),

Thỏa ước Madrid về Đăng ký quốc tế NHHH và Nghị định thư liên quan đến Thỏa ước này.... Những quy định của các văn bản này về cơ bản cũng đã được chuyển hóa và vận dụng một cách phù hợp trong hệ thống pháp luật quốc gia, đặc biệt là trong Luật SHTT năm 2005, được sửa đổi bổ sung năm 2009.

Việc áp dụng quy định về bảo hộ nhận hiệu nói chung và NHCN nói riêng đã đạt được những thành tựu đáng kể. Tuy nhiên, những vi phạm liên quan đến nhận hiệu và NHCN vẫn đang diễn ra rất phổ biến, ngày càng phức tạp, ảnh hưởng tới quyền lợi của chủ sở hữu cũng như người tiêu dùng và toàn xã hội. Có thể nói, những thành tựu mà Việt Nam đạt được còn mang tính vĩ mô nhiều hơn chứ chưa đi vào giải quyết một cách kịp thời và hiệu quả những nhu cầu thực tiễn mà xã hội đang đặt ra, đặc biệt là đối với việc bảo hộ NHCN. Hơn nữa, việc bảo hộ NHCN còn có ý nghĩa rất lớn không chỉ với chủ sở hữu nhận hiệu, mà còn với người sản xuất kinh doanh, người tiêu dùng và với toàn xã hội. *Đầu tiên*, thông qua việc bảo hộ sẽ khuyến khích sự sáng tạo, đẩy mạnh sản xuất tạo ra những sản phẩm vật chất và tinh thần có giá trị cho xã hội; *thứ hai*, sẽ bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng, giúp người tiêu dùng có cơ hội lựa chọn những mặt hàng hóa, dịch vụ chất lượng cao; *thứ ba*, sẽ tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh, tạo động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, thu hút đầu tư nước ngoài...

Do vậy, việc nghiên cứu, bảo hộ NHCN ở Việt Nam đang là một việc làm hết sức quan trọng và cần thiết trong giai đoạn hiện nay. Chính vì vậy, tác giả đã lựa chọn đề tài: "**Bảo hộ nhận hiệu chứng nhận ở Việt Nam theo Luật sở hữu trí tuệ năm 2005**" làm luận văn tốt nghiệp của mình.

2. Tình hình nghiên cứu

Bảo vệ quyền SHCN đối với nhận hiệu nói chung và NHCN nói riêng đang là một vấn đề nóng trong thực tiễn cuộc sống và một vấn đề đáng quan tâm trong hệ thống pháp luật. Thực tế, trong thời qua ở Việt Nam cũng đã có một số luận văn, luận án, bài viết, công trình nghiên cứu bình luận, lý giải về vấn đề này. Có thể kể đến một số như: Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Luật Hà Nội: "*Một số vấn đề về bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp đối với nhận hiệu hàng hóa theo qui định của pháp luật dân sự*" của Vũ Thị Hải Yến, 2001; Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Luật Hà Nội: "*Pháp luật về bảo hộ quyền sở*

hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu hàng hóa ở Việt Nam - thực trạng và giải pháp" của Hồ Ngọc Hiến, 2004; Luận văn thạc sĩ "*So sánh pháp luật về bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa của Việt Nam với các Điều ước quốc tế và pháp luật của một số nước công nghiệp phát triển*" của Vũ Thị Phương Lan; Luận văn thạc sĩ "*Bảo hộ Nhãn hiệu hàng hóa theo pháp luật Việt Nam*" của tác giả Trần Nguyệt Minh; Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Đại học Quốc gia năm 2002: "*Một số vấn đề lý luận và thực tiễn về bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa, nhãn hiệu dịch vụ trên thế giới và phương hướng hoàn thiện pháp luật Việt Nam về bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa, nhãn hiệu dịch vụ*" của Tiến sĩ Nguyễn Thị Quế Anh; bài viết "*Một số vấn đề về Nhãn hiệu hàng hóa nổi tiếng*" của Nguyễn Như Quỳnh (Tạp chí Luật học, số 2-2001); bài viết: "*Bảo hộ Nhãn hiệu hàng hóa ở Việt Nam*" của Thạc sĩ Lê Hoài Dương (Tạp chí Tòa án nhân dân, số 10-2003)...

Tuy vậy, mỗi công trình nghiên cứu là một sự khai thác, đánh giá các khía cạnh khác nhau, nhìn nhận vấn đề dưới các góc độ khác nhau.

Với công trình của mình, tác giả sẽ tiếp cận vấn đề một cách tổng quan về lý luận cũng như thực tiễn bảo hộ NHCN tại Việt Nam trong những năm gần đây. Qua đó, đánh giá một cách cụ thể hơn những kết quả đã đạt được về công tác bảo hộ trong thời gian vừa qua và những giải pháp đưa ra sẽ là cơ sở cho việc hoàn thiện pháp luật trong thời gian tới. Do đó, công trình sẽ không phải là sự lặp lại của bất kỳ công trình nào trước đó.

3. Mục đích, nhiệm vụ của việc nghiên cứu đề tài

Trên thực tế, đã có rất nhiều công trình nghiên cứu về lý luận cũng như thực tiễn của việc bảo hộ quyền SHTT đối với nhãn hiệu trong đó có bao hàm cả NHCN. Nhưng lại chưa có nhiều công trình đi sâu nghiên cứu, đánh giá về thực trạng bảo hộ quyền SHTT đối với NHCN tại Việt Nam. Mà như chúng ta biết, việc nghiên cứu tình hình bảo hộ, thực trạng xâm phạm quyền SHCN đối với NHCN là một nhu cầu tất yếu để hoàn thiện pháp luật, tạo môi trường pháp lý an toàn và thuận lợi cho các doanh nghiệp và các nhà đầu tư trong và ngoài nước; đồng thời cũng là một cách bảo vệ hữu hiệu quyền lợi của người tiêu dùng.

Do vậy, thông qua đề tài này, tác giả sẽ nghiên cứu một cách hệ thống các quy định của pháp luật liên quan tới việc bảo hộ NHCN ở Việt Nam. Với việc đưa ra các số liệu thực tế, các vụ việc cụ thể về bảo hộ NHCN trong

thời gian gần đây mà các công trình nghiên cứu trước chưa đề cập hoặc chưa cập nhật, tác giả muốn làm rõ thực trạng việc bảo hộ NHCN ở Việt Nam trong những năm qua, đánh giá về những kết quả đạt được và những vấn đề còn hạn chế, trên cơ sở đó đưa ra những đề xuất, kiến nghị giúp hoàn thiện chính sách pháp luật của Nhà nước đảm bảo quyền lợi cho chủ sở hữu và người có liên quan.

Để đạt được mục đích nghiên cứu trên, luận văn cần phải giải quyết được những nhiệm vụ cụ thể sau:

- Những vấn đề lý luận chung về bảo hộ quyền SHCN đối với nhãn hiệu và NHCN.
- Bảo hộ NHCN theo qui định của Luật SHTT năm 2005.
- Thực tiễn bảo hộ NHCN ở Việt Nam và các phương hướng, giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả bảo hộ.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của đề tài

- **Đối tượng nghiên cứu của đề tài:** Những vấn đề lý luận về bảo hộ NHCN tại Việt Nam, thực trạng các qui định của pháp luật hiện hành về bảo hộ NHCN, những vấn đề còn tồn tại, hạn chế trong cơ chế bảo vệ quyền và phương hướng, giải pháp hoàn thiện các qui định của pháp luật.

