

**ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
KHOA LUẬT**

ĐẠU THỊ ĐỨC SÁU

**CÁC PHƯƠNG THỨC GIẢI QUYẾT TRANH CHẤP
NHÃN HIỆU NGOÀI TÒA ÁN**

Chuyên ngành : Luật kinh tế
Mã số : 60 38 01 07

TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ LUẬT HỌC

Hà Nội – 2016

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

***Cán bộ hướng dẫn khoa học:* TS. Phan Thị Thanh Thủy**

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 20....

Có thể tìm hiểu luận văn tại:

Trung tâm tư liệu Khoa Luật – Đại học Quốc gia Hà Nội

Trung tâm Thông tin – Thư viện, Đại học Quốc gia Hà Nội

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1: NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ CÁC PHƯƠNG THỨC GIẢI QUYẾT TRANH CHẤP NHÃN HIỆU NGOÀI TÒA ÁN	5
1.1. Tranh chấp nhãn hiệu và giải quyết tranh chấp nhãn hiệu	5
1.1.1. Khái niệm và đặc điểm của tranh chấp nhãn hiệu.....	5
1.1.1.1. Khái niệm nhãn hiệu và quyền sở hữu trí tuệ đối với nhãn hiệu	5
1.1.1.2. Khái niệm tranh chấp nhãn hiệu	6
1.1.1.3. Đặc điểm tranh chấp nhãn hiệu.....	6
1.1.2. Phân loại tranh chấp nhãn hiệu	7
1.1.2.1. Tranh chấp trong quá trình xác lập quyền nhãn hiệu.....	7
1.1.2.2. Tranh chấp trong quá trình sử dụng nhãn hiệu	7
1.1.3. Nguyên tắc giải quyết tranh chấp nhãn hiệu	7
1.1.4. Ý nghĩa của việc giải quyết tranh chấp nhãn hiệu	8
1.2. Giải quyết tranh chấp nhãn hiệu bằng các phương thức ngoài tòa án tại Việt Nam....	8
1.2.1. Giải quyết tranh chấp nhãn hiệu bằng các phương thức thay thế	8
1.2.1.1. Thương lượng	8
1.2.1.2. Hòa giải.....	9
1.2.1.3. Trọng tài thương mại	9
1.2.2. Giải quyết tranh chấp nhãn hiệu bằng phương thức hành chính.....	10
1.2.2.1. Giải quyết tranh chấp nhãn hiệu thông qua Cơ quan đăng ký sở hữu trí tuệ.....	10
1.2.2.2. Giải quyết tranh chấp nhãn hiệu thông qua Cơ quan thực thi quyền sở hữu trí tuệ ..	10
1.3. Các phương thức giải quyết tranh chấp nhãn hiệu ngoài tòa án tại một số nước điển hình	11
1.3.1. Campuchia.....	11
1.3.2. Trung Quốc	11
1.3.3. Hoa kỳ	12
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG PHÁP LUẬT VỀ GIẢI QUYẾT TRANH CHẤP NHÃN HIỆU NGOÀI TÒA ÁN VÀ THỰC TIỄN ÁP DỤNG TẠI VIỆT NAM...	13

2.1.	Quy định của pháp luật hiện hành về giải quyết tranh chấp nhãn hiệu bằng các phương thức ngoài tòa án.....	13
2.1.1.	Pháp luật về giải quyết tranh chấp nhãn hiệu bằng phương thức thay thế.....	13
2.1.1.1.	Pháp luật về giải quyết tranh chấp nhãn hiệu bằng thương lượng và hòa giải	13
2.1.1.2.	Pháp luật về giải quyết tranh chấp nhãn hiệu bằng trọng tài thương mại.....	15
2.1.2.	Pháp luật về giải quyết tranh chấp nhãn hiệu bằng phương thức hành chính..	15
2.1.2.1.	Pháp luật về giải quyết tranh chấp nhãn hiệu thông qua Cơ quan đăng ký sở hữu trí tuệ.....	15
2.1.2.2.	Pháp luật về giải quyết tranh chấp nhãn hiệu thông qua Cơ quan thực thi quyền sở hữu trí tuệ.....	16
2.2.	Thực tiễn giải quyết tranh chấp nhãn hiệu bằng phương thức ngoài tòa án tại Việt Nam.....	18
2.2.1.	Thực tiễn áp dụng phương thức thay thế trong giải quyết tranh chấp nhãn hiệu	18
2.2.2.	Thực tiễn áp dụng phương thức hành chính trong giải quyết tranh chấp nhãn hiệu	18
2.2.3.	Những điểm đạt được	19
2.2.4.	Hạn chế.....	19
CHƯƠNG 3 : GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ GIẢI QUYẾT TRANH CHẤP NHÃN HIỆU NGOÀI TÒA ÁN Ở VIỆT NAM.....		20
3.1.	Định hướng hoàn thiện pháp luật	20
3.2.	Kiến nghị một số giải pháp hoàn thiện pháp luật giải quyết tranh chấp nhãn hiệu tại Việt Nam.....	21
3.2.1.	Kiến nghị hoàn thiện pháp luật	21
3.2.2.	Kiến nghị nâng cao hiệu quả thực thi pháp luật.....	21
KẾT LUẬN		23
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO		24

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài nghiên cứu

Cùng với sự phát triển không ngừng của nền sản xuất hàng hóa trong giai đoạn hiện nay, quyền sở hữu trí tuệ đối với nhãn hiệu trở lên nổi bật hơn cả trong hệ thống bảo hộ sở hữu trí tuệ đối với các nhà sản xuất, xuất khẩu, các nhà kinh doanh và đóng vai trò quyết định đối với sự tồn tại, phát triển của chủ thể kinh doanh. Kéo theo đó, tranh chấp quyền sở hữu trí tuệ đối với nhãn hiệu xảy ra ngày càng phổ biến và phức tạp trong khi hình thức tranh chấp này là một loại tranh chấp đặc thù và mặc dù xảy ra rất nhiều, nhưng việc giải quyết trên thực tế gặp rất nhiều khó khăn. Điều này khiến cho tình trạng vi phạm không được xử lý thỏa đáng, dẫn đến việc quyền lợi của chủ sở hữu nhãn hiệu hợp pháp chưa được đảm bảo. Vì vậy, vấn đề xử lý tranh chấp và vi phạm quyền nhãn hiệu là một trong những nội dung hết sức quan trọng nhằm đảm bảo quyền sở hữu trí tuệ được thực thi một cách có hiệu quả, bảo vệ quyền lợi tối đa và tạo điều kiện cho chủ sở hữu nhãn hiệu khai thác tối đa nguồn lợi từ nhãn hiệu của mình trong hoạt động sản xuất kinh doanh.

Hiện nay, pháp luật về bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ trao cho các chủ thể quyền nhãn hiệu quyền tự bảo vệ trước các hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ của mình. Theo đó, chủ sở hữu quyền nhãn hiệu có thể lựa chọn nhiều phương thức khác nhau, kể cả khởi kiện ra tòa án để bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ của mình. Tuy nhiên, trên thực tế, số lượng vụ án tranh chấp về quyền nhãn hiệu được giải quyết tại Tòa án chiếm một tỷ lệ rất nhỏ so với thực trạng các vụ tranh chấp. Thực tế này do những hạn chế, bất cập trong thủ tục giải quyết tại Tòa án hiện nay như thời gian kéo dài, năng lực giải quyết của tòa án đối với các tranh chấp sở hữu trí tuệ còn hạn chế... mà các bên thường không chọn Tòa án để giải quyết khi có tranh chấp nhãn hiệu xảy ra. Ngược lại, các phương thức giải quyết ngoài tòa án, bao gồm cả biện pháp hành chính với những ưu

việt như nhanh chóng, đơn giản, chi phí thấp và hiệu quả cũng như duy trì được mối quan hệ giữa hai bên được lựa chọn nhiều hơn khi xảy ra tranh chấp.