- **Phạm vi nghiên cứu của đề tài:** Đề tài đi sâu nghiên cứu các qui định của pháp luật về bảo hộ quyền sở hữu đối với NHCN và thực trạng bảo hộ NHCN tại Việt Nam trong những năm gần đây.

5. Phương pháp nghiên cứu đề tài

Phương pháp luận sử dụng chung cho mọi đề tài khoa học là phương pháp biện chứng duy vật của chủ nghĩa Mác - Lênin và luận văn này cũng không nằm ngoài thông lệ đó. Đồng thời, tác giả còn sử dụng các phương pháp hỗ trợ như phương pháp so sánh, phân tích, tổng hợp, đánh giá tình hình thực tế nhằm có cái nhìn vấn đề một cách khách quan, toàn diện nhất. Thông qua đó, rút ra những ưu điểm, những hạn chế trong qui định của pháp luật và thực tế áp dụng pháp luật. Từ đó, có những giải pháp, kiến nghị, hoàn thiện các quy định đó cho phù hợp với thực tế, bảo đảm quyền và lợi ích hợp pháp của các chủ thể có liên quan.

6. Kết cấu của luận văn

Ngoài phần mở đầu, kết luận và danh mục tài liệu tham khảo, nội dung của luận văn gồm 3 chương:

Chương 1: Những vấn đề lý luận chung về bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu và nhãn hiệu chứng nhận.

Chương 2: Bảo hộ nhãn hiệu chứng nhận theo qui định của Luật sở hữu trí tuệ năm 2005.

Chương 3: Thực tiễn bảo hộ nhãn hiệu chứng nhận ở Việt Nam và các phương hướng, giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả bảo hộ.

Chương 1

NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CHUNG VỀ BẢO HỘ QUYỀN SỞ HỮU CÔNG NGHIỆP ĐỐI VỚI NHÃN HIỆU VÀ NHÃN HIỆU CHỨNG NHẬN

1.1. Khái quát chung về nhãn hiệu với tư cách là đối tượng quyền sở hữu công nghiệp

1.1.1. Khái niệm nhãn hiệu

1.1.1.1. Khái niệm nhãn hiệu theo quy định của Điều ước quốc tế và pháp luật của một số quốc gia

Theo quan niệm của Tổ chức SHTT thế giới WIPO: "*Dấu hiệu dùng để phân biệt hàng hóa dịch vụ của doanh nghiệp công nghiệp hoặc thương mại hoặc của một nhóm các doanh nghiệp đó. Dấu hiệu này có thể là một hoặc nhiều từ ngữ, chữ số, hình, hình ảnh, biểu tượng, màu sắc, hoặc sự kết hợp các màu sắc, hình thức hoặc sự trình bày đặc biệt trên bao bì, bao gói sản phẩm. Dấu hiệu này có thể là sự kết hợp nhiều yếu tố nói trên. Nhãn hiệu hàng hóa chỉ được chấp thuận bảo hộ nếu nó chưa được cá nhân hoặc doanh nghiệp nào khác ngoài chủ sở hữu nhãn hiệu đó sử dụng hoặc nhãn hiệu đó không được trùng hoặc tương tự đến mức gây nhầm lẫn với một nhãn hiệu khác được đăng ký trước đó cho cùng loại sản phẩm*".

Theo quy định tại Khoản 1 Điều 15 của Hiệp định TRIPS: "*Bất kì một dấu hiệu, hoặc tổ hợp các dấu hiệu nào, có khả năng phân biệt hàng hóa hoặc dịch vụ của một doanh nghiệp với hàng hóa hoặc dịch vụ của doanh nghiệp khác đều có thể làm nhãn hiệu hàng hóa. Các dấu hiệu đó, đặc biệt là các từ, kể cả tên riêng, các chữ cái, chữ số, các yếu tố hình họa và tổ hợp màu sắc cũng như tổ hợp bất kỳ của các dấu hiệu đó, phải có khả năng được đăng ký là nhãn hiệu hàng hóa*".

Theo Cộng đồng Châu Âu, Định nghĩa về nhãn hiệu được quy định ở Điều 2 Chỉ thị 89/104 và Điều 4 Quy định 40/94 là: "*Một nhãn hiệu cộng đồng có thể gồm bất kỳ dấu hiệu nào được trình bày một cách rõ ràng và chi tiết (represented graphically), đặc biệt là các từ, bao gồm tên riêng, các phác họa hình ảnh, chữ viết, chữ số, hình dáng của hàng hóa hoặc của bao bì sản phẩm, với điều kiện là những dấu hiệu đó phải có khả năng phân biệt hàng hóa hoặc dịch vụ của chủ thể kinh doanh này với hàng hóa, dịch vụ của các chủ thể kinh doanh khác*".

Theo một định nghĩa được sử dụng trên trang Web chính thức của Văn phòng Nhãn hiệu và sáng chế Hoa Kỳ (USPTO): Nhãn hiệu hàng hóa là bất kỳ từ ngữ, tên gọi, một biểu tượng hay hình vẽ hay bất kỳ sự kết hợp nào của chúng được sử dụng hoặc sẽ được sử dụng trong thương mại để xác định nguồn gốc hàng hóa và phân biệt những hàng hóa đó với hàng hóa của các nhà sản xuất hoặc nhà phân phối khác. Nói cách khác, theo định nghĩa trên, nhãn hiệu có thể được hiểu như tên thương mại.

Theo pháp luật nhãn hiệu của EU, khái niệm nhãn hiệu được sử dụng thống nhất cho cả hàng hóa và dịch vụ. Theo đó, nhãn hiệu có thể bao gồm bất kỳ dấu hiệu nào có thể được trình bày một cách vật chất và riêng biệt dưới dạng từ ngữ, bao gồm tên riêng, các thiết kế, chữ cái, con số, hình dáng hay bao bì hàng hóa, có khả năng phân biệt hàng hóa hay dịch vụ của một chủ thể này với hàng hóa, dịch vụ của các chủ thể khác.

1.1.1.2. Khái niệm nhãn hiệu theo quy định của pháp luật Việt Nam

Văn bản quy phạm pháp đầu tiên ở nước ta quy định chi tiết về bảo hộ NHHH là Điều lệ về NHHH, ban hành kèm theo Nghị định 197/HĐBT ngày 14 tháng 12 năm 1982. Theo đó, tại Khoản 1 Điều 3 Nghị định 197/HĐBT quy định: "*Nhãn hiệu hàng hóa được bảo hộ pháp lý là những dấu hiệu được chấp nhận có thể là từ ngữ, hình ảnh, hình vẽ, hình nổi... hoặc là sự kết hợp các yếu tố trên, được thể hiện bằng một hoặc nhiều màu sắc kết hợp*".