Vì lý đó, tác giả chọn đề tài: “Các phương thức giải quyết tranh chấp nhãn hiệu ngoài Tòa án” làm đề tài luận văn tốt nghiệp của mình.

2. Mục tiêu nghiên cứu

2.1. Mục tiêu tổng quát

Mục tiêu tổng quát của luận văn là nghiên cứu những các phương thức giải quyết tranh chấp nhãn hiệu ngoài tòa án và thực tiễn áp dụng tại Việt Nam. Từ những vấn đề được nghiên cứu để rút ra những kinh nghiệm quý báu làm tiền đề cho việc bổ sung, hoàn thiện pháp luật về giải quyết tranh chấp nhãn hiệu ở Việt Nam hiện nay.

2.2. Mục tiêu cụ thể

Để đạt được mục tiêu tổng quát trên, luận văn đưa ra những mục tiêu cụ thể sau:

- Làm rõ những vấn đề lý luận cơ bản về nhãn hiệu và tranh chấp nhãn hiệu theo pháp luật Việt Nam và các điều ước quốc tế mà Việt Nam là thành viên.
- Nghiên cứu các phương thức giải quyết tranh chấp nhãn hiệu ngoài tòa án.
- Thực tiễn áp dụng các phương thức trên tại Việt Nam và một số kiến nghị nhằm hoàn thiện pháp luật Việt Nam cho phù hợp với thực tế và phù hợp với xu hướng hội nhập quốc tế.

3. Tính mới và những đóng góp của đề tài

Đây là đề tài khoa học đầu tiên ở cấp thạc sĩ đi chuyên sâu nghiên cứu một cách toàn diện từ cơ chế thực thi đến thực trạng giải quyết tranh chấp nhãn hiệu bằng các phương thức ngoài tòa án. Trong phạm vi nghiên cứu những nội dung cơ bản, kinh nghiệm thực tiễn từ đó rút ra những ưu điểm và hạn chế của các phương thức này nhằm hoàn thiện pháp luật Việt Nam về giải quyết tranh chấp nhãn hiệu.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- Đối tượng nghiên cứu: Luận văn tập trung nghiên cứu trên đối tượng là các phương thức giải quyết tranh chấp nhãn hiệu ngoài tòa án bao gồm các phương thức thay thế và phương thức hành chính.

- Phạm vi nghiên cứu: Luận văn tập trung nghiên cứu các quy định của pháp luật Việt Nam về các phương thức giải quyết tranh chấp nhãn hiệu ngoài tòa án kể từ khi Luật Sở Hữu Trí Tuệ 2005 được ban hành và các điều ước, hiệp định quốc tế mà Việt Nam là thành viên về các phương thức giải quyết tranh chấp ngoài tòa án giữa nhãn hiệu với nhau. Trên cơ sở phạm vi nghiên cứu này, luận văn đưa ra những kiến nghị cụ thể nhằm hoàn thiện cơ chế giải quyết tranh chấp nhãn hiệu tại Việt Nam.

5. Tổng quan tình hình nghiên cứu đề tài

Vấn đề bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với nhãn hiệu đã được nhiều nhà khoa học chuyên ngành luật quan tâm nghiên cứu, trong đó có đề cập đến các hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ đối với nhãn hiệu. Một số đề tài đã được nghiên cứu như: *“Hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu theo pháp luật dân sự Việt Nam”* – Luận văn thạc sĩ Luật học của tác giả Nguyễn Thị Pha, Khoa luật Đại học quốc gia Hà Nội năm 2011 nghiên cứu một số vấn đề lý luận về hành vi xâm phạm quyền nhãn hiệu, các quy định của pháp luật hiện hành và thực trạng xâm phạm quyền nhãn hiệu, trên cơ sở đó đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện pháp luật về các hành vi xâm phạm quyền nhãn hiệu. Đề tài *“Bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu theo luật sở hữu trí tuệ 2005”* - Luận văn thạc sĩ luật của tác giả Hà Thị Nguyệt Thu, Khoa luật Đại học quốc gia Hà Nội năm 2009. Ở đề tài này, tác giả đã nghiên cứu pháp luật về bảo hộ nhãn hiệu trên theo quy định của Luật Sở hữu Trí tuệ 2005 trên cơ sở so sánh với các quy định trước đây và các quy định của pháp luật nước ngoài, thực trạng bảo hộ nhãn hiệu ở Việt Nam từ đó rút ra những điểm còn hạn chế và đưa ra những khuyến nghị nhằm tăng cường hiệu quả bảo hộ nhãn hiệu ở Việt Nam. Hay đề tài *“Thực thi pháp luật của Hải quan Việt Nam về bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ đối với nhãn hiệu hàng hóa xuất nhập khẩu”* – Luận văn thạc sĩ luật học của tác giả Đỗ Thị

Anh, Khoa luật Đại học Quốc gia Hà Nội năm 2014. Theo đó, tác giả đã nghiên cứu vấn đề bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ của Hải quan Việt Nam đối với nhãn hiệu hàng hóa xuất nhập khẩu và cũng đưa ra những đề xuất nhằm tăng cường hiệu quả thực thi quyền nhãn hiệu trong lĩnh vực xuất nhập khẩu.

Tuy nhiên, cho đến thời điểm hiện tại, ngoài một số bài viết về một vài khía cạnh liên quan đăng trên các tạp chí, báo mạng như “*Một số vấn đề giải quyết tranh chấp sở hữu trí tuệ theo thủ tục tố tụng dân sự*” của Thạc sĩ Nguyễn Như Quỳnh - Khoa Luật Dân sự – Trường Đ.H Luật Hà nội đăng trên Tạp chí Luật học số đặc san về bộ luật tố tụng dân sự năm 2005, “*Thực tiễn giải quyết các vụ tranh chấp về quyền sở hữu trí tuệ tại tòa án nhân dân*” của Thạc sĩ Nguyễn Văn Tiến- Thẩm phán Tòa án nhân dân tối cao, chưa có một công trình nào nghiên cứu một cách toàn diện, chuyên sâu và có hệ thống về các phương thức giải quyết tranh chấp nhãn hiệu ngoài tòa án.

Các công trình nghiên cứu trên tập trung khái quát vào vấn đề bảo hộ nhãn hiệu nói chung, trong đó đi sâu vào vấn đề xâm phạm quyền nhãn hiệu mà chưa đưa ra phương thức giải quyết hoặc chỉ đưa ra một số khía cạnh đơn lẻ của vấn đề tranh chấp quyền sở hữu trí tuệ và chủ yếu là thủ tục giải quyết tranh chấp tại tòa án. Vì vậy luận văn này sẽ đi sâu vào việc nghiên cứu, tổng hợp toàn bộ các khía cạnh pháp lý về các phương thức giải quyết tranh chấp nhãn hiệu ngoài tòa án, với hy vọng đóng góp một góc nhìn khái quát hơn cho việc nghiên cứu, xây dựng và hoàn thiện hệ thống pháp luật liên quan đến hoạt động giải quyết tranh chấp nhãn hiệu ở Việt Nam hiện nay.

6. Phương pháp nghiên cứu

Đề tài được nghiên cứu trên cơ sở phương pháp luận duy vật biện chứng và duy vật lịch sử của Chủ nghĩa Mác – Lê nin. Các phương pháp nghiên cứu khoa học đặc trưng của chuyên ngành pháp lý như phân tích, tổng hợp, so sánh, đối chiếu cũng được sử dụng triệt để nhằm làm rõ các vấn đề liên quan đến các phương thức giải quyết tranh chấp nhãn hiệu ngoài tòa án.

7. Kết cấu của luận văn

Ngoài phần mở đầu, kết luận, phụ lục và danh mục tài liệu tham khảo, luận văn được trình bày thành 3 chương, bao gồm:

- Chương 1: Những vấn đề lý luận cơ bản về các phương thức giải quyết tranh chấp nhãn hiệu ngoài tòa án
- Chương 2: Thực trạng pháp luật về giải quyết tranh chấp nhãn hiệu ngoài tòa án và thực tiễn áp dụng tại Việt Nam
- Chương 3: Giải pháp nâng cao hiệu quả giải quyết tranh chấp nhãn hiệu ngoài tòa án ở Việt Nam.

CHƯƠNG 1: NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ CÁC PHƯƠNG THỨC GIẢI QUYẾT TRANH CHẤP NHÃN HIỆU NGOÀI TÒA ÁN

1.1. Tranh chấp nhãn hiệu và giải quyết tranh chấp nhãn hiệu

1.1.1. Khái niệm và đặc điểm của tranh chấp nhãn hiệu

1.1.1.1. Khái niệm nhãn hiệu và quyền sở hữu trí tuệ đối với nhãn hiệu

Theo định nghĩa của tổ chức sở hữu trí tuệ thế giới (WIPO): “Nhãn hiệu (trademark) là một dấu hiệu dùng để xác định hàng hoá của một doanh nghiệp và phân biệt với hàng hoá của một doanh nghiệp khác”. Khoản 16 Điều 4 Luật sở hữu trí tuệ Việt Nam 2005 sửa đổi bổ sung năm 2009 (sau đây gọi là Luật SHTT) quy định: “Nhãn hiệu là dấu hiệu dùng để phân biệt hàng hoá, dịch vụ của các tổ chức, cá nhân khác nhau”. Như vậy có thể hiểu nôm na: *“Nhãn hiệu là các dấu hiệu được gắn vào hàng hóa hoặc phương tiện dịch vụ, nhằm phân biệt các sản phẩm, dịch vụ cùng loại của các tổ chức hoặc cá nhân khác nhau”*. Quyền SHTT đối với nhãn hiệu được xác lập và bảo hộ cho một hoặc nhiều cá nhân, tổ chức bởi cơ quan nhà nước có thẩm quyền khi nhãn hiệu đó đáp ứng tiêu chuẩn bảo hộ theo quy định của pháp luật. Theo quy định tại Điều 163, 181 bộ luật dân sự 2005, quyền SHTT đối với nhãn hiệu là một

loại tài sản. Mặc dù là một loại tài sản nhưng quyền SHTT đối với nhãn hiệu là một loại tài sản vô hình và được xác lập, bảo hộ bởi cơ quan nhà nước có thẩm quyền.

1.1.1.2. Khái niệm tranh chấp nhãn hiệu

Dựa trên cơ sở tiếp cận các tranh chấp nhãn hiệu xảy ra trên thực tế, có thể định nghĩa tranh chấp nhãn hiệu như sau: “*Tranh chấp nhãn hiệu được hiểu là những mâu thuẫn, bất hòa và xung đột về quyền và lợi ích giữa hai hay nhiều chủ thể liên quan đến quyền sở hữu trí tuệ đối với một hoặc nhiều nhãn hiệu phát sinh trong quá trình đăng ký và/ hoặc sử dụng nhãn hiệu đó, mà một hoặc nhiều bên cho rằng việc đăng ký và/ hoặc sử dụng nhãn hiệu của một tổ chức, cá nhân khác ảnh hưởng hoặc xâm phạm quyền và lợi ích hợp pháp của mình*”. Để đánh giá mức độ xung đột giữa các nhãn hiệu từ đó rút ra được mức độ ảnh hưởng, xâm phạm đối với nhãn hiệu khác, cần đánh giá xem xét mức độ trùng hoặc tương tự giữa các nhãn hiệu tranh chấp theo hai phương diện chính của nhãn hiệu đó là dấu hiệu và sản phẩm dịch vụ được gắn dấu hiệu đó. Đồng thời, một cơ sở quan trọng không kém khi xem xét một tranh chấp nhãn hiệu đó là nhận thức của người tiêu dùng về việc phân biệt được các nhãn hiệu khác nhau của các tổ chức khác nhau (ví dụ đối với nhãn hiệu nổi tiếng, được biết đến rộng rãi thì khó nhầm lẫn hơn những nhãn hiệu mới, chưa được biết đến rộng rãi).

1.1.1.3. Đặc điểm tranh chấp nhãn hiệu

- **Thứ nhất**, tranh chấp quyền sở hữu nhãn hiệu nhằm xác định một nhãn hiệu thuộc quyền sở hữu của một người nhất định, đồng thời loại trừ quyền sở hữu nhãn hiệu này ở các chủ thể khác, hoặc loại trừ quyền sở hữu một nhãn hiệu tương tự gây nhầm lẫn đối với nhãn hiệu của mình ở một chủ thể khác.
- **Thứ hai**, tranh chấp một nhãn hiệu có thể xảy ra đồng thời giữa nhiều chủ thể, thường là các đối thủ cạnh tranh trong cùng một lĩnh vực.

- **Thứ ba**, tranh chấp nhãn hiệu không phải lúc nào cũng xảy ra do chủ ý xâm phạm quyền sở hữu nhãn hiệu của một bên đối với bên kia mà những xung đột về quyền và nghĩa vụ đối với nhãn hiệu có thể xảy ra do những thực tế khách quan khác.
- **Thứ tư**, tranh chấp nhãn hiệu có tính “đa quốc gia” và có thể phát sinh từ các mối quan hệ trải rộng trên nhiều quốc gia khác nhau, do các chủ thể có quốc tịch khác nhau, địa điểm xảy ra tranh chấp có thể cùng một lúc tại nhiều vùng trên thế giới.

1.1.2. Phân loại tranh chấp nhãn hiệu

1.1.2.1. Tranh chấp trong quá trình xác lập quyền nhãn hiệu

Tranh chấp trong quá trình xác lập quyền đối với nhãn hiệu thường phát sinh khi có nhiều nhãn hiệu trùng hoặc tương tự cùng có đơn yêu cầu bảo hộ, hoặc trên cơ sở có đơn yêu cầu của một bên thứ ba đối với cơ quan đăng ký xác lập quyền SHTT về việc phản đối đơn, chấm dứt hoặc hủy bỏ hiệu lực văn bằng bảo hộ của một nhãn hiệu khác theo quy định của pháp luật.

1.1.2.2. Tranh chấp trong quá trình sử dụng nhãn hiệu

Tranh chấp nhãn hiệu xảy ra trong quá trình sử dụng nhãn hiệu là dạng tranh chấp nhãn hiệu xảy ra phổ biến nhất trên thực tế và tính chất cũng phức tạp hơn nhiều so với tranh chấp trong giai đoạn xác lập quyền. Thông thường, tranh chấp trong quá trình sử dụng nhãn hiệu xảy ra khi có sự vi phạm quyền độc quyền được xác lập cho nhãn hiệu đó mà không được sự cho phép của chủ sở hữu nhãn hiệu hoặc bất kỳ bên nhận chuyển giao quyền nào (với điều kiện quyền đó nằm trong phạm vi của hợp đồng chuyển giao).

1.1.3. Nguyên tắc giải quyết tranh chấp nhãn hiệu

Một là: Nguyên tắc quyền tự định đoạt và tôn trọng tự do ý chí của các bên.

Hai là: Nguyên tắc đảm bảo quyền tự do kinh doanh, an toàn bí mật kinh doanh, bí mật nghề nghiệp của các bên tranh chấp.

Ba là: việc giải quyết tranh chấp nhãn hiệu vừa bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của chủ thể quyền nhưng đồng thời cũng đảm bảo tuân theo các quyết định của cơ quan xác lập quyền.

Bốn là: Nguyên tắc khách quan, kịp thời, nhanh chóng và đúng pháp luật.

1.1.4. Ý nghĩa của việc giải quyết tranh chấp nhãn hiệu

Tranh chấp nhãn hiệu được giải quyết kịp thời giúp doanh nghiệp bảo vệ giá trị, quyền hợp pháp của mình đối với nhãn hiệu. Đồng thời giúp người tiêu dùng tránh được nguy cơ mua phải hàng không đúng như mong muốn cũng như tạo niềm tin, công bằng và bình đẳng để mang đến một sân chơi chung, lành mạnh để các doanh nghiệp có thể phát huy hết thế mạnh của mình, đóng góp vào sự phát triển của nền kinh tế.