Đến ngày 28 tháng 01 năm 1989, Hội đồng Nhà nước đã thông qua Pháp lệnh bảo hộ SHCN. Tại khoản 4 Điều 4 của Pháp lệnh, khái niệm NHHH được quy định như sau: "*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".

Đến năm 1995, khái niệm NHHH được quy định trong văn bản quy phạm pháp luật có hiệu lực pháp lý cao nhất đó là Bộ luật dân sự năm 1995. Điều 785 BLDS 1995 đã 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 kết hợp các yếu tố đó được thể hiện bằng một hoặc nhiều màu sắc*".

Theo quy định của pháp luật SHTT hiện hành cụ thể tại Khoản 16 Điều 4 Luật SHTT Việt Nam 2005 phần giải thích từ ngữ: "*Nhãn hiệu là dấu hiệu dùng để phân biệt hàng hóa, dịch vụ của các tổ chức, cá nhân khác nhau*".

Như vậy, **nhãn hiệu là dấu hiệu được nhìn thấy dưới dạng chữ cái từ ngữ, hình vẽ, hình ảnh, kể cả hình ba chiều hoặc sự kết hợp các yếu tố đó, được thể hiện bằng một hoặc nhiều màu sắc và có khả năng phân biệt hàng hóa, dịch vụ của các tổ chức cá nhân khác nhau.**

1.1.2. Điều kiện bảo hộ với nhãn hiệu

Một nhãn hiệu muốn được bảo hộ về mặt pháp lý, thì nó phải đáp ứng được các điều kiện nhất định. Theo Điều 72 Luật SHTT 2005, nhãn hiệu được bảo hộ nếu đáp ứng các điều kiện: "(1) là dấu hiệu nhìn thấy được dưới dạng chữ cái, từ ngữ, hình vẽ, hình ảnh, kể cả hình ba chiều hoặc sự kết hợp các yếu tố đó, được thể hiện bằng một hoặc nhiều màu sắc và (2) có khả năng phân biệt hàng hóa, dịch vụ của chủ sở hữu nhãn hiệu với hàng hóa, dịch vụ của chủ thể khác."

1.1.3. Phân loại nhãn hiệu

Việc phân nhãn hiệu thành các dạng khác nhau, có ý nghĩa rất quan trọng cả về lý luận và thực tiễn. Thực tế, có thể phân loại nhãn hiệu theo nhiều tiêu chí như:

- Theo hình thức, có các loại nhãn hiệu như: Nhãn hiệu từ ngữ; Nhãn hiệu chữ cái và số; Nhãn hiệu là hình vẽ, hình ảnh; Nhãn hiệu hình khối; Nhãn hiệu kết hợp (chữ, hình, hình khối, số...); và nhãn hiệu đặc biệt (Nhãn hiệu âm thanh, mùi vị, ánh sáng...)

- Theo mức độ nổi tiếng: Có nhãn hiệu thông thường và nhãn hiệu nổi tiếng;

- Theo số lượng chủ thể của nhãn hiệu: Có nhãn hiệu cá nhân, nhãn hiệu tập thể.

- Theo tính chất của nhãn hiệu: Có nhãn hiệu thường, nhãn hiệu liên kết, NHCN.

1.2. Khái quát chung về bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp với nhãn hiệu chứng nhận

1.2.1. Khái niệm nhãn hiệu chứng nhận và bảo hộ nhãn hiệu chứng nhận

1.2.1.1. Khái niệm nhãn hiệu chứng nhận

Theo quy định tại Điều 4 Luật SHTT 2005: "*Nhãn hiệu chứng nhận là nhãn hiệu mà chủ sở hữu nhãn hiệu cho phép tổ chức, cá nhân khác sử dụng trên hàng hóa, dịch vụ của tổ chức, cá nhân đó để chứng nhận các đặc tính về xuất xứ, nguyên liệu, vật liệu, cách thức sản xuất hàng hóa, cách thức cung cấp dịch vụ, chất lượng, độ chính xác, độ an toàn hoặc các đặc tính khác của hàng hóa, dịch vụ mang nhãn hiệu.*"

1.2.1.2. Bảo hộ nhãn hiệu chứng nhận

Bảo hộ NHCN là hoạt động do cơ quan nhà nước có thẩm quyền thực hiện theo đúng trình tự, thủ tục do pháp luật quy định nhằm xác lập quyền sở hữu đối với NHCN, quy định quyền và nghĩa vụ của các chủ thể có liên quan, đồng thời xác định những hành vi bị coi là xâm phạm và quy định các biện pháp xử lý các hành vi xâm phạm đó.

1.2.2. Chức năng của nhãn hiệu chứng nhận

Nhãn hiệu chứng nhận, trước tiên nó phải là một nhãn hiệu, do đó, nó có chức năng cơ bản của nhãn hiệu là chức năng phân biệt. Chức năng này thể hiện ở việc một hàng hóa, dịch vụ mang NHCN có khả năng được phân biệt với hàng hóa, dịch vụ mang các nhãn hiệu của các tổ chức cá nhân khác hay không.

Ngoài ra, NHCN còn có đặc trưng riêng như:

- Nhãn hiệu chứng nhận giúp người tiêu dùng có thể biết được một hàng hóa, dịch vụ đáp ứng được tiêu chuẩn nào đó do chủ sở hữu NHCN đó đề ra.

- Nhãn hiệu chứng nhận thể hiện tính chất chung nhất của các sản phẩm hàng hóa, dịch vụ có gắn nhãn hiệu đó về một hoặc nhiều đặc tính nào đó như xuất xứ, nguyên vật liệu, cách thức sản xuất, chất lượng...

1.2.3. Phân biệt nhãn hiệu chứng nhận với một số đối tượng sở hữu công nghiệp khác

1.2.3.1. Nhãn hiệu chứng nhận với nhãn hiệu tập thể

Có thể thấy, NHCN và nhãn hiệu tập thể có khá nhiều điểm tương đồng nhau. Song, hai loại nhãn hiệu này cũng có những khác biệt đáng kể:

* Về chủ sở hữu:

- Chủ sở hữu nhãn hiệu tập thể là một tập thể các nhà sản xuất (thường là một hiệp hội, hợp tác xã, tổng công ty...).

- Chủ sở hữu NHCN là một tổ chức có chức năng kiểm soát, chứng nhận chất lượng, đặc tính... của hàng hóa, dịch vụ đăng ký.

* Về đối tượng sử dụng nhãn hiệu:

- Nhãn hiệu tập thể: Quyền sử dụng nhãn hiệu thuộc về các thành viên của tổ chức tập thể đó.

- Nhãn hiệu chứng nhận: Quyền sử dụng thuộc về bất kỳ cá nhân, tổ chức nào có sản phẩm, dịch vụ đáp ứng được các tiêu chuẩn định sẵn.

* Ngoài ra: Nhãn hiệu tập thể được quy định trong pháp luật về SHTT của nhiều nước và trong các điều ước quốc tế điển hình là tại Điều 7bis Công ước Pari. Còn NHCN hầu như không được đề cập đến trong các điều ước quốc tế, kể cả Hiệp định TRIPs.