1.2. Giải quyết tranh chấp nhãn hiệu bằng các phương thức ngoài tòa án tại Việt Nam

1.2.1. Giải quyết tranh chấp nhãn hiệu bằng các phương thức thay thế

1.2.1.1. Thương lượng

Thương lượng là phương thức giải quyết tranh chấp được thực hiện bởi cơ chế tự giải quyết bằng cách các bên hoặc đại diện của các bên tranh chấp tự động liên hệ để trao đổi, bàn bạc và thỏa thuận với nhau trực tiếp hoặc gián tiếp nhằm tháo gỡ mâu thuẫn, xung đột khi có tranh chấp xảy ra. Giải quyết tranh chấp bằng thương lượng thực chất là việc giải quyết nội bộ, hoàn toàn xuất phát từ sự tự nguyện của các bên tranh chấp mà không có sự can thiệp của bất kỳ cơ quan nhà nước hay người thứ ba nào. Ưu điểm của phương thức này là thủ tục giải quyết đơn giản và không bị ràng buộc bởi các thủ tục pháp lý phiền phức, giúp hai bên tiết kiệm chi phí, thời gian, tiền bạc và giữ được bí mật, uy tín trong hoạt động kinh doanh. Tuy nhiên, phương thức

này có nhược điểm là kết quả giải quyết tranh chấp phụ thuộc vào thiện chí hợp tác của các bên, kết quả thương lượng lại không được đảm bảo bằng cơ chế pháp lý mang tính bắt buộc.

1.2.1.2. Hòa giải

Hoà giải là quá trình các bên đàm phán với nhau về việc giải quyết tranh chấp với sự trợ giúp của một bên thứ ba độc lập gọi là hoà giải viên, đây chính là điểm khác biệt so với phương thức thương lượng. Hòa giải viên giữ vai trò là trung gian, độc lập để phân tích, tư vấn cho các bên về bản chất của tranh chấp, quy định của pháp luật, hỗ trợ và thậm chí đề xuất cách giải quyết tranh chấp để giúp các bên tìm ra một giải pháp phù hợp nhất mà tất cả các bên liên quan đều có thể chấp nhận nhưng không có quyền xét xử và ra phán quyết mà kết quả phụ thuộc vào sự thỏa thuận của các bên. Phương thức hòa giải có ưu điểm là thủ tục đơn giản, linh hoạt, các bên hoàn toàn làm chủ quy trình hòa giải cũng như quyết định nội dung thỏa thuận về việc giải quyết vụ tranh chấp, tối thiểu hóa chi phí và có tính bảo mật cao. Tuy vậy, các nhược điểm vẫn còn tồn tại như kết quả hòa giải phụ thuộc vào thiện chí của các bên tranh chấp và uy tín, kinh nghiệm, kỹ năng của hòa giải viên. Quyết định hòa giải chỉ có giá trị như một hợp đồng giữa các bên và không được đảm bảo thi hành bởi các cơ quan có thẩm quyền.

1.2.1.3. Trọng tài thương mại

Trọng tài thương mại là phương thức giải quyết tranh chấp thông qua hoạt động của của trọng tài viên, với tư cách là bên thứ ba độc lập do các bên lựa chọn, nhằm chấm dứt xung đột giữa các bên tranh chấp bằng việc đưa ra phán quyết buộc các bên phải thực hiện. Để có thể áp dụng phương thức trọng tài thương mại trong việc giải quyết tranh chấp, không phải bất cứ tranh chấp nào cũng có thể áp dụng mà phải đáp ứng được các điều kiện theo quy định của pháp luật như có thỏa thuận trọng tài, phải là tranh chấp thương mại.... Ưu điểm của trọng tài là thủ tục đơn giản nhưng vẫn bảo

đảm tối đa quyền tự định đoạt của các bên đương sự, linh hoạt, chủ động, bí mật và tiết kiệm thời gian. Tuy nhiên, phương thức này cũng có nhược điểm là chi phí tương đối cao, phán quyết của trọng tài là chung thẩm nhưng không mang tính cưỡng chế nhà nước và việc thi hành quyết định trọng tài không phải lúc nào cũng trôi chảy, thuận lợi.

1.2.2. Giải quyết tranh chấp nhãn hiệu bằng phương thức hành chính

1.2.2.1. Giải quyết tranh chấp nhãn hiệu thông qua Cơ quan đăng ký sở hữu trí tuệ

Cơ quan Đăng ký SHTT thường có chức năng gần như là xét xử về mặt hành chính của hệ thống sở hữu công nghiệp và cung cấp một diễn đàn về các thủ tục để có được các quyền dưới sự xem xét hoặc được trao bởi các cơ quan này. Tại Việt Nam, Cục SHTT với chức năng là cơ quan đăng ký xác lập quyền sở hữu công nghiệp trong đó có quyền đối với nhãn hiệu, là cơ quan có vai trò giải quyết các tranh chấp liên quan đến việc xác lập quyền nhãn hiệu giữa các bên.

1.2.2.2. Giải quyết tranh chấp nhãn hiệu thông qua Cơ quan thực thi quyền sở hữu trí tuệ

Thực thi quyền sở hữu trí tuệ là việc của cơ quan nhà nước có thẩm quyền thực hiện pháp luật, xử lý các hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ. Tại Việt Nam cũng như tại nhiều quốc gia khác, pháp luật trao cho chủ thể quyền SHTT quyền chủ động trong việc bảo vệ quyền SHTT của mình để ngăn chặn các hành vi xâm phạm trên thực tế. Quá trình giải quyết tranh chấp nhãn hiệu thông qua cơ quan thực thi quyền SHTT thường được tiến hành dựa trên đơn yêu cầu của bên bị xâm phạm quyền. Cơ quan thực thi quyền SHTT sau quá trình điều tra, xem xét sẽ ban hành các quyết định hành chính và đảm bảo thực hiện bằng sức mạnh quyền lực nhà nước để xử lý các vi phạm. Hiện nay, các cơ quan thực thi có thẩm quyền xử lý các hành vi xâm phạm quyền nhãn hiệu ở Việt Nam gồm: Thanh tra khoa học và công nghệ, cơ quan quản lý thị trường thuộc Bộ Thương mại, cơ quan hải quan, uỷ ban nhân dân và cơ quan công an. Việc áp

dụng phương thức này trong giải quyết tranh chấp nhãn hiệu hướng tới mục đích đảm bảo sự quản lý của Nhà nước về SHTT, chấm dứt hành vi xâm phạm quyền nhãn hiệu, nhưng không hướng đến mục đích bồi thường thiệt hại cho chủ thể quyền nhãn hiệu hợp pháp.

1.3. Các phương thức giải quyết tranh chấp nhãn hiệu ngoài tòa án tại một số nước điển hình

1.3.1. Campuchia

Đối với các tranh chấp nhãn hiệu liên quan đến giai đoạn xác lập quyền ở Campuchia, các quy trình thủ tục giải quyết tranh chấp về cơ bản là giống với Việt Nam. Tuy nhiên, ở Campuchia thời gian gần đây xuất hiện cơ chế giải quyết mới bằng việc mời đại diện các bên liên quan họp tại cơ quan đăng ký để trực tiếp trình bày quan điểm, đưa ra bằng chứng chứng minh quyền sở hữu hợp pháp của mình trong trường hợp có hai hoặc nhiều đơn nhãn hiệu trùng hoặc tương tự nhau. Để xử lý một hành vi xâm phạm nhãn hiệu ở Campuchia, chủ sở hữu hợp pháp có thể áp dụng phương thức thương lượng, thường là gửi một thư cảnh báo đến bên vi phạm thông báo các quyền hợp pháp của mình kèm theo các tài liệu chứng minh và yêu cầu bên vi phạm chấm dứt hành vi xâm phạm. Hoặc chủ sở hữu nhãn hiệu hợp pháp cũng có thể sử dụng các biện pháp hành chính thực hiện bởi các cơ quan có thẩm quyền theo pháp luật để xử lý các hành vi vi phạm như Cảnh sát kinh tế, Thanh tra, Cơ quan xuất nhập khẩu... Vi phạm nhãn hiệu ở Campuchia có thể bị phạt tiền từ 1.000.000 đến 20.000.000 Riels (khoảng \$ 250 đến US \$ 5,000) và có thể áp dụng thêm các biện pháp hình sự trong các trường hợp nghiêm trọng.

1.3.2. Trung Quốc

Đối với các nhãn hiệu đã đăng ký, khi có tranh chấp xảy ra, bên nguyên đơn có thể nộp đơn khiếu nại đến Cơ quan Đăng ký Nhãn hiệu (The State Trademark Office -

STMO) hoặc Hội đồng Xem xét và Giải quyết Khiếu nại Nhãn hiệu (The Trademark Review and Adjudication Board - TRAB) thuộc Tổng cục Công thương Trung Quốc yêu cầu hủy bỏ nhãn hiệu đã đăng ký theo Luật nhãn hiệu. Do có hẳn một cơ quan chuyên trách về khiếu nại nhãn hiệu bên cạnh cơ quan xác lập quyền, các tranh chấp nhãn hiệu tại Trung Quốc nếu hai bên không thương lượng hoặc hòa giải được với nhau thì chủ yếu sẽ khiếu nại lên các cơ quan này để giải quyết. Nếu không đồng ý với phán quyết của STMO hoặc TRAB, các bên có thể kiện ra Tòa án để giải quyết.

1.3.3. Hoa kỳ

Đối với các tranh chấp nhãn hiệu tại Hoa Kỳ, các bên liên quan có thể nộp đơn kiện dân sự lên tòa án tiểu bang hoặc tòa án liên bang về việc xâm phạm nhãn hiệu hoặc áp dụng các biện pháp thay thế bao gồm trọng tài, hòa giải và phương thức kết hợp hòa giải-trọng tài, tùy thuộc vào từng hoàn cảnh chứ gần như không áp dụng phương thức hành chính để xử lý xâm phạm nhãn hiệu. Việc áp dụng phương thức hành chính chủ yếu đối với các tranh chấp liên quan đến xác lập quyền nhãn hiệu tại cơ quan sáng chế và nhãn hiệu Hoa Kỳ (United States Patent and Trademark Office - USPTO). Các phương thức hòa giải và trọng tài tại Hoa Kỳ về cơ bản cũng mang bản chất như đã phân tích ở trên. Tuy nhiên có thêm một phương thức kết hợp giữa hai phương pháp này được áp dụng để giải quyết tranh chấp nhãn hiệu tại Hoa Kỳ, còn gọi là phương thức hòa giải – trọng tài. USPTO cũng có một Hội đồng xét xử và khiếu nại nhãn hiệu (The Trademark Trial and Appeal Board-TTAB), chịu trách nhiệm xem xét lại các quyết định của xét nghiệm viên về vấn đề liên quan phản đối đơn nhãn hiệu, hủy bỏ hiệu lực khi được yêu cầu. Các tổ chức bao gồm cả tổ chức phi lợi nhuận, hoạt động trong và cả ngoài lĩnh vực SHTT, có thể giải quyết tranh chấp nhãn hiệu bằng các biện pháp thay thế ở Hoa Kỳ bao gồm: Hiệp hội Nhãn hiệu Quốc tế (INTA), Viện giải quyết tranh chấp CPR, Hiệp hội Luật SHTT Hoa Kỳ (AIPLA), Hiệp hội Trọng tài Hoa Kỳ (AAA) và Trung tâm Hòa giải và Trọng tài WIPO.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG PHÁP LUẬT VỀ GIẢI QUYẾT TRANH CHẤP NHÃN HIỆU NGOÀI TÒA ÁN VÀ THỰC TIỄN ÁP DỤNG TẠI VIỆT NAM

2.1. Quy định của pháp luật hiện hành về giải quyết tranh chấp nhãn hiệu bằng các phương thức ngoài tòa án

2.1.1. Pháp luật về giải quyết tranh chấp nhãn hiệu bằng phương thức thay thế

Hiện nay trong các văn bản pháp luật quốc gia lẫn các Điều ước quốc tế liên quan đến SHTT chưa có quy định cụ thể về giải quyết tranh chấp nhãn hiệu bằng phương thức thay thế bao gồm thương lượng, hòa giải và trọng tài thương mại mà nằm rải rác tại các văn bản pháp luật khác nhau. Cụ thể, Nghị quyết số 49-NQ/TW ngày 2/6/2005 về Chiến lược cải cách tư pháp đến năm 2020 của Bộ Chính trị cũng đã khẳng định: “*Khuyến khích việc giải quyết một số tranh chấp thông qua thương lượng, hòa giải, trọng tài; Tòa án hỗ trợ bằng quyết định công nhận việc giải quyết đó*”. Điều 9 Luật SHTT cũng có quy định: “*Tổ chức, cá nhân có quyền áp dụng các biện pháp mà pháp luật cho phép để tự bảo vệ quyền SHTT của mình và có trách nhiệm tôn trọng quyền SHTT của tổ chức, cá nhân khác theo quy định của pháp luật*”. Hay Điều 317 Luật Thương mại cũng ghi nhận thương lượng, hoà giải, trọng tài và toà án là các phương thức giải quyết tranh chấp đối với các tranh chấp mang bản chất thương mại.

2.1.1.1. Pháp luật về giải quyết tranh chấp nhãn hiệu bằng thương lượng và hòa giải

Cho đến thời điểm hiện tại, pháp luật Việt Nam hiện hành hầu như mới chỉ dừng lại ở việc ghi nhận thương lượng, hòa giải là các phương thức giải quyết tranh chấp nhãn hiệu mà không các văn bản quy định cụ thể cơ chế giải quyết, quy trình, thủ tục, nội dung, hiệu lực của các phương thức này. Cơ chế giải quyết tranh chấp bằng hòa giải cũng có quy định ở một số văn bản pháp luật nhưng lại chỉ giới hạn đối với hoạt động hòa giải trong tố tụng tòa án, tố tụng trọng tài và hòa giải các tranh chấp nhỏ trong cộng đồng dân cư. Điều 12 Bộ luật Dân sự năm 2005 quy định về nguyên tắc hòa giải: “*Trong quan hệ dân sự, việc hòa giải giữa các bên phù hợp với quy định của pháp*

luật được khuyến khích. Không ai được dùng vũ lực hoặc đe dọa dùng vũ lực khi tham gia quan hệ dân sự, giải quyết các tranh chấp dân sự”. Điều 11 Luật Thương mại năm 2005 cũng quy định nguyên tắc tự do thỏa thuận của các bên như sau: “các bên có quyền tự do thỏa thuận không trái với các quy định của pháp luật, thuần phong mỹ tục và đạo đức xã hội để xác lập các quyền và nghĩa vụ của các bên trong hoạt động thương mại...”.

Thương lượng, hòa giải cũng được khuyến khích sử dụng trong giai đoạn tố tụng trọng tài khi các bên giải quyết tranh chấp qua trọng tài theo quy định tại Điều 9 Luật Trọng tài thương mại 2010: *“Trong quá trình tố tụng trọng tài, các bên có quyền tự do thương lượng, thỏa thuận với nhau về việc giải quyết tranh chấp hoặc yêu cầu Hội đồng trọng tài hòa giải để các bên thỏa thuận với nhau về việc giải quyết tranh chấp”*. Trường hợp hai bên hòa giải thành thì *“...Hội đồng trọng tài lập biên bản hoà giải thành có chữ ký của các bên và xác nhận của các Trọng tài viên. Hội đồng trọng tài ra quyết định công nhận sự thỏa thuận của các bên. Quyết định này là chung thẩm và có giá trị như phán quyết trọng tài”*. Tuy nhiên, hòa giải ở Việt Nam hiện nay vẫn còn đang trong quá trình tự phát, chưa có luật điều chỉnh mà mới chỉ có Trung tâm Trọng tài Quốc tế Việt Nam bên cạnh Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VIAC) xây dựng và ban hành Quy tắc hòa giải áp dụng cho các bên có nguyên vọng thực hiện hòa giải độc lập thông qua VIAC.