1.2.3.2. Nhãn hiệu chứng nhận với nhãn hiệu liên kết

Theo Khoản 19 Điều 4 Luật SHTT 2005 quy định thì: "*Nhãn hiệu liên kết là các nhãn hiệu do cùng một chủ thể đăng ký, trùng hoặc tương tự nhau dùng cho sản phẩm, dịch vụ cùng loại hoặc tương tự nhau hoặc có liên quan với nhau*".

Nhãn hiệu chứng nhận và nhãn hiệu liên kết khác nhau ở một số đặc điểm sau:

* Về chủ sở hữu:

- Nhãn hiệu chứng nhận được cấp cho cơ quan tổ chức có thẩm quyền chứng nhận.

- Nhãn hiệu liên kết được cấp cho chính các cá nhân, tổ chức có hoạt động sản xuất kinh doanh.

* Về điều kiện sử dụng:

- Các chủ thể sử dụng NHCN phải tuân thủ những tiêu chuẩn, quy chế quy định sẵn.

- Chủ sở hữu nhãn hiệu liên kết có thể tự do sử dụng nhãn hiệu của mình mà không bị hạn chế bởi những tiêu chuẩn nhất định đặt ra.

* Thuận lợi khi đăng ký nhãn hiệu:

- Việc đăng ký và sử dụng nhãn hiệu liên kết giúp cho chủ sở hữu nhãn hiệu không cần phải xây dựng uy tín cho từng mặt hàng, từng nhãn hiệu riêng biệt, do đó tiết kiệm được các chi phí quảng cáo, tạo uy tín cho những sản phẩm dịch vụ mới của doanh nghiệp.

- Việc đăng ký và sử dụng NHCN lại phát huy tối đa vai trò của tập thể trong việc đưa hàng hóa, dịch vụ mang nhãn hiệu ra thị trường.

1.2.3.3. Nhãn hiệu chứng nhận với tên thương mại

1.2.3.4. Nhãn hiệu chứng nhận với chỉ dẫn địa lý

Nhãn hiệu chứng nhận và chỉ dẫn địa lý đều là đối tượng SHCN được bảo hộ và đều được dùng để chỉ dẫn nguồn gốc sản phẩm. Khoản 22 Điều 4 Luật SHTT 2005 quy định: "*Chỉ dẫn địa lý là dấu hiệu dùng để chỉ sản phẩm có nguồn gốc từ khu vực, địa phương, vùng lãnh thổ hay quốc gia cụ thể*".

Trước hết, NHCN và chỉ dẫn địa lý có những điểm chung nhất định. Tuy nhiên, NHCN và chỉ dẫn địa lý cũng có những khác biệt cơ bản như sau:

Một là, NHCN giúp người tiêu dùng xác định được các đặc tính về xuất xứ, nguyên liệu, vật liệu, cách thức sản xuất hàng hóa, cách thức cung cấp dịch vụ, chất lượng, độ chính xác, độ an toàn hoặc các đặc tính khác của hàng hóa, dịch vụ mang nhãn hiệu. Còn chỉ dẫn địa lý lại giúp người tiêu dùng xác định một khu vực nhân lí cụ thể mà trên đó một hoặc một số cá nhân, tổ chức có hoạt động sản xuất kinh doanh, sản xuất hàng hóa mang chỉ dẫn địa lý đó.

Hai là, NHCN không bắt buộc phải chứa đựng những thông tin về nguồn gốc địa lý của sản phẩm. Chỉ dẫn địa lý, dấu hiệu thông tin về nguồn gốc địa lý của sản phẩm lại là điều kiện bắt buộc để sản phẩm đó được bảo hộ.

Ba là, NHCN là dấu hiệu nhìn thấy được dưới dạng chữ cái, từ ngữ, hình vẽ, hình ảnh kể cả hình ảnh ba chiều hoặc sự kết hợp các yếu tố đó, được thể hiện bằng một hoặc nhiều màu sắc. Trong khi đó, với chỉ dẫn địa lý dấu hiệu được bảo hộ có thể là từ ngữ, thường phải là từ có nghĩa, tức phải đọc được thành tiếng, phải chỉ dẫn đến một khu vực địa lý nhất định hoặc cũng có thể là các dấu hiệu hình ảnh hoặc biểu tượng mô tả một khu vực địa lý.

Bốn là, cá nhân, tổ chức sử dụng NHCN là những người cùng sản xuất, kinh doanh sản phẩm, tuân thủ theo quy chế sử dụng. Trái lại, người sử dụng chỉ dẫn địa lý thì phải là những cá nhân, tổ chức sản xuất, kinh doanh sản phẩm tại địa phương gắn liền với chỉ dẫn đó.

Năm là, đối với NHCN, chủ sở hữu nhãn hiệu được độc quyền sử dụng. Còn chỉ dẫn địa lý là đối tượng không được độc quyền sử dụng, vì vậy người sử dụng chỉ dẫn địa lý không được độc quyền chiếm hữu, định đoạt mà chỉ có quyền sử dụng.

Sáu là, với NHCN quyền sở hữu được bảo hộ hữu hạn trong 10 năm và có thể gia hạn nhiều lần liên tiếp. Còn chỉ dẫn địa lý được bảo hộ không xác định thời hạn.

1.2.3.5. Nhãn hiệu chứng nhận với một số đối tượng sở hữu công nghiệp khác

- Với kiểu dáng công nghiệp
- Với khái niệm " Nhãn hàng hóa"

1.2.4. Bảo hộ nhãn hiệu chứng nhận theo các điều ước quốc tế và pháp luật của một số quốc gia

1.2.4.1. Theo các điều ước quốc tế:

Hiện nay, có rất nhiều điều ước quốc tế quan trọng điều chỉnh về lĩnh vực SHTT nói chung và việc bảo hộ nhãn hiệu nói riêng.

Tuy nhiên có thể khẳng định, ở tất cả các Điều ước quốc tế này, dù có rất nhiều quy định về nhãn hiệu nói chung, cũng như các quy định về nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu nổi tiếng song lại không có một quy định nào, dù là gián tiếp nói về NHCN.

1.2.4.2. Theo pháp luật của một số quốc gia

Quốc gia đầu tiên phải kể đến đó là Hoa Kỳ. Theo như Điều 1127 Chương 15, Đạo Luật Lanham Act: "*Nhãn hiệu chứng nhận là bất kỳ chữ, tên gọi, biểu tượng, hình vẽ hoặc sự kết hợp các yếu tố đó đã được sử dụng hoặc có ý định sử dụng trong hoạt động thương mại bởi một người không phải là chủ sở hữu nhãn hiệu, được chủ sở hữu đăng ký nhằm mục đích cho phép người khác sử dụng và nộp đơn đăng ký bảo hộ nhằm chứng nhận rằng hàng hóa và dịch vụ mang nhãn có nguồn gốc khu vực hoặc nguồn gốc khác, có nguyên liệu, cách thức sản*

xuất, chất lượng, sự chính xác hoặc đặc tính khác của hàng hóa hay dịch vụ của người nào đó hoặc chứng nhận quy trình và cách thức sản xuất hàng hóa và dịch vụ được thực hiện bởi các thành viên của hiệp hội hoặc tổ chức khác".

Theo quy định trên, NHCN của Hoa Kỳ tương đồng với cách hiểu NHCN của các nước. Theo đó, NHCN phải đáp ứng các điều kiện của một nhãn hiệu thông thường, được chủ sở hữu đăng ký và cho phép người khác sử dụng nhằm chứng nhận rằng hàng hóa và dịch vụ mang nhãn có nguồn gốc khu vực hoặc nguồn gốc khác, có nguyên liệu, cách thức sản xuất, chất lượng, sự chính xác hoặc đặc tính khác của hàng hóa hay dịch vụ của người nào đó hoặc chứng nhận quy trình và cách thức sản xuất hàng hóa và dịch vụ được thực hiện bởi các thành viên của hiệp hội hoặc tổ chức khác mà không phải là chủ sở hữu nhãn hiệu. Ví dụ như cam Florida, rượu vang Napa Valley và táo bang Washington.

Chương 2

BẢO HỘ NHÃN HIỆU CHỨNG NHẬN THEO QUY ĐỊNH CỦA LUẬT SỞ HỮU TRÍ TUỆ 2005

2.1. Điều kiện bảo hộ nhãn hiệu chứng nhận

Nhãn hiệu chứng nhận trước tiên nó là một nhãn hiệu, thuộc đối tượng bảo hộ của quyền SHCN. Do đó, các điều kiện bảo hộ đối với NHCN được các văn bản pháp luật về SHTT quy định.

Đầu tiên, NHCN phải có khả năng phân biệt hàng hóa, dịch vụ của chủ sở hữu nhãn hiệu với hàng hóa, dịch vụ của chủ thể khác.

Thứ hai, NHCN phải là dấu hiệu nhìn thấy được dưới dạng chữ cái, từ ngữ, hình vẽ, hình ảnh, kể cả hình ba chiều hoặc sự kết hợp các yếu tố đó, được thể hiện bằng một hoặc nhiều màu sắc.

2.2. Xác lập quyền đối với Nhãn hiệu chứng nhận

Hiện nay, trên thế giới, có hai hình thức xác lập quyền với nhãn hiệu là trên cơ sở sử dụng hoặc cơ sở đăng ký. Tuy nhiên, theo quy định của Công ước Pari và pháp luật của nhiều nước trên thế giới, trong đó có Việt Nam thì nhãn hiệu được bảo hộ thông qua hình thức đăng ký tại cơ quan nhà nước có thẩm quyền.

2.2.1. Quyền đăng ký nhãn hiệu chứng nhận

Hiện nay, theo quy định tại Khoản 4 Điều 87 Luật SHTT 2005 đã được sửa đổi bổ sung năm 2009, quyền đăng ký NHCN thuộc về tổ chức có chức năng kiểm soát, chứng nhận chất lượng, đặc tính, nguồn gốc hoặc tiêu chí khác liên quan đến hàng hóa, dịch vụ với điều kiện không tiến hành sản xuất, kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đó; đối với địa danh, dấu hiệu khác chỉ nguồn gốc địa lý đặc sản địa phương của Việt Nam thì việc đăng ký phải được cơ quan nhà nước có thẩm quyền cho phép.

2.2.2. Thủ tục đăng ký nhãn hiệu chứng nhận

- Bước thứ nhất: Tiếp nhận đơn đăng ký
- Bước thứ hai: Thẩm định hình thức đơn đăng ký
- Bước thứ ba: Công bố đơn đăng ký NHCN
- Bước thứ tư: Thẩm định nội dung đơn đăng ký

2.3. Nội dung quyền sở hữu công nghiệp với nhãn hiệu chứng nhận

2.3.1. Quyền của chủ sở hữu nhãn hiệu chứng nhận và các tổ chức cá nhân được phép sử dụng nhãn hiệu chứng nhận

*** Quyền của chủ sở hữu NHCN**

Thứ nhất: Quyền sử dụng, cho phép người khác sử dụng NHCN thuộc quyền sở hữu của mình thông qua các hành vi sau:

- + Gắn NHCN được bảo hộ lên hàng hóa, bao bì hàng hóa, phương tiện kinh doanh, phương tiện dịch vụ, giấy tờ giao dịch trong hoạt động kinh doanh.
- + Lưu thông, chào bán, quảng cáo để bán, tàng trữ để bán hàng hóa mang nhãn hiệu được bảo hộ.
- + Xuất khẩu sản phẩm có gắn NHCN đã được bảo hộ tại các nước khác trên thế giới.

Thứ hai: Quyền ngăn cấm người khác sử dụng NHCN thuộc quyền sở hữu của mình.

Thứ ba: Quyền định đoạt NHCN. Cụ thể đó là quyền chuyển giao quyền sở hữu của chủ sở hữu cho các tổ chức cá nhân đáp ứng được yêu cầu thông qua Hợp đồng chuyển nhượng NHCN.

*** Quyền của tổ chức cá nhân được cấp phép sử dụng NHCN**

- Gắn nhãn hiệu đã được bảo hộ lên hàng hóa, bao bì hàng hóa, phương tiện kinh doanh, phương tiện dịch vụ, giấy tờ giao dịch trong hoạt động kinh doanh.

- Lưu thông, chào bán, quảng cáo để bán, tàng trữ để bán hàng hóa mang nhãn hiệu được bảo hộ.

- Xuất khẩu sản phẩm có gắn NHCN đã được bảo hộ tại các nước khác trên thế giới.

2.3.2. Nghĩa vụ của chủ sở hữu nhãn hiệu chứng nhận và các tổ chức cá nhân được phép sử dụng nhãn hiệu chứng nhận

*** Nghĩa vụ của chủ sở hữu NHCN:**

- Chủ sở hữu NHCN phải tuân thủ nghiêm chỉnh Quy chế sử dụng, có nghĩa vụ kiểm tra, thẩm định việc cấp phép sử dụng NHCN cho các tổ chức cá nhân đáp ứng được các yêu cầu đề ra theo quy chế.

- Chủ sở hữu có nhiệm vụ giám sát hoạt động của những người sử dụng nhãn hiệu nhằm bảo đảm sự tuân thủ nghiêm ngặt với các tiêu chuẩn chứng nhận.

- Phối hợp cùng với các sở, ban ngành cũng như với chính các doanh nghiệp để thúc đẩy, xúc tiến việc phát triển các NHCN này trên thị trường trong nước và quốc tế.

- Có nghĩa vụ sử dụng liên tục nhãn hiệu.

*** Nghĩa vụ của tổ chức, cá nhân được phép sử dụng NHCN:**

- Các doanh nghiệp được cấp phép sử dụng NHCN có nghĩa vụ tuân thủ nghiêm chỉnh quy chế sử dụng cũng như các tiêu chuẩn đã đề ra.

- Sử dụng NHCN theo đúng như mẫu nhãn hiệu đã đăng ký và được bảo hộ. Sử dụng mẫu nhãn hiệu cho đúng danh mục sản phẩm dịch vụ đăng ký kèm theo.

- Phối hợp với các tổ chức cá nhân cùng sử dụng nhãn hiệu và với chủ sở hữu để cùng nhau xây dựng và phát triển NHCN.