Cụ thể hóa trong Luật SHTT, pháp luật tạo điều kiện cho các bên có cơ hội thỏa thuận với nhau qua thương lượng hoặc hòa giải trong các tranh chấp xác lập quyền nhãn hiệu rồi mới đưa ra quyết định cuối cùng theo quy định tại Khoản 3 Điều 90 Luật SHTT. Đối với các tranh chấp liên quan đến hành vi xâm phạm quyền nhãn hiệu trong giai đoạn sử dụng nhãn hiệu, Khoản 1 Điều 211 Luật SHTT năm 2005 trước đây chưa sửa đổi có quy định trường hợp xâm phạm quyền SHTT bị xử phạt hành chính là: *“Không chấm dứt hành vi xâm phạm quyền SHTT mặc dù đã được chủ thể quyền sở hữu trí tuệ thông báo bằng văn bản yêu cầu chấm dứt hành vi đó”*. Theo tinh thần của

điều khoản này, pháp luật buộc các bên tranh chấp phải tiến hành thỏa thuận với nhau khi có tranh chấp, nếu không thỏa thuận được thì mới yêu cầu cơ quan có thẩm quyền xử lý. Tuy nhiên, Luật SHTT sửa đổi 2009 đã bỏ điều khoản này, mở rộng quyền lựa chọn các phương thức giải quyết tranh chấp để bảo vệ quyền cho chủ sở hữu nhãn hiệu.

2.1.1.2. Pháp luật về giải quyết tranh chấp nhãn hiệu bằng trọng tài thương mại

Theo quy định tại Điều 198 Luật SHTT, chủ thể quyền nhãn hiệu có quyền khởi kiện ra trọng tài để bảo vệ quyền lợi ích hợp pháp của mình. Tuy nhiên, đến thời điểm hiện tại, chưa có một văn bản pháp luật chuyên ngành về SHTT đề cập đến các quy định về giải quyết tranh chấp nhãn hiệu bằng phương thức trọng tài. Nếu các bên tranh chấp muốn giải quyết tranh chấp nhãn hiệu bằng trọng tài để phải đáp ứng các điều kiện quy định tại Luật Trọng tài thương mại 2010. Trong khi đó, Luật trọng tài 2010 không thiết kế riêng cho giải quyết tranh chấp SHTT mà là quy định chung áp dụng cho tất cả các tranh chấp và cũng chỉ giới hạn các tranh chấp thương mại. Do đó, việc thiết lập một hệ thống giải quyết tranh chấp nhãn hiệu nói riêng và SHTT nói chung thông qua trọng tài là cần thiết để đáp ứng được nhu cầu thực tế cũng như tận dụng được các điểm ưu việt mà phương thức này mang lại.

2.1.2. Pháp luật về giải quyết tranh chấp nhãn hiệu bằng phương thức hành chính

2.1.2.1. Pháp luật về giải quyết tranh chấp nhãn hiệu thông qua Cơ quan đăng ký sở hữu trí tuệ

Công ước Paris, Thỏa ước Madrid, Nghị định thư liên quan đến Thỏa ước Madrid và Hiệp Định TRIPS đều có những quy định khá tương đồng liên quan đến xác lập quyền nhãn hiệu làm cơ sở cho việc giải quyết tranh chấp với những nội dung chính về nguyên tắc được hưởng quyền ưu tiên; từ chối đăng ký và cấm sử dụng nhãn hiệu trùng hoặc tương tự gây nhầm lẫn với các nhãn hiệu nổi tiếng; và thời hạn được yêu cầu huỷ bỏ nhãn hiệu.

Cụ thể hóa các quy định của Điều ước quốc tế vào luật quốc gia, quy định tại Khoản 2 Điều 90 Luật SHTT đáp ứng được nguyên tắc quyền ưu tiên trong các Điều ước quốc tế nêu trên khi xem xét các tranh chấp nhãn hiệu liên quan đến việc xác lập quyền trên cơ sở ngày ưu tiên. Ngoài ra, để hỗ trợ Cục SHTT có thêm thông tin trong giai đoạn thẩm định đơn nhãn hiệu trong trường hợp từ chối bảo hộ cho các nhãn hiệu tương tự gây nhầm lẫn với nhãn hiệu nổi tiếng, Luật SHTT cho phép người thứ ba có quyền có ý kiến đối với việc cấp hoặc không cấp văn bằng bảo hộ và cung cấp các tài liệu chứng minh quan điểm của mình theo quy định tại Điều 112 Luật SHTT. Nếu các chứng cứ chứng minh quan điểm của bên phản đối đầy đủ và thỏa đáng, cục sẽ từ chối cấp văn bằng cho nhãn hiệu bị phản đối. Liên quan đến hiệu lực văn bằng bảo hộ nhãn hiệu, Điều 95 và 96 Luật SHTT quy định về thời hạn và điều kiện yêu cầu chấm dứt và hủy bỏ văn bằng bảo hộ nhãn hiệu do yêu cầu của bên thứ ba phù hợp với quy định trong Điều ước quốc tế.

2.1.2.2. Pháp luật về giải quyết tranh chấp nhãn hiệu thông qua Cơ quan thực thi quyền sở hữu trí tuệ

Hiệp định TRIPS quy định về quyền của chủ sở hữu nhãn hiệu như sau: “*Chủ sở hữu nhãn hiệu đã đăng ký có độc quyền ngăn cấm những người khác không được sự đồng ý của mình sử dụng trong hoạt động kinh doanh các dấu hiệu trùng hoặc tương tự cho hàng hóa hoặc dịch vụ trùng hoặc tương tự với những hàng hóa hoặc dịch vụ được đăng ký kèm theo nhãn hiệu đó, nếu việc sử dụng như vậy có nguy cơ gây nhầm lẫn*”. Theo yêu cầu của Hiệp định TRIPS đối với các biện pháp xử lý tranh chấp nhãn hiệu, pháp luật quốc gia của các thành viên WTO phải quy định các thủ tục thực thi cho phép hành động một cách có hiệu quả chống lại hành vi xâm phạm quyền SHTT được đề cập trong Hiệp định. Trong đó ngoài các nguyên tắc xử lý vi phạm nhãn hiệu thông qua cơ quan hành chính, cơ quan hành chính cũng có quyền áp dụng các biện

pháp tạm thời nhằm ngăn chặn hành vi xâm phạm quyền SHTT, trong đó bao gồm hàng hóa nhập khẩu ngay sau khi hoàn thành thủ tục hải quan (kiểm soát biên giới).

Giải quyết tranh chấp nhãn hiệu bằng phương thức hành chính thông qua cơ quan thực thi quyền SHTT được quy định trong Luật SHTT của Việt Nam thể hiện sự chuyển thể các quy định tương ứng của Hiệp định TRIPS vào hệ thống văn bản pháp luật quốc gia. Các quy định của pháp luật liên quan đến phương thức giải quyết tranh chấp nhãn hiệu này tập trung chủ yếu tại Luật SHTT, Luật Hải quan 2014, Luật Xử lý vi phạm hành chính 2012, Luật khiếu nại 2011... và các văn bản hướng dẫn thi hành.

Theo quy định tại Điều 198 Luật SHTT, chủ thể quyền SHTT có quyền yêu cầu cơ quan nhà nước có thẩm quyền xử lý hành vi xâm phạm quyền SHTT theo quy định của pháp luật. Hành vi xâm phạm quyền nhãn hiệu bị xử phạt vi phạm hành chính quy định tại Khoản 1 Điều 211 và Điều 213 Luật SHTT. Thẩm quyền xử lý vi phạm hành chính trong các tranh chấp nhãn hiệu được quy định tại Điều 200 của Luật SHTT và các quy định liên quan theo Luật xử lý vi phạm hành chính, bao gồm cơ quan quản lý thị trường, cơ quan hải quan, thanh tra khoa học và công nghệ, uỷ ban nhân dân, cơ quan công an. Khi xảy ra tranh chấp nhãn hiệu liên quan đến xâm phạm quyền nhãn hiệu, các cơ quan có thẩm quyền nêu trên tiếp nhận và xử lý vụ việc trên cơ sở có đơn yêu cầu của một bên tranh chấp.

Hình thức xử phạt vi phạm hành chính và biện pháp khắc phục hậu quả đối với các hành vi xâm phạm quyền nhãn hiệu được quy định tại Điều 214 Luật SHTT, Nghị định số 99/2013/NĐ-CP ngày 29/08/2013 Quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp và Luật xử lý vi phạm hành chính 2012. Theo đó thì mức phạt đối với hành vi vi phạm SHTT được khống chế theo mức trần là tối đa 500 triệu đồng đối với tổ chức và 250 triệu đồng đối với cá nhân. Trong trường hợp cần thiết, người có thẩm quyền có thể ra các quyết định áp dụng biện pháp khẩn cấp tạm thời, biện pháp kiểm soát hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu liên quan đến nhãn hiệu, biện pháp

ngăn chặn và bảo đảm xử phạt hành chính nhằm bảo vệ chứng cứ hoặc duy trì các điều kiện vật chất của tổ chức, cá nhân vi phạm.

Đối với các quyết định xử phạt hành chính do cơ quan có thẩm quyền ban hành, nếu trong thời hạn nhất định đối tượng bị áp dụng quyết định xử phạt không tự giác thực hiện quyết định đó thì sẽ bị cưỡng chế thi hành.

2.2. Thực tiễn giải quyết tranh chấp nhãn hiệu bằng phương thức ngoài tòa án tại Việt Nam

2.2.1. Thực tiễn áp dụng phương thức thay thế trong giải quyết tranh chấp nhãn hiệu

Trong số các phương thức giải quyết tranh chấp bằng ADR, thương lượng là phương thức các bên sử dụng nhiều nhất khi có tranh chấp xảy ra, hòa giải cũng được áp dụng trên thực tế nhưng không nhiều. Tuy nhiên, các phương thức này chủ yếu áp dụng cho các tranh chấp trong giai đoạn sử dụng nhãn hiệu mà hầu như không được sử dụng cho các tranh chấp trong giai đoạn xác lập quyền, vốn được các bên tranh chấp mặc nhiên đó là vai trò của Cục SHTT. Trong khi đó, phương thức trọng tài gần như chưa được áp dụng trong việc giải quyết tranh chấp nhãn hiệu tại Việt Nam hiện nay.

2.2.2. Thực tiễn áp dụng phương thức hành chính trong giải quyết tranh chấp nhãn hiệu

Theo báo cáo Tổng quan về SHTT năm 2014 của Cục SHTT Việt Nam, số lượng đơn đăng ký nhãn hiệu nộp vào Cục SHTT Việt Nam năm 2014 là 32.194 đơn, tăng hơn nhiều so với các năm trước nhưng số lượng đơn khiếu nại, phản đối, hủy bỏ hiệu lực... có giảm so với năm trước. Điều đó cho thấy nhận thức của người nộp đơn cũng ngày được nâng cao, cũng như cơ chế xét nghiệm, giải quyết khiếu nại của Cục SHTT cũng đang dần cải thiện và đạt được hiệu quả nhất định. Bên cạnh đó, số lượng các vụ việc tranh chấp liên quan đến sử dụng nhãn hiệu được giải quyết bằng phương

thức hành chính thông qua cơ quan thực thi quyền SHTT là rất lớn, nhất là những vụ việc xâm phạm đến trật tự quản lý nhà nước và lợi ích của xã hội như sản xuất, buôn bán, vận chuyển hàng hóa giả mạo nhãn hiệu.

2.2.3. Những điểm đạt được

Hoạt động giải quyết tranh chấp nhãn hiệu bằng các phương thức ngoài tòa án tại Việt Nam thời gian qua đạt được những thành quả nhất định như sau:

- Góp phần tuyên truyền, giáo dục, ngăn chặn các hành vi vi phạm nhãn hiệu, nhằm bảo vệ quyền lợi ích hợp pháp của chủ thể quyền, người tiêu dùng và cho xã hội.
- Cơ sở pháp lý về giải quyết tranh chấp bằng biện pháp hành chính đã phần nào đáp ứng được các quy định của các Điều ước quốc tế.
- Có sự phối hợp giữa các bộ, ngành và doanh nghiệp trong việc giải quyết tranh chấp nhãn hiệu đối với những trường hợp phức tạp.
- Các doanh nghiệp đã bắt đầu ý thức được tầm quan trọng của việc bảo hộ các tài sản trí tuệ nói chung và nhãn hiệu nói riêng.

2.2.4. Hạn chế

Quá trình giải quyết tranh chấp nhãn hiệu bằng các phương thức ngoài tòa án tại Việt Nam thời gian qua cũng còn những tồn tại nhất định, cụ thể như sau:

- Các phương thức xử lý xâm phạm bằng biện pháp thương lượng và hòa giải với những ưu việt có sẵn mặc dù được khuyến khích áp dụng nhưng lại không có những quy định cụ thể cũng như điều kiện thực tế để phát huy hết hiệu quả.
- Giải quyết tranh chấp nhãn hiệu qua trọng tài mặc dù có quy định trong Luật SHTT, nhưng trên thực tế hầu như không có vụ việc liên quan đến xâm phạm nhãn hiệu được giải quyết bằng trọng tài.

- Hầu hết các vụ tranh chấp nhãn hiệu được giải quyết bởi các cơ quan hành chính nhà nước, đặc biệt là Cục SHTT và Thanh tra khoa học và công nghệ.
- Trong nhiều trường hợp, kết quả giải quyết tranh chấp nhãn hiệu tại Cục SHTT không mang tính khách quan.
- Việc xác định thế nào là “*nhãn hiệu tương tự gây nhầm lẫn hoặc khó phân biệt với nhãn hiệu khác*” như quy định tại Luật SHTT là một việc rất khó khăn đối với cả chủ sở hữu nhãn hiệu lẫn cơ quan có thẩm quyền.
- Nhận thức về pháp luật SHTT cũng như ý thức chấp hành của doanh nghiệp đối với pháp luật chưa thực sự tốt.

CHƯƠNG 3 : GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ GIẢI QUYẾT TRANH CHẤP NHÃN HIỆU NGOÀI TÒA ÁN Ở VIỆT NAM

3.1. Định hướng hoàn thiện pháp luật

Hoàn thiện pháp luật liên quan đến giải quyết tranh chấp nhãn hiệu bằng các phương thức ngoài tòa án cần xác định theo các định hướng sau:

- Pháp luật về giải quyết tranh chấp nhãn hiệu bằng ngoài tòa án phải được xây dựng tương thích với quy định tại các điều ước quốc tế Việt Nam là thành viên, trong đó quan trọng nhất là Hiệp định TRIPS và sắp tới đây khi TPP chính thức có hiệu lực để đảm bảo yêu cầu hội nhập quốc tế.
- Yêu cầu đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế nhưng hoàn thiện pháp luật cũng phải đặt trong bối cảnh thực tiễn ở Việt Nam, đảm bảo phù hợp với pháp chế xã hội chủ nghĩa.
- Các văn bản pháp luật liên quan đến SHTT nói chung và vấn đề giải quyết tranh chấp nhãn hiệu nói riêng cần được xây dựng đồng bộ, thống nhất và có tính thực thi cao.