2.3.3. Thời hạn bảo hộ với nhãn hiệu chứng nhận

Đơn đăng ký NHCN, nếu đáp ứng được các yêu cầu bảo hộ thì sẽ được Cục SHTT cấp giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu. Giấy chứng nhận này có hiệu lực trên toàn lãnh thổ Việt Nam, và có hiệu lực từ ngày cấp đến hết 10 năm kể từ ngày nộp đơn và có thể gia hạn nhiều lần liên tiếp, mỗi lần 10 năm. Việc gia hạn hiệu lực của giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu được tiến hành tại Cục SHTT, chủ giấy chứng nhận phải nộp lệ phí gia hạn theo quy định của pháp luật.

2.4. Chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp với nhãn hiệu chứng nhận

2.4.1. Chuyển nhượng quyền sở hữu

Một trong những quyền năng cơ bản nhất của chủ sở hữu NHCN, là họ được độc quyền sử dụng NHCN đó trong thời hạn hiệu lực của văn bằng. Trong thời gian đó, họ có quyền cho phép các tổ chức cá nhân khác, sử dụng nhãn hiệu đã được bảo hộ của họ. Và cũng như chủ sở hữu các loại tài sản khác, chủ sở hữu NHCN có thể định đoạt tài sản vô hình này thông qua Hợp đồng chuyển nhượng quyền SHCN.

Tại Khoản 1 Điều 138 Luật SHTT quy định: "*Chuyển nhượng quyền sở hữu công nghiệp là việc chủ sở hữu quyền sở hữu công nghiệp chuyển giao quyền sở hữu của mình cho tổ chức, cá nhân khác.*"

Thông qua việc chuyển nhượng này, quyền sở hữu của chủ sở hữu sẽ bị chấm dứt hoàn toàn. Bên nhận chuyển nhượng sẽ tiếp nhận toàn bộ các quyền và nghĩa vụ đối với NHCN được chuyển nhượng.

2.4.2. Chuyển quyền sử dụng nhãn hiệu chứng nhận

Việc chuyển quyền sử dụng NHCN, chủ sở hữu nhận được một khoản tiền nhất định đồng thời bảo lưu được quyền sở hữu của mình.

Việc chuyển quyền sử dụng NHCN, có những đặc trưng riêng.

- Việc chuyển quyền sử dụng NHCN, thường được thực hiện không thông qua thủ tục đăng ký chuyển quyền sử dụng tại Cục SHTT.

- Việc sử dụng NHCN của các tổ chức cá nhân được thực hiện trong phạm vi, thời hạn mà các bên đã thỏa thuận và phù hợp với không gian, thời gian có hiệu lực của giấy chứng nhận đăng ký NHCN được cấp.

- Về chủ thể tham gia hợp đồng chuyển quyền sử dụng NHCN bao gồm một bên là chủ sở hữu NHCN và một bên là số lượng không hạn chế các tổ chức, cá nhân có nhu cầu sử dụng nhãn hiệu, đáp ứng được các tiêu chuẩn sử dụng nhãn hiệu đề ra trong quy chế và có yêu cầu được cấp phép sử dụng nhãn hiệu.

2.5. Bảo vệ quyền sở hữu công nghiệp với nhãn hiệu chứng nhận

2.5.1. Khái niệm và đặc điểm bảo vệ quyền sở hữu với nhãn hiệu chứng nhận

Về mặt khách quan: Bảo vệ quyền sở hữu với NHCN là tổng hợp các quy định của pháp luật ghi nhận các quyền, lợi ích hợp pháp của chủ sở hữu

và các biện pháp xử lý các hành vi xâm phạm quyền của chủ sở hữu được pháp luật thừa nhận.

Về mặt chủ quan: Bảo vệ quyền sở hữu là việc áp dụng các biện pháp cụ thể để xử lý hành vi xâm phạm quyền của chủ sở hữu tùy theo tính chất, mức độ xâm phạm.

2.5.2. Hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu chứng nhận

* *Các dạng hành vi xâm phạm:* Theo quy định tại Khoản 1 Điều 129 Luật SHTT 2005, hành vi xâm phạm quyền đối với NHCN gồm:

- Hành vi sử dụng dấu hiệu trùng với NHCN được bảo hộ cho hàng hóa, dịch vụ trùng với hàng hóa, dịch vụ thuộc danh mục đăng ký kèm theo nhãn hiệu đó;

- Hành vi sử dụng dấu hiệu trùng với NHCN được bảo hộ cho hàng hóa, dịch vụ tương tự hoặc liên quan tới hàng hóa, dịch vụ thuộc danh mục đăng ký kèm theo nhãn hiệu đó, nếu việc sử dụng có khả năng gây nhầm lẫn về nguồn gốc hàng hóa, dịch vụ;

- Hành vi sử dụng dấu hiệu tương tự với NHCN được bảo hộ cho hàng hóa, dịch vụ trùng, tương tự hoặc liên quan tới hàng hóa, dịch vụ thuộc danh mục đăng ký kèm theo nhãn hiệu đó, nếu việc sử dụng có khả năng gây nhầm lẫn về nguồn gốc hàng hóa, dịch vụ;

- Hành vi 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 nổi tiếng cho hàng hóa, dịch vụ bất kỳ.

* *Xác định hành vi xâm phạm:* Hành vi được xác định là xâm phạm quyền SHTT khi có đủ các căn cứ:

- Đối tượng bị xem xét thuộc phạm vi các đối tượng đang được bảo hộ quyền SHTT;

- Có yếu tố xâm phạm trong đối tượng bị xem xét;

- Người thực hiện hành vi bị xem xét không phải là chủ thể của quyền sở hữu;

- Hành vi bị xem xét xảy ra tại Việt Nam, trường hợp hành vi bị xem xét diễn ra trên Internet nhưng nhằm vào người tiêu dùng hoặc người dùng tin tại Việt Nam thì cũng được coi là xảy ra tại Việt Nam.

2.5.3. Các biện pháp bảo vệ quyền sở hữu công nghiệp với nhãn hiệu chứng nhận

Biện pháp bảo vệ quyền sở hữu đối với NHCN là các cách thức được chủ sở hữu hoặc Nhà nước, cơ quan nhà nước sử dụng để bảo vệ quyền của chủ sở hữu khi các quyền này bị xâm phạm.

Luật SHTT 2005 quy định các biện pháp bảo vệ sau đây:

2.5.3.1. Biện pháp tự bảo vệ

2.5.3.2. Biện pháp dân sự

* *Các biện pháp dân sự được Tòa án áp dụng:*

Các biện pháp dân sự được Tòa án áp dụng bao gồm: Buộc chấm dứt hành vi xâm phạm; Buộc xin lỗi, cải chính công khai; Buộc thực hiện nghĩa vụ dân sự; Buộc bồi thường thiệt hại; Buộc tiêu hủy hoặc phân phối hoặc đưa vào sử dụng không nhằm mục đích thương mại đối với hàng hóa, nguyên liệu, vật liệu và phương tiện được sử dụng chủ yếu để sản xuất, kinh doanh hàng hóa xâm phạm quyền sở hữu đối với NHCN với điều kiện không làm ảnh hưởng đến khả năng khai thác quyền của chủ thể quyền sở hữu NHCN,

* *Nghĩa vụ chứng minh hành vi xâm phạm quyền sở hữu với NHCN:*

Đối với nguyên đơn

Đối với bị đơn

* *Căn cứ xác định mức bồi thường thiệt hại:*

- Tổng thiệt hại vật chất tính bằng tiền cộng với khoản lợi nhuận mà bị đơn đã thu được do thực hiện hành vi xâm phạm quyền sở hữu NHCN, nếu khoản lợi nhuận giảm sút của nguyên đơn chưa được tính vào tổng thiệt hại vật chất.

- Giá chuyển giao quyền sử dụng NHCN với giá định bị đơn được nguyên đơn cho phép sử dụng NHCN đó trong phạm vi tương ứng với hành vi xâm phạm.

- Mức bồi thường thiệt hại có thể do Tòa án ấn định tùy thuộc vào mức độ thiệt hại nhưng không quá năm triệu đồng.

* *Quyền yêu cầu Tòa án áp dụng biện pháp khẩn cấp tạm thời:*

- Đang có nguy cơ xảy ra thiệt hại không thể khắc phục được cho chủ sở hữu
- Hàng hóa bị nghi ngờ xâm phạm quyền sở hữu NHCN hoặc chứng cứ liên quan đến hành vi xâm phạm có nguy cơ bị tẩu tán hoặc bị tiêu hủy nếu không được bảo vệ kịp thời

Người yêu cầu áp dụng biện pháp khẩn cấp tạm thời, cũng phải có nghĩa vụ nhất định như:

- Nghĩa vụ chứng minh quyền yêu cầu của mình là có căn cứ

- Nghĩa vụ bồi thường thiệt hại gây ra cho người bị áp dụng biện pháp đó trong trường hợp người đó không xâm phạm

2.5.3.3. Biện pháp hành chính

Đây là biện pháp được các cơ quan nhà nước có thẩm quyền áp dụng để xử lý các hành vi xâm phạm quyền đối với NHCN.

Các biện pháp hành chính có thể áp dụng như: cảnh cáo, phạt tiền.

Ngoài ra, tùy theo tính chất, mức độ xâm phạm, tổ chức, cá nhân xâm phạm quyền sở hữu với NHCN còn có thể bị áp dụng một hoặc các hình thức xử phạt bổ sung và có thể bị áp dụng một hoặc các biện pháp khắc phục hậu quả.

2.5.3.4. Biện pháp hình sự

Đối với những hành vi xâm phạm quyền sở hữu đối với NHCN mà có yếu tố cấu thành tội phạm thì bị truy cứu trách nhiệm hình sự theo quy định của pháp luật hình sự.

2.5.3.5. Biện pháp kiểm soát hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu liên quan đến SHTT

Việc áp dụng biện pháp kiểm soát hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu liên quan đến NHCN sẽ được thực hiện theo yêu cầu của chủ thể có quyền với NHCN, khi quyền của họ đang bị hoặc có nguy cơ bị xâm phạm.

Chương 3

THỰC TIỄN BẢO HỘ NHÃN HIỆU CHỨNG NHẬN Ở VIỆT NAM VÀ CÁC PHƯƠNG HƯỚNG, GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ BẢO HỘ

3.1. Thực trạng bảo hộ nhãn hiệu chứng nhận tại Việt Nam

3.1.1. Hoạt động xác lập quyền đối với nhãn hiệu chứng nhận

Theo Số liệu báo cáo thống kê hàng năm của Cục SHTT, trong khoảng thời gian từ năm 1982 đến 2012, số lượng các đơn đăng ký bảo hộ quyền SHCN nói chung và bảo hộ quyền sở hữu đối với nhãn hiệu nói riêng không ngừng tăng cao.

So với nhãn hiệu thông thường, hoạt động xác lập quyền với NHCN có một số đặc thù riêng. Với NHCN, quyền nộp đơn, chi thuộc về tổ chức đáp ứng được một số yêu cầu cũng khá đặc thù: Phải không trực tiếp hoặc gián tiếp sản xuất kinh doanh các sản phẩm mang NHCN, phải có chức năng kiểm soát, chứng nhận các tiêu chí của sản phẩm, phải đảm bảo các điều kiện về cơ sở vật chất kỹ thuật, kinh tế, và nguồn nhân lực để thực hiện chức năng của mình. Chính bởi các điểm đặc thù nói trên, nên các chủ thể có quyền nộp đơn đăng ký bảo hộ NHCN bị hạn chế hơn so với chủ thể nộp đơn đăng ký bảo hộ nhãn hiệu thông thường. Số lượng các chủ thể có quyền nộp đơn đăng ký bảo hộ NHCN ít hơn, với điều kiện yêu cầu chặt chẽ hơn, nên số lượng đơn đăng ký bảo hộ NHCN và số văn bằng bảo hộ với NHCN được cấp ra, chiếm tỷ lệ khá nhỏ so với nhãn hiệu thông thường, chỉ khoảng 5 - 8 % trên tổng số đơn nhãn hiệu, và văn bằng bảo hộ nhãn hiệu được cấp.

3.1.2. Hoạt động khai thác, sử dụng, quản lý nhãn hiệu chứng nhận

Có thể nói, việc chủ động đăng ký xác lập quyền SHCN nói chung và quyền sở hữu với NHCN nói riêng là việc làm hết sức quan trọng, cần thiết của các chủ thể quyền SHCN.

Tuy nhiên, việc xác lập quyền, thông qua việc ghi nhận trên văn bằng bảo hộ mới chỉ là bước đầu. Để quyền lợi của chủ sở hữu được đảm bảo, việc khai thác sử dụng, quản lý NHCN trên thực tế, mới là khâu quan trọng.

Thông thường, chủ sở hữu quyền SHCN nói chung và chủ sở hữu quyền sở hữu với NHCN nói riêng, mới chỉ chú tâm tới việc đăng ký xác lập quyền. Việc khai thác, sử dụng các NHCN có vẻ mờ nhạt, chưa tạo được sự đồng lòng nhất trí của các doanh nghiệp trong việc cùng nhau tạo dựng phát triển thương hiệu của các NHCN này.

3.1.3. Hoạt động chuyển giao quyền sở hữu đối với nhãn hiệu chứng nhận

** Về vấn đề chuyển giao quyền sở hữu với NHCN:*

Theo quy định của pháp luật SHTT, về nguyên tắc quyền sở hữu NHCN có thể được chuyển giao như một nhãn hiệu thông thường. Và chủ thể nhận chuyển nhượng, phải đáp ứng đầy đủ các yêu cầu giống như chủ sở hữu. Hiện tại, Luật và các văn bản hướng dẫn thi hành mới chỉ quy định về việc chuyển nhượng đối với nhãn hiệu nói chung, mà không có quy định nào về việc chuyển nhượng quyền đối với NHCN.

** Về việc chuyển quyền sử dụng với NHCN thông qua Hợp đồng Li xăng.*

Vì đặc trưng của NHCN là chủ sở hữu NHCN không trực tiếp sử dụng mà đăng ký và cho phép các tổ chức, cá nhân khác có hoạt động sản xuất kinh doanh sử dụng trên hàng hóa dịch vụ của mình khi đáp ứng được các tiêu chuẩn đề ra trong Quy chế sử dụng.

3.1.4. Hoạt động bảo vệ quyền sở hữu công nghiệp với nhãn hiệu chứng nhận

Luật SHTT năm 2005 sửa đổi bổ sung năm 2009 cùng với các văn bản hướng dẫn thi hành, và các văn bản pháp luật có liên quan, cũng đã có những thành tựu nhất định trong việc quy định các biện pháp bảo vệ quyền sở hữu với nhãn hiệu nói chung và NHCN nói riêng. Tuy nhiên, có thể đánh giá chung, các biện pháp bảo vệ quyền sở hữu của chủ sở hữu NHCN chưa thực sự đem lại hiệu quả như mong muốn. Nguyên nhân một phần do các quy định của pháp luật còn chưa cụ thể, rõ ràng, một phần nữa do ý thức, trách nhiệm của các chủ thể có liên quan còn thấp, khiến cho việc bảo vệ quyền chủ sở hữu gặp nhiều trở ngại.

3.2. Đánh giá hoạt động bảo hộ nhãn hiệu chứng nhận tại Việt Nam

3.2.1. Những thành tựu đã đạt được

Thứ nhất, Việt Nam đã thiết lập được một hệ thống pháp luật bảo hộ quyền SHTT khá đầy đủ và chi tiết, về cơ bản đã phù hợp với những thông lệ và chuẩn mực quốc tế về SHTT.

Thứ hai, cơ sở vật chất kỹ thuật và nguồn lực con người phục vụ cho quá trình xem xét đơn yêu cầu cấp văn bằng bảo hộ cũng ngày càng được chú trọng đầu tư. Hệ thống cơ sở dữ liệu về SHTT ngày càng được hoàn thiện.

Thứ ba, hệ thống các tổ chức hành nghề đại diện SHCN và các công ty luật giải quyết các vấn đề SHTT cũng khá phát triển.

Thứ tư: Hoạt động hỗ trợ của các cơ quan, tổ chức có liên quan tới quyền SHTT cũng ngày càng được hoàn thiện. Đội ngũ thẩm phán, có trình độ chuyên môn về SHTT cũng ngày càng tăng cao, khiến cho các vụ việc tranh chấp được đưa giải quyết tại Tòa án tăng lên.

3.2.2. Những mặt còn tồn tại

* Các quy định của pháp luật còn chưa rõ ràng, mang tính khái quát, chung chung

KẾT LUẬN

* Sự yếu kém trong hệ thống thực thi

* Sự hạn chế về mặt ý thức pháp luật cũng như trình độ dân trí

3.3. Một số kiến nghị hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả bảo hộ nhãn hiệu chứng nhận

3.3.1. Định hướng cơ bản nhằm hoàn thiện pháp luật Việt Nam về bảo hộ nhãn hiệu chứng nhận

- Tiếp tục xây dựng và hoàn thiện hệ thống pháp luật nói chung và pháp luật về SHTT nói riêng.

- Đẩy mạnh việc giao lưu, hợp tác với các nước trong khu vực và trên thế giới trong mọi lĩnh vực đặc biệt trong lĩnh vực SHTT.

- Chú trọng công tác đầu tư, xây dựng, đào tạo nguồn nhân lực có chất lượng cao.

- Đầu tư cho việc cải cách và hiện đại hóa hệ thống cơ sở dữ liệu về SHTT.

- Đẩy mạnh công tác tuyên truyền, phổ biến, giáo dục ý thức pháp luật cho người dân trong các lĩnh vực, đặc biệt là lĩnh vực SHTT.

3.3.2. Kiến nghị nhằm hoàn thiện hệ thống pháp luật sở hữu trí tuệ về bảo hộ nhãn hiệu chứng nhận

Thứ nhất: Làm rõ khái niệm NHCN

Thứ hai: Bổ sung các tiêu chí, điều kiện bảo hộ NHCN

Thứ ba: Sửa đổi, bổ sung các quy định về chuyển giao quyền sở hữu NHCN.

Thứ tư: Ban hành một văn bản pháp luật riêng biệt liên quan đến nhãn hiệu và vấn đề bảo hộ nhãn hiệu

3.3.3. Kiến nghị nhằm hoàn thiện cơ chế thực thi pháp luật bảo hộ nhãn hiệu chứng nhận tại Việt Nam hiện nay.

Thứ nhất: Tăng cường vai trò của nhà nước trong việc xây dựng và vận hành cơ chế bảo hộ đối với NHCN.

Thứ hai: Tăng cường vai trò và hiệu quả của các cơ quan có thẩm quyền, đặc biệt chú trọng, nâng cao vai trò của Tòa án trong việc giải quyết các tranh chấp liên quan đến việc bảo hộ NHCN.

Thứ ba: Nâng cao ý thức pháp luật và trình độ dân trí của cộng đồng, xã hội.

Trước xu thế hội nhập toàn cầu của các quốc gia trên thế giới hiện nay, vấn đề bảo hộ quyền SHTT nói chung, quyền đối với nhãn hiệu, NHCN nói riêng ngày càng đóng vai trò quan trọng đối với nền kinh tế - xã hội của mỗi nước, đặc biệt là nước có nền kinh tế - xã hội đang phát triển như Việt Nam.

Hiện nay, Việt Nam đã là thành viên chính thức của WTO, đây là thuận lợi lớn để hội nhập với nền kinh tế khu vực và thế giới song cũng là thách thức không nhỏ đối với chúng ta trong vấn đề bảo hộ quyền SHTT nói chung, bảo hộ nhãn hiệu, NHCN nói riêng. Có thể nói, nhờ tiếp thu kinh nghiệm SHTT của các nước trên thế giới, pháp luật SHTT ở Việt Nam đã không ngừng hoàn thiện, đáp ứng nhu cầu thực tiễn. Tuy nhiên, khách quan mà nói, các quy định này vẫn còn nhiều hạn chế, thiếu sót khiến cho việc bảo hộ quyền SHTT nói chung và quyền đối với NHCN nói riêng chưa thực sự đem lại hiệu quả như mong muốn.

Thông qua luận văn: "**Bảo hộ nhãn hiệu chứng nhận ở Việt Nam theo Luật sở hữu trí tuệ năm 2005**" tác giả hi vọng góp phần nhỏ công sức của mình làm sáng tỏ các quy định của pháp luật SHTT về việc bảo hộ NHCN, thực trạng bảo hộ NHCN ở Việt Nam hiện nay, chỉ ra những hạn chế, thiếu sót còn tồn tại, qua đó đề ra các phương hướng, giải pháp nhằm hoàn thiện các quy định về bảo hộ cũng như cơ chế thực thi việc bảo hộ đối với loại nhãn hiệu đặc biệt này trên thực tế.

Tuy còn nhiều vấn đề cần giải quyết, song với những gì chúng ta đã và đang làm, chúng ta có đầy đủ cơ sở thực tế để hi vọng rằng trong tương lai không xa, những cải cách trong hệ thống pháp luật nói chung và pháp luật SHTT nói riêng, sẽ mang lại những hiệu quả thiết thực trên thực tế, góp phần khẳng định vị thế của các doanh nghiệp Việt Nam, cũng như các sản phẩm mang thương hiệu Việt Nam trên thị trường quốc tế.