3.2. Kiến nghị một số giải pháp hoàn thiện pháp luật giải quyết tranh chấp nhãn hiệu tại Việt Nam

3.2.1. Kiến nghị hoàn thiện pháp luật

Một là, cần có văn bản giải thích rõ ràng thế nào là “*nhãn hiệu tương tự gây nhầm lẫn hoặc khó phân biệt với nhãn hiệu khác*” như quy định tại Luật SHTT để tạo điều kiện thuận lợi cho các cơ quan thực thi một cách chủ động và chính xác.

Hai là, sắp tới cần sửa đổi, bổ sung Luật SHTT theo hướng mở rộng các đối tượng nhãn hiệu cho phù hợp với các Công ước Paris, Hiệp định TRIPs và tới đây là Hiệp định TPP ra các đối tượng nhãn hiệu như: không gian ba chiều, âm thanh, thậm chí cả các dấu hiệu mùi, vị.

Ba là, nên đưa quy định về giải quyết tranh chấp SHTT nói chung và nhãn hiệu nói riêng bằng thương lượng, hòa giải vào luật để tận dụng những ưu thế sẵn có của những phương thức này.

Bốn là, hoàn thiện các quy định của pháp luật để xây dựng cơ chế giải quyết tranh chấp nhãn hiệu bằng phương thức trọng tài.

Năm là, hoàn thiện các quy định liên quan đến tranh chấp SHTT nói chung và tranh chấp nhãn hiệu nói riêng bằng biện pháp hành chính gồm hai nội dung chính: tăng mức phạt hành chính và bỏ quy định xử phạt cảnh cáo.

Sáu là, các quy định về cơ chế giải quyết tranh chấp SHTT nói chung và nhãn hiệu nói riêng nên tập trung, không phân bổ tản mạn trong quá nhiều văn bản luật và có tính thống nhất.

Bảy là, nên quy định thẩm quyền xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực SHTT theo hướng giảm bớt đầu mối, thống nhất về một số cơ quan chủ đạo.

3.2.2. Kiến nghị nâng cao hiệu quả thực thi pháp luật

Một là, Thiết lập một cơ quan độc lập bên cạnh Cục SHTT có chuyên môn chuyên sâu về SHTT để cùng phối hợp cũng như hỗ trợ Cục SHTT trong các vấn đề liên quan đến SHTT, nhất là trong các vụ việc xảy ra tranh chấp.

Hai là, tăng cường vai trò và nâng cao năng lực của Cục SHTT để đảm bảo đơn yêu cầu xác lập quyền được giải quyết chính xác, đúng thời hạn, bảo vệ hiệu quả quyền của chủ nhân hiệu đồng thời hỗ trợ hiệu quả các cơ quan khác trong quá trình xử lý tranh chấp.

Ba là, nâng cao vai trò của cơ quan làm trung gian hòa giải, tận dụng uy tín, lợi thế có sẵn của các hội, hiệp hội liên quan đến ngành nghề mà của các bên có tranh chấp để tối ưu hóa hiệu quả của quá trình giải quyết tranh chấp nhân hiệu bằng hòa giải.

Bốn là, yêu cầu về tính minh bạch trong xử lý vi phạm hành chính nói chung và liên quan đến nhãn hiệu nói riêng.

Năm là, tăng cường phối hợp giữa các cơ quan thực thi quyền SHTT để đảm bảo hoạt động thực thi quyền được thực hiện nhịp nhàng và có hiệu quả.

Sáu là, tổ chức xây dựng lực lượng chuyên trách về SHTT, bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ và tăng cường cơ sở vật chất kỹ thuật để đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ.

Bảy là, tăng cường công tác phổ biến, tuyên truyền để nâng cao ý thức pháp luật và trình độ dân trí của cộng đồng cũng như các chủ thể kinh doanh, giúp các chủ thể quyền có thể chủ động bảo vệ quyền lợi hợp pháp của mình cũng như tôn trọng quyền SHTT của người khác.

Tám là, nên có một cơ quan có thẩm quyền định giá tài sản SHTT nói chung và nhãn hiệu nói riêng để làm căn cứ xử phạt trong các trường hợp xâm phạm quyền cũng như xác định thiệt hại khi xảy ra tranh chấp.

Cuối cùng, yêu cầu trước mắt và cũng là mục tiêu dài hạn đó là tăng cường mở rộng hợp tác quốc tế về SHTT, đặc biệt trong vấn đề phát hiện và xử lý hành vi xâm phạm.

KẾT LUẬN

Cùng với quá trình hội nhập quốc tế, các vụ việc liên quan đến tranh chấp nhãn hiệu Việt Nam ngày càng tăng cả về số lượng lẫn tính phức tạp. Bên cạnh xây dựng và phát triển nhãn hiệu trong điều kiện hội nhập đã trở thành chiến lược cấp bách, mỗi doanh nghiệp cần đặc biệt chú trọng bảo vệ nhãn hiệu khỏi hành vi xâm phạm của cá nhân tổ chức khác, nhất là khi nhãn hiệu đã được khẳng định trên thị trường. Tuy nhiên, ngoài những nỗ lực cố gắng của doanh nghiệp thì rất cần có sự hỗ trợ tạo điều kiện của các cơ quan chức năng trong việc xác lập, bảo hộ và thực thi quyền cũng như mở rộng tuyên truyền quảng bá giúp doanh nghiệp xây dựng thương hiệu Việt Nam phát triển mạnh mẽ hơn trong hội nhập kinh tế quốc tế. Việc xây dựng thương hiệu quốc gia là một chương trình lớn, nếu làm tốt, chúng ta có thể hy vọng trong tương lai sản phẩm Việt Nam sẽ được người tiêu dùng trên thế giới biết đến, với những ấn tượng đẹp đẽ, giúp cho Việt Nam trở thành một địa chỉ tin cậy của người tiêu dùng về những hàng hóa có chất lượng không những thị trường trong nước mà còn mở rộng ra các nước ngoài. Để đạt được mục tiêu đó, làm thế nào để bảo vệ được giá trị nhãn hiệu của các doanh nghiệp trước tình trạng tranh chấp về quyền SHTT nói chung và quyền nhãn hiệu nói riêng ngày một tăng đột biến, là một vấn đề cấp bách.

Trong bối cảnh vai trò của tòa án trong việc giải quyết tranh chấp quyền SHTT còn mờ nhạt, nghiên cứu đề tài “**Các phương thức giải quyết tranh chấp nhãn hiệu ngoài tòa án**” đã phân nào nêu ra được một số vấn đề còn tồn đọng trong hệ thống pháp luật hiện hành cũng như cơ chế thực thi pháp luật về SHTT. Luận văn được hoàn thành trên cơ sở sử dụng các tài liệu từ các nguồn khác nhau cũng như kinh nghiệm làm việc thực tế của chính tác giả để phân tích và làm rõ những quy định của pháp luật áp dụng tại Việt Nam liên quan đến giải quyết tranh chấp nhãn hiệu ngoài tòa án. Dựa trên những phân tích về thực trạng áp dụng, thực thi pháp luật cũng như những tồn tại,

hạn chế liên quan đến giải quyết tranh chấp nhãn hiệu ngoài tòa án tại Việt Nam hiện nay, tác giả đã mạnh dạn đưa ra một số định hướng và kiến nghị hoàn thiện pháp luật trong thời gian tới kèm theo các kiến nghị nâng cao hiệu quả thực thi pháp luật. Vì kinh nghiệm trong lĩnh vực SHTT cũng chưa nhiều và trình độ chuyên môn còn hạn chế, luận văn chắc chắn còn nhiều thiếu sót. Tác giả rất mong nhận được nhiều ý kiến đóng góp quý báu của thầy cô giáo để có những định hướng, ý tưởng mới hoàn chỉnh luận văn để có thể áp dụng vào thực tiễn, góp một phần nhỏ bé để phần nào khắc phục những điểm hạn chế của pháp luật hiện hành về giải quyết tranh chấp nhãn hiệu trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO