



Trung tâm Thương mại quốc tế
UNCTAD/WTO

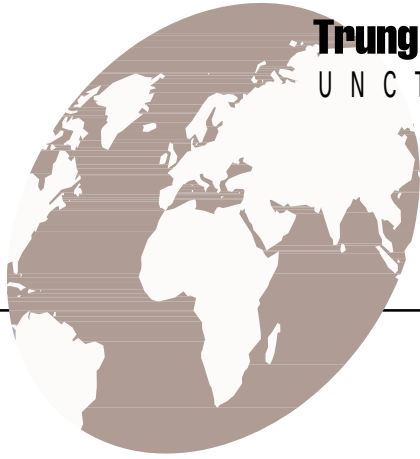


**TỔ CHỨC
SỞ HỮU
TRÍ TUỆ
THẾ GIỚI**

Những điều cần biết về sở hữu trí tuệ

*Tài liệu hướng dẫn dành cho
các doanh nghiệp xuất khẩu vừa và nhỏ*





Trung tâm Thương mại quốc tế
UNCTAD / WTO



**TỔ CHỨC
SỞ HỮU
TRÍ TUỆ
THẾ GIỚI**

***Những điều cần biết về
sở hữu trí tuệ
Tài liệu hướng dẫn dành cho
các doanh nghiệp xuất khẩu vừa và nhỏ***

Geneva 2004

GIỚI THIỆU TÓM TẮT VỀ HOẠT ĐỘNG THÔNG TIN THƯƠNG MẠI

2004

F-09.09

SEC

TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ UNCTAD/WTO TỔ CHỨC SỞ HỮU TRÍ TUỆ THẾ GIỚI

Những điều cần biết về sở hữu trí tuệ: Tài liệu hướng dẫn dành cho các doanh nghiệp xuất khẩu vừa và nhỏ

Geneva: ITC/WIPO, 2004. xi

Tài liệu được biên soạn dưới dạng câu hỏi và trả lời về các vấn đề liên quan đến sở hữu trí tuệ (SHTT) hướng đến các doanh nghiệp xuất khẩu vừa và nhỏ và các tổ chức hỗ trợ thương mại - giải thích các khái niệm và nguyên tắc cơ bản về sáng chế, nhãn hiệu, kiểu dáng công nghiệp, quyền tác giả, thông tin kinh doanh bí mật và chỉ dẫn địa lý; gồm các câu hỏi liên quan đến quyền sở hữu của người lao động, hợp đồng, chuyển giao quyền sử dụng (li-xăng) và chuyển giao công nghệ; nhấn mạnh tầm quan trọng của vấn đề sở hữu trí tuệ khi soạn thảo chiến lược kinh doanh, kế hoạch tiếp thị và xuất khẩu và giải quyết vấn đề bảo hộ quyền SHTT ở nước ngoài; xem xét mối liên hệ giữa sở hữu trí tuệ với các quy định về tiêu chuẩn và chất lượng, đóng gói và nhãn hàng, thương mại điện tử và ứng dụng công nghệ thông tin; xem xét vấn đề định giá và các khía cạnh liên quan đến tài chính của quyền SHTT; tập trung áp dụng các quy định của Hiệp định về các khía cạnh liên quan đến thương mại của quyền sở hữu trí tuệ (Hiệp định TRIPS/WTO); phụ lục bao gồm danh mục trang web của các cơ quan sở hữu trí tuệ quốc gia và khu vực, cũng như danh mục trang web của các cơ quan quản lý quyền tác giả.

Các thuật ngữ chính: sở hữu trí tuệ, TRIPS, kế hoạch xuất khẩu, tài liệu.

Ngôn ngữ xuất bản: tiếng Anh, Pháp, Tây Ban Nha (các ấn phẩm riêng biệt)

ITC, Tòa nhà Liên hợp quốc. 1211 Geneva 10, Thụy Sĩ

WIPO, 34 chemin des Colombettes, CH-1211 Geneva 20, Thụy Sĩ.

Tài liệu này không phải là ý kiến tư vấn về pháp lý.

Tốc độ thay đổi trong môi trường kinh doanh quốc tế, pháp luật và thực tiễn về sở hữu trí tuệ diễn ra một cách nhanh chóng. Tốt hơn là hãy liên hệ với các cơ quan sở hữu trí tuệ quốc gia, khu vực và quốc tế để biết về tình hình hiện tại. Nếu bạn không thể liên hệ với các cơ quan nêu trên, thì hãy liên hệ với ITC hoặc WIPO bằng thư, fax, điện thoại hoặc email.

Các ý kiến được thể hiện trong Tài liệu này là của các tác giả, không phản ánh quan điểm chính thức của ITC và WIPO. Những người được đề cập và những bài viết không phản ánh quan điểm bất kỳ của ITC và WIPO liên quan đến tình trạng pháp lý của quốc gia, vùng lãnh thổ, thành phố hoặc khu vực hoặc của cơ quan bất kỳ; sự phân định ranh giới hoặc biên giới của quốc gia hoặc lãnh thổ bất kỳ; hoặc sự xác nhận về doanh nghiệp hoặc sản phẩm thương mại bất kỳ.

Hình ảnh điện tử ở trang bìa: được bảo hộ quyền tác giả ©

Ấn phẩm này được dịch và xuất bản với sự cho phép của Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới (WIPO), đồng chủ sở hữu quyền tác giả với Trung tâm Thương mại quốc tế (ITC) đối với bản gốc tiếng Anh. Do vậy, WIPO và ITC không có nghĩa vụ hay trách nhiệm bất kỳ liên quan đến sự chính xác về bản dịch của ấn phẩm, mà nghĩa vụ và trách nhiệm đó thuộc về Cục Sở hữu trí tuệ Việt Nam.

Quyền tác giả đối với bản gốc tiếng Anh của tác phẩm thuộc về Trung tâm Thương mại quốc tế UNCTAD/WTO và Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới (năm 2003). Quyền tác giả đối với bản tiếng Việt thuộc về Cục Sở hữu trí tuệ Việt Nam (năm 2009).

Bảo lưu tất cả các quyền. Không phần nào của ấn phẩm này có thể được tái bản, lưu trữ trong các hệ thống truy vấn, được truyền tải dưới hình thức và bằng phương tiện bất kỳ như điện tử, tĩnh điện, từ, sao chép cơ học, v.v. nếu không được phép bằng văn bản của Trung tâm Thương mại quốc tế và Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới.

**Mã số sách của ITC:
ITC/P163VN (Vietnamese)**

**Mã số sách quốc tế ISBN: 978-92-805-1873-3
Mã số sách của Liên hợp quốc E.04.III.T.2**

Lời nói đầu

Trong môi trường kinh doanh toàn cầu hóa và thị trường ngày càng đông đúc, các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME) cần phải tìm ra cách thức làm cho sản phẩm của mình trở nên khác biệt nhằm thu hút khách hàng tiềm năng. Việc giới thiệu các sản phẩm mới hoặc được cải tiến và áp dụng các phương pháp mới trong sản xuất, bán hàng, tiếp thị sản phẩm và dịch vụ là các chiến lược mà SME đang sử dụng để duy trì và nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Trong khi đổi mới, sáng tạo và tri thức đang trở thành các nhân tố chính của sức mạnh cạnh tranh thì các công ty cũng đang phải đối mặt với nhu cầu tìm ra cách thức quản lý có hiệu quả hoạt động đổi mới, sáng tạo và tri thức của họ một cách hữu hiệu.

Một loạt công cụ được hệ thống pháp luật về quyền sở hữu trí tuệ (SHTT) tạo ra nhằm cung cấp cho chủ sở hữu quyền một loạt phương án quản lý thành quả đổi mới, tri thức và sự sáng tạo của họ. Quyền SHTT cho phép các công ty tạo ra sự khác biệt cho sản phẩm của họ so với sản phẩm của các đối thủ cạnh tranh, cũng như có được mức độc quyền bình đẳng giúp giảm rủi ro và bất trắc liên quan đến việc giới thiệu sản phẩm mới hoặc cải tiến ra thị trường. Đặc biệt, các quyền được hệ thống sở hữu trí tuệ tạo ra cho phép chủ sở hữu quyền có được sự độc quyền đối với bí mật thương mại, nhãn hiệu, kiểu dáng công nghiệp, sáng chế, sáng tạo văn học và nghệ thuật của họ, và theo đó: (1) làm giảm khả năng sao chép hoặc bắt chước của đối thủ cạnh tranh; (2) làm tăng cơ hội thực tế trong việc thương mại hóa sản phẩm mới và cải tiến, và (3) giải quyết một cách có hiệu quả xung đột bất kỳ liên quan đến quyền sở hữu trí tuệ của họ.

Việc lưu ý đến các vấn đề sở hữu trí tuệ là đặc biệt quan trọng đối với các doanh nghiệp xuất khẩu vừa và nhỏ. Trong bối cảnh của một nền kinh tế hiện nay, các chi phí giao dịch thấp trong thương mại quốc tế là nhờ việc cải tiến tiếp cận với thông tin và công nghệ truyền thông hiện đại, nhiều SME đang ngày càng hướng các hoạt động của họ đến các thị trường xuất khẩu. Hầu hết các SME đều gặp một số khó khăn trong việc xây dựng kế hoạch và chiến lược xuất khẩu. Họ cần bảo đảm rằng chiến lược và kế hoạch xuất khẩu của họ đã lưu ý đầy đủ đến tất cả các yếu tố có thể ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh trên thị trường mục tiêu. SME bất kỳ muốn xuất khẩu, dù trực tiếp, thông qua trung gian, thành lập liên doanh, thông qua li-xăng cho bên thứ ba hoặc thông qua thương mại điện tử, đều phải bảo đảm rằng họ không xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ của người khác, trong khi phải cố gắng khai thác tối đa các tài sản trí tuệ của mình. Do vậy, phải tiến hành các biện pháp hợp lý nhằm bảo hộ đầy đủ tài sản trí tuệ của mình tại các thị trường mục tiêu vào thời điểm thích hợp và bằng cách thức tiết kiệm nhất, cũng như bảo đảm rằng sản phẩm và dịch vụ của mình không xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ của người khác. Nếu không lưu ý đến những vấn đề nêu trên thì các SME có thể làm phát sinh các chi phí và rủi ro mà lẽ ra có thể tránh được trong kinh doanh và điều đó có thể sẽ gây tổn hại đến toàn bộ chiến lược kinh doanh của công ty và thậm chí có thể là yếu tố sống còn liên quan đến sự tồn tại của chính doanh nghiệp.

Tuy nhiên, trên toàn thế giới các SME thường thiếu hiểu biết về các vấn đề SHTT và ảnh hưởng của SHTT đối với việc phát triển sản phẩm, kiểu dáng sản phẩm, cung cấp dịch vụ, tiếp thị, thu hút vốn, xuất khẩu, li-xăng hoặc nhượng quyền thương mại. Những kiến thức cơ bản về các yếu tố cấu thành sở hữu trí tuệ, cách thức bảo hộ và quản lý có hiệu quả tài sản trí tuệ là rất quan trọng đối với các SME nói chung, đặc biệt là đối với các doanh nghiệp liên quan đến thương mại quốc tế khi mà nhìn chung là thu được lợi nhuận cao hơn. Không có những kiến thức này, SME sẽ không thể xây dựng và gắn sở hữu trí tuệ vào chiến lược kinh doanh, tiếp thị và xuất khẩu của họ. Thậm chí đối với các SME nhận thấy cần phải làm như vậy thì thường cũng không sẵn sàng tiếp cận với thông tin và hướng dẫn về sở hữu trí tuệ từ khía cạnh kinh doanh. Ở hầu hết các nước, đặc biệt là các nước đang phát triển và các nước đang chuyển đổi sang nền kinh tế thị trường, đại đa số chuyên gia tư vấn cho SME thuộc khu vực tư nhân hoặc tổ chức hỗ trợ SME cũng không được trang bị đầy đủ nhằm hỗ trợ SME về nhu cầu và quan ngại liên quan đến sở hữu trí tuệ.

Để khắc phục những khiếm khuyết này, ITC và WIPO cùng phối hợp chuẩn bị Tài liệu về các vấn đề sở hữu trí tuệ vì lợi ích của tất cả các nhà xây dựng chính sách của SME, các tổ chức hỗ trợ và tài trợ cho SME, các tổ chức giáo dục và đào tạo dành cho SME, và trên tất cả là vì chính các SME – những đối tượng bị ảnh hưởng do không tiếp cận với tài liệu để hiểu về sở hữu trí tuệ khi xây dựng kế hoạch và chiến lược về kinh doanh, tiếp thị và xuất khẩu của họ. Chúng tôi tin rằng việc hiểu rõ và tôn trọng quyền sở hữu trí tuệ sẽ thúc đẩy môi trường mà trong đó thương mại quốc tế có thể phát triển một cách bền vững thông qua việc sử dụng có hiệu quả tài sản trí tuệ theo những cách thức khác nhau.



Kamil Idris
Tổng Giám đốc
Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới



J. Denis Bélisle
Giám đốc điều hành
Trung tâm Thương mại quốc tế

Lời cảm ơn

Ấn phẩm này được thực hiện với sự đóng góp, kiến thức và kinh nghiệm của nhiều cá nhân. Tên của họ được đề cập dưới đây với sự cảm ơn và ghi nhận sâu sắc.

R. Badrinath, Trưởng phòng Dịch vụ hỗ trợ thương mại, ITC và G.S. Jaiya, Trưởng phòng Doanh nghiệp vừa và nhỏ, WIPO, đã xây dựng định hướng chiến lược tổng thể. S. Meitzel, Trưởng Bộ phận Tư vấn doanh nghiệp, ITC, đã giám sát và có những hỗ trợ cần thiết đối với Tài liệu.

Hema Menon, Tư vấn viên về nâng cao năng lực cạnh tranh của SME, ITC, đã hướng dẫn và điều phối việc sản xuất Tài liệu và khảo sát ở các nước đang phát triển. Đặc biệt cảm ơn AGREXPRONT của Guatemala và BANCOMEXT của México vì sự hỗ trợ có giá trị ở phạm vi quốc gia cho cuộc khảo sát.

Esteban Burrone, Tư vấn viên, Phòng SME, WIPO, đã xây dựng bố cục của Tài liệu, viết phần lớn các câu hỏi và trả lời, và điều phối sự đóng góp của các đồng nghiệp dưới sự giám sát của G.S.Jaiya. Christopher Kalanje, Tư vấn viên, Phòng SME, WIPO, đã viết phần định giá quyền sở hữu trí tuệ. Lien Verbauwhede, Tư vấn viên, Phòng SME, WIPO, viết phần sở hữu quyền của người lao động.

Ở WIPO, ông Philippe Baechtold, Trưởng Bộ phận luật sáng chế; ông Hans Georg Bartel, Trưởng Bộ phận I phụ trách quan hệ với các cơ quan sáng chế về PCT; ông Gregoire Bission, Trưởng Bộ phận Đăng ký kiểu dáng công nghiệp và các dự án đặc biệt; ông Jorgen Blomquist, Trưởng phòng Pháp luật quyền tác giả; ông Denis Croze, Trưởng Bộ phận phát triển pháp luật quốc tế (Nhãn hiệu, kiểu dáng công nghiệp và chỉ dẫn địa lý); Karen Lee Rata, Tư vấn cao cấp, Bộ phận pháp lý đặc biệt; Paivi Lahdesmaki, Bộ phận Phát triển pháp luật quốc tế (Nhãn hiệu, kiểu dáng công nghiệp và chỉ dẫn địa lý); Wolfwang Starein, Trưởng phòng Thực thi và các dự án đặc biệt; Antonina Stoyanova, Cố vấn, Phòng Nhãn hiệu, kiểu dáng công nghiệp và chỉ dẫn địa lý; và Heike Wollgast, nhân viên, Phòng Hỗ trợ và quan hệ đối ngoại, đã kiểm tra và có những ý kiến đóng góp hữu ích.

Ở ITC, Peter Naray, Cố vấn cao cấp về hệ thống thương mại đa phương; Shyam K. Gujadhur, Cố vấn cao cấp về quản lý chất lượng trong xuất khẩu; và Jean-Francois Bourque, Cố vấn cao cấp về các khía cạnh pháp lý trong thương mại quốc tế, đã kiểm tra và có những ý kiến đóng góp quý báu.

Geoffrey Loades và Alison Southby đã biên tập Tài liệu.

Mục lục

| | |
|-------------|-----|
| Lời nói đầu | v |
| Lời cảm ơn | vii |
| Ghi chú | xv |

Giới thiệu

| | |
|--|----|
| 1. Sở hữu trí tuệ là gì? Tại sao phải bảo hộ sở hữu trí tuệ? | 3 |
| 2. Các biện pháp để bảo hộ sở hữu trí tuệ là gì? | 5 |
| 3. Tại sao phải lưu ý đến sở hữu trí tuệ khi đưa ra quyết định về xuất khẩu? | 7 |
| 4. Các lỗi phổ biến nhất về sở hữu trí tuệ mà các nhà xuất khẩu thường mắc phải là gì? | 9 |
| 5. Khi đã bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ ở trong nước, chúng có được bảo hộ tự động ở nước ngoài không? | 11 |
| 6. Có phải tất cả các nước đều bảo hộ sở hữu trí tuệ không? | 13 |
| 7. Có thể tìm thông tin về bảo hộ sở hữu trí tuệ và các thủ tục liên quan của nước khác ở đâu? | 14 |

Những vấn đề cơ bản về sáng chế

| | |
|---|----|
| 8. Bằng độc quyền sáng chế là gì? | 17 |
| 9. Làm thế nào để xác định được sản phẩm có khả năng bảo hộ sáng chế hay không? | 18 |
| 10. Tại sao phải đăng ký sáng chế cho sản phẩm hoặc quy trình sáng tạo của mình? | 21 |
| 11. Điều gì sẽ xảy ra nếu không bảo hộ sáng chế cho sản phẩm hay quy trình sáng tạo của mình? | 22 |
| 12. Giải pháp hữu ích là gì? | 23 |
| 13. Thủ tục đăng ký bảo hộ sáng chế như thế nào? | 24 |
| 14. Các chi phí liên quan đến bảo hộ sáng chế? | 26 |
| 15. Cách sử dụng thông tin sáng chế trong kinh doanh như thế nào? | 27 |
| 16. Cách thức đọc tài liệu sáng chế như thế nào? | 29 |
| 17. Tôi có thể tra cứu thông tin sáng chế ở đâu? | 30 |

| | |
|--|-----------|
| Những vấn đề cơ bản về nhãn hiệu | 31 |
| 18. Nhãn hiệu là gì? | 33 |
| 19. Những đối tượng không được bảo hộ làm nhãn hiệu là gì? | 35 |
| 20. Tại sao tôi phải bảo hộ nhãn hiệu? | 36 |
| 21. Có những loại nhãn hiệu nào? | 38 |
| 22. Cần phải lưu ý điều gì khi lựa chọn hoặc tạo dựng nhãn hiệu? | 40 |
| 23. Đăng ký nhãn hiệu như thế nào? | 41 |
| 24. Làm thế nào để phát hiện ra nếu nhãn hiệu được chọn có thể xung đột với nhãn hiệu khác đã được đăng ký? Tra cứu nhãn hiệu là gì? | 43 |
| 25. Bạn cần biết điều gì khi sử dụng nhãn hiệu? | 45 |
| Những vấn đề cơ bản về kiểu dáng công nghiệp | 47 |
| 26. Kiểu dáng công nghiệp là gì? Tại sao lại quan trọng đối với doanh nghiệp? | 49 |
| 27. Tại sao phải bảo hộ kiểu dáng công nghiệp? | 50 |
| 28. Bảo hộ kiểu dáng như thế nào? | 51 |
| 29. Các đối tượng có thể đăng ký làm kiểu dáng là gì? | 54 |
| 30. Việc giữ bí mật kiểu dáng trước khi đăng ký quan trọng như thế nào? | 56 |
| Những vấn đề cơ bản về quyền tác giả | 57 |
| 31. Quyền tác giả là gì? Loại tác phẩm nào được bảo hộ quyền tác giả? | 59 |
| 32. Các doanh nghiệp hoạt động biểu diễn, phát sóng và sản xuất bản ghi âm có các quyền nào? | 61 |
| 33. Cách thức bảo hộ tác phẩm của mình? Quyền tác giả bao gồm các quyền nào? | 62 |
| 34. Quản lý tập thể quyền tác giả và quyền liên quan là gì? | 64 |
| 35. Làm thế nào để hiểu rõ hơn về hệ thống quyền tác giả ở nước sở tại? | 66 |
| 36. Các vấn đề cần lưu ý khi sử dụng tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả là gì? | 68 |
| Những vấn đề cơ bản về bí mật thương mại | 69 |
| 37. Bí mật thương mại là gì? | 71 |
| 38. Cách thức để xây dựng chiến lược bí mật thương mại cho công ty là gì? | 73 |
| 39. Khi nào nên bảo hộ thông tin là bí mật thương mại? | 74 |

| | |
|--|------------|
| Những vấn đề cơ bản về chỉ dẫn địa lý | 75 |
| 40. Chỉ dẫn địa lý là gì và bảo hộ chỉ dẫn địa lý như thế nào? | 77 |
| Những vấn đề cơ bản về thiết kế bố trí mạch tích hợp bán dẫn | 81 |
| 41. Thiết kế bố trí mạch tích hợp bán dẫn có thể được bảo hộ theo quyền sở hữu trí tuệ không? và được bảo hộ như thế nào? | 83 |
| Quyền sở hữu của người làm thuê | 85 |
| 42. Ai sở hữu quyền sở hữu trí tuệ đối với sáng chế, kiểu dáng hoặc tác phẩm sáng tạo do người làm thuê tạo ra? | 87 |
| 43. Ai sở hữu quyền sở hữu trí tuệ đối với sáng chế hoặc tác phẩm có bản quyền hoặc kiểu dáng được tạo ra từ việc thuê lao động bên ngoài? | 89 |
| 44. Các biện pháp cần áp dụng để tránh tranh chấp liên quan đến quyền sở hữu đối với người làm thuê hoặc nhà thầu phụ độc lập? | 90 |
| Hợp đồng, li-xăng và chuyển giao công nghệ | 91 |
| 45. Những dạng chính của hợp đồng chuyển giao công nghệ là gì? | 93 |
| 46. Những nội dung chính của hợp đồng li-xăng? Các vấn đề cần lưu ý khi đàm phán hợp đồng li-xăng là gì? | 95 |
| 47. Ưu điểm và nhược điểm của hợp đồng li-xăng là gì? | 97 |
| 48. Những ưu điểm và nhược điểm khi tham gia liên doanh với công ty khác là gì? | 100 |
| 49. Quyền sở hữu trí tuệ được thanh toán trong hợp đồng li-xăng như thế nào? | 102 |
| 50. Nhượng quyền thương mại là gì? | 103 |
| 51. Thỏa thuận không bộc lộ là gì? | 104 |
| 52. Những nội dung chính của hợp đồng li-xăng nhãn hiệu là gì? | 106 |
| 53. Li-xăng tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả như thế nào? | 108 |
| Xây dựng chiến lược kinh doanh | 111 |
| 54. Các nội dung chủ yếu của kế hoạch kinh doanh là gì? | 113 |
| 55. Tại sao sở hữu trí tuệ lại có vai trò quan trọng trong kế hoạch kinh doanh? | 114 |
| 56. Làm thế nào để biết được nếu công ty có tài sản trí tuệ? Kiểm toán sở hữu trí tuệ là gì? | 116 |
| 57. Sở hữu trí tuệ có thể giúp gì trong việc nghiên cứu thị trường và nhận biết đối thủ cạnh tranh? | 118 |

| | |
|--|------------|
| Quyền sở hữu trí tuệ ở thị trường xuất khẩu | 119 |
| 58. Các biện pháp thâm nhập thị trường xuất khẩu là gì và sở hữu trí tuệ có vai trò như thế nào? | 121 |
| 59. Khi đã mua sản phẩm được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ ở nước ngoài, khách hàng có thể tái nhập và bán sản phẩm đó ở thị trường nội địa không? Có thể ngăn cản họ không? Việc này ảnh hưởng đến việc xuất khẩu và chiến lược giá cả như thế nào? | 123 |
| 60. Khi nào nên đăng ký quyền sở hữu trí tuệ ở nước ngoài? | 125 |
| Bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ ở nước ngoài | 127 |
| 61. Bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ ở nước ngoài như thế nào? | 129 |
| 62. Cách thức dễ nhất để đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ ở nhiều quốc gia là gì? PCT là gì? | 131 |
| 63. Cách thức phổ biến nhất để đăng ký bảo hộ nhãn hiệu ở nhiều quốc gia là gì? | 132 |
| 64. Làm thế nào để bảo hộ kiểu dáng công nghiệp ở nhiều quốc gia? | 134 |
| 65. Bảo hộ quyền tác giả có hiệu lực quốc tế không? | 135 |
| Thực thi quyền sở hữu trí tuệ | 137 |
| 66. Khi biết được quyền sở hữu trí tuệ của mình bị xâm phạm, tôi nên hoặc có thể làm gì? | 139 |
| 67. Tại sao cần phải thực thi quyền sở hữu trí tuệ? Ai có trách nhiệm thực thi nếu quyền sở hữu trí tuệ bị xâm phạm? | 141 |
| 68. Vai trò của cơ quan hải quan trong việc ngăn chặn hoặc chấm dứt hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ? Có cần phải thông báo trước cho họ không? | 142 |
| 69. Những biện pháp có thể được áp dụng để giải quyết tranh chấp ngoài tòa án là gì? | 144 |
| Các quy định và tiêu chuẩn về chất lượng, kỹ thuật | 147 |
| 70. Quyền sở hữu trí tuệ liên quan đến các quy định và tiêu chuẩn kỹ thuật như thế nào? | 149 |
| 71. Giấy chứng nhận sản phẩm là gì? Vai trò của nhãn hiệu chứng nhận là gì? | 151 |
| Định giá quyền sở hữu trí tuệ | 153 |
| 72. Có cần định giá quyền sở hữu trí tuệ không? | 155 |
| 73. Tại sao và khi nào quyền sở hữu trí tuệ nên được đánh giá và định giá? | 156 |
| 74. Tài sản trí tuệ được định giá như thế nào? | 157 |

| | |
|---|------------|
| Huy động nguồn vốn | 159 |
| 75. Sở hữu trí tuệ có thể giúp huy động vốn cho doanh nghiệp như thế nào? | 161 |
| 76. Tài sản trí tuệ có thể được chứng khoán hóa không? | 162 |
| Thương mại điện tử và ứng dụng công nghệ thông tin | 163 |
| 77. Tại sao phải lưu ý đến các vấn đề sở hữu trí tuệ khi tham gia thương mại điện tử? | 165 |
| 78. Các vấn đề sở hữu trí tuệ liên quan đến lựa chọn và đăng ký tên miền? | 166 |
| 79. Khi đăng ký tên miền phải lưu ý điều gì? | 167 |
| 80. Khi thiết kế và xây dựng trang web của công ty, bạn phải lưu ý đến những vấn đề sở hữu trí tuệ nào? | 168 |
| 81. Có thể bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ trên trang web như thế nào? Có thể áp dụng các biện pháp phòng ngừa nào để tránh xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ của người khác? | 169 |
| Đóng gói và dán nhãn | 171 |
| 82. Làm thế nào để có được độc quyền đối với việc sử dụng bao bì và nhãn hiệu? | 173 |
| Tổ chức Thương mại thế giới | 175 |
| 83. Các hiệp định của WTO quy định những gì về sở hữu trí tuệ? | 177 |
| 84. Các tiêu chuẩn bảo hộ sở hữu trí tuệ được quy định trong Hiệp định TRIPS đã được áp dụng ở tất cả các thành viên WTO không? | 178 |
| 85. Các nguyên tắc chính của Hiệp định TRIPS là gì và Hiệp định có tác động đến việc ra quyết định đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ của các doanh nghiệp ở nước ngoài như thế nào? | 179 |
| 86. Hiệp định TRIPS quy định về vấn đề thực thi quyền sở hữu trí tuệ như thế nào? | 180 |
| 87. Thủ tục giải quyết tranh chấp trong WTO là gì và doanh nghiệp có thể sử dụng các thủ tục đó không? | 181 |
| Phụ lục | 183 |
| I. Khảo sát của ITC về các câu hỏi thường gặp từ các doanh nghiệp về sở hữu trí tuệ | 185 |
| II. Địa chỉ trang web của các cơ quan sở hữu trí tuệ quốc gia và khu vực | 188 |
| III. Địa chỉ trang web của các cơ quan quản lý quyền tác giả quốc gia | 191 |
| IV. Danh sách thành viên Hiệp ước Hợp tác về sáng chế (PCT) | 192 |
| V. Danh sách thành viên Liên minh Madrid | 194 |
| VI. Danh sách thành viên Hệ thống La Hay về nộp lưu quốc tế kiểu dáng công nghiệp | 195 |
| VII. Danh sách thành viên Công ước Berne về bảo hộ tác phẩm văn học và nghệ thuật | 196 |
| VIII. Danh sách thành viên Công ước Paris về bảo hộ sở hữu công nghiệp | 198 |

Ghi chú

| | |
|-------|--|
| ARIPO | Tổ chức Sở hữu công nghiệp khu vực châu Phi |
| ccTLD | Tên miền cấp cao mã quốc gia |
| CE | Nhãn hiệu chứng nhận châu Âu |
| CSA | Hiệp hội tiêu chuẩn Canada |
| EDC | Công ty phát triển xuất khẩu |
| EU | Liên minh châu Âu |
| gTLD | Tên miền cấp cao sử dụng chung |
| ICANN | Công ty Đăng ký tên gọi và số Internet |
| IEEE | Viện kỹ thuật điện và điện tử |
| IP | Sở hữu trí tuệ |
| ISO | Tổ chức Tiêu chuẩn quốc tế |
| ITC | Trung tâm Thương mại quốc tế |
| LESI | Hiệp hội Li-xăng quốc tế |
| MFN | Chế độ đãi ngộ tối huệ quốc |
| OAPI | Tổ chức Sở hữu trí tuệ châu Phi |
| PCT | Hiệp ước về Hợp tác sáng chế |
| R&D | Nghiên cứu và phát triển |
| RTA | Hiệp định thương mại khu vực |
| SM | Nhãn hiệu dịch vụ |
| SME | Doanh nghiệp vừa và nhỏ |
| TBT | Hiệp định WTO về rào cản kỹ thuật đối với thương mại |
| TLD | Mã tên miền cấp cao |
| TM | Nhãn hiệu thương mại |
| TRIPS | Hiệp định WTO về các khía cạnh liên quan đến thương mại của quyền sở hữu trí tuệ |
| WIPO | Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới |
| WTO | Tổ chức Thương mại thế giới |

Giới thiệu chung

Môi trường kinh doanh cạnh tranh khốc liệt

Trong thế giới ngày nay, người ta có thể vận chuyển con người, hàng hoá và thông tin và chia sẻ ý tưởng hoặc phổ biến kiến thức nhanh chóng hơn, dễ dàng hơn và rẻ hơn bao giờ hết. Thêm vào đó, nhờ các khả năng do công nghệ thông tin và viễn thông mang lại, xu hướng loại bỏ các luật lệ về sản xuất và kinh doanh, và tự do hoá thương mại quốc tế đang diễn ra trên toàn thế giới, kèm theo đó là những thay đổi có tính cách mạng về mô hình và phương pháp kinh doanh, và tất cả điều đó sẽ góp phần tạo nên cái gì? Một môi trường kinh doanh cạnh tranh quyết liệt ở cả thị trường trong và ngoài nước cho cả hàng hoá và dịch vụ.

Trong môi trường kinh doanh đó, hoạt động sản xuất và kinh doanh trở nên khó khăn hơn do việc cung ứng hàng hoá và dịch vụ dường như vượt quá xa so với nhu cầu. Ngoài ra, người tiêu dùng cũng cảm thấy khó khăn trong việc lựa chọn từ nguồn cung cấp nhiều đến vậy và ngày càng nhiều hơn, điều đó đã tạo ra thực tế là sự lựa chọn thì nhiều trong khi sự khác biệt của hàng hoá và dịch vụ là chưa đủ. Tất nhiên, kinh doanh luôn là một hoạt động có sự rủi ro. Chỉ những doanh nghiệp có khả năng quản lý và kiểm soát rủi ro và bất ổn thành công mới có hy vọng tồn tại và phát triển tại thị trường nội địa và xuất khẩu. Việc nắm bắt được nhu cầu và điều quan tâm của khách hàng là điều kiện tiên quyết cơ bản. Bước tiếp theo là tìm ra cách thức sáng tạo và đổi mới trong việc sản xuất sản phẩm hoặc cung cấp dịch vụ, và còn phải đúng thời điểm và đi trước đối thủ cạnh tranh. **Tóm lại, chất lượng, giá cả và chất lượng dịch vụ vẫn là ba yếu tố then chốt đối với sự thành công của nỗ lực kinh doanh bất kỳ, trong đó có cả nỗ lực đưa hàng hoá ra thị trường xuất khẩu.**

Quyết định xuất khẩu

Trong lĩnh vực kinh doanh bất kỳ, điều mấu chốt đối với một quyết định xuất khẩu thành công là kiến thức. Kiến thức liên quan phải dựa trên thông tin đáng tin cậy và đánh giá thị trường chắc chắn. Thông tin thu được từ việc nghiên cứu thị trường có vai trò thiết yếu. Tuy nhiên, thậm chí trước khi bắt đầu giai đoạn này, bạn hãy tự xem xét một số vấn đề cơ bản. Là một doanh nghiệp xuất khẩu tiềm năng, bạn đã phân tích các lý do cho sự thành công của sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn ở thị trường nội địa chưa? Nếu bạn thành công trong việc tiếp thị một số sản phẩm hoặc dịch vụ nhất định ở thị trường nội địa thì đó sẽ là một lý do tốt để các sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn tiếp tục thành công ở thị trường nước ngoài, ít nhất là ở những thị trường có nhu cầu và điều kiện tương tự.

Một biện pháp khác để đánh giá tiềm năng xuất khẩu của bạn là phân tích các đặc điểm độc đáo của chính sản phẩm hoặc dịch vụ sẽ xuất khẩu. Nếu những đặc điểm này khó có thể bị bắt chước ở thị trường xuất khẩu thì sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn có khả năng sẽ thành công ở thị trường nước ngoài. Về cơ bản, một sản phẩm hoặc dịch vụ độc đáo sẽ không có hoặc có rất ít sự cạnh tranh, vì vậy, nhu cầu về sản phẩm đó sẽ có cơ hội tăng cao.

Các đặc điểm độc đáo và quan trọng của sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn có thể được tạo ra bởi chính nội lực, khả năng sáng tạo và sáng chế, hay của các nhân viên, nhà tư vấn, đối tác kinh doanh của bạn và của những người khác. Những thành quả trí tuệ, khả năng sáng chế và sáng tạo của con người cần được bảo hộ trên thị trường thông qua một hệ thống luật pháp, được gọi là **hệ thống sở hữu trí tuệ**. Sở hữu trí tuệ là một thuật ngữ chung được sử dụng để chỉ các ý tưởng, sáng chế, kiểu dáng, tác phẩm, phim ảnh mới, v.v. mà được bảo hộ bởi quyền tác giả, sáng chế, nhãn hiệu, kiểu dáng công nghiệp v.v... Mỗi nước đều có một loạt văn bản pháp luật về bảo hộ sở hữu trí tuệ mà nhà xuất khẩu tiềm năng phải nắm được. Tốt hơn hết, nhà xuất khẩu tiềm năng nên xin ý kiến tư vấn của các chuyên gia trong lĩnh vực này trước khi xuất khẩu sản phẩm hoặc dịch vụ dựa trên các ý tưởng, kiểu dáng, công nghệ, bí mật kinh doanh hoặc bí quyết kỹ thuật đó. Một trong số những vấn đề quan trọng nhất cần phải tính đến là quyền sở hữu trí tuệ có thể bị đánh cắp nếu không áp dụng các biện pháp bảo vệ phù hợp. Mặt khác, nếu đã áp dụng các biện pháp bảo vệ thì có thể xuất khẩu các quyền sở hữu trí tuệ mà không cần có sản phẩm kèm theo. Đó là trường hợp bạn chuyển giao quyền sử dụng cho một công ty hoặc nhiều công ty đã đăng ký ở nước ngoài quyền được sản xuất và bán sản phẩm của bạn. Bằng cách làm như vậy, bạn có thể kiếm thêm lợi nhuận trong khi vẫn giữ quyền sở hữu đối với sáng chế, kiểu dáng đổi mới và nhãn hiệu của bạn.

Khi tiến hành nghiên cứu sâu về thị trường xuất khẩu, một trong số những yếu tố quan trọng nhất là hiểu được các quy định và luật pháp về sở hữu trí tuệ của nước sở tại. Pháp luật sở hữu trí tuệ rất phức tạp. Trước khi bắt đầu xuất khẩu, ít nhất nhà xuất khẩu cần phải bảo đảm rằng sản phẩm của mình tuân thủ pháp luật về sở hữu trí tuệ của thị trường nước ngoài và/hoặc không xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ thuộc sở hữu của người khác.

Có nhiều lý do chính đáng để tìm đối tác xuất khẩu. Cách tiếp cận có thể là tìm kiếm khả năng liên kết với doanh nghiệp khác để sử dụng các thế mạnh và tài sản nổi trội của họ. Việc này có thể dẫn đến hoạt động xuất khẩu trực tiếp hoặc gián tiếp. Có nhiều biện pháp khác nhau để liên kết với các doanh nghiệp khác – như liên minh chiến lược, liên doanh, chuyển giao quyền sử dụng, nhượng quyền thương mại và gia công đến thiết lập các chi nhánh đại diện tại nước ngoài - tất cả các hình thức này đều bao gồm việc chuyển giao hoặc chuyển nhượng quyền sử dụng một hoặc nhiều loại quyền sở hữu trí tuệ.

Trên đây là một số lý do cho thấy rằng việc hiểu hệ thống sở hữu trí tuệ hoạt động như thế nào là một yếu tố quan trọng trong xây dựng chiến lược xuất khẩu. Các câu hỏi và trả lời dưới đây sẽ giải thích và làm rõ về một số vấn đề sở hữu trí tuệ mà các nhà xuất khẩu thường gặp phải.

1. Sở hữu trí tuệ là gì? Tại sao phải bảo hộ sở hữu trí tuệ?

Bất cứ khi nào một sản phẩm mới vào thị trường và thu hút khách hàng thành công, không sớm thì muộn sẽ bị đối thủ cạnh tranh sản xuất các sản phẩm giống hoặc tương tự. Trong một số trường hợp, đối thủ cạnh tranh sẽ hưởng lợi từ việc tiết kiệm về quy mô sản xuất, khả năng tiếp cận thị trường lớn hơn, có quan hệ tốt hơn với các nhà phân phối chính hoặc tiếp cận với các nguồn nguyên liệu thô rẻ hơn và do đó, có thể sản xuất một sản phẩm tương tự hoặc giống hệt với giá thành rẻ hơn, tạo áp lực nặng nề lên nhà sáng tạo ra sản phẩm hoặc dịch vụ nguyên gốc. Đôi khi, điều này sẽ đẩy nhà sáng tạo gốc ra khỏi thị trường, đặc biệt khi mà họ đã đầu tư đáng kể vào việc phát triển sản phẩm mới thì đối thủ cạnh tranh lại hưởng lợi từ kết quả đầu tư đó và chẳng mất một xu nào cho thành quả sáng tạo và sáng chế của nhà sáng tạo gốc.

Đây là lý do quan trọng duy nhất để các doanh nghiệp vừa và nhỏ phải cân nhắc khi sử dụng **hệ thống sở hữu trí tuệ** để bảo vệ sản phẩm sáng tạo và sáng chế của mình nhằm mang lại cho họ các **độc quyền** sử dụng sáng chế, kiểu dáng công nghiệp, thương hiệu, tác phẩm văn học nghệ thuật và các **tài sản vô hình** khác. Bảo hộ theo pháp luật sở hữu trí tuệ mang lại quyền sở hữu đối với tác phẩm sáng tạo hoặc đổi mới, do đó, hạn chế phạm vi sao chép và bất chước của đối thủ cạnh tranh một cách đáng kể.

Tài sản vô hình

Tài sản của một doanh nghiệp nhìn chung được chia thành hai loại: **tài sản hữu hình** - gồm nhà xưởng, máy móc, tài chính và cơ sở hạ tầng - và **tài sản vô hình** - gồm từ nguồn nhân lực và bí quyết kỹ thuật đến ý tưởng, chiến lược, kế hoạch kinh doanh, thương hiệu, kiểu dáng và các kết quả vô hình khác được tạo ra bởi các tài năng sáng tạo và đổi mới của công ty. Theo truyền thống, tài sản hữu hình là tài sản có giá trị chính của một công ty và được coi là có tính quyết định trong việc xác định khả năng cạnh tranh của một doanh nghiệp trên thị trường. Trong những năm gần đây, điều này đã thay đổi cơ bản. Các doanh nghiệp đang nhận ra rằng các tài sản vô hình đang trở nên có giá trị hơn so với tài sản hữu hình.

Ngày nay, nhiều doanh nghiệp hàng đầu trong nhiều lĩnh vực kinh doanh thuê các công ty khác thực hiện phần lớn công việc sản xuất và chủ yếu tập trung vào việc tạo ra sản phẩm và kiểu dáng mới và quảng bá thương hiệu (hoặc nhãn hiệu) của mình để thu hút khách hàng. Trong khi sản phẩm được thiết kế một nơi thì việc sản xuất các sản phẩm đó lại được thực hiện ở nơi khác. Đối với những doanh nghiệp này, giá trị tài sản hữu hình của họ có thể rất ít, nhưng tài sản vô hình của họ (ví dụ, danh tiếng thương hiệu và/hoặc quyền sở hữu độc quyền các công nghệ quan trọng hoặc các kiểu dáng hấp dẫn) - những nhân tố chính cho thành công của họ - lại có giá trị rất cao.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Sở hữu trí tuệ dành cho doanh nghiệp. Danh mục câu hỏi về các vấn đề cơ bản của sở hữu trí tuệ, bằng ngôn ngữ Ả-rập, Trung Quốc, Anh, Pháp, Nga và Tây Ban Nha, tại trang web www.wipo.int/sme. Để nhận được ấn phẩm này, hãy liên hệ Phòng Doanh nghiệp vừa và nhỏ của WIPO tại địa chỉ: 34 chemin des Colombettes, 1211 Geneva 20, Thụy Sĩ. Điện thoại: +41 22 338 7035. Fax: +41 22 338 8760. E-mail: sme@wipo.int.

Cẩm nang sở hữu trí tuệ của WIPO: Chính sách, pháp luật và áp dụng. Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới (WIPO), địa chỉ: 34 chemin des Colombettes, 1211 Geneva 20, Thụy Sĩ. Điện thoại: +41 22 338 91 11. Fax: +41 22 338 88 10. E-mail: publicinf@wipo.int. Trang web: www.wipo.int/ebookshop. Cung cấp các thông tin về mục đích, sự phát triển và sử dụng hệ thống sở hữu trí tuệ, kể cả sáng chế.

Việc bảo hộ pháp lý tài sản vô hình thông qua **hệ thống sở hữu trí tuệ** mang lại cho chủ sở hữu độc quyền sử dụng những tài sản đó trong kinh doanh, biến tài sản vô hình thành quyền sở hữu độc quyền trong một thời hạn nhất định. Quay trở lại ví dụ nêu trên, doanh nghiệp thuê gia công để sản xuất sản phẩm của mình có thể tiếp tục mở rộng hoạt động của mình vì các đối tượng để bán chính trong sản phẩm của họ là kiểu dáng sáng tạo, các công nghệ và/hoặc nhãn hiệu độc quyền - tất cả những đối tượng đó đều là tài sản tư hữu độc quyền nhờ việc sử dụng có hiệu quả việc bảo hộ do **hệ thống sở hữu trí tuệ** mang lại. Nói tóm lại, bảo hộ sở hữu trí tuệ khiến tài sản vô hình trở nên “hữu hình hơn một chút” bằng cách biến chúng thành những tài sản độc quyền.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tại sao sở hữu trí tuệ lại quan trọng: Tầm quan trọng của sở hữu trí tuệ đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Esteban Burrone, WIPO. Trang web: www.wipo.int/sme/en/documents/pdf/ipmatters.pdf. Tổng quan về sở hữu trí tuệ và sự liên quan của sở hữu trí tuệ đến hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp vừa và nhỏ, với những tranh luận vẫn tồn tại về các quy định sở hữu trí tuệ khác nhau, các đường liên kết trực tuyến và các tài liệu tham khảo.

Quản lý sở hữu trí tuệ ở doanh nghiệp vừa và nhỏ. Hans Goldrian, WIPO. Các bài giảng trong các khóa đào tạo của Học viện Sở hữu trí tuệ WIPO, tháng 9 năm 1993. Trang web: www.wipo.int/sme/en/activities/meetings/pdf/acad_93_12.pdf. Cung cấp quan điểm của tác giả về việc quản lý và khai thác tài sản trí tuệ trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong tình trạng kỹ thuật hiện tại, quản lý sản phẩm, nghiên cứu và phát triển.

Xây dựng chiến lược sở hữu trí tuệ cho các doanh nghiệp. Peter Cordsen, WIPO. Tài liệu thuyết trình tại hội thảo của WIPO, tháng 5 năm 1998. Trang web: www.wipo.int/sme/en/activities/meetings/ip_han_98/ip_han98_7b.pdf. Chủ yếu tập trung vào các vấn đề về sáng chế như một công cụ tiếp thị, với sự phân tích về chi phí và lợi ích.

2. Các biện pháp để bảo hộ sở hữu trí tuệ là gì?

Tùy thuộc vào bản chất của tài sản vô hình của bạn, luật pháp có những công cụ pháp lý khác nhau giúp bạn bảo vệ tài sản của mình.

- Các sản phẩm và quy trình sáng tạo có thể được bảo hộ theo **sáng chế** và **giải pháp hữu ích**;
- Các kiểu dáng sáng tạo, gồm cả kiểu dáng dệt may, được bảo hộ theo **kiểu dáng công nghiệp**;
- Thương hiệu được bảo hộ theo **nhãn hiệu**;
- Mạch bán dẫn được bảo hộ theo **thiết kế bố trí** hoặc **mạch tích hợp bán dẫn**;
- Chỉ dẫn hàng hóa có chất lượng hay danh tiếng nhất định gắn với xuất xứ địa lý được bảo hộ theo **chỉ dẫn địa lý**;
- **Bí mật thương mại** bảo hộ thông tin bí mật có giá trị thương mại;
- Ở hầu hết các nước, tác phẩm văn hóa, nghệ thuật và văn học, kể cả phần mềm máy tính và sưu tập dữ liệu, được bảo hộ **quyền tác giả** và **quyền liên quan**.

Nhìn chung, sở hữu trí tuệ được chia thành hai nhóm chính: (1) **sở hữu công nghiệp** bao gồm 06 trong số 07 nhóm đối tượng đầu tiên nêu trên; và (2) **quyền tác giả** và **quyền liên quan** gồm nhóm đối tượng cuối cùng. Việc làm quen với các thuật ngữ này là rất quan trọng.

Mỗi công cụ bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ nêu trên sẽ được phân tích một cách chi tiết trong các phần dưới đây.

Một sản phẩm, nhiều quyền sở hữu trí tuệ

Một sản phẩm duy nhất có thể được bảo hộ bởi nhiều loại quyền sở hữu trí tuệ khác nhau. Ví dụ, hãy xem xét một chiếc máy nghe đĩa CD. Các đặc điểm kỹ thuật sáng tạo của sản phẩm được bảo hộ bởi một loạt bằng độc quyền sáng chế (do Philips và Sony - các hãng cùng sáng chế ra CD - sở hữu). Các chương trình phần mềm được cài đặt trong đó để điều khiển sự vận hành của máy được bảo hộ quyền tác giả. Kiểu dáng thẩm mỹ của mỗi chiếc máy nghe đĩa CD cụ thể thường được bảo hộ kiểu dáng công nghiệp và thương hiệu được sử dụng để bán sản phẩm thường được bảo hộ nhãn hiệu. Ngoài ra, các nhà sản xuất có thể nắm giữ các bí mật thương mại, gồm danh sách khách hàng đến một số quy trình sản xuất hoặc thông tin kinh doanh mật mà họ không muốn để cho đối thủ cạnh tranh biết. Do đó, tác giả của các sản phẩm sáng tạo, như máy nghe đĩa CD, có thể nhận được độc quyền sử dụng hoặc ngăn cấm người khác sử dụng một trong số những đối tượng được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ. Ngoài ra, tác giả của chiếc máy CD đã cấp phép (hay li-xăng) cho một số công ty khác sử dụng công nghệ CD để thu tiền, qua đó, nhận thêm lợi nhuận từ việc chuyển giao này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Cẩm nang sở hữu trí tuệ của WIPO: Chính sách, pháp luật và áp dụng. Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới (WIPO), địa chỉ: 34 chemin des Colombettes, 1211 Geneva 20, Thụy Sĩ. Điện thoại: +41 22 338 91 11. Fax: +41 22 338 88 10. E-mail: publicinf@wipo.int. Trang web: www.wipo.int/ebookshop. Cung cấp các thông tin về mục đích, sự phát triển và sử dụng hệ thống sở hữu trí tuệ, gồm cả sáng chế.

Sở hữu trí tuệ dành cho doanh nghiệp. Danh mục câu hỏi về các vấn đề cơ bản của sở hữu trí tuệ, bằng ngôn ngữ Ả-rập, Trung Quốc, Anh, Pháp, Nga và Tây Ban Nha, tại trang web www.wipo.int/sme. Để nhận được ấn phẩm này, hãy liên hệ Phòng Doanh nghiệp vừa và nhỏ của WIPO tại địa chỉ: 34 chemin des Colombettes, 1211 Geneva 20, Thụy Sĩ. Điện thoại: +41 22 338 7035. Fax: +41 22 338 8760. E-mail: sme@wipo.int.

Bộ phận hỗ trợ về sở hữu trí tuệ (IPR-Helpdesk). Trang web www.ipr-helpdesk.org. Thông tin về sở hữu trí tuệ hướng đến các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Gồm một loạt hướng dẫn, đặc biệt là liên quan đến Liên minh châu Âu, cũng như tư vấn về sở hữu trí tuệ đối với các công ty.

Cần phải lưu ý rằng bản nhạc được chơi trên máy nghe đĩa CD thường được bảo hộ bởi quyền tác giả (trừ phi đã hết thời hạn bảo hộ) và người bất kỳ biểu diễn bản nhạc này trước công chúng, bán bản sao của đĩa CD, phát sóng bản nhạc trên đài phát thanh, dịch ca từ sang ngôn ngữ khác hoặc sử dụng nội dung của bài hát vì mục đích thương mại bất kỳ khác đều phải xin phép nhạc sỹ hoặc tổ chức quản lý tập thể quản lý quyền của nhạc công hay nhạc sĩ đó.

Lựa chọn hình thức bảo hộ đúng đắn

Trong trường hợp sản phẩm có thể được bảo hộ theo nhiều quyền sở hữu trí tuệ khác nhau, thì điều quan trọng đối với doanh nghiệp là phải hiểu về hệ thống này và lựa chọn cách thức bảo hộ các quyền một cách có hiệu quả nhất để tránh việc các đối thủ cạnh tranh sao chép và bắt chước.

Do đó, khi doanh nghiệp đưa một sản phẩm mới ra thị trường phải xem xét đối tượng để bán chính trong sản phẩm của mình là gì. Nói cách khác, cái gì trong sản phẩm của bạn thu hút khách hàng nhất? Hay cái gì làm sản phẩm của bạn khác biệt so với các sản phẩm của các đối thủ cạnh tranh khác? Có phải là những đặc điểm kỹ thuật sáng tạo không? Hay kiểu dáng của sản phẩm? Thương hiệu? Hay các nội dung văn học, nghệ thuật hoặc sáng tạo có trong sản phẩm đó? Câu trả lời có thể tạo cho doanh nghiệp những ý tưởng ban đầu về cách thức bảo hộ sản phẩm mới và từ đó, có được sự độc quyền bằng những lý do thuyết phục nhất đảm bảo cho sự thành công của sản phẩm trên thị trường. Đôi khi, có thể chỉ là một yếu tố duy nhất; nhưng nhiều lúc, sự kết hợp của nhiều yếu tố khác nhau lại khiến khách hàng quyết định mua một sản phẩm cụ thể trong một loạt sản phẩm cạnh tranh sẵn có khác. Tùy theo đặc điểm thị trường, sự chú trọng và nguồn lực có thể được dành cho một hoặc nhiều loại quyền hoặc sự kết hợp các loại quyền sở hữu trí tuệ khác nhau cho một sản phẩm cụ thể.

Ngoài ra, hệ thống quyền sở hữu trí tuệ đang phát triển theo hướng cùng một sản phẩm có thể được bảo hộ theo các quyền sở hữu trí tuệ khác nhau. Ví dụ, hình dáng mới của sản phẩm có thể được giữ như bí mật thương mại cho đến khi đưa sản phẩm ra thị trường, các đặc điểm chức năng về hình dạng sản phẩm có thể được bảo hộ theo sáng chế, các đặc điểm thẩm mỹ của sản phẩm có thể bảo hộ theo kiểu dáng công nghiệp và/hoặc quyền tác giả, và nếu đáp ứng được những yêu cầu nhất định, có thể được bảo hộ làm nhãn hiệu. Vì vậy, có thể không có câu trả lời cuối cùng một cách rõ ràng và tốt hơn hết hãy xin ý kiến tư vấn của chuyên gia sở hữu trí tuệ để xây dựng một chiến lược sở hữu trí tuệ hoàn chỉnh cho sản phẩm của bạn.

Cho dù quyết định cuối cùng của bạn là gì đi nữa, thì tốt hơn hết là bạn hãy bắt đầu bảo hộ ít nhất là nhãn hiệu. Thậm chí, nếu nó chưa có nhiều giá trị vào thời điểm khai trương sản phẩm nhưng sự thành công của sản phẩm sẽ làm tăng giá trị nhãn hiệu ngay lập tức và trở thành một bộ phận quan trọng về hình ảnh và bản sắc của sản phẩm. Nhưng, lúc đó có thể là đã quá muộn! (Xem Câu hỏi 4).

3. Tại sao phải lưu ý đến sở hữu trí tuệ khi đưa ra quyết định xuất khẩu?

Để xây dựng một kế hoạch xuất khẩu và trước khi xuất khẩu sản phẩm, hầu hết các doanh nghiệp đều trải qua một số, nếu không phải là tất cả, các bước chủ yếu sau:

- Xác định thị trường xuất khẩu phù hợp;
- Tính toán nhu cầu và đòi hỏi của thị trường;
- Tìm kiếm đối tác địa phương và các kênh phân phối;
- Điều chỉnh sản phẩm, kiểu dáng, thương hiệu và bao bì thích ứng với thị trường mới;
- Thương lượng và ký kết các hợp đồng với đại diện bán hàng xuất khẩu, nhà phân phối, đối tác ở nước sở tại, nhà sản xuất và doanh nghiệp nhận li-xăng địa phương, v.v...;
- Xác định giá cho các thị trường xuất khẩu khác nhau;
- Lập ngân sách vận hành xuất khẩu và huy động vốn;
- Chuẩn bị các hợp đồng vận chuyển hàng xuất khẩu;
- Quảng cáo/tiếp thị sản phẩm tại thị trường xuất khẩu;
- Tham gia các hội trợ thương mại hoặc các sự kiện khác ở nước ngoài.

Có một số lý do để doanh nghiệp phải xem xét **các vấn đề sở hữu trí tuệ** khi xây dựng chiến lược xuất khẩu của mình – đặc biệt vì sở hữu trí tuệ có vai trò quan trọng và thường là chủ chốt trong hầu hết các bước nêu trên. Một số ví dụ dưới đây sẽ minh họa rõ hơn vấn đề này:

- **Giá sản phẩm** của bạn có thể bị ảnh hưởng bởi mức độ công nhận hay đánh giá thương hiệu hoặc nhãn hiệu bởi người tiêu dùng ở thị trường xuất khẩu, và mức độ cạnh tranh mà sản phẩm của bạn gặp phải từ các sản phẩm trùng hoặc tương tự (sự cạnh tranh có thể giới hạn thông qua việc bảo hộ sở hữu trí tuệ).
- Trong quá trình **huy động vốn**, việc nắm giữ bằng độc quyền sáng chế đối với các khía cạnh kỹ thuật sáng tạo của sản phẩm thường rất có ích trong việc thuyết phục các nhà đầu tư, các nhà đầu tư mạo hiểm hoặc ngân hàng tin vào các cơ hội kinh doanh đối với sản phẩm của bạn.
- Việc **điều chỉnh cho sản phẩm, kiểu dáng, nhãn mác hoặc bao bì sản phẩm phù hợp với (các) thị trường xuất khẩu** đòi hỏi những nỗ lực sáng tạo và/hoặc đổi mới mà có thể được bảo hộ thông qua hệ thống sở hữu trí tuệ, theo đó đảm bảo sự độc quyền đối với những điều chỉnh đó.
- Thương lượng **hợp đồng với các đối tác** cần phải tính đến các vấn đề liên quan đến việc sở hữu quyền sở hữu trí tuệ, đặc biệt khi sản phẩm được sản xuất ở nước ngoài hoặc sẽ được thay đổi, đóng gói hoặc phân phối bởi các đối tác nước ngoài. (Xem Câu hỏi 48).

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Quyền sở hữu trí tuệ và xuất khẩu: tránh những lỗi phổ biến. Esteban Burrone. WIPO. Trang web www.wipo.int/sme/en/documents/pdf/ip_exports.pdf. Thảo luận về những lỗi phổ biến mà các nhà xuất khẩu thường mắc phải.

Tài liệu hướng dẫn xuất khẩu của SBA. Cơ quan Quản lý doanh nghiệp nhỏ Hoa Kỳ. Trang web www.sba.gov/OIT/info/Guide-To-Exporting/. Tài liệu dành cho các doanh nghiệp nhỏ xuất khẩu từ Hoa Kỳ. Nội dung chủ yếu của Tài liệu liên quan đến các doanh nghiệp nhỏ trên toàn thế giới.

- Việc **tiếp thị** sản phẩm sẽ chủ yếu dựa vào hình ảnh thương hiệu công ty của bạn, được thể hiện trước hết ở nhãn hiệu, mà nếu không được bảo hộ, sẽ không thể hoặc rất khó khăn để thực thi nếu bị đối thủ cạnh tranh sao chép hay bắt chước.
- Thời điểm **tham gia vào các hội chợ thương mại hoặc triển lãm** có thể phụ thuộc vào việc bạn đã nộp đơn đăng ký bảo hộ sáng chế hay kiểu dáng hay chưa vì việc bộc lộ sớm sản phẩm sáng tạo có thể sẽ làm mất tính mới và cản trở bạn nộp đơn đăng ký bảo hộ sau đó (trừ khi “ân hạn” được quy định trong một số tình huống cụ thể ở nước liên quan) (xem Câu hỏi 30).
- Ngoài ra, có thể có **thông tin kinh doanh bí mật** liên quan đến hầu hết, nếu không phải là tất cả, các vấn đề được liệt kê trong các bước chủ yếu nêu trên. Những thông tin như vậy sẽ được hưởng lợi từ việc bảo hộ bí mật thương mại hay bảo hộ chống cạnh tranh không lành mạnh với điều kiện chúng chỉ được bộc lộ trong điều kiện “cần phải biết”, và chỉ sau khi đã ký các thỏa thuận bảo mật hoặc không công bố. Bản thân kế hoạch và chiến lược xuất khẩu cũng được coi là “bí mật kinh doanh” và nhìn chung, các công ty sẽ có lợi khi đảm bảo rằng chúng được bảo mật và không bị lộ ra với đối thủ cạnh tranh (xem Câu hỏi 37).

Một lý do quan trọng khác của việc quan tâm đến sở hữu trí tuệ là vì điều này giúp doanh nghiệp **nâng cao vị thế của mình ở thị trường xuất khẩu** và ngăn không cho các công ty khác bắt chước hoặc sao chép sản phẩm đã được bảo hộ bởi quyền tác giả, bởi các đặc điểm kỹ thuật có tính chức năng, bởi nhãn hiệu hoặc kiểu dáng. Nếu sản phẩm thành công ở nước ngoài, có thể là sớm muộn gì các công ty cạnh tranh cũng sẽ sản xuất sản phẩm trùng hoặc tương tự để cạnh tranh với sản phẩm xuất khẩu. Nếu không bảo hộ sở hữu trí tuệ, doanh nghiệp xuất khẩu có thể sẽ khó hoặc không thể ngăn chặn các công ty sản xuất hàng nhái và hậu quả sẽ dẫn đến sự sụt giảm lợi nhuận đáng kể.

Lý do thứ ba cần phải quan tâm đến các vấn đề sở hữu trí tuệ là bảo hộ sở hữu trí tuệ giúp doanh nghiệp **tiếp cận với các thị trường mới thông qua li-xăng, nhượng quyền thương mại hoặc thành lập liên doanh hoặc ký kết hợp đồng hợp tác với các công ty khác**. Quyền sở hữu trí tuệ giúp các công ty thương lượng các hợp đồng sản xuất, tiếp thị, phân phối hoặc vận chuyển hàng hóa và dịch vụ ở các thị trường nước ngoài với các công ty khác. Sở hữu trí tuệ cũng mang lại cho công ty của bạn sức mạnh thương lượng khi li-xăng công nghệ cho công ty khác quan tâm đến công nghệ, các tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả, kiểu dáng, nhãn hiệu, v.v... mà bạn đang sở hữu.

Cuối cùng, việc không quan tâm đến sở hữu trí tuệ có thể gây ra những thiệt hại nặng nề hoặc nghiêm trọng khi sản phẩm của bạn bị coi là xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ của người khác ở thị trường xuất khẩu có liên quan. Thậm chí, nếu một sáng chế, kiểu dáng hay nhãn hiệu không được bảo hộ ở nước bạn, điều này không có nghĩa là không có ai bảo hộ chúng ở thị trường xuất khẩu. Chẳng hạn, sản phẩm của bạn có thể có các đặc điểm kỹ thuật hoặc thẩm mỹ mà không được bảo hộ ở nước sở tại của bạn, nhưng lại được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ bởi một người khác ở thị trường xuất khẩu. Trường hợp này có thể đúng đối với nhãn hiệu.

Ngoài ra, điều quan trọng là phải lưu ý rằng nếu công ty đã ký hợp đồng li-xăng với công ty khác, theo đó, những công ty này có quyền bán sản phẩm nhất định ở thị trường trong nước của họ thì công ty có thể không có quyền bán sản phẩm đó tại các ở trường xuất khẩu. Tính độc quyền lãnh thổ và phạm vi li-xăng phải được quy định một cách cụ thể trong hợp đồng li-xăng và điều quan trọng là phải lưu ý điều này khi đàm phán hợp đồng li-xăng (xem Câu hỏi 46).

4. Các lỗi phổ biến nhất về sở hữu trí tuệ mà các nhà xuất khẩu thường mắc phải là gì?

Các nhà xuất khẩu thường chỉ nhận ra tầm quan trọng của việc bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ của họ khi đã quá muộn, nghĩa là khi họ đối mặt với các công ty làm hàng giả hoặc hàng nhái sản phẩm của họ hoặc khi họ bị cáo buộc xâm phạm quyền của người khác. Do đó, khi soạn thảo kế hoạch và chiến lược xuất khẩu, điều quan trọng là phải hiểu được môi trường sở hữu trí tuệ ở thị trường xuất khẩu tiềm năng, cũng như hiểu được tất cả các vấn đề khác về môi trường kinh doanh ở thị trường đó. Một số lỗi phổ biến nhất mà các nhà xuất khẩu thường mắc phải là:

- **Tin rằng bảo hộ sở hữu trí tuệ có tính toàn cầu.** Nhiều nhà xuất khẩu tin rằng bằng cách nộp đơn đăng ký bảo hộ nhãn hiệu, sáng chế hay kiểu dáng công nghiệp ở nước sở tại là họ sẽ tự động nhận được sự bảo hộ trên toàn thế giới. Nhưng, quyền sở hữu trí tuệ có tính lãnh thổ và các cơ quan sở hữu trí tuệ chỉ cấp sự bảo hộ theo pháp luật quốc gia (hay khu vực) có liên quan. Chỉ trong lĩnh vực quyền tác giả mới có bảo hộ rộng rãi và tự động ở nhiều nước. Để biết được về cách thức nộp đơn đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ ở nước ngoài, hãy xem Câu hỏi 61.
- **Cho rằng pháp luật và thủ tục bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ là giống nhau trên toàn thế giới.** Tuy đã có sự hài hòa hóa đáng kể về pháp luật và thủ tục bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ trên toàn thế giới, nhưng vẫn còn tồn tại khác biệt trong nhiều vấn đề ở các nước khác nhau. Ví dụ, ở Hoa Kỳ bằng độc quyền sáng chế được cấp theo nguyên tắc *cấp độc quyền cho người đầu tiên tạo ra sáng chế* (nghĩa là người nộp đơn có thể không được cấp bằng độc quyền sáng chế nếu có người khác chứng minh được rằng họ đã tạo ra sáng chế này trước đó), trong khi hầu hết nước khác cấp bằng độc quyền sáng chế theo nguyên tắc *cấp độc quyền cho người đầu tiên nộp đơn* (nghĩa là bằng độc quyền sáng chế sẽ được cấp cho người đầu tiên nộp đơn đăng ký bảo hộ sáng chế).
- **Không kiểm tra xem nhãn hiệu đã được đăng ký hay được sử dụng bởi đối thủ cạnh tranh ở thị trường xuất khẩu hay chưa.** Việc sử dụng nhãn hiệu trùng hoặc tương tự với một nhãn hiệu đã đăng ký hay đang được sử dụng bởi một công ty khác ở nước khác có thể bị coi là xâm phạm quyền nhãn hiệu của công ty đó. Công ty của bạn có thể bị yêu cầu ngừng sử dụng nhãn hiệu đó hoặc bị yêu cầu bồi thường thiệt hại cho hành vi xâm phạm. Đây có thể là một luồng gió lớn quét sạch toàn bộ chiến lược xuất khẩu và tiếp thị của công ty bạn. Việc tra cứu nhãn hiệu ở thị trường xuất khẩu có liên quan là một biện pháp cực kỳ cần thiết trước khi bắt đầu triển khai kế hoạch xuất khẩu của bạn và việc tra cứu này nên được thực hiện trước khi lựa chọn nhãn hiệu (xem Câu hỏi 24).
- **Không sử dụng các hệ thống bảo hộ khu vực hoặc quốc tế.** Đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ ở nhiều cơ quan sở hữu trí tuệ quốc gia có thể sẽ gây ra tốn kém. Các hệ thống bảo hộ khu vực và quốc tế, nếu có, là một cách thức có hiệu quả để đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ tại nhiều nước khác nhau trên thế giới (xem Câu hỏi 62-64).

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Quyền sở hữu trí tuệ và xuất khẩu: tránh những lỗi phổ biến. Esteban Burrone. WIPO. Trang web www.wipo.int/sme/en/documents/pdf/ip_exports.pdf. Thảo luận về những lỗi phổ biến mà các nhà xuất khẩu thường mắc phải.

- **Nộp đơn đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ ở nước ngoài quá muộn.** Đối với một số quyền sở hữu trí tuệ như sáng chế hay kiểu dáng công nghiệp, bạn nên đăng ký bảo hộ tại các nước xuất khẩu trong một thời hạn nhất định kể từ ngày nộp đơn trong nước. Thông thường, thời hạn này được coi là “thời hạn ưu tiên” (1 năm đối với sáng chế và giải pháp hữu ích và 06 tháng đối với nhãn hiệu và kiểu dáng công nghiệp). Việc không nộp đơn trong thời hạn ưu tiên có thể khiến bạn mất đi khả năng bảo hộ tại nước đó, và do đó, tạo ra lỗ hổng cho các công ty khác sao chép miễn phí sáng chế và kiểu dáng của bạn (xem Câu hỏi 60).
- **Bộc lộ thông tin quá sớm mà không có các hợp đồng/thỏa thuận bảo mật hay không bộc lộ.** Bộc lộ thông tin về đổi mới sản phẩm hay kiểu dáng mới nhất của bạn với đối tác kinh doanh tiềm năng, đại lý xuất khẩu, nhà phân phối hay đối tác bất kỳ khác trước khi nộp đơn đăng ký bảo hộ mà không có hợp đồng bằng văn bản yêu cầu giữ bí mật có thể sẽ khiến bạn mất quyền đối với sáng chế hay kiểu dáng của mình. Trên thực tế, việc đổi mới sản phẩm của bạn sẽ không còn được coi là mới và có khả năng được bảo hộ sáng chế nữa. Người khác có thể nộp đơn đăng ký bảo hộ sáng chế, điều đó có thể khiến bạn không được phép sử dụng sáng chế của chính mình. Điều tương tự cũng diễn ra đối với kiểu dáng công nghiệp.
- **Xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ của người khác.** Việc xuất khẩu sản phẩm mà không kiểm tra xem liệu sản phẩm đó có xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ của người khác ở thị trường nước ngoài có liên quan hay không có thể sẽ là một phi vụ tốn kém. Ví dụ, nếu bạn nhận li-xăng công nghệ từ một công ty khác, bạn phải chắc chắn rằng bạn có quyền xuất khẩu sản phẩm chứa công nghệ đó để tránh xâm phạm các quyền của chủ sở hữu. Nếu sản phẩm của bạn bị cho là xâm phạm theo cách đó, sản phẩm của bạn có thể sẽ bị bắt giữ tại cửa khẩu và việc phân phối sản phẩm sẽ bị cản trở hay ngừng hẳn, điều đó sẽ rất tốn kém, thậm chí có ý nghĩa quyết định đối với công việc kinh doanh của bạn.
- **Không xác định vấn đề sở hữu quyền sở hữu trí tuệ khi thuê lao động.** Nhiều công ty nhận dịch vụ sáng tạo, sản xuất hoặc thiết kế sản phẩm cho công ty khác, thường là các công ty ở nước ngoài. Nhưng các công ty này thường quên bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ của mình ở các nước đó hoặc quên quy định các vấn đề về quyền sở hữu kiểu dáng, sáng chế, phần mềm, v.v. trong hợp đồng với các nhà sản xuất nước ngoài. Nguy cơ chủ yếu là việc hiểu khác nhau về quyền sở hữu quyền sở hữu trí tuệ có thể sẽ nảy sinh giữa công ty giao việc và công ty ký hợp đồng nhận làm việc đó (xem Câu hỏi 43).
- **Tìm cách li-xăng sản phẩm ở thị trường mà sáng chế và kiểu dáng có liên quan không được bảo hộ.** Thay vì trực tiếp xuất khẩu sản phẩm, nhiều công ty cấp li-xăng cho các công ty khác để lấy một khoản phí trọn gói hoặc tiền phí li-xăng. Hợp đồng li-xăng thường có các quy định liên quan đến việc chia sẻ bí quyết công nghệ, cũng như cho phép sản xuất và/hoặc bán sản phẩm do bên cấp li-xăng phát triển. Điều quan trọng là phải bảo đảm rằng các quyền sở hữu trí tuệ có liên quan đến sản phẩm sẽ được li-xăng phải được bảo hộ đầy đủ ở nước có liên quan dù hợp đồng li-xăng có được thương lượng ở đâu và rằng hợp đồng phải có các điều khoản phù hợp xác định rõ vấn đề sở hữu đối với các quyền sở hữu trí tuệ đó (xem Câu hỏi 46).
- **Sử dụng nhãn hiệu không phù hợp với thị trường có liên quan.** Có rất nhiều ví dụ về các công ty chỉ khi bắt đầu tiếp thị sản phẩm hoặc dịch vụ ở thị trường nước ngoài mới nhận ra rằng nhãn hiệu của họ không phù hợp với thị trường đó vì (a) nhãn hiệu có ý nghĩa tiêu cực hoặc không hay theo ngôn ngữ hoặc văn hóa địa phương hoặc (b) nhãn hiệu không thể đăng ký ở cơ quan sở hữu trí tuệ quốc gia dựa trên cơ sở tuyền đối (xem Câu hỏi 19).

Tóm lại, có rất nhiều lý do để tin chắc rằng các vấn đề sở hữu trí tuệ cần phải được xem xét một cách thỏa đáng khi bạn xây dựng kế hoạch xuất khẩu và rằng bạn đã áp dụng đầy đủ các biện pháp để bảo đảm (a) không xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ của người khác một cách vô ý; và (b) hạn chế cơ hội của các đối thủ cạnh tranh trong việc chiếm đoạt các thành quả sáng chế và sáng tạo của công ty bạn.

5. Khi đã bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ ở trong nước, chúng có được bảo hộ tự động ở nước ngoài không?

Điều quan trọng cần phải lưu ý rằng quyền sở hữu trí tuệ là “**quyền có tính lãnh thổ**”, nghĩa là chúng thường chỉ được bảo hộ trong lãnh thổ một nước (ví dụ, nước Pháp) hoặc trong lãnh thổ một khu vực (ví dụ, trong lãnh thổ các nước thành viên của Tổ chức Sở hữu trí tuệ châu Phi (OAPI)) nơi đăng ký và nhận được sự bảo hộ. Vì vậy, một công ty đã nộp đơn đăng ký bảo hộ sáng chế, nhãn hiệu hay kiểu dáng công nghiệp hợp pháp ở thị trường nội địa và đã được cấp các quyền đó có thể sớm nhận thấy rằng các quyền đó không mang lại sự bảo hộ ở thị trường xuất khẩu, trừ khi các quyền đó đã được đăng ký và được cấp bởi cơ quan sở hữu trí tuệ quốc gia (hoặc khu vực) của thị trường xuất khẩu có liên quan. Để hiểu thêm về cách thức bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ ở nước ngoài, hãy xem Câu hỏi 61.

Các ngoại lệ

Có một số ngoại lệ đối với nguyên tắc này cần được đề cập ở đây. Thứ nhất, ở một số nước (chủ yếu là những nước có hệ thống pháp luật dựa trên “thông luật”, như Ôxtrâylia, Ấn Độ, Vương quốc Anh và Hoa Kỳ), **nhãn hiệu** có thể được bảo hộ thông qua việc sử dụng. Nghĩa là, khi nhãn hiệu đã được sử dụng trong lãnh thổ một nước có liên quan, nó sẽ nhận được sự bảo hộ ở một mức độ nhất định ngay cả khi chưa đăng ký. Tuy nhiên, ngay ở những nước mà nhãn hiệu có thể được bảo hộ thông qua việc sử dụng thì nhìn chung tốt hơn hết bạn hãy đăng ký nhãn hiệu vì điều này sẽ mang lại sự bảo hộ mạnh hơn và làm cho việc thực thi được dễ dàng và ít phiền toái hơn một cách đáng kể. Để biết thêm thông tin về nhãn hiệu, hãy xem Câu hỏi 18.

Thứ hai, nếu các quyền không yêu cầu tuân thủ các thủ tục hành chính để có được sự bảo hộ, như **quyền tác giả và quyền liên quan**, thì cũng không cần phải đăng ký ở nước ngoài để nhận được sự bảo hộ. Đối với quyền tác giả, tác phẩm văn học hoặc nghệ thuật (nhóm tác phẩm kể cả phần mềm máy tính) được bảo hộ tự động ngay khi tác phẩm được tạo ra, hoặc ở một số nước, ngay khi tác phẩm được định hình dưới dạng vật chất bất kỳ. Liên quan đến việc bảo hộ ở nước ngoài, một tác phẩm được công dân hoặc cư dân của một nước là thành viên của Công ước Berne về bảo hộ tác phẩm văn học và nghệ thuật hoặc thành viên của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) tạo ra sẽ được bảo hộ tự động ở tất cả các nước thành viên khác của Công ước Berne hay WTO. Hiện nay, tổ chức này có hơn 150 nước thành viên. Danh sách các nước thành viên của Công ước Berne được liệt kê tại Phụ lục VII. Để biết thêm thông tin về quyền tác giả và quyền liên quan, hãy xem Câu hỏi 31.

Tuy nhiên, trong tất cả các trường hợp khác, việc nộp đơn đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ là một điều kiện tiên quyết quan trọng để nhận được sự bảo hộ ở nước khác. Thông thường, đối với bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, việc sớm áp dụng các biện pháp là rất quan trọng nếu bạn muốn:

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Cơ sở dữ liệu pháp luật điện tử (CLEA). Trang web <http://clea.wipo.int/>. Cơ sở dữ liệu về sở hữu trí tuệ duy nhất. Cơ sở dữ liệu này cho phép truy cập các điều ước quốc tế đa phương và pháp luật sở hữu trí tuệ của nhiều nước.

- Đáp ứng thời hạn nộp đơn đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ ở nước ngoài (hãy xem Câu hỏi 60);
- Hạn chế việc bộc lộ để tránh bị sao chép hay bắt chước;
- Phát hiện kịp thời liệu sản phẩm sẽ định xuất khẩu có xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ của chủ sở hữu quyền khác hay không để tránh việc kiện tụng tốn kém hoặc không thể đưa sản phẩm đến với thị trường mong muốn;
- Làm cho việc đàm phán hợp đồng li-xăng, nhượng quyền thương mại hoặc các hợp đồng khác với doanh nghiệp khác trở nên dễ dàng mà không sợ bị mất quyền sở hữu trí tuệ vào tay người khác.

(Chi tiết về cách thức bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ ở các nước khác có tại Câu hỏi 61).

6. Có phải tất cả các nước đều bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ không?

Hầu như mọi quốc gia trên thế giới đều có pháp luật bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ. Qua nhiều năm, pháp luật sở hữu trí tuệ của các nước đã có sự hài hoà hoá đáng kể, và ngày nay, hầu hết các nước đều ban hành pháp luật bảo hộ các loại hình chính của quyền sở hữu trí tuệ (sáng chế, nhãn hiệu, kiểu dáng công nghiệp, quyền tác giả và quyền liên quan).

Hai trụ cột chính của hệ thống sở hữu trí tuệ quốc tế là Công ước Paris và Công ước Berne lần lượt được thông qua vào các năm 1883 và 1886. Tiếp đó, nhiều điều ước quốc tế khác cũng đã được thông qua nhằm bảo đảm rằng hệ thống sở hữu trí tuệ phù hợp với các xu hướng và giá trị hiện tại. Năm 1995, việc các hiệp định thành lập Tổ chức Thương mại thế giới có hiệu lực đã làm cho pháp luật về sở hữu trí tuệ của các thành viên WTO được hài hoà sâu sắc hơn khi mà tất cả các thành viên (146 thành viên tính đến tháng 11/2003) đã phê chuẩn Hiệp định về các khía cạnh liên quan đến thương mại của quyền sở hữu trí tuệ (gọi tắt là Hiệp định TRIPS), trong đó thiết lập các tiêu chuẩn tối thiểu liên quan đến việc bảo hộ một số loại quyền sở hữu trí tuệ chính.

Trong những năm gần đây, các công nghệ mới, như Internet hay công nghệ sinh học, liên tục đặt ra những thách thức mới cho hệ thống này. Tuy mỗi nước giải quyết những thách thức này theo cách thức có khác nhau thì ngày càng có nhiều nỗ lực được thực hiện để bảo đảm quá trình hài hoà hoá luật pháp tiếp tục diễn ra. Ví dụ, Hiệp ước về quyền tác giả của WIPO và Hiệp ước về ghi âm và biểu diễn của WIPO (được gọi chung là “các Hiệp ước Internet”) đã có hiệu lực lần lượt vào tháng 3 và tháng 5/2002, là những hiệp ước tạo ra nền tảng để bảo vệ lợi ích của các nhà sáng tạo trên môi trường mạng, giúp cho các nhạc sỹ, nghệ sỹ, nhà văn, người biểu diễn và nhà sản xuất các bản ghi âm/ghi hình có thể yên tâm sử dụng Internet để sáng tạo, phân phối và quản lý việc sử dụng tác phẩm của họ trong môi trường kỹ thuật số.

Tuy nhiên, điều quan trọng là cần phải lưu ý rằng có những khác biệt đáng kể trong việc vận hành hệ thống sở hữu trí tuệ ở các nước hay khu vực khác nhau và tốt hơn hết hãy tìm hiểu hệ thống pháp luật sở hữu trí tuệ liên quan hoặc xin tư vấn của luật sư sở hữu trí tuệ để hiểu thêm về hệ thống sở hữu trí tuệ ở nước mà công ty bạn quan tâm.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Các điều ước quốc tế và các nước thành viên. Trang web www.wipo.int/treaties. Tổng quan về các điều ước quốc tế chính về sở hữu trí tuệ do WIPO quản lý và các chi tiết về các nước thành viên của các hiệp ước này.

Sở hữu trí tuệ: bảo hộ và thực thi. Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), Trang tâm William Rappard, Rue de Lausanne 154, CH-1211 Geneva 21, Thụy Sĩ. Điện thoại: +41 22 739 51 11. Fax: +41 22 731 42 06. E-mail: enquiries@wto.org. Trang web www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/agrm7_e.htm. Một tài liệu giới thiệu tổng quan về sở hữu trí tuệ và Hiệp định TRIPS.

Cơ sở dữ liệu pháp luật điện tử (CLEA). Trang web <http://clea.wipo.int/>. Cơ sở dữ liệu về sở hữu trí tuệ duy nhất. Cơ sở dữ liệu này cho phép truy cập các điều ước quốc tế đa phương và pháp luật sở hữu trí tuệ của nhiều nước.

7. Có thể tìm thông tin về bảo hộ sở hữu trí tuệ và các thủ tục có liên quan của các nước khác ở đâu?

Địa chỉ tốt nhất để bạn bắt đầu tìm kiếm thông tin về các quy định và thủ tục bảo hộ sở hữu trí tuệ ở nước bạn hoặc ở nước bất kỳ khác là tại (các) cơ quan sở hữu trí tuệ của nước đó. **Cơ quan sở hữu trí tuệ** thường là một cơ quan của chính phủ và thường thuộc sự quản lý của một Bộ nhất định (ví dụ, Bộ Công thương).

Trong khi ở một số nước chỉ có duy nhất một cơ quan sở hữu trí tuệ quản lý tất cả các quyền sở hữu trí tuệ (ví dụ, Cơ quan Sở hữu trí tuệ quốc gia Singapore), thì ở nhiều nước khác, có cơ quan quyền sở hữu công nghiệp (sáng chế, nhãn hiệu và kiểu dáng công nghiệp, v.v.), thường được gọi là **Cơ quan Sở hữu công nghiệp**, và một cơ quan riêng chịu trách nhiệm quản lý quyền tác giả và quyền liên quan. Ở nhóm nước thứ ba, việc cấp bằng độc quyền sáng chế và đăng ký nhãn hiệu thuộc nhiệm vụ của các cơ quan khác nhau. Thông tin liên hệ của tất cả các cơ quan sở hữu trí tuệ (kể cả các cơ quan sở hữu công nghiệp và cơ quan quyền tác giả) có thể tìm thấy được trên trang web tại địa chỉ sau: www.wipo.int/news/en/links/index.htm. Ngoài ra, Phụ lục II của Tài liệu này cũng có một danh mục trang web của các cơ quan sở hữu công nghiệp và quyền tác giả để tham khảo nhanh.

Các tổ chức đại diện và luật sư sở hữu trí tuệ cũng có thể là một nguồn thông tin và tư vấn hữu ích về các vấn đề sở hữu trí tuệ. Các tổ chức đại diện và luật sư sở hữu trí tuệ là các nhà cung cấp dịch vụ thuộc khu vực tư nhân có đủ năng lực đại diện cho khách hàng trong quá trình nộp đơn và/hoặc bảo vệ quyền lợi của khách hàng tại tòa án trong trường hợp có tranh chấp về sở hữu trí tuệ. Nhiều nước yêu cầu các công ty nước ngoài phải sử dụng các đại diện sở hữu trí tuệ của nước sở tại trong quá trình đăng ký sáng chế hay nhãn hiệu.

Cuối cùng, bạn có thể nghiên cứu hệ thống pháp luật quốc gia để có những thông tin chi tiết về việc bảo hộ sở hữu trí tuệ ở nước đó. Trang web của WIPO bao gồm một tập hợp các văn bản pháp luật sở hữu trí tuệ quốc gia và có thể truy cập miễn phí tại địa chỉ <http://clea.wipo.int/>.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Cơ sở dữ liệu pháp luật điện tử (CLEA). Trang web <http://clea.wipo.int/>. Cơ sở dữ liệu về sở hữu trí tuệ duy nhất. Cơ sở dữ liệu này cho phép truy cập các điều ước quốc tế đa phương và pháp luật sở hữu trí tuệ của nhiều nước.

Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới (WIPO). Trang web www.wipo.int/news/en/links. Gồm danh bạ các cơ quan sở hữu trí tuệ của các nước khác nhau trên thế giới.

*Những vấn đề cơ bản
về sáng chế*

8. Bằng độc quyền sáng chế là gì?

Bằng độc quyền sáng chế là độc quyền được cấp để bảo hộ **sáng chế**. Bằng độc quyền sáng chế mang lại cho chủ sở hữu độc quyền ngăn cấm người khác khai thác thương mại sáng chế trong một thời hạn nhất định để đổi lại việc họ phải bộc lộ sáng chế cho công chúng. Vì vậy, chủ sở hữu bằng độc quyền sáng chế (người được cấp hoặc chủ sở hữu bằng độc quyền sáng chế) có thể ngăn cấm người khác sản xuất, sử dụng, chào bán, bán hoặc nhập khẩu sáng chế được bảo hộ mà không có sự cho phép và có thể kiện ra toà bất kỳ ai khai thác sáng chế được bảo hộ mà không được phép của họ.

Triết lý của hệ thống sở hữu trí tuệ là tưởng thưởng về tài chính thu được từ việc khai thác sáng chế và bộc lộ sáng chế để công chúng biết và sử dụng nhằm khuyến khích sự sáng tạo và nâng cao trình độ công nghệ của khu vực công nghiệp quốc gia, và những lợi ích rõ rệt về thương mại.

Một sự thật hiển nhiên là không phải tất cả các doanh nghiệp đều phát triển được sáng chế có khả năng bảo hộ thì cũng có sự hiểu lầm rằng bằng độc quyền sáng chế chỉ áp dụng đối với quy trình và sản phẩm hoá lý phức tạp, hoặc rằng chúng chỉ hữu ích cho các tập đoàn lớn. Nhìn chung, bằng độc quyền sáng chế có thể được cấp cho lĩnh vực công nghệ bất kỳ, từ cái kẹp giấy đến máy vi tính. Hiện tại, có hàng ngàn bằng độc quyền sáng chế đã được cấp cho các sản phẩm đơn giản trong cuộc sống hàng ngày như bút, chai thủy tinh, sợi dệt hay xe đạp.

Để được cấp bằng độc quyền sáng chế, bạn phải **nộp đơn đăng ký vào cơ quan sáng chế quốc gia hoặc khu vực** (xem Phụ lục II để biết danh sách các cơ quan sáng chế quốc gia và khu vực). Trong đơn đăng ký, bạn phải mô tả sáng chế của mình và so sánh với các công nghệ có trước trong lĩnh vực tương ứng. Thông thường, bạn có thể nhận mẫu đơn đăng ký tại cơ quan sáng chế. Để biết thêm thông tin về cách thức đăng ký bảo hộ sáng chế ở nước khác, hãy xem Câu hỏi 62.

Độc quyền này được cấp trong một thời hạn nhất định, thường là **20 năm** kể từ ngày nộp đơn với điều kiện chủ sở hữu bằng độc quyền sáng chế phải nộp phí duy trì hiệu lực hằng năm, và chỉ có hiệu lực ở nước mà bạn đăng ký bảo hộ.

Việc bảo hộ pháp lý chống lại hành vi xâm phạm độc quyền sáng chế bất kỳ (xâm phạm) không có được một cách tự động, mà dựa trên đề nghị của chủ sở hữu bằng độc quyền sáng chế. Do vậy, chủ sở hữu bằng độc quyền sáng chế cần phải giám sát hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp khác nếu muốn thực thi độc quyền sáng chế của mình.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Cổng thông tin điện tử về sáng chế của WIPO. Trang web www.wipo.int/patent/en/. Gồm các đường liên kết đến các trang web khác về sáng chế của WIPO.

Thư viện quốc gia Anh. Trang web www.bl.uk/services/information/patents.html. Cung cấp các đường liên kết hữu ích về sáng chế, cơ sở dữ liệu tra cứu, danh mục các câu hỏi thường gặp về sáng chế.

Bảo hộ sáng chế: Bằng độc quyền sáng chế và các hình thức bảo hộ khác. WIPO. Năm 1997. Trang web www.wipo.int/sme/en/activities/meetings/pdf/ip_add97_2.pdf. Tài liệu giới thiệu về sáng chế, cơ sở bảo hộ sáng chế, các điều kiện và nội dung bảo hộ.

Sở hữu trí tuệ và công nghệ sinh học: Tài liệu đào tạo. APEC. Năm 2001. Trang web www.apcepeg.org/library/resources/biotech.asp. Thông tin thực tiễn và liên quan đến sáng chế, cũng như các thông tin liên quan đến doanh nghiệp phi công nghệ sinh học.

9. Làm thế nào để xác định được sản phẩm có khả năng bảo hộ sáng chế hay không?

Để được bảo hộ sáng chế, sản phẩm của bạn phải:

- Thuộc đối tượng có khả năng bảo hộ sáng chế;
- Là một sáng chế;
- Có tính mới;
- Có trình độ sáng tạo;
- Có khả năng áp dụng công nghiệp

Bằng độc quyền sáng chế được cấp cho **sáng chế**. Vậy, sáng chế là gì? Nhìn chung, ở nhiều nước, “sáng chế” được mô tả là một giải pháp cho một vấn đề kỹ thuật. Vấn đề này có thể là cũ hay mới, nhưng giải pháp, để đủ điều kiện được gọi là sáng chế, phải là mới. Việc đơn thuần tìm ra một thứ bất kỳ đã tồn tại trong tự nhiên, mà chúng ta thường gọi là phát minh, sẽ không phải là sáng chế. Sáng chế cần có sự can thiệp của con người. Vì vậy, một chất được chiết xuất từ thực vật trong tự nhiên có thể là một sáng chế. Sáng chế không nhất thiết phải là một cái gì đó phức tạp hay công nghệ cao. Thậm chí cái kẹp giấy hay tăm xỉa răng cũng có thể là một sáng chế nếu nó giải quyết được một vấn đề kỹ thuật hiện tại.

Mặc dù đúng là một số sáng chế là kết quả của một quá trình nghiên cứu và phát triển (R&D) lâu dài hoặc một sự đầu tư lớn, nhưng bạn vẫn có thể dễ dàng tìm ra ví dụ về các sáng chế đơn giản nhưng vĩ đại trước đây trong nhiều lĩnh vực của cuộc sống hằng ngày.

Nói chung, để được cấp bằng độc quyền, một sáng chế phải đáp ứng đầy đủ các điều kiện sau. Nó phải thuộc vào nhóm **đối tượng có khả năng bảo hộ sáng chế**. Nó phải là **mới**, nghĩa là có đặc tính mới nào đó mà chưa được biết đến trong **kho kiến thức hiện có** thuộc lĩnh vực kỹ thuật của nó. Kho kiến thức này được gọi là **“tình trạng kỹ thuật”**. Sáng chế phải có **trình độ sáng tạo**, nghĩa là nó không thể được tạo ra một cách dễ dàng bởi người bất kỳ có kiến thức trung bình trong lĩnh vực kỹ thuật đó. Cuối cùng, nó phải có **khả năng áp dụng công nghiệp**.

Tính mới

Một sáng chế là mới (hay theo thuật ngữ trong pháp luật sáng chế), “có tính mới” nếu có sự khác biệt giữa sáng chế với kiến thức hiện có hoặc “giải pháp kỹ thuật đã biết”.

Có sự khác nhau giữa các nước về “giải pháp kỹ thuật đã biết”. Ở nhiều nước châu Âu, sáng chế bất kỳ được thể hiện trong các tài liệu dạng giấy ở địa điểm bất kỳ trên thế giới hoặc được biết đến hoặc được sử dụng ở bất cứ nơi nào trên thế giới, đều cấu thành giải pháp kỹ thuật đã biết và do đó, sẽ làm mất tính mới của sáng chế. Do vậy, công bố bản mô tả sáng chế trước khi nộp đơn đăng ký có thể khiến sáng chế của bạn mất đi tính mới về mặt kỹ thuật và không được cấp bằng độc quyền sáng chế.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Khi nào giải pháp kỹ thuật đã biết chống lại việc cấp bằng độc quyền sáng chế? Arnoud Engelfriet. Năm 2002. Trang web www.iusmentis.com/sáng_chế/priorart/. Một tài liệu dễ hiểu về những gì tạo thành giải pháp kỹ thuật đã biết.

Sở hữu trí tuệ và công nghệ sinh học: Tài liệu đào tạo. APEC. Năm 2001. Trang web www.apecipeg.org/library/resources/biotech.asp. Thông tin thực tiễn và liên quan đến sáng chế, cũng như các thông tin liên quan đến doanh nghiệp phi công nghệ sinh học.

Ở một số nước khác, việc sử dụng ở nước ngoài sẽ không cấu thành giải pháp kỹ thuật đã biết vì sẽ rất khó để chứng minh điều đó. Ngoài ra, một số nước (ví dụ, Hoa Kỳ) quy định ân hạn 12 tháng tính từ thời điểm tác giả sáng chế bộc lộ sáng chế, theo đó, trong thời hạn này tác giả sáng chế có thể nộp đơn đăng ký cho sáng chế đó mà không bị mất tính mới.

Trình độ sáng tạo (tính không hiển nhiên)

Sáng chế được coi là có “trình độ sáng tạo” nếu nó là không hiển nhiên đối với người bất kỳ có trình độ trong lĩnh vực kỹ thuật của nó; nói cách khác, một chuyên gia có trình độ trung bình không thể tạo ra sáng chế theo một quy trình thông thường.

Đây là sự kiểm tra mang tính chủ quan và khó giải thích và khó áp dụng. Có một số lượng đáng kể trường hợp mà thẩm định viên và người nộp đơn hoặc luật sư sáng chế không đạt được sự nhất trí về trình độ sáng tạo của sáng chế và quyết định cuối cùng phải được đưa ra tại toà án. Cũng có không ít các quyết định của thẩm định viên của cơ quan sáng chế bị toà án bác bỏ hay quyết định của toà án cấp dưới bị toà án cấp trên bác bỏ.

Theo các quyết định trước đây của toà án, một số ví dụ về những thứ bị coi là thiếu trình độ sáng tạo là: sự thay đổi kích thước đơn thuần; làm cho có thể vận chuyển được; hoán đổi các bộ phận; thay đổi nguyên liệu; sự kết hợp của các bộ phận; hay sự thay thế đơn thuần bởi bộ phận hay chức năng tương đương. Những giải pháp này không được coi là có đủ trình độ sáng tạo để được cấp bằng độc quyền sáng chế. Tuy nhiên, chúng có thể đủ điều kiện để được bảo hộ dưới dạng giải pháp hữu ích. (Xem Câu hỏi 12).

Khả năng áp dụng công nghiệp

Sáng chế phải có khả năng được chế tạo ra hoặc được sử dụng trong ngành công nghiệp bất kỳ. Nghĩa là sáng chế phải mang hình dạng thực tế của một dụng cụ hay thiết bị, một sản phẩm như nguyên liệu hay chất liệu mới hoặc một quy trình công nghiệp hoặc phương pháp vận hành.

Theo nghĩa rộng nhất, công nghiệp có nghĩa là hình thức hoạt động bất kỳ khác với hoạt động trí tuệ hoặc thẩm mỹ thuần túy. Bản thân một ý tưởng không thể được bảo hộ sáng chế, trừ khi nó là một sáng chế được coi là có khả năng áp dụng công nghiệp. Khái niệm “công nghiệp” bao gồm cả “nông nghiệp”.

Đối tượng không được bảo hộ với danh nghĩa là sáng chế

Hơn nữa, không phải tất cả các sáng chế đều có khả năng được bảo hộ sáng chế. Để được bảo hộ, sáng chế phải thuộc các đối tượng có khả năng được bảo hộ sáng chế. Nếu bạn quan tâm đến việc bảo hộ độc quyền cho sáng chế của mình thì trước tiên bạn phải tìm hiểu các quy định về các đối tượng có khả năng được bảo hộ sáng chế trong pháp luật sở hữu trí tuệ quốc gia vì các quy định này là khác nhau ở mỗi nước.

Phụ thuộc vào pháp luật về sáng chế của mỗi nước, một trong số các đối tượng dưới đây có thể không được bảo hộ với danh nghĩa là sáng chế:

- Các phát minh về vật liệu và chất có trong tự nhiên;
- Lý thuyết khoa học hoặc phương pháp toán học;
- Cây trồng hoặc vật nuôi (hoặc giống của chúng) mà không phải là chủng vi sinh hoặc các quy trình về cơ bản mang bản chất sinh học để sản xuất động vật hoặc thực vật (hoặc giống của chúng) mà không phải là quy trình vi sinh;

- Kế hoạch, quy tắc hoặc phương pháp để thực hiện các hoạt động kinh doanh hoặc thực hiện các hoạt động trí óc đơn thuần hoặc chơi trò chơi;
- Phương pháp chữa bệnh cho người và động vật, hoặc phương pháp chẩn đoán được thực hiện trên người hoặc động vật (mà không phải là các sản phẩm sử dụng trong các phương pháp đó);
- Sáng chế bất kỳ nếu việc ngăn cấm khai thác thương mại là cần thiết để bảo vệ trật tự xã hội, đạo đức hoặc sức khoẻ cộng đồng.

10. Tại sao phải bảo hộ sáng chế cho sản phẩm hoặc quy trình sáng tạo của mình?

Bảo hộ độc quyền cho sáng chế có thể là một lợi thế tốt và mang lại cho công ty bạn quyền độc quyền sử dụng và khai thác sáng chế đến 20 năm tính từ ngày nộp đơn đăng ký. Hơn nữa, việc bảo hộ sáng chế có thể mang lại:

- **Vị thế mạnh trên thị trường.** Thông qua những quyền độc quyền đó, bạn có thể ngăn cấm người khác sử dụng sáng chế được bảo hộ của bạn với mục đích thương mại, qua đó làm giảm áp lực cạnh tranh và tạo cho bạn có ưu thế vượt trội trên thị trường.
- **Lợi nhuận đầu tư cao hơn.** Khi đã đầu tư đáng kể lượng tiền bạc và thời gian để phát triển sản phẩm sáng tạo, sau đó với độc quyền được cấp, bạn có thể thương mại hoá sáng chế để thu được lợi nhuận cao hơn từ việc đầu tư đó.
- **Cơ hội bán hay li-xăng sáng chế.** Nếu không thể tự khai thác, bạn có thể bán hoặc li-xăng quyền thương mại hoá sáng chế cho công ty khác. Việc lựa chọn cách thức li-xăng - nghĩa là sử dụng bằng độc quyền sáng chế để thu phí bằng cách li-xăng sáng chế cho công ty khác có năng lực thương mại hoá. Biện pháp này không những tiết kiệm tiền cho bạn, mà còn mang lại cho bạn một nguồn thu nhập từ sáng chế của bạn, hoặc của nhân viên của bạn mà không cần đầu tư để thương mại hoá nó.
- **Nâng cao sức mạnh đàm phán.** Nếu bạn đang tham gia vào quá trình thương lượng để tiếp nhận quyền sử dụng sáng chế từ công ty khác thông qua một hợp đồng li-xăng thì hồ sơ về sáng chế sẽ làm tăng sức mạnh thương lượng của bạn. Nghĩa là hồ sơ sáng chế của bạn chứng tỏ sự quan tâm đáng kể của công ty bạn với đối tượng đang đàm phán và có thể đạt được một hợp đồng li-xăng trao đổi, trong đó, nói một cách đơn giản, độc quyền sáng chế có thể được trao đổi giữa công ty của bạn và công ty kia.
- **Xây dựng hình ảnh tích cực về công ty bạn.** Các đối tác kinh doanh, nhà đầu tư và cổ đông có thể nhận thức được tài sản sáng chế là biểu hiện của kiến thức chuyên môn, khả năng chuyên môn hoá và năng lực công nghệ cao của công ty bạn. Điều này có thể có ích khi huy động vốn, tìm kiếm đối tác kinh doanh mới và nâng cao giá trị của công ty bạn trên thị trường.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Vai trò của quyền sở hữu trí tuệ trong việc nâng cao khả năng cạnh tranh và phát triển doanh nghiệp. Peter Cordsen. WIPO. Năm 1998. Trang web www.wipo.int/sme/en/activities/meetings/ip_han_98/ip_han98_5b.pdf. Tập trung vào vai trò của thông tin sáng chế trong hoạt động kinh doanh.

Vai trò của quyền sở hữu trí tuệ trong việc nâng cao khả năng cạnh tranh và phát triển doanh nghiệp. Kari Sipilä. WIPO. Năm 1999. Trang web www.wipo.int/sme/en/activities/meetings/pdf/ipr_mct99_5a.pdf. Bàn luận về lợi ích của việc bảo hộ sáng chế.

Xây dựng chiến lược sở hữu trí tuệ cho các doanh nghiệp. Mart Leesti. WIPO. Năm 1998. Trang web www.wipo.int/sme/en/activities/meetings/ip_han_98/ip_han98_7c.pdf. Quan điểm và kiến nghị về xây dựng chiến lược sở hữu trí tuệ.

Chiến lược sở hữu trí tuệ đối với doanh nghiệp. Stephen C. Glazier. Tái bản lần thứ 3. Viện Pháp luật và Kinh doanh LBI. Năm 2003. Giá 34.95 đôla Mỹ. Có tại trang web www.amazon.com/. Giải quyết các khía cạnh thực tiễn trong việc quản lý chiến lược sở hữu trí tuệ.

Cuộc chiến ở thành Aten: Khai dậy giá trị tiềm ẩn của sáng chế. Kevin G. Rivette và David Kline. Trường Đại học kinh doanh Harvard ấn hành. Năm 1999. giá 27.50 đôla Mỹ. Nhà xuất bản Đại học Kinh doanh Harvard, 60 Harvard Way, Boston, MA 02163, Hoa Kỳ. Điện thoại: +1 617 783 7500. Fax: +1 617 783 7555. E-mail: corpcustserv@hbsp.harvard.edu. Cũng có tại www.amazon.com/. Đưa ra các khuyến nghị về cách thức sử dụng sở hữu trí tuệ như tài sản của doanh nghiệp và công cụ kinh doanh chiến lược nhằm nâng cao khả năng thành công của doanh nghiệp, cùng các ví dụ về các công ty nổi tiếng.

11. Điều gì xảy ra nếu không bảo hộ sáng chế cho sản phẩm hay quy trình sáng tạo của mình?

Đăng ký bảo hộ sáng chế không phải luôn là giải pháp đúng đắn đối với doanh nghiệp của bạn. Tốt hơn hết hãy đánh giá cẩn thận giữa chi phí và lợi ích của việc bảo hộ sáng chế trước khi bắt đầu quá trình đăng ký này. Do đó, bạn phải hiểu rõ điều gì có thể xảy ra nếu doanh nghiệp của bạn quyết định không đăng ký bảo hộ sáng chế của bạn:

Người khác có thể đăng ký bảo hộ cho sáng chế đó. Ở hầu hết các nước (trừ Hoa Kỳ), khi có nhiều hơn một người hoặc doanh nghiệp cùng nộp đơn đăng ký bảo hộ cùng một sáng chế thì người hay doanh nghiệp nộp đơn đầu tiên sẽ có quyền đối với sáng chế. Điều này có nghĩa là, nếu bạn không đăng ký bảo hộ cho sáng chế của bạn hoặc sáng chế của người làm thuê, hoặc nếu bạn nộp đơn đăng ký quá muộn thì người khác - có thể là người phát triển sáng chế trùng hoặc tương tự sau đó - có thể được cấp văn bằng bảo hộ. Sau đó, chủ sở hữu bằng độc quyền sáng chế đó sẽ có thể loại trừ một cách hợp pháp doanh nghiệp của bạn ra khỏi thị trường, hạn chế các hoạt động tiếp tục của quyền sử dụng có trước (nếu pháp luật sáng chế quy định ngoại lệ này) hoặc yêu cầu doanh nghiệp của bạn phải trả phí li-xăng cho việc sử dụng sáng chế đó.

Đối thủ cạnh tranh sẽ lợi dụng sáng chế của bạn. Nếu sản phẩm của bạn được thương mại hóa thành công trên thị trường, nhiều công ty cạnh tranh khác sẽ cố gắng sản xuất các sản phẩm tương tự bằng cách sử dụng sáng chế của bạn mà không trả tiền cho việc sử dụng đó. Các công ty lớn hơn có thể tận dụng quy mô sản xuất để sản xuất ra sản phẩm có giá thành rẻ hơn và cạnh tranh trên thị trường với một mức giá hấp dẫn hơn. Điều này có thể làm giảm đáng kể thị phần của công ty bạn đối với sản phẩm đó. Thậm chí, các công ty cạnh tranh nhỏ có thể sản xuất sản phẩm tương tự và bán với mức giá thấp hơn vì họ không phải thu hồi chi phí nghiên cứu và triển khai (R&D) giống như công ty của bạn đã làm.

Khả năng li-xăng, bán hoặc chuyển giao công nghệ sẽ bị cản trở nghiêm trọng. Không ai sẵn lòng trả một khoản tiền để có được quyền sử dụng một thứ mà không thuộc sở hữu của bất kỳ ai. Nếu không bảo hộ sở hữu trí tuệ, cơ hội li-xăng công nghệ cho người khác để thu phí thù lao bị cản trở nghiêm trọng. Hơn nữa, trong cuộc đàm phán chuyển giao công nghệ bất kỳ mà không được bảo hộ sở hữu trí tuệ thì các bên thường thận trọng không dám bộc lộ sáng chế của mình vì lo sợ rằng bên kia có thể “bỏ chạy cùng sáng chế”. Việc bảo hộ sáng chế sẽ hạn chế rủi ro xảy ra vì chủ sở hữu sáng chế có độc quyền hợp pháp đối với việc sử dụng sáng chế.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tổ chức Sở hữu thế giới (WIPO), Phòng Doanh nghiệp vừa và nhỏ, 34 chemin des Colombettes, 1211 Geneva 20, Thụy Sĩ.
Fax: +41 22 338 8760. E-mail: sme@wipo.int. Trang web: www.wipo.int/sme. Cung cấp thông tin về sáng chế, sử dụng trong kinh doanh và các ví dụ về những công ty sử dụng thành công sáng chế trong kinh doanh.

12. Giải pháp hữu ích là gì?

Ở một số nước, sáng chế có thể được bảo hộ dưới dạng giải pháp hữu ích, còn được gọi là “sáng chế đổi mới”, “sáng kiến hữu ích” hoặc “sáng chế ngắn hạn”.

Các điểm khác nhau chủ yếu giữa giải pháp hữu ích và sáng chế là:

- Các điều kiện để có được sự bảo hộ dưới dạng giải pháp hữu ích ít chặt chẽ hơn so với sáng chế. Trong khi giải pháp hữu ích luôn phải đáp ứng điều kiện về “tính mới” thì điều kiện về “trình độ sáng tạo” hay “tính không hiển nhiên” có thể là ít hơn hoặc thậm chí là không cần thiết. Trên thực tế, việc bảo hộ dưới dạng giải pháp hữu ích thường được thực hiện đối với các sáng kiến có tính chất bổ sung và có thể không đáp ứng các điều kiện bảo hộ đối với sáng chế.
- Thời hạn bảo hộ đối với giải pháp hữu ích thường ngắn hơn so với sáng chế và khác nhau giữa các nước (thường từ 7 đến 10 năm và không được gia hạn).
- Ở hầu hết các nước có quy định bảo hộ giải pháp hữu ích, các cơ quan sáng chế thường không thẩm định nội dung đơn trước khi đăng ký. Điều này có nghĩa là quá trình đăng ký thường đơn giản và nhanh hơn, thường mất trung bình khoảng 6 tháng.
- Đăng ký bảo hộ và duy trì hiệu lực của giải pháp hữu ích rẻ hơn nhiều so với đăng ký bảo hộ sáng chế.
- Ở một số nước, việc bảo hộ giải pháp hữu ích chỉ được cấp cho một số lĩnh vực công nghệ nhất định, và bảo hộ đối với sản phẩm mà không bảo hộ quy trình.

Do đó, việc đăng ký bảo hộ dưới hình thức giải pháp hữu ích sẽ phù hợp hơn so với đăng ký bảo hộ dưới dạng độc quyền sáng chế nếu bạn muốn bảo hộ một sản phẩm có vòng đời ngắn hoặc khi bạn muốn tránh phải đợi trong thời gian dài.

Một số nước cho phép nộp đơn đăng ký bảo hộ đồng thời cả sáng chế và giải pháp hữu ích để bạn có thể được hưởng thành quả từ sáng chế của bạn sớm hơn trong khi chờ đợi thời gian cấp bằng độc quyền sáng chế tương đối dài. Nhưng khi được cấp bằng độc quyền sáng chế thì thông thường bạn phải lựa chọn một trong hai hình thức bảo hộ cho sáng chế của bạn, nghĩa là bạn không thể nhận được đăng ký cho cả sáng chế và giải pháp hữu ích cùng một lúc cho cùng một sản phẩm.¹

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Ladas & Parry. Trang web www.ladas.com/patents/patentPractice/Pettypatents/PettyP_c.html. Tài liệu giới thiệu về giải pháp hữu ích (sáng chế nhỏ), những ưu điểm và khác biệt so với sáng chế.

Có thể đăng ký giải pháp hữu ích ở đâu? WIPO. Trang web www.wipo.int/sme/en/ip_business/utility_models/where.htm. Danh sách các nước bảo hộ giải pháp hữu ích.

¹ Ví dụ, hãy xem Tài liệu giới thiệu về Sáng chế đổi mới của Ôxtrâyliya tại www.ipaustralia.gov.au/patents/what_innovation.shtml.

13. Thủ tục đăng ký bảo hộ sáng chế như thế nào?

Bước đầu tiên của việc bảo hộ sáng chế là nộp **đơn đăng ký sáng chế**. Mẫu đơn đăng ký sáng chế có thể nhận tại cơ quan sáng chế quốc gia của mỗi nước. Điều quan trọng là bạn không được bộc lộ sáng chế trước khi nộp đơn đăng ký sáng chế. Việc bộc lộ sớm sẽ làm ảnh hưởng đến cơ hội nhận được bằng độc quyền sáng chế vì sáng chế của bạn sẽ không còn được coi là mới nữa.

Làm thế nào để biết được sáng chế của mình có mới không?

Cần phải tiến hành tra cứu lý lương về sáng chế trước khi nộp đơn vì việc tra cứu sẽ cho bạn biết sáng chế của bạn có mới hay không, và theo đó, có khả năng được cấp bằng độc quyền sáng chế hay không. Bạn có thể tự mình tiến hành tra cứu hoặc sử dụng dịch vụ của các tổ chức dịch vụ chuyên nghiệp. Ngày nay, nhiều cơ quan sáng chế quốc gia trên thế giới có các cơ sở dữ liệu sáng chế trực tuyến miễn phí, cho phép bạn tự mình tiến hành tra cứu. (Để biết thêm về thông tin sáng chế và cách thức sử dụng cơ sở dữ liệu sáng chế, hãy xem Câu hỏi 17).

Tôi có cần thuê đại diện sở hữu công nghiệp khi nộp đơn đăng ký sáng chế không?

Các nước có các quy định khác nhau về vấn đề này. Thông thường, bạn có thể nộp đơn đăng ký sáng chế mà không cần thuê đại diện sở hữu công nghiệp, mặc dù tốt hơn hết bạn nên thuê một chuyên gia có kinh nghiệm để bảo đảm rằng việc soạn thảo đơn sáng chế được thực hiện đúng. Tuy nhiên, pháp luật của hầu hết các quốc gia đều yêu cầu những người không cư trú tại quốc gia đó phải có đại diện sở hữu công nghiệp là tổ chức có cơ sở tại nước mà bạn muốn đăng ký bảo hộ.

Cơ quan sáng chế tiến hành những công việc gì trước khi cấp bằng độc quyền sáng chế?

Sau khi nhận đơn đăng ký, cơ quan sáng chế thường thực hiện một loạt công việc trước khi cấp bằng độc quyền sáng chế. Có ba giai đoạn chính là:

- Thẩm định hình thức
- Thẩm định nội dung
- Cấp văn bằng bảo hộ và công bố

Ở mỗi giai đoạn, thủ tục thông thường là giao dịch bằng văn bản giữa thẩm định viên của cơ quan sáng chế với người nộp đơn. Đại diện sở hữu công nghiệp có thể đóng vai trò là người trung gian, nhận các thông báo từ cơ quan sáng chế, tư vấn người nộp đơn để có các hành động thích hợp, lĩnh hội chỉ dẫn của người nộp đơn và đưa ra các phản hồi với cơ quan sáng chế.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu hướng dẫn đăng ký sáng chế. Cơ quan Sáng chế và Nhân hiệu Hoa Kỳ. Trang web www.uspto.gov/web/offices/pac/utility/utility.htm. Thông tin cơ bản về nộp đơn đăng ký sáng chế.

Hướng dẫn thẩm định sáng chế của EPO. Cơ quan Sáng chế châu Âu (EPO). Trang web www.european-patent-office.org/legal/gui_lines/e_c_iv.htm. Hướng dẫn của Cơ quan Sáng chế châu Âu về thẩm định sáng chế.

Sổ tay về thực tiễn đăng ký sáng chế. Cơ quan Sáng chế Vương quốc Anh. Trang web www.patent.gov.uk/patent/reference/mpp/. Thông tin chi tiết về cách thức, hình thức và nội dung soạn thảo đơn đăng ký sáng chế ở Vương quốc Anh.

Thẩm định hình thức

Giai đoạn này sẽ kiểm tra tất cả các vấn đề liên quan đến hình thức của đơn theo quy định, ví dụ, đơn đã được điền đúng không và đã có tất cả thông tin liên quan chưa. Người nộp đơn có cơ hội sửa chữa lỗi bất kỳ phát hiện được trong quá trình kiểm tra này. Nếu những lỗi đó không được sửa trong một thời hạn nhất định, cơ quan sáng chế sẽ từ chối đơn.

Thẩm định nội dung

Mục đích của việc tra cứu là xác định giải pháp kỹ thuật đã biết trong lĩnh vực kỹ thuật mà sáng chế liên quan đến. Để thẩm định nội dung, cơ quan sáng chế sẽ kiểm tra cơ sở dữ liệu của họ để xác định xem có tài liệu nào mô tả giải pháp trùng hoặc tương tự với giải pháp được mô tả trong đơn đăng ký sáng chế hay không.

Mục đích của việc thẩm định nội dung là để đảm bảo rằng đơn đăng ký đáp ứng các điều kiện để được cấp bằng độc quyền sáng chế. Về bản chất, việc thẩm định này nhằm ngăn ngừa việc cấp bằng độc quyền cho:

- Sáng chế bị loại trừ khỏi khả năng bảo hộ theo các quy định cụ thể của pháp luật;
- Sáng chế không mới, không có trình độ sáng tạo và/hoặc không có khả năng áp dụng công nghiệp; hoặc
- Sáng chế không bộc lộ một cách đầy đủ và rõ ràng.

Giống như thẩm định hình thức, người nộp có cơ hội phản đối các quyết định được đưa ra trong quá trình thẩm định nội dung. Không phải tất cả các cơ quan sáng chế đều tiến hành thẩm định nội dung đơn đăng ký sáng chế. Một số nước cấp bằng độc quyền sáng chế sau khi thẩm định hình thức. Trong trường hợp này, hiệu lực thực sự của bằng độc quyền sáng chế và liệu nó có đáp ứng các điều kiện bảo hộ hay không sẽ được xác định bởi tòa án khi có tranh chấp xảy ra.

Cấp văn bằng bảo hộ và công bố

Nếu và khi quá trình thẩm định dẫn đến kết luận có lợi cho người nộp đơn – nghĩa là tất cả các điều kiện về hình thức và nội dung đều được đáp ứng, và nếu không có phản đối hoặc phản đối không thành công, cơ quan sáng chế sẽ cấp bằng độc quyền sáng chế cho đơn đăng ký đó. Việc này liên quan đến một số thủ tục thuộc trách nhiệm của cơ quan sáng chế:

- Thông tin về sáng chế được đưa vào Đăng bạ sáng chế quốc gia;
- Bằng độc quyền sáng chế sẽ được cấp cho người nộp đơn. Đây là tài liệu pháp lý xác lập quyền sở hữu sáng chế.
- Nói chung, Cơ quan sáng chế công bố tài liệu sáng chế. Nhiều cơ quan sáng chế công bố cả đơn đăng ký sáng chế sau 18 tháng tính từ ngày nộp đơn (hoặc ngày ưu tiên. Xem Câu hỏi 60 để biết về cách thức xác định ngày nộp đơn).

Thông thường, để duy trì hiệu lực của sáng chế, trong từng năm và trong thời hạn bảo hộ, chủ sở hữu phải nộp một khoản phí gia hạn hoặc duy trì hiệu lực theo quy định cho cơ quan sáng chế.

14. Các chi phí liên quan đến bảo hộ sáng chế?

Chi phí liên quan đến việc bảo hộ sáng chế có thể được chia thành 4 loại:

- Chi phí liên quan đến lệ phí nộp đơn và phí xử lý đơn được nộp cho cơ quan sáng chế quốc gia và khu vực. Những loại phí này có thể không giống nhau giữa các nước (thông tin về các loại phí có thể nhận trực tiếp tại các cơ quan sở hữu trí tuệ quốc gia) và thường thấp hơn so với các loại phí được đề cập dưới đây.
- Chi phí thuê đại diện sở hữu công nghiệp hoặc tổ chức nhằm hỗ trợ soạn thảo đơn sáng chế. Mặc dù việc sử dụng dịch vụ của đại diện sở hữu công nghiệp thường là không bắt buộc (trừ trường hợp người nộp đơn không cư trú ở nước đó và pháp luật của nước đó quy định họ phải được đại diện bởi luật sư hoặc tổ chức được phép hành nghề), nói chung tốt hơn hết bạn nên xin tư vấn pháp lý khi soạn thảo các tài liệu liên quan đến sáng chế.
- Chi phí dịch thuật. Những chi phí này chỉ phát sinh khi bạn muốn bảo hộ sáng chế ở những nước có ngôn ngữ chính thức khác với ngôn ngữ sử dụng trong đơn. Chi phí này thường rất lớn, đặc biệt là đối với các đơn đăng ký sáng chế thuộc lĩnh vực công nghệ cao.
- Phí duy trì hiệu lực. Những chi phí này thường được nộp theo thời hạn nhất định (ví dụ, hằng năm, 5 năm một lần) để duy trì hiệu lực của văn bằng bảo hộ. Ở một số nước, việc duy trì hiệu lực của sáng chế trong toàn bộ thời hạn bảo hộ (thường là 20 năm) có thể rất tốn kém. Trên thực tế, cần phải xem xét thời gian bảo hộ vì phí duy trì hiệu lực hằng năm sẽ càng tăng nếu thời gian bảo hộ càng dài.

Đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ có khả năng đăng ký bảo hộ sáng chế ở nhiều nước thì dịch vụ của Hệ thống PCT do WIPO quản lý có thể làm giảm các chi phí và đơn giản hóa các thủ tục một cách đáng kể. Để biết thêm thông tin về PCT, hãy xem Câu hỏi 62.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Chi phí – một vấn đề của mọi người. John Orange. Năm 2002. Bài giảng tại Hội nghị của WIPO về hệ thống sáng chế quốc tế, tại Geneva, Thụy Sĩ, ngày 26 tháng 3 năm 2002. Trang web www.invention-iffia.ch/Costs_orange.pdf. Bàn luận về các chi phí bảo hộ sáng chế, các phương án và chiến lược.

Máy tính các chi phí về sở hữu trí tuệ. Trang web www.ip-calculation.com. Phần mềm điện tử miễn phí để tính chi phí bảo hộ sở hữu trí tuệ, với các thông tin từ hơn 160 nước. Gồm cả cơ sở dữ liệu về các chuyên gia sở hữu trí tuệ trên toàn thế giới.

15. Cách thức sử dụng thông tin sáng chế trong kinh doanh như thế nào?

“Thông tin sáng chế” là các thông tin pháp lý và kỹ thuật có trong tài liệu sáng chế được cơ quan sáng chế công bố theo định kỳ. Một tài liệu sáng chế có chứa bản mô tả đầy đủ về cách thức hoạt động của sáng chế được bảo hộ và yêu cầu bảo hộ để xác định phạm vi bảo hộ của sáng chế. Tài liệu sáng chế cũng bao gồm các thông tin về tác giả và thời điểm được bảo hộ của sáng chế, và cung cấp chỉ dẫn đến các tài liệu tham khảo có liên quan. Khoảng 2/3 thông tin kỹ thuật được bộc lộ trong quá trình xử lý sáng chế chưa từng được công bố ở bất kỳ nơi nào khác và toàn bộ tài liệu sáng chế trên toàn thế giới chứa khoảng 40 triệu bản mô tả. Điều này biến thông tin sáng chế trở thành tập hợp dữ liệu về công nghệ được phân loại toàn diện nhất trên trái đất.

Thông tin sáng chế là rất hữu ích cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ vì nhiều lý do. Có lẽ lý do quan trọng nhất là thông tin sáng chế là nguồn thông tin kỹ thuật duy nhất mà các doanh nghiệp vừa và nhỏ có thể cảm thấy rất hữu ích cho kế hoạch kinh doanh của họ. Hầu hết các sáng chế được bộc lộ lần đầu tiên đối với công chúng khi sáng chế (hoặc, tùy thuộc pháp luật của nước sở tại, là đơn đăng ký sáng chế) được công bố. Vì vậy, thông tin sáng chế là nguồn thông tin có giá trị về các nghiên cứu và các đổi mới hiện tại và thường có trước khi các sản phẩm được tạo ra trên cơ sở sáng chế đó có mặt trên thị trường một khoảng thời gian rất dài. Thông tin kỹ thuật có trong tài liệu sáng chế có thể cung cấp cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ sự hiểu biết tường tận nhằm:

- Tránh các chi phí nghiên cứu không cần thiết về những gì đã biết;
- Xác định và đánh giá công nghệ để li-xăng hay chuyển giao công nghệ;
- Tìm ra các công nghệ thay thế;
- Bắt kịp các công nghệ mới nhất trong lĩnh vực chuyên môn;
- Tìm giải pháp có sẵn cho các vấn đề kỹ thuật;
- Tìm kiếm ý tưởng để tiếp tục đổi mới.

Từ khía cạnh chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp, thông tin sáng chế có thể giúp:

- Tìm kiếm đối tác kinh doanh;
- Tìm kiếm nhà cung cấp và nguyên liệu;
- Theo dõi hoạt động của đối thủ cạnh tranh thực sự và tiềm năng;
- Xác định thị trường thích hợp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Esp@cenet: Tài liệu hướng dẫn của EPO về thông tin sáng chế trên Internet. Cơ quan Sáng chế châu Âu. Năm 2002. Trang web www.european-patent-office.org/espacenet/info/manual.htm. Giải thích về cách thức sử dụng Internet trong các hoạt động liên quan đến sáng chế và để tìm các thông tin khoa học và kỹ thuật liên quan đến sáng chế, gồm thông tin về chính Internet và một số gợi ý về việc tra cứu trên Internet. Tài liệu này cũng bao gồm danh mục các địa chỉ Internet của các tổ chức khoa học và kỹ thuật, cũng như các nguồn thông tin liên quan đến sáng chế.

Thông tin chung về Bảng phân loại sáng chế quốc tế lần thứ 7. WIPO. Năm 2000. Trang web www.wipo.int/publications/patents/409/409e.pdf; có cả bằng tiếng Tây Ban Nha và tiếng Pháp. Giải thích về hệ thống sáng chế hỗ trợ việc tra cứu và truy vấn các tài liệu sáng chế.

Và cuối cùng, thông tin có trong tài liệu sáng chế có thể được doanh nghiệp vừa và nhỏ sử dụng để:

- Tránh xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ;
- Đánh giá khả năng bảo hộ đối với sáng chế của mình;
- Phản đối việc cấp bằng độc quyền sáng chế có thể xung đột với sáng chế của bạn.

Những ưu điểm của thông tin sáng chế với tư cách là một nguồn thông tin kỹ thuật

Thông tin sáng chế có nhiều ưu điểm hơn so với các nguồn thông tin khác vì chúng:

- Chứa thông tin thường không được bộc lộ ở dạng bất kỳ nào khác;
- Theo một mẫu tương đối chuẩn, gồm bản tóm tắt, thông tin thư mục, bản mô tả sáng chế (trong hầu hết trường hợp thường có hình vẽ minh họa), và thông tin chi tiết về người nộp đơn;
- Được phân loại theo lĩnh vực kỹ thuật;
- Gồm các ví dụ về khả năng áp dụng công nghiệp của sáng chế;
- Bao trùm hầu hết mọi lĩnh vực công nghệ.

Phân loại sáng chế quốc tế

Trước hết, Phân loại sáng chế quốc tế (IPC) được xây dựng như một hệ thống để phân loại và sau đó là để truy vấn các tài liệu sáng chế. Mục đích trước tiên của IPC là thiết lập một công cụ tra cứu hữu hiệu. Với mục đích đó, Phân loại sáng chế quốc tế nỗ lực để bảo đảm rằng vấn đề kỹ thuật bất kỳ có liên quan đến sáng chế có thể được phân loại càng chi tiết càng tốt và của toàn bộ sáng chế chứ không phải phân loại của từng phần riêng biệt. IPC chia công nghệ thành 8 phần, 120 lớp, 628 phân lớp và gần 69.000 nhóm, bao trùm tất cả các lĩnh vực công nghệ. Hiện tại, có 54 nước là thành viên của IPC và một số nước khác cũng sử dụng IPC hoặc các biến thể của nó để phân loại sáng chế của họ.

Để biết thêm thông tin về IPC, hãy xem tại www.wipo.int/classifications/en/ipc.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Thông tin và tư liệu sáng chế: Nội dung của tư liệu sáng chế. WIPO. Năm 1999. Trang web www.wipo.int/sme/en/activities/meetings/pdf/ip_cm99_16.pdf. Cung cấp thông tin về nội dung, phân loại, lưu trữ và truy vấn tư liệu sáng chế.

Tra cứu sáng chế – Hướng dẫn tra cứu các nguồn thông tin trực tuyến. Thư viện Kỹ thuật McKinney, Đại học Texas. Web page at www.lib.utexas.edu/engin/patent-tutorial/index.htm. Hands-on, interactive patent-searching demonstration using the United States Patent and Trademark Office's website.

Dịch vụ thông tin sáng chế dành cho các nước đang phát triển của WIPO (WPIS). Trang web www.wipo.int/innovation/en/wpis. Cung cấp thông tin về các dạng tra cứu khác nhau và các dịch vụ trên WPIS, và hướng dẫn về việc nộp yêu cầu hỗ trợ.

16. Cách đọc tài liệu sáng chế như thế nào?

Việc hiểu rõ cấu trúc của tài liệu sáng chế là rất quan trọng vì việc này không chỉ hữu ích cho việc nộp đơn đăng sáng chế mà còn giúp tìm trong tài liệu sáng chế các thông tin kỹ thuật, pháp lý và/hoặc thương mại mà bạn quan tâm. Tài liệu sáng chế có cấu trúc tương đối giống nhau trên toàn thế giới và tuy đôi khi có những thay đổi nhỏ nhưng nhìn chung được bố trí như sau:

- **Trang đầu tiên:** là trang tóm tắt về sáng chế, gồm các thông tin về ngày nộp đơn, ngày ưu tiên, ngày cấp bằng (nếu sáng chế được bảo hộ), số bằng, thông tin về tác giả sáng chế, người nộp đơn và đại diện sở hữu công nghiệp (nếu có), dữ liệu kỹ thuật và phân loại, và bản mô tả tóm tắt về sáng chế cùng với hình vẽ.
- **Bản mô tả:** mô tả chi tiết về sáng chế đến mức mà người có trình độ trong cùng lĩnh vực có thể thực hiện được sáng chế theo bản mô tả và hình vẽ. Trong thực tế, có những đối tượng (ví dụ, trình tự gen đối với sáng chế thuộc lĩnh vực công nghệ sinh học) cần phải có các tài liệu hỗ trợ thêm bằng đĩa mềm, đĩa CD hoặc các phương tiện lưu giữ khác tách biệt với tài liệu sáng chế thông thường.
- **Yêu cầu bảo hộ:** xác định phạm vi bảo hộ. Nhìn chung, đây được coi là nội dung quan trọng nhất của sáng chế. Điều quan trọng là yêu cầu bảo hộ phải được soạn thảo tốt, nêu chính xác các nội dung mới của sáng chế. Yêu cầu bảo hộ thường được đánh số, với số 1 thường là điểm yêu cầu bảo hộ rộng nhất và sau đó là các điểm yêu cầu bảo hộ “phụ thuộc”, tham chiếu ngược trở lại điểm các điểm yêu cầu bảo hộ trước đó. Yêu cầu bảo hộ sáng chế phải được minh họa bằng bản mô tả và hình vẽ.
- **Hình vẽ:** minh họa các chi tiết kỹ thuật của sáng chế. Có thể có nhiều hình vẽ nếu thấy cần thiết. Thông thường, hình vẽ được đánh số chỉ dẫn cho các phần hoặc điểm kỹ thuật khác nhau được đề cập đến trong bản mô tả.
- **Báo cáo tra cứu:** do cơ quan sáng chế cung cấp, gồm danh mục các sáng chế, sách, bài báo, tài liệu hội thảo, v.v., có liên quan đến sáng chế đang được xem xét. Đây có thể là những thông tin có ý nghĩa lớn nhưng thường lại bị những người sử dụng tư liệu sáng chế để tra cứu thông tin bỏ qua.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Cách thức đọc bản mô tả sáng chế. Vivien Irish. Tạp chí Quản lý kỹ thuật, tháng 4 năm 2000. Trang web www.bl.uk/pdf/patspec.pdf. Một tài liệu giới thiệu tổng quan về tư liệu sáng chế.

Xác định phạm vi bảo hộ của sáng chế. Arnoud Engelfreit. Năm 2001. Trang web www.iusmentis.com/patents/claims/. Tài liệu giới thiệu về vai trò của yêu cầu bảo hộ sáng chế trong việc xác định phạm vi bảo hộ sáng chế. Bàn luận về các dạng yêu cầu bảo hộ sáng chế khác nhau.

Cách đọc tài liệu sáng chế. Dữ liệu sáng chế của CAMBIA. Trang web www.cambiaip.org/Tutorials/Tutorial_1/tut_1.htm. Tài liệu hướng dẫn về các bộ phận và nội dung khác nhau của sáng chế.

Dịch vụ thông tin sáng chế dành cho các nước đang phát triển của WIPO (WPIS). Trang web www.wipo.int/innovation/en/wpis. Cung cấp thông tin về các dạng tra cứu khác nhau và các dịch vụ trên WPIS, và hướng dẫn về việc nộp yêu cầu hỗ trợ.

17. Tôi có thể tra cứu thông tin sáng chế ở đâu?

Tư liệu sáng chế là các tài liệu được công bố công khai, hầu hết các cơ quan sở hữu trí tuệ trên thế giới cung cấp các điều kiện cần thiết để công chúng có thể tham khảo cơ sở dữ liệu sáng chế. Một số cơ quan sở hữu trí tuệ quốc gia và khu vực đã xây dựng các cơ sở dữ liệu sáng chế trực tuyến và nói chung thường là miễn phí. Ngoài ra, một số tổ chức tư nhân cũng cung cấp các cơ sở dữ liệu phức tạp và thu phí. Các tổ chức đại diện sở hữu trí tuệ thường được đào tạo để tra cứu tư liệu sáng chế và các công ty khác thường sử dụng dịch vụ của họ để tìm kiếm các thông tin cần thiết.

Đường liên kết đến các cơ sở dữ liệu sáng chế trực tuyến miễn phí

| Nước/tổ chức | Địa chỉ trang web |
|------------------------------|--|
| Ôxtrâyliã | www.ipaustralia.gov.au/services/S_srch.htm |
| Brazil | www.inpi.gov.br/pesq_patentes/patentes.htm |
| Canada | http://patentsl.ic.gc.ca/intro-e.html |
| Cơ quan Sáng chế châu Âu | www.european-patent-office.org/espacenet/info/access.htm |
| Pháp | www.inpi.fr/brevet/html/rechbrev.htm |
| Đức | www.dpma.de/suche/suche.html |
| Hungary | www.hpo.hu/English/db/ |
| Nhật Bản | www.ipdl.jpo.go.jp/homepg_e.ipdl |
| Hàn Quốc | www.kipo.go.kr/ehhtml/eLikIndex05.html |
| Mỹ Latin | www.oepm.es/bases-documentales/latipat_sp?ACTION=RETOUR |
| Niu Zilãn | www.iponz.govt.nz/search/cad/dbssiten.main |
| Ba Lan | www.arsinfo.pl/arspatent/a_info.html |
| Ru-ma-ni | http://193.230.133.4/cgi-bin/invsearch |
| Liên bang Nga | www.fips.ru/ensite/ |
| Tây Ban Nha | www.oepm.es/bases-documentales/oeppat_sp?ACTION=RETOUR |
| Thái Lan | www.ipic.moc.go.th |
| Cơ sở dữ liệu của Ba cơ quan | www.uspto.gov/web/tws/sh.htm |
| Anh | www.patent.gov.uk/patent/dbase/index.htm |
| Hoa Kỳ | www.uspto.gov/patft/index.html |

Cũng có một số công ty tư nhân cung cấp dịch vụ tra cứu cơ sở dữ liệu có thu phí. Derwent (www.derwent.com), Dialog (www.dialog.com), STN (www.stn-international.de/) và Questel Orbit (www.questel.orbit.com/index.htm) là một trong số các công ty thương mại lớn và được biết đến rộng rãi, trong số đó Derwent là công ty lớn nhất. Cũng có một số công ty tương đối mới cung cấp dịch vụ trên Internet như Micropatent (www.micropatent.com), WIPS Global (www.wipsglobal.com) và nhiều công ty khác.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Các công ty thương mại nổi tiếng và cung cấp dịch vụ tra cứu miễn phí.

Derwent. Trang web www.derwent.com.

Dialog. Trang web www.dialog.com.

STN. Trang web www.stn-international.de.

Questel Orbit. Trang web www.questel.orbit.com.

Micropatent. Trang web www.micropatent.com.

WIPS Global. Trang web www.wipsglobal.com.

*Những vấn đề cơ bản
về nhãn hiệu*

18. Nhãn hiệu là gì?

Nhãn hiệu là dấu hiệu có khả năng phân biệt dùng để phân biệt hàng hóa hoặc dịch vụ do một doanh nghiệp sản xuất hoặc cung cấp với những hàng hóa và dịch vụ của các doanh nghiệp khác.

Nhìn chung, bất kỳ **chữ cái, từ ngữ, chữ số, hình vẽ, màu sắc, hình ảnh, sự sắp đặt, tiêu đề quảng cáo, nhãn hàng hoặc sự kết hợp của các dấu hiệu kể trên** được sử dụng để phân biệt hàng hóa và dịch vụ của các công ty khác nhau có thể được coi là nhãn hiệu. Ở một số nước, các **khẩu hiệu quảng cáo** cũng được coi là nhãn hiệu và có thể được đăng ký một cách bình thường tại các cơ quan nhãn hiệu quốc gia. Ngày càng có nhiều nước cho phép việc đăng ký các nhãn hiệu ít tính truyền thống hơn như dấu hiệu ba chiều (ví dụ, chai Coca-Cola hoặc thanh sôcôla Toblerone), dấu hiệu nghe thấy được (âm thanh, ví dụ, tiếng gầm của sư tử được sử dụng trước các bộ phim do Tập đoàn Metro-Goldwyn-Mayer (MGM) sản xuất) hoặc dấu hiệu khứu giác (mùi, ví dụ, nước hoa). Tuy nhiên, nhiều nước giới hạn về dấu hiệu có thể được đăng ký làm nhãn hiệu, nhìn chung, chỉ cho phép đăng ký các nhãn hiệu có thể nhìn thấy được hoặc có thể được thể hiện theo hình họa.

Các chức năng chính của nhãn hiệu là:

- Giúp khách hàng **nhận ra sản phẩm** (dù là hàng hóa hoặc dịch vụ) của một công ty cụ thể nhằm **phân biệt chúng với các sản phẩm trùng hoặc tương tự** do các đối thủ cạnh tranh cung cấp. Khách hàng hài lòng với một sản phẩm cụ thể rất có khả năng lại mua hoặc sử dụng sản phẩm đó trong tương lai. Do vậy, họ cần phân biệt được một cách dễ dàng giữa các sản phẩm trùng hoặc tương tự.
- Giúp cho doanh nghiệp phân biệt sản phẩm của họ với sản phẩm của đối thủ cạnh tranh. Do vậy, nhãn hiệu có một vai trò then chốt trong **chiến lược quảng cáo và tiếp thị** của công ty nhằm xây dựng **hình ảnh** và **uy tín** về các sản phẩm của công ty trong mắt người tiêu dùng.
- Tạo **động lực** cho các công ty **đầu tư vào việc duy trì hoặc nâng cao chất lượng sản phẩm** nhằm bảo đảm rằng sản phẩm mang nhãn hiệu có uy tín tốt.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tạo dựng một nhãn hiệu: Tài liệu giới thiệu về nhãn hiệu dành cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ. WIPO. Ấn phẩm có tại địa chỉ www.wipo.int/sme/en/documents/guides/making_a_mark.pdf. Tài liệu tổng quan để hiểu về nhãn hiệu, bảo hộ, các loại, sử dụng và thực thi nhãn hiệu, cùng với ví dụ và minh họa.

Hỗ trợ tư vấn sở hữu trí tuệ (IPR-Helpdesk) tại địa chỉ www.ipr-helpdesk.org. Các thông tin và hướng dẫn cơ bản có thể tải xuống được và một số đường dẫn đến các trang web khác về sở hữu trí tuệ. Trang web bao gồm hướng dẫn về nhãn hiệu tại mục Các dấu hiệu có khả năng phân biệt (Distinctive Signs) và những yếu tố cấu thành nhãn hiệu, tác dụng, sự bảo hộ, các loại và đăng ký nhãn hiệu.

Thế giới nhãn hiệu (Trademark World) tại trang web www.ipworldonline.com. Bạn cần đăng ký để truy cập vào trang web này. Lệ phí là 892 đôla Mỹ mỗi năm. Trang web có thông tin và sự phát triển quốc tế về nhãn hiệu.

² Thuật ngữ "nhãn hiệu hàng hóa" và "nhãn hiệu" được sử dụng thay thế lẫn nhau trong Tài liệu này. Khi đề cập đến hàng hóa (thì thuật ngữ "nhãn hiệu hàng hóa" thường được sử dụng) hoặc đề cập đến dịch vụ (thì "nhãn hiệu dịch vụ" thường được sử dụng). Câu hỏi 21 sẽ giải thích ngắn gọn về nhãn hiệu dịch vụ.

Nhãn hiệu khác với tên thương mại

Nhiều người tin rằng nếu họ đăng ký thành lập doanh nghiệp và **tên thương mại** của họ trong Giấy đăng ký kinh doanh thì tên gọi này cũng sẽ tự động được bảo hộ như là nhãn hiệu. Đây là một sự hiểu nhầm phổ biến. Việc hiểu rõ sự khác nhau giữa tên thương mại và nhãn hiệu là rất quan trọng.

Tên thương mại là tên gọi đầy đủ của doanh nghiệp của bạn, ví dụ, “Công ty trách nhiệm hữu hạn quốc tế Blackmark” và **nó gắn với công ty của bạn**. Nó thường kết thúc với các từ ngữ viết tắt thể hiện hình thức pháp lý của công ty như “trách nhiệm hữu hạn - TNHH”, “tập đoàn”, v.v... Tuy nhiên, **nhãn hiệu được dùng để phân biệt (các) sản phẩm của công ty bạn với các sản phẩm của công ty khác**. Một công ty có thể có nhiều nhãn hiệu. Ví dụ, Công ty TNHH quốc tế Blackmark có thể bán một sản phẩm của họ với nhãn hiệu BLACKMARK nhưng lại bán sản phẩm khác với nhãn hiệu REDMARK. Các công ty có thể sử dụng một nhãn hiệu để nhận dạng tất cả các sản phẩm của họ hoặc một chủng loại sản phẩm nhất định hoặc chỉ một loại sản phẩm cụ thể mà họ sản xuất. Một số công ty cũng có thể sử dụng tên thương mại hoặc một bộ phận của chúng làm nhãn hiệu và do đó, phải xem xét đăng ký chúng làm nhãn hiệu.

19. Những đối tượng không được bảo hộ làm nhãn hiệu?

Việc có được kiến thức về các loại dấu hiệu thường không được chấp nhận đăng ký làm nhãn hiệu khi lựa chọn (các) nhãn hiệu cho công ty của bạn là rất hữu ích. Đơn đăng ký nhãn hiệu thường bị từ chối dựa trên cơ sở được gọi chung là “cơ sở tuyệt đối” trong các trường hợp sau.

Tên gọi chung. Ví dụ, nếu công ty bạn có ý định đăng ký nhãn hiệu CHAIR (có nghĩa là ghế) để bán sản phẩm ghế, nhãn hiệu sẽ bị từ chối do “chair” là tên gọi chung của sản phẩm.

Từ ngữ có tính mô tả. Đó là những từ ngữ thường được sử dụng trong thương mại để mô tả sản phẩm. Ví dụ, nhãn hiệu SWEET (có nghĩa là ngọt) có thể bị từ chối khi đăng ký cho sôcôla vì tính mô tả của nó. Trên thực tế, sẽ là không công bằng khi trao cho một nhà sản xuất sôcôla độc quyền đối với từ “sweet” để tiếp thị sản phẩm của mình. Tương tự, các thuật ngữ chỉ chất lượng hoặc tán dương sản phẩm như “RAPID” (nhanh), “BEST” (tốt nhất), “CLASSIC” (kinh điển) hoặc “INNOVATIVE” (sáng tạo) có khả năng làm phát sinh sự phản đối tương tự trừ khi chúng là một bộ phận của một nhãn hiệu có khả năng phân biệt khác. Trong những trường hợp trên, có thể cần phải có “Lời khước từ” (disclaimer) để khẳng định rằng không có ý định bảo hộ độc quyền bộ phận đó của nhãn hiệu.

Nhãn hiệu có tính mô tả. Đó là những nhãn hiệu có khả năng đánh lừa hoặc lừa dối người tiêu dùng về bản chất, chất lượng hoặc nguồn gốc địa lý của sản phẩm. Ví dụ, tiếp thị bơ thực vật dưới một nhãn hiệu mô tả con bò sữa có thể sẽ bị từ chối với lý do bị coi là lừa dối người tiêu dùng vì họ có thể liên hệ nhãn hiệu với với các sản phẩm hàng ngày (nghĩa là bơ).

Nhãn hiệu bị coi là trái với trật tự công cộng và đạo đức. Những từ ngữ và sự minh họa bị coi là vi phạm các chuẩn mực về đạo đức và tôn giáo được chấp nhận rộng rãi ở nước đăng ký bảo hộ thì nhìn chung không được phép đăng ký làm nhãn hiệu.

Quốc kỳ, huy hiệu, dấu xác nhận chính thức và biểu tượng của quốc gia và các tổ chức quốc tế đã được thông báo cho Văn phòng quốc tế WIPO bị loại ra khỏi đối tượng đăng ký.

Đơn đăng ký còn bị từ chối dựa trên “cơ sở tương đối” nếu **nhãn hiệu xung đột với các quyền của nhãn hiệu có trước**. Có hai nhãn hiệu trùng nhau (hoặc rất giống nhau) dùng cho cùng loại sản phẩm có thể gây ra nhầm lẫn cho người sử dụng. Một số cơ quan nhãn hiệu kiểm tra sự xung đột với các nhãn hiệu đang được bảo hộ (kể cả các nhãn hiệu nổi tiếng không đăng ký) như là một phần của quy trình đăng ký, trong khi nhiều cơ quan nhãn hiệu khác chỉ thực hiện việc này khi nhãn hiệu bị bên thứ ba phản đối sau khi công bố nhãn hiệu. Trong trường hợp bất kỳ, nếu cơ quan quản lý nhãn hiệu thấy rằng nhãn hiệu của bạn trùng với hoặc tương tự tới mức gây nhầm lẫn với một nhãn hiệu có trước cho sản phẩm trùng hoặc tương tự, nhãn hiệu đó sẽ bị từ chối hoặc huỷ bỏ. Do đó, việc tránh sử dụng các nhãn hiệu có nguy cơ bị coi là tương tự đến mức gây nhầm lẫn với những nhãn hiệu có trước là một giải pháp thông minh.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Hỗ trợ tư vấn sở hữu trí tuệ (IPR-Helpdesk) tại www.ipr-helpdesk.org có các thông tin và hướng dẫn cơ bản có thể tải xuống được và một số đường dẫn đến các trang web khác về sở hữu trí tuệ. Trang web bao gồm hướng dẫn về nhãn hiệu tại mục Các dấu hiệu có khả năng phân biệt (Distinctive Signs) và những yếu tố cấu thành nhãn hiệu, tác dụng, sự bảo hộ, các loại và đăng ký nhãn hiệu.

Mọi thông tin về nhãn hiệu (All about trademarks) tại trang web www.ggmark.com/whatis.html cung cấp các thông tin cơ bản về nhãn hiệu và một số đường dẫn đến các trang web và thông tin có liên quan.

Tạo dựng một nhãn hiệu: Tài liệu giới thiệu về nhãn hiệu dành cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ. WIPO. Ấn phẩm có tại địa chỉ www.wipo.int/sme/en/documents/guides/making_a_mark.pdf. Tài liệu tổng quan để hiểu về nhãn hiệu, bảo hộ, các loại, sử dụng và thực thi nhãn hiệu, cùng với ví dụ và minh họa.

20. Tại sao tôi phải bảo hộ nhãn hiệu?

Trong khi hầu hết các doanh nghiệp nhận thức được tầm quan trọng của việc sử dụng nhãn hiệu để phân biệt sản phẩm của mình với sản phẩm của các đối thủ cạnh tranh, nhưng không phải tất cả họ đều nhận thức được tầm quan trọng của việc bảo hộ nhãn hiệu thông qua đăng ký. Do tầm quan trọng của nhãn hiệu trong việc xác định sự thành công của sản phẩm trên thị trường, nên cần phải bảo đảm rằng chúng có được sự bảo hộ đầy đủ.

Bạn có thể bảo hộ nhãn hiệu của mình thông qua đăng ký. Việc đăng ký nhãn hiệu mang đến cho công ty của bạn **độc quyền sử dụng nhãn hiệu**. Điều này sẽ ngăn cản người khác tiếp thị các sản phẩm trùng hoặc tương tự dưới một nhãn hiệu hoặc trùng hoặc tương tự tới mức gây nhầm lẫn. Bạn có thể chuyển giao quyền sử dụng (li-xăng) nhãn hiệu hoặc nhượng quyền thương mại (franchise) nhãn hiệu được bảo hộ của bạn cho các công ty khác, qua đó tạo ra nguồn thu nhập bổ sung cho công ty của bạn. Đôi khi, một nhãn hiệu được bảo hộ có uy tín đối với người tiêu dùng cũng có thể được sử dụng để huy động vốn từ các tổ chức tài chính như ngân hàng hoặc các quỹ đầu tư mạo hiểm – những tổ chức ngày càng hiểu rõ tầm quan trọng của thương hiệu đối với sự thành công của doanh nghiệp.

Nếu bạn không bảo hộ nhãn hiệu của bạn, công ty khác có thể (vô tình hoặc cố ý) sử dụng dấu hiệu trùng hoặc tương tự đến mức gây nhầm lẫn cho sản phẩm của họ. Các đối thủ cạnh tranh của bạn có thể sử dụng nhãn hiệu trùng hoặc tương tự và hưởng lợi từ uy tín và mối liên hệ mà bạn đã tạo dựng với khách hàng và đối tác kinh doanh của bạn. Việc công ty khác sử dụng nhãn hiệu của bạn có thể gây ra sự nhầm lẫn cho khách hàng của bạn và làm tổn hại đến uy tín và hình ảnh của công ty bạn, đặc biệt khi sản phẩm cạnh tranh lại có chất lượng thấp hơn.

Do vậy, bảo hộ nhãn hiệu cho sản phẩm sẽ giúp bạn:

- Bảo đảm rằng khách hàng có thể phân biệt sản phẩm của các công ty khác nhau;
- Giúp cho các công ty tạo ra sự khác biệt cho sản phẩm của họ;
- Tạo cho bạn một công cụ tiếp thị và là cơ sở để tạo dựng uy tín và hình ảnh của một thương hiệu;
- Tạo cơ hội để li-xăng và tạo nguồn thu nhập thông qua phí li-xăng;
- Có thể là một bộ phận quan trọng hợp đồng nhượng quyền thương mại;
- Có thể là một bí mật kinh doanh có giá trị;
- Khuyến khích các công ty đầu tư vào việc duy trì chất lượng sản phẩm để không lừa dối người tiêu dùng.

Ở một số nước (đặc biệt là các nước áp dụng hệ thống “thông luật” như Ôxtrâyliya, Canada, Ấn Độ, Vương quốc Anh và Hoa Kỳ), nhãn hiệu cũng có thể được bảo hộ thông qua sử dụng. Ưu điểm chính của việc đăng ký trong trường hợp này là:

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Hỗ trợ tư vấn sở hữu trí tuệ (IPR-Helpdesk) tại www.ipr-helpdesk.org có các thông tin và hướng dẫn cơ bản có thể tải xuống được và một số đường dẫn đến các trang web khác về sở hữu trí tuệ. Trang web bao gồm hướng dẫn về nhãn hiệu tại mục Các dấu hiệu có khả năng phân biệt (Distinctive Signs) và những yếu tố cấu thành nhãn hiệu, tác dụng, sự bảo hộ, các loại và đăng ký nhãn hiệu.

Tạo dựng một nhãn hiệu: Tài liệu giới thiệu về nhãn hiệu dành cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ. WIPO. Ấn phẩm có tại địa chỉ www.wipo.int/sme/en/documents/guides/making_a_mark.pdf. Tài liệu tổng quan để hiểu về nhãn hiệu, bảo hộ, các loại, sử dụng và thực thi nhãn hiệu, cùng với ví dụ và minh họa.

- Đăng ký tạo ra chứng cứ về quyền, đây là một yếu tố cực kỳ quan trọng khi có tranh chấp với bên thứ ba;
- Đơn đăng ký có thể được nộp trước khi sử dụng nhãn hiệu, do vậy, bạn sẽ có độc quyền thậm chí trước khi bắt đầu thương mại hoá sản phẩm của bạn;
- Đăng ký làm cho việc thực thi quyền của bạn dễ dàng và đỡ tốn kém hơn;
- Nhãn hiệu sẽ được lưu trong Đăng bạ nhãn hiệu quốc gia;
- Ký hiệu ® có thể được sử dụng bên cạnh nhãn hiệu.

21. Có những loại nhãn hiệu nào?

Nhãn hiệu hàng hoá

Như được định nghĩa tại Mục 18, nhãn hiệu là dấu hiệu có khả năng phân biệt được dùng để phân biệt hàng hoá hoặc dịch vụ của một doanh nghiệp này với hàng hoá và dịch vụ của doanh nghiệp khác.

Nhãn hiệu dịch vụ

Nhãn hiệu dịch vụ rất giống với nhãn hiệu hàng hoá về bản chất. Cả hai đều là dấu hiệu có khả năng phân biệt; nhãn hiệu hàng hoá phân biệt hàng hoá của doanh nghiệp này với hàng hoá của doanh nghiệp khác, trong khi nhãn hiệu dịch vụ phân biệt dịch vụ của doanh nghiệp này với dịch vụ của doanh nghiệp khác. Dịch vụ có thể được hiểu là dịch vụ bất kỳ, có thể liệt kê một số dịch vụ như tài chính, ngân hàng, du lịch, quảng cáo hoặc ăn uống. Nhãn hiệu dịch vụ có thể được đăng ký, gia hạn, huỷ bỏ hiệu lực, chuyển nhượng quyền sở hữu và chuyển giao quyền sử dụng với các điều kiện giống như nhãn hiệu hàng hoá.

Nhãn hiệu tập thể

Nhìn chung, nhãn hiệu tập thể do một hiệp hội hoặc hợp tác xã sở hữu nhưng bản thân các tổ chức này không sử dụng nhãn hiệu tập thể mà chỉ những thành viên của họ có thể sử dụng nhãn hiệu tập thể để tiếp thị sản phẩm. Tổ chức tập thể sở hữu nhãn hiệu độc quyền trao cho các thành viên của mình quyền sử dụng nhãn hiệu với điều kiện họ phải tuân thủ các điều kiện/tiêu chuẩn được quy định trong quy chế sử dụng nhãn hiệu tập thể (ví dụ, tiêu chuẩn chất lượng, nguồn gốc địa lý). Nhãn hiệu tập thể có thể là một phương thức có hiệu quả để cùng tiếp thị các sản phẩm của một nhóm các doanh nghiệp mà nếu thực hiện riêng lẻ sẽ gặp khó khăn hơn để các nhãn hiệu riêng lẻ của họ được người tiêu dùng thừa nhận hoặc/và được những người bán lẻ phân phối. Một nhãn hiệu tập thể thành công điển hình là MELINDA được 5.200 nhà sản xuất táo ở vùng Valle di Non và Valle del Sole của Italia sử dụng. Mọi nhà sản xuất có quyền sử dụng nhãn hiệu tập thể MELINDA thuộc sở hữu của Công ty Melinda miễn là sản phẩm táo của họ đáp ứng các tiêu chuẩn do Công ty này quy định.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tạo dựng một nhãn hiệu: Tài liệu giới thiệu về nhãn hiệu dành cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ. WIPO. Ấn phẩm có tại địa chỉ www.wipo.int/sme/en/documents/guides/making_a_mark.pdf. Tài liệu tổng quan để hiểu về nhãn hiệu, bảo hộ, các loại, sử dụng và thực thi nhãn hiệu, cùng với ví dụ và minh họa.

“**Giá trị của nhãn hiệu tập thể và nhãn hiệu chứng nhận đối với các doanh nghiệp nhỏ**”. Tạp chí WIPO, tháng 7-9 năm 2002. Thông tin có tại trang web www.wipo.int/sme/en/documents/wipo_magazine/09_2002.pdf. Tài liệu đề cập đến giá trị, các loại và việc sử dụng nhãn hiệu tập thể của các doanh nghiệp nhỏ và vừa, với hai trường hợp nghiên cứu thực nghiệm của Pê-ru. “

Nhãn hiệu chứng nhận, sự bảo đảm và niềm tin. J.Belson. Tạp chí European Intellectual Property, 2002. Công ty Sweet and Maxwell, 100 đường Avènu, Luân Đôn, NW3 3PF, Vương quốc Anh. Điện thoại: (0171) 393 7000, Fax: (0171) 393 7030.

Bảo hộ nhãn hiệu nổi tiếng. Denis Croze. Tạp chí Journal of Intellectual Property Rights. Tập 5, tháng 5 năm 2000, trang 131-51.

Nhãn hiệu chứng nhận

Nhãn hiệu chứng nhận được cấp để chứng nhận sự phù hợp với các tiêu chuẩn xác định nhưng không bị hạn chế ở thành viên bất kỳ. Nhãn hiệu chứng nhận có thể được người bất kỳ sử dụng với điều kiện người đó chứng minh được rằng sản phẩm có liên quan đáp ứng các tiêu chuẩn nhất định đã được thiết lập. Ở hầu hết các nước, sự khác biệt chính giữa nhãn hiệu tập thể và nhãn hiệu chứng nhận là nhãn hiệu tập thể chỉ có thể được sử dụng bởi một nhóm các doanh nghiệp cụ thể (ví dụ, thành viên của một hiệp hội), còn nhãn hiệu chứng nhận có thể được sử dụng bởi người bất kỳ miễn là tuân thủ các tiêu chuẩn do chủ sở hữu nhãn hiệu chứng nhận thiết lập.

Một điều kiện quan trọng đối với nhãn hiệu chứng nhận là chủ thể nộp đơn đăng ký nhãn hiệu sẽ được coi là “có thẩm quyền chứng nhận” sản phẩm có liên quan. Ví dụ điển hình về nhãn hiệu chứng nhận là Woolmark, nhãn hiệu này chỉ được sử dụng để chứng nhận các sản phẩm được sản xuất từ 100% chất liệu len. Để biết thêm thông tin về nhãn hiệu chứng nhận, xem Câu hỏi 71.

Nhãn hiệu nổi tiếng

Là nhãn hiệu được cơ quan có thẩm quyền của một nước nhất định công nhận là nổi tiếng³. Nhìn chung, “nhãn hiệu nổi tiếng” được hưởng sự bảo hộ mạnh hơn. Ví dụ, nhãn hiệu nổi tiếng được bảo hộ ngay cả khi không đăng ký (hoặc không được sử dụng) trong một vùng lãnh thổ nhất định. Hơn nữa, nếu nhãn hiệu được bảo hộ để chống lại các nhãn hiệu tương tự đến mức gây nhầm lẫn chỉ khi chúng được sử dụng cho các sản phẩm trùng hoặc tương tự thì nhãn hiệu nổi tiếng thường được bảo hộ chống lại các nhãn hiệu tương tự đến mức gây nhầm lẫn ngay cả khi chúng được sử dụng cho các sản phẩm không liên quan, nếu đáp ứng một số điều kiện nhất định. Mục đích chính của việc bảo hộ mạnh hơn là nhằm ngăn không cho các công ty lợi dụng uy tín của nhãn hiệu nổi tiếng và/hoặc gây ra thiệt hại cho uy tín và sự tín nhiệm của khách hàng đối với nhãn hiệu đó.

³ Trong tài liệu *Đề nghị kiến nghị của WIPO liên quan đến các quy định về bảo hộ nhãn hiệu nổi tiếng (WIPO Joint Recommendation Concerning Provisions on the Protection of Well-Known Marks)*, thuật ngữ “các cơ quan có thẩm quyền” được sử dụng để chỉ các cơ quan hành chính, tư pháp và có tính tư pháp. Ngoài ra, cơ quan có thẩm quyền còn có thể là tòa án xử lý các vụ xâm phạm hoặc cơ quan sở hữu công nghiệp trong quá trình thẩm định đơn hoặc quá trình phân đối.

22. Cần phải lưu ý điều gì khi lựa chọn hoặc tạo dựng nhãn hiệu?

Lựa chọn hoặc tạo dựng một nhãn hiệu phù hợp là một công việc rất quan trọng vì nó là một yếu tố quan trọng trong chiến lược tiếp thị của công ty bạn. Nếu vậy, nhãn hiệu phù hợp cho sản phẩm của bạn là gì? Đường như là không có nguyên tắc “bất di bất dịch” nào nhưng hãy lưu ý đến các vấn đề sau:

- Nhãn hiệu được đề xuất phải thỏa mãn các điều kiện pháp lý để được đăng ký (Xem Câu hỏi 19);
- Nếu nhãn hiệu gồm một hoặc nhiều từ thì tốt nhất là phải bảo đảm rằng các từ ngữ đó phải **đễ đọc, dễ viết, dễ phát âm và dễ nhớ** và phù hợp với mục đích quảng cáo trên tất cả phương tiện truyền thông;
- Từ ngữ không nên có ý nghĩa phức tạp trong ngôn ngữ của nước bạn cũng như trong ngôn ngữ bất kỳ của các thị trường xuất khẩu khác;
- Nhãn hiệu không được trùng hoặc tương tự đến mức gây nhầm lẫn với các nhãn hiệu đã được đăng ký và tên miền (địa chỉ Internet) tương ứng phải được đăng ký. (Để hiểu rõ hơn mối quan hệ giữa tên miền và nhãn hiệu, xem Câu hỏi 78).

Khi lựa chọn một hoặc nhiều từ ngữ làm nhãn hiệu, bạn nên lưu ý đến ảnh hưởng của việc lựa chọn các loại từ ngữ sau:

- **Các từ ngữ tự tạo hoặc tưởng tượng.** Đó là các từ ngữ được sáng tạo ra mà không có nội dung hoặc ý nghĩa thực bất kỳ. Các từ ngữ tự tạo có ưu điểm là dễ được bảo hộ vì chúng được coi là có khả năng phân biệt. Tuy nhiên, chúng có nhược điểm là làm cho khách hàng khó nhớ được và cần nhiều nỗ lực lớn hơn trong quảng bá sản phẩm. Ví dụ điển hình là Kodak và Exxon.
- **Nhãn hiệu tùy hứng.** Đó là những từ ngữ có ý nghĩa không liên quan gì đến sản phẩm mà chúng quảng cáo. Loại nhãn hiệu này có thể dễ dàng được bảo hộ nhưng lại cần được quảng cáo nhiều hơn để tạo ra mối liên hệ giữa nhãn hiệu và sản phẩm trong trí nhớ người tiêu dùng. Ví dụ điển hình là Apple và Sun dùng cho máy tính.
- **Nhãn hiệu gợi ý.** Đó là nhãn hiệu ám chỉ một hoặc một số thuộc tính của sản phẩm. Ưu điểm của nhãn hiệu gợi ý là chúng như một hình thức quảng cáo. Tuy nhiên, có rủi ro nhỏ là một số nước coi nhãn hiệu gợi ý là sự mô tả về sản phẩm và từ chối đăng ký. Một ví dụ về nhãn hiệu gợi ý là Coppertone dùng cho kem chống nắng.

Cho dù bạn chọn loại nhãn hiệu nào thì điều quan trọng là phải tránh bắt chước các nhãn hiệu đã được đăng ký. Một sự thay đổi nhỏ trong nhãn hiệu của đối thủ cạnh tranh hoặc sự viết sai chính tả của nhãn hiệu nổi tiếng có thể sẽ không được đăng ký.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Hỗ trợ tư vấn sở hữu trí tuệ (IPR-Helpdesk) tại www.ipr-helpdesk.org gồm các thông tin và hướng dẫn cơ bản có thể tải xuống được và một số đường dẫn đến các trang web khác về sở hữu trí tuệ. Trang web bao gồm hướng dẫn về nhãn hiệu tại mục Các dấu hiệu có khả năng phân biệt (Distinctive Signs) và những yếu tố cấu thành nhãn hiệu, tác dụng, sự bảo hộ, các loại và đăng ký nhãn hiệu.

23. Đăng ký nhãn hiệu như thế nào?

Người nộp đơn

Đầu tiên, bạn phải gửi hoặc trực tiếp nộp đơn đăng ký nhãn hiệu đã được khai đầy đủ theo mẫu và nộp một khoản phí theo quy định. Đơn phải bao gồm:

- Địa chỉ liên lạc của công ty bạn;
- Mẫu nhãn hiệu (theo định dạng cụ thể được yêu cầu);
- Một bản mô tả về hàng hoá và dịch vụ và/hoặc (các) nhóm nhãn hiệu mà doanh nghiệp muốn được bảo hộ.

Cần lưu ý rằng một số cơ quan nhãn hiệu (ví dụ, của Hoa Kỳ và Canada) yêu cầu đệ trình bằng chứng sử dụng hoặc một tuyên bố rằng công ty bạn có ý định sử dụng nhãn hiệu cho những mục đích ghi trong đơn đăng ký. Cơ quan nhãn hiệu có liên quan sẽ cung cấp cho bạn các thông tin chính xác hơn trong quá trình xử lý đơn.

Cơ quan nhãn hiệu

Các công việc do các cơ quan nhãn hiệu của các nước khác nhau thực hiện để đăng ký nhãn hiệu của bạn là rất khác nhau về chi tiết, nhưng nhìn chung là tuân theo quy trình sau.

Thẩm định hình thức. Cơ quan nhãn hiệu kiểm tra đơn đăng ký để bảo đảm rằng đơn tuân thủ các yêu cầu hoặc thủ tục hành chính, ví dụ, kiểm tra xem phí đã được nộp chưa và đơn đã được khai đầy đủ chưa.

Thẩm định nội dung. Ở một số nước, cơ quan nhãn hiệu tiến hành thẩm định nội dung đơn để kiểm tra xem đơn có tuân thủ các yêu cầu về nội dung hay không, ví dụ, dấu hiệu được đăng ký có thuộc đối tượng bị loại trừ do luật nhãn hiệu quy định hay không và nhãn hiệu có xung đột với nhãn hiệu đã được đăng ký trước về (các) nhóm có liên quan hay không.

Công bố và phản đối. Ở nhiều nước, nhãn hiệu được công bố trên công báo chính thức để cho phép bên thứ ba phản đối việc đăng ký nhãn hiệu trong một thời hạn nhất định. Ở một số ít các nước khác, nhãn hiệu chỉ được công bố khi đã được đăng ký, nhưng có một thời hạn nhất định sau đó cho phép việc khiếu nại yêu cầu huỷ bỏ đăng ký.

Đăng ký. Khi đã xác định được rằng không có cơ sở để từ chối thì nhãn hiệu sẽ được đăng ký và Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu sẽ được cấp và thường có hiệu lực trong 10 năm.

Gia hạn. Nhãn hiệu có thể được gia hạn nhiều lần bằng việc nộp một khoản phí quy định, tuy nhiên đăng ký có thể bị huỷ bỏ toàn bộ hoặc đối với hàng hoá hoặc dịch vụ nhất định nếu nhãn hiệu không được sử dụng trong một thời hạn nhất định được quy định trong pháp luật nhãn hiệu có liên quan.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Hướng dẫn thẩm định nhãn hiệu (Guidelines for Trademark Examination). Hiệp hội nhãn hiệu quốc tế, năm 1998 tại trang web www.inta.org/downloads/tap_texam1998.pdf. Hướng dẫn cho các cơ quan đăng ký nhãn hiệu về các tiêu chuẩn đánh giá nhãn hiệu.

Biểu phí đăng ký nhãn hiệu chính thức (Official Trademark Fees). IPR-Helpdesk. Có thể tải xuống tài liệu này tại www.ipr-helpdesk.org.

Các chi phí cho việc đăng ký bảo hộ

Điều quan trọng là phải lưu ý rằng và để chuẩn bị ngân sách cho các chi phí liên quan đến đăng ký nhãn hiệu.

- Có các chi phí liên quan đến việc sáng tạo lôgô hoặc từ ngữ được sử dụng làm nhãn hiệu. Nhiều công ty thuê các chuyên gia tư vấn thực hiện công việc sáng tạo này;
- Có các chi phí liên quan đến thực hiện tra cứu nhãn hiệu (xem Câu hỏi 24);
- Có các chi phí liên quan đến việc đăng ký. Các chi phí này là khác nhau tùy thuộc vào từng nước và các nhóm nhãn hiệu (chủng loại sản phẩm) được yêu cầu bảo hộ. Cơ quan nhãn hiệu quốc gia có thể cung cấp thêm cho bạn chi tiết về các chi phí đăng ký ở nước bạn (xem Phụ lục II để biết danh mục trang web của các cơ quan sở hữu công nghiệp).
- Các công ty sử dụng đại diện sở hữu công nghiệp chuyên nghiệp hỗ trợ trong việc đăng ký có thể phải trả thêm các khoản chi phí nhưng lại tiết kiệm được thời gian và công sức.

Nhìn chung, người bất kỳ có ý định sử dụng nhãn hiệu hoặc lo ngại bị người khác sử dụng thì có thể đăng ký. Người đó có thể là thể nhân hoặc pháp nhân.

24. Làm thế nào để phát hiện ra nếu nhãn hiệu được chọn có thể xung đột với nhãn hiệu khác đã được đăng ký? Tra cứu nhãn hiệu là gì?

Trước khi nộp đơn đăng ký nhãn hiệu, bạn phải chắc chắn đã thực hiện việc tra cứu nhãn hiệu một cách chính xác. Việc này nhằm bảo đảm rằng nhãn hiệu mà bạn dự định sử dụng hoặc một nhãn hiệu tương tự chưa được đăng ký bởi công ty bất kỳ cho sản phẩm trùng hoặc tương tự. Phạm vi tra cứu tốt nhất là không chỉ ở nước bạn mà ở cả các nước xuất khẩu tiềm năng nhằm tránh nguy cơ xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu của người khác sau này.

Việc tra cứu nhãn hiệu có thể do công ty bạn trực tiếp thực hiện hoặc có thể sử dụng dịch vụ của một đại diện sở hữu công nghiệp bất kỳ. Hoặc bạn có thể tiến hành việc tra cứu thông qua cơ quan nhãn hiệu quốc gia (miễn phí hoặc phải nộp một khoản phí) hoặc thông qua một cơ sở dữ liệu về nhãn hiệu thương mại. Cho dù bạn chọn cách thức nào thì hãy lưu ý rằng việc tra cứu nhãn hiệu chỉ có tính sơ bộ. Thật khó để bảo đảm rằng sự lựa chọn nhãn hiệu của bạn là không “tương tự đến mức gây nhầm lẫn” với các nhãn hiệu đã được đăng ký hiện đang có hiệu lực. Đó là lý do tại sao sự tư vấn và hướng dẫn của một tổ chức đại diện sở hữu công nghiệp chuyên nghiệp đã quen với hoạt động của cơ quan nhãn hiệu và các quyết định của tòa án là cực kỳ hữu ích.

Tuy nhiên, trước khi liên hệ với tổ chức đại diện sở hữu công nghiệp bạn có thể kiểm tra xem cơ quan nhãn hiệu quốc gia (hoặc công ty cung cấp dịch vụ thông tin nhãn hiệu) có cơ sở dữ liệu nhãn hiệu trực tuyến miễn phí mà bạn có thể sử dụng để tự tiến hành tra cứu sơ bộ không. Danh mục các cơ sở dữ liệu về nhãn hiệu có tại trang web của WIPO tại địa chỉ <http://ecommerce.wipo.int/databases/trademark>.

Nhãn hiệu được chia thành các “nhóm” theo hàng hóa và dịch vụ mà chúng phân biệt (xem giải thích về hệ thống phân loại nhãn hiệu quốc tế tại www.wipo.int/classifications/en/nice/about). Do đó, bạn có thể bắt đầu làm quen với 45 nhóm nhãn hiệu khác nhau.

Nhóm nhãn hiệu

Ở hầu hết các nước, khi nộp đơn đăng ký nhãn hiệu bạn phải chỉ rõ hàng hóa và/hoặc dịch vụ mà bạn đăng ký nhãn hiệu và chia chúng thành “nhóm”. Nhóm là các nhóm được đề cập đến trong **hệ thống phân loại nhãn hiệu quốc tế**. Hệ thống phân nhóm nhãn hiệu cho phép dữ liệu về nhãn hiệu được đăng ký sẽ được lưu trữ theo thứ tự theo các loại hàng hóa và dịch vụ khác nhau. Điều này tạo thuận lợi lớn cho việc truy vấn thông tin. Bạn nên đăng ký nhãn hiệu ở tất cả các nhóm mà bạn định sử dụng nhãn hiệu đó.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Bảng phân loại quốc tế hàng hóa và dịch vụ nhằm mục đích đăng ký nhãn hiệu theo Thỏa ước Nice. WIPO. Trang web www.wipo.int/classifications/en/nice/about/index.html.

Thỏa ước Viên: Thiết lập Bảng phân loại quốc tế về các yếu tố hình của nhãn hiệu. WIPO. Trang web www.wipo.int/treaties/classification/vienna/index.html.

Tra cứu nhãn hiệu. Hiệp hội Nhãn hiệu quốc tế (INTA) tại www.inta.org/info/basics_seaches.html gồm các thông tin về lý do và cách thức tiến hành tra cứu nhãn hiệu.

Tra cứu nhãn hiệu. Glenn A. Gundersen, Tái bản lần thứ 2. Hiệp hội Nhãn hiệu quốc tế. Giá 95 đôla Mỹ (dành cho các thành viên của INTA); 105.95 đôla Mỹ. Mua tại địa chỉ Hiệp hội Nhãn hiệu quốc tế (International Trademark Association), 1133 Avenue of the Americas, New York, NY 10036, USA. Điện thoại: +1.212.768.9887. Fax: +1.212.768.1234. Email: consumerservice@inta.org. Website: www.inta.org/pubs.

Bảng phân loại quốc tế về hàng hóa và dịch vụ dùng cho mục đích đăng ký nhãn hiệu (hay còn gọi là Bảng phân loại Nice) được sử dụng rộng rãi nhất, với 34 nhóm hàng hóa và 11 nhóm dịch vụ.

Ví dụ

Sản phẩm được phân loại như thế nào? Hãy lấy một ví dụ. Nếu công ty của bạn sản xuất dao và nĩa thì đơn đăng ký nhãn hiệu của bạn phải được chuẩn bị cho nhóm hàng hóa tương ứng là nhóm 8. Tuy nhiên, nếu bạn muốn bán các dụng cụ nhà bếp khác (như đồ chứa, chảo hoặc nồi) với cùng nhãn hiệu, bạn sẽ phải đăng ký nhãn hiệu cho nhóm hàng hóa tương ứng là nhóm 21. Ở một số nước, bạn sẽ phải nộp đơn riêng biệt cho mỗi nhóm sản phẩm, trong khi ở các nước khác bạn có thể nộp một đơn đăng ký duy nhất cho nhiều nhóm khác nhau.

25. Bạn cần biết điều gì khi sử dụng nhãn hiệu?

Yêu cầu về sử dụng

Một doanh nghiệp có thể nộp đơn đăng ký nhãn hiệu trước khi sử dụng nhãn hiệu trên thị trường để thương mại hóa sản phẩm và dịch vụ của mình, nhưng một số nước sẽ không chính thức đăng ký nhãn hiệu cho đến khi bạn đệ trình chứng cứ về việc sử dụng (ví dụ, Hoa Kỳ). Hơn nữa, trong hầu hết các trường hợp, đăng ký của một nhãn hiệu sẽ bị hủy bỏ nếu nhãn hiệu đó không được sử dụng trong một thời hạn nhất định (thường là từ 3 đến 5 năm sau khi đăng ký). Quy định này nhằm bảo đảm rằng đăng ký được thực hiện với ý định sử dụng nhãn hiệu thực tế trên thị trường mà không phải chỉ đơn thuần là vì mục đích ngăn chặn người khác sử dụng.

Biểu tượng của nhãn hiệu

Nhiều công ty sử dụng các dấu hiệu như ®, TM, SM, MD (viết tắt của từ *marque déposée* trong tiếng Pháp) hoặc MR (viết tắt của từ *marca registrada* trong tiếng Tây Ban Nha) hoặc các biểu tượng tương đương bên cạnh nhãn hiệu với mục đích thông báo cho người tiêu dùng và đối thủ cạnh tranh rằng từ ngữ, lôgô hoặc dấu hiệu đó là nhãn hiệu. Việc sử dụng các biểu tượng này là không bắt buộc và nhìn chung là không tạo ra sự bảo hộ pháp lý mạnh hơn cho nhãn hiệu, mà chỉ là cách thức thuận tiện để thông báo cho người khác rằng dấu hiệu đó là nhãn hiệu, qua đó cảnh báo những người xâm phạm và người làm hàng giả tiềm năng. Biểu tượng ®, MD và MR được sử dụng khi nhãn hiệu đã được đăng ký. TM thể hiện rằng dấu hiệu đó là nhãn hiệu hàng hóa và SM đôi khi được sử dụng cho nhãn hiệu dịch vụ.

Sử dụng trong quảng cáo

Nếu nhãn hiệu của bạn được đăng ký bởi một biểu trưng (logo) với thiết kế hoặc kiểu chữ đặc trưng thì cần bảo đảm rằng dù ở bất kỳ đâu thì cũng phải được thể hiện dưới hình thức chính xác mà nó được đăng ký. Phải kiểm tra và giám sát việc sử dụng nhãn hiệu một cách chặt chẽ vì nó là rất quan trọng đối với hình ảnh về các sản phẩm của công ty bạn. Việc tránh sử dụng nhãn hiệu như một động từ hoặc danh từ cũng là rất quan trọng để khách hàng không cho rằng nhãn hiệu là thuật ngữ phổ biến.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Hiệp hội Nhãn hiệu quốc tế (International Trademark Association), trang web www.inta.org/info/faqsU.html. Các câu hỏi thường xuyên về việc sử dụng nhãn hiệu một cách đúng đắn.

Một nhãn hiệu dùng cho nhiều sản phẩm

Tùy thuộc vào chiến lược thương hiệu, một công ty có thể quyết định sử dụng một nhãn hiệu cho tất cả các sản phẩm của mình, do vậy, cần phải củng cố thương hiệu mỗi khi giới thiệu sản phẩm mới ra thị trường, hoặc sử dụng nhãn hiệu khác nhau cho các dòng sản phẩm khác nhau.

Sự mở rộng việc sử dụng nhãn hiệu hiện tại cho sản phẩm mới cho phép sản phẩm đó hưởng lợi từ hình ảnh và uy tín vốn có của nhãn hiệu. Tuy nhiên, nếu một hình ảnh có tính phân biệt là cần thiết cho dòng sản phẩm mới thì nó chứng tỏ những ưu điểm trong việc tạo dựng một nhãn hiệu hoặc thương hiệu khác phù hợp với sản phẩm mới và cho phép công ty dễ dàng hướng đến nhóm khách hàng mục tiêu (ví dụ, trẻ em, thanh niên). Nhiều công ty lựa chọn phương án sử dụng nhãn hiệu mới có liên hệ với nhãn hiệu hiện có.

Để phù hợp với chiến lược kinh doanh của bạn thì cho dù lựa chọn của bạn là gì, bạn cũng nên bảo đảm rằng nhãn hiệu được đăng ký cho tất cả các chủng loại hàng hóa và/hoặc dịch vụ (sẽ) sử dụng nhãn hiệu đó.

*Những vấn đề cơ bản
về kiểu dáng công nghiệp*

26. Kiểu dáng công nghiệp là gì? Tại sao lại quan trọng đối với doanh nghiệp?

Nhiều doanh nghiệp đầu tư một lượng thời gian và nguồn lực đáng kể để cải thiện kiểu dáng sản phẩm của họ nhằm:

- **Làm cho sản phẩm phù hợp với các nhóm khách hàng cụ thể.** Những sửa đổi nhỏ đối với kiểu dáng của sản phẩm (ví dụ, đồng hồ) có thể làm cho chúng phù hợp với từng độ tuổi, nét văn hóa hoặc các nhóm người cụ thể. Trong khi chức năng chính của đồng hồ có thể không thay đổi, nhưng trẻ em và người lớn có thể ưa thích các kiểu dáng khác nhau.
- **Tạo ra một thị trường “mục tiêu” mới.** Trên thị trường cạnh tranh khốc liệt, một công ty có thể phải xây dựng một thị trường mục tiêu cho mình bằng cách giới thiệu sản phẩm có kiểu dáng sáng tạo để phân biệt sản phẩm của công ty với sản phẩm của các đối thủ cạnh tranh. Điều này có thể được áp dụng cho các sản phẩm thông thường như khóa, cốc hoặc đĩa đựng cốc hoặc cho các sản phẩm có giá trị cao tiềm năng như đồ trang sức, máy tính hoặc xe hơi.
- **Nâng cao thương hiệu.** Kiểu dáng sáng tạo thường được kết hợp với các nhãn hiệu có khả năng phân biệt cao để nâng cao thương hiệu của công ty. Nhiều công ty đã xác định lại một cách thành công hình ảnh thương hiệu của họ thông qua việc tập trung mạnh mẽ vào kiểu dáng sản phẩm.

Trong ngôn ngữ hàng ngày, “kiểu dáng công nghiệp” nhìn chung đề cập đến hình dáng bên ngoài và chức năng tổng thể của một sản phẩm. Một chiếc ghế bành được coi là “có kiểu dáng đẹp” nếu ta thấy thoải mái khi ngồi vào và nhìn thấy bắt mắt. Do vậy, đối với doanh nghiệp, kiểu dáng sản phẩm nhìn chung hàm ý việc phát triển các đặc điểm mang tính chức năng và thẩm mỹ của sản phẩm, có lưu ý đến các vấn đề khác như khả năng tiếp cận thị trường và chi phí sản xuất sản phẩm hoặc sự thuận tiện trong việc vận chuyển, lưu giữ, sửa chữa và chuyển nhượng.

Tuy nhiên, theo tinh thần của pháp luật sở hữu trí tuệ thì **kiểu dáng công nghiệp chỉ đề cập đến các khía cạnh thẩm mỹ hoặc hình dáng bên ngoài của sản phẩm**. Nói cách khác, nó chỉ đề cập đến hình dáng bên ngoài của chiếc ghế bành. Mặc dù kiểu dáng của sản phẩm có thể bao gồm các đặc điểm kỹ thuật hoặc chức năng, thì kiểu dáng công nghiệp – với tư cách là một đối tượng sở hữu trí tuệ chỉ đề cập đến đặc điểm thẩm mỹ của sản phẩm hoàn chỉnh và do đó, khác với các đặc điểm kỹ thuật hoặc chức năng bất kỳ.

Kiểu dáng công nghiệp có tầm quan trọng đối với nhiều loại sản phẩm được sản xuất hàng loạt cũng như các sản phẩm thủ công riêng lẻ: từ các dụng cụ kỹ thuật và y tế đến đồng hồ, trang sức và các sản phẩm xa xỉ khác; từ các đồ dùng gia dụng, đồ chơi, đồ gỗ và thiết bị điện đến xe hơi và các tác phẩm kiến trúc; từ kiểu dáng hàng dệt may đến dụng cụ thể thao. Kiểu dáng công nghiệp cũng được áp dụng cho bao bì và hộp đựng sản phẩm.

Như một quy tắc chung, kiểu dáng công nghiệp gồm các đặc điểm ba chiều, như **hình dáng** của sản phẩm, các đặc điểm hai chiều như các **trang trí, họa tiết** và **đường nét** hoặc **màu sắc**, hoặc sự kết hợp của hai hay nhiều yếu tố này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tạo dáng sản phẩm: Tài liệu giới thiệu về kiểu dáng công nghiệp dành cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ. WIPO. Trang web www.wipo.int/sme/en/documents/guides/industrial_designs.pdf gồm các thông tin cơ bản về kiểu dáng công nghiệp và tầm quan trọng của nó đối với doanh nghiệp.

Cơ quan Sở hữu trí tuệ Canada. Trang web http://strategis.ic.gc.ca/sc_mrksv/cipo/help/faq_id-e.html#1 giới thiệu tổng quan về kiểu dáng công nghiệp gì. Các câu hỏi thường xuyên theo quan điểm của Canada và các thông tin về các đối tượng khác của sở hữu trí tuệ như sáng chế, nhãn hiệu, quyền tác giả và bố trí thiết kế mạch tích hợp bán dẫn.

Hướng dẫn về kiểu dáng công nghiệp (Designs Guide) của IPR-Helpdesk có thể tải xuống từ www.ipr-helpdesk.org, giới thiệu các thông tin về kiểu dáng công nghiệp là gì, giá trị của chúng đối với doanh nghiệp và lý do và cách thức bảo hộ kiểu dáng công nghiệp.

27. Tại sao phải bảo hộ kiểu dáng công nghiệp?

Có một số lý do quan trọng để doanh nghiệp bảo hộ kiểu dáng của họ là:

- Kiểu dáng của một sản phẩm thường là yếu tố tạo ra sự **hấp dẫn** hoặc **c cuốn hút** đối với khách hàng và sự hấp dẫn hữu hình là yếu tố chính trong việc quyết định lựa chọn sản phẩm này thay vì sản phẩm khác của khách hàng. Điều này là đặc biệt đúng đối với các chủng loại mà có rất nhiều sản phẩm có cùng chức năng như bàn chải tóc, dao và đèn hoặc kể cả xe hơi và máy tính. Do tầm quan trọng về thương mại của kiểu dáng đối với sự thành công của sản phẩm, việc bảo hộ kiểu dáng khởi hành vì sao chép và bắt chước của đối thủ cạnh tranh là một phần quan trọng trong chiến lược kinh doanh của nhà tạo dáng hoặc nhà sản xuất bất kỳ.
- Kiểu dáng công nghiệp đẹp chính là **tài sản của doanh nghiệp**, cái mà có thể làm tăng giá trị thương mại của công ty và sản phẩm của họ. Kiểu dáng công nghiệp càng thành công thì càng có giá trị đối với công ty. Với tư cách là một tài sản của công ty, kiểu dáng công nghiệp phải được quản lý, kiểm soát và bảo hộ đầy đủ.
- Kiểu dáng công nghiệp có vai trò quan trọng trong việc **tiếp thị** thành công một loạt sản phẩm, giúp xác định hình ảnh thương hiệu của công ty. Việc bảo hộ kiểu dáng công nghiệp bảo đảm sự độc quyền đối với việc sử dụng chúng và là nhân tố chính trong chiến lược tiếp thị của công ty.
- Kiểu dáng công nghiệp được bảo hộ có thể tạo ra nguồn thu nhập bổ sung cho công ty của bạn thông qua việc thu phí **chuyển giao quyền sử dụng (li-xăng)** kiểu dáng cho người khác hoặc thông qua **bán quyền** của kiểu dáng được đăng ký.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tạo dáng sản phẩm: Tài liệu giới thiệu về kiểu dáng công nghiệp dành cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ. WIPO. Trang web www.wipo.int/sme/en/documents/guides/industrial_designs.pdf bao gồm các thông tin cơ bản về kiểu dáng công nghiệp và tầm quan trọng của nó đối với doanh nghiệp.

Tài liệu “**Hướng dẫn về kiểu dáng công nghiệp tại Canada**” (A Guide to Industrial Designs in Canada) của Cơ quan Sở hữu trí tuệ Canada có tại http://strategis.ic.gc.ca/sc_mrksv/cipo/id/idguie-e.html#1 giới thiệu tổng quan về việc tại sao phải bảo hộ kiểu dáng công nghiệp.

Hướng dẫn về kiểu dáng công nghiệp (Designs Guide) của IPR-Helpdesk có thể tải xuống từ www.ipr-helpdesk.org, giới thiệu các thông tin về kiểu dáng công nghiệp là gì, giá trị của chúng đối với doanh nghiệp và lý do và cách thức bảo hộ kiểu dáng công nghiệp.

28. Bảo hộ kiểu dáng như thế nào?

Ở hầu hết các nước, **kiểu dáng công nghiệp phải đăng ký để được bảo hộ** theo pháp luật kiểu dáng công nghiệp. Để đăng ký kiểu dáng công nghiệp, bạn phải nộp đơn đăng ký tại **cơ quan kiểu dáng công nghiệp quốc gia (hoặc khu vực)** của nước (hoặc khu vực) mà bạn muốn nhận được sự bảo hộ.

Khi kiểu dáng công nghiệp được bảo hộ thông qua đăng ký, chủ sở hữu được cấp **độc quyền chống lại việc sao chép và bắt chước trái phép** của bên thứ ba. Quyền này bao gồm quyền ngăn cấm tất cả những người khác **sản xuất, chào bán, nhập khẩu, xuất khẩu và bán** hàng hóa bất kỳ chứa hoặc sử dụng kiểu dáng đã được đăng ký. Pháp luật và thực tiễn của nước hoặc khu vực xác định phạm vi bảo hộ thực tế của quyền đối với kiểu dáng đã được đăng ký.

Quy trình đăng ký

Để đăng ký kiểu dáng công nghiệp ở nước bạn, bạn thường phải thực hiện các bước sau:

- Khai đơn đăng ký nhận được từ **cơ quan kiểu dáng công nghiệp quốc gia** (xem Danh mục trang web của các cơ quan kiểu dáng công nghiệp nơi mà bạn có thể đăng ký kiểu dáng công nghiệp tại Phụ lục II). Bạn cũng sẽ được yêu cầu cung cấp các **hình vẽ và/hoặc hình ảnh về kiểu dáng** trong đơn đăng ký (các định dạng chuẩn thường được quy định).
- Ở một số nước, bạn cũng sẽ được yêu cầu nộp **một bản mô tả hoặc tuyên bố về tính mới** của kiểu dáng công nghiệp. Thông thường, đó phải là bản mô tả về kiểu dáng công nghiệp chứ không phải bản mô tả về sản phẩm mang kiểu dáng công nghiệp. Kiểu dáng phải có sự khác biệt chính xác và đầy đủ so với các kiểu dáng tương tự hoặc có trước bất kỳ. Kiểu dáng phải chứa tất cả các đặc điểm kỹ thuật có khả năng phân biệt của kiểu dáng và phải mô tả những đặc điểm nào là quan trọng nhất. Ở một số nước, thẩm định viên có thể yêu cầu nộp mẫu của kiểu dáng để cảm nhận chúng tốt hơn hoặc cảm nhận chất liệu hoặc kết cấu của kiểu dáng đó.
- **Nộp một khoản phí nộp đơn theo quy định.**
- Bạn có thể chọn cách thuê một **đại diện sở hữu công nghiệp** hỗ trợ bạn nộp đơn và theo đuổi đơn trong toàn bộ quá trình đăng ký. Theo cách này, bạn cũng phải nộp một tài liệu xác nhận sự ủy quyền cho đại diện của bạn.

Một số cơ quan đăng ký kiểu dáng ngay sau khi tiến hành thẩm định về thủ tục hành chính. Các cơ quan khác có thể thẩm định tính mới và/hoặc tính nguyên gốc của kiểu dáng trên cơ sở các kiểu dáng đã có trong Sổ đăng bạ. Ngày càng có nhiều cơ quan đăng ký kiểu dáng mà không thẩm định tính mới và/hoặc tính nguyên gốc.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Kiểu dáng cộng đồng không đăng ký (the Unregistered Community Designs). Victor Saez. Tạp chí Intellectual Property Review, tập 24, tháng 12 năm 2002, trang 585-90. Công ty Sweet and Maxwell, 100 đường Avenue, Luân Đôn, NW3 3PF, Vương quốc Anh. Điện thoại: (0171) 393 7000, Fax: (0171) 393 7030.

“Khảo sát về bảo hộ kiểu dáng công nghiệp ở châu Âu và Hoa Kỳ”. Katrine A. Levin and Monica B. Richman. Tạp chí European Intellectual Property Review, 2003. Công ty Sweet and Maxwell, 100 đường Avenue, Luân Đôn, NW3 3PF, Vương quốc Anh. Điện thoại: (0171) 393 7000, Fax: (0171) 393 7030.

Khi được đăng ký, kiểu dáng sẽ được ghi vào trong Sổ đăng bạ kiểu dáng công nghiệp quốc gia, được công bố trên công báo/tạp chí/bản tin về kiểu dáng công nghiệp chính thức và cấp **Giấy chứng nhận đăng ký kiểu dáng công nghiệp**. Ở một số nước/khu vực, bạn có thể yêu cầu **hoãn công bố**, theo đó kiểu dáng sẽ được giữ bí mật trong một thời hạn nhất định. Việc hoãn công bố trong một thời hạn nhất định có thể là phù hợp với các lý do kinh doanh mang tính chiến lược.

Thời hạn bảo hộ đối với kiểu dáng công nghiệp được đăng ký là khác nhau giữa các nước, nhưng **tối thiểu là 10 năm** và thường thì dài hơn (ví dụ, 14 năm cho bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp tại Hoa Kỳ và 25 năm theo quyền đối với kiểu dáng công nghiệp cộng đồng được đăng ký của Liên minh châu Âu). Ở một số nước, chủ sở hữu được yêu cầu gia hạn thời hạn bảo hộ kiểu dáng vài năm một lần.

Nhìn chung, người sáng tạo kiểu dáng hoặc người sử dụng lao động, nếu người lao động đó thực hiện công việc theo hợp đồng, có quyền nộp đơn đăng ký kiểu dáng công nghiệp. Người nộp đơn có thể là thể nhân (ví dụ, người sáng tạo ra kiểu dáng) hoặc pháp nhân (ví dụ, công ty). Trong trường hợp bất kỳ, đơn có thể được nộp trực tiếp hoặc thông qua đại diện sở hữu công nghiệp. Nếu bạn nộp đơn từ nước ngoài, bạn có thể bị yêu cầu sử dụng đại diện sở hữu công nghiệp được phép của cơ quan sở hữu công nghiệp ở nước mà bạn sẽ nộp đơn.

Kiểu dáng công nghiệp không đăng ký

Cần đặc biệt quan tâm đến Liên minh châu Âu vì gần đây pháp luật của khu vực này quy định khả năng có được sự bảo hộ có giới hạn đối với **kiểu dáng công nghiệp không đăng ký** trong thời hạn 3 năm kể từ ngày kiểu dáng được công bố công khai ở Liên minh châu Âu. Để được bảo hộ lâu hơn và mạnh hơn thì kiểu dáng cần được đăng ký đầy đủ. Việc bảo hộ kiểu dáng công nghiệp không đăng ký có nghĩa là tạo cho các công ty cơ hội kiểm tra các sản phẩm của họ trên thị trường trước khi tiêu tốn công sức và tiền bạc vào việc đăng ký kiểu dáng mà rất nhiều trong số đó đã không thành công trên thị trường. Ngoài ra, một số kiểu dáng có thể được tiếp thị trên thị trường chỉ trong một thời gian rất ngắn và không có ý định đăng ký các kiểu dáng đó, đặc biệt trong ngành công nghiệp thời trang.

Bảo hộ kiểu dáng thông qua quyền tác giả

Do mục này tập trung chủ yếu vào đăng ký kiểu dáng công nghiệp nên điều quan trọng là phải chỉ ra rằng ở một số nước có nhiều cách thức khác nhau để bảo hộ kiểu dáng công nghiệp. Tùy thuộc vào pháp luật của từng quốc gia cụ thể và loại kiểu dáng, một trong số những cách thức là bảo hộ theo pháp luật về **quyền tác giả**. Nhìn chung, quyền tác giả tạo ra độc quyền cho tác phẩm văn học và nghệ thuật. Vì kiểu dáng có thể được coi là tác phẩm nghệ thuật hoặc tác phẩm ứng dụng ở một số nước nên bảo hộ theo quyền tác giả có thể được áp dụng và có thể tạo ra một sự lựa chọn hấp dẫn đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME). Xem Câu hỏi 31.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Những câu hỏi thường xuyên về kiểu dáng cộng đồng. Cơ quan Hải hòa hóa thị trường nội khối châu Âu. Trang web <http://oami.eu.int/en/design/faq.htm>. Những câu hỏi và trả lời về các khía cạnh khác nhau của kiểu dáng cộng đồng.

Cách thức đăng ký một kiểu dáng. Cơ quan Sáng chế Vương quốc Anh. Trang web www.patent.gov.uk/design/howtoapply2.pdf. Các thông tin về cách thức khai đơn đăng ký và nộp đơn để đăng ký kiểu dáng tại Vương quốc Anh, cùng các ví dụ, cũng như các thông tin liên quan đến việc đăng ký kiểu dáng ở các nước khác.

Bảo hộ kiểu dáng thông qua nhãn hiệu

Cũng ở một số nước, nếu kiểu dáng công nghiệp có chức năng như một nhãn hiệu trên thị trường thì nó có thể được bảo hộ như một **nhãn hiệu ba chiều**. Điều này có thể diễn ra nếu hình dáng hoặc bao bì của sản phẩm được coi là đã trở thành đặc điểm có tính phân biệt của sản phẩm đó do một doanh nghiệp cụ thể sản xuất. Xem Câu hỏi 82.

Cạnh tranh không lành mạnh

Ở nhiều nước, kiểu dáng công nghiệp được bảo hộ theo pháp luật về chống cạnh tranh không lành mạnh. Do đó, kiểu dáng có thể được bảo hộ chống lại các hành vi sao chép không có tính sáng tạo và những hành vi có thể gây nhầm lẫn, những hành vi bất chước, sử dụng uy tín của bên thứ ba, v.v... Tuy nhiên, việc bảo hộ theo pháp luật chống cạnh tranh nhìn chung là yếu hơn đáng kể và khó chứng minh được các hành vi xâm phạm.

29. Các đối tượng có thể đăng ký làm kiểu dáng là gì?

Một quy tắc chung là để được đăng ký kiểu dáng công nghiệp, đối tượng đăng ký phải đáp ứng một hoặc nhiều điều kiện, phụ thuộc vào pháp luật của mỗi quốc gia.

- Kiểu dáng công nghiệp phải “**mới**”. Kiểu dáng công nghiệp được coi là mới nếu không có kiểu dáng công nghiệp tương tự được bộc lộ công khai trước ngày nộp đơn đăng ký.
- Kiểu dáng công nghiệp phải có tính “**nguyên gốc**”. Kiểu dáng được coi là có tính nguyên gốc nếu được tạo ra bởi nhà sáng tạo kiểu dáng một cách độc lập hoặc không phải là bản sao hoặc bắt chước của kiểu dáng đã có.
- Kiểu dáng có “**đặc điểm riêng biệt**”. Điều kiện này được đáp ứng nếu ấn tượng tổng thể do kiểu dáng tạo ra đối với người sử dụng được thông báo khác biệt so với ấn tượng tổng thể được tạo ra cho người sử dụng đó bởi kiểu dáng có trước bất kỳ (đã được bộc lộ công khai).

Trong quá khứ, có khả năng bảo hộ kiểu dáng đối với các sản phẩm được sản xuất công nghiệp liên quan đến các đối tượng như hình dáng của giấy, kiểu dáng của khayen tai hoặc hoa văn của bình trà. Tuy nhiên, trong **thế giới kỹ thuật số** ngày nay, phạm vi bảo hộ đang dần mở rộng ra nhiều sản phẩm hơn và nhiều kiểu dáng khác nhau. Những kiểu dáng ngày nay bao gồm các đối tượng như các biểu tượng trên màn hình điện tử được các mã máy tính tạo ra, các kiểu chữ nghệ thuật hoặc các hiển thị hình họa trên màn hình máy tính, các thiết bị gia dụng hoặc điện thoại di động.

Đối tượng nào không thể được bảo hộ làm kiểu dáng công nghiệp?

Nhìn chung, kiểu dáng bị cấm đăng ký ở nhiều nước bao gồm:

- Kiểu dáng không đáp ứng các điều kiện về tính mới, tính nguyên gốc và/hoặc đặc điểm riêng biệt (như giải thích trên đây).
- Kiểu dáng bị cho rằng được tạo ra do **chức năng kỹ thuật** của sản phẩm bắt buộc phải có. Các đặc điểm của kiểu dáng có tính chức năng hoặc kỹ thuật có thể được bảo hộ bởi các quyền sở hữu trí tuệ khác (ví dụ, bởi sáng chế hoặc giải pháp hữu ích hoặc chúng được giữ như là bí mật thương mại), phụ thuộc vào từng trường hợp cụ thể.
- Kiểu dáng chứa **biểu tượng hoặc huy hiệu chính thức** được bảo hộ (như quốc kỳ).
- Kiểu dáng được coi là **trái với trật tự công cộng và đạo đức**.

Ngoài ra, điều quan trọng là phải ghi nhớ rằng một số nước loại trừ **hàng thủ công nghiệp** ra khỏi đối tượng bảo hộ vì pháp luật kiểu dáng công nghiệp ở các nước đó yêu cầu rằng sản phẩm mang kiểu dáng công nghiệp phải là “sản phẩm công nghiệp” hoặc được tạo ra bởi “phương tiện công nghiệp”.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tạo dáng sản phẩm: Tài liệu giới thiệu về kiểu dáng công nghiệp dành cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ. WIPO. Trang web www.wipo.int/sme/en/documents/guides/industrial_designs.pdf bao gồm các thông tin cơ bản về kiểu dáng công nghiệp và tầm quan trọng của nó đối với doanh nghiệp.

Tài liệu của Cơ quan Sở hữu trí tuệ Canada địa chỉ tại http://strategis.ic.gc.ca/sc_mrksv/cipo/help/faq_id-e.html#1 giới thiệu tổng quan về kiểu dáng công nghiệp gì. Các câu hỏi thường xuyên theo quan điểm của Canada và các thông tin về các đối tượng khác của sở hữu trí tuệ như sáng chế, nhãn hiệu, quyền tác giả và bố trí thiết kế mạch tích hợp bán dẫn.

Phụ thuộc vào pháp luật quốc gia, có thể có nhiều giới hạn hơn về đối tượng có thể hoặc không thể đăng ký làm kiểu dáng công nghiệp. Tốt nhất là tham vấn ý kiến của đại diện sở hữu công nghiệp hoặc cơ quan sở hữu công nghiệp quốc gia có liên quan.

Kiểu dáng công nghiệp truyền thống

Kiểu dáng truyền thống và hình thức thể hiện văn hóa truyền thống (hình thức thể hiện của văn hóa dân gian) thường được pháp luật sở hữu trí tuệ coi là thuộc “sở hữu cộng đồng” và không thể được bảo hộ. Tuy nhiên, sự phỏng theo và giải thích hiện đại về kiểu dáng công nghiệp do các cá nhân riêng lẻ tạo ra lại có thể được coi là có “tính nguyên gốc” và “tính mới” để bảo hộ kiểu dáng công nghiệp. Các kiểu dáng dựa trên truyền thống đã được đăng ký ở một số nước. Việc bảo hộ sở hữu trí tuệ cho sự phỏng theo hiện đại của kiểu dáng truyền thống là sự bù đắp xứng đáng cho sự sáng tạo và đổi mới hiện đại.

30. Việc giữ bí mật kiểu dáng trước khi đăng ký quan trọng như thế nào?

Nếu bạn muốn bảo hộ kiểu dáng công nghiệp của bạn theo hệ thống đăng ký, việc giữ bí mật kiểu dáng của mình là một việc cực kỳ quan trọng. Lý do của việc này nằm ở chỗ các yêu cầu của việc bảo hộ kiểu dáng là kiểu dáng đó phải “có tính mới”. Nếu bạn để cho người khác biết được kiểu dáng sáng tạo của mình thì tốt nhất là phải có hợp đồng bằng văn bản, trong đó nêu rõ rằng kiểu dáng là bí mật. Kiểu dáng đã được bộc lộ công khai, ví dụ, thông qua việc quảng cáo trên ca-ta-lô hoặc tài liệu tiếp thị của công ty có thể không được coi là “mới”. Kiểu dáng đó sẽ trở thành một bộ phận của sở hữu cộng đồng và không thể được bảo hộ trừ khi pháp luật hiện hành quy định một “ân hạn”.

Ân hạn

Ở một số nước, pháp luật cho phép một ân hạn từ 6 tháng đến một năm kể từ ngày kiểu dáng được công bố công khai, bị bộc lộ hoặc được công bố để đăng ký. Đây là trường hợp mà những sản phẩm mang kiểu dáng được bán, trưng bày, triển lãm hoặc hội chợ thương mại, hoặc kiểu dáng được công bố trên ca-ta-lô, tài liệu quảng cáo, chương trình quảng cáo, v.v. trước khi đơn được nộp. Trong thời hạn đó, bạn có thể tiếp thị kiểu dáng của bạn mà không làm mất “tính mới” và bạn vẫn có thể tiến hành đăng ký kiểu dáng. Tuy nhiên, thời hạn này không có tại tất cả các nước, và trong trường hợp bất kỳ cũng chỉ là một thời hạn nhất định, nhưng có một nguyên tắc chung là tốt nhất hãy giữ bí mật kiểu dáng của bạn cho đến khi bạn nộp đơn đăng ký. Hơn nữa, bạn sẽ không có độc quyền đối với kiểu dáng công nghiệp trong thời kỳ ân hạn. Tuy nhiên, kiểu dáng của bạn có thể được bảo hộ theo pháp luật về quyền tác giả hoặc chống cạnh tranh không lành mạnh, phụ thuộc vào quy định của pháp luật quốc gia có liên quan (xem Câu hỏi 31).

Trưng bày kiểu dáng tại triển lãm hoặc hội chợ trước khi bảo hộ

Theo pháp luật kiểu dáng công nghiệp của các nước nếu không có ân hạn, có thể có ngoại lệ đặc biệt trong trường hợp triển lãm hoặc hội chợ, theo đó cho phép tác giả kiểu dáng đã trưng bày kiểu dáng tại một “cuộc triển lãm quốc tế chính thức” (do đó làm cho kiểu dáng bị bộc lộ) cho đến 6 tháng trước khi nộp đơn đăng ký bảo hộ mà không làm mất “tính mới” hoặc “tính nguyên gốc”. Tuy nhiên, đây có thể là một việc làm rủi ro vì rất ít triển lãm được coi là “triển lãm quốc tế chính thức”. Do đó, tốt nhất là nộp đơn đăng ký trước khi trưng bày kiểu dáng tại cuộc triển lãm hoặc hội chợ bất kỳ.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tạo dáng sản phẩm: Tài liệu giới thiệu về kiểu dáng công nghiệp dành cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ. WIPO. Trang web www.wipo.int/sme/en/documents/guides/industrial_designs.pdf bao gồm các thông tin cơ bản về kiểu dáng công nghiệp và tầm quan trọng của nó đối với doanh nghiệp.

Tổng quan về kiểu dáng công nghiệp tại Canada. Hofbauer Associates. Năm 2002. Hofbauer Associates, 205N – 1445, đường Lakeshore, Burlington, Ontario, Canada. Điện thoại: + 1.905.634.0040, Fax: +1.905.634.9119. Email: info@capatents.com. Có thể tải xuống tài liệu này tại www.capatents.com/downloads/O31.pdf. Phần 5 của Tài liệu bàn luận về tầm quan trọng của bảo mật trước khi và trong khi đăng ký kiểu dáng; thỏa thuận bảo mật; công cụ được sử dụng trong việc bảo mật.

*Những vấn đề cơ bản về
quyền tác giả và quyền liên quan*

31. Quyền tác giả là gì? Loại tác phẩm nào được bảo hộ quyền tác giả?

Quyền tác giả là phần cốt lõi của pháp luật nhằm trao cho tác giả, nghệ sỹ và các nhà sáng tạo khác sự bảo hộ cho những sáng tạo văn học và nghệ thuật của họ - dưới đây được gọi chung là “tác phẩm”. Theo quy định, các tác phẩm đủ điều kiện bảo hộ quyền tác giả là các sáng tạo trí tuệ gốc. Chúng được bảo hộ bất kể chất lượng của chúng và bao gồm các hướng dẫn kỹ thuật hoặc các hình vẽ kỹ thuật đơn thuần. Nhìn chung, pháp luật về quyền tác giả không liệt kê danh mục đầy đủ các loại tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả, nhưng trên thực tiễn pháp luật của tất cả quốc gia đều quy định sự bảo hộ cho các đối tượng sau:

- Tác phẩm văn học;
- Tác phẩm âm nhạc;
- Tác phẩm nghệ thuật;
- Bản đồ và các bản vẽ kỹ thuật;
- Các tác phẩm nhiếp ảnh;
- Tác phẩm điện ảnh;
- Chương trình máy tính;
- Các sản phẩm đa phương tiện.

Do vậy, tác giả của chương trình máy tính, người thiết kế trang web, doanh nghiệp đa phương tiện, công ty quảng cáo, đài phát thanh, nhà xuất bản và các kênh truyền hình sáng tạo ra và truyền bá các tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả theo các quy định thông thường, và phải hiểu rõ về hình thức bảo hộ được trao cho các tác phẩm nhằm khai thác chúng một cách phù hợp. Hơn nữa, các công ty có hoạt động kinh doanh chủ yếu không liên quan đến việc sáng tạo hoặc phổ biến các tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả phải có sự hiểu biết tốt về hệ thống quyền tác giả vì trang web của công ty, chương trình quảng cáo, tài liệu giới thiệu, tài liệu hướng dẫn và các tài liệu khác nhìn chung là được bảo hộ quyền tác giả. Hơn nữa, các công ty phải lưu ý khi sử dụng các tác phẩm của người khác được bảo hộ quyền tác giả, như chương trình máy tính.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Hướng dẫn về quyền tác giả. IPR-Helpdesk. Có thể tải xuống tài liệu này tại <http://www.ipr-helddesk.org>. Tài liệu gồm các thông tin về quyền tác giả là gì, những gì có thể và không thể được bảo hộ quyền tác giả, các quyền được cấp và các vấn đề có liên quan khác.

Hướng dẫn về quyền tác giả và Internet. IPR-Helpdesk. Có thể tải xuống tài liệu này tại <http://www.ipr-helddesk.org>. Tài liệu gồm các thông tin về các khía cạnh thực tiễn của quyền tác giả khi được sử dụng trên Internet và việc sử dụng những tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả.

Phần mềm máy tính của bạn và cách thức bảo hộ: Tài liệu hướng dẫn dành cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ về cách thức bảo hộ phần mềm mà bạn đã phát triển. Ủy ban châu Âu. Tài liệu có thể tải xuống từ ftp://ftp.cordis.lu/pub/innovation-smes/docs/brochure_ipr-software_protection_en.pdf.

Hướng dẫn thực hành về đăng ký quyền tác giả cho các sản phẩm truyền thông mới. Phòng Di sản Canada và Hiệp hội các nhà sản xuất tương hỗ của Canada. Xem trang web www.pch.gc.ca/progs/ac-ca/pubs/ic-ci/pubs/copyymm_e.htm. Một công cụ với ý định dành cho các nhà sản xuất làm việc trong lĩnh vực truyền thông mới; và cũng là hữu ích cho bất kỳ ai quan tâm đến việc sản xuất và khai thác các sản phẩm truyền thông mới.

Hướng dẫn của Ladas & Pary về bảo hộ độc quyền đối với chương trình máy tính ở Hoa Kỳ. Ladas & Parry. Trang web www.ladas.com/sang_ches/computer/computer.USA.html. Gồm các vấn đề bảo hộ quyền tác giả đối với phần mềm máy tính.

Trang thông tin. Ủy ban Quyền tác giả của Ôxtrâyliya. Trang web www.copyright.org.au/page3.htm. Các vấn đề cơ bản về quyền tác giả được áp dụng tại Ôxtrâyliya.

Điều quan trọng là phải ghi nhớ rằng pháp luật về quyền tác giả chỉ bảo hộ hình thức thể hiện ý tưởng chứ không phải bản thân ý tưởng. Sự sáng tạo được pháp luật quyền tác giả bảo hộ là sự sáng tạo về việc chọn lọc và sắp xếp các từ ngữ, nốt nhạc, màu sắc và mã máy tính, v.v.. Do vậy, ý tưởng và cốt truyện cơ bản của hai tiểu thuyết lãng mạn có thể rất tương tự nhau, nhưng cách thức thể hiện và từ ngữ được sử dụng để mô tả sẽ tạo cho mỗi tác phẩm gốc thành một đối tượng được bảo hộ quyền tác giả một cách riêng biệt.

32. Các doanh nghiệp hoạt động biểu diễn, phát sóng và sản xuất bản ghi âm có các quyền nào?

Hơn 50 năm qua, lĩnh vực mới về các quyền liên quan đến quyền tác giả đã phát triển rất nhanh chóng. Những quyền được gọi là “**quyền liên quan**” ngày càng gia tăng xung quanh các tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả và tạo ra các quyền tương tự, mặc dù thời hạn bảo hộ thường hạn chế và ngắn hơn, dành cho:

- **Nghệ sỹ biểu diễn** (như các diễn viên và nhạc công) trong hoạt động biểu diễn của họ;
- **Nhà sản xuất bản ghi âm** (ví dụ, băng cát xét và đĩa compac) trong hoạt động ghi âm của họ;
- **Tổ chức phát sóng** trong các chương trình phát thanh và truyền hình của họ.

“Quyền liên quan” khác với “quyền tác giả” vì chúng thuộc sở hữu của những người được coi là trung gian trong quá trình sản xuất, ghi âm và phổ biến tác phẩm. Sự liên quan đến quyền tác giả được thể hiện ở ba loại quyền liên quan là sự tương hỗ trong quá trình sáng tạo và phổ biến trí tuệ vì chúng hỗ trợ các tác giả sáng tạo trong quá trình truyền tải tác phẩm đến với công chúng. Một nhạc công thể hiện một tác phẩm âm nhạc do một nhạc sỹ sáng tác; một diễn viên vào vai trong vở kịch được sáng tác bởi một nhà viết kịch, một nhà sản xuất bản ghi âm – hay thường được gọi là “ngành công nghiệp ghi âm” – ghi âm hoặc sản xuất bài hát và bản nhạc do nhà thơ và nhạc sỹ sáng tác, được nhạc công hoặc ca sỹ thể hiện; tổ chức phát sóng phát sóng các tác phẩm và bản ghi âm trên các đài phát thanh và/hoặc truyền hình của họ.

Nếu doanh nghiệp của bạn dựa trên hoạt động bất kỳ nêu trên hoặc bạn là người sử dụng những dịch vụ đó thường xuyên thì bạn cần phải hiểu rằng có những quyền sở hữu trí tuệ quan trọng không thể được sử dụng nếu không được phép của chủ sở hữu. Điều này luôn yêu cầu việc thanh toán một khoản phí hoặc thù lao để được phép.

Quyền tác giả và các quyền liên quan có được mà không cần phải thực hiện một thủ tục bất kỳ như đăng ký, nộp lưu chiểu hoặc thông báo, ví dụ, về một bản ghi âm.

Thậm chí, tốt nhất là hãy gắn một thông báo trên bản ghi âm với 3 nội dung sau:

- Một chữ P in hoa đặt trong vòng tròn (P);
- Tên của chủ sở hữu độc quyền; và
- Năm đầu tiên xuất bản bản ghi âm.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Liên đoàn quốc tế về công nghiệp ghi âm (IFPI). Trang web www.ifpi.org. Nguồn thông tin, đường liên kết, các ấn phẩm, các mục và thông tin hữu ích về các quyền sở hữu trí tuệ, hành vi xâm phạm và thực thi trong ngành công nghiệp ghi âm.

Khảo sát về bảo hộ quốc gia về tác phẩm biểu diễn được ghi âm/hình. WIPO. Năm 2003. Trang web www.wipo.int/documents/en/meetings/2003/avp_im/pdf/avp_im_03_2.pdf. Giới thiệu các nội dung chính của việc bảo hộ tác phẩm biểu diễn được ghi âm/hình.

Bảo vệ tổ chức phát sóng. WIPO. Năm 2002. Trang web www.wipo.int/documents/en/meetings/2002/sccr/pdf/sccr7_8.pdf. Giới thiệu các thông tin kỹ thuật cơ bản về sự phát triển của lĩnh vực phát sóng kể từ khi thông qua Công ước Rome năm 1961, phạm vi và các hoạt động của tổ chức phát sóng liên quan đến việc truyền tải các chương trình biểu diễn, mục tiêu và phạm vi bảo hộ của tổ chức đó.

Liên đoàn quốc tế của các hiệp hội tác giả và soạn giả (CISAC). Trang web www.cisac.org. Giới thiệu kiến thức cơ bản về sở hữu trí tuệ và về hoạt động của các tổ chức quản lý tập thể quyền đối với các thành viên CISAC. CISAC gồm 199 thành viên là các tổ chức quản lý tập thể ở 103 nước.

Hiệp ước quyền tác giả của WIPO (WCT) và Hiệp ước về hoạt động biểu diễn và ghi âm của WIPO (WPPT). WIPO. Trang web www.wipo.int/publications/e-commerce/450/1450in-e.pdf và www.wipo.int/copyright/en/activities/wct_wppt/pdf/wct_wppt.pdf. Thông tin về các quy định và tình trạng của các điều ước quốc tế này.

33. Cách thức bảo hộ tác phẩm của mình? Quyền tác giả bao gồm các quyền nào?

Không giống như các quyền sở hữu trí tuệ khác buộc phải đăng ký, quyền tác giả không phụ thuộc vào các thủ tục hành chính. Một tác phẩm đã được sáng tạo ra được coi là đã được bảo hộ quyền tác giả ngay khi định hình. Theo hai công ước quốc tế về quyền tác giả (đặc biệt là Công ước Berne về bảo hộ tác phẩm văn học và nghệ thuật), các tác phẩm văn học và nghệ thuật được bảo hộ mà không cần tiến hành thủ tục bất kỳ tại nước thành viên của các công ước này. Do vậy, không có hệ thống quốc tế nào về đăng ký bảo hộ quyền tác giả chung cho một số nước khác nhau.

Tuy nhiên, nhiều nước có cơ quan quản lý quyền tác giả quốc gia và pháp luật một số quốc gia cho phép đăng ký các tác phẩm với mục đích, ví dụ, xác định và phân biệt tên gọi của tác phẩm. Ở một số nước, việc đăng ký còn nhằm mục đích tạo chứng cứ ban đầu trước tòa án trong các vụ tranh chấp về quyền tác giả.

Các độc quyền được cấp

Tác giả gốc của tác phẩm được bảo hộ bởi quyền tác giả có **độc quyền** sử dụng hoặc cho phép người khác sử dụng tác phẩm theo những điều kiện thoả thuận. Tác giả của tác phẩm có thể ngăn cấm hoặc cho phép:

- **Tái bản** dưới nhiều hình thức khác nhau, như bản in hoặc bản ghi âm;
- **Phân phối** lần đầu tiên đến công chúng thông qua bán và chuyển nhượng quyền sở hữu trong các bản sao hữu hình;
- **Cho thuê** các bản sao (đối với chương trình máy tính và bản ghi âm, cũng như các tác phẩm nghe nhìn);
- **Biểu diễn trước công chúng**, đối với một vở kịch hoặc tác phẩm âm nhạc;
- **Sao chép**, ví dụ, dưới hình thức đĩa compact, cát-xét hoặc băng video;
- **Phát sóng**, thông qua truyền thanh, cáp quang và vệ tinh;
- **Dịch** từ ngôn ngữ gốc sang ngôn ngữ khác hoặc **chuyển thể**, ví dụ, một tiểu thuyết thành kịch bản phim.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Cổng thông tin điện tử của WIPO về quyền tác giả và quyền liên quan. WIPO. Trang web www.wipo.int/copyright/en/index.html. Thông tin và các đường liên kết, bao gồm các câu hỏi thường gặp về quyền tác giả.

Bảo hộ quyền tác giả: Hưởng lợi từ sáng tạo văn học và nghệ thuật. WIPO. Năm 2003. Trang web www.wipo.int/sme/en/documents/wipo_magazine?01-2003.pdf. Tổng quan vắn tắt về các ngành công nghiệp quyền tác giả và quyền liên quan, cũng như bàn luận về những điều mà doanh nghiệp cần phải làm để bảo đảm rằng việc sử dụng các tác phẩm được bảo hộ phù hợp với pháp luật quyền tác giả.

Các vấn đề cơ bản về quyền tác giả. Cục Bản quyền Hoa Kỳ. Trang web www.copyright.gov/circs/circsl.html. Tổng quan quy định về quyền tác giả được áp dụng tại Hoa Kỳ, gồm đối tượng được bảo hộ, phạm vi, thời hạn bảo hộ, chuyển giao quyền tác giả, đăng ký, thủ tục, ...

Nhiều tác phẩm sáng tạo được bảo hộ quyền tác giả cần có sự phân phối, truyền thông và đầu tư tài chính lớn cho việc phổ biến (ví dụ, các ấn phẩm, bản ghi âm hoặc phim), do đó, tác giả thường **chuyển giao quyền (li-xăng) các quyền** đối với tác phẩm của mình cho các cá nhân hoặc công ty có khả năng tiếp thị tốt nhất các tác phẩm đó để nhận được thù lao. **Những khoản thù lao** thường được đưa ra phụ thuộc vào việc sử dụng thực tế các tác phẩm và do đó, được gọi chung là **phí li-xăng**.

Các **quyền tài sản** có thời hạn nhất định, nhìn chung là 50 năm sau khi tác giả chết. Pháp luật quốc gia có thể quy định một thời hạn dài hơn. Thời hạn này cho phép tác giả và người thừa kế hưởng lợi về tài chính trong một thời hạn nhất định. Việc bảo hộ quyền tác giả cũng bao gồm **quyền nhân thân** (quyền tinh thần) liên quan đến quyền yêu cầu nêu tên là tác giả của tác phẩm và quyền phản đối những thay đổi trong tác phẩm có thể làm ảnh hưởng đến uy tín của tác giả.

Tác giả hoặc **chủ sở hữu quyền tác giả** của tác phẩm có thể **thực thi các quyền** theo thủ tục hành chính và tại toà án thông qua việc thanh tra cơ sở sản xuất để thu thập bằng chứng về việc sản xuất hoặc sở hữu hàng hoá xâm phạm quyền tác giả hoặc được sản xuất bất hợp pháp liên quan đến tác phẩm được bảo hộ. Chủ sở hữu có thể nhận được lệnh từ toà án để ngăn chặn các hành vi nêu trên, cũng như yêu cầu bồi thường cho những thiệt hại về tài chính hoặc sự thừa nhận.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Hướng dẫn về quyền tác giả. IPR-Helpdesk. Có thể tải xuống tài liệu này tại <http://www.ipr-helpdesk.org>. Tài liệu gồm các thông tin về quyền tác giả là gì, những gì có thể và không thể được bảo hộ quyền tác giả, các quyền được cấp và các vấn đề có liên quan khác.

Trang thông tin. Ủy ban Quyền tác giả của Ôxtrâyliya. Trang web www.copyright.org.au/page3.htm. Các vấn đề cơ bản về quyền tác giả được áp dụng tại Ôxtrâyliya.

34. Quản lý tập thể quyền tác giả và quyền liên quan là gì?

Có nhiều trường hợp vì những lý do thực tế liên quan đến các hình thức sử dụng cụ thể mà việc quản lý các quyền một cách riêng lẻ là gần như không thể. Một tác giả không có khả năng giám sát tất cả việc sử dụng tác phẩm của mình. Một tác giả không thể, ví dụ, liên lạc với tất cả các đài phát thanh, truyền hình để đàm phán hợp đồng chuyển giao quyền sử dụng tác phẩm và thù lao. Ngược lại, các tổ chức phát sóng cũng không thể tìm kiếm sự cho phép riêng lẻ của từng tác giả mỗi khi họ muốn sử dụng tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả. Trung bình mỗi năm có khoảng 60.000 tác phẩm âm nhạc được phát trên đài truyền hình, do vậy, hàng nghìn chủ sở hữu quyền cần được tiếp cận để xin phép. Đối với cả chủ sở hữu và người sử dụng quyền, sự phi thực tế của việc quản lý các hoạt động một cách riêng lẻ đã tạo ra nhu cầu về **tổ chức quản lý quyền tập thể** có vai trò nối liền khoảng cách giữa họ trong những lĩnh vực quan trọng giữa tác giả và chủ sở hữu cũng như giữa các tổ chức quản lý tập thể.

Quản lý tập thể là việc thực hiện quyền tác giả và các quyền liên quan bởi các tổ chức thay mặt cho và vì lợi ích của chủ sở hữu quyền.

Các loại quyền phổ biến nhất được quản lý tập thể là gì?

Tổ chức quản lý tập thể chủ yếu quản lý các quyền sau:

- Quyền biểu diễn trước công chúng (âm nhạc được chơi hoặc được biểu diễn tại các sàn nhảy, nhà hàng và các địa điểm công cộng khác);
- Quyền phát sóng (cuộc biểu diễn trực tiếp hoặc bản ghi âm trên đài phát thanh hoặc truyền hình);
- Quyền tái bản các tác phẩm âm nhạc (tái bản các tác phẩm trong đĩa CD, băng ghi âm, đĩa ghi âm nhựa, băng cát-xét, đĩa mini hoặc các hình thức ghi âm khác);
- Quyền biểu diễn trong các tác phẩm kịch (các vở kịch trong nhà hát);
- Quyền tái bản các tác phẩm văn học và âm nhạc bằng cách sao chụp (phôtôcopy);
- Các quyền liên quan (quyền của người biểu diễn và nhà sản xuất các bản ghi âm trong việc thu thù lao đối với việc phát sóng và truyền đạt đến công chúng các bản ghi âm).

Quản lý tập thể hoạt động như thế nào?

Có nhiều loại các tổ chức quản lý tập thể hoặc các nhóm tổ chức như vậy sẽ quản lý tập thể các loại quyền khác nhau, phụ thuộc vào loại tác phẩm (âm nhạc, kịch, sản phẩm đa phương tiện, v.v.).

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Quản lý tập thể quyền tác giả và quyền liên quan. WIPO. Trang web www.wipo.int/about-ip/en/collective_mngt.html. Bao gồm các đường liên kết đến thông tin về quyền tác giả và quản lý tập thể, tính hữu dụng và khả năng áp dụng trong các lĩnh vực khác nhau.

Liên đoàn quốc tế của các hiệp hội tác giả và soạn giả (CISAC). Trang web www.cisac.org. Giới thiệu kiến thức cơ bản về sở hữu trí tuệ và về hoạt động của các tổ chức quản lý tập thể quyền đối với các thành viên CISAC. CISAC gồm 199 thành viên là các tổ chức quản lý tập thể ở 103 nước.

Tổ chức quản lý tập thể “truyền thống” có chức năng thay mặt các thành viên đàm phán tỷ lệ thù lao và điều kiện sử dụng với khách hàng, cấp phép sử dụng, thu và phân phối thù lao. Chủ sở hữu quyền riêng lẻ không trực tiếp tham gia vào bất kỳ công việc nào.

Trung tâm cấp quyền (Rights Clearance Centre) cấp các hợp đồng chuyển giao quyền sử dụng cho người sử dụng, trong đó quy định các điều kiện sử dụng tác phẩm và các điều khoản về mức thù lao do các chủ sở hữu quyền riêng lẻ thiết lập – những chủ sở hữu quyền này là thành viên của Trung tâm (trong lĩnh vực sao chép, ví dụ, tác giả của tác phẩm viết như sách, báo, tạp chí). Ở đây, Trung tâm có vai trò là đại diện cho chủ sở hữu quyền – những người mà vẫn trực tiếp tham gia vào việc thiết lập các điều khoản về việc sử dụng tác phẩm.

“**Trung tâm dịch vụ một cửa**” (one-stop-shops) là một dạng liên minh của các tổ chức quản lý tập thể riêng lẻ có chức năng cung cấp cho người sử dụng các nguồn tập trung mà từ đó việc xin phép có thể đạt được một cách dễ dàng và nhanh chóng. Xu hướng thành lập các tổ chức như vậy ngày càng phát triển do sự gia tăng không ngừng trong sản xuất các sản phẩm đa phương tiện (các sản phẩm này bao gồm hoặc được tạo ra từ một vài loại tác phẩm, kể cả chương trình máy tính) mà yêu cầu một loạt sự cho phép.

35. Làm thế nào để hiểu rõ hơn về hệ thống quyền tác giả ở nước sở tại?

Nếu công ty của bạn trực tiếp tham gia vào cái được gọi là ngành công nghiệp bản quyền, nghĩa là sáng tạo, xuất bản, ghi âm, phân phối hoặc bán các tác phẩm được bảo hộ bởi quyền tác giả hoặc quyền liên quan thì nên chắc chắn rằng bạn đã hiểu rõ các quyền của mình và áp dụng các biện pháp hữu hiệu nhằm thực hiện, chuyển giao hoặc thực thi chúng. Nhưng thậm chí nếu không trực tiếp liên quan đến ngành công nghiệp bản quyền thì đôi khi công ty của bạn có thể vẫn xuất bản một số ấn phẩm được bảo hộ quyền tác giả hoặc quyền liên quan. Các ấn phẩm, tài liệu quảng cáo, trang web, chương trình quảng cáo trên báo chí và truyền hình hoặc các video tiếp thị của công ty đều có thể được bảo hộ theo pháp luật quyền tác giả.

Nếu bạn tin rằng công ty của mình đã tạo ra tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả hoặc quyền liên quan và bạn mong muốn tối đa hóa lợi ích từ những tác phẩm đó, tốt hơn hết là bạn hãy xin ý kiến tư vấn của cơ quan bản quyền quốc gia hoặc của luật sư. Dưới đây là một số câu hỏi mà bạn có thể sử dụng để hiểu rõ hơn hệ thống bảo hộ quyền tác giả ở nước bạn.

Quyền tác giả có phải đăng ký không? Một quy tắc chung, việc bảo hộ quyền tác giả là tự động và không phụ thuộc vào việc đăng ký. Tuy nhiên, ở một số nước có Đăng bạ quyền tác giả và việc đăng ký tác phẩm của bạn vào Đăng bạ là một việc làm thông minh vì nó có thể có ích cho bạn trong trường hợp phát sinh tranh chấp, ví dụ, về quyền sở hữu tác phẩm.

Ai là người sở hữu quyền? Chủ sở hữu quyền tác giả đối với tác phẩm thông thường là người đã sáng tạo ra hoặc tác giả đầu tiên của các phẩm. Tuy nhiên, có một số ngoại lệ cho quy định này. Ở một số nước, dường như quyền tài sản đối với tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả ngay từ đầu thuộc về người sử dụng lao động/nhà sản xuất, trong khi ở một số nước, các quyền đó lại được *chuyển nhượng* hoặc *chuyển giao* cho người sử dụng lao động/nhà sản xuất. Do đó, tốt nhất là hãy tìm hiểu các quy định cụ thể ở nước của bạn và, nếu cần, đưa vào hợp đồng lao động của bạn các quy định về việc chuyển giao quyền.

Bạn có các quyền gì? Các độc quyền được trao cho tác giả và chủ sở hữu quyền theo pháp luật quốc gia có thể khác nhau giữa các nước. Tuy nhiên, các độc quyền thường bao gồm quyền tái bản (quyền tạo ra các bản sao), quyền biểu diễn trước công chúng, quyền phát sóng và quyền chuyển thể. Ngoài ra, ngày càng có nhiều nước trao cho chủ sở hữu các quyền liên quan đến việc phân phối các tác phẩm của họ trên Internet, cũng như bảo hộ chống lại việc phá vỡ các biện pháp được bảo vệ bằng công nghệ. Do vậy, việc tìm ra quyền nào được trao theo pháp luật bản quyền quốc gia là một việc đáng làm nhằm cho phép doanh nghiệp của bạn hưởng lợi một cách đầy đủ từ việc bảo hộ quyền tác giả và quyền liên quan.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Địa chỉ các trang web của các Cơ quan quản lý quyền tác giả. WIPO. Trang web www.wipo.int/news/en/links/cr_web.htm. Bao gồm địa chỉ các trang web của các cơ quan quản lý quyền tác giả quốc gia, qua đó có thể tiếp cận được với pháp luật về quyền tác giả của nhiều nước khác nhau.

Tài liệu hướng dẫn về sáng tạo của người làm thuê. IPR-Helpdesk. Tài liệu này có thể được tải xuống từ www.ipr-helpdesk.org tại tiểu mục về quyền tác giả. Tài liệu giới thiệu tổng quan về tình huống liên quan đến quyền sở hữu trí tuệ đối với các sản phẩm sáng tạo khác nhau do người lao động làm thuê tạo ra và cách thức chuyển giao quyền đối với người lao động và người sử dụng lao động, tập trung vào các chỉ thị của EU.

Tài liệu hướng dẫn về quản lý quyền kỹ thuật số, Phòng Truyền thông, Công nghệ thông tin và nghệ thuật (DCITA) và Hiệp hội Công nghiệp truyền thông đa phương tiện của Ôxtrâyliá (AIMIA). Trang web www.dcita.gov.au/drm/index.html. Quản lý quyền đối với các tác phẩm số, các vấn đề pháp lý, các trường hợp nghiên cứu thực nghiệm, cùng với các công cụ và mô hình để tham khảo.

Làm thế nào để nhận được sự bảo hộ quốc tế cho tác phẩm của mình? Nếu bạn là công dân hoặc cư dân của một nước đã phê chuẩn các công ước quốc tế trong lĩnh vực quyền tác giả và quyền liên quan do WIPO quản lý như Công ước Berne hoặc là thành viên của Tổ chức Thương mại thế giới và đã thực hiện nghĩa vụ theo Hiệp định TRIPS, tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả của bạn sẽ hưởng lợi từ việc bảo hộ tự động trong một số lượng lớn các quốc gia (hơn 150 nước). Nếu nước của bạn chưa là thành viên của các công ước quốc tế, có thể vẫn sẽ có các thỏa thuận có đi có lại giữa các nước và một số nước quy định các quyền tương tự.

Tôi nên li-xăng tác phẩm của tôi như thế nào? Nếu bạn muốn li-xăng tác phẩm của bạn cho người khác như tổ chức phát sóng, nhà xuất bản, thậm chí cơ sở giải trí bất kỳ, từ quán bar đến hộp đêm, thì việc tham gia vào tổ chức quản lý tập thể có thể là một sự lựa chọn đúng đắn. Các tổ chức quản lý tập thể thay mặt cho tác giả giám sát việc sử dụng tác phẩm và có trách nhiệm đàm phán các hợp đồng li-xăng và thu phí. Đặc biệt, các tổ chức này là phổ biến trong lĩnh vực các tác phẩm âm nhạc và nghệ thuật trong trường hợp có một số lượng lớn người sử dụng cùng một tác phẩm và sẽ khó cho cả chủ sở hữu quyền và người sử dụng trong việc tìm kiếm sự cho phép cụ thể cho mỗi lần sử dụng và giám sát chúng. Nếu không có tổ chức quản lý quyền, hợp đồng chuyển giao quyền sử dụng cần được đàm phán riêng lẻ với mỗi người nhận li-xăng. Việc xin ý kiến chuyên gia có thể là hữu ích để có được những điều khoản có lợi trong hợp đồng li-xăng. Để biết thêm thông tin về li-xăng tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả, xem Câu hỏi 46.

Tôi phải thực thi quyền của tôi như thế nào? Tác giả của một tác phẩm có quyền cho phép hoặc ngăn cấm người khác sử dụng tác phẩm của mình. Nếu bạn phát hiện ra người bất kỳ sử dụng tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả mà không được phép, bạn có thể thực thi quyền của mình bằng biện pháp hành chính và kiện ra tòa. Ở một số nước, biện pháp kiểm soát biên giới cũng được áp dụng nhằm ngăn chặn việc nhập khẩu các sản phẩm xâm phạm quyền tác giả. Ý kiến tư vấn của đại diện sở hữu trí tuệ hoặc luật sư, cơ quan quản lý quyền tác giả, cơ quan hải quan sẽ là rất quan trọng bất cứ khi nào bạn phát hiện ra rằng tác phẩm của bạn đang bị xâm phạm. Một số tác phẩm như phần mềm máy tính, bản ghi âm và tác phẩm nghe nhìn có thể bao gồm biện pháp bảo vệ bằng công nghệ (ví dụ, mật mã, hệ thống tiếp cận có điều kiện) để bảo vệ chúng khỏi việc sử dụng không được phép. Những hệ thống như vậy là các công cụ mà chủ sở hữu quyền có thể giới hạn sự tiếp cận cho những khách hàng chấp nhận các điều kiện nhất định cho việc sử dụng tác phẩm và thanh toán một khoản phí cho việc sử dụng đó.

36. Các vấn đề cần lưu ý khi sử dụng tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả là gì?

Đối với một số doanh nghiệp, việc sử dụng hoặc khai thác tác phẩm, bản ghi âm, chương trình phát sóng hoặc chương trình biểu diễn được bảo hộ quyền tác giả có thể là một bộ phận chính trong hoạt động kinh doanh hằng ngày của họ. Việc này là hoàn toàn chắc chắn đối với các đài phát thanh, nhà xuất bản, thư viện, cửa hàng hoặc hộp đêm. Đối với các doanh nghiệp khác, đó đơn giản chỉ là các công cụ không thường xuyên được sử dụng để nâng cao chất lượng các ấn phẩm, trang web và các công cụ tiếp thị khác của công ty. Đối với một số công ty khác, việc sử dụng tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả có thể được xác định bởi việc sử dụng chương trình máy tính của họ. Trong tất cả các trường hợp nêu trên, bạn cần lưu ý các vấn đề sau:

Bạn có cần một hợp đồng li-xăng? Có thể điều quan trọng nhất mà một doanh nghiệp sử dụng hoặc xử lý tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả hoặc quyền liên quan phải biết là liệu các hoạt động đó có cần hợp đồng li-xăng hay không. Nhìn chung, mọi hành vi sử dụng hoặc khai thác thương mại các quyền đều phải có hợp đồng li-xăng hoặc chuyển nhượng quyền từ chủ sở hữu. Những hành vi này bao gồm từ việc sử dụng một bài hát nổi tiếng trong một chương trình quảng cáo trên truyền hình đến việc bán và phân phối các đĩa CD và DVD và việc sử dụng phần mềm trong các máy tính của công ty. Khi cần có hợp đồng li-xăng, bạn phải tìm hiểu liệu các quyền được quản lý bởi tổ chức quản lý tập thể hoặc do tác giả hoặc nhà sản xuất trực tiếp quản lý, và đàm phán hợp đồng li-xăng trước khi sử dụng hoặc khai thác tác phẩm. Xin lưu ý rằng những vụ kiện liên quan đến hành vi xâm phạm quyền tác giả có thể rất tốn kém và sẽ là thông minh khi suy nghĩ về những vấn đề đó trước khi đưa bản thân bạn và công ty bạn vào những rắc rối. Bạn cũng có thể tìm kiếm ý kiến tư vấn về các điều kiện của hợp đồng li-xăng trước khi ký kết.

Những sản phẩm như phần mềm đóng gói thường được li-xăng ngay khi mua. Các điều khoản và điều kiện của hợp đồng li-xăng thường có trong gói phần mềm và có thể được trả lại nếu bạn không đồng ý với những điều kiện và điều khoản có liên quan.

Có tổ chức quản lý quyền nào không? Tổ chức quản lý quyền tập thể đơn giản hóa đáng kể quy trình nhận li-xăng các tác phẩm khác nhau. Ngoài việc trực tiếp giao dịch với các tác giả và chủ sở hữu riêng lẻ, tổ chức quản lý tập thể cung cấp cho người sử dụng dịch vụ tập trung theo tỷ lệ phí và các điều kiện sử dụng có thể được thương lượng và có thể nhận được sự cho phép một cách dễ dàng và nhanh chóng. Trong những năm gần đây, việc thành lập các “các trung tâm dịch vụ một cửa” nhằm kết hợp các trung tâm quản lý quyền khác nhau để cấp phép sử dụng một cách nhanh chóng và dễ dàng được coi là một sự phát triển hữu ích đối với các sản phẩm đa phương tiện – những sản phẩm cần có nhiều sự cho phép khác nhau. Việc hợp tác với các tổ chức quản lý tập thể bất cứ khi nào có thể sẽ giúp bạn tiết kiệm được nhiều sức lực và tiền bạc. Để biết chi tiết về các tổ chức tập thể có liên quan ở nước sở tại, bạn có thể liên hệ với cơ quan quản lý quyền tác giả quốc gia.

Tôi có thể sử dụng miễn phí các tác phẩm được công bố trên Internet không? Có một sự hiểu lầm phổ biến là các tác phẩm được công bố trên Internet thuộc về sở hữu cộng đồng và do đó, có thể được sử dụng rộng rãi bởi bất kỳ ai mà không cần chủ sở hữu cho phép. Bất kỳ tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả và quyền liên quan nào, từ các bản nhạc đến các sản phẩm đa phương tiện, các bài báo và các tác phẩm nghe nhìn mà chưa hết thời hạn bảo hộ, thì vẫn được bảo hộ mà không cần quan tâm liệu chúng được xuất bản trên giấy hoặc các phương tiện khác, ví dụ, trên Internet. Nhìn chung, bạn nên xin phép chủ sở hữu quyền trong từng trường hợp trước khi sử dụng. Tương tự, sự cho phép sử dụng là cần thiết nếu doanh nghiệp của bạn tham gia vào việc xuất bản và tạo ra các tác phẩm, bản ghi âm, chương trình phát sóng, cuộc biểu diễn được bảo hộ quyền tác giả được cung cấp thông qua trang tin Internet của bạn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu hướng dẫn về xây dựng chính sách về sự phù hợp trong lĩnh vực quyền tác giả. Trung tâm Đăng ký quyền tác giả. Trang web www.copyright.com.PFDs/Guidelines.pdf. Tài liệu hướng dẫn nhằm xác định và triển khai các chính sách nhằm tuân thủ các quy định về quyền tác giả và tránh hành vi xâm phạm ở cấp độ công ty và tổ chức. Tài liệu cũng bao gồm các đường liên kết đến các nguồn thông tin khác về quyền tác giả.

*Những vấn đề cơ bản về
bí mật thương mại*

37. Bí mật thương mại là gì?

Mọi doanh nghiệp đều có bí mật thương mại. Một số doanh nghiệp nhận thức rõ được tầm quan trọng của bí mật thương mại và đã xây dựng các chính sách chặt chẽ để bảo đảm sự bảo hộ bí mật thương mại của mình chống lại việc bộc lộ có thể gây tổn hại cho công ty. Một số doanh nghiệp đang nhận ra tầm quan trọng của bí mật thương mại khi mà các đối thủ cạnh tranh cố gắng có được các danh sách khách hàng, kết quả nghiên cứu hoặc kế hoạch tiếp thị hoặc thuê nhân công nhằm tận dụng bí quyết kỹ thuật của họ. Và các công ty đang nhận ra rằng họ có một số thứ có giá trị cần được bảo hộ.

Nói một cách chung nhất, **thông tin kinh doanh bí mật** bất kỳ tạo cho doanh nghiệp lợi thế cạnh tranh có thể được coi là bí mật kinh doanh. Việc sử dụng trái phép những thông tin đó bởi người khác ngoài chủ sở hữu được coi là hành vi không lành mạnh và xâm phạm bí mật thương mại. Phụ thuộc vào hệ thống pháp luật, việc bảo hộ bí mật thương mại cấu thành một bộ phận trong khái niệm chung về bảo hộ chống cạnh tranh không lành mạnh hoặc được dựa trên các quy định cụ thể hoặc án lệ về bảo hộ thông tin bí mật. Trong khi quyết định cuối cùng về cái gì tạo nên bí mật thương mại cũng phụ thuộc vào hoàn cảnh của từng trường hợp cụ thể, thì rõ ràng là hoạt động cạnh tranh không lành mạnh đối với bí mật thương mại bao gồm cả các tin tức công nghiệp và thương mại, vi phạm hợp đồng và xâm phạm bảo mật.

Nhìn chung, bí mật thương mại có một số chi phí liên quan đến phát triển chúng và không phải là kiến thức thông thường trong công nghiệp. Thậm chí thông tin tiêu cực như các phương pháp nghiên cứu đã được tìm ra và không có giá trị gì cũng có thể là bí mật thương mại. Dưới đây là danh mục về các đối tượng có thể được coi là bí mật thương mại:

- Quy trình, kỹ thuật và bí quyết kỹ thuật trong sản xuất;
- Bộ sưu tập dữ liệu, ví dụ, danh sách khách hàng;
- Kiểu dáng, hình vẽ, kế hoạch và bản đồ;
- Các thuật toán, quy trình được thực hiện trong chương trình máy tính và bản thân chương trình máy tính;
- Công thức để sản xuất sản phẩm;
- Chiến lược kinh doanh, kế hoạch kinh doanh, kế hoạch xuất khẩu, kế hoạch tiếp thị;
- Thông tin tài chính;
- Hồ sơ cá nhân;
- Tài liệu hướng dẫn;
- Nguyên liệu;
- Thông tin về các hoạt động nghiên cứu và triển khai.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Trang thông tin về bí mật thương mại. R. Mark Halligan. Trang web <http://my.execpc.com/~mhalign/iindex.html>. Tài liệu và các đường liên kết đến các nguồn thông tin về bí mật thương mại khác nhau, bao gồm việc xác định, định giá, phân loại và kiểm toán bí mật thương mại.

Bí mật thương mại là mỏ vàng: Hãy bảo hộ chúng. WIPO. Năm 2002. Trang web www.wipo.int/sme/en/documents/wipo_magazine/04_2002.pdf. Tài liệu nhấn mạnh tầm quan trọng của việc bảo hộ bí mật thương mại đối với doanh nghiệp. Tài liệu cũng bàn luận những yếu tố cấu thành bí mật thương mại, cùng với các ví dụ.

Bảo hộ bí mật thương mại

Không giống với sáng chế, bí mật thương mại được bảo hộ mà không cần phải đăng ký – nghĩa là không cần thực hiện thủ tục bất kỳ. Theo đó, bí mật thương mại có thể được bảo hộ vô thời hạn hoặc cho đến khi thông tin vẫn còn tính bí mật. Vì một số lý do, việc bảo hộ thương mại có thể là đặc biệt hấp dẫn đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Tuy nhiên, có một số điều kiện đối với thông tin được coi là bí mật thương mại. Việc tuân thủ các điều kiện đó có thể làm cho việc bảo hộ bí mật thương mại khó khăn và tốn kém hơn so với ban đầu. Trong khi các điều kiện đó có thể là khác nhau giữa các nước thì vẫn có một số tiêu chuẩn chung được quy định tại Điều 39 Hiệp định TRIPS của Tổ chức Thương mại thế giới là :

- Thông tin phải là bí mật (nghĩa là không được biết đến một cách rộng rãi giữa hoặc được tiếp cận một cách dễ dàng bởi những người xử lý thông tin đó một cách thông thường) ;
- Phải có giá trị thương mại vì nó là bí mật ;
- Phải được chủ sở hữu áp dụng những biện pháp thích hợp để giữ bí mật cho thông tin đó (ví dụ, thông qua các điều khoản bảo mật trong hợp đồng sử dụng lao động, các hợp đồng không bộc lộ, v.v.).

Một trong số những ví dụ điển hình về thông tin bí mật được bảo hộ là bí mật thương mại là công thức chế biến Coca-Cola và mã nguồn của phần mềm Windows.

38. Cách thức để xây dựng chiến lược bí mật thương mại cho công ty là gì?

Bí mật thương mại được các doanh nghiệp vừa và nhỏ sử dụng một cách rộng rãi. Trên thực tế, nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ hầu như dựa vào bí mật thương mại để bảo hộ tài sản trí tuệ của họ (mặc dù trong nhiều trường hợp, họ không nhận thức được rằng bí mật thương mại được bảo hộ theo pháp luật). Do vậy, điều quan trọng là phải bảo đảm rằng các doanh nghiệp áp dụng tất cả các biện pháp cần thiết để bảo vệ bí mật thương mại của mình một cách có hiệu quả. Các biện pháp đó gồm :

- Trang bị hệ thống an ninh thông tin và chương trình bảo vệ cho toàn doanh nghiệp;
- Trang bị cho nhân viên các chính sách của công ty về việc bộc lộ các thông tin bí mật với các định nghĩa và hướng dẫn rõ ràng về cách thức tiếp cận, quản lý, bảo vệ, phân phối, ghi nhãn và/hoặc thậm chí bộc lộ thông tin bí mật bất kỳ;
- Nhận dạng và đặt thứ tự ưu tiên các bí mật kinh doanh dựa trên giá trị và độ nhạy cảm của chúng;
- Cân nhắc xem bí mật thương mại có thể được bảo hộ bằng cách đăng ký các quyền sở hữu trí tuệ chính thức, như sáng chế, và nếu có thể được thì đó có phải là cách thức bảo hộ tốt hơn;
- Chắc chắn rằng chỉ có một số người hạn chế biết được và tiếp cận được với thông tin bí mật bất kỳ của doanh nghiệp và tất cả họ đều biết rằng đó là thông tin bí mật;
- Đưa các điều khoản bảo mật vào trong hợp đồng lao động. Theo pháp luật của một số nước, người lao động có nghĩa vụ chuyển giao bí mật cho người sử dụng lao động ngay cả khi không có những điều khoản như vậy. Nghĩa vụ giữ bí mật đối với bí mật của người sử dụng lao động nhìn chung được duy trì ít nhất là trong một thời hạn nhất định, thậm chí sau khi người lao động rời khỏi công việc đó;
- Ký các hợp đồng không bộc lộ (bảo mật) với các đối tác kinh doanh bất cứ khi nào bộc lộ thông tin bí mật. Xem Câu hỏi 51 ;
- Thiết lập các hệ thống an ninh có hiệu quả để quản lý thông tin kỹ thuật số trên mạng nội bộ của công ty với các biện pháp kỹ thuật, phần mềm và mật mã nhằm hạn chế việc tiếp cận với các thông tin được phân loại, một hệ thống giám sát giao dịch và bộc lộ thông tin và một hệ thống ngăn chặn hoặc theo dõi việc tiếp cận với thông tin bí mật.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Kiểm toán bí mật thương mại. R. Mark Halligan. Trang web <http://my.execpc.com/~mhalign/tradesec.html>. Danh mục nhận dạng các bí mật thương mại tiềm năng.

Bí mật thương mại: Khung chính sách và thực tiễn tốt nhất. WIPO. Năm 2002. Trang web www.wipo.int/sme/en/documents/wipo_magazine/05_2002.pdf. Tập trung vào các biện pháp khác nhau để bảo hộ bí mật thương mại.

Cách thức phân loại bí mật thương mại. R. Mark Halligan. Trang web <http://my.execpc.com/~mhalign/protect.html>. Gồm 6 yếu tố cần được xem xét khi phân loại bí mật thương mại nhằm áp dụng một chiến lược phù hợp cho việc bảo hộ.

39. Khi nào nên bảo hộ thông tin làm bí mật thương mại?

Về cơ bản, có hai loại bí mật thương mại. Một mặt, bí mật thương mại có thể liên quan đến sáng chế hoặc quy trình sản xuất mà không đáp ứng được các điều kiện bảo hộ sáng chế, do đó, chỉ có thể được bảo hộ dưới dạng bí mật thương mại. Đó là những bí mật thương mại liên quan đến danh sách khách hàng hoặc quy trình sản xuất mà không có đủ tính mới để được cấp bằng độc quyền sáng chế (mặc dù chúng có thể đáp ứng điều kiện bảo hộ của giải pháp hữu ích – xem Câu hỏi 12). Mặt khác, bí mật thương mại có thể liên quan đến sáng chế đáp ứng đầy đủ các điều kiện bảo hộ và có thể được bảo hộ bằng độc quyền sáng chế. Đối với trường hợp này, các doanh nghiệp vừa và nhỏ sẽ phải lựa chọn: nộp đơn yêu cầu cấp bằng độc quyền sáng chế hay giữ làm bí mật thương mại.

Ưu điểm của bí mật thương mại là:

- Bảo hộ bí mật thương mại không bị giới hạn về thời gian (bằng độc quyền sáng chế thường có hiệu lực 20 năm). Do đó, thời hạn bảo hộ có thể vô hạn miễn là bí mật đó không bị bộc lộ với công chúng ;
- Bí mật thương mại không cần các chi phí đăng ký (mặc dù sẽ có các chi phí cao liên quan đến việc giữ thông tin bí mật, bao gồm việc áp dụng các biện pháp bảo vệ bằng công nghệ) ;
- Bí mật thương mại có hiệu lực ngay lập tức ;
- Bảo hộ bí mật thương mại không cần thực hiện các thủ tục như bộc lộ thông tin cho cơ quan chính phủ.

Tuy nhiên, có một số nhược điểm nhất định trong việc bảo hộ thông tin kinh doanh dưới hình thức bí mật thương mại, đặc biệt khi thông tin thỏa mãn các điều kiện để bảo hộ sáng chế. Ví dụ :

- Nếu bí mật thương mại nằm trong một sản phẩm cải tiến, người khác có thể kiểm tra, nghiên cứu và phân tích chúng (ví dụ, phân tích ngược sản phẩm) để tìm ra bí mật thương mại và hoàn toàn có quyền sử dụng sau đó. Thực tế, bảo hộ sáng chế dưới dạng bí mật thương mại không tạo ra độc quyền ngăn cấm bên thứ ba sử dụng thương mại sáng chế. Chỉ có bằng độc quyền sáng chế và giải pháp hữu ích mới có thể tạo ra loại độc quyền như vậy;
- Một khi bí mật thương mại được công bố công khai thì bất kỳ ai đều có thể tiếp cận và sử dụng chúng một cách tùy ý;
- Bí mật thương mại khó thực thi hơn so với bằng độc quyền sáng chế. Mức độ bảo hộ dành cho bí mật thương mại là khác nhau giữa các nước nhưng nhìn chung là yếu, đặc biệt nếu so với mức độ bảo hộ được dành cho sáng chế;
- Những người sử dụng các công cụ hợp pháp tạo ra thông tin liên quan có thể đăng ký bảo hộ độc quyền sáng chế dành cho bí mật thương mại.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Bằng độc quyền sáng chế so với bí mật thương mại. Howard M. Eisenberg. Năm 2002. Văn phòng Hợp tác nghiên cứu thuộc Đại học Yale. Trang web www.yale.edu/ocr/invent_guidelines/sang_chế_vs_trade_secret.html. So sánh bí mật thương mại với sáng chế, bàn luận những ưu điểm của mỗi hình thức bảo hộ, với những yếu tố liên quan đến cách thức đưa ra quyết định về hình thức bảo hộ giữa hai hình thức này.

Bảo hộ bí mật thương mại cho SME của bạn. WIPO. Trang web www.wipo.int/sme/en/ip_business/trade_secrets.htm. Bảo hộ bí mật thương mại, các biện pháp phòng ngừa được SME áp dụng, quyết định chọn hình thức sáng chế hay bí mật thương mại, các trường hợp mà SME có thể hưởng lợi từ việc bảo hộ bí mật thương mại, với các đường liên kết hữu ích và các tài liệu tham khảo.

*Những vấn đề cơ bản về
chỉ dẫn địa lý*

40. Chỉ dẫn địa lý là gì và bảo hộ chỉ dẫn địa lý như thế nào?

Chỉ dẫn địa lý là dấu hiệu được sử dụng trên hàng hoá có xuất xứ địa lý cụ thể và có chất lượng hoặc danh tiếng được tạo ra nhờ địa điểm xuất xứ. Thông thường, chỉ dẫn địa lý gồm tên địa điểm xuất xứ của hàng hoá. Các sản phẩm nông nghiệp điển hình mà chất lượng có được nhờ vào địa điểm sản xuất và bị ảnh hưởng bởi các yếu tố địa phương như khí hậu và đất đai. Một dấu hiệu đóng vai trò làm chỉ dẫn địa lý là vấn đề của pháp luật quốc gia và nhận thức của người tiêu dùng.

"Champagne", "Tequile", "Darjeeling", "Requefort", "Chianti", "Pilsen", "Porto", "Sheffield", và "Havana" là ví dụ về những tên gọi nổi tiếng quen thuộc của những sản phẩm có đặc tính và chất lượng nhất định trên toàn thế giới. Một đặc điểm chung của tất cả các tên gọi này đó là ý nghĩa địa lý của chúng, nghĩa là chức năng xác định một vùng, thành phố, khu vực hay đất nước hiện tại. Tuy nhiên, khi chúng ta nghe thấy những tên gọi này, chúng ta thường nghĩ đến những sản phẩm nhiều hơn là nghĩ đến các địa điểm mà chúng chỉ dẫn.

Những ví dụ trên cho thấy chỉ dẫn địa lý có thể đạt được danh tiếng cao hơn và do đó, chúng có thể là tài sản thương mại có giá trị. Với lý do đó, những chỉ dẫn địa lý này thường dễ bị sử dụng trái phép, làm giả hoặc giả mạo nên việc bảo hộ chúng là một nhu cầu thiết yếu ở cả cấp độ quốc gia và quốc tế.

Chỉ dẫn địa lý chỉ có thể được sử dụng cho sản phẩm nông nghiệp?

Việc sử dụng chỉ dẫn địa lý không chỉ giới hạn ở các sản phẩm nông nghiệp. Chỉ dẫn địa lý cũng có thể đặc trưng cho chất lượng cụ thể của sản phẩm mà có được là do những yếu tố về con người, điều mà có thể tìm thấy được ở khu vực xuất xứ của sản phẩm như kỹ năng và quy trình sản xuất truyền thống cụ thể. Khu vực xuất xứ có thể là một làng hoặc một thành phố, một khu vực hoặc một quốc gia. Ví dụ điển hình về một quốc gia là "Thụy Sĩ" (Switzerland) hoặc "thuộc về Thụy Sĩ" (Swiss) được biết đến rộng rãi là một chỉ dẫn địa lý cho những sản phẩm được sản xuất ở Thụy Sĩ nói chung và đặc biệt là cho đồng hồ.

Tên gọi xuất xứ là gì ?

Tên gọi xuất xứ là một dạng đặc biệt của chỉ dẫn địa lý, được sử dụng trên những sản phẩm có chất lượng đặc biệt hoặc chủ yếu nhất định do *môi trường địa lý* mà ở đó sản phẩm được tạo ra. Khái niệm chỉ dẫn địa lý bao hàm cả tên gọi xuất xứ.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu Hội thảo chuyên đề về chỉ dẫn địa lý. WIPO. Năm 2003. trang web www.wipo.int/meetings/2003/geo-ind/en/documents/index.htm. Các thông tin cơ bản về chỉ dẫn địa lý và đặc biệt là các câu hỏi liên quan đến thuật ngữ, các phương pháp tiếp cận hiện hành đối với việc bảo hộ chỉ dẫn địa lý ở cấp độ quốc gia và khu vực, và quy định pháp lý quốc tế về bảo hộ chỉ dẫn địa lý.

Tài liệu Hội thảo chuyên đề về bảo hộ quốc tế chỉ dẫn địa lý. WIPO. Năm 1999. Có tại cửa hàng sách điện tử của WIPO tại www.wipo.int/ebookshop.

Quy tắc xuất xứ. Tổ chức Thương mại thế giới. Trang web: www.wto.org/english/tratop_e/roi_e.htm. Giới thiệu, và các thông tin kỹ thuật, về quy tắc xuất xứ và giải thích về Hiệp định của Quy tắc xuất xứ.

Tác dụng của chỉ dẫn địa lý là gì?

Chỉ dẫn địa lý chỉ ra địa điểm hoặc khu vực sản xuất có tính quyết định đến chất lượng đặc thù của sản phẩm có nguồn gốc ở đó. Điều quan trọng là chất lượng và danh tiếng của sản phẩm bắt nguồn từ khu vực sản xuất. Do những đặc tính của sản phẩm phụ thuộc vào khu vực sản xuất nên tồn tại mối "liên hệ" nhất định giữa sản phẩm và địa điểm sản xuất ban đầu của sản phẩm này.

Sự khác nhau giữa chỉ dẫn địa lý và quy tắc xuất xứ là gì?

"Quy tắc xuất xứ" là các điều kiện được sử dụng để xác định nơi sản phẩm được sản xuất. Chúng là một bộ phận thiết yếu của quy tắc thương mại do chính sách phân biệt đối xử giữa các nước xuất khẩu như: hạn ngạch, ưu đãi thuế quan, bán phá giá, nghĩa vụ đối kháng (được tính để chống lại trợ cấp xuất khẩu) và hơn nữa.

Quy tắc xuất xứ còn được sử dụng để thu thập các số liệu thống kê thương mại và tính các nhãn hiệu "sản xuất tại ..." (made in...) gắn trên sản phẩm. Vấn đề này ngày càng trở nên phức tạp do quá trình toàn cầu hóa và cách thức sản phẩm được sản xuất ở nhiều nước trước khi được đưa ra thị trường.

Mặt khác, chỉ dẫn địa lý là những dấu hiệu được sử dụng trên hàng hóa có xuất xứ địa lý cụ thể có chất lượng hoặc uy tín được tạo nên nhờ khu vực địa lý đó. Chỉ những sản phẩm nhất định đáp ứng các điều kiện nêu trên và đã được đăng ký làm chỉ dẫn địa lý mới có thể mang những dấu hiệu đó. Phần lớn chỉ dẫn địa lý chứa tên gọi địa danh xuất xứ của hàng hoá.

Sự khác biệt giữa chỉ dẫn địa lý và nhãn hiệu là gì?

Nhãn hiệu được doanh nghiệp sử dụng để phân biệt hàng hoá và dịch vụ của mình với những hàng hoá và dịch vụ của các doanh nghiệp khác. Chủ sở hữu nhãn hiệu có quyền ngăn cấm người khác sử dụng nhãn hiệu đó. Chỉ dẫn địa lý chỉ ra cho người tiêu dùng biết được hàng hoá được sản xuất ở một khu vực cụ thể và có những đặc tính nhất định là nhờ khu vực sản xuất đó. Tất cả các nhà sản xuất sản phẩm của mình ở khu vực được chỉ dẫn địa lý và sản phẩm có cùng chất lượng thì đều có thể sử dụng chỉ dẫn địa lý đó.

Tại sao cần bảo hộ chỉ dẫn địa lý?

Người tiêu dùng cho rằng chỉ dẫn địa lý chỉ ra xuất xứ và chất lượng của hàng hoá. Rất nhiều chỉ dẫn địa lý có được danh tiếng có giá trị mà nếu không được bảo hộ đầy đủ thì có thể bị sử dụng trái phép bởi những đối tác thương mại không trung thực. Việc sử dụng sai trái chỉ dẫn địa lý bởi các bên thứ ba sẽ gây hại cho người tiêu dùng và các nhà sản xuất hợp pháp. Người tiêu dùng sẽ bị lừa dối và tin rằng họ đang mua được hàng thật có chất lượng và các đặc tính nhất định trong khi thực tế là họ mua phải hàng giả vô giá trị. Nhà sản xuất hợp pháp phải chịu thiệt hại vì bị tước đoạt mất các cơ hội kinh doanh có giá trị và làm tổn hại đến uy tín đã gây dựng được đối với hàng hóa của họ.

Chỉ dẫn địa lý được bảo hộ như thế nào?

Chỉ dẫn địa lý được bảo hộ theo pháp luật quốc gia và theo hàng loạt quy định khác, như pháp luật chống cạnh tranh không lành mạnh, pháp luật bảo vệ người tiêu dùng, pháp luật bảo hộ nhãn hiệu chứng nhận hoặc pháp luật đặc biệt về bảo hộ chỉ dẫn địa lý hoặc tên gọi xuất xứ. Điều cốt lõi là bên thứ ba không được phép sử dụng chỉ dẫn địa lý nếu việc sử dụng

đó có khả năng lừa dối công chúng về xuất xứ thật của hàng hoá. Các biện pháp chế tài phù hợp từ lệnh của toà án ngăn cấm việc sử dụng trái phép đến việc bồi thường những thiệt hại và khoản phạt hoặc phạt tù trong những trường hợp nghiêm trọng.

Bảo hộ chỉ dẫn địa lý ở cấp độ quốc tế như thế nào?

Một số hiệp định do Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới (WIPO) quản lý quy định về việc bảo hộ chỉ dẫn địa lý, đáng chú ý là Công ước Paris về bảo hộ sở hữu công nghiệp năm 1883 và Thoả ước Lisbon về bảo hộ tên gọi xuất xứ và đăng ký quốc tế tên gọi xuất xứ. Ngoài ra, các Điều 22 đến 24 của Hiệp định về các khía cạnh liên quan đến thương mại của quyền sở hữu trí tuệ (Hiệp định TRIPS) giải quyết vấn đề bảo hộ chỉ dẫn địa lý ở phạm vi quốc tế trong khuôn khổ Tổ chức Thương mại thế Giới (WTO).

Chỉ dẫn địa lý đã trở thành tên gọi "chung" là gì?

Nếu thuật ngữ địa lý được sử dụng để chỉ một loại sản phẩm mà không phải là chỉ dẫn về nơi xuất xứ của sản phẩm thì thuật ngữ này không còn có chức năng làm chỉ dẫn địa lý nữa. Nếu xảy ra tình huống này tại một quốc gia trong một thời hạn nhất định thì quốc gia đó có thể công nhận rằng người tiêu dùng có thể hiểu thuật ngữ địa lý là nơi xuất xứ của sản phẩm - ví dụ, "Dijon Mustard" là một loại mù tạc có xuất xứ từ thị trấn Dijon của Pháp – thì giờ đây đã được sử dụng để chỉ một loại sản phẩm mà không cần biết đến nơi sản xuất của chúng.

*Những vấn đề cơ bản về thiết kế
bố trí mạch tích hợp bán dẫn*

41. Thiết kế bố trí mạch tích hợp bán dẫn có thể được bảo hộ theo quyền sở hữu trí tuệ không? Và được bảo hộ như thế nào?

Một lĩnh vực bảo hộ sở hữu trí tuệ khác là việc bảo hộ (thiết kế bố trí) mạch tích hợp bán dẫn.

Thiết kế bố trí mạch tích hợp bán dẫn thường là kết quả của việc đầu tư lớn cả về thời gian của chuyên gia trình độ cao cũng như về tài chính. Tồn tại một nhu cầu không ngừng về việc sáng tạo những thiết kế bố trí mới nhằm làm giảm kích thước của những mạch tích hợp hiện có cũng như cải thiện chức năng của chúng. Thiết kế bố trí càng nhỏ thì càng cần ít vật liệu để sản xuất và không gian để chứa đựng. Thiết kế bố trí được sử dụng bởi rất nhiều chủng loại sản phẩm, gồm các sản phẩm gia dụng hàng ngày như đồng hồ, máy thu hình, máy giặt, ô tô, v.v. cũng như các thiết bị xử lý dữ liệu phức tạp khác.

Trong khi sáng tạo thiết kế mới cho một mạch tích hợp bán dẫn có thể cần sự đầu tư lớn thì việc sao chép những thiết kế bố trí này lại chỉ chiếm một phần rất nhỏ so với sự đầu tư đó. Việc sao chép có thể được thực hiện bằng cách chụp lại từng lớp của mạch tích hợp và chuẩn bị hộp chứa cho việc sản xuất trên cơ sở những bức ảnh chụp được. Khả năng sao chép là lý do chính để áp dụng các quy định của pháp luật về bảo hộ thiết kế bố trí.

Theo Hiệp định TRIPS của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), thời hạn bảo hộ thiết kế bố trí tối thiểu là 10 năm tính từ ngày nộp đơn hoặc từ ngày khai thác thương mại đầu tiên trên thế giới, tuy nhiên, các thành viên có thể quy định thời hạn bảo hộ là 15 năm kể từ ngày tạo ra thiết kế bố trí.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Thiết kế bố trí mạch tích hợp bán dẫn. Cơ quan Sở hữu trí tuệ Ca-na-đa. Trang web http://strategis.ic.gc.ca/sc_marks/cipo/ict_main-e.html. Thông tin về thiết kế bố trí mạch tích hợp bán dẫn, định nghĩa và việc sử dụng, hệ thống bảo hộ của Ca-na-đa, ngoại lệ, đăng ký, đơn và lệ phí, cùng những hướng dẫn về đơn.

*Quyền sở hữu của
người làm thuê*

42. Ai sở hữu quyền sở hữu trí tuệ đối với sáng chế, kiểu dáng hoặc tác phẩm sáng tạo do người làm thuê tạo ra?

Doanh nghiệp thường dựa vào người lao động và chuyên gia tư vấn độc lập để phát triển tài sản trí tuệ của mình và mặc nhiên cho rằng họ có quyền sở hữu các quyền đối với những tài sản đó theo nguyên tắc "tôi trả tiền, do đó tôi sở hữu". Tài sản trí tuệ có thể là chương trình phần mềm, bài báo, kịch bản, kế hoạch và bản vẽ thiết kế, biểu tượng mới, sản phẩm hoặc quy trình mới, bao bì sản phẩm, kiểu dáng sản phẩm mới, kế hoạch kinh doanh, sáng chế và những thành quả của những nỗ lực sáng tạo khác. Ai là người sở hữu quyền đối với sản phẩm do người lao động tạo ra: cá nhân nhà sáng tạo hay người sử dụng lao động? Câu trả lời cho câu hỏi này thường không dễ và không rõ ràng; nó có thể là rất khác nhau ở những nước khác nhau và thậm chí ngay cả trong một nước cụ thể, phụ thuộc vào pháp luật, hoàn cảnh của mối quan hệ cụ thể giữa người sử dụng lao động và người lao động.

Quyền sở hữu đối với những cải tiến về chức năng của sản phẩm (sáng chế/bằng độc quyền sáng chế)

Ở nhiều nước, người sử dụng lao động sở hữu sáng chế do người làm thuê tạo ra nếu sáng chế liên quan đến hoạt động kinh doanh của người sử dụng lao động, nếu hợp đồng lao động không có quy định khác. Ngược lại, ở các nước khác, các quyền sở hữu trí tuệ đối với sáng chế, về nguyên tắc, sẽ thuộc quyền sở hữu của người làm thuê tạo ra sáng chế đó, nếu không có thoả thuận khác. Ở một số quốc gia (cụ thể là Hoa Kỳ), tác giả sáng chế là người làm thuê có thể có quyền đối với việc khai thác sáng chế nhưng người sử dụng lao động thường được trao quyền sử dụng không độc quyền đối với sáng chế cho những mục đích nội bộ (hay còn được gọi là "shop rights"). Tuy nhiên, các quy định đặc biệt có thể được áp dụng đối với những sáng chế của giảng viên hay nghiên cứu viên trong trường đại học như được quy định trong chính sách sở hữu trí tuệ của các tổ chức đó.

Một số nước cấp cho tác giả sáng chế là người làm thuê quyền yêu cầu trả thù lao hoặc bồi thường công bằng và hợp lý cho sáng chế của họ nếu người sử dụng lao động sử dụng các quyền đối với sáng chế đó. Những nước khác thì không quy định khoản bồi thường cho người lao động hoặc một khoản thù lao hoặc bồi thường rất hạn chế, và chỉ trong một số trường hợp ngoại lệ.

Quyền sở hữu quyền tác giả

Ở hầu hết các nước, nếu người làm thuê tạo ra một tác phẩm văn học hoặc nghệ thuật trong phạm vi công việc của mình thì người sử dụng lao động mặc nhiên sở hữu quyền tác giả, trừ khi có quy định khác. Nhưng không phải lúc nào cũng vậy. Theo pháp luật quyền tác giả của một số nước, không có sự chuyển giao quyền một cách mặc định và trong những vụ việc phức tạp thì các án lệ sẽ được áp dụng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Hướng dẫn về sáng tạo của người làm thuê. Bộ phận hỗ trợ quyền sở hữu trí tuệ (IPR-Helpdesk). Có thể tải xuống tài liệu này từ địa chỉ www.ipr-helpdesk.org, dưới Mục Quyền tác giả. Tổng quan về tình hình bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với các sản phẩm sáng tạo khác nhau được người làm thuê tạo ra và cách thức chuyển giao những quyền đó cho người làm thuê, cho người sử dụng lao động, tập trung vào các Chỉ thị của EU.

Sở hữu các quyền sở hữu trí tuệ. Thomas Q. Henry. Trang web www.uspatent.com/ipoc.htm. Tổng quan về sở hữu các quyền sở hữu trí tuệ ở Hoa Kỳ.

Có một vài trường hợp mà theo đó người sử dụng lao động sẽ sở hữu toàn bộ hoặc một số quyền. Ví dụ, ở hầu hết các quốc gia, nếu người sử dụng lao động xuất bản báo hoặc tạp chí thì người làm thuê sẽ sở hữu quyền tác giả cho một số mục đích nhất định, bao gồm việc phát hành sách, trong khi người sử dụng lao động sẽ sở hữu quyền tác giả cho những mục đích khác. Tuy nhiên, ở hầu hết các quốc gia, nếu người làm thuê tạo ra sản phẩm phần mềm trong quá trình làm việc thì người sử dụng lao động sẽ sở hữu các quyền đối với sản phẩm sáng tạo, trừ khi có quy định khác trong hợp đồng lao động.

Cũng cần lưu ý rằng các *quyền tinh thần* (nghĩa là quyền yêu cầu được công nhận là tác giả của tác phẩm và quyền phản đối với những thay đổi về tác phẩm mà có thể làm tổn hại đến uy tín của tác giả), là không thể chuyển nhượng và theo đó, quyền này sẽ vẫn thuộc về tác giả ngay cả khi việc sở hữu các quyền tài sản của quyền tác giả đã được chuyển giao cho người sử dụng lao động. Tuy nhiên, ở một số nước (cụ thể là Canada, Hoa Kỳ), các quyền nhân thân có thể bị từ chối.

Quyền sở hữu đối với kiểu dáng công nghiệp

Nhìn chung, trong trường hợp người làm thuê được yêu cầu tạo ra kiểu dáng công nghiệp theo một hợp đồng lao động thì nó sẽ thuộc về người sử dụng lao động. Tuy nhiên, ở một số quốc gia, quyền sở hữu kiểu dáng công nghiệp do người làm thuê tạo ra trong thời hạn hợp đồng lao động sẽ thuộc về người làm thuê, trừ khi có thoả thuận khác. Trong một số trường hợp, người làm thuê yêu cầu người sử dụng lao động thanh toán một khoản thù lao hợp lý có tính đến giá trị kinh tế của kiểu dáng công nghiệp đó và lợi ích bất kỳ mà người sử dụng lao động nhận được từ việc sử dụng kiểu dáng công nghiệp đó. Ở các nước khác (ví dụ, Hoa Kỳ), người tạo ra kiểu dáng công nghiệp sẽ là chủ sở hữu trừ khi họ nhận được một khoản thù lao cho kiểu dáng công nghiệp đó.

43. Ai sở hữu quyền sở hữu trí tuệ đối với sáng chế hoặc tác phẩm có bản quyền hoặc kiểu dáng được tạo ra từ việc thuê lao động bên ngoài?

Các công ty thường thuê các nhà tư vấn, cố vấn hoặc nhà thầu độc lập để tạo ra một loạt sản phẩm mới và có tính nguyên gốc cho mình. Những sản phẩm này có thể là kế hoạch kinh doanh, kế hoạch tiếp thị, tài liệu đào tạo, tài liệu thông tin, tài liệu hướng dẫn kỹ thuật, phần mềm, trang tin điện tử (website), thiết kế, hình vẽ, báo cáo nghiên cứu, cơ sở dữ liệu, biểu trưng cho chiến dịch quảng cáo, v.v.. Cả công ty và nhà thầu độc lập phải cẩn thận khi tham gia một hợp đồng để giải quyết một cách thỏa đáng các câu hỏi liên quan đến quyền sở hữu tài sản trí tuệ. Ví dụ, nếu nhà tư vấn hoặc nhà thầu đưa ra một số thiết kế hoặc biểu tượng khác biệt và công ty chỉ chấp nhận một trong số đó thì vấn đề là ai sẽ sở hữu quyền sở hữu trí tuệ đối với các đối tượng còn lại?

Sáng chế. Về nguyên tắc, ở hầu hết các nước, một công ty thuê một nhà thầu độc lập phát triển sản phẩm hoặc quy trình mới thì sẽ sở hữu quyền bất kỳ đối với sáng chế, trừ khi có thỏa thuận khác. Nhìn chung, điều này có nghĩa là nếu nhà thầu không có hợp đồng bằng văn bản với công ty để chuyển nhượng sáng chế đó cho công ty thì công ty sẽ không có quyền sở hữu đối với sáng chế đã được sáng tạo ra dù cho công ty trả tiền để làm ra các sáng chế đó.

Quyền tác giả. Ở hầu hết các nước, tác giả hành nghề sáng tạo tự do sẽ sở hữu quyền tác giả nếu người đó không ký hợp đồng bằng văn bản để chuyển nhượng quyền. Nếu, và chỉ khi có hợp đồng như vậy, công ty ký hợp đồng với tác giả sáng tạo thường sẽ sở hữu tài sản trí tuệ (một lần nữa, tác giả vẫn giữ quyền nhân thân). Trong trường hợp không có hợp đồng, người trả tiền cho việc tạo ra tác phẩm sẽ có quyền sử dụng tác phẩm cho các mục đích mà theo đó nó được tạo ra. Ví dụ, các công ty đã trả tiền cho nhà thầu độc lập để xây dựng một trang web riêng cho họ có thể không dễ chịu khi nhận ra rằng mình không sở hữu sản phẩm đã được tạo ra theo hợp đồng. Điều này có nghĩa rằng, ví dụ, các công ty không thể thay đổi nội dung hoặc rằng người bất kỳ muốn sao chép nội dung thì có thể nhận được phép cho việc đó từ nhà thầu.

Ví dụ, các quy tắc hoặc ngoại lệ khác nhau có thể được áp dụng đối với các bức ảnh, bộ phim và các bản ghi âm đã được tạo ra theo hợp đồng.

Kiểu dáng công nghiệp. Nếu nhà thiết kế ký hợp đồng tạo ra một thiết kế cụ thể thì một lần nữa, trong nhiều trường hợp, các quyền sở hữu trí tuệ sẽ không tự động chuyển giao cho bên tham gia hợp đồng mà vẫn thuộc về nhà thiết kế tự do. Ở một số nước, bên tham gia hợp đồng sẽ sở hữu các quyền đối với thiết kế chỉ khi họ thanh toán tiền thù lao cho thiết kế đó.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

“Nghiên cứu hợp tác: Xung đột về quyền tác giả, quyền sở hữu và trách nhiệm”. Rochelle Cooper Dreyfuss. Trong Tạp chí Vanderbilt Law, năm 2003, tập 53. Trang web: <http://law.vanderbilt.edu/lawreview/vol53/dreyfuss.pdf>. Bàn luận về quyền sở hữu các vấn đề sở hữu trí tuệ đối với các quan hệ hợp tác, tác phẩm được tạo ra theo hợp đồng, hợp đồng phụ và giải pháp.

Các quyền và các hình thức sở hữu trong hợp đồng phát triển công nghệ. Howard G. Zaharoff. Trang web: www.mbbp.com/article9.html. Bàn luận về ba bối cảnh của sở hữu đối với các sáng tạo sở hữu trí tuệ giữa khách hàng và người phát triển.

44. Các biện pháp cần áp dụng để tránh tranh chấp liên quan đến quyền sở hữu đối với người làm thuê hoặc nhà thầu độc lập?

Dưới đây là một số quy tắc vàng giúp tránh được các tranh chấp với người làm thuê hoặc nhà thầu độc lập:

- **Xin tư vấn pháp luật.** Các vấn đề liên quan đến quyền sở hữu rất phức tạp và rất khác nhau giữa các nước. Đối với hầu hết các vấn đề luật lý, cần phải có ý kiến tư vấn chuyên môn trước khi ký kết hợp đồng với người lao động hoặc nhà thầu độc lập.
- **Đạt được thỏa thuận bằng văn bản.** Thống nhất về người sở hữu quyền sở hữu trí tuệ đối với sản phẩm bất kỳ được người làm thuê hoặc nhà thầu độc lập tạo ra, việc chuyển giao quyền sở hữu có được thực hiện không và khi nào, ai là người khai thác sản phẩm, ai sẽ trả tiền cho sản phẩm, có được phép cải tiến và sửa đổi không, v.v.. Hãy chắc chắn rằng những gì bạn thống nhất được là phù hợp với quy định hiện hành về sở hữu trí tuệ.
- **Ký kết hợp đồng trước khi thực hiện công việc.** Tránh những rắc rối về các vấn đề liên quan đến sở hữu trí tuệ; cần bảo đảm rằng bạn đã giải quyết những vấn đề đó trước khi sự hợp tác bắt đầu. Thậm chí, các vấn đề quan trọng về quyền sở hữu trí tuệ có thể phát sinh ngay ở những giai đoạn đầu của công việc.
- **Đưa các điều khoản/hợp đồng bảo mật** vào trong các hợp đồng lao động hoặc hợp đồng với các nhà thầu độc lập. Đưa các điều khoản chống cạnh tranh vào hợp đồng lao động vì người làm thuê của bạn hôm nay có thể sẽ là người làm thuê của đối thủ cạnh tranh trong ngày mai.
- **Áp dụng chính sách, quy chế hoặc hướng dẫn nội bộ về sáng chế do người làm thuê tạo ra.** Những chính sách và quy chế phải bao gồm các quy định, ngoài các quy định khác, về các loại sáng chế thuộc phạm vi kinh doanh của người sử dụng lao động và nghĩa vụ của người làm thuê thông báo cho người sử dụng lao động biết về sáng chế, quy trình của người sử dụng lao động nhằm xử lý thông báo về sáng chế, các yêu cầu bảo mật và xử lý sáng chế và thù lao cho tác giả sáng chế. Dĩ nhiên, những quy định này phải phù hợp luật pháp sở hữu trí tuệ quốc gia hiện hành.
- **Đặc biệt lưu ý khi sử dụng nguồn lực bên ngoài cho nghiên cứu và phát triển (R&D).** Trong trường hợp có người khác không phải là người làm thuê trong công ty tham gia vào hoạt động R&D thì phải bảo đảm rằng tất cả những người tham gia phải ký thỏa thuận cho phép công ty có đủ quyền đối với kết quả công việc của họ. Các công ty phải bảo đảm rằng những người này sẽ chuyển giao quyền bất kỳ hoặc toàn bộ quyền đối với kết quả của một dự án R&D cho công ty, kể cả quyền chuyển giao lại các quyền đó và đặc biệt là quyền sửa đổi các tác phẩm nếu dự án R&D tạo ra các tác phẩm hoặc các tài liệu khác đủ điều kiện để bảo hộ quyền tác giả. Ngoài sáng chế, các hợp đồng R&D cũng nên bao gồm các điều khoản liên quan đến quyền đối với bí quyết kỹ thuật, quyền tác giả đối với các báo cáo nghiên cứu và các kết quả, và các quyền đối với vật liệu hữu hình có liên quan trong hoạt động nghiên cứu (ví dụ, chủng vi sinh và vật liệu sinh học), cũng như quyền sở hữu trí tuệ đối với thông tin cơ bản bất kỳ không thuộc sở hữu cộng đồng. Tất cả những sản phẩm này đều phải được giữ bí mật một cách nghiêm ngặt.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Hướng dẫn về sáng tạo của người làm thuê. Bộ phận hỗ trợ quyền sở hữu trí tuệ (IPR-Helpdesk). Có thể tải xuống tài liệu này từ địa chỉ www.ipr-hepldesk.org, dưới Mục Quyền tác giả. Tổng quan về tình hình bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với các sản phẩm sáng tạo khác nhau được người làm thuê tạo ra và cách thức chuyển giao những quyền đó cho người làm thuê, cho người sử dụng lao động, tập trung vào các Chi thị của EU.

"Nghiên cứu hợp tác: Xung đột về quyền tác giả, quyền sở hữu và trách nhiệm". Rochelle Cooper Dreyfuss. Trong Tạp chí Vanderbilt Law, năm 2003, tập 53. Trang web: <http://law.vanderbilt.edu/lawreview/vol53/dreyfuss.pdf>. Bàn luận về quyền sở hữu các vấn đề sở hữu trí tuệ đối với các quan hệ hợp tác, tác phẩm được tạo ra theo hợp đồng, hợp đồng phụ và giải pháp.

*Hợp đồng, li-xăng và
chuyển giao công nghệ*

45. Những dạng chính của hợp đồng chuyển giao công nghệ là gì?

Nhìn chung, chuyển giao công nghệ được thực hiện thông qua một mối quan hệ pháp lý mà theo đó chủ sở hữu công nghệ hoặc bí quyết kỹ thuật được bảo hộ sáng chế bán hoặc cấp li-xăng sử dụng công nghệ hoặc bí quyết đó cho một người hoặc pháp nhân khác.

Các mối quan hệ pháp lý đó mang tính thỏa thuận về bản chất, có nghĩa rằng bên giao công nghệ đồng ý chuyển giao và bên nhận đồng ý tiếp nhận các quyền, sự cho phép hoặc bí quyết kỹ thuật được chuyển giao. Có rất nhiều biện pháp và thỏa thuận pháp lý mà thông qua đó công nghệ có thể được chuyển giao hoặc tiếp nhận, bao gồm:

Bán hoặc chuyển nhượng quyền sở hữu trí tuệ

Biện pháp pháp lý đầu tiên là chủ sở hữu bán toàn bộ độc quyền đối với sáng chế được bảo hộ và một người hoặc pháp nhân khác mua các độc quyền đó. Khi tất cả độc quyền đối với sáng chế được bảo hộ được chuyển giao mà không có sự hạn chế bất kỳ về thời gian hoặc điều kiện nào khác của chủ sở hữu sáng chế được bảo hộ đối với một người hoặc pháp nhân khác thì khi đó việc **chuyển nhượng** các quyền đó đã diễn ra. Các nguyên tắc và đặc điểm tương tự cũng được áp dụng đối với việc chuyển nhượng các đối tượng sở hữu công nghiệp khác (ví dụ, nhãn hiệu và kiểu dáng công nghiệp).

Chuyển giao quyền sử dụng (li-xăng)

Biện pháp pháp lý thứ hai là thông qua li-xăng; đó là việc chủ sở hữu sáng chế được bảo hộ cho phép một người hoặc pháp nhân thực hiện một hoặc nhiều 'hành vi' trong phạm vi các độc quyền đối với sáng chế của mình tại lãnh thổ một nước nhất định hoặc trong thời hạn bảo hộ sáng chế đó. Khi được chủ sở hữu cho phép thì có nghĩa là "li-xăng" đã được cấp. Cần phải lưu ý rằng các "hành vi" đó là "chế tạo hoặc sử dụng sản phẩm chứa sáng chế, sản xuất sản phẩm bởi quy trình chứa sáng chế hoặc sử dụng quy trình chứa sáng chế".

Hợp đồng chuyển giao bí quyết kỹ thuật

Biện pháp thứ ba trong số ba biện pháp pháp lý chính về chuyển giao và tiếp nhận công nghệ là liên quan đến bí quyết kỹ thuật. Nhìn chung, bí quyết kỹ thuật đề cập đến kiến thức về việc thực hiện một công việc như thế nào; kiến thức chuyên môn thu nhận được trong một lĩnh vực nhất định. Bí quyết kỹ thuật có thể được trao đổi dưới dạng hữu hình như tài liệu, hình ảnh, kế hoạch, thẻ nhớ của máy tính hoặc các hình thức khác, nhưng cũng có thể được trao đổi dưới dạng vô hình. Ví dụ, một kỹ sư của bên chuyển giao bí quyết giải thích quy trình cho kỹ sư của bên nhận bí quyết đó.

Các điều khoản liên quan đến bí quyết kỹ thuật có thể có trong văn bản độc lập với hợp đồng li-xăng hoặc cũng có thể gộp các điều khoản đó vào trong hợp đồng li-xăng. Cho dù các điều khoản liên quan đến bí quyết kỹ thuật được tồn tại trong một văn bản hoặc tài liệu riêng rẽ thì những văn bản đó vẫn được gọi là "hợp đồng chuyển giao bí quyết kỹ thuật".

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Hiệp hội Li-xăng quốc tế. Trang web: www.lesi.org. Các bài báo, bản tin và nguồn tài liệu liên quan đến việc chuyển giao công nghệ hoặc quyền sở hữu trí tuệ - từ các bí quyết kỹ thuật và sáng chế được bảo hộ cho đến phần mềm, quyền tác giả và nhãn hiệu.

Các chiến lược thúc đẩy sở hữu trí tuệ thông qua li-xăng, liên doanh, liên kết và nhượng quyền thương mại. Loạt ấn phẩm của tác giả Netpreneur. Năm 2001. Trang web: www.netpreneur.org/advisors/ip/images/Strategies_for_IP.pdf. Bàn luận các xu hướng chính trong việc thúc đẩy SHTT, các chiến lược khác nhau, khả năng ứng dụng các chiến lược cho các mục tiêu khác nhau, các cam kết, nguồn lực và các vấn đề pháp lý.

Nhượng quyền thương mại

Việc chuyển giao thương mại đối với công nghệ cũng có thể diễn ra trong hệ thống nhượng quyền thương mại vì nó liên quan đến việc bán hàng hóa và dịch vụ. Nhượng quyền thương mại hoặc nhượng quyền phân phối là một thỏa thuận kinh doanh mà trong đó liên quan đến uy tín, thông tin kỹ thuật và kiến thức chuyên môn của một bên được kết hợp với sự đầu tư của một bên khác nhằm bán hàng hóa hoặc cung cấp dịch vụ trực tiếp cho khách hàng. Phương thức tiếp thị cho các hàng hóa và dịch vụ này thường dựa trên nhãn hiệu, nhãn hiệu dịch vụ hoặc tên thương mại và cách thức trang trí (décor) hoặc thiết kế đặc biệt của cơ sở kinh doanh. Việc li-xăng nhãn hiệu hoặc tên thương mại của chủ sở hữu thường được kết hợp với việc cung cấp bí quyết kỹ thuật của chủ sở hữu đó một số dưới hình như thông tin kỹ thuật, dịch vụ kỹ thuật, hỗ trợ kỹ thuật hoặc dịch vụ quản lý liên quan đến sản xuất, tiếp thị, duy trì và quản trị. Xem Câu hỏi 50.

Bán và nhập khẩu tư liệu sản xuất

Việc chuyển giao và tiếp nhận thương mại đối với công nghệ có thể được thực hiện thông qua việc mua và nhập khẩu thiết bị và tư liệu sản xuất khác. Ví dụ, thiết bị sản xuất có thể là máy và công cụ cần thiết để sản xuất sản phẩm hoặc ứng dụng quy trình kỹ thuật.

Hợp đồng liên doanh

Liên doanh là hình thức liên kết giữa hai công ty độc lập. Có hai hình thức liên doanh cơ bản: liên doanh theo phương thức kết hợp cổ phần và liên doanh theo hợp đồng. Liên doanh theo phương thức kết hợp cổ phần là một thỏa thuận trong đó một pháp nhân độc lập được hình thành dựa trên sự thỏa thuận của hai hay nhiều bên. Liên doanh theo hợp đồng có thể được sử dụng khi không cần hoặc không thể thành lập một pháp nhân độc lập. Thỏa thuận li-xăng, hợp đồng chuyển giao bí quyết kỹ thuật hoặc các công cụ pháp lý khác liên quan đến chuyển giao và tiếp nhận thương mại đối với công nghệ có thể được kết hợp vào các thỏa thuận liên doanh.

Dự án chìa khóa trao tay

Trong một số trường hợp cụ thể, hai hoặc nhiều thỏa thuận kinh doanh liên quan đến chuyển giao công nghệ và sau đó các công cụ pháp lý đó có hiệu lực, có thể được kết hợp theo cách thức ủy thác việc lập kế hoạch, xây dựng và điều hành nhà máy cho một nhà cung cấp công nghệ duy nhất hoặc một số lượng rất hạn chế các nhà cung cấp công nghệ. Do vậy, dự án chìa khóa trao tay có thể là một thỏa thuận toàn diện, trong đó bên chịu trách nhiệm chuyển giao cho khách hàng của họ – bên nhận công nghệ - toàn bộ cơ sở công nghiệp có khả năng hoạt động phù hợp với các tiêu chuẩn được thỏa thuận. Thông thường, dự án chìa khóa trao tay liên quan đến công việc của một bên nhằm cung cấp cho khách hàng thiết kế về cơ sở công nghiệp và thông tin kỹ thuật về hoạt động của cơ sở công nghiệp đó.

Thỏa thuận tư vấn

Nhìn chung, thỏa thuận tư vấn liên quan đến việc hỗ trợ, tư vấn hoặc các dịch vụ khác do nhà tư vấn cung cấp (dù là cá nhân hay doanh nghiệp) khi lập kế hoạch tiếp nhận công nghệ, thiết kế một cơ sở kinh doanh mới, chuẩn bị đấu thầu xây dựng công trình mới, nhà xưởng hoặc thiết bị, tìm kiếm biện pháp cải tiến công nghệ sẵn có hoặc các hoạt động khác cần phải có sự tư vấn chuyên nghiệp liên quan đến bí quyết kỹ thuật.

46. Nội dung chính của hợp đồng li-xăng? Các vấn đề cần lưu ý khi đàm phán hợp đồng li-xăng là gì?

Dưới đây là các nội dung chính, cũng là các đối tượng chủ yếu trong đàm phán để đạt được hợp đồng li-xăng và cần được đặc biệt lưu ý khi soạn thảo các điều khoản liên quan đến chúng. Các điều khoản này được bàn luận trong trường hợp li-xăng sáng chế nhưng cũng có thể được áp dụng cho các đối tượng sở hữu công nghệ khác.

Xác định các bên tham gia

Một trong số những vấn đề quan tâm đầu tiên của người đàm phán hợp đồng li-xăng là xác định các chủ thể hoặc người tham gia đàm phán hay nói cách khác, sẽ ký hợp đồng li-xăng và bị ràng buộc về mặt pháp lý trong việc thực hiện các điều khoản của hợp đồng. Mục đích của việc xác định các đối tác trong hợp đồng li-xăng là để hiểu rõ về từng đối tác sao cho bản chất của các bên sẽ không trở thành đối tượng gây tranh cãi sau đó.

Đối tượng của hợp đồng

Các điều khoản đó mô tả sản phẩm sẽ được sản xuất, sử dụng hoặc bán, hoặc quy trình sẽ được áp dụng và sản phẩm sẽ thu được từ quy trình này, sau đó được sử dụng hoặc bán. Các điều khoản này cũng xác định rõ sáng chế hay sáng chế có trong sản phẩm hoặc quy trình, tham chiếu đến bằng độc quyền sáng chế hoặc đơn đăng ký có liên quan, mô tả bí quyết kỹ thuật sẽ được cung cấp, nếu có, hoặc xác định những tiến bộ về công nghệ của một bên hoặc bên kia và những điều kiện để những tiến bộ được một bên cung cấp cho bên kia.

Những giới hạn của li-xăng và hành vi phản cạnh tranh

Li-xăng có thể gồm một số giới hạn được thỏa thuận liên quan đến các hoạt động được phép (sản xuất, bán hoặc các lĩnh vực sử dụng, v.v.) hoặc giới hạn ở một phần của các yêu cầu về những hoạt động đó, cũng như giới hạn về lãnh thổ hoặc số lượng, hoặc giới hạn về giá bán. Hợp đồng li-xăng nhìn chung sẽ quy định rõ những điều mà các bên của hợp đồng có thể có các hành vi khai thác nào, trong một hoặc nhiều vùng lãnh thổ nào và giải quyết quan hệ hợp đồng của bên thứ ba với bên cấp và nhận li-xăng.

Quyết định về từng vấn đề nêu trên phải được quy định rõ trong hợp đồng li-xăng. Tuy nhiên, điều khoản bất kỳ trái với quy định về chống độc quyền hoặc phản cạnh tranh thường bị coi là vô hiệu.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Li-xăng quốc tế - Xây dựng cấu trúc hợp đồng trên toàn cầu. Ladas & Parry. Trang web: www.ladas.conVIPProperty/Licensing/InternationalIP Licensing. Gồm các thông tin về li-xăng SHTT, các vấn đề cần xem xét khi quyết định li-xăng SHTT và các điều khoản chính của hợp đồng li-xăng.

Trung tâm Chuyển giao công nghệ châu Á – Thái Bình Dương. Trang web: www.apctt.org. Trung tâm Chuyển giao công nghệ châu Á – Thái Bình Dương (APCTT) là tổ chức hàng đầu trong lĩnh vực dịch vụ chuyển giao công nghệ đối với các SME.. Địa chỉ: Tòa nhà APCTT, PO Box 4575, Qutab Institutional Area, New Delhi 110 016, Ấn Độ. Điện thoại: +91 11 2696 6509. Fax +91 112685 6274. E-mail: infocentre@apctt.org.

Khai thác

Các vấn đề cần được giải quyết liên quan đến việc khai thác sản phẩm bao gồm chất lượng sản phẩm, khối lượng sản xuất, việc chế tạo các bộ phận sản phẩm của bên thứ ba sẽ được cấp phép bởi bên nhận li-xăng, nhập khẩu sản phẩm nhằm đáp ứng nhu cầu trong nước và việc sử dụng các kênh phân phối của bên giao lixăng.

Bên nhận li-xăng cũng có thể muốn bảo đảm rằng bí quyết kỹ thuật được cung cấp phải đầy đủ nhằm đạt được mục tiêu đã thỏa thuận với bên giao li-xăng. Sự bảo đảm này được gọi là bảo hành về bí quyết kỹ thuật và thường được quy định trong “điều khoản bảo hành” trong hợp đồng li-xăng.

Giải quyết tranh chấp

Tranh chấp và giải quyết tranh chấp là những vấn đề cần phải được quy định trong hợp đồng. Khó có thể xác định trước những vấn đề có thể gây rắc rối cho bên bất kỳ trong thời hạn hiệu lực của hợp đồng li-xăng. Tuy nhiên, cũng không quá khó khăn để tìm ra biện pháp giải quyết khi tranh chấp nảy sinh. Giải quyết tranh chấp còn liên quan đến hai vấn đề khác. Thứ nhất là pháp luật điều chỉnh hợp đồng. Đây là vấn đề thuộc phạm vi đàm phán, nhưng cũng có thể là pháp luật quốc gia của bên cấp hoặc bên nhận li-xăng hoặc thường là pháp luật của quốc gia mà ở đó tất cả hoặc hầu hết các nội dung của hợp đồng sẽ được thực hiện. Thông thường nhất, đó có thể là nơi tranh chấp xảy ra. Vấn đề thứ hai là biện pháp và diễn đàn phù hợp để giải quyết tranh chấp. Các bên có thể quyết định tự giải quyết tranh chấp với sự hỗ trợ của người hòa giải, hoặc sử dụng trọng tài hoặc tòa án. Điều quan trọng là liệu những vấn đề, như đã thỏa thuận, có tạo cơ hội tốt nhất để tranh chấp được xử lý một cách nhanh chóng và kịp thời hay không. Đối với trọng tài và hòa giải, có thể bổ sung điều khoản chỉ định Trung tâm Hòa giải và Trọng tài của WIPO là cơ quan giải quyết các tranh chấp vào trong hợp đồng li-xăng. Để biết thêm thông tin về các cơ chế giải quyết tranh chấp khác, xin xem Câu hỏi 69. Tham khảo trang web của Trung tâm Hòa giải và Trọng tài của WIPO tại địa chỉ: <http://arbiter.wipo.int/center>.

Thời hạn của hợp đồng li-xăng

Thời hạn của hợp đồng li-xăng – nghĩa là thời điểm bắt đầu, thời gian có hiệu lực và thời điểm chấm dứt – phải được quy định trong hợp đồng. Quyền sở hữu trí tuệ có thể được li-xăng trong thời gian tối đa là thời hạn nó có hiệu lực (ví dụ, thời gian li-xăng tối đa đối với sáng chế nhìn chung là 20 năm). Hợp đồng li-xăng có thể có thời hạn ngắn hơn và các bên có thể bảo lưu quyền chấm dứt hợp đồng nếu các tình huống cụ thể xảy ra.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Cổng thông tin của Trung tâm tiếp nhận đổi mới (IRC). Trang web: <http://irc.cordis.lu>. Mạng thông tin hàng đầu châu Âu về dịch vụ chuyển giao công nghệ xuyên quốc gia dành cho các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME).

Đạt được thỏa thuận mà không nhượng bộ. Roger Fisher, William Ury và Bruce Patton. Tái bản lần thứ hai. Penguin. 1991. US\$ 14.00. Penguin (USA), Penguin Group (USA) Inc., 405 Murray Hill Parkway, East Rutherford, NJ 07073, Hoa Kỳ. Điện thoại: +800 788 62 62 (trong Hoa Kỳ). Trang site: www.penguinputnam.com. Sách viết về các kỹ năng đàm phán.

47. Ưu điểm và nhược điểm của hợp đồng li-xăng là gì?

Một công ty sở hữu quyền đối với sáng chế, bí quyết kỹ thuật hoặc tài sản trí tuệ khác nhưng không thể hoặc không muốn tiến hành sản xuất sản phẩm, có thể hưởng lợi từ việc **cấp li-xăng** những tài sản trí tuệ đó bằng cách dựa vào năng lực sản xuất tốt hơn, mạng lưới phân phối rộng hơn, am hiểu địa bàn và có chuyên môn quản lý tốt hơn của công ty khác (bên nhận li-xăng). Ngoài ra:

- Bên giao li-xăng có chuyên môn trong lĩnh vực nghiên cứu và phát triển sản phẩm có thể thấy việc cấp li-xăng sản phẩm mới có hiệu quả hơn so với việc tự mình sản xuất sản phẩm đó.
- Việc cấp li-xăng có thể được sử dụng để tiếp cận những thị trường mới vốn không dễ dàng thâm nhập. Thông qua việc cho phép bên nhận li-xăng quyền tiếp thị và phân phối sản phẩm, bên cấp li-xăng có thể thâm nhập vào thị trường mà không thể thâm nhập bằng biện pháp khác.
- Hợp đồng li-xăng có thể quy định các biện pháp để bên cấp li-xăng có được quyền đối với những cải tiến, bí quyết kỹ thuật và các sản phẩm có liên quan mà sẽ được bên nhận li-xăng phát triển trong thời hạn hiệu lực của hợp đồng. Tuy nhiên, bên giao li-xăng không phải lúc nào cũng có thể yêu cầu các quyền này và một số nước có giới hạn chặt chẽ trong việc đưa các loại điều khoản này vào hợp đồng li-xăng.
- Người xâm phạm hoặc đối thủ cạnh tranh có thể trở thành đồng minh hoặc đối tác thông qua việc giải quyết tranh chấp bên ngoài tòa án và đồng ý tham gia hợp đồng li-xăng.
- Việc cấp li-xăng là cần thiết nếu sản phẩm chỉ bán chạy nhất khi được kết hợp hoặc bán để sử dụng cùng với sản phẩm khác, hoặc nếu các tài sản trí tuệ, ví dụ, các sáng chế được sở hữu bởi các doanh nghiệp khác nhau là cần thiết một cách đồng thời để sản xuất hoặc cung cấp dịch vụ một cách có hiệu quả cho một sản phẩm.
- Cuối cùng nhưng không kém phần quan trọng, hợp đồng li-xăng cho phép bên giao li-xăng giữ quyền sở hữu đối với tài sản trí tuệ và đồng thời nhận được thù lao li-xăng, ngoài khoản lợi nhuận thu được từ việc tự khai thác các tài sản đó từ các sản phẩm hoặc dịch vụ do bên đó bán hoặc cung cấp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Đàm phán li-xăng công nghệ: Tài liệu hướng dẫn cơ bản (Negotiating Technology Licensing: A basic training manual). Ấn phẩm của WIPO/ATC. (Sắp phát hành). Sẽ được đăng trên hiệu sách điện tử của WIPO tại địa chỉ: www.wipo.int/ebookshop. Gồm có các thông tin về cách thức kết hợp các khoản phí li-xăng khác nhau trong một hợp đồng li-xăng sở hữu công nghiệp hoặc chuyển giao công nghệ nhất định.

Những vấn đề cơ bản của li-xăng (The Basic Licensing). Hiệp hội Li-xăng. Năm 1995. Giá dành cho thành viên 6 đôla Mỹ; giá thông thường là 7 đôla Mỹ. Có tại trang web: www.lesi.org. Tài liệu giới thiệu cơ bản về quy trình li-xăng, gồm li-xăng quốc tế và các thuật ngữ đàm phán chuyên ngành.

Li-xăng: Chiến lược thu lợi nhuận (Licensing: A strategy for Profits). Edward P. White. Ấn phẩm được tái bản. Hiệp hội li-xăng. Năm 1996. Giá dành cho thành viên: 26.00 đôla Mỹ; giá thông thường: 31 đôla Mỹ. Có tại trang web: www.lesi.org. Thông tin tổng quát về mua và bán công nghệ, sáng chế, quyền tác giả và nhãn hiệu trong tất cả các lĩnh vực. Gồm hướng dẫn về lập kế hoạch đạt được hiệu quả cao nhất dựa trên kinh nghiệm của những người khác, cách thức tổ chức công ty của bạn để li-xăng, nghiên cứu tình huống, phụ lục và thư mục mở rộng.

Những rủi ro khi cấp li-xãng:

- Bên nhận li-xãng có thể trở thành đối thủ cạnh tranh của bên cấp li-xãng. Bên nhận li-xãng có thể “thao túng” việc bán hàng của bên cấp li-xãng, làm cho bên cấp li-xãng thu được ít tiền thù lao hơn so với những thiệt hại trong kinh doanh do sự cạnh tranh của đối thủ mới. Bên nhận li-xãng có thể hoạt động có hiệu quả hơn và thâm nhập thị trường nhanh chóng hơn bên cấp li-xãng do họ phải chi phí phát triển ít hơn hoặc hoạt động có hiệu quả hơn.
- Bên nhận li-xãng có thể bất ngờ yêu cầu sự đóng góp, ví dụ, về hỗ trợ kỹ thuật, đào tạo nhân lực, dữ liệu kỹ thuật bổ sung, v.v.. Tất cả những vấn đề này có thể đơn giản chứng minh sự quá đắt đỏ đối với bên cấp li-xãng. Điều quan trọng là hợp đồng li-xãng phải quy định rõ quyền và nghĩa vụ của các bên, theo đó, bất kỳ sự bất đồng nào xảy ra trong tương lai đều có thể được giải quyết một cách nhanh chóng và có hiệu quả.
- Nguồn thu của bên cấp li-xãng phụ thuộc vào kỹ năng, khả năng và nguồn lực của bên nhận li-xãng. Sự phụ thuộc này càng lớn hơn trong trường hợp li-xãng độc quyền, khi đó một bên nhận li-xãng không có hiệu quả có nghĩa là bên cấp li-xãng không có nguồn thu. Các điều khoản thỏa thuận về mức thù lao tối thiểu và các điều khoản khác có thể được quy định nhằm tránh điều này, tuy nhiên đây vẫn là một điều đáng lo ngại.
- Hợp đồng li-xãng có thể gây bất lợi khi sản phẩm hoặc công nghệ không được xác định một cách rõ ràng hoặc chưa được hoàn thiện. Trong trường hợp này, bên cấp li-xãng có thể được yêu cầu tiếp tục công việc phát triển với chi phí cao hơn để thỏa mãn yêu cầu của bên nhận li-xãng.

Ưu điểm của việc li-xãng đối với bên nhận li-xãng

Có rất nhiều cách khác nhau để hợp đồng li-xãng giúp bên nhận li-xãng tăng doanh thu và lợi nhuận, cũng như mở rộng thị phần:

- Thông thường phải đưa sản phẩm mới ra thị trường một cách nhanh chóng. Hợp đồng li-xãng cho phép tiếp cận công nghệ đã được phát triển hoặc sẵn sàng để áp dụng có thể giúp doanh nghiệp tiếp cận thị trường một cách nhanh chóng hơn.
- Các công ty nhỏ có thể không có nguồn lực để thực hiện việc nghiên cứu và triển khai cần thiết nhằm cung cấp các sản phẩm mới và chất lượng cao hơn. Hợp đồng li-xãng cho phép doanh nghiệp tiếp cận với các tiến bộ kỹ thuật mà rất khó đạt được bằng các biện pháp khác.
- Li-xãng cũng có thể là cần thiết để duy trì và phát triển vị thế thị trường đã được tạo dựng nhưng bị đe dọa bởi những kiểu dáng hoặc phương pháp sản xuất mới. Chi phí cho các hoạt động và xu hướng tiếp theo có thể là một thách thức và việc tiếp cận công nghệ mới thông qua hợp đồng li-xãng là cách tốt nhất để vượt qua thách thức này.
- Có thể có nhiều cơ hội khi nhận li-xãng khi mà kết hợp với công nghệ hiện có của công ty có thể tạo ra sản phẩm, dịch vụ và cơ hội thị trường mới.

Nhược điểm của việc li-xãng đối với bên nhận li-xãng

- Bên nhận li-xãng có thể sẽ phải đưa ra cam kết về tài chính đối với công nghệ “chưa sẵn sàng” cho việc khai thác thương mại, hoặc cần phải chỉnh sửa công nghệ để đáp ứng nhu cầu kinh doanh của mình.
- Hợp đồng li-xãng sở hữu trí tuệ có thể làm phát sinh thêm chi phí đối với sản phẩm, điều mà không được thị trường của sản phẩm đó chấp nhận. Việc bổ sung công nghệ mới có thể là tốt, nhưng chỉ khi với chi phí mà thị trường chấp nhận được. Nhiều công nghệ được tích hợp

vào sản phẩm có thể tạo ra sản phẩm có hàm lượng công nghệ cao nhưng rất đắt đỏ khi tung ra thị trường.

- Việc li-xăng có thể tạo ra sự phụ thuộc công nghệ vào bên cung cấp, bên mà có thể sẽ không gia hạn hợp đồng li-xăng và đàm phán hợp đồng li-xăng với các đối thủ cạnh tranh khác nhằm giới hạn thị trường mà bạn sử dụng công nghệ được li-xăng hoặc hạn chế hoạt động khai thác được phép theo hợp đồng li-xăng.

Li-xăng sở hữu trí tuệ có thể làm phát sinh vấn đề cho cả bên cấp và bên nhận li-xăng nếu các cơ quan quản lý nhà nước coi đó là vấn đề phản cạnh tranh hoặc có tính chất thông đồng. Và rõ ràng là việc li-xăng rất phức tạp và nếu các điều khoản không được bộ phận pháp lý nghiên cứu và xem xét kỹ lưỡng thì có thể sẽ gây thiệt hại. Tuy nhiên, nếu có sự chuẩn bị trước và có sự tư vấn pháp lý thì việc li-xăng sở hữu trí tuệ lại trở thành công cụ kinh doanh cần thiết có lợi cho cả hai bên.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu hướng dẫn li-xăng. Robert Auerbach. Quỹ nghiên cứu, khoa học và công nghệ. Trang web: www.frst.govt.nz/business/articles/Guide-licensing-Sep00.pdf. Tập trung vào đàm phán li-xăng; bàn luận các vấn đề cơ bản về ưu và nhược điểm của li-xăng.

Sổ tay li-xăng dành cho doanh nghiệp. Karen Raugust. Tái bản lần thứ 4. EPM Communications. 2002. US\$ 69.95. EPM Communications, Inc., 160 Mercer Street, 3rd Floor, New York, NY 10012, Hoa Kỳ. Điện thoại: +1 212 941 0099. Fax +1 212 941 1622. E-mail: info@epmcom.com. Giải thích về li-xăng cho những người có kinh nghiệm và những người mới bắt đầu, và cách thức sử dụng li-xăng để đạt được mục tiêu kinh doanh và mở rộng phạm vi sản xuất.

48. Những ưu điểm và nhược điểm khi tham gia liên doanh với công ty khác là gì?

Liên doanh

Liên doanh được coi là một biện pháp hữu hiệu và cần thiết để thâm nhập vào thị trường mới. Ở một số thị trường mà có sự hạn chế đầu tư từ bên ngoài thì liên doanh có thể là cách duy nhất để tiếp cận thị trường. Khi tham gia liên doanh, các thành viên tham gia thường có vị trí rõ ràng thông qua tỷ lệ góp vốn. Các cổ đông có tỷ lệ vốn góp khác nhau đáng kể, mặc dù việc thiết lập các biện pháp quản lý rõ ràng để kiểm soát các quyết định nhằm đạt được thành công là rất quan trọng. Một hình thức tham gia lỏng lẻo hơn, có thể hoặc không liên quan đến việc góp vốn là liên minh chiến lược. Liên doanh có xu hướng có tỷ lệ thất bại tương đối cao. Tuy nhiên, các bên tham gia lại có được những lợi thế nhất định.

Ưu điểm của liên doanh

- Liên doanh cho phép các công ty chia sẻ công nghệ và các tài sản sở hữu trí tuệ có tính chất bổ sung liên quan đến sản phẩm và phân phối hàng hóa và dịch vụ sáng tạo.
- Đối với các tổ chức nhỏ với việc thiếu nguồn tài chính và/hoặc kỹ năng quản lý chuyên môn thì liên doanh có thể là một biện pháp hữu hiệu để có được nguồn vốn cần thiết khi thâm nhập vào thị trường mới. Điều này có thể là đặc biệt đúng ở các thị trường hấp dẫn khi mà các đối tác địa phương, sự tiếp cận với hệ thống phân phối và yêu cầu về chính trị có thể làm cho liên doanh được ưu tiên hơn hoặc thậm chí là một giải pháp có tính pháp lý cần thiết.
- Liên doanh có thể được sử dụng để giảm căng thẳng chính trị cũng như nâng cao khả năng chấp nhận của địa phương/quốc gia đối với công ty.
- Liên doanh có thể cung cấp kiến thức chuyên môn về các thị trường địa phương, thâm nhập vào các kênh phân phối cần thiết và tiếp cận được với nguồn cung cấp nguyên liệu thô, các hợp đồng của chính phủ và phương tiện sản xuất địa phương.
- Ở nhiều quốc gia, các công ty liên doanh ngày càng trở nên quan trọng đối với chính phủ nước sở tại. Công ty liên doanh có thể được thành lập trực tiếp với các doanh nghiệp nhà nước hoặc hướng tới các doanh nghiệp mạnh nhất của quốc gia.
- Các tập đoàn quốc tế hoặc liên minh tạm thời được thành lập ngày càng nhiều để thực hiện các dự án đặc biệt được coi là quá lớn đối với các công ty riêng lẻ (ví dụ, các dự án phòng thủ quan trọng, các dự án dân dụng, dự án đầu tư mạo hiểm công nghệ toàn cầu mới).
- Việc kiểm soát giao dịch có thể cản trở công ty xuất khẩu vốn và như vậy sẽ khiến cho nguồn vốn của các chi nhánh mới ở nước ngoài trở nên khó khăn hơn. Vì thế, việc cung cấp bí quyết kỹ thuật có thể được sử dụng nhằm giúp công ty có được một số cổ phần nhất định trong liên doanh, trong khi đó đối tác địa phương có thể tiếp cận được với nguồn vốn cần thiết.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu hướng dẫn về liên doanh. Robert Auerbach. Quý Nghiên cứu, Khoa học và Công nghệ. Năm 1998. Trang Web: www.frst.govt.nz/business/articles/Guide-IntVenture-sep00.pdf. Bàn luận về liên doanh, với những gợi ý và hướng dẫn nhằm hạn chế sự hiểu lầm và tranh chấp giữa các đối tác kinh doanh.

Mua bán và sáp nhập quốc tế, liên doanh và các hình thức khác: đạt được thỏa thuận. David J. BenDaniel, Arthur H. Rosenbloom và James J. Hanks. Tái bản lần thứ hai. John Wiley & Sons. 2002. Giá 39,95 đôla Mỹ. John Wiley & Sons, 10475 Crosspoint Blvd, Indianapolis, IN 46256, Hoa Kỳ. Điện thoại: +1 877 762 2974. Fax +1 800 597 3299. E-mail: consumers@Ewiley.com. Cách thức tìm kiếm, phân tích, xây dựng các điều khoản và đàm phán các hợp đồng quốc tế, gồm các nghiên cứu tình huống và danh mục các vấn đề cần xem xét khi ra quyết định.

Nhược điểm của liên doanh

- Vấn đề quan trọng là rất khó để liên doanh hội nhập vào chiến lược toàn cầu mà bản chất là thương mại xuyên biên giới. Trong những trường hợp như vậy, sẽ có những vấn đề khó tránh khỏi liên quan đến sự chuyển giá và nguồn xuất khẩu từ trong ra và từ ngoài vào, đặc biệt là nhằm hỗ trợ các chi nhánh do công ty sở hữu toàn bộ ở các nước khác.
- Xu hướng hướng đến một hệ thống quản lý tiền tệ toàn cầu, thông qua một quỹ trung ương, có thể dẫn tới mâu thuẫn giữa các đối tác khi các công ty mẹ cố gắng áp đặt giới hạn hoặc thậm chí hướng dẫn việc sử dụng tiền mặt và vốn hoạt động, quản lý ngoại hối, số lượng và phương tiện thanh toán lợi nhuận.
- Vấn đề quan trọng khác là khi mà mục tiêu của các đối tác trở nên mâu thuẫn. Ví dụ, doanh nghiệp đa quốc gia có thể có thái độ hoàn toàn khác trước những rủi ro so với các doanh nghiệp địa phương và có thể được chuẩn bị để chấp nhận thiệt hại trong ngắn hạn để phát triển thị phần, chịu những khoản nợ cao hơn hoặc chi phí nhiều hơn cho quảng cáo. Tương tự, mục tiêu của các đối tác có thể thay đổi theo thời gian, đặc biệt là việc thành lập các chi nhánh do các công ty sở hữu toàn bộ thay thế cho liên doanh nhằm tiếp cận thị trường thường diễn ra đối với các công ty đa quốc gia.
- Vấn đề liên quan đến cơ cấu quản lý và nhân sự của liên doanh.
- Nhiều liên doanh thất bại vì mâu thuẫn về lợi tức thuế giữa các bên tham gia.

49. Quyền sở hữu trí tuệ được thanh toán trong hợp đồng li-xãng như thế nào?

“Giá” hoặc “chi phí” để có được quyền sở hữu công nghiệp phụ thuộc vào nhiều yếu tố, bao gồm bản chất và thời hạn bảo hộ của quyền sở hữu công nghiệp, công nghệ và sức mạnh đàm phán tương đối của các bên. Bên cấp li-xãng tiềm năng thường đánh giá kỹ lưỡng giá trị và nhu cầu đối với một công nghệ cụ thể, công nghệ thay thế sẵn có, triển vọng về tiến bộ của công nghệ, năng lực sản xuất và khả năng sinh lời của bên nhận li-xãng tiềm năng. Bên cấp li-xãng tiềm năng phải đưa ra kế hoạch sản xuất chi tiết và nguồn thu nhập thu được từ bên nhận li-xãng tiềm năng hoặc bên tiếp nhận công nghệ.

Bên nhận tiềm năng đánh giá toàn bộ chi phí có thể phải trả đối với một công nghệ cụ thể và đối với những cải tiến của công nghệ đó so với khả năng sinh lợi của doanh nghiệp trong thời gian chuyển giao. Bên nhận chuyển giao cũng xem xét giá cả của công nghệ thay thế hoặc những chi phí của các giao dịch tương tự. Để biết thêm thông tin về định giá quyền sở hữu trí tuệ, xem Câu hỏi 72.

Việc trực tiếp thanh toán phí chuyển giao bằng tiền đối với quyền sở hữu công nghiệp hoặc công nghệ có thể thực hiện dưới nhiều cách khác nhau:

- **Thanh toán trọn gói:** là khoản phí ước tính sẽ phải thanh toán khi hợp đồng được ký.
- **Phí li-xãng:** là khoản tiền được thanh toán sau, theo định kỳ và là khoản tiền được xác định là một hàm số của việc sử dụng hoặc kết quả kinh tế (dựa trên số lượng sản xuất, số lượng dịch vụ, doanh số bán sản phẩm, lợi nhuận)
- **Phí dịch vụ:** Khoản tiền trả cho các dịch vụ và hỗ trợ kỹ thuật do các chuyên gia kỹ thuật cung cấp, được ấn định ở một mức cụ thể hoặc được tính theo đầu người và trong mỗi thời hạn cung cấp dịch vụ.

Các hình thức thanh toán này có thể được kết hợp trong một hợp đồng li-xãng sở hữu công nghiệp hoặc chuyển giao công nghệ nhất định. Trong một số trường hợp, hình thức thanh toán trọn gói có thể thay thế hệ thống phí li-xãng, trong khi một trường hợp khác lại kết hợp hai hình thức thanh toán này với nhau; ví dụ, bên nhận li-xãng hoặc bên tiếp nhận công nghệ có thể lựa chọn việc thanh toán trọn gói thay vì trả phí li-xãng hoặc các hình thức thanh toán bất kỳ khác. Trong một số trường hợp khác, bên nhận li-xãng hoặc bên tiếp nhận công nghệ có thể được tạo cơ hội chọn trả phí li-xãng theo số lượng sản xuất thay vì doanh số bán. Phí hỗ trợ và dịch vụ kỹ thuật có thể được xác định một cách riêng biệt, cho dù được quy định trước hay được đàm phán khi cung cấp dịch vụ.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Đàm phán hợp đồng li-xãng công nghệ: Tài liệu hướng dẫn cơ bản. Ấn phẩm của WIPO/ITC (sắp phát hành). Sẽ được đăng tải trên hiệu sách điện tử của WIPO: www.wipo.int/ebookshop. Bao gồm thông tin về các hình thức thanh toán khác nhau có thể được kết hợp trong hợp đồng li-xãng sở hữu công nghiệp hoặc chuyển giao công nghệ.

50. Nhượng quyền thương mại là gì?

Nhượng quyền thương mại có thể được hiểu là một thỏa thuận mà trong đó một người (bên nhượng quyền) đã phát triển một hệ thống để điều hành một doanh nghiệp cụ thể, cho phép người khác (bên được nhượng quyền) sử dụng hệ thống đó theo quy định của bên chuyển nhượng và đổi lại, bên chuyển nhượng được nhận tiền thù lao từ bên được nhượng quyền. Mối quan hệ này tiếp tục tồn tại khi bên nhận được nhượng quyền hoạt động phù hợp với các tiêu chuẩn và thực tiễn được bên nhượng quyền thiết lập và giám sát và nhận được sự trợ giúp và hỗ trợ từ bên nhượng quyền.

Do đó, nhượng quyền thương mại liên quan đến một hệ thống mà bên nhượng quyền cho phép - hoặc cấp li-xăng cho - bên được quyền khai thác. Hình thức này dưới đây được gọi tắt là hệ thống nhượng quyền hay đơn giản là **Hệ thống**. Hệ thống trọn gói này bao gồm các quyền sở hữu trí tuệ liên quan đến một hoặc nhiều nhãn hiệu, tên thương mại, kiểu dáng công nghiệp, sáng chế hoặc các tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả, cùng với bí quyết kỹ thuật và bí mật kinh doanh có liên quan, sẽ được khai thác để bán sản phẩm hoặc cung cấp dịch vụ cho khách hàng. Ngoài ra, hệ thống này cũng gồm nhiều yếu tố khác đóng phần vào thành công của một doanh nghiệp như công thức và phương pháp chuẩn bị bữa ăn, thiết kế đồng phục của nhân viên, kiến trúc của các nhà hàng, kiểu dáng của bao bì và hệ thống quản lý và kiểm toán.

Các đặc trưng cơ bản của mối quan hệ nhượng quyền thương mại là:

- **Li-xăng sử dụng hệ thống.** Đổi lại các khoản thanh toán được thỏa thuận, bên được nhượng quyền được phép sử dụng hệ thống nhượng đang hoạt động, được cấp li-xăng sử dụng hệ thống của bên nhượng quyền để tiến hành hoạt động kinh doanh. Theo đó, hệ thống nhượng quyền sẽ được khai thác tại một địa điểm cụ thể, như nhà hàng hoặc cửa hàng được nhượng quyền và các địa điểm đó thường được gọi là “đơn vị được nhượng quyền”.
- **Quan hệ tương tác tiếp theo.** Mối quan hệ này sẽ tiếp diễn, liên quan đến việc bán sản phẩm được nhượng quyền (hoặc cung cấp dịch vụ được nhượng quyền) trong một thời hạn nhất định. Bên nhượng quyền sẽ không ngừng hỗ trợ cho bên được nhượng quyền thành lập, duy trì và phát triển đơn vị được nhượng quyền. Về phần mình, bên được nhượng quyền tiếp tục phải trả phí cho bên nhượng quyền cho việc sử dụng hệ thống nhượng quyền hoặc thanh toán cho bên nhượng quyền đối với việc tiếp tục cung cấp các dịch vụ quản lý.
- **Quyền quy định cách thức kinh doanh của bên chuyển nhượng.** Bên được nhượng quyền đồng ý tuân thủ các chỉ dẫn về cách thức điều hành hệ thống do bên nhượng quyền quy định. Những chỉ dẫn này có thể liên quan đến việc kiểm soát chất lượng, bảo vệ hệ thống, giới hạn về lãnh thổ, các chi tiết liên quan đến việc điều hành và các quy định khác nhằm kiểm soát hoạt động của bên được nhượng quyền trong hoạt động nhượng quyền.

Li-xăng về nhãn hiệu thường là điều kiện chính trong hợp đồng nhượng quyền thương mại. Trong các hợp đồng nhượng quyền thương mại, mức độ kiểm soát của chủ sở hữu nhãn hiệu đối với bên được nhượng quyền thường cao hơn so với các hợp đồng li-xăng nhãn hiệu tiêu chuẩn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Giới thiệu về nhượng quyền thương mại. Quý Giáo dục của Hiệp hội Nhượng quyền thương mại quốc tế (IFA). Năm 2001. Trang web: www.franchise.org/edufound/intro2franchising.pdf. Giới thiệu các vấn đề cơ bản của nhượng quyền thương mại, điều kiện được sử dụng, các phương án thay thế, ưu điểm và nhược điểm, các vấn đề pháp lý.

Hiệp hội Nhượng quyền thương mại quốc tế. Website: www.franchise.org. Thông tin, tin tức, nguồn tin và cơ sở dữ liệu về nhượng quyền thương mại. Hầu hết các nguồn thông tin này đều mất phí và chỉ cung cấp cho các thành viên.

Hội đồng Nhượng quyền thương mại thế giới. Website: www.worldfranchisecouncil.org. Các bài viết và tổng quan về nhượng quyền thương mại ở nhiều nước

51. Thỏa thuận không bộc lộ là gì?

Một doanh nghiệp đôi khi cần phải chia sẻ bí mật với một công ty khác. Một nhà sản xuất có thể tiến hành những thử nghiệm đặc biệt về các sản phẩm mẫu và không muốn đối thủ cạnh tranh biết được chi tiết về sản phẩm mới. Một công ty lắp ráp có thể muốn biết liệu nhà cung cấp có đáp ứng được các đặc tính kỹ thuật mới, ngặt nghèo mà sẽ tạo ra ưu thế trên thị trường một cách nhanh chóng, nhưng lại không muốn người bất kỳ sử dụng các đặc tính kỹ thuật tương tự. Trong hai ví dụ này, sản phẩm mẫu và đặc tính kỹ thuật mới đều rời khỏi tay của chủ sở hữu, nhưng họ đương nhiên vẫn muốn kiểm soát đối với những thông tin của mình.

Giải pháp cho một công ty phải bộc lộ thông tin bí mật của mình là ký một hợp đồng bảo mật, đôi khi còn được gọi là hợp đồng không bộc lộ (non-disclosed agreement - NDA). **Hợp đồng không bộc lộ** là hợp đồng mà theo đó người ký đồng ý không tiết lộ thông tin nhất định, ngoại trừ các điều khoản được quy định trong hợp đồng. Hợp đồng không bộc lộ thường được các nhà sáng chế hoặc công ty sử dụng khi chia sẻ ý tưởng kinh doanh, sản phẩm mẫu của một loại sản phẩm sáng tạo hoặc thông tin bí mật với các bên thứ ba. Mục đích của việc bộc lộ là để tìm hiểu khả năng sản xuất, thiết kế hoặc thương mại hóa một sản phẩm cụ thể trong mối quan hệ hợp tác với công ty khác khi đàm phán các hợp đồng li-xãng hoặc khi tìm kiếm nguồn tài chính để phát triển một sản phẩm hoặc triển khai một kế hoạch kinh doanh.

Hợp đồng không bộc lộ

Một hợp đồng không bộc lộ (NDA) bắt đầu từ việc tuyên bố rõ ràng về chủ sở hữu của thông tin (chủ sở hữu), công ty tiếp nhận thông tin (bên nhận) và lý do chuyển giao thông tin bí mật đó – mục đích được phép. Việc xác định thông tin bí mật bao gồm những gì được bắt đầu bằng cách xem xét cái gì bị coi là làm lộ bí mật, ví dụ, danh mục các sự kiện làm lộ bí mật cho công chúng, do vậy, bên tiếp nhận không cần tuân thủ theo các quy định của NDA nữa. Tuy nhiên, người công bố thông tin đó lần đầu tiên sẽ không phải là người tiếp nhận.

NDA cũng quy định rõ bên tiếp nhận phải bảo vệ thông tin đó như thế nào và bên tiếp nhận được phép làm những gì với thông tin đó (chỉ được sử dụng với mục đích được phép) và không được làm những gì (ví dụ, nói với bất kỳ người nào không cần biết thông tin đó).

Nhìn chung, các hợp đồng này quy định rõ thông tin phải được giữ bí mật trong bao lâu – đây thường là khoảng thời gian mà thông tin bí mật sẽ giúp cho chủ sở hữu có được lợi thế trên thị trường, cộng thêm một ít thời gian chậm trễ. Thời hạn thông thường là khoảng hai hoặc năm năm.

Khi bên tiếp nhận đã ký hợp đồng NDA, chủ sở hữu có thể chuyển giao thông tin bí mật mà không phải lo ngại gì.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Bộc lộ thông tin bí mật. Vivien Irish. WIPO. Trang web: www.wipo.int/smelerVdocuments/disclosing_inf.htm. Bàn luận về đối tượng có thể được bảo hộ bởi hợp đồng không bộc lộ (NDA), khi nào cần sử dụng NDA và một số NDA mẫu.

Quyền sở hữu trí tuệ dành cho các kỹ sư. Vivien Irish. Viện Kỹ thuật điện. Năm 1994. Giá 39 đôla Mỹ. Viện Kỹ thuật điện (Institution of Electrical Engineers), Michael Faraday House, Six Hills Way, Stevenage, Herts SG1 2AY, Vương quốc Anh. Trang web: www.iee.org. Giải thích về việc bảo hộ các sáng tạo kỹ thuật và các ví dụ kèm theo. Xem xét quyền sở hữu các quyền, các cách thức khai thác thương mại, những giới hạn do Cộng đồng châu Âu đặt ra, các kỹ năng quản lý quyền SHTT có hiệu quả và khi nào cần đến sự giúp đỡ pháp lý chuyên nghiệp.

Khi nào nên sử dụng NDA

Các công ty không nên quá thường xuyên sử dụng NDA. Cách tốt nhất để giữ bí mật là không nói với ai hết. Nếu buộc phải chia sẻ bí mật thì bộc lộ càng ít càng tốt nhằm đạt được mục đích thương mại: đôi khi, chỉ cần một bản đề cương tổng quát, mặc dù để đánh giá về mặt kỹ thuật thì cần phải cung cấp chi tiết đầy đủ về bí quyết kỹ thuật.

Đôi khi, hợp đồng NDA quy định một khoảng thời gian mà thông tin sẽ được bộc lộ, thường là trong một năm. Điều này là rất hữu ích đối với hợp đồng kỹ thuật phức tạp, như liên doanh, mặc dù hợp đồng liên doanh riêng biệt là cần thiết.

Ngoài ra, phải rất cẩn thận khi lựa chọn bên tiếp nhận – bạn có chắc là bí mật thực sự được giữ kín hay không?

Một nhược điểm của việc bảo hộ pháp lý đối với bí mật là khi bị bộc lộ theo cách thức bất kỳ thì không thể làm cho chúng trở thành “bí mật” được nữa. Thậm chí, ngay cả khi chủ sở hữu bí mật kiện ra tòa và thu được một khoản đền bù thiệt hại thì điều đó vẫn không tốt bằng việc bảo mật được thông tin. Đối thủ cạnh tranh sẽ được sử dụng miễn phí bí mật rất khó đạt được của bạn. Vì vậy, cách tốt nhất là phải chắc chắn là bí mật được giữ kín ở nơi bộc lộ đầu tiên.

Hợp đồng NDA có đi có lại

Đôi khi, nguồn thông tin là hai chiều, cả hai bên đều bộc lộ thông tin bí mật cho nhau, ví dụ, khi hai bên tham gia thành lập liên doanh. Theo đó, hợp đồng NDA sẽ đề cập đến thỏa thuận thành lập liên doanh, trong đó quy định rõ ràng là hai bên sẽ cùng chia sẻ thông tin bí mật.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu hướng dẫn về hợp đồng không bộc lộ. Robert Auerbach. Quý Nghiên cứu, khoa học và công nghệ. Năm 2000. Trang web: www.frst.govt.nz/business/articles/Guide-NonDisclosure-Jul00.pdf. Giải thích NDA là gì, mục đích, các dạng NDA, áp dụng thực tiễn và xử lý thông tin bí mật.

52. Những nội dung chính của hợp đồng li-xăng nhãn hiệu là gì?

Li-xăng nhãn hiệu xuất hiện tương đối gần đây trong lịch sử nhãn hiệu. Vì chức năng chính của nhãn hiệu là chỉ dẫn nguồn gốc thương mại nên hàng hóa có xuất xứ từ một nguồn nào đó ngoài chủ sở hữu nhãn hiệu có thể không mang nhãn hiệu của bên cấp li-xăng nếu không có sự lừa dối. Thật vậy, việc cấp li-xăng nhãn hiệu có thể khiến bên cấp li-xăng bị ảnh hưởng với cáo buộc không sử dụng và yêu cầu hủy bỏ nhãn hiệu. Việc bên cấp li-xăng kiểm tra chất lượng đối với phẩm mang nhãn hiệu do bên nhận li-xăng bán mở ra ý tưởng rằng việc kiểm soát đó là một biện pháp để tránh yêu cầu hủy bỏ nhãn hiệu. Ý tưởng viễn tưởng này tạo thành cơ sở của các điều khoản về người sử dụng đã đăng ký được quy định trong hầu hết các đạo luật về nhãn hiệu trong hơn 40 năm qua.

Các điều khoản về người sử dụng đã đăng ký buộc các bên tham gia li-xăng phải nộp bản hợp đồng cho cơ quan đăng ký xem xét để đảm bảo rằng nội dung và phạm vi kiểm soát chất lượng sẽ được bên cấp li-xăng thực hiện. Cơ quan đăng ký có nghĩa vụ bảo đảm rằng việc đăng ký các hợp đồng này là phù hợp với lợi ích quốc gia và có nghĩa vụ từ chối đăng ký những hợp đồng có nguy cơ tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động buôn bán bất hợp pháp. Tuy nhiên, cũng cần phải lưu ý rằng việc đăng ký không thể được coi là một điều kiện cần thiết để hợp đồng li-xăng nhãn hiệu có hiệu lực. Các quy định về đăng ký là tự nguyện và không mang tính bắt buộc. Miễn là bên cấp li-xăng duy trì việc kiểm soát chất lượng đối với những hàng hóa được cấp phép và bên cấp li-xăng giữ được mối liên hệ với sản phẩm được cấp li-xăng thì có thể tránh được việc nhãn hiệu bị hủy bỏ.

Li-xăng nhãn hiệu có thể được cấp cùng với hoặc riêng biệt với li-xăng sáng chế hoặc bí quyết kỹ thuật. Ngoài các điều khoản khác, dưới đây là những điều khoản phổ biến mà các li-xăng nhãn hiệu đều có:

- **Cho phép sử dụng.** Việc cho phép sử dụng một hoặc nhiều nhãn hiệu liên quan là quy định đầu tiên của phần lớn các hợp đồng li-xăng. Những điểm cụ thể của nhãn hiệu thường được liệt kê trong một phụ lục của hợp đồng li-xăng, cùng với các sản phẩm sử dụng nhãn hiệu tương ứng.
- **Số lượng bên nhận li-xăng.** Điều quan trọng là bên nhận li-xăng biết được có bao nhiêu bên nhận li-xăng khác được sử dụng nhãn hiệu trong khu vực lãnh thổ li-xăng. Một điều quan trọng khác là biết được liệu bên cấp li-xăng có ý định phân phối hàng hóa hoặc dịch vụ trong phạm vi lãnh thổ không. Và điều quan trọng cuối cùng đối với bên nhận li-xăng là phải biết được nếu có bên nhận li-xăng khác để đảm bảo rằng đối thủ cạnh tranh của mình cũng được sử dụng nhãn hiệu với các điều khoản tương tự.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Lixăng và nhượng quyền thương mại: Khai thác tối đa hiệu quả của nhãn hiệu. Gerd F. Kunze. WIPO. Năm 2003. Trang web: www.wipo.int/arab/en/meetings/2003/tm_bey/doc/wipo_tm_bey_03_6.doc. Giới thiệu về tầm quan trọng của li-xăng và nhượng quyền thương mại, li-xăng nhãn hiệu và các quy định liên quan đến tiêu chuẩn chất lượng.

Những kiến nghị chung liên quan đến li-xăng nhãn hiệu. WIPO. Năm 2000. Trang web www.wipo.int/about-ip/en/development_iplaw/pub835.htm. Văn bản kiến nghị về li-xăng nhãn hiệu, với mẫu li-xăng quốc tế.

- **Kiểm soát chất lượng.** Như nêu trên, điểm mấu chốt của hợp đồng về người sử dụng được đăng ký bất kỳ là ở quy định về bên nhận li-xãng sẽ không sử dụng nhãn hiệu cho những sản phẩm không đạt tiêu chuẩn chất lượng do bên cấp li-xãng quy định. Các điều khoản kiểm soát chất lượng quy định rằng bên nhận li-xãng sẽ nhận được tất cả các thông tin mô tả, dữ liệu và bí quyết kỹ thuật của bên cấp li-xãng nhằm cho phép các tiêu chuẩn chất lượng được quy định phải được đáp ứng. Bản chất của điều khoản này là thường xuyên yêu cầu người nhận li-xãng gửi sản phẩm mẫu cho bên cấp li-xãng và cho phép thanh tra nhà máy và kho chứa hàng, phương thức sản xuất, nguyên liệu được sử dụng, việc bảo quản và đóng gói sản phẩm của bên nhận li-xãng. Hợp đồng cũng cho phép bên nhận li-xãng tùy ý xử lý các sản phẩm không đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng, với điều kiện những sản phẩm đó không mang nhãn hiệu được li-xãng.
- **Tiếp thị.** Hợp đồng li-xãng sẽ chỉ rõ vùng lãnh thổ mà nhãn hiệu có thể được sử dụng. Công cụ này cũng thường bao gồm những điều cấm đối với hoạt động thương mại bên ngoài lãnh thổ được chỉ định, cũng như quy định bên giao li-xãng không được hoạt động trong khu vực lãnh thổ li-xãng. Các tài liệu quảng cáo mà bên nhận li-xãng sử dụng có thể phải được phép của bên giao li-xãng.
- **Các thỏa thuận về tài chính.** Ngoài yêu cầu trả phí hoặc phí li-xãng cho việc sử dụng nhãn hiệu, bên cấp li-xãng có thể yêu cầu thanh toán cho việc cử chuyên gia để hướng dẫn nhân viên của bên nhận li-xãng về các tài liệu có liên quan nhằm đạt được tiêu chuẩn chất lượng cần thiết quy định trong hợp đồng li-xãng. Các thỏa thuận có thể đạt được nhằm phân bổ chi phí cho quy trình tạo sản phẩm mẫu. Cuối cùng, bên nhận li-xãng luôn phải lưu giữ sổ sách và hồ sơ một cách chi tiết về việc bán sản phẩm mang nhãn hiệu.
- **Các hành vi xâm phạm.** Bên nhận li-xãng thường được yêu cầu thông báo cho bên giao li-xãng về tất cả hành vi xâm phạm xảy ra đối với nhãn hiệu được li-xãng và bên giao li-xãng sẽ giải quyết tất cả các vụ xâm phạm này.

53. Li-xăng tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả như thế nào?

Đối với hợp đồng xuất bản, chủ sở hữu quyền tác giả không cần hoặc thường không có ý định từ bỏ quyền tác giả hoặc thậm chí quyền kiểm soát việc công bố tác phẩm. Theo quy định của các đạo luật về quyền tác giả thì quyền tài sản của tác giả được coi là không tách rời quyền nhân thân, do vậy, việc chuyển nhượng quyền tác giả để xuất bản tác phẩm là điều không thể xảy ra. Khi tham gia vào hợp đồng xuất bản, chủ sở hữu quyền tác giả thường chỉ hạn chế việc thực hiện quyền đối với tác phẩm sẽ được công bố và hạn chế quyền ở phạm vi cần thiết để nhà xuất bản có thể sử dụng tác phẩm đó. Đồng thời, quyền sở hữu quyền tác giả không thay đổi mà vẫn thuộc về tác giả hoặc chủ sở hữu khác của quyền tác giả.

Vì vậy, một hợp đồng xuất bản đặc trưng là một hợp đồng li-xăng đơn thuần được chủ sở hữu cấp cho nhà xuất bản. Để hợp đồng có giá trị đối với nhà xuất bản, li-xăng phải cho phép bảo hộ các hoạt động xuất bản chống lại bên thứ ba.

Nhìn chung, li-xăng trong lĩnh vực bản quyền được hiểu là việc tác giả hoặc chủ sở hữu quyền quyền tác giả (bên giao li-xăng) cho phép người sử dụng tác phẩm (nhà xuất bản hoặc bên nhận li-xăng) sử dụng tác phẩm theo cách thức và phù hợp với các điều kiện được hai bên thống nhất.

Nhà xuất bản phải được cấp li-xăng bao gồm các quyền cần thiết để hiện thực hóa tối ưu nhất hoạt động xuất bản theo kế hoạch. Nhìn chung, một li-xăng độc quyền (cung cấp độc quyền) mà nhà xuất bản nhận được nhằm tái bản và xuất bản tác phẩm có liên quan - hoặc, nếu cần, nhằm cung cấp, tái bản và xuất bản bản dịch của tác phẩm – trong một ấn phẩm thương mại chuẩn, với số lượng bản in phù hợp.

Li-xăng có thể được cấp chỉ cho một lần xuất bản hoặc cho nhiều lần tái bản tiếp theo. Quy mô của lần xuất bản duy nhất hoặc lần xuất bản đầu tiên thường được quy định trong hợp đồng bằng cách ấn định số lượng bản in hoặc bằng cách quy định số lượng tối thiểu và/hoặc tối đa của bản in. Thỏa thuận về quy mô của lần xuất bản duy nhất hoặc lần xuất bản đầu tiên thường tính đến nhu cầu của công chúng, với chi phí cho phép ấn phẩm được bán lẻ ở mức giá tốt hơn so với các ấn phẩm tương tự đã có trên thị trường.

Đối với li-xăng xuất bản bản dịch của tác phẩm, số lượng ngôn ngữ của ấn phẩm xuất bản phải được quy định rõ.

Nhằm tăng cường phổ biến tác phẩm đã xuất bản, và với mục đích tăng cường khai thác ấn phẩm được xuất bản theo hợp đồng, bên nhận li-xăng có thể yêu cầu nhận được một số quyền gọi là quyền phụ nhất định. Các quyền này nhằm mục đích tái bản hoặc truyền đạt đến công chúng, hoặc li-xăng cho người khác tái bản hoặc truyền đạt đến công chúng tác phẩm (hoặc bản dịch) dưới những hình thức khác ngoài hình thức xuất bản thương mại chuẩn mực.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Hiệp hội xuất bản quốc tế. Trang web www.ipa-ie.org.

Liên minh quốc tế các hiệp hội tác giả và nhạc sỹ (CISAC). Trang web www.cisac.org.

Các quyền phụ có thể bao gồm: quyền công bố trước và sau trên báo chí một hoặc nhiều trích đoạn của tác phẩm, một loạt quyền khác – đó là quyền xuất bản toàn bộ hoặc các phần của tác phẩm trong một hoặc nhiều số liên tiếp của một tờ báo hoặc ấn phẩm định kỳ, trước hoặc sau khi công bố tác phẩm trong ấn phẩm thương mại chuẩn; quyền đọc các trích đoạn tác phẩm trên đài phát thanh hoặc truyền hình; quyền gộp tác phẩm đã xuất bản hoặc một phần của tác phẩm vào một tuyển tập; quyền đăng tải giới thiệu tác phẩm trên các trang bìa của ấn phẩm khác hoặc tại câu lạc bộ sách sau khi xuất bản ấn phẩm thương mại. Các nhà xuất bản thường yêu cầu bên giao li-xãng cho họ, trong khuôn khổ các quyền phụ, cấp quyền li-xãng tái bản tác phẩm dưới dạng vi phim hoặc dưới các hình thức sao chụp khác cho những mục đích vượt quá giới hạn sử dụng công bằng được pháp luật cho phép. Nhà xuất bản cũng có thể yêu cầu quyền lưu trữ tác phẩm trong máy tính, mà công chúng có thể tiếp cận được. Ngoài ra, nhà xuất bản có thể yêu cầu bên giao li-xãng cho phép họ cấp li-xãng tái bản tác phẩm dưới dạng ghi âm. Đôi khi, quyền cấp li-xãng tái bản tác phẩm dưới dạng chiếu phim cũng có thể được yêu cầu. Tất cả các dạng tái bản bằng công nghệ hiện đại thường được gọi là “tái bản cơ học” đối với một tác phẩm trong các hợp đồng xuất bản hiện tại. Thuật ngữ này không nên nhầm lẫn với khái niệm “quyền cơ học của âm nhạc” vì đó là quyền tái bản một tác phẩm âm nhạc dưới dạng ghi âm.

Việc không cho phép nhà xuất bản quyền khai thác tác phẩm theo cách thức bất kỳ liên quan đến chuyển thể tác phẩm, như quyền dựng kịch bản để biểu diễn trên sân khấu hoặc sản xuất phim, hoặc để phát thanh hoặc truyền hình, hoặc quyền dịch thuật nói chung, là hoàn toàn phù hợp và có thể chấp nhận được. Nói một cách chính xác, việc khai thác các quyền đó vượt ra ngoài phạm vi quảng bá hoặc khai thác trực tiếp quyền công bố tác phẩm của nhà xuất bản.

Việc cấp “quyền tóm tắt” (quyền xuất bản bản tóm tắt tác phẩm) hay còn được gọi là “quyền làm truyện tranh vui” thường phụ thuộc vào sự cho phép trong từng trường hợp cụ thể, vì lợi ích nhân thân của tác giả đối với sự toàn vẹn của tác phẩm. Để giải quyết vấn đề toàn vẹn của tác phẩm được xuất bản, các điều khoản đặc biệt có thể được đưa vào trong hợp đồng li-xãng. Điều này có thể chứng minh là đặc biệt hữu ích đối với các quốc gia không có các điều khoản phù hợp về “quyền nhân thân” được pháp luật quy định. Ví dụ, các bên có thể đồng ý với quy định “nhà xuất bản sẽ tái bản tác phẩm mà không được sửa đổi hoặc tóm tắt, hay bổ sung gì đối với tác phẩm”.

Đối với việc dịch tác phẩm, thông thường các bên sẽ nhất trí với quy định “nhà xuất bản phải có bản dịch chính xác và trung thực bằng chính chi phí của mình. Tiêu đề của bản dịch phải được sự đồng ý bằng văn bản của bên cấp li-xãng quyền tác giả. Theo yêu cầu, bản dịch cuối cùng phải nộp cho bên cấp li-xãng để duyệt”.

Một thủ tục nhất định mà một số nước yêu cầu (chủ yếu là Hoa Kỳ) như điều kiện để hưởng đầy đủ quyền tác giả đối với tác phẩm đã xuất bản thường được quy định trong hợp đồng xuất bản, theo đó thông báo về quyền tác giả phải được in trên trang tiêu đề. Thông báo đó bao gồm biểu tượng ©, năm xuất bản đầu tiên của tác phẩm và tên chủ sở hữu quyền tác giả đối với tác phẩm.

Liên quan đến việc phân phối các bản in được xuất bản, các hợp đồng thường quy định rằng “nhà xuất bản quảng bá tác phẩm bằng chi phí của mình”. Trong trường hợp mà hợp đồng li-xãng không chỉ giới hạn ở một lần xuất bản, thì thường bổ sung thêm quy định “người đó phải giám sát để tác phẩm liên tục có mặt trên thị trường và rằng những ấn phẩm tái bản đó phải được xuất bản kịp thời, phù hợp với nhu cầu thực tế.”¹

***Xây dựng chiến lược
kinh doanh***

54. Các nội dung chủ yếu của kế hoạch kinh doanh là gì?

Kế hoạch kinh doanh là cơ chế nhằm đảm bảo rằng các nguồn lực hoặc tài sản của một doanh nghiệp được sử dụng một cách có hiệu quả thông qua các hoạt động để phát triển và duy trì lợi thế cạnh tranh trên thị trường. Đối với doanh nghiệp thành lập, kế hoạch kinh doanh tạo ra một chiến lược tổng thể để đạt được thành công, trong khi đối với doanh nghiệp đang hoạt động thì kế hoạch kinh doanh cho doanh nghiệp biết hiện tại mình đang ở đâu, làm thế nào doanh nghiệp định hướng cho chính mình và làm thế nào để đạt được các mục tiêu để trở nên hoặc/và duy trì được sự thành công.

Mặc dù để xây dựng một kế hoạch kinh doanh tốt sẽ tốn rất nhiều công sức nhưng lợi ích mà nó mang lại sẽ xứng đáng để bạn dành thời gian và công sức để xây dựng. Một kế hoạch kinh doanh sẽ giúp bạn:

- **Kiểm tra tính khả thi của ý tưởng kinh doanh hoặc kế hoạch xuất khẩu của bạn.** Kế hoạch kinh doanh buộc công ty của bạn phải suy nghĩ đến tất cả các vấn đề quan trọng - ví dụ, nhu cầu tiềm năng cho sản phẩm hoặc dịch vụ, bản chất của cạnh tranh, rào cản thâm nhập thị trường, thị phần bán độc nhất đối với sản phẩm và dịch vụ mới và đã được cải thiện, các nguồn lực cần thiết, nhân viên giỏi, các công nghệ có liên quan và đối tác chiến lược, thu hút nguồn vốn, chi phí cho các dự án mới, chiến lược tiếp thị và các vấn đề tương tự.
- **Tiếp cận các dịch vụ và nguồn tài chính để khởi nghiệp.** Các đầu tư và cho vay tiềm năng yêu cầu một kế hoạch kinh doanh được chuẩn bị tốt và có tính khả thi. Nhưng không phải lúc nào kế hoạch kinh doanh cũng đáp ứng được các yêu cầu như vậy, do đó, có tới 80% kế hoạch kinh doanh bị các nhà đầu tư và vườn ươm doanh nghiệp từ chối.
- **Cung cấp định hướng chiến lược.** Kế hoạch kinh doanh là một tài liệu tham khảo cung cấp cho bạn và đội ngũ quản lý của bạn các mục tiêu cơ bản nhằm xem xét liệu doanh nghiệp có đang đi đúng hướng hay không để đạt được các mục tiêu trong thời hạn đã định và với nguồn lực sẵn có.
- **Xây dựng tiêu chuẩn hoặc các điểm chuẩn để đánh giá các quyết định hoặc kết quả kinh doanh trong tương lai.** Các tiêu chuẩn hoặc điểm chuẩn này có thể được tạo ra cùng doanh nghiệp; kế hoạch kinh doanh là một tài liệu linh hoạt, có thể được sửa đổi dựa trên những hoàn cảnh mới.

Kế hoạch kinh doanh quốc tế

Xây dựng một **kế hoạch kinh doanh quốc tế** yêu cầu một kế hoạch và cam kết cẩn trọng. Đối với bất kỳ hoạt động kinh doanh mới nào thì quyết định liên quan đến xuất khẩu phải được coi là sự đầu tư kinh doanh dài hạn thay vì mục tiêu lợi ích ngắn hạn. Trước khi cam kết tham gia các thỏa thuận kinh doanh quốc tế, việc phát triển kế hoạch kinh doanh quốc tế là yếu tố quan trọng để xác định sự sẵn sàng của sản phẩm cho xuất khẩu. Một kế hoạch kinh doanh chuẩn bị kỹ lưỡng sẽ giúp cho doanh nghiệp đánh giá được tiềm năng của sản phẩm trên thị trường quốc tế, tạo điều kiện thuận lợi cho việc thu hút nguồn vốn và giúp doanh nghiệp xác định liệu có thị trường cho sản phẩm đó hay không và chi phí để xuất khẩu sản phẩm là bao nhiêu.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Những vấn đề cơ bản của kế hoạch kinh doanh. Cơ quan Quản lý kinh doanh nhỏ Hoa Kỳ. Trang web: www.sba.gov/starting_business/planning/basic.html. Bàn luận về tầm quan trọng của kế hoạch kinh doanh, các nội dung, phương pháp và sử dụng kế hoạch kinh doanh.

Kế hoạch kinh doanh cơ bản. Taguspark. Trang web http://onli.browser.pt/bp/basic_home.html. Trang hướng dẫn kế hoạch kinh doanh trực tuyến.

Trung tâm Xây dựng kế hoạch kinh doanh. Trang web: www.businessplans.org. Liên kết với các nguồn tin về xây dựng kế hoạch kinh doanh (gồm quỹ đầu tư mạo hiểm, sản phẩm mới, phân tích thị trường, phân tích khả năng cạnh tranh, quản lý sản xuất, các vấn đề về thuế, các vấn đề pháp lý, báo cáo tài chính, viết kế hoạch kinh doanh). Các kế hoạch kinh doanh mẫu. Các công cụ xây dựng kế hoạch kinh doanh (phần mềm để viết kế hoạch kinh doanh, đánh giá chiến lược tiếp thị của bạn và kiểm tra ý tưởng về sản phẩm của bạn). Những phân tích mẫu miễn phí để đánh giá chiến lược kinh doanh của bạn.

55. Tại sao sở hữu trí tuệ lại có vai trò quan trọng trong kế hoạch kinh doanh?

Tri thức mới hoặc đầu tiên và hình thức thể hiện sáng tạo về các ý tưởng là động lực cho sự thành công của các doanh nghiệp trong thế kỷ 21. Do đó, việc bảo vệ những tri thức và hình thức thể hiện sáng tạo tránh sự bộc lộ vô ý hoặc sử dụng trái phép bởi các đối thủ cạnh tranh ngày càng trở thành một yếu tố quan trọng trong phát triển và duy trì lợi thế cạnh tranh. Việc thành lập doanh nghiệp đòi hỏi rất nhiều loại nguồn lực khác nhau, bao gồm hệ thống các mối quan hệ và nguồn tài chính. Hệ thống bảo hộ sở hữu trí tuệ là cung cấp một công cụ quan trọng để:

- Tránh xa đối thủ không trung thực;
- Xây dựng quan hệ với nhân viên, các nhà tư vấn, nhà cung cấp, nhà thầu phụ, các đối tác kinh doanh và khách hàng;
- Nhận được nguồn vốn.

Để thu hút nhà đầu tư, cần phải có một kế hoạch kinh doanh có chất lượng, thể hiện được triển vọng trong kinh doanh. Để thuyết phục các nhà đầu tư, bạn phải chỉ ra rằng:

- Có nhu cầu lớn trên thị trường về sản phẩm của bạn;
- Sản phẩm của bạn có chất lượng vượt trội hơn các sản phẩm cạnh tranh, nếu có;
- Bạn đã áp dụng đầy đủ các biện pháp để ngăn chặn “sự chiếm đoạt” thành quả của bạn bởi các đối thủ cạnh tranh không trung thực.

Hầu hết các nhà kinh doanh đều cho rằng sản phẩm do họ cung cấp là sáng tạo, độc đáo hoặc vượt trội so với sản phẩm của đối thủ cạnh tranh. Tuy nhiên, có đúng như vậy không? Nếu bạn tin là như vậy, bạn sẽ phải chứng minh được, và sáng chế (hoặc kết quả tra cứu sáng chế tin cậy) có thể là bằng chứng tốt nhất về tính mới mà bạn có thể có được.

Tên thương mại, nhãn hiệu và tên miền có thể là yếu tố quan trọng để phân biệt sản phẩm của bạn với sản phẩm của đối thủ cạnh tranh. Vì vậy, những cái tên mà bạn dự định sử dụng phải được lựa chọn kỹ lưỡng và các bước thực hiện đăng ký những tên gọi đó phải được đề cập trong kế hoạch kinh doanh của bạn.

Ngoài ra, các nhà cung cấp dịch vụ khởi nghiệp (start-up) và các nhà đầu tư muốn bảo đảm rằng sản phẩm mà bạn sẽ bán dựa trên bí mật thương mại, tài liệu được bảo hộ quyền tác giả, sáng chế hoặc các quyền sở hữu trí tuệ khác của các công ty khác mà họ không cho phép, vì điều này có thể làm suy sụp hoạt động kinh doanh của bạn do những vụ kiện tụng tốn kém. Đối với các lĩnh vực công nghệ cao, nguy cơ khi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ của bên thứ ba là rất cao và các nhà cung cấp dịch vụ khởi nghiệp và nhà đầu tư có thể không sẵn lòng chấp nhận những rủi ro đó trừ khi bạn có thể chứng minh được rằng (ví dụ, thông qua tra cứu sáng chế hoặc nhãn hiệu) không có những rủi ro như vậy.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Những vấn đề thực tiễn về sở hữu trí tuệ trong xây dựng kế hoạch kinh doanh. WIPO. Website: www.wipo.org/sme/en/ip_business/managing_ip/business_planning.htm. Bản luận về tầm quan trọng của kế hoạch kinh doanh, lý do và cách thức đưa vấn đề sở hữu trí tuệ vào các kế hoạch kinh doanh.

Đối với nhiều doanh nghiệp, chỉ riêng thông tin kinh doanh bí mật đã có thể là nguồn để tạo ra lợi thế cạnh tranh (ví dụ, chi tiết về sản phẩm, sáng chế bí mật và bí quyết về kỹ thuật, tài chính và kinh doanh). Trong những trường hợp này, điều quan trọng là phải thông báo cho các nhà cung cấp dịch vụ khởi nghiệp và nhà đầu tư rằng doanh nghiệp của bạn có những thông tin kinh doanh độc quyền và quan trọng - hay còn gọi là **bí mật thương mại** - và bạn đã áp dụng các biện pháp cần thiết để bảo hộ bí mật này trước nhân viên và đối thủ cạnh tranh. Trên thực tế, kế hoạch kinh doanh của bạn cũng là một tài liệu mật và không nên bị bộc lộ ngoài trừ trường hợp “cần phải biết”, và thông thường, chỉ sau khi các nhân viên, nhà đầu tư, hoặc người bất kỳ đã ký một thỏa thuận bảo mật.

Tóm lại, nếu tài sản trí tuệ là một tài sản quan trọng đối với của doanh nghiệp của bạn (nghĩa là nếu bạn sở hữu các sáng chế hoặc các công nghệ có khả năng bảo hộ sáng chế, kiểu dáng công nghiệp, bí mật thương mại, nhãn hiệu nổi tiếng, hoặc nếu bạn giữ quyền tài sản đối với các tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả), thì những tài sản trí tuệ đó phải là những yếu tố quan trọng trong kế hoạch kinh doanh của bạn. Một tài liệu đầy đủ về tài sản và các cơ hội thị trường của của doanh nghiệp không chỉ nên liệt kê các tài sản hữu hình (ví dụ, nhà xưởng, thiết bị, vốn) mà còn cả các tài sản vô hình, vì loại tài sản vô hình này ngày càng có vai trò quan trọng đối với sự thành công của một doanh nghiệp trong môi trường cạnh tranh khốc liệt. Biểu hiện bất kỳ nhằm khẳng định nỗ lực của bạn trong quản lý các tài sản trí tuệ có thể có vai trò quan trọng nhằm thuyết phục các nhà cung cấp khởi nghiệp và nhà đầu tư về tiềm năng của doanh nghiệp của bạn.

56. Làm thế nào để biết được nếu công ty có tài sản trí tuệ? Kiểm toán sở hữu trí tuệ là gì?

Tại sao phải kiểm toán sở hữu trí tuệ?

Trong khi một số doanh nghiệp có các hệ thống và quy trình phức tạp để nhận biết, bảo hộ và quản lý tài sản trí tuệ được tạo ra, thì thật ngạc nhiên là một số các doanh nghiệp lại không có những hệ thống như vậy. Một số doanh nghiệp có hệ thống quản lý quyền sở hữu trí tuệ có khả năng đăng ký (ví dụ, sáng chế có khả năng bảo hộ, nhãn hiệu có khả năng đăng ký) thì họ lại gặp khó khăn khi các nhân viên giỏi của họ rời khỏi công ty và mang theo những bí quyết bất thành văn. Thậm chí, đối với các doanh nghiệp “có nhận thức về sở hữu trí tuệ” thì các hệ thống này cần phải được xem xét lại theo định kỳ và nhân viên phải được đào tạo hoặc huấn luyện về cách thức sử dụng triệt để tài sản trí tuệ trong doanh nghiệp của họ. Các vấn đề để kiểm toán sở hữu trí tuệ có thể bao gồm:

- **Chủ sở hữu quyền sở hữu trí tuệ.** Công ty bạn đã bảo hộ tất cả các quyền sở hữu trí tuệ một cách hợp lý chưa? Liệu có sáng chế, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu hoặc quyền tác giả hoặc quyền liên quan có thể được bảo hộ tốt hơn không? Có kiểu dáng hoặc sáng chế được nhân viên của bạn tạo ra hoặc có được từ hợp đồng tư vấn độc lập thuộc quyền sở hữu của công ty bạn không? Nếu không, bạn có quyền sử dụng chúng không?
- **Thẩm tra với trách nhiệm cao nhất.** Công ty của bạn có sở hữu hoặc được li-xăng sử dụng tất cả các công nghệ cần thiết cho sản phẩm của mình không? Công ty của bạn có xâm phạm hoặc có khả năng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ của người khác không?
- **Li-xăng.** Công ty của bạn có sử dụng triệt để các tài sản trí tuệ không? Bạn có li-xăng quyền sở hữu trí tuệ bất kỳ cho công ty khác không? Bạn có được nhận khoản thù lao thỏa đáng không?
- **Thực thi.** Bạn có biết liệu quyền sở hữu trí tuệ của bạn có bị người khác xâm phạm không? Bạn có nên tiến hành các biện pháp cần thiết để ngăn chặn hành vi xâm phạm không?

Các loại hình kiểm toán sở hữu trí tuệ khác nhau

Kiểm toán sở hữu trí tuệ sẽ tìm hiểu cận kề các nhu cầu chính xác của doanh nghiệp, nhưng nhìn chung được dùng để phát hiện các tài sản trí tuệ sẵn có, bảo đảm việc bảo hộ đúng đắn các tài sản này (ví dụ, thu thập bí quyết kỹ thuật, nếu có) và chỉnh đốn hoặc rà soát hệ thống quản lý tài sản trí tuệ từ lúc tạo ra cho đến khi kết thúc thời hạn bảo hộ.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiến hành kiểm toán và đánh giá sở hữu trí tuệ với trách nhiệm cao nhất. Brad Limpert và Ali Samiian. Gowling Lafleur Henderson. Năm 2002. Trang web

www.gowlings.com/resources/PublicationPDFs/ConductingIPAuditandIPDueDiligence_Reformatted.pdf. Bàn luận về các loại quyền sở hữu trí tuệ khác nhau, phạm vi bảo hộ, đánh giá với trách nhiệm cao nhất, đánh giá những rủi ro khi xâm phạm.

Đánh giá với trách nhiệm cao nhất: Một yếu tố quan trọng trong quản lý rủi ro. Mary J. Hildebrand và Jacqueline Klosek. Goodwin Procter. Năm 2001. Trang web:

www.goodwinprocter.com/publications/hildebrand_klosek_2_Ol.pdf. Bàn luận về tầm quan trọng của trách nhiệm cao nhất trong việc đánh giá tài sản trí tuệ. Bao gồm các mục tiêu và những gợi ý.

Tâm quan trọng của kiểm toán định kỳ. Andrew Sherman. Sáng chếCafe. Năm 2002. Trang web: www.cafezine.com/index_article.asp?Id=426&deptid=4. Thảo luận về tầm quan trọng của việc đánh giá định kỳ tài sản trí tuệ thông qua việc bảo hộ sở hữu trí tuệ và phân tích đòn bẩy và các tiêu chí cần được xem xét.

Ví dụ về cách thức kiểm toán sở hữu trí tuệ khác nhau là:

- Một doanh nghiệp khởi nghiệp thường muốn nhận được sự bảo hộ sở hữu trí tuệ phù hợp cho các công nghệ và/hoặc các tài sản trí tuệ chủ yếu của mình. Việc thiết lập các hệ thống để nhận biết tài sản trí tuệ trong giai đoạn doanh nghiệp mới thành lập có thể tăng lợi nhuận từ những tài sản trí tuệ này.
- Một doanh nghiệp sẽ sáp nhập, mua lại hoặc đầu tư vào doanh nghiệp khác thường tập trung vào định giá tài sản của doanh nghiệp đó, gồm cả việc đánh giá giá trị các quyền sở hữu trí tuệ. Đây cũng là vấn đề quan trọng đối với các doanh nghiệp đang cân nhắc việc bán các tài sản trí tuệ quan trọng của mình.
- Một doanh nghiệp tham gia xuất khẩu sẽ phải chú trọng kiểm toán để đảm bảo bảo hộ có hiệu quả tài sản trí tuệ ở tất cả các thị trường quan tâm, bao gồm việc nhận biết các cơ hội tạo dựng mối quan hệ chiến lược về sở hữu trí tuệ, liên kết tiếp thị, các thỏa thuận liên kết sản xuất, li-xăng, nhượng quyền thương mại và trong một số trường hợp là bán tài sản trí tuệ.

57. Sở hữu trí tuệ có thể giúp gì trong việc nghiên cứu thị trường và nhận biết đối thủ cạnh tranh?

Để đạt được thành công, các nhà xuất khẩu phải đánh giá thị trường thông qua các nghiên cứu thị trường. Các nhà xuất khẩu tham gia nghiên cứu thị trường nhằm tìm hiểu các cơ hội tiếp thị và những khó khăn ở từng thị trường nước ngoài, cũng như để nhận biết người mua và khách hàng tiềm năng.

Nghiên cứu thị trường gồm tất cả các biện pháp được một công ty sử dụng để xác định xem thị trường nước ngoài có tiềm năng đối với sản phẩm của mình hay không. Kết quả của các nghiên cứu này cho công ty biết được về thị trường lớn nhất của sản phẩm, thị trường phát triển nhanh nhất, xu hướng thị trường và triển vọng, điều kiện tiếp cận và thực tiễn của thị trường, công ty và sản phẩm cạnh tranh.

Sở hữu trí tuệ có ích gì trong quá trình nghiên cứu thị trường của bạn?

Cơ sở dữ liệu sáng chế và nhãn hiệu có thể là một công cụ hữu hiệu trong quá trình nghiên cứu thị trường. Cơ sở dữ liệu sáng chế có thể cho bạn biết về, ví dụ, liệu một công nghệ nhất định có được công ty khác bảo hộ tại một thị trường nhất định chưa, từ đó quyết định xem bạn có cần li-xăng sử dụng công nghệ tại thị trường đó không; các công nghệ mới nhất do đối thủ cạnh tranh phát triển đã được bảo hộ tại thị trường chưa; ai là đối tác tiềm năng đã phát triển công nghệ bổ sung mà có thể là hữu ích cho sản phẩm và/hoặc dịch vụ của bạn; và thông tin khác để đánh giá môi trường cạnh tranh tại một thị trường nhất định và cơ hội thành công của bạn. Xem Câu hỏi 17.

Cơ sở dữ liệu nhãn hiệu cũng cần được tham khảo để kiểm tra xem liệu nhãn hiệu bạn dự định sử dụng có xung đột với nhãn hiệu được bảo hộ tại thị trường đó không. Khi phát hiện ra có xung đột thì điều này có thể sẽ tác động đến quyết định thâm nhập một thị trường, thay đổi chiến lược tiếp thị của bạn và/hoặc buộc bạn phải sử dụng nhãn hiệu khác tại thị trường đó. Xem Câu hỏi 24.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Sử dụng dữ liệu sở hữu trí tuệ để tìm hiểu về cạnh tranh. Ron Simmer. Hiệp hội Cạnh tranh Hoa Kỳ và Canada. Năm 2001. Trang web: www.library.ubc.ca/patscan/CH4-CompIntelRevB.pdf. Bản luận về vai trò của thông tin sở hữu trí tuệ như một công cụ nghiên cứu về tính cạnh tranh, cách thức sử dụng, nguồn dữ liệu sở hữu trí tuệ, công cụ tra cứu sở hữu trí tuệ và các chiến lược, thông tin được trích dẫn từ sáng chế, phân tích công nghệ và các ví dụ từ các công ty.

Dịch vụ thông tin sáng chế của WIPO (WPIS) dành cho các nước đang phát triển. WPIS của WIPO dành cho các nước đang phát triển. Trang web: www.wipo.int/innovation/en/wpis. Cung cấp thông tin về các cách thức tra cứu bằng WPIS và các dịch vụ của hệ thống này, và hướng dẫn gửi yêu cầu cung cấp dịch vụ.

*Quyền sở hữu trí tuệ ở
thị trường xuất khẩu*

58. Các biện pháp thâm nhập thị trường xuất khẩu là gì và sở hữu trí tuệ có vai trò như thế nào?

Lựa chọn cách thức để thâm nhập vào một thị trường cụ thể là một trong số những quyết định quan trọng nhất của nhà xuất khẩu vì nó có tác động đáng kể đến một loạt kế hoạch tiếp thị quốc tế. Khi lựa chọn một mô hình cách thức thâm nhập, nhà xuất khẩu phải xem xét những yếu tố tương ứng giữa thị trường nội địa và thị trường xuất khẩu, cần bao nhiêu dịch vụ hậu mãi, thuế hải quan và vận chuyển, các yêu cầu về thời gian dẫn đầu, nhận thức về thương hiệu, bảo hộ sở hữu trí tuệ và lợi thế cạnh tranh. Có hai lựa chọn chính đối với việc tiếp cận thị trường - xuất khẩu trực tiếp và xuất khẩu gián tiếp.

Xuất khẩu trực tiếp

Nhà sản xuất – xuất khẩu thực hiện toàn bộ quá trình xuất khẩu, từ việc nhận biết khách hàng đến việc thu tiền. Doanh nghiệp có thể phải thành lập một bộ phận xuất khẩu độc lập với một khoản ngân sách cần thiết để thực hiện việc này.

Thuận lợi đối với doanh nghiệp là:

- Hoàn toàn kiểm soát được quá trình xuất khẩu;
- Tăng lợi nhuận biên bằng cách tiết kiệm chi phí trung gian; và
- Xây dựng mối quan hệ chặt chẽ với khách hàng ở nước ngoài.

Khó khăn đối với doanh nghiệp là:

- Chi phí thiết lập thị trường khác có thể cao hơn lợi ích thu được từ xuất khẩu trực tiếp; và
- Người xuất khẩu có thể gặp phải những rủi ro.

Một biện pháp xuất khẩu trực tiếp đối với SME là hãy cùng nhau thành lập một **hiệp hội xuất khẩu**. Chính phủ thường phân bổ những lợi ích đặc biệt cho các doanh nghiệp xuất khẩu nhỏ - những doanh nghiệp thành lập hiệp hội xuất khẩu với các SME khác. Loại hình liên kết này có thể là rất hữu ích đối với các doanh nghiệp xuất khẩu còn thiếu kinh nghiệm.

Xuất khẩu gián tiếp

Một doanh nghiệp dự định xuất khẩu nhưng lại không có cơ sở hạ tầng và kiến thức cần thiết thì có thể thực hiện việc xuất khẩu thông qua các đại lý ủy thác, các văn phòng mua bán địa phương, các nhà xuất khẩu thương mại hoặc các công ty phát triển xuất khẩu (EDC).

Thuận lợi đối với doanh nghiệp là :

- Có thể tập trung vào sản xuất mà không cần phải quan tâm đến các vấn đề kỹ thuật và pháp lý về xuất khẩu; và
- Hưởng lợi từ kiến thức chuyên môn của người trung gian.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu hướng dẫn về thương mại toàn cầu: Xây dựng chính sách xuất khẩu. Cổng thông tin thương mại. Trang web www.tradeport.org/tutorial/strategy/ Bàn luận về chiến lược thâm nhập vào các thị trường khác nhau, các vấn đề liên quan đến việc thâm nhập vào thị trường nước ngoài, tìm ra và phát triển các điểm xuất khẩu thương mại trực tiếp và gián tiếp, theo đuổi các cơ hội đầu thầu quốc tế, quản lý và thúc đẩy các nhà phân phối, quảng bá sản phẩm của bạn và công du nước ngoài.

Các khía cạnh pháp lý của việc thâm nhập thị trường nước ngoài – cạm bẫy và biện pháp an toàn. Fred M. Greguras. Fenwick và West. Trang web www.batnet.com/oikoumene/enter.frgn_mkts.html. Bàn luận vắn tắt và các khía cạnh pháp lý có liên quan (thuế, chọn đối tác, bảo hộ SHTT, khả năng đạt được hợp đồng, v.v..) khi thâm nhập thị trường nước ngoài.

Khó khăn là :

- Khả năng mất sự kiểm soát đối với sản phẩm do người đại diện tham lam quá mức; và
- Một số người trung gian có thể có những mục tiêu khác với nhà xuất khẩu.

Trong trường hợp xuất khẩu gián tiếp, điều quan trọng là phải xác định rõ ràng về quyền sở hữu trí tuệ tại thị trường xuất khẩu nhằm tránh xung đột sau này.

Cũng có các lựa chọn khác cho doanh nghiệp muốn xuất khẩu là liên doanh, li-xăng và xây dựng nhà máy sản xuất ở nước ngoài.

Liên doanh. Liên doanh là một quan hệ đối tác giữa doanh nghiệp xuất khẩu và doanh nghiệp nhập khẩu được đàm phán liên quan đến một hoặc các vấn đề sau: cổ phiếu, chuyển giao công nghệ, đầu tư, sản xuất và tiếp thị. Hợp đồng đối tác sẽ xác định trách nhiệm thực hiện, trách nhiệm giải trình, phân chia lợi nhuận và vấn đề tiếp thị. Liên doanh có thể làm gia tăng chi phí, giảm rủi ro, chuyển giao kiến thức và thông tin chi tiết về thị trường địa phương và tiếp cận thị trường một cách dễ dàng. Các nước có thể có pháp luật khác nhau điều chỉnh vấn đề liên doanh. Xem Câu hỏi 48.

Li-xăng. Một doanh nghiệp có thể ký hợp đồng li-xăng hoặc chuyển nhượng quyền sở hữu trí tuệ của mình, như sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu, quyền tác giả hoặc bí quyết kỹ thuật được bảo hộ dưới hình thức bí mật thương mại, cho các công ty ở nước ngoài để nhận được một khoản tiền trọn gói hoặc nhận phí li-xăng. Li-xăng mang lại cách tiếp cận thị trường mới một cách nhanh chóng. Việc đầu tư vốn là được phép và lợi nhuận cũng thường được hiện thực hóa nhanh hơn, tuy nhiên, li-xăng thì sẽ mất khả năng kiểm soát việc sản xuất và tiếp thị và việc chia sẻ bí quyết kỹ thuật với bên nhận li-xăng là không thể tránh khỏi trừ khi được quy định cụ thể bởi hợp đồng có tính pháp lý. Xem Câu hỏi 47.

Sản xuất ở nước ngoài. Một doanh nghiệp có thể thành lập một nhà máy sản xuất ở thị trường nước ngoài nhằm mục tiêu giảm các chi phí vận chuyển, tránh thuế xuất nhập khẩu, tận dụng chi phí lao động thấp, giảm chi phí đầu vào và hưởng lợi từ các chính sách khuyến khích của chính phủ nước sở tại.

59. Khi đã mua sản phẩm được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ ở nước ngoài, khách hàng có thể tái nhập và bán sản phẩm đó ở thị trường nội địa không? Có thể ngăn cản họ không? Việc này ảnh hưởng đến việc xuất khẩu và chiến lược giá cả như thế nào?

Khi xây dựng chính sách xuất/nhập khẩu, bạn nên kiểm tra hoặc tốt hơn hết là tham vấn ý kiến chuyên gia xem người mua có thể bán lại hàng hóa được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ của công ty bạn ở nước khác một cách hợp pháp mà không cần có sự đồng ý của bạn hay không. Nói cách khác, bạn phải biết được rằng liệu quyền sở hữu trí tuệ của bạn có bị “sử dụng hết” sau khi bán hàng hóa lần đầu tiên trên thị trường quốc tế hay không.

Tương tự, nếu doanh nghiệp của bạn đã mua hàng hóa được bảo hộ độc quyền sáng chế, nhãn hiệu, kiểu dáng công nghiệp và/hoặc quyền tác giả thì bạn nên chắc chắn rằng bạn có cần một hợp đồng chính thức về sở hữu quyền sở hữu trí tuệ đối với việc bán hàng hóa ở nước ngoài hay không - ví dụ, ở một (nhiều) thị trường khác.

Câu trả lời cho các câu hỏi trên là khá phức tạp. Các câu trả lời này không chỉ khác nhau giữa các nước mà chúng còn phụ thuộc vào loại quyền sở hữu trí tuệ có liên quan và bản chất của hàng hóa có liên quan.

Sử dụng hết quyền sở hữu trí tuệ

Trước khi bàn luận những vấn đề này, chúng ta phải xác định nghĩa của “sử dụng hết” quyền sở hữu trí tuệ là gì. Đây là một loại hạn chế về quyền sở hữu trí tuệ. Nói một cách đơn giản, nó có nghĩa rằng nếu hàng hóa được bảo hộ sở hữu trí tuệ đã được doanh nghiệp bán hoặc do người khác bán với sự đồng ý của bạn thì quyền sở hữu trí tuệ để khai thác thương mại đối với hàng hóa được cho là đã “hết”. Đôi khi, hạn chế này còn được gọi là “học thuyết bán lần đầu” khi mà quyền khai thác thương mại đối với một sản phẩm cụ thể kết thúc cùng với việc bán sản phẩm lần đầu. Trừ trường hợp pháp luật có quy định khác, hành vi bán lại, cho thuê, cho mượn hoặc các hình thức sử dụng thương mại sau đó của bên thứ ba sẽ không thuộc sự kiểm soát hoặc phản đối của doanh nghiệp bạn.

Có một sự đồng thuận khá lớn rằng điều này áp dụng ít nhất là trong thị trường nội địa. Nếu bạn muốn tiếp tục kiểm soát các hành vi tiếp theo như bán lại, cho thuê hoặc cho mượn thì tốt nhất là hãy tiến hành li-xăng cho các quyền sở hữu trí tuệ của bạn mà không phải là bán sản phẩm. Điều này thường diễn ra đối với các sản phẩm phần mềm.

Hơn thế nữa, hầu hết các nước có hạn chế về “học thuyết bán lần đầu”, ví dụ, bằng cách ngăn cấm người mua băng cat-xét âm thanh và video, đĩa CD và DVD không được cho thuê hoặc cho mượn các sản phẩm đó vì mục đích thương mại một cách trực tiếp hoặc gián tiếp. Cũng có các tranh luận về các nhóm lợi ích liên quan đến việc liệu có nên cấm cho thuê tất cả sản phẩm được điện tử hóa hay không.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Nhập khẩu song song và thương mại quốc tế. Christopher Heath. WIPO. Năm 1999. Trang web www.wipo.int/sme/en/activities/meetings/pdf/atrip_gva_99_6.pdf. Các phương thức tiếp cận khác nhau của các nước theo hệ thống luật dân sự và thông luật và trong bối cảnh quốc tế.

Sử dụng hết quyền quốc tế

Có ít sự đồng thuận hơn về khả năng và mức độ liên quan đến việc bán hoặc khai thác thương mại một sản phẩm được bảo hộ sở hữu trí tuệ ở nước ngoài cũng làm hết quyền sở hữu trí tuệ đối với sản phẩm này ở trong nước. Vấn đề này liên quan đến việc nhập khẩu song song. Nhập khẩu song song đề cập đến việc nhập khẩu hàng hóa không thuộc kênh phân phối được nhà sản xuất thỏa thuận theo hợp đồng đối với sản phẩm được bảo hộ sở hữu trí tuệ. Vì nhà sản xuất hoặc chủ sở hữu quyền sở hữu trí tuệ không có quan hệ hợp đồng với nhà nhập khẩu song song, nên sản phẩm nhập khẩu đôi khi được gọi là “grey market goods” có khả năng gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng, cho dù đó chính là sản phẩm gốc; chỉ có các kênh phân phối “song song” mới không được kiểm soát bởi nhà sản xuất hoặc chủ sở hữu quyền sở hữu trí tuệ. Sản phẩm được nhập khẩu song song có thể được đóng gói hoặc dán nhãn khác đi.

Dựa trên quyền nhập khẩu có được từ quyền sở hữu trí tuệ, chủ sở hữu quyền sở hữu trí tuệ có thể cố gắng phản đối việc nhập khẩu hoặc tái nhập khẩu như vậy nhằm chia tách hoặc phân đoạn thị trường vì những lý do kinh doanh. Tuy nhiên, việc tiếp thị sản phẩm bởi chủ sở hữu hoặc với sự đồng ý của chủ sở hữu ở nước ngoài sẽ dẫn đến sự hết quyền của tất cả các quyền sở hữu trí tuệ ở thị trường nội địa, do đó, quyền ngăn cấm nhập khẩu cũng sẽ bị hết. Nói cách khác, chủ sở hữu quyền sở hữu trí tuệ không thể phản đối việc nhập khẩu sản phẩm vào một nước khác hoặc tái nhập khẩu vào nước sở tại nếu nó đã được bán lần đầu.

Do đó, nguyên tắc hết quyền có những tác động khác nhau, phụ thuộc vào việc nước nhập khẩu áp dụng chế độ hết quyền quốc gia, khu vực hoặc quốc tế. Khái niệm về *hết quyền quốc gia* không cho phép chủ sở hữu hoặc kiểm soát việc khai thác thương mại hàng hóa do chủ sở hữu quyền hoặc người được chủ sở hữu cho phép bán trên thị trường nội địa với điều kiện hàng hóa vẫn tồn tại trên thị trường nội địa. Tuy nhiên, chủ sở hữu quyền (hoặc người nhận li-xăng hợp pháp) vẫn có thể phản đối việc nhập khẩu hàng hóa gốc được bán trên thị trường nước ngoài hoặc được xuất khẩu từ thị trường nội địa, dựa trên các quyền về nhập khẩu. Trong trường hợp *hết quyền khu vực*, việc chủ sở hữu quyền hoặc người được chủ sở hữu cho phép bán sản phẩm được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ lần đầu sẽ làm hết tất cả quyền sở hữu trí tuệ đối với sản phẩm không chỉ ở trong nước mà trong toàn khu vực. Việc nhập khẩu song song trong khu vực có thể không bị phản đối trên cơ sở quyền sở hữu trí tuệ nhưng có thể bị phản đối ở biên giới của khu vực với các nước không nằm trong khu vực đó. Nếu một nước áp dụng nguyên tắc *hết quyền quốc tế*, quyền sở hữu trí tuệ bị hết khi chủ sở hữu hoặc người được chủ sở hữu cho phép bán sản phẩm được bảo hộ sở hữu trí tuệ lần đầu bất kỳ đâu trên thế giới.

Các cơ quan sở hữu trí tuệ quốc gia hoặc các đại diện sở hữu công nghiệp có thể cung cấp các hướng dẫn liên quan đến các quy định pháp lý đối với mỗi loại quyền sở hữu trí tuệ ở những nước mà bạn quan tâm.

Hết quyền sở hữu trí tuệ và tác động của nó đến xuất khẩu và chính sách giá

Nhiều doanh nghiệp áp dụng các mức giá khác nhau cho cùng một sản phẩm ở các thị trường khác nhau phụ thuộc vào, ngoài các yếu tố khác, sức mua của người dân. Do vậy, nếu một sản phẩm nhất định được sản xuất và bán bởi công ty bạn hoặc bởi công ty khác dựa trên một li-xăng do bạn cấp, có thể được bán với một mức giá thấp hơn ở nước khác, và một người khác có thể mua sản phẩm này ở nước đó và nhập khẩu hoặc tái nhập khẩu sản phẩm này vào nước bạn. Vì vậy, người nhập khẩu sẽ chào bán một sản phẩm do công ty của bạn hoặc người nhận li-xăng từ bạn với giá thấp hơn mức giá mà công ty bạn đang bán. Những hoạt động như vậy có thể chấp nhận được nếu nước bạn áp dụng nguyên tắc hết quyền sở hữu trí tuệ quốc tế như nêu trên. Do đó, quan điểm của một nước về hết quyền quốc tế và nhập khẩu song song có thể tác động đến đến xuất khẩu và chính sách giá.

60. Khi nào nên đăng ký quyền sở hữu trí tuệ ở nước ngoài?

Khi đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ ở nước khác, thời gian là yếu tố quyết định. Nhìn chung, sẽ rất khó xác định thời điểm thích hợp để bắt đầu nộp đơn. Thời điểm chính xác sẽ phụ thuộc vào việc cân nhắc các yếu tố sau:

- Thời điểm bạn tung sản phẩm ra thị trường;
- Số lượng và khả năng tài chính để bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ của bạn ở nước ngoài;
- Khả năng mà bên thứ ba có thể độc lập phát triển, sao chép hoặc bắt chước các đặc điểm kỹ thuật, kiểu dáng hoặc nhãn hiệu về sản phẩm của bạn.

Tuy nhiên, có một số yếu tố quan trọng cần phải lưu ý để bảo đảm rằng bạn không phải tốn kém quá mức để duy trì quyền sở hữu trí tuệ của bạn quá sớm hoặc bạn không bỏ lỡ thời điểm quan trọng để đăng ký bảo hộ ở nước ngoài.

Nộp đơn quá sớm

Đăng ký bảo hộ sáng chế ở nhiều nước khác nhau có thể rất tốn kém và điều quan trọng là không nên bắt đầu quá trình này quá sớm hoặc bạn sẽ phải chịu các chi phí nộp đơn, phí dịch thuật và/hoặc phí duy trì cao tại một giai đoạn thương mại hóa sớm một cách không cần thiết. Có một cách để trì hoãn việc phải trả phí nộp đơn quốc gia, phí dịch thuật và phí duy trì bằng độc quyền sáng chế là sử dụng hệ thống đăng ký sáng chế quốc tế được gọi là Hiệp ước về Hợp tác sáng chế (PCT). Thông tin về PCT có tại Câu hỏi 62.

Nộp đơn quá muộn

Cũng có một số lý do rất quan trọng để bảo đảm rằng bạn không nộp đơn đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ quá muộn.

Đầu tiên và trước hết, đối với các quyền sở hữu trí tuệ cần phải đăng ký hoặc cấp văn bằng bảo hộ (như sáng chế, nhãn hiệu và kiểu dáng công nghiệp), có một nguyên tắc được áp dụng ở hầu hết các quốc gia là người nộp đơn đầu tiên sẽ nhận được sự bảo hộ. Đối với sáng chế, đây được gọi là “hệ thống cấp văn bằng bảo hộ cho người nộp đơn đầu tiên”⁴. Do vậy, chờ đợi quá lâu có nghĩa là người khác đã nghiên cứu về vấn đề kỹ thuật tương tự và tìm ra giải pháp trùng hoặc tương tự để nộp đơn đăng ký bảo hộ cho cùng sáng chế trước khi bạn đăng ký, do vậy, nhận được độc quyền đối với sáng chế đó. Tương tự, đối với nhãn hiệu, nhãn hiệu của bạn nhìn chung sẽ không được đăng ký nếu nó được coi là trùng hoặc tương tự với nhãn hiệu đã được bảo hộ của người khác.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Hướng đến quan điểm chung của châu Âu về đặc điểm của ân hạn. Ủy ban châu Âu. Năm 2003. Trang web http://europa.eu.int/comm/research/era/pdf/ipr_gp_report.pdf. Bàn luận các yếu tố khác nhau cần được xem xét trong việc xác định ân hạn

⁴ Một ngoại lệ đáng lưu ý là trường hợp của Hoa Kỳ, quốc gia này áp dụng nguyên tắc “cấp văn bằng bảo hộ cho người sử dụng đầu tiên”, theo đó bằng độc quyền sáng chế sẽ được cấp cho người đầu tiên sử dụng sáng chế.

Thứ hai, khi bạn đưa sản phẩm mới hoặc bộc lộ thông tin về đặc điểm kỹ thuật hoặc mỹ thuật có tính sáng tạo về sản phẩm của bạn thì nhìn chung sẽ được coi là quá muộn để nhận được sự bảo hộ. Sáng chế hoặc kiểu dáng đã được bộc lộ sẽ không đáp ứng điều kiện về tính mới và do đó, không đủ điều kiện để bảo hộ, trừ khi pháp luật quy định ân hạn⁵. Điều quan trọng là phải ghi nhớ rằng quy định này không được áp dụng đối với nhãn hiệu và bạn có thể nhận được sự bảo hộ cho nhãn hiệu sau khi bạn đã sử dụng trên thị trường (nhưng nhìn chung, tốt nhất là hãy đăng ký trước khi đưa sản phẩm ra thị trường).

Lý do thứ ba quan trọng cho việc không nên đợi quá lâu, đặc biệt khi bạn đã đăng ký bảo hộ ở thị trường nội địa, liên quan đến **quyền ưu tiên**. Quyền này có nghĩa là trên cơ sở một đơn đăng ký bình thường đối với quyền sở hữu công nghiệp được người nộp đơn nộp tại một nước, trong một thời hạn nhất định (từ 6 đến 12 tháng tùy thuộc vào đối tượng sở hữu trí tuệ), người nộp đơn có thể đăng ký bảo hộ ở hầu hết các nước khác. Những đơn nộp sau sẽ được coi như đã được nộp vào cùng ngày với đơn nộp sớm nhất. Tuy nhiên, những đơn nộp sau được hưởng quyền ưu tiên đối với tất cả các đơn đăng ký cho cùng một sáng chế hoặc cùng một kiểu dáng sau ngày nộp đơn của đơn đầu tiên. Đối với sáng chế và kiểu dáng công nghiệp, đơn đăng ký được nộp ở nước ngoài sau khi thời hạn ưu tiên kết thúc có thể sẽ không được hưởng quyền ưu tiên, và do vậy, có thể không được coi là đáp ứng điều kiện về tính mới và có thể không được cấp bằng độc quyền.

Quyền ưu tiên mang lại những **lợi thế thực tiễn** to lớn cho người nộp đơn muốn bảo hộ sáng chế hoặc kiểu dáng công nghiệp của mình ở nhiều nước khác nhau, tuy nhiên, nó cũng có một **thời hạn rõ ràng**. Những lợi thế liên quan đến thực tế là tất cả các đơn không cần phải được nộp đồng thời ở nước sở tại và các nước khác vì có 6 đến 12 tháng để họ quyết định về những nước nào cần phải nộp đơn đăng ký bảo hộ. Người nộp đơn có thể sử dụng thời gian này để chuẩn bị các điều kiện cần thiết cho việc thương mại hoá sản phẩm mới. Mặt khác, người nộp đơn phải triệt để đáp ứng về thời hạn ưu tiên để nhận được sự bảo hộ ở nước khác.

Thời hạn ưu tiên là không giống nhau đối với các loại quyền sở hữu trí tuệ khác nhau :

- Đối với **sáng chế**, thời hạn ưu tiên là 12 tháng kể từ ngày nộp đơn đầu tiên. Khi thời hạn này kết thúc bạn phải đối mặt với nguy cơ cao về việc không được sự bảo hộ sáng chế ở nước khác. Tuy nhiên, việc đăng ký bảo hộ sáng chế thông qua Hệ thống PCT (Câu hỏi 62) sẽ mang lại cho bạn 18 tháng (hoặc ở một số nước là 8 tháng) để quyết định nước nào bạn sẽ đăng ký bảo hộ cho sáng chế đó;
- Đối với **kiểu dáng công nghiệp**, hầu hết các nước quy định thời hạn ưu tiên là 6 tháng kể từ ngày nộp đơn đầu tiên để đăng ký bảo hộ ở nước khác;
- Đối với **nhãn hiệu**, thời hạn ưu tiên cũng là 6 tháng.

Quyền tác giả và quyền liên quan

Vấn đề thời hạn của đơn hoặc đăng ký cũng phát sinh trong lĩnh vực quyền tác giả ở các nước yêu cầu việc đăng ký. Vì có một số ưu thế đáng kể trong việc đăng ký quyền tác giả ở những nước có các quy định này, nên tốt nhất là hãy đăng ký càng sớm càng tốt (tốt nhất là trước khi xuất khẩu sản phẩm được bảo hộ). Ngoài ra, đối với các sản phẩm nhất định, bạn nên đăng ký các sản phẩm được bảo hộ quyền tác giả với tổ chức quản lý tập thể quyền tác giả (xem Câu hỏi 34). Nếu bạn đã đăng ký với các tổ chức tập thể ở nước bạn rồi, thì có khả năng là tổ chức quản lý tập thể đó sẽ dàn xếp với đối tác ở các nước khác để bảo đảm sự phân phối tiền thù lao thu được đối với tác phẩm được bảo hộ của thành viên của họ một cách công bằng.

⁵ Một số nước quy định ân hạn nhằm cho phép tác giả sáng chế hoặc kiểu dáng công nghiệp bộc lộ, xuất bản hoặc triển lãm sản phẩm được bảo hộ của họ trong vòng 6 hoặc 12 tháng trước khi nộp đơn đăng ký mà sáng chế và kiểu dáng đó không bị mất tính mới.

***Bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ
ở nước ngoài***

61. Bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ ở nước ngoài như thế nào?

Có ba cách thức chính để đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ ở các nước khác.⁶

Theo đường quốc gia

Có thể lựa chọn việc bảo hộ ở từng quốc gia riêng biệt bằng cách đăng ký trực tiếp tại các cơ quan sở hữu công nghiệp hoặc sở hữu trí tuệ của các quốc gia đó. Đơn có thể phải được dịch sang ngôn ngữ quy định, thường là ngôn ngữ chính thức của quốc gia đó. Bạn sẽ phải nộp các khoản phí nộp đơn quốc gia và, đặc biệt đối với sáng chế, bạn có thể phải ủy quyền cho người hoặc tổ chức đại diện sở hữu trí tuệ để giúp bạn chắc chắn rằng đơn của mình đáp ứng các yêu cầu của quốc gia đó. Một số quốc gia cũng sẽ yêu cầu bạn sử dụng đại diện sở hữu trí tuệ. Nếu bạn vẫn trong giai đoạn đánh giá khả năng thương mại của một sáng chế hoặc vẫn đang tìm kiếm thị trường xuất khẩu hay đối tác li-xăng tiềm năng thì việc bảo hộ theo đường quốc gia sẽ rất tốn kém và phức tạp, đặc biệt khi đăng ký bảo hộ ở nhiều nước khác nhau. Trong trường hợp này, các dịch vụ của các hệ thống đăng ký và nộp đơn quốc tế đối với sáng chế, nhãn hiệu và kiểu dáng công nghiệp do WIPO quản lý (xem phần dưới đây) mang lại một giải pháp đơn giản và ít tốn kém hơn.

Theo đường khu vực

Một số quốc gia đã thiết lập các thỏa thuận khu vực để có được sự bảo hộ sở hữu trí tuệ trong toàn bộ lãnh thổ khu vực với chỉ một đơn yêu cầu bảo hộ duy nhất. Các Cơ quan Sở hữu trí tuệ khu vực bao gồm:

- **Cơ quan Sáng chế châu Âu** (bảo hộ sáng chế toàn bộ 27 quốc gia là thành viên của Công ước Sáng chế châu Âu). Để biết thêm thông tin, xin xem tại địa chỉ: www.european-patent-office.org.
- **Cơ quan Hòa hòa thị trường nội địa** (bảo hộ Nhãn hiệu cộng đồng và Kiểu dáng cộng đồng, trao cho chủ sở hữu quyền thống nhất có hiệu lực ở tất cả các quốc gia thành viên Liên minh châu Âu thông qua một thủ tục duy nhất). Để biết thêm thông tin, xin xem tại địa chỉ: <http://oami.eu.int>.
- **Tổ chức Sở hữu công nghiệp khu vực châu Phi** (ARIPO - Cơ quan Sở hữu trí tuệ khu vực dành cho các nước châu Phi nói tiếng Anh, bảo hộ sáng chế, mẫu hữu ích, nhãn hiệu và kiểu dáng công nghiệp). Để biết thêm thông tin, xin xem tại địa chỉ: <http://aripo.wipo.net>.
- **Tổ chức Sở hữu trí tuệ châu Phi** (OAPI - Cơ quan Sở hữu trí tuệ khu vực dành cho các nước châu Phi nói tiếng Pháp và tiếng Bồ Đào Nha, bảo hộ sáng chế, mẫu hữu ích, chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu, kiểu dáng công nghiệp và thiết kế bố trí mạch tích hợp, trong tương lai). Để biết thêm thông tin, xin xem tại địa chỉ: <http://oapi.wipo.net>.
- **Cơ quan Sáng chế Á - Âu** (bảo hộ sáng chế ở các quốc gia thuộc Cộng đồng các quốc gia độc lập). Để biết thêm thông tin, xin xem tại địa chỉ: www.aepo.org.
- **Cơ quan Nhãn hiệu Benelux & Cơ quan Kiểu dáng Benelux** (bảo hộ nhãn hiệu và kiểu dáng ở Bỉ, Hà Lan và Luc-xem-bua). Để biết thêm thông tin, xin xem tại địa chỉ: www.bmb-bbm.org và www.bbtm-bbdlm.org.

⁶ Các nội dung dưới đây sẽ đề cập đến sáng chế, nhãn hiệu, kiểu dáng công nghiệp. Để biết thông tin về bảo hộ quyền tác giả ở nước ngoài, xem Câu hỏi 65.

- **Cơ quan Sáng chế của Hội đồng hợp tác các quốc gia Ả-rập vùng Vịnh** (bảo hộ sáng chế ở Bahrain, Cô-oét, Ô-man, Qua-ta, Ả rập Xê-út và các Tiểu vương quốc Ả rập thống nhất). Để biết thêm thông tin, xin xem tại địa chỉ: www.gulf.patent-office.org.sa/.

Theo đường quốc tế

Các hệ thống đăng ký và nộp đơn quốc tế do WIPO quản lý đơn giản hóa đáng kể thủ tục trong việc đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ đồng thời ở nhiều quốc gia. Thay vì nộp nhiều đơn quốc gia bằng nhiều ngôn ngữ, hệ thống đăng ký và nộp đơn quốc tế cho phép bạn nộp một đơn duy nhất, bằng một ngôn ngữ và chỉ phải thanh toán một khoản phí nộp đơn. Các hệ thống nộp đơn quốc tế này không chỉ hỗ trợ toàn bộ quá trình nộp đơn mà, đối với nhãn hiệu và kiểu dáng, giảm đáng kể chi phí khi đăng ký bảo hộ quốc tế (đối với sáng chế, Hệ thống PCT sẽ giúp doanh nghiệp của bạn có thời gian để đánh giá giá trị thương mại của sáng chế trước khi nộp các khoản phí ở giai đoạn quốc gia). Các hệ thống bảo hộ quốc tế do WIPO quản lý gồm ba cơ chế bảo hộ cho từng loại quyền sở hữu công nghiệp khác nhau.

- **Hệ thống nộp đơn quốc tế** được thiết lập theo Hiệp ước về Hợp tác sáng chế (hay Hệ thống PCT) là Hệ thống có quy mô toàn thế giới có mục đích đơn giản hóa việc nộp đơn đăng ký sáng chế ở nhiều quốc gia. Xem Câu hỏi 62.
- **Đăng ký quốc tế về nhãn hiệu** được hỗ trợ bởi Hệ thống Madrid. Xem Câu hỏi 63.
- **Nộp lưu quốc tế về kiểu dáng công nghiệp** được quy định bởi Thỏa ước La Hay. Xem Câu hỏi 64.

62. Cách thức dễ nhất để đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ ở nhiều quốc gia là gì? PCT là gì?

Bạn có muốn bảo hộ sáng chế của mình ở nhiều quốc gia không? Nếu có, bạn nên cân nhắc các lợi ích của việc nộp đơn quốc tế theo Hiệp ước Hợp tác về sáng chế (PCT) mang lại. Bằng cách nộp một đơn quốc tế theo PCT, bạn có thể đồng thời đăng ký bảo hộ sáng chế ở tất cả các nước là các Bên tham gia PCT (123 quốc gia tính đến tháng 1 năm 2004).

Một ưu điểm quan trọng của Hệ thống PCT là việc quy định 18 tháng sau đó (trong một số trường hợp là 8 tháng) – có nghĩa là bạn có tất cả 30 tháng (hoặc trong một số trường hợp là 20 tháng) thay vì 12 tháng để sử dụng quyền ưu tiên – để quyết định bạn muốn đăng ký bảo hộ ở những quốc gia nào. Trong khoảng thời gian kéo dài đó, người nộp đơn có thể đánh giá khả năng thương mại sản phẩm của mình ở nhiều quốc gia khác nhau và quyết định quốc gia nào là quan trọng hoặc thuận tiện để đăng ký bảo hộ. Vì thế, việc nộp phí nộp đơn quốc gia và chi phí dịch thuật sang các ngôn ngữ có liên quan được trì hoãn đối với người nộp đơn trong khoảng thời gian là 30 tháng. Chi phí dịch thuật sẽ được thanh toán sau, nhưng chỉ sau thời gian 18 tháng (hoặc trong một số trường hợp là 8 tháng) nếu so với việc không đăng ký theo Hệ thống PCT và chỉ ở những quốc gia mà người nộp đơn vẫn còn quan tâm. Nếu không, tất cả các chi phí này sẽ được tiết kiệm.

Hệ thống PCT được người nộp đơn sử dụng một cách rộng rãi nhằm duy trì tất cả các cơ hội bảo hộ sáng chế ở các quốc gia khác nhau trong khoảng thời gian càng dài càng tốt. Người nộp đơn có thể nộp đơn tại nước sở tại, hoặc nếu có thể, tại cơ quan sở hữu trí tuệ khu vực, hoặc nộp qua Văn phòng quốc tế WIPO. Cơ quan Sáng chế quốc gia có thể cung cấp cho bạn các thông tin chi tiết về cách thức nộp đơn PCT.

Nếu người nộp đơn không sử dụng quy trình đăng ký quốc tế của Hệ thống PCT, việc chuẩn bị nộp đơn ở nước ngoài phải được bắt đầu từ ba đến sáu tháng trước khi kết thúc thời hạn ưu tiên. Bản dịch của đơn đăng ký bảo hộ phải được chuẩn bị và gửi kèm theo các đơn khác nhau của từng quốc gia. Mặt khác, nếu sử dụng Hệ thống PCT:

- Người nộp đơn chỉ cần nộp một đơn duy nhất trong năm được hưởng quyền ưu tiên (nghĩa là trong vòng 12 tháng tính từ ngày nộp đơn quốc gia);
- Đơn đăng ký có hiệu lực ở tất cả các quốc gia thành viên PCT;
- Đơn đăng ký có thể giống cả về ngôn ngữ và tờ khai với đơn đăng ký quốc gia của người nộp đơn;
- Người nộp đơn có thêm thời gian để đánh giá tiềm năng thương mại của sáng chế.

Các quốc gia thành viên của PCT được liệt kê ở Phụ lục IV.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Các thông tin cơ bản về PCT. WIPO. Tại địa chỉ www.wipo.int/pct/basic_facts/basic_facts.pdf. Câu hỏi và câu trả lời thường gặp về PCT từ khía cạnh kinh doanh.

Hiệp ước về Hợp tác sáng chế. WIPO. Tại địa chỉ www.wipo.int/pct/en. Thông tin về Hiệp ước PCT, quy chế thi hành và hướng dẫn dành cho người nộp đơn

63. Cách thức phổ biến nhất để đăng ký bảo hộ nhãn hiệu ở nhiều quốc gia là gì?

Nếu bạn muốn nhãn hiệu của mình được bảo hộ ở nhiều quốc gia nhưng bạn lại thấy rằng việc nộp đơn riêng lẻ ở từng quốc gia là rất phức tạp và tốn kém, thì bạn có thể nộp đơn đăng ký quốc tế theo Hệ thống Madrid được điều chỉnh bởi hai điều ước quốc tế là Thỏa ước Madrid liên quan đến việc đăng ký quốc tế nhãn hiệu và Nghị định thư Madrid. Trong khi một số quốc gia có thể là thành viên của cả hai điều ước thì các quốc gia khác lại chỉ là thành viên của một trong số hai điều ước này. Hệ thống này do Văn phòng quốc tế của WIPO quản lý nhằm duy trì việc đăng ký quốc tế và xuất bản Công báo của WIPO về nhãn hiệu quốc tế.

Đơn quốc tế theo Hệ thống Madrid

Đơn đăng ký quốc tế theo Hệ thống Madrid có thể được nộp bởi thể nhân hoặc pháp nhân có cơ sở thương mại hoặc công nghiệp thực thụ và có hiệu quả tại, hoặc cư trú tại, hoặc là công dân của một trong số các quốc gia thành viên Thỏa ước Madrid và/hoặc Nghị định thư⁷.

Nhãn hiệu có thể là đối tượng của đơn đăng ký quốc tế chỉ khi nhãn hiệu đó đã được đăng ký (hoặc, trong trường hợp đơn đăng ký theo Nghị định thư thì đơn đó đã được nộp) tại Cơ quan nhãn hiệu của quốc gia thành viên mà người nộp đơn có mối liên hệ cần thiết – được gọi là Cơ quan xuất xứ.

Các ưu điểm chính của việc sử dụng Hệ thống Madrid là chủ sở hữu nhãn hiệu có thể bảo hộ nhãn hiệu của mình ở nhiều quốc gia/thành viên khác nhau của Hệ thống Madrid bằng cách nộp một đơn duy nhất; bằng một ngôn ngữ (tiếng Anh hoặc tiếng Pháp hoặc Tây Ban Nha, cho dù Cơ quan xuất xứ có thể giới hạn việc lựa chọn của người nộp đơn ở một trong số các ngôn ngữ này); chỉ phải đóng một khoản phí bằng một loại tiền. Tuy nhiên, những thay đổi liên quan đến việc nộp đơn quốc tế và việc gia hạn đăng ký có thể được thực hiện theo một trình tự thủ tục duy nhất mà có hiệu lực ở tất cả các quốc gia thành viên được chỉ định.

Có thể bảo hộ nhãn hiệu ở quốc gia bất kỳ là thành viên của cùng điều ước (Thỏa ước hoặc Nghị định thư) có cơ quan nhãn hiệu quốc gia là Cơ quan xuất xứ. Việc bảo hộ ở các quốc gia khác sẽ được thực hiện thông qua việc chỉ định trong đơn đăng ký quốc tế và việc bảo hộ ở các quốc gia tiếp theo có thể được thực hiện trên cơ sở sự chỉ định sau đó.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Bảo hộ nhãn hiệu ở nước ngoài: 20 câu hỏi về Nghị định thư Madrid. WIPO. Trang web www.wipo.int/madrid/en/20_questions.pdf. Tổng quan để hiểu về Nghị định thư Madrid, các vấn đề và khía cạnh thực tiễn về việc nộp đơn đăng ký quốc tế để bảo hộ nhãn hiệu ở nhiều nước.

Hệ thống Madrid về đăng ký quốc tế nhãn hiệu. WIPO. Trang web www.wipo.int/madrid/en. Gồm các thông tin cơ bản liên quan đến Hệ thống Madrid theo các đề mục Tổng quan.

Hướng dẫn về việc đăng ký quốc tế nhãn hiệu theo Thỏa ước Madrid và Nghị định thư Madrid. WIPO. Năm 2002. Trang web www.wipo.int/madrid/en/guide. Chương I đề cập đến các vấn đề thủ tục liên quan đến người nộp đơn và chủ sở hữu cũng như đến Cơ quan nhãn hiệu. Chương II đề cập đến các thủ tục của Hệ thống Madrid từ quan điểm của người nộp đơn hoặc chủ sở hữu.

⁷ Ngoài ra, theo Nghị định thư, một người là công dân, có địa chỉ liên lạc tại hoặc có cơ sở thương mại thực thụ và có hiệu quả tại một quốc gia thành viên của Nghị định thư (ví dụ, **tổ chức liên chính phủ**) có thể cũng được nộp đơn đăng ký. Hiện tại, chưa có thành viên của Nghị định thư là tổ chức liên chính phủ, Nghị định thư có thể cho phép các cơ quan sở hữu trí tuệ khu vực trở thành thành viên.

Các khoản phí theo Hệ thống Madrid

Khi nộp đơn yêu cầu bảo hộ quốc tế, bạn sẽ phải nộp các khoản phí sau:

- **Phí cơ bản** là 653 Franc Thụy Sĩ (hoặc 903 Franc Thụy Sĩ, nếu nhãn hiệu có màu);
- Hoặc **phí chỉ định tiêu chuẩn** là 73 Franc Thụy Sĩ hoặc **phí chỉ định riêng** với mức được ấn định bởi quốc gia có liên quan đối với từng quốc gia được chỉ định;
- Một khoản **phụ phí** là 73 Franc Thụy Sĩ cho mỗi nhóm hàng hóa và dịch vụ vượt quá ba (tuy nhiên, sẽ không phải nộp phụ phí nếu tất cả các quốc gia được chỉ định áp dụng phí riêng).

Cơ quan nhãn hiệu của quốc gia được chỉ định có quyền từ chối bảo hộ nhãn hiệu trong lãnh thổ của mình. Việc từ chối có thể dựa trên cơ sở mà đơn đăng ký bảo hộ được nộp trực tiếp tại Cơ quan đó cũng có thể bị từ chối. Việc từ chối sẽ được thông báo cho Văn phòng Quốc tế và được lưu tại Đăng bạ quốc tế.

Về nguyên tắc, việc từ chối bất kỳ phải được đưa ra chậm nhất là 12 tháng kể từ ngày cơ quan nhãn hiệu có liên quan nhận được thông báo về việc chỉ định. Tuy nhiên, nếu một quốc gia được chỉ định theo Nghị định thư thì thời hạn liên quan đến việc từ chối có thể được kéo dài đến 18 tháng. Một quốc gia cũng có thể tuyên bố rằng việc từ chối được dựa trên sự phản đối mà có thể được đưa ra sau khi thời hạn 18 tháng kết thúc, tuy nhiên, với điều kiện cơ quan nhãn hiệu có liên quan phải thông báo cho Văn phòng Quốc tế về khả năng này trong vòng 18 tháng.

Vì vậy, khi kết thúc thời hạn nêu trên, người nộp đơn đăng ký bảo hộ quốc tế có thể biết được nhãn hiệu có được chấp nhận bảo hộ ở các quốc gia được chỉ định hay không, hay việc bảo hộ bị từ chối ở một quốc gia nhất định hay không, hay vẫn có khả năng từ chối trên cơ sở phản đối tại một quốc gia nhất định. Đơn đăng ký quốc tế có hiệu lực 10 năm và có thể được gia hạn nhiều lần với thời hạn 10 năm, với điều kiện phải nộp các khoản phí quy định.

Thành viên của Hệ thống Madrid được liệt kê ở Phụ lục V. Để biết thêm thông tin về các hệ thống bảo hộ ở cấp độ khu vực, hãy xem Câu hỏi 61.

64. Làm thế nào để bảo hộ kiểu dáng công nghiệp ở nhiều quốc gia?

Theo quy định chung, việc bảo hộ kiểu dáng công nghiệp bị giới hạn trong lãnh thổ của quốc gia mà sự bảo hộ được yêu cầu và cấp văn bằng bảo hộ. Nếu muốn bảo hộ ở nhiều quốc gia, bạn phải nộp các đơn đăng ký riêng biệt và phải tuân theo các thủ tục khác nhau tại mỗi quốc gia.

Thỏa ước La Hay liên quan đến việc đăng ký quốc tế kiểu dáng công nghiệp là một điều ước quốc tế do WIPO quản lý, cung cấp một lựa chọn đơn giản liên quan đến việc đăng ký kiểu dáng công nghiệp ở nhiều nước khác nhau. Thỏa ước cho phép công dân và cư dân, hoặc doanh nghiệp được thành lập ở quốc gia thành viên của Thỏa ước, có được sự bảo hộ kiểu dáng công nghiệp ở nhiều nước theo các thủ tục sau:

- Một bản đăng ký “quốc tế” duy nhất;
- Một ngôn ngữ (tiếng Anh hoặc tiếng Pháp);
- Trả một khoản phí duy nhất;
- Bằng một loại tiền tệ;
- Nộp đơn tại một cơ quan (hoặc là trực tiếp tại Văn phòng Quốc tế của WIPO hoặc trong các trường hợp nhất định thông qua cơ quan của Quốc gia ký kết).

Kiểu dáng công nghiệp là đối tượng của đơn đăng ký quốc tế được hưởng sự bảo hộ, tại quốc gia thành viên có liên quan mà không từ chối bảo hộ, giống như sự bảo hộ mà pháp luật trao cho kiểu dáng công nghiệp của quốc gia đó, trừ khi cơ quan kiểu dáng công nghiệp quốc gia từ chối bảo hộ theo các trường hợp được quy định. Do vậy, kiểu dáng đăng ký quốc tế có quyền giống như kiểu dáng quốc gia về phạm vi bảo hộ và thực thi. Đồng thời, kiểu dáng đăng ký quốc tế *hỗ trợ việc duy trì bảo hộ*: chỉ có một khoản phí đăng ký duy nhất để gia hạn và thủ tục đơn giản để ghi nhận sự thay đổi bất kỳ, ví dụ, về quyền sở hữu hoặc địa chỉ.

Thành viên của Hệ thống La Hay được liệt kê ở Phụ lục VI. Để biết thêm thông tin về các hệ thống bảo hộ ở cấp độ khu vực, hãy xem Câu hỏi 61.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Hệ thống La Hay về đăng ký quốc tế kiểu dáng công nghiệp. WIPO. Trang web www.wipo.int/hague.en. Giới thiệu về kiểu dáng công nghiệp, việc bảo hộ và các ưu điểm, các đường dẫn đến các mẫu đơn đăng ký có liên quan và bảng phí.

Thỏa ước La Hay: Mục tiêu, các đặc điểm chính, những ưu điểm. WIPO. Trang web www.wipo.int/hague.en/pub_419. Tổng quan về mục tiêu, đặc điểm và các ưu điểm khi sử dụng Hệ thống La Hay về việc đăng ký kiểu dáng công nghiệp.

65. Bảo hộ quyền tác giả có hiệu lực quốc tế không?

Bản thân quyền tác giả không phụ thuộc vào các thủ tục chính thức. Một tác phẩm sáng tạo được coi là được bảo hộ quyền tác giả ngay khi được tạo ra. Theo Công ước Berne về bảo hộ các tác phẩm văn học và nghệ thuật, tác phẩm văn học và nghệ thuật được bảo hộ mà không cần thủ tục đăng ký bất kỳ tại các quốc gia thành viên của Công ước (151 quốc gia tính đến tháng 8 năm 2003 – danh sách các quốc gia thành viên ở Phụ lục VII). Quy định này cũng được áp dụng đối với tất cả thành viên của Tổ chức Thương mại thế giới.

Do vậy, không có thủ tục đăng ký quốc tế để bảo hộ quyền tác giả như sáng chế, nhãn hiệu và kiểu dáng công nghiệp. Tuy nhiên, nhiều nước có Cơ quan quản lý quyền tác giả quốc gia và pháp luật một số quốc gia cho phép đăng ký tác phẩm với mục đích, ví dụ, xác định và phân biệt tên gọi của tác phẩm. Ở các quốc gia nhất định, việc đăng ký tạo ra một số lợi thế thiết thực khi nó được sử dụng làm *chứng cứ ban đầu* ở tòa án trong các vụ tranh chấp liên quan tới quyền tác giả và việc thực hiện một số quyền có thể phụ thuộc vào việc đăng ký. Ví dụ, ở Hoa Kỳ, việc đăng ký là bắt buộc để được bồi thường theo luật pháp. Việc đăng ký cũng có thể được yêu cầu đối với công dân của một quốc gia vì quyền của họ tại chính nước họ không bị ảnh hưởng bởi các điều ước quốc tế. Vì thế, đối với công dân Hoa Kỳ, việc kiện tụng tại tòa án về hành vi xâm phạm quyền tác giả sẽ bị từ chối nếu không có đăng ký hợp lệ.

Do đó, trong khi không có thủ tục quốc tế nào về đăng ký bảo hộ quyền tác giả ở nước ngoài và tác phẩm của bạn sẽ tự động được bảo hộ mà không cần đăng ký ở tất cả các quốc gia thành viên của Công ước Berne, bạn có thể vẫn muốn đăng ký tác phẩm của mình tại các cơ quan quản lý quyền tác giả quốc gia nếu có thủ tục đăng ký. Danh sách các cơ quan quản lý quyền tác giả quốc gia có tại trang web của WIPO theo địa chỉ www.wipo.int/news/en/links/addresses/cr.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Công ước Berne về bảo hộ các tác phẩm văn học và nghệ thuật. WIPO. Trang web www.wipo.int/treaties/ip/berne. Văn kiện của Công ước.

Công ước Berne về bảo hộ các tác phẩm văn học và nghệ thuật, Nationmaster. Trang web www.nationmaster.com/encyclopedia/Berne-for-the-Protection-of-Literary-and-Artistic-Works. Mô tả vắn tắt về Công ước Berne và các quy định về quyền tác giả.

Thực thi quyền sở hữu trí tuệ

66. Khi biết được quyền sở hữu trí tuệ của mình bị xâm phạm, tôi nên hoặc có thể làm gì?

Nếu nhận thấy quyền sở hữu trí tuệ của mình bị xâm phạm, bạn phải và có thể làm gì?

Tài sản trí tuệ thuộc doanh nghiệp của bạn càng có giá trị, thì khả năng bị các doanh nghiệp khác lợi dụng càng cao, và tốt nhất là không phải trả tiền cho việc sử dụng những tài sản trí tuệ đó. Bạn có chiến lược nào để ngăn chặn việc này không? Mặc dù bạn đã cố gắng hết sức nhưng vẫn có người bất chước, sao chép hoặc xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ thuộc doanh nghiệp của bạn mà không được bạn cho phép, bạn phải làm gì? Các biện pháp của bạn là gì? Bạn có thể cân nhắc chi phí và lợi ích của các phương án không? Hay bạn chỉ đơn thuần là chạy đến tòa?

Trước khi quyết định về biện pháp mà bạn áp dụng, nhìn chung bạn nên:

- Xác định ai là người xâm phạm (kể cả nhà sản xuất và nhà phân phối chính và những người bán lẻ);
- Xác định mức độ của vấn đề;
- Cân nhắc liệu có khả năng gia tăng hay không;
- Nếu có thể, tính toán thiệt hại trực tiếp và gián tiếp mà bạn đã phải chịu hoặc sẽ phải chịu.

Khi bạn đã biết được bản chất của vấn đề một cách rõ ràng thì sau đó hãy tập trung cân nhắc chi phí và lợi ích cho biện pháp của bạn. Tuy nhiên, cũng nên nhớ rằng đôi khi nên hành động càng nhanh càng tốt chứ đừng chờ đợi quá lâu.

Bạn có thể áp dụng các biện pháp sau:

- Bạn hãy “bỏ qua” vụ việc xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ thuộc doanh nghiệp của mình nếu sự thiệt hại về thu nhập, kinh doanh hoặc lợi nhuận theo bạn là không đáng kể. Nếu mức độ xâm phạm là đáng kể, hoặc có khả năng như vậy, bạn sẽ phải tìm ra thủ phạm chính càng nhanh càng tốt và xử lý chúng một cách nhanh gọn và có hệ thống. Rõ ràng là, việc xử lý những kiểu tình huống như vậy đòi hỏi sự cân nhắc thận trọng về ưu điểm và nhược điểm của các biện pháp. Bạn cũng phải đánh giá cơ hội thắng kiện, mức bồi thường và thiệt hại mà bạn có thể nhận được từ thủ phạm một cách hợp lý, cũng như khả năng và mức chi phí về luật sư nếu quyết định cuối cùng có lợi cho bạn.
- Nếu bạn có tranh chấp với một công ty bạn đã ký hợp đồng (ví dụ, hợp đồng li-xăng) thì hãy kiểm tra xem có điều khoản về trọng tài và hòa giải trong hợp đồng hay không. Việc đưa các điều khoản đặc biệt vào trong hợp đồng đối với việc giải quyết tranh chấp thông qua **trọng tài và hòa giải** có thể tránh được các chi phí tố tụng tốn kém. Đôi khi, cũng có thể sử dụng hệ thống giải quyết tranh chấp như trọng tài và hòa giải thậm chí ngay cả khi không có điều khoản trong hợp đồng hoặc không có hợp đồng. Xem thêm thông tin về trọng tài và hòa giải tại Câu hỏi 69.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Chống hàng giả: Hướng dẫn thực hành dành cho các doanh nghiệp chế tạo của châu Âu. Orgalime. Năm 2001. Trang web www.orgalime.org/pdf/Anti%20Counterfeiting%20Guide.pdf. Tài liệu này được chuẩn bị với sự hợp tác của Ủy ban châu Âu. Đưa ra những gợi ý thiết thực để xác định hàng giả, bảng liệt kê về bảo hộ kỹ thuật và pháp lý, những hành động cần thực hiện nhằm chống hàng giả và các câu chuyện thành công. Đưa ra kinh nghiệm của nhiều doanh nghiệp cơ khí lớn và nhỏ.

Hướng dẫn thủ tục kiện về sáng chế ở Hoa Kỳ. Mark D. Schuman. Merchant và Gould. Năm 2003. Trang web www.merchantgould.com/attachments/39.pdf. Bàn luận về hệ thống tố tụng liên quan đến sáng chế của Hoa Kỳ.

Hàng giả: Bảo vệ tài sản trí tuệ của bạn như thế nào. Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie de France. Năm 2002. Trang web www.industrie.gouv.fr/pratique/conseil/contrefa/sp_contr.htm. Bàn luận về hàng giả, mức độ, sự phổ biến trong các ngành công nghiệp và các biện pháp bảo vệ (Tài liệu bằng tiếng Pháp).

- Khi bạn thấy ai đó đang xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ thuộc công ty mình, bạn có thể xem xét việc gửi thư (thường được biết đến là “thư yêu cầu tạm dừng”) cho người có hành vi xâm phạm để thông báo cho họ về khả năng xung đột giữa quyền sở hữu trí tuệ của bạn và hoạt động kinh doanh của họ (xác định chính xác lĩnh vực mâu thuẫn) và đề xuất bàn luận một giải pháp hợp lý cho vấn đề này. Mọi người khuyên bạn nên tìm kiếm sự trợ giúp của luật sư khi bạn viết thư "yêu cầu tạm dừng" nhằm tránh các vụ kiện tại tòa án do nghi phạm khởi xướng mà không nhận thấy rằng hành vi xâm phạm đã xảy ra hoặc sắp xảy ra. Cách này thường hiệu quả trong trường hợp xâm phạm không phải là xâm phạm quốc tế vì kẻ xâm phạm quyền trong hầu hết các trường hợp sẽ không tiếp tục các hoạt động này hoặc đồng ý đàm phán một thỏa thuận li-xãng.
- Khi bạn gặp phải hành vi xâm phạm quốc tế, cụ thể là hàng giả và hàng vi phạm bản quyền, bạn có thể phải tìm kiếm sự hỗ trợ của các cơ quan thực thi pháp luật để đánh úp người xâm phạm quyền tại cơ sở kinh doanh của họ nhằm ngăn chặn hành vi xâm phạm và bảo vệ chứng cứ có liên quan. Hơn thế, người xâm phạm quyền có thể bị các cơ quan tư pháp có thẩm quyền buộc phải thông báo cho bạn về danh tính của các bên thứ ba có liên quan trong việc sản xuất và phân phối hàng hóa hoặc dịch vụ vi phạm, cũng như các kênh phân phối của họ. Là lực lượng ngăn chặn sự vi phạm hữu hiệu, các cơ quan tư pháp có thể, theo yêu cầu của công ty bạn, ra lệnh tiêu hủy hoặc loại bỏ hàng hóa vi phạm ra khỏi các kênh thương mại mà không cần hình thức bồi thường bất kỳ.
- Bạn có thể tiến hành **khởi kiện dân sự**. Tòa án thường đưa ra một loạt chế tài nhằm đền bù cho chủ thể quyền sở hữu trí tuệ bị xâm phạm. Các chế tài này bao gồm việc đền bù thiệt hại, lệnh của tòa, lệnh kê khai lợi nhuận và lệnh giao nộp hàng hóa xâm phạm cho chủ sở hữu quyền. Pháp luật về sở hữu trí tuệ còn có các quy định về **trách nhiệm hình sự** đối với việc sản xuất và buôn bán hàng hóa xâm phạm. Hình phạt đối với hành vi xâm phạm có liên quan có thể là phạt tù hoặc phạt tiền.

Trong trường hợp bất kỳ, khi xảy ra sự xâm phạm hoặc tranh chấp, trước khi chính thức khởi kiện, hãy tham vấn ý kiến của chuyên gia pháp lý về sở hữu trí tuệ nhằm đánh giá chính xác hơn những biện pháp thuận lợi nhất cho công ty mình với chi phí thấp nhất có thể. Việc đăng ký quyền sở hữu trí tuệ với các cơ quan hải quan, trên cơ sở nộp phí cũng là rất cần thiết trong trường hợp hàng giả nhãn hiệu hoặc xâm phạm bản quyền đến từ quốc gia khác.

67. Tại sao cần phải thực thi quyền sở hữu trí tuệ? Ai có trách nhiệm thực thi nếu quyền sở hữu trí tuệ bị xâm phạm?

Tại sao phải thực thi quyền sở hữu trí tuệ?

Mục đích chính của việc có được sự bảo hộ sở hữu trí tuệ là giúp công ty của bạn thu được thành quả từ những sáng chế và sáng tạo của những người lao động trong công ty. Quyền sở hữu trí tuệ thuộc công ty bạn chỉ có thể mang lại lợi nhuận khi chúng được thực thi, nếu không, những kẻ xâm phạm và những kẻ làm hàng giả sẽ lợi dụng việc thiếu các cơ chế thực thi có hiệu quả để hưởng lợi từ thành quả mà bạn vất vả mới có được. Thông thường, nguy cơ của thực thi là sự ngăn ngừa đầy đủ đối với những kẻ xâm phạm quyền tiềm năng.

Tóm lại, đối với công ty của bạn, việc thực thi quyền sở hữu trí tuệ là cần thiết nhằm:

- Duy trì hiệu lực pháp lý quyền sở hữu trí tuệ của mình trước cơ quan công quyền có liên quan.
- Ngăn chặn hành vi xâm phạm quyền xảy ra hoặc tiếp diễn trên thị trường, như vậy, sẽ tránh được thiệt hại như mất uy tín đối với khách hàng.
- Đòi bồi thường cho những thiệt hại thực tế, ví dụ, lợi nhuận bị giảm do hành vi xâm phạm quyền bất kỳ trên thị trường.

Ai có trách nhiệm thực thi quyền sở hữu trí tuệ?

Gánh nặng về thực thi quyền sở hữu trí tuệ chủ yếu đè lên vai chủ sở hữu quyền. Do vậy, việc thực thi phụ thuộc vào bạn, với tư cách là chủ sở hữu quyền sở hữu trí tuệ, trong việc xác định hành vi xâm phạm hoặc làm giả quyền sở hữu trí tuệ bất kỳ và quyết định áp dụng biện pháp nào.

Tuy nhiên, đó cũng là trách nhiệm của quốc gia hoặc chính phủ trong việc thành lập các cơ quan hỗ trợ thực thi quyền sở hữu trí tuệ. Trong một số trường hợp, các cơ quan tư pháp và hành chính như các cơ quan sở hữu trí tuệ hoặc cơ quan hải quan là các cơ quan thuộc chính phủ có trách nhiệm giải quyết các hành vi xâm phạm quyền, như các vụ làm giả nhãn hiệu hoặc hàng xâm phạm bản quyền.

Khi các biện pháp kiểm soát biên giới được áp dụng tại biên giới quốc tế của nước bạn nhằm ngăn chặn việc nhập khẩu hàng giả nhãn hiệu hoặc hàng xâm phạm quyền tác giả, các cơ quan hải quan luôn giữ vai trò chính trong việc thực thi quyền sở hữu trí tuệ. Theo quy định của pháp luật hiện hành, các cơ quan hải quan có thể hành động một cách chủ động hoặc theo yêu cầu của chủ thể quyền, hoặc thực thi lệnh của tòa án.

Hơn thế nữa, ở một số quốc gia, các hiệp hội nghề nghiệp cũng hỗ trợ các thành viên của mình trong việc thực thi quyền sở hữu trí tuệ (xem www.bsa.org hoặc www.riaa.com).

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Vai trò của các cơ quan nhà nước trong việc thực thi quyền sở hữu trí tuệ. Alastairs Hirst. WIPO. Năm 1999. Trang web www.wipo.int/sme/en/activities/meetings/pdf/ipr_ju_bey99_5b.pdf. Bản luận về các biện pháp mà các cơ quan chính phủ áp dụng trong việc thực thi quyền sở hữu trí tuệ.

Liên minh các doanh nghiệp phần mềm. Trang web www.bsa.org. Thông tin về các khía cạnh pháp lý của sản phẩm kỹ thuật số và các đường dẫn tới một số bài báo cụ thể của quốc gia và khu vực về các vấn đề liên quan đến sở hữu trí tuệ như: sở hữu trí tuệ và quyền tác giả, an ninh và tội phạm mạng, thương mại và thương mại điện tử, các chính sách của Liên minh châu Âu, và các tài liệu thể hiện quan điểm.

68. Vai trò của cơ quan hải quan trong việc ngăn chặn hoặc chấm dứt hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ? Có cần phải thông báo trước cho họ không?

Rất nhiều quốc gia thực hiện các **biện pháp thực thi tại biên giới** phù hợp với nghĩa vụ của mình theo các Thỏa thuận của WTO. Các biện pháp này cho phép chủ sở hữu nhãn hiệu và quyền tác giả, và người nhận li-xăng được yêu cầu tạm giữ hàng hóa bị nghi là vi phạm nhãn hiệu và quyền tác giả khi chúng đang nằm trong sự kiểm soát của cơ quan hải quan.

Tuy nhiên, nhìn chung các biện pháp thực thi tại biên giới không được áp dụng đối với hàng hóa được nhập khẩu vì mục đích sử dụng cá nhân hoặc trong gia đình. Việc xác định chính xác về số lượng nhập khẩu đáp ứng điều kiện “hàng hóa nhập khẩu vì mục đích sử dụng cá nhân hoặc trong gia đình” là không giống nhau giữa các nước, thậm chí trong cùng một nước mà phụ thuộc vào bản chất của hàng hóa.

Ở một số nước, chủ thể quyền có thể yêu cầu cơ quan hải quan hỗ trợ bằng cách thông báo, nhìn chung phải thanh toán các khoản phí theo quy định, cho họ các nhãn hiệu đã được đăng ký và hàng hóa được bảo hộ quyền tác giả. Khi đã gửi thông báo, cơ quan hải quan có thể bắt giữ các bản sao trái phép của hàng hóa mang nhãn hiệu hoặc hàng hóa được bảo hộ quyền tác giả. Ở hầu hết các nước, chủ thể quyền phải gửi đơn yêu cầu, cung cấp tất cả các chi tiết liên quan đến hàng hóa, bất cứ lần nào mà chủ thể quyền có lý do để tin rằng hàng giả hoặc vi phạm nhãn hiệu đang được nhập khẩu.

Các cơ quan hải quan có thể bắt giữ hàng hóa và thông báo cho chủ sở hữu trong thời hạn 10 ngày làm việc. Thông báo có hiệu lực trong một thời hạn quy định, sau đó có thể được gia hạn hoặc kéo dài đến khi chấm dứt thời hạn bảo hộ quyền tác giả hoặc đăng ký nhãn hiệu. Trong thời hạn này, người nhập khẩu có thể nộp đơn cho tòa án để khiếu nại rằng hàng hóa không vi phạm nhãn hiệu hoặc tác phẩm có bản quyền, hoặc không có hàng hóa thuộc phạm vi của thông báo.

Ở một số quốc gia, nếu các cơ quan hải quan nhận thấy rằng hàng hóa bị nghi ngờ xâm phạm đã được nhập khẩu và việc thông báo không còn thích hợp, họ có thể thông báo cho chủ thể quyền (nếu biết) về việc nhập khẩu này và gợi ý họ gửi thông báo đến cơ quan hải quan trong một thời hạn quy định.

Tất nhiên, chủ thể quyền phải khai đơn yêu cầu bồi thường để trang trải những chi phí có thể phát sinh từ cơ quan hải quan (như kho lưu hàng, vận chuyển và chi phí pháp lý) trong khi thực hiện thông báo.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Nhóm Chuyên gia về sở hữu trí tuệ của Tổ chức Hải quan thế giới. Tổ chức Hải quan thế giới. Trang web www.wcoipr.org. Các đường dẫn đến danh mục về pháp luật hải quan; đăng ký bảo hộ hải quan trực tuyến; các mẫu đơn có thể tải xuống được và hướng dẫn về cách nộp đơn; các bài thuyết trình có liên quan và các bài báo đã được đăng tải, và các đường dẫn đến trang REACT giúp các cán bộ làm việc ở tuyến đầu xác định được hàng vi phạm.

Hải quan Hoa Kỳ & Thực thi quyền sở hữu trí tuệ tại biên giới. Trang web www.customs.ustreas.gov/xp/import/commercial_enforcement/ipr/ipr.xml. Thông tin về thực thi quyền sở hữu trí tuệ của hải quan Hoa Kỳ.

Khi hàng hóa bị bắt giữ, cơ quan hải quan thông báo cho chủ thể quyền để họ xác định xem hàng hóa có bị làm giả hoặc vi phạm quyền tác giả không. Ở Hoa Kỳ, việc xác định do chính cơ quan hải quan thực hiện. Trong quá trình bắt giữ, chủ thể quyền cũng phải quyết định liệu họ có tiếp tục theo đuổi vụ việc để chứng minh rằng hàng hóa xâm phạm quyền của họ hay không – mặc dù trong vài trường hợp việc gia hạn thêm 10 ngày được thực hiện bằng việc nộp đơn với các lý do hợp lý. Hàng hóa bị nghi ngờ sẽ được cơ quan hải quan bắt giữ để chờ quyết định của tòa án. Nếu chủ thể quyền không thực hiện việc khởi kiện trong thời hạn 10 ngày, cơ quan hải quan buộc phải thông quan hàng hóa của người nhập khẩu.

Do việc bảo hộ sở hữu trí tuệ là một vấn đề phức tạp, bạn nên tham khảo ý kiến chuyên môn của luật sư về sáng chế, v.v. trước khi gửi thông báo.

Liên quan đến các biện pháp thực thi tại biên giới, hầu hết các nước tuân thủ các quy định của Hiệp định TRIPS/WTO (Điều 51 – 60).

69. Những biện pháp có thể được áp dụng để giải quyết tranh chấp ngoài tòa án là gì?

Trong nhiều trường hợp, biện pháp tốn kém nhất để giải quyết việc xâm phạm quyền là tiến hành kiện tụng tại tòa nơi có thẩm quyền giải quyết tranh chấp về sở hữu trí tuệ, đặc biệt khi quyền sở hữu trí tuệ của công ty bạn bị các “đối thủ” xâm phạm trong cùng hoặc không cùng hệ thống pháp luật. Nếu không cùng hệ thống pháp luật, công ty của bạn sẽ phải thực thi quyền ở nhiều địa điểm khác nhau và tại nhiều tòa án khác nhau. Vì lý do này, bạn có thể cần một cơ chế giải quyết tranh chấp khác – thường là **trọng tài hoặc hòa giải** – mà rẻ hơn và tiết kiệm thời gian hơn so với việc kiện tụng tại tòa án. **Sử dụng biện pháp trọng tài và hòa giải nghĩa là tìm kiếm sự đồng thuận.**

Trọng tài nhìn chung có ưu điểm là thủ tục ít chính thống hơn so với tòa án và quyết định của trọng tài thường dễ thực thi hơn ở cấp độ quốc tế. Một ưu điểm của hòa giải là các bên vẫn kiểm soát được quá trình giải quyết tranh chấp. Vì vậy, điều này giúp giữ gìn các mối quan hệ kinh doanh tốt với công ty khác mà bạn muốn hợp tác trong tương lai. Tuy nhiên, quyết định của người hòa giải không có tính bắt buộc đối với các bên có liên quan và vì thế, biện pháp hòa giải có thể có ít “hiệu lực” để giải quyết tranh chấp. Thông thường, trọng tài và hòa giải là một biện pháp thay thế rất tốt cho (hoặc ít nhất là việc hòa giải sẽ ít tốn kém hơn so với) việc kiện tụng tại tòa án. Là một bộ phận của chiến lược kinh doanh, tốt hơn hết công ty của bạn hãy bổ sung các điều khoản thích hợp vào trong các hợp đồng để áp dụng vào việc giải quyết các tranh chấp trước tiên (và có thể là duy nhất) bằng biện pháp trọng tài và hòa giải, nếu có thể.

Trung tâm Trọng tài và Hòa giải của WIPO

Trung tâm Trọng tài và Hòa giải của WIPO là một trong số các cơ quan mà bạn có thể tiếp cận để được hỗ trợ giải quyết tranh chấp liên quan đến sở hữu trí tuệ mà không cần khởi kiện tại tòa án. Trung tâm cung cấp các dịch vụ giải quyết các tranh chấp thương mại giữa các doanh nghiệp tư nhân, gồm cả doanh nghiệp vừa và nhỏ.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Giải quyết tranh chấp trong thế kỷ 21. WIPO. www.wipo.int/freepublications/en/arbitration/779/779e.pdf. Tổng quan về các nguồn lực và hoạt động của Trung tâm Trọng tài và Hòa giải của WIPO.

Hướng dẫn về Giải quyết tranh chấp tên miền của WIPO. Trang web <http://arbitrator.wipo.int/center/publications>. Cung cấp hướng dẫn thực hành về các dịch vụ giải quyết tranh chấp về tên miền của Trung tâm Trọng tài và Hòa giải của WIPO.

Hướng dẫn về thủ tục hòa giải của WIPO. Trang web <http://arbitrator.wipo.int/center/publications>. Cung cấp hướng dẫn thực hành về cách thức hoạt động của thủ tục hòa giải và các ví dụ về các tranh chấp được giải quyết theo Quy tắc hòa giải của WIPO.

Giải quyết tranh chấp về sở hữu trí tuệ thông qua thủ tục trọng tài và giải quyết tranh chấp. J. Lambert. NIPC. Năm 2002. Trang web www.nipclaw.com/lit/adr/ip.htm. Thảo luận về cơ chế giải quyết tranh chấp về sở hữu trí tuệ; có cả các đường liên kết đến các nguồn thông tin liên quan khác.

Trung tâm Trọng tài và Hòa giải của WIPO. Trang web <http://arbitrator.wipo.int/>. Đường liên kết và thông tin về phương thức giải quyết tranh chấp ngoài tòa án.

Để tạo điều kiện thuận lợi cho việc ký kết hợp đồng giữa các bên, Trung tâm Trọng tài và Hòa giải của WIPO đã cung cấp các điều khoản hợp đồng mẫu liên quan đến việc giải quyết tranh chấp sau này trong các hợp đồng nhất định; hãy xem các điều khoản mẫu tại địa chỉ <http://arbitrator.wipo.int/arbitration/contract-clauses/index.html>. Các điều khoản mẫu của WIPO có thể được tìm thấy ở nhiều hợp đồng khác nhau liên quan đến sở hữu trí tuệ, bao gồm sáng chế, bí quyết kỹ thuật, li-xăng phần mềm, nhượng quyền thương mại, thỏa thuận sử dụng chung nhãn hiệu, hợp đồng phân phối, liên doanh, hợp đồng nghiên cứu và phát triển, hợp đồng triển khai các công nghệ nhạy cảm, các vấn đề sở hữu quan trọng trong hợp đồng mua bán và sáp nhập, hợp đồng tiếp thị dụng cụ thể thao, và các hợp đồng liên quan đến hoạt động xuất bản, âm nhạc và phim ảnh. Các điều khoản mẫu của WIPO có thể thường xuyên tìm thấy trong các hợp đồng li-xăng có hiệu lực giữa các bên ở các nước khác nhau.

Trung tâm cung cấp các dịch vụ liên quan tới:

- Hòa giải (<http://arbitrator.wipo.int/arbitration>);
- Trọng tài (<http://arbitrator.wipo.int/mediation>);
- Tranh chấp liên quan đến tên miền (<http://arbitrator.wipo.int/domains>); và
- Các dịch vụ chuyên biệt khác để giải quyết tranh chấp (<http://arbitrator.wipo.int/center>).

*Các quy định và tiêu chuẩn
về chất lượng, kỹ thuật*

70. Quyền sở hữu trí tuệ liên quan đến các quy định và tiêu chuẩn kỹ thuật như thế nào?

Tổ chức Tiêu chuẩn quốc tế (ISO) định nghĩa tiêu chuẩn là “một tài liệu được thiết lập thông qua sự đồng thuận và được phê chuẩn bởi một tổ chức đã được thừa nhận, quy định về việc sử dụng, các quy tắc, hướng dẫn hoặc các đặc điểm thông thường và lặp đi lặp lại của các hoạt động hoặc kết quả của chúng nhằm đạt được kết quả ở mức tốt nhất trong hoàn cảnh nhất định”.

Có rất nhiều loại tiêu chuẩn phục vụ các mục đích khác nhau. Các tiêu chuẩn làm cho cuộc sống trở nên đơn giản và an toàn hơn đối với người tiêu dùng, chúng làm tăng độ tin cậy và tính hiệu quả của nhiều loại hàng hóa và dịch vụ, đặc biệt chúng hỗ trợ thương mại. Các tiêu chuẩn nói chung được xây dựng để sử dụng một cách tự nguyện. Tuy nhiên, pháp luật và các quy định có thể buộc phải phù hợp với một số tiêu chuẩn nhất định. Đây có thể là các trường hợp cụ thể liên quan đến các tiêu chuẩn về sức khỏe, độ an toàn hoặc môi trường. Nếu bạn dự định bán sản phẩm ở nước khác, điều quan trọng là sản phẩm của bạn phải phù hợp với các tiêu chuẩn về sức khỏe, độ an toàn và môi trường của nước đó. Hầu hết các cơ quan xây dựng tiêu chuẩn quốc gia hoặc các tổ chức xây dựng tiêu chuẩn để có trang web, mà ở đó bạn có thể tìm thấy danh sách các tiêu chuẩn hiện hành.⁸

Sáng chế theo chuẩn mực và các quy định kỹ thuật

Các tiêu chuẩn thường được xây dựng bởi các ủy ban kỹ thuật gồm một số chủ thể và chuyên gia trong lĩnh vực có liên quan. Trong quá trình xây dựng các tiêu chuẩn kỹ thuật, các thành viên có thể khiến ủy ban chú ý tới thực tế là có thể có một hoặc nhiều “sáng chế thiết yếu” cần đáp ứng tiêu chuẩn, có nghĩa là sẽ không thể đáp ứng tiêu chuẩn mà không vi phạm độc quyền sáng chế. Vì vậy, sự cho phép của chủ sở hữu sáng chế là cần thiết và điều đó có nghĩa là cần phải trả tiền cho việc sử dụng sáng chế theo hợp đồng li-xăng.

Theo nguyên tắc chung, rất nhiều cơ quan xây dựng tiêu chuẩn không khuyến khích sử dụng công nghệ độc quyền hoặc công nghệ được bảo hộ sáng chế trong lĩnh vực tiêu chuẩn; họ chỉ ủng hộ việc sử dụng các công nghệ này trong các “trường hợp ngoại lệ” được lý giải bởi các “lý do kỹ thuật”. Trong trường hợp đó, chủ sở hữu bằng độc quyền sáng chế về công nghệ được coi là rất quan trọng trong việc đáp ứng các yêu cầu về tiêu chuẩn có thể được ủy ban kỹ thuật của cơ quan xây dựng tiêu chuẩn liên hệ và đề nghị đàm phán hợp đồng li-xăng với người sử dụng tiêu chuẩn này dựa trên các điều kiện và điều khoản hợp lý và bình đẳng. Cũng có những trường hợp mà để phù hợp với tiêu chuẩn có sẵn, bạn có thể lựa chọn một loạt công nghệ thay thế mà phần lớn là sử dụng các công nghệ được bảo hộ sáng chế.

Điều quan trọng cần phải hiểu là để tuân thủ các tiêu chuẩn hoặc nguyên tắc kỹ thuật đã có, bạn phải sử dụng công nghệ được bảo hộ sáng chế. **Trong trường hợp đó, bạn cần nhận được li-xăng từ chủ sở hữu bằng độc quyền sáng chế.** Đôi khi, chủ sở hữu bằng độc quyền sáng chế đồng ý cấp li-xăng miễn phí, nhưng không phải lúc nào cũng như vậy.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tổ chức Tiêu chuẩn quốc tế (ISO). Trang web www.iso.org.

⁸ Xem www.iso.ch/en/aboutiso/isomembers để tìm danh sách các tổ chức xây dựng trên chuẩn quốc gia.

Ví dụ

Các tổ chức xây dựng tiêu chuẩn có thể giải quyết các vấn đề này theo những cách khác nhau. Ví dụ, Viện Kỹ thuật điện và điện tử (IEEE) cho rằng công nghệ được bảo hộ sáng chế có thể được đưa vào tiêu chuẩn của IEEE với điều kiện phải có sự lý giải về kỹ thuật.

Nhóm công tác của IEEE có thể gửi cho chủ sở hữu “sáng chế thiết yếu” một yêu cầu về thư bảo đảm. Trong thư bảo đảm này, chủ sở hữu sáng chế có thể thực hiện một trong số ba điều sau:

- Khẳng định sẽ không thực thi sáng chế của mình chống lại những người áp dụng tiêu chuẩn.
- Cung cấp li-xăng miễn phí và không phân biệt đối xử với các điều kiện và điều khoản hợp lý.
- Cung cấp li-xăng không phân biệt đối xử với mức giá, điều kiện và điều khoản hợp lý.

Các nhóm công tác của IEEE không đánh giá mức độ hợp lý của các điều kiện và điều khoản của một hợp đồng li-xăng, và các công ty muốn tuân thủ tiêu chuẩn cần phải trực tiếp đàm phán hợp đồng li-xăng với chủ sở hữu sáng chế.

Là một doanh nghiệp vừa và nhỏ, bạn phải biết luật chơi để có thể đàm phán được các điều khoản khả thi nhất đối với công nghệ độc quyền đó - điều này là rất quan trọng để đáp ứng các yêu cầu về tiêu chuẩn dù là tự nguyện hay bắt buộc.

Các tiêu chuẩn phổ biến

Giống như các tiêu chuẩn chính thức được các tổ chức xây dựng tiêu chuẩn quốc tế quy định, rất nhiều tiêu chuẩn *thực tế* xuất hiện trên thị trường, đặc biệt là trong lĩnh vực công nghệ thông tin và điện tử (ví dụ, trường hợp của Intel và Microsoft). Trong những trường hợp đó, doanh nghiệp của bạn có thể bị “bắt buộc” sử dụng các công nghệ độc quyền hoặc công nghệ được bảo hộ sáng chế nếu việc phát triển, sản xuất, phân phối hoặc tiếp thị sản phẩm của bạn phụ thuộc vào công nghệ chuẩn thực tiếp. Nếu sản phẩm của bạn có sử dụng công nghệ độc quyền ở bất kỳ dạng nào, bạn cần phải xin phép và ký một hợp đồng li-xăng với chủ sở hữu công nghệ, kể cả khi nó liên quan đến tiêu chuẩn thực tế. (Nếu bạn thấy mình bị “bắt buộc” và chủ sở hữu sáng chế của công nghệ chuẩn thực tế đó không cho phép tiếp cận công nghệ được bảo hộ sáng chế hoặc cho phép tiếp cận nhưng với các điều khoản vô lý thì bạn có thể phải áp dụng các biện pháp chống cạnh tranh, điều này có thể được thực hiện theo pháp luật cạnh tranh và chống độc quyền của một nước cụ thể).

71. Giấy chứng nhận sản phẩm là gì? Vai trò của nhãn hiệu chứng nhận là gì?

Chứng nhận sản phẩm

Chứng nhận sản phẩm được định nghĩa là “một quy trình mà bên thứ ba cấp giấy chứng nhận bảo đảm rằng sản phẩm, quy trình hoặc dịch vụ tuân thủ các tiêu chuẩn quy định”. Chứng nhận sản phẩm liên quan đến việc cấp chứng chỉ hoặc nhãn hiệu (hoặc cả hai) để chứng minh rằng một sản phẩm cụ thể đáp ứng một tập hợp các tiêu chuẩn được xác định đối với sản phẩm đó, thường được quy định trong một tiêu chuẩn. **Nhãn hiệu chứng nhận** thường được tìm thấy trên sản phẩm hoặc bao bì sản phẩm và cũng có thể xuất hiện trên một chứng chỉ được cấp bởi cơ quan chứng nhận sản phẩm. Nhãn hiệu đó chỉ dẫn đến con số hoặc tên gọi của tiêu chuẩn sản phẩm có liên quan mà trên cơ sở đó sản phẩm này đã được chứng nhận.

Nhãn hiệu chứng nhận có thể được định nghĩa là ‘nhãn hiệu được sử dụng để phân biệt hàng hóa và dịch vụ tuân thủ một loạt tiêu chuẩn và đã được chứng nhận bởi tổ chức chứng nhận có thẩm quyền’. Biểu tượng Woolmark - nhãn hiệu chứng nhận của Công ty Woolmark là một ví dụ điển hình. Woolmark là biểu tượng đảm bảo chất lượng thể hiện rằng các sản phẩm sử dụng biểu tượng này được làm 100% từ len mới và phù hợp với các tiêu chuẩn sản xuất nghiêm ngặt do Công ty Woolmark quy định. Nhãn hiệu này được đăng ký tại hơn 140 nước và được li-xăng cho các nhà sản xuất có khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn về chất lượng ở 67 nước.

Minh chứng về chất lượng

Một sản phẩm mang nhãn hiệu bảo đảm với bên thứ ba rằng:

- Sản phẩm được sản xuất phù hợp với tiêu chuẩn hiện hành;
- Quy trình sản xuất được giám sát và kiểm soát;
- Sản phẩm được kiểm tra và thanh tra;
- Nếu người tiêu dùng thấy sản phẩm mang nhãn hiệu không đáp ứng tiêu chuẩn đã được công bố, họ có thể đến tổ chức chứng nhận để kiện.

Các tổ chức chứng nhận sản phẩm sử dụng các kỹ thuật đánh giá khác nhau (hầu hết các kỹ thuật đó phụ thuộc vào việc kiểm tra sản phẩm) khi quyết định có trao chứng chỉ hay không. Một số phương pháp toàn diện hơn là:

- “Kiểm tra chủng loại” của sản phẩm;
- Đánh giá việc kiểm tra chất lượng của nhà máy và độ tin cậy của nó;
- Giám sát tại nhà máy nhằm kiểm tra việc kiểm soát chất lượng của nhà máy; và
- Kiểm tra mẫu sản phẩm trên thị trường.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Các yêu cầu chung đối với tổ chức điều hành các hệ thống chứng nhận. ISO/IEC. Tài liệu số 65. 1996. USS 42. Có tại Kho lưu trữ của Tổ chức ISO tại www.iso.ch/. Quy định các yêu cầu chung đối với bên thứ ba điều hành hệ thống chứng nhận hàng hóa.

Nhãn hiệu CE. Trang web www.cc-marking.org. Cung cấp thông tin về nhãn hiệu CE của châu Âu

Lý tưởng là, nhãn hiệu chứng nhận sản phẩm phải chứng minh cho người tiêu dùng biết rằng sản phẩm đó đã đáp ứng và tiếp tục đáp ứng các tiêu chuẩn đã được thừa nhận chung cho sản phẩm hoặc dịch vụ đó. Các bên có liên quan khác, như cơ quan quản lý, có thể yêu cầu nhãn hiệu thể hiện được rằng tổ chức thực hiện đánh giá mức độ phù hợp của sản phẩm có thẩm quyền làm như vậy.

Các lý do của việc chứng nhận

Nhu cầu đối với việc chứng nhận sản phẩm phát sinh vì một hay các lý do sau:

- *Người bán* muốn xây dựng uy tín của mình, mở rộng thị trường, nâng cao khả năng cạnh tranh, quảng bá sản phẩm mới, v.v.
- *Người mua* (cá nhân, nhà đầu cơ, nhà sản xuất, cán bộ mua bán công, nhà nhập khẩu, v.v.) muốn sự đảm bảo về chất lượng hàng hóa họ mua.
- *Pháp luật* để bảo vệ sức khỏe và sự an toàn của người tiêu dùng nên yêu cầu các sản phẩm mang nhãn hiệu chứng nhận. Ví dụ, một số sản phẩm xuất hiện trong danh mục của các Quy chế về sản phẩm của Ủy ban châu Âu (EU) được yêu cầu gắn nhãn hiệu “CE”, và một số sản phẩm điện và điện tử không được phép bán ở thị trường Ca-na-đa nếu không được gắn nhãn hiệu của Hiệp hội tiêu chuẩn của Ca-na-đa (CSA).

Sản phẩm chứng nhận do bên thứ ba sản xuất (nghĩa là độc lập về người tiêu dùng, người bán và người mua) đã số được người mua, người nhập khẩu và các cơ quan quản lý chấp nhận. Rất nhiều cơ quan xây dựng tiêu chuẩn quốc gia cung cấp dịch vụ chứng nhận sản phẩm cho bên thứ ba, bao gồm việc dán nhãn chứng nhận trên sản phẩm, cùng với số tham chiếu về tiêu chuẩn quốc gia được sử dụng như tiêu chuẩn kiểm tra hàng hóa. Ở một số nước, việc chứng nhận sản phẩm còn được sử dụng bởi các hiệp hội ngành nghề và thương mại, các tổ chức nhà nước hoặc các tổ chức chứng nhận tư nhân – cụ thể là các sản phẩm điện được chứng nhận bởi KEMA, một công ty của Hà Lan hoặc chứng nhận về các sản phẩm dầu nhờn bởi Hiệp hội các Nhà sản xuất dầu nhờn ở Hoa Kỳ.

Tài liệu hướng dẫn ISO/IEC 65:1996, *Các yêu cầu chung đối với tổ chức quản lý hệ thống chứng nhận sản phẩm*, đưa ra các yêu cầu nhằm bảo đảm việc quản lý, vận hành hệ thống chứng nhận của bên thứ ba theo cách thức phù hợp và tin cậy. Tài liệu ISO/IEC 65 giúp các tổ chức chứng nhận sản phẩm nhận được sự chấp nhận ở trong nước và quốc tế và vì thế, thúc đẩy thương mại quốc tế và đáp ứng các yêu cầu liên quan đến việc đánh giá sự tuân thủ Hiệp định của WTO về rào cản kỹ thuật đối với thương mại.

*Định giá
quyền sở hữu trí tuệ*

72. Có cần định giá quyền sở hữu trí tuệ không?

Sở hữu trí tuệ ngày càng được thừa nhận là một tài sản và công cụ của doanh nghiệp với những đóng góp đáng kể vào sự thành công của doanh nghiệp, và do tiềm năng của sở hữu trí tuệ đối với các doanh nghiệp trong việc tạo ra giá trị từ tài sản trí tuệ của mình đã dẫn tới nhu cầu ngày càng gia tăng về phương pháp định giá quyền sở hữu trí tuệ.

Cần phân biệt cẩn thận giữa *giá* và *giá trị* của tài sản trí tuệ. Giá thường được định nghĩa là những gì người mua sẵn sàng chi trả trong một giao dịch bình thường căn cứ trên giá trị của hàng hóa. Giá trị là một thuật ngữ trừu tượng, nhưng có chất lượng xác định mà việc tính toán được dựa trên một hệ thống các phương pháp và nguyên tắc được kiểm tra theo trình tự. Nói cách khác, việc định giá tài sản trí tuệ có thể ảnh hưởng đến giá của một tài sản trí tuệ, nhưng điều này không nhất thiết giống như việc xác định giá cho sản phẩm. Việc xác định giá cho sản phẩm thường bị ảnh hưởng bởi rất nhiều yếu tố như thời gian, nhu cầu, lý do bán và kỹ năng đàm phán của các bên có liên quan.

Các công cụ được sử dụng để định giá tài sản trí tuệ giúp cho doanh nghiệp quản lý được tài sản sở hữu trí tuệ của mình một cách có hiệu quả và năng suất hơn, việc định giá tài sản trí tuệ tạo ra một tiêu chuẩn hữu ích và là cơ sở để đàm phán trong trường hợp chuyển giao hoặc mua bán tài sản trí tuệ.

Trước khi tiến hành định giá tài sản trí tuệ, doanh nghiệp cần trả lời các câu hỏi sau:

- Tại sao doanh nghiệp quyết định định giá quyền sở hữu trí tuệ của mình?
- Khi nào sẽ cần đến và sử dụng thông tin (các kết quả định giá)?
- Quyền sở hữu trí tuệ nào sẽ được định giá?
- Phương pháp định giá nào sẽ được sử dụng?

Những điều cần lưu ý khi định giá tài sản trí tuệ

Phạm vi và điểm mạnh của yêu cầu bảo hộ trong bằng độc quyền sáng chế hoặc điểm mạnh của tài sản trí tuệ có vai trò quan trọng trong toàn bộ quá trình định giá. Việc bảo hộ rộng (bảo hộ ở nhiều quốc gia) có thể làm tăng giá trị của sản phẩm. Tuy nhiên, điều này cũng phụ thuộc vào cách người định giá hiểu được điểm mạnh của cơ chế thực thi quyền sở hữu trí tuệ ở các nước có liên quan.

Mức độ hệ thống hóa và việc một người có thể sử dụng có hiệu quả các thông tin được hệ thống hóa có trong sản phẩm cũng ảnh hưởng đến việc định giá.

Giá trị của sản phẩm có thể tăng lên khi độ khó để xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ của sản phẩm cao hơn. Mặt khác, sự tồn tại của các sản phẩm thay thế được bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ tốt có thể ảnh hưởng tiêu cực tới giá trị của sản phẩm.

Vì thế, doanh nghiệp cần tiến hành nghiên cứu để xác định các vấn đề liên quan đến quyền sở hữu trí tuệ nêu trên nhằm thấy được các tác động (tích cực hoặc tiêu cực) đến giá trị sản phẩm và tài sản của doanh nghiệp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Danh mục các tài liệu về định giá sở hữu trí tuệ. WIPO. Trang web www.wipo.int/sme/en/documents/valuationdocs. Các đường dẫn tới các tài liệu về sở hữu trí tuệ, gồm các vấn đề cần được cân nhắc và các chiến lược.

Tài sản trí tuệ: Định giá và vốn hóa. Ủy ban kinh tế của Liên hợp quốc về châu Âu. Năm 2003. Trang web www.unece.org/enterp/documents/valuationpub.pdf. Gồm các bài báo của nhiều chuyên gia về định giá và thương mại hóa tài sản trí tuệ.

73. Tại sao và khi nào quyền sở hữu trí tuệ nên được đánh giá và định giá?

Đối với doanh nghiệp, có rất nhiều lý do để định giá tài sản trí tuệ mang lại lợi ích cho họ: quản lý nội bộ tài sản trí tuệ, li-xăng, sáp nhập, chuyển nhượng (bán) tài sản trí tuệ, mua tài sản trí tuệ, tham gia các hợp đồng liên doanh, thiết lập các liên minh chiến lược, huy động vốn, đầu tư phát triển hơn nữa tài sản trí tuệ, v.v. Các lý do và các loại tài sản trí tuệ cụ thể được định giá có vai trò quan trọng đến việc lựa chọn phương pháp định giá.

Giá trị của tài sản trí tuệ có thể khác nhau nếu sử dụng phương pháp định giá khác nhau. Các yếu tố khác như kinh nghiệm và sự sẵn có của dữ liệu để thực hiện một phương pháp cụ thể cũng có thể ảnh hưởng đến việc lựa chọn phương pháp định giá.

Quyền sở hữu trí tuệ (ví dụ, bằng độc quyền sáng chế) có thể được định giá cao hơn nếu thời hạn bán hoặc li-xăng không trùng với thời điểm giới thiệu một công nghệ bổ sung hoặc thay thế hoặc công nghệ có hiệu quả trên thị trường. Vì thế, việc có kiến thức đầy đủ về xu hướng của ngành hoặc công nghệ khi tiến hành định giá là rất quan trọng.

Việc doanh nghiệp hiểu được lý do cần định giá tài sản trí tuệ và thời điểm tiến hành định giá cũng là rất quan trọng. Các kiến thức cơ bản về công cụ được sử dụng để định giá có thể là rất hữu ích trong việc lựa chọn và ra quyết định công cụ trợ giúp thích hợp nhất. Xem Câu hỏi 74.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Lựa chọn và áp dụng các phương pháp định giá trong quản lý tài sản trí tuệ và xác định giá trị của chúng. S. Khoury, J. Daniele và P. Germeraad. Inavisis. Trang web www.inavisis.com/articles/portfoliomanagement.pdf. Tổng quan về các phương pháp định giá tài sản trí tuệ khác nhau và các điều kiện áp dụng đối với việc lựa chọn các phương pháp.

Danh mục các tài liệu về định giá tài sản trí tuệ. WIPO. Trang web www.wipo.int/sme/en/documents/valuationdocs. Các đường dẫn tới các tài liệu về tài sản trí tuệ, gồm các vấn đề cần được cân nhắc và các chiến lược.

74. Tài sản trí tuệ được định giá như thế nào?

Có một số phương pháp tiến hành định giá tài sản trí tuệ. Mỗi phương pháp có ưu điểm và nhược điểm riêng và một số phương pháp có tính áp dụng cao hơn các phương pháp khác trong các trường hợp và vụ việc cụ thể. Hiện nay, các phương pháp sau được sử dụng một cách rộng rãi.⁹

- **Phương pháp dựa vào thu nhập.** Đây là phương pháp định giá tài sản trí tuệ được sử dụng một cách phổ biến nhất. Có nhiều dạng khác nhau của phương pháp dựa vào thu nhập và đôi khi, các biến thể được gọi là các phương pháp riêng biệt. Về cơ bản, phương pháp này tập trung vào nguồn thu nhập ước tính mà chủ thể quyền sở hữu trí tuệ mong muốn nhận được trong thời gian hiệu lực của quyền sở hữu trí tuệ, vì vậy, phương pháp này sử dụng khấu hao nguồn tiền mặt để tạo ra giá trị hiện tại cho nguồn thu nhập tương lai. Có thể ước tính được nguồn thu nhập khi nhìn vào số tiền mà doanh nghiệp thu được từ phí li-xăng nếu doanh nghiệp li-xăng một quyền sở hữu trí tuệ cụ thể. Nhược điểm cơ bản của phương pháp này là sự phức tạp của nó. Biến thể chính của phương pháp này là:

Giảm trừ phí li-xăng. Trong biến thể này, mức phí sẽ được tính nhằm ước tính nguồn tiền mặt/lợi nhuận dự kiến hoặc vốn hóa lợi nhuận/nguồn tiền mặt trung bình. Tỷ lệ phí có thể được xác định bằng cách sử dụng các tỷ lệ hiện có trong các loại hợp đồng (li-xăng) tương tự hoặc các dữ liệu hiện có từ bảng phí chuẩn.

- **Phương pháp dựa vào chi phí.** Phương pháp này được sử dụng để ước tính các lợi ích trong tương lai của tài sản trí tuệ bằng cách tính số tiền cần để thay thế tài sản trí tuệ được đề cập. Phương pháp này cũng có thể được áp dụng với các biến thể:
 - **Chi phí tái sản xuất.** Nếu hồ sơ được giữ tốt, các chi phí tái sản xuất có thể được tính bằng cách tổng gộp, theo giá hiện hành, số tiền được sử dụng để phát triển tài sản trí tuệ được đề cập (phương pháp này còn được biết đến là xu hướng giá gốc). Nếu hồ sơ không được lưu giữ tốt, chi phí tái sản xuất có thể được ước tính bằng cách cộng gộp tiền công và chi phí cần thiết để tạo ra tài sản tương tự.
 - **Chi phí thay thế.** Số tiền cần để có được tài sản trí tuệ có cùng tính năng. Việc khấu trừ chi phí của tài sản trí tuệ có liên quan phải được thực hiện trong khi tính chi phí thay thế/tái sản xuất trước khi đưa ra giá/giá trị cuối cùng.

Phương pháp dựa vào chi phí là rất hữu ích khi xem xét các quyền sở hữu trí tuệ có trong các tài sản vô hình như phần mềm máy tính, bản vẽ kỹ thuật, kiểu dáng bao bì và mạng lưới phân phối. Phương pháp này thường được sử dụng làm phương pháp bổ sung cho phương pháp dựa vào thu nhập. Nhược điểm chính của phương pháp này là cơ hội dẫn đến kết quả nhầm lẫn cao. Sở dĩ như vậy là do trong hầu hết các trường hợp, chi phí liên quan đến việc phát triển một thứ gì đó không nhất thiết liên quan một cách trực tiếp đến giá trị của nó. Điều này là đặc biệt đúng trong hoạt động nghiên cứu và triển khai.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài sản trí tuệ: Định giá và vốn hóa. Ủy ban kinh tế của Liên hợp quốc về châu Âu. Năm 2003. Trang web www.unece.org/enterp/documents/valuationpub.pdf. Gồm các bài báo của nhiều chuyên gia về định giá và thương mại hóa tài sản trí tuệ.

Tính điểm cho tài sản trí tuệ (IPScore®). Cơ quan Sáng chế và Nhãn hiệu Đan Mạch. Trang web www.ipscore.com. Cung cấp tổng quan về phương pháp luận của IPScore® về định giá và thông tin về các dạng báo cáo và quản lý tài sản trí tuệ

- **Phương pháp dựa vào thị trường.** Phương pháp này dựa vào việc bên thứ ba sẵn sàng chi để mua hoặc thuê tài sản trí tuệ. Phương pháp này cũng có thể được sử dụng bổ sung cho phương pháp dựa vào thu nhập. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng một số doanh nghiệp coi đây là phương pháp tốt nhất vì tính đơn giản và khả năng sử dụng thông tin thị trường. Điểm yếu của phương pháp này là không cung cấp được thông tin về cách xử lý các đặc điểm riêng biệt của các giao dịch cụ thể. Giống như các phương pháp định giá khác, phương pháp dựa vào thị trường cũng có các biến thể, bao gồm:
 - **Phương pháp so sánh doanh thu.** Những người sử dụng biến thể này dựa vào việc định giá một tài sản trí tuệ tương tự trên thị trường. Nhược điểm chính của phương pháp này là do mỗi giao dịch tài sản trí tuệ là duy nhất nên hầu như không thể gặp một thỏa thuận tương tự để có thể làm căn cứ cho việc định giá mới.
 - **Sử dụng mức phí chuẩn.** Phương pháp này sử dụng mức phí chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp chuẩn được thiết lập. Một số ngành công nghiệp thiết lập và sử dụng mức phí chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp một cách tự nguyện trong vài năm.
- **Các phương pháp tùy chọn dựa vào giá cả.** Các phương pháp này thường được sử dụng trong việc xác định giá trị thị trường của quyền lựa chọn mua cổ phiếu của doanh nghiệp. Những người định giá tài sản trí tuệ (đặc biệt là sáng chế) trong lĩnh vực công nghệ và công nghiệp được phẩm sử dụng các phương pháp này ngày càng nhiều. Trong khi tồn tại các phương pháp định giá có tính “rủi ro trung bình” khác, phương pháp định giá tùy chọn được coi là có ưu điểm hơn cả. Giống như các phương pháp khác, phương pháp này cũng có các biến thể, như phương pháp định giá tùy chọn của Black-Scholes, Technology Risk-Reward Units (TRRU[®]) và IPscore[®] được xây dựng bởi Cơ quan Sáng chế và Nhãn hiệu Đan Mạch và có tại www.ipscore.com.

Vấn đề chính đối với các phương pháp tùy chọn này là sự phức tạp tương đối của chúng.

Huy động vốn

75. Sở hữu trí tuệ có thể giúp huy động vốn cho doanh nghiệp như thế nào?

Tài sản trí tuệ có thể hỗ trợ bạn trong việc huy động các nguồn tài chính cho doanh nghiệp từ các nhà đầu tư.

Để tiến hành việc đánh giá yêu cầu hỗ trợ về vốn hoặc vay vốn, nhà đầu tư (có thể là ngân hàng, quỹ chính phủ, nhà tư bản liên doanh hoặc một người cấp vốn kinh doanh) sẽ đánh giá xem liệu sản phẩm hoặc dịch vụ của công ty bạn có tiềm năng thị trường thực sự không. Để đánh giá một kế hoạch kinh doanh hoặc xuất khẩu, họ sẽ tìm kiếm các thông tin về:

- Công nghệ đó chưa được bán trên thị trường (hoặc ít nhất là không được bán với giá rẻ hơn giá trên thị trường),
- Thị trường có nhu cầu về sản phẩm, và
- Bạn sẽ không vướng vào các vấn đề lớn (luật pháp hoặc vấn đề khác) mà sẽ gây trở ngại cho bạn trong việc thương mại hóa sản phẩm của mình.

Việc đệ trình một chiến lược sở hữu trí tuệ chắc chắn với các tài liệu về đơn yêu cầu bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, thông tin về tra cứu sáng chế để chứng minh rằng công nghệ của bạn sẽ không xâm phạm độc quyền sáng chế của đối thủ cạnh tranh và các hợp đồng (li-xăng) với chủ sở hữu bằng độc quyền sáng chế cho phép bạn sử dụng công nghệ cần cho việc thương mại hóa sản phẩm được đề cập nhìn chung là cần thiết để đảm bảo sự đầu tư từ các nhà đầu tư mạo hiểm. Quyền sở hữu trí tuệ đối với kết quả sáng tạo hoặc các đổi mới liên quan đến sản phẩm hoặc dịch vụ mà một doanh nghiệp dự kiến tiếp thị, sự bảo đảm mức độ độc quyền nhất định và, theo đó là thị phần cao hơn nếu sản phẩm hoặc dịch vụ đó được chứng minh về sự thành công đối với người tiêu dùng.

Do vậy, quyền sở hữu trí tuệ đóng vai trò quan trọng trong việc thuyết phục các nhà đầu tư và người cho vay về cơ hội thị trường mở ra đối với doanh nghiệp để thương mại hóa sản phẩm và dịch vụ được đề cập. Đôi khi, một sáng chế mạnh duy nhất có thể mở ra nhiều cơ hội huy động vốn.

Các nhà đầu tư và người cho vay khác nhau có thể định giá tài sản trí tuệ theo các cách khác nhau và có thể coi trọng quyền sở hữu trí tuệ khác nhau. Tuy nhiên, xu thế rõ ràng đang phát triển hướng tới sự tín nhiệm ngày càng lớn đối với tài sản trí tuệ như là nguồn lợi thế cạnh tranh đối với các doanh nghiệp. Vì thế, các nhà đầu tư và người cho vay đang tập trung ngày càng nhiều vào các doanh nghiệp quản lý tốt các tài sản trí tuệ, mặc dù họ gặp phải rất nhiều khó khăn và vấn đề mới ngay cả ở các nước phát triển khi đang cố gắng hoàn thiện các lợi tức trong tài sản trí tuệ.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Các doanh nghiệp vừa và nhỏ có thể sử dụng sở hữu trí tuệ để huy động vốn không? WIPO. Trang web www.wipo.int/sme/en/ip_business/finance/ip_assets_financing.htm. Bàn luận về việc sử dụng tài sản trí tuệ như là công cụ tài chính.

76. Tài sản trí tuệ có thể được chứng khoán hóa không?

Cho vay một phần hoặc toàn bộ dựa vào tài sản trí tuệ là một hiện tượng xảy ra gần đây, hiện tượng này chỉ thực sự được phát triển ở một số ít các quốc gia và ở một vài thị trường rất cụ thể.

Chứng khoán hóa thường đề cập đến việc tập hợp các tài sản tài chính khác nhau và việc phát hành cổ phiếu được đảm bảo bằng các tài sản đó. Về nguyên tắc, những tài sản này có thể là yêu cầu bất kỳ mà có nguồn tiền mặt có thể dự đoán được một cách hợp lý, hoặc thậm chí là nguồn thu độc quyền trong tương lai. Vì vậy, chứng khoán hóa là một khả năng đối với việc thanh toán trong tương lai các khoản phí chuyển giao li-xăng sáng chế, nhãn hiệu hoặc bí mật thương mại, hoặc từ các bản nhạc hoặc quyền thu âm của nhạc sỹ. Trên thực tế, một trong số những ví dụ điển hình nhất về chứng khoán hóa trong những năm gần đây liên quan đến việc thanh toán tiền thù lao bản quyền của ca sỹ David Bowie ở Hoa Kỳ.

Hiện tại, thị trường cho các loại cổ phiếu dựa vào tài sản trí tuệ vẫn nhỏ vì số lượng người mua và người bán vẫn còn ít và hạn chế. Nhìn chung, thị trường ưa chuộng các tài sản hữu hình hơn là các tài sản vô hình. Do thị trường cho các tài sản trí tuệ vẫn chưa phát triển và các kỹ thuật định giá tài sản trí tuệ chưa đủ chính xác, nên giá trị được đánh giá vẫn chưa có độ tin cậy cao. Ngoài ra, tài sản trí tuệ (đặc biệt là sáng chế) thường đòi hỏi kiến thức chuyên môn cao về một lĩnh vực công nghệ nhất định để có thể hiểu được một cách chính xác và khai thác một cách có hiệu quả, mà những người cho vay thường thiếu các kiến thức chuyên môn này.

Tuy nhiên, do tài sản trí tuệ ngày càng tạo ra nhiều tiền nên các cơ hội để chứng khoán hóa ngày càng nhiều hơn. Sự phát triển của thị trường đã và đang nâng cao chất lượng và số lượng thông tin cho cả người vay và người cho vay. Ví dụ, ngày càng có nhiều doanh nghiệp công nghệ dựa vào các quyền sở hữu trí tuệ là nguồn tài sản và thu nhập chính của doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp trong lĩnh vực công nghệ sinh học và phần mềm. Tương tự, tổng số doanh thu từ hợp đồng li-xăng ngày càng tăng và việc sử dụng các nguồn phí có được từ các hợp đồng li-xăng đang được sử dụng để quyết định giá trị của tài sản trí tuệ.

Một số quỹ đầu tư mạo hiểm của chính phủ cũng bắt đầu chấp nhận tài sản trí tuệ như là tài sản bảo lãnh cho các khoản vay.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Lợi tức trong quyền sở hữu trí tuệ: Một phương pháp so sánh quốc tế. Howard P. Knopf. Ủy ban Pháp luật Canada. Trang web www.lcc.gc.ca/en/themes/er/fsi/knopf/knopf.pdf.

Chứng khoán hóa và định giá tài sản trí tuệ. PricewaterhouseCoopers. Năm 2002. Trang web www.pwcjp-tax.com/eg/library/gets/21/2107e.pdf. Giới thiệu tổng quan về chứng khoán hóa và định giá tài sản trí tuệ từ khía cạnh tài chính của tài sản trí tuệ.

*Thương mại điện tử và
ứng dụng công nghệ thông tin*

77. Tại sao phải lưu ý đến các vấn đề sở hữu trí tuệ khi tham gia thương mại điện tử?

Sở hữu trí tuệ là một yếu tố quan trọng của thương mại điện tử. Không giống như các hệ thống thương mại khác, thương mại điện tử thường liên quan đến việc bán các sản phẩm và dịch vụ dựa vào quyền sở hữu trí tuệ và li-xăng quyền sở hữu trí tuệ. Các bản nhạc, tranh, ảnh, phần mềm, kiểu dáng, môđun đào tạo và các hệ thống v.v. đều có thể được mua bán thông qua thương mại điện tử và quyền sở hữu trí tuệ là bộ phận cấu thành giá trị chủ yếu của các giao dịch này. Sở hữu trí tuệ là rất quan trọng vì các sản phẩm có giá trị được mua bán trên Internet đều phải được bảo hộ bằng cách sử dụng các hệ thống bảo mật bằng công nghệ và hệ thống pháp luật sở hữu trí tuệ, nếu không, chúng có thể bị ăn cắp hoặc sao chép trái phép và tất cả các doanh nghiệp sẽ bị hủy hoại.

Sở hữu trí tuệ còn liên quan đến việc tạo ra các sản phẩm của thương mại điện tử. Các hệ thống làm cho Internet hoạt động - như phần mềm, hệ thống mạng, thiết kế, vi mạch, thiết bị định tuyến và bộ phận kết nối, giao diện của người sử dụng, v.v. - thường cũng được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ. Nhân hiệu là bộ phận quan trọng trong kinh doanh thương mại điện tử vì thương hiệu, sự công nhận của khách hàng và sự tín nhiệm - các yếu tố cơ bản của kinh doanh qua mạng - đều được bảo hộ bởi nhân hiệu và luật chống cạnh tranh không lành mạnh.

Thương mại điện tử và kinh doanh trên Internet cũng có thể dựa vào hợp đồng li-xăng sản phẩm hoặc sáng chế. Sở dĩ như vậy là vì cần có nhiều công nghệ khác nhau để tạo ra một sản phẩm mà các công ty thường chọn để thuê nguồn lực bên ngoài nhằm phát triển một số bộ phận hoặc chia sẻ công nghệ thông qua các hợp đồng li-xăng. Nếu mọi công ty đều phải phát triển và sản xuất tất cả các bộ phận cấu thành công nghệ liên quan đến sản phẩm của họ một cách độc lập thì không có sự phát triển của các sản phẩm công nghệ cao. Nguyên lý kinh tế của thương mại điện tử phụ thuộc vào việc các công ty phối hợp với nhau để chia sẻ các cơ hội và rủi ro trong kinh doanh thông qua hợp đồng li-xăng. Phần lớn các công ty đó là các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Và cuối cùng, một giá trị lớn của các doanh nghiệp dựa vào thương mại điện tử thường tồn tại dưới hình thức sở hữu trí tuệ, vì vậy, việc định giá doanh nghiệp thương mại điện tử sẽ bị ảnh hưởng bởi việc liệu doanh nghiệp đó đã bảo hộ các quyền sở hữu trí tuệ của họ hay chưa. Giống như các công ty công nghệ khác, nhiều công ty thương mại điện tử có **danh mục sáng chế, nhân hiệu, tên miền, phần mềm hoặc cơ sở dữ liệu gốc** mà có giá trị hơn nhiều so với các tài sản hữu hình có giá trị nhất của doanh nghiệp mình.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Sở hữu trí tuệ trên Internet: Khảo sát các vấn đề. WIPO. Năm 2002. Trang web: <http://ecommerce.wipo.int/survey>.
Bản luận về tác động sâu xa của công nghệ số, đặc biệt là Internet, đối với sở hữu trí tuệ và hệ thống sở hữu trí tuệ quốc tế.

eBusiness lex.net. Trang web www.ebusinesslex.net. Cổng thông tin điện tử cung cấp cho các công ty châu Âu, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs), thông tin về các khía cạnh pháp lý của thương mại điện tử.

Hướng dẫn pháp lý đối với Internet. Tái bản lần 4. Công ty Merchant và Gould và Cơ quan Thương mại và Phát triển kinh tế bang Minnesota. Năm 2002. Phát hành miễn phí. Văn phòng Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ bang Minnesota, 500 Metro Square, 121 Seventh Plance East, St. Paul, MN 55101, Hoa Kỳ. Điện thoại: +1 651 296 3871. Trang web www.merchantgould.com/attachments/11.pdf. Bản luận về các vấn đề sở hữu trí tuệ phát sinh khi kinh doanh trên Internet. Bao gồm các vấn đề về sở hữu trí tuệ và pháp lý trong việc sử dụng thư điện tử, video điện tử, thương mại điện tử, liên quan đến tên miền, việc sử dụng nhân hiệu, sáng chế và quyền tác giả trên Internet, cùng với các vấn đề khác liên quan đến hợp đồng và nhân công, chủ yếu là từ quan điểm của Hoa Kỳ.

78. Các vấn đề sở hữu trí tuệ liên quan đến việc lựa chọn và đăng ký tên miền?

Tên miền là các địa chỉ Internet và được sử dụng một cách phổ biến để nhận diện và tìm các trang web. Ví dụ, tên miền 'wipo.int' được sử dụng để xác định trang web của WIPO tại địa chỉ www.wipo.int. Qua thời gian, tên miền đã trở thành “công cụ nhận diện” đối với doanh nghiệp, và chúng trở nên xung đột với nhãn hiệu. Do đó, điều quan trọng là phải lựa chọn một tên miền không phải là nhãn hiệu của một công ty khác hoặc một nhãn hiệu nổi tiếng.

Việc lựa chọn **tên miền** (hoặc địa chỉ Internet) đã trở thành một trong số những quyết định kinh doanh quan trọng nhất của một công ty. Tên miền mà bạn đăng ký cho phép những người sử dụng Internet có thể nhận diện được công ty bạn trên Mạng lưới toàn cầu (World Wide Web). Tên miền của công ty có thể được đăng ký trong số bất kỳ của “mã tên miền cấp cao” (TLDs). Bạn có thể lựa chọn từ các “mã tên miền cấp cao chung” (gTLDs), như .com, .org và .info. Hoặc bạn có thể lựa chọn từ các mã tên miền cấp cao chuyên ngành và có giới hạn nếu như bạn đủ điều kiện (ví dụ: .aero cho các doanh nghiệp vận tải và hàng không hoặc .biz cho các doanh nghiệp thương mại).

Bạn cũng có thể đăng ký tên miền của mình theo “mã tên miền cao cấp nhất của quốc gia” (ccTLD), ví dụ: .bn cho Bungari, .cn cho Trung Quốc, .ch cho Thụy Sĩ.

Việc quản lý kỹ thuật đối với hệ thống tên miền thuộc về Cơ quan Quản lý tên miền quốc tế (ICANN). Tuy nhiên, việc đăng ký các tên miền gTLDs được thực hiện bởi một số Tổ chức đăng ký tên miền được ICANN ủy quyền. Có thể xem danh sách các tổ chức đăng ký được ICANN ủy quyền trên trang web của ICANN tại địa chỉ: www.icann.org. Bạn cũng có thể kiểm tra xem liệu một tên miền đã được đăng ký hay chưa bằng cách tra cứu trên trang web của tổ chức đăng ký tên miền hoặc sử dụng công cụ tra cứu “Ai là” (Who is) có tại www.uwhois.com.

Để đăng ký tên miền ccTLDs, bạn phải liên hệ với Cơ quan đăng ký có thẩm quyền của mỗi ccTLD. Về vấn đề này, hãy tham khảo cơ sở dữ liệu ccTLD của WIPO được kết nối với trang web của 243 ccTLD mà bạn có thể tìm thấy thông tin về hợp đồng đăng ký ccTLD của họ, dịch vụ “Who is” và các thủ tục giải quyết tranh chấp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Hướng dẫn pháp lý đối với Internet. Tái bản lần 4. Công ty Merchant và Gould và Cơ quan Thương mại và Phát triển kinh tế bang Minnesota. Năm 2002. Phát hành miễn phí. Văn phòng Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ bang Minnesota, 500 Metro Square, 121 Seventh Plance East, St. Paul, MN 55101, Hoa Kỳ. Điện thoại: +1 651 296 3871. Trang web www.merchantgould.com/attachments/11.pdf. Bàn luận về các vấn đề sở hữu trí tuệ phát sinh khi kinh doanh trên Internet. Bao gồm các vấn đề về sở hữu trí tuệ và pháp lý trong việc sử dụng thư điện tử, video điện tử, thương mại điện tử, liên quan đến tên miền, việc sử dụng nhãn hiệu, sáng chế và quyền tác giả trên Internet, cùng với các vấn đề khác liên quan đến hợp đồng và nhân công, chủ yếu là từ quan điểm của Hoa Kỳ.

Cơ quan Quản lý tên miền quốc tế (ICANN). Trang web www.icann.org/faq. Trả lời các câu hỏi thường gặp liên quan đến việc đăng ký tên miền, kể cả các vấn đề về sở hữu trí tuệ.

Tranh chấp tên miền. WIPO. Trang web <http://arbitrator.wipo.int/center/faq/domains.html#b>. Một loạt tài liệu về tranh chấp tên miền và giải quyết về tranh chấp tên miền.

79. Khi đăng ký tên miền phải lưu ý điều gì?

Tùy thuộc vào việc bạn đăng ký ở đâu, bạn có thể chọn một tên chung được sử dụng phổ biến, nhưng nếu bạn lựa chọn một tên miền có tính phân biệt thì người sử dụng có thể nhớ và tra cứu tên miền đó một cách dễ dàng. Lý tưởng nhất là tên miền có tính phân biệt cũng sẽ được bảo hộ theo pháp luật nhãn hiệu vì ở một số nước tên miền có thể được bảo hộ như nhãn hiệu. Nếu bạn chọn một cụm từ rất phổ biến làm tên miền (ví dụ “Good Software”) thì công ty của bạn có thể rất khó khăn trong việc tạo dựng danh tiếng hoặc uy tín đặc biệt bất kỳ với tên gọi này, và thậm chí gặp khó khăn trong việc ngăn cấm người khác sử dụng tên của bạn trong cạnh tranh.

Bạn nên chọn một tên miền không phải là nhãn hiệu của một công ty khác, đặc biệt là nhãn hiệu nổi tiếng. Sở dĩ như vậy là vì hầu hết pháp luật nhãn hiệu coi việc đăng ký nhãn hiệu của người khác làm tên miền là hành vi xâm phạm nhãn hiệu (hay còn gọi là “chiếm dụng tên miền”) và công ty của bạn phải chuyển giao hoặc hủy bỏ tên miền đó, cũng như phải đền bù thiệt hại. Mọi tên miền gTLDs như .com và một số tên miền ccTLDs là đối tượng được giải quyết tranh chấp theo quy trình mà cho phép chủ sở hữu nhãn hiệu hàng hóa hoặc nhãn hiệu dịch vụ ngăn chặn việc “chiếm dụng tên miền” đối với nhãn hiệu của họ (xem chi tiết dưới đây).

Bạn có thể tra cứu nhiều cơ sở dữ liệu trên web để xác định liệu việc lựa chọn tên miền của bạn có phải là nhãn hiệu đã được đăng ký ở một nước bất kỳ hay chưa. WIPO đã thiết lập một cổng cơ sở dữ liệu nhãn hiệu (tại địa chỉ <http://ecommerce.wipo.int/databases/trademark>) để giúp bạn thực hiện việc tra cứu này.

Nếu thấy một ai đó đang sử dụng nhãn hiệu hàng hóa hoặc nhãn hiệu dịch vụ của bạn làm tên miền thì có một thủ tục trực tuyến đơn giản mà bạn có thể tiến hành, theo đó một chuyên gia độc lập sẽ xác định liệu có phải trả lại tên miền đó cho bạn hay không và các tổ chức đăng ký tên miền được yêu cầu phải tuân thủ quyết định này. Bạn có thể tìm thêm thông tin về Chính sách giải quyết tranh chấp tên miền thống nhất (UDRP) trên trang web của WIPO tại địa chỉ <http://arbiter.wipo.int/domains>.

Ngoài nhãn hiệu, tên miền còn phải tránh bao gồm một số từ ngữ gây tranh cãi mà có thể xâm phạm quyền của người khác hoặc của các hệ thống bảo hộ quốc tế như các tên địa lý (ví dụ, Champagne, Beaujolais), tên của người nổi tiếng, tên gọi phổ biến, tên của các tổ chức quốc tế và tên thương mại (ví dụ, tên doanh nghiệp của người khác).

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Cơ quan Quản lý tên miền quốc tế (ICANN). Trang web www.icann.org/faq. Trả lời các câu hỏi thường gặp liên quan đến việc đăng ký tên miền, bao gồm cả các vấn đề về sở hữu trí tuệ.

Câu hỏi thường gặp: Tên miền Internet. WIPO. Trang web <http://arbiter.wipo.int/domains>. Cung cấp đường dẫn đến một số bài viết, ấn phẩm, câu hỏi thường gặp, vấn đề mới về tên miền cũng như các thông tin liên quan đến tranh chấp tên miền.

Trang web tên miền Internet toàn cầu “Who is”. Trang web: www.uwhois.com. Công cụ tra cứu để nhận dạng chủ sở hữu tên miền đã đăng ký.

80. Khi thiết kế và xây dựng trang web của công ty, bạn phải lưu ý đến những vấn đề sở hữu trí tuệ nào?

Một trong số những yếu tố cơ bản của thương mại điện tử là thiết kế và chức năng của trang web. Khi thiết kế và xây dựng trang web, điều đầu tiên cần phải lưu ý là liệu bạn có sở hữu hình thức trình bày và nội dung và các vấn đề liên quan đến quyền sở hữu trí tuệ trên trang web hay không. Có thể là không, nhưng đây chưa phải là một vấn đề quan trọng. Điều quan trọng nhất là phải biết bạn sở hữu cái gì, bạn sử dụng các quyền nào và cái gì không phải là của bạn và bạn không có quyền sử dụng. Nếu bạn sử dụng một công ty tư vấn hoặc chuyên gia để thiết kế trang web, hãy kiểm tra các điều khoản liên quan đến quyền sở hữu và các quyền sở hữu trí tuệ trong hợp đồng. Ai sẽ sở hữu thiết kế và nội dung trong web? Hãy kiểm tra chính xác các nghĩa vụ của công ty và phải đảm bảo rằng trong quá trình vận hành trang web không xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ của bên thứ ba bất kỳ.

Nếu bạn đang sử dụng cơ sở dữ liệu, phần mềm, công cụ tra cứu hoặc các công cụ kỹ thuật của Internet được li-xăng từ một công ty khác, hãy kiểm tra các điều khoản của hợp đồng li-xăng để xem ai sẽ sở hữu hệ thống, liệu bạn có được phép thực hiện những sửa đổi đối với hệ thống đó hay không và ai sẽ sở hữu những sửa đổi đó. Phải bảo đảm rằng bạn có được hợp đồng bằng văn bản và đã được luật sư của bạn kiểm tra trước khi ký, cũng như trước khi bắt đầu thiết kế hoặc sửa đổi hoặc xây dựng trang web.

Bạn cần có giấy phép bằng văn bản (còn được gọi là hợp đồng li-xăng, giấy phép hoặc thỏa thuận) để sử dụng hình ảnh, video, bản nhạc, âm thanh, tác phẩm nghệ thuật hoặc phần mềm bất kỳ, v.v. thuộc quyền sở hữu của người khác. Sở dĩ như vậy là vì khi bạn thấy chúng trên Internet không có nghĩa là chúng thuộc về sở hữu công cộng. Bạn có thể phải trả tiền để được phép sử dụng những đối tượng nêu trên. Ở một số nước, bạn cần phải liên hệ với hiệp hội quản lý tập thể hoặc hiệp hội của các nghệ sĩ để được cấp phép.

Không được phát tán, đăng tải trên trang web của bạn nội dung hoặc bản nhạc bất kỳ không thuộc quyền sở hữu của bạn, trừ khi bạn được phép bằng văn bản từ chủ sở hữu cho việc phân phối chúng qua Internet.

Các đường liên kết

Hãy cẩn thận khi liên kết với các trang web khác. Các liên kết là một công cụ thương mại điện tử có hiệu quả và là một dịch vụ hữu ích đối với khách hàng của bạn, nhưng ở nhiều nước không có quy định rõ ràng về việc khi nào và cách thức mà bạn có thể sử dụng các liên kết. Cách an toàn nhất là đề nghị và có được sự cho phép từ các trang web khác trước khi thiết lập đường liên kết, đặc biệt là khi bạn "liên kết sâu", nghĩa là liên kết đến một trang của một website khác mà trang đó không phải là trang chủ.

Xây dựng cấu trúc trang web

Xây dựng cấu trúc trang web là một công việc gây nhiều tranh cãi hơn liên kết, nó có nghĩa là kết hợp các bộ phận của các trang web khác vào trang web của bạn mà như là một bộ phận trong trang web của bạn. Bạn luôn luôn phải có sự cho phép bằng văn bản trước khi thực hiện việc này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Hướng dẫn pháp lý đối với Internet. Tái bản lần 4. Công ty Merchant và Gould và Cơ quan Thương mại và Phát triển kinh tế bang Minnesota. Năm 2002. Phát hành miễn phí. Văn phòng Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ bang Minnesota, 500 Metro Square, 121 Seventh Plance East, St. Paul, MN 55101, Hoa Kỳ. Điện thoại: +1 651 296 3871. Trang web www.merchantgould.com/attachments/11.pdf. Bàn luận về các vấn đề sở hữu trí tuệ phát sinh khi kinh doanh trên Internet. Bao gồm các vấn đề về sở hữu trí tuệ và pháp lý trong việc sử dụng thư điện tử, video điện tử, thương mại điện tử, liên quan đến tên miền, việc sử dụng nhãn hiệu, sáng chế và quyền tác giả trên Internet, cùng với các vấn đề khác liên quan đến hợp đồng và nhân công, chủ yếu là từ quan điểm của Hoa Kỳ.

Sở hữu trí tuệ trên Internet: Một khảo sát về các vấn đề có liên quan. WIPO. Năm 2002. Trang web <http://ecommerce.wipo.int/survey>. Thảo luận về ảnh hưởng lâu dài của công nghệ số, đặc biệt là Internet đối với sở hữu trí tuệ và hệ thống sở hữu trí tuệ quốc tế.

81. Có thể bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ trên trang web như thế nào? Có thể áp dụng các biện pháp phòng ngừa nào để tránh xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ của người khác?

Trong những năm gần đây, chúng ta nghe nói ngày càng nhiều về phát tán trái phép các bản nhạc, phim ảnh, nghệ thuật, kịch bản và phần mềm (còn gọi là 'các nội dung') trên Internet. Việc tải xuống trái phép thường vi phạm pháp luật về quyền tác giả quốc gia.

Bảo vệ các quyền sở hữu trí tuệ của bạn trên Internet là điều quan trọng. Việc này có thể được thực hiện theo nhiều cách. Luôn luôn phải xác định rõ ràng nội dung của bạn, với một thông báo hoặc một số chỉ dẫn đơn giản về quyền sở hữu, bạn muốn nói với người sử dụng rằng họ được phép hoặc không được phép làm gì với các nội dung của bạn. **Không bao giờ được phát tán hoặc cho phép tải xuống các nội dung của bên thứ ba mà không thuộc về công ty của bạn và xây dựng các chương trình để đảm bảo rằng nhân viên của bạn hiểu được chính sách của công ty về vấn đề này.**

Vụ Napster ở Hoa Kỳ đặt ra một vấn đề quốc tế về việc tải xuống trái phép các tệp tin âm nhạc. Đây là một vụ "xâm phạm đồ thêm dầu vào lửa" dẫn đến việc tòa án ra phán quyết cấm Napster vận hành hệ thống chia nhỏ các tệp tin vì Napster đã từng bị cáo buộc là hỗ trợ người sử dụng hệ thống sao chép trái phép chứ không phải là Napster sao chép. Các vụ việc vẫn tiếp tục thử thách pháp luật về lĩnh vực này và có thể có những vấn đề khác nhau và kết quả khác nhau từ các hệ thống pháp luật khác nhau, nhưng bài học của Napster là rất quan trọng đối với các công ty thương mại điện tử để bảo đảm họ có chính sách rõ ràng tránh việc sao chép trái phép các tệp tin hay hành vi bất kỳ nhằm khuyến khích hoặc hỗ trợ việc sao chép trái phép.

Hơn nữa, một số công ty đang áp dụng các công cụ kỹ thuật để bảo vệ các nội dung trên Internet như tạo **hình mờ** (watermarking), **mã hóa** (encrypting) hoặc tạo ra các chỉ dẫn và theo theo dõi. **Các hệ thống quản lý quyền tác giả điện tử** đang được đề xuất bởi các hiệp hội doanh nghiệp và các công ty tư nhân, những đối tượng xem hệ thống này như biện pháp sử dụng phương tiện kỹ thuật để kiểm soát việc sử dụng các nội dung của họ.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Hướng dẫn pháp lý đối với Internet. Tái bản lần 4. Công ty Merchant và Gould và Cơ quan Thương mại và Phát triển kinh tế bang Minnesota. Năm 2002. Phát hành miễn phí. Văn phòng Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ bang Minnesota, 500 Metro Square, 121 Seventh Plance East, St. Paul, MN 55101, Hoa Kỳ. Điện thoại: +1 651 296 3871. Trang web www.merchantgould.com/attachments/11.pdf. Bàn luận về các vấn đề sở hữu trí tuệ phát sinh khi kinh doanh trên Internet. Bao gồm các vấn đề về sở hữu trí tuệ và pháp lý trong việc sử dụng thư điện tử, video điện tử, thương mại điện tử, liên quan đến tên miền, việc sử dụng nhãn hiệu, sáng chế và quyền tác giả trên Internet, cùng với các vấn đề khác liên quan đến hợp đồng và nhân công, chủ yếu là từ quan điểm của Hoa Kỳ.

Khía cạnh pháp lý của các hệ thống quản lý quyền điện tử. Séverine Dusollier. Centre de Recherches Informatique et Droit, Trường Đại học Namur. Trang web www.droit/fundp.ac.be/Textes/Dusoillier%204.pdf. Bàn luận về tầm quan trọng và nhu cầu về các cơ chế pháp lý của các hệ thống quản lý quyền điện tử.

Đóng gói và dán nhãn

82. Làm thế nào để có được độc quyền đối với việc sử dụng bao bì và nhãn hiệu?

Với ngoại lệ của một số mặt hàng nhất định như nguyên liệu thô không được đóng gói, ô tô và sản phẩm nội thất, phần lớn các sản phẩm được bán đều được đóng gói. Bao bì (bao gói) liên quan đến hình dáng của nhãn hàng, vật liệu và kiểu hộp được sử dụng để đóng gói sản phẩm. Bao bì là rất quan trọng nhằm:

- Hỗ trợ việc cất giữ và vận chuyển;
- Hỗ trợ việc sử dụng thiết bị vận chuyển có hiệu quả hơn;
- Bảo vệ sản phẩm;
- Hỗ trợ việc bán sản phẩm;
- Hỗ trợ việc sử dụng sản phẩm;
- Cung cấp giá trị tái sử dụng cho người tiêu dùng.

Nhãn hàng

Nhãn hàng là vật được gắn lên sản phẩm để nhận dạng hoặc đưa ra những hướng dẫn hoặc chi tiết liên quan đến chủ sở hữu, cách sử dụng, bản chất, nơi đến, v.v. của sản phẩm. Những nội dung liệt kê dưới đây là một vài trong số những yêu cầu và chức năng chung nhất của nhãn hàng:

Nhãn sản phẩm thường mô tả về thành phần nguyên liệu thô, nhà cung cấp sản phẩm và nước xuất xứ (ở một số thị trường, những mô tả này là bắt buộc). Nhãn sản phẩm cũng có thể bao gồm tên sản phẩm và mã số.

Nhãn hướng dẫn sử dụng ngày càng có vai trò quan trọng đối với nhiều sản phẩm. Một bản mô tả tóm tắt những điều cần lưu ý và bảo dưỡng sản phẩm cho người tiêu dùng nói chung. Trong trường hợp sản phẩm may mặc thì những hướng dẫn về cách giặt sẽ được chi tiết hóa. Người tiêu dùng cần nghiên cứu kỹ các thông tin này khi mua và sử dụng sản phẩm.

Nhãn cảnh báo khi vận chuyển được sử dụng trên các kiện hàng, như “Xếp theo chiều này” (This way up), “Hàng dễ vỡ” (Fragile), “Hàng nặng” (Heavy), v.v.. Các nhãn này được thiết lập theo các tiêu chuẩn quốc tế.

Sở hữu trí tuệ trong đóng gói và dán nhãn

Nhiều yếu tố trong đóng gói và dán nhãn được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ. Khi đưa ra quyết định đóng gói hoặc dán nhãn thì phải lưu ý đến các quyền sở hữu trí tuệ có liên quan và quyết định thời điểm và cách thức bảo vệ các quyền đó. Dưới đây là tóm tắt một số vấn đề chủ yếu cần được lưu ý.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Hình dáng thương mại (trade dress). Hiệp hội Nhãn hiệu quốc tế. Trang web www.inta.org/tradedress. Các thông tin cơ bản về hình dáng thương mại và “các nhãn hiệu phi truyền thống”.

Người tạo ra sản phẩm có thể bảo hộ hình dáng thương mại của mình. Sheldon và Mak. Trang web www.usip.com/articles/tradedress.htm. Bản luận về các yếu tố cấu thành hình dáng thương mại và cách thức bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với các yếu tố đó.

Các vấn đề liên quan đến bao bì được bảo hộ sáng chế. Tạp chí Packworld, số tháng 8 năm 2001. Trang web www.packworld.com/cds_print.html?rec_id=135258. Bản luận về các quyết định của tòa án Hoa Kỳ liên quan đến hiệu lực của hình dáng thương mại khi đã hết thời hiệu bảo hộ sáng chế.

- Các từ, chữ cái, tên, khẩu hiệu, hình vẽ, thiết kế, ký hiệu, yếu tố hình họa hoặc sự kết hợp của các yếu tố này, được sử dụng trong đóng gói hoặc dán nhãn, có thể được bảo hộ làm nhãn hiệu nếu chúng được sử dụng để nhận dạng hoặc phân biệt nguồn gốc của hàng hóa hoặc dịch vụ.
- Các công ty cũng có thể sử dụng **nhãn hiệu tập thể** trên bao bì hoặc nhãn hàng nhằm cùng tiếp thị các sản phẩm của một nhóm công ty hoặc hỗ trợ việc nhận diện sản phẩm, hoặc sử dụng **nhãn hiệu chứng nhận** để xác nhận rằng sản phẩm của họ tuân thủ một loạt tiêu chuẩn đã được thiết lập từ trước. Cả nhãn hiệu tập thể và nhãn hiệu chứng nhận có thể được sử dụng đồng thời với nhãn hiệu riêng của công ty.
- Một số sản phẩm có nguồn gốc địa lý riêng biệt có thể được gắn nhãn hàng, đóng gói và quảng cáo theo **chỉ dẫn địa lý**, nơi mà chất lượng, uy tín hoặc các đặc tính khác được tạo thành từ nguồn gốc địa lý và được bảo hộ làm chỉ dẫn địa lý. Đối với một số sản phẩm nhất định (rượu vang và rượu mạnh) thì điều quan trọng là các nhà xuất khẩu phải đặc biệt lưu ý không được sử dụng các cụm từ trong nhãn hàng hoặc bao bì mà được bảo hộ theo chỉ dẫn địa lý (ví dụ. "Tequila", "Champagne", "Chianti") trừ khi các sản phẩm đó được chứng nhận bởi các tổ chức có liên quan rằng sản phẩm được phép sử dụng chỉ dẫn địa lý đó.
- Trong một số trường hợp, một nhãn hàng có thể bao gồm hình ảnh, hình vẽ hoặc tác phẩm nghệ thuật hoặc mỹ thuật ứng dụng mà có thể đang được bảo hộ quyền tác giả.

Ở một số nước, thiết kế của bao bì có thể được bảo hộ theo một hoặc một số quyền sở hữu trí tuệ sau:

- Hình dáng và thiết kế của bao bì sản phẩm (nghĩa là các yếu tố trang trí hoặc thẩm mỹ của bao bì sản phẩm) có thể được bảo hộ làm **kiểu dáng công nghiệp**. Xem Câu hỏi 26.
- Hình dáng và bao bì của sản phẩm cũng có thể được coi là có khả năng phân biệt (nghĩa là nó phân biệt sản phẩm với sản phẩm cùng loại của đối thủ cạnh tranh) và do đó, cũng có thể có tác dụng và được đăng ký làm **nhãn hiệu ba chiều** (xem Câu hỏi 18). Ví dụ điển hình là hình dáng của chai Coca-Cola hoặc chai Orangina được bảo hộ làm các nhãn hiệu ba chiều.
- Cuối cùng, ở một số ít quốc gia (ví dụ, Hoa Kỳ), bao bì có tính phân biệt có thể được bảo hộ làm **hình dáng thương mại** (trade dress) nhằm ngăn cấm đối thủ cạnh tranh sử dụng các đặc điểm tương tự gây nhầm lẫn. Nhìn chung, hình dáng thương mại bảo vệ hình ảnh tổng thể của sản phẩm và có thể bao gồm cách thức phối màu, ký tự, kích thước, kiểu dáng, hình khối và cách thức bố trí từ ngữ, hình ảnh và các trang trí trên sản phẩm hoặc bao bì của sản phẩm.¹⁰
- Nếu việc đóng gói sản phẩm có tính chức năng sáng tạo thì có thể được bảo hộ theo sáng chế hoặc mẫu hữu ích. Xem Câu hỏi 8.

¹⁰ Hình dáng thương mại là một đối tượng của quyền sở hữu trí tuệ không được đề cập trong Tài liệu này. Nó chỉ được sử dụng ở một số lượng rất ít quốc gia. Nhìn chung, thuật ngữ "hình dáng thương mại" đề cập đến yếu tố "nhìn và cảm nhận" về sản phẩm hoặc bao bì sản phẩm.

Tổ chức Thương mại thế giới
(WTO)

83. Các hiệp định của WTO quy định những gì về sở hữu trí tuệ?

Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) là một tổ chức quốc tế xử lý các quy tắc thương mại quốc tế. Mục đích của WTO là thúc đẩy thương mại giữa các nước thông qua việc tạo ra các điều kiện cạnh tranh bình đẳng và hợp lý. Để đạt được điều đó, WTO khuyến khích các nước đàm phán nhằm giảm thuế quan và xóa bỏ các hàng rào khác đối với thương mại và yêu cầu các nước áp dụng các quy tắc chung về thương mại hàng hóa và dịch vụ.

Một tập hợp các quy tắc liên quan đến quyền sở hữu trí tuệ được quy định trong Hiệp định của WTO về các khía cạnh liên quan đến thương mại của quyền sở hữu trí tuệ (còn được gọi là "Hiệp định TRIPS").

Hiệp định TRIPS có tính ràng buộc đối với tất cả thành viên WTO là một nỗ lực nhằm thu hẹp khoảng cách về việc bảo hộ các quyền sở hữu trí tuệ trên toàn thế giới và đưa chúng vào khuôn khổ các quy tắc chung của quốc tế, thường được gọi là "các chuẩn mực và tiêu chuẩn tối thiểu" về bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ. Do Hiệp định TRIPS yêu cầu tuân thủ các chuẩn mực và tiêu chuẩn này, nên các thành viên WTO có thể phải ban hành hoặc sửa đổi pháp luật, quy định và thủ tục của họ liên quan đến việc đăng ký, cấp, thụ hưởng và thực thi quyền sở hữu trí tuệ. Khi xảy ra tranh chấp thương mại đối với các quyền sở hữu trí tuệ liên quan đến các quy định của Hiệp định TRIPS, có thể áp dụng hệ thống giải quyết tranh chấp của WTO. Hiệp định TRIPS điều chỉnh năm lĩnh vực lớn là:

- Cách thức áp dụng các nguyên tắc cơ bản của hệ thống thương mại quốc tế và của các điều ước quốc tế khác về sở hữu trí tuệ;
- Cách thức bảo hộ đầy đủ quyền sở hữu trí tuệ;
- Cách thức các nước phải thực thi quyền sở hữu trí tuệ một cách đầy đủ trong lãnh thổ của mình;
- Cách thức giải quyết các tranh chấp về quyền sở hữu trí tuệ giữa các thành viên WTO; và
- Những quy định chuyển tiếp trong thời gian hệ thống mới được áp dụng.

Trong khi Hiệp định có thể là rất hữu ích đối với các doanh nghiệp hiểu được các nguyên tắc cơ bản của cuộc chơi về sở hữu trí tuệ ở cấp độ quốc tế nhằm kinh doanh hàng hóa hoặc dịch vụ được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ thì vấn đề lại nằm ở hệ thống pháp luật sở hữu trí tuệ quốc gia hoặc khu vực quy định các thủ tục đăng ký, cấp, khai thác và thực thi quyền sở hữu trí tuệ. Vì vậy, là một doanh nghiệp vừa và nhỏ, ban đầu bạn nên quan tâm đến pháp luật quốc gia nước sở tại hoặc khu vực được áp dụng cho quốc gia hoặc các quốc gia mà bạn dự định xuất khẩu đến hoặc có quan hệ kinh doanh chiến lược với bạn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

84. Các tiêu chuẩn bảo hộ sở hữu trí tuệ được quy định trong Hiệp định TRIPS đã được áp dụng ở tất cả các thành viên WTO không?

Khi Hiệp định WTO có hiệu lực từ ngày 01/01/1995, các nước phát triển có một năm để đảm bảo rằng luật pháp và thực tiễn về sở hữu trí tuệ của họ tuân thủ các yêu cầu của Hiệp định TRIPS. Các nước đang phát triển và (theo một số điều kiện nhất định) các nền kinh tế chuyển đổi có năm năm (đến ngày 01/01/2000) và các nước chậm phát triển có 11 năm (đến ngày 01/01/2006) và đối với một số sản phẩm nhất định thì các nước chậm phát triển có thể được gia hạn thêm 10 năm (đến ngày 01/01/2016).

Ngoài ra, tại thời điểm Hiệp định TRIPS có hiệu lực (ngày 01/01/1995), một số nước đang phát triển chưa bảo hộ sáng chế đối với sản phẩm trong một số lĩnh vực nhất định, ví dụ, lĩnh vực dược phẩm và hóa chất. Trong trường hợp này, Hiệp định cho phép nước đó có một khoảng thời gian tối đa là 10 năm (đến 01/01/2005) để bảo hộ các sản phẩm đó. Tuy nhiên, việc nộp đơn đăng ký bảo hộ sáng chế đối với các sản phẩm dược và hóa nông phải được chấp nhận ở các nước này từ khi bắt đầu thời hạn chuyển tiếp cho dù không nhất thiết phải cấp bằng độc quyền sáng chế trong thời hạn này. Do vậy, các công ty muốn đăng ký bảo hộ sáng chế cho các lĩnh vực công nghệ này tại các nước nêu trên có thể làm như vậy nhưng chưa được bảo hộ cho đến thời điểm muộn nhất là tháng 01 năm 2005.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Sự đóng góp duy nhất. Tổ chức Thương mại thế giới. Trang web www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/tripfq_e.htm#. Cung cấp thêm thông tin và các đường dẫn về các giai đoạn chuyển tiếp được áp dụng cho các nhóm nước khác nhau liên quan đến các quy định của Hiệp định TRIPS.

85. Các nguyên tắc chính của Hiệp định TRIPS là gì và Hiệp định có tác động đến việc ra quyết định đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ của các doanh nghiệp ở nước ngoài như thế nào?

Giống như các hiệp định khác của WTO, nguyên tắc không phân biệt đối xử là một nội dung then chốt của Hiệp định TRIPS. Nguyên tắc này được thực hiện thông qua nguyên tắc đối xử quốc gia và đối xử tối huệ quốc. **Nguyên tắc đối xử quốc gia** (nghĩa là theo thuật ngữ thương mại, một quốc gia phải dành cho công dân của các quốc gia khác sự đối xử giống như công dân của nước mình) là quan trọng vì nó bảo đảm rằng các doanh nghiệp muốn có được sự bảo hộ đối với quyền sở hữu trí tuệ của mình ở thị trường nước ngoài thì sẽ nhận được sự bảo hộ ở mức độ giống như sự bảo hộ dành cho công dân của nước đó (ví dụ, thời hạn và phạm vi bảo hộ).

Nguyên tắc đối xử tối huệ quốc (MFN) (theo đó, sự đối xử công bằng phải được dành cho công dân của mọi đối tác thương mại trong WTO) cũng được quy định trong Hiệp định TRIPS nhằm bảo đảm rằng tại thị trường bất kỳ, mọi doanh nghiệp sẽ nhận được mức độ bảo hộ giống nhau đối với quyền sở hữu trí tuệ của họ. Vì vậy, nếu một quốc gia quy định một số thuận lợi nào đó cho doanh nghiệp của một thành viên WTO khác trong lĩnh vực sở hữu trí tuệ, thì theo nguyên tắc MFN của Hiệp định TRIPS, quốc gia đó cũng phải quy định những thuận lợi giống như vậy cho doanh nghiệp của tất cả các thành viên WTO khác. Tuy nhiên, các hiệp định thương mại khu vực (RTAs) là một ngoại lệ của nguyên tắc MFN này.

Hiệp định TRIPS quy định những vấn đề thường được gọi là "các chuẩn mực và tiêu chuẩn tối thiểu" về bảo hộ các quyền sở hữu trí tuệ. Điều này có nghĩa là các thành viên có quyền tự do trong việc xác định các biện pháp phù hợp để triển khai các quy định của Hiệp định TRIPS trong khuôn khổ hệ thống pháp luật và thực tiễn của nước mình, và có thể quy định sự bảo hộ rộng cao so với các quy định của Hiệp định TRIPS. Ví dụ, Hiệp định TRIPS quy định thời hạn bảo hộ quyền tác giả là 50 năm kể từ năm tác giả của tác phẩm chết, trên thực tế, một số nước quy định thời hạn này là 70 năm.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Các nguyên tắc của Hệ thống thương mại. Tổ chức Thương mại thế giới. Trang web www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/factl_e.htm. Khái quát một cách dễ hiểu các nguyên tắc đối xử quốc gia và đối xử tối huệ quốc và đường dẫn đến các bài viết và nguồn tham khảo khác.

86. Hiệp định TRIPS quy định về vấn đề thực thi quyền sở hữu trí tuệ như thế nào?

Theo Hiệp định TRIPS, chính phủ các nước thành viên WTO phải bảo đảm rằng quyền sở hữu trí tuệ phải được thực thi theo luật quốc gia và chế tài đối với các hành vi xâm phạm phải đủ mạnh để ngăn chặn chúng. Các thủ tục phải công bằng và hợp lý, cũng như không quá phức tạp và tốn kém. Các thủ tục đó không được kéo dài bất hợp lý hoặc chậm trễ vô thời hạn. Những người có liên quan có thể yêu cầu tòa án xem xét lại quyết định hành chính hoặc khiếu nại về phán quyết của tòa án cấp thấp hơn.

Hiệp định quy định chi tiết hơn về cách thức thực thi quyền sở hữu trí tuệ, kể cả các nguyên tắc để có được bằng chứng, các biện pháp tạm thời, lệnh của tòa án, đền bù thiệt hại và các chế tài khác. Hiệp định quy định rằng trong một số điều kiện nhất định, tòa án có quyền ra lệnh tiêu hủy hàng giả và hàng xâm phạm bản quyền. Việc cố tình làm giả nhãn hiệu hoặc xâm phạm quyền tác giả ở quy mô thương mại phải bị xử lý hình sự. Chính phủ các nước thành viên phải bảo đảm rằng chủ sở hữu quyền sở hữu trí tuệ có thể nhận được sự hỗ trợ của cơ quan hải quan trong việc ngăn ngừa việc nhập khẩu hàng giả hoặc hàng xâm phạm bản quyền.

Để biết thêm về thực thi, xem thêm Câu hỏi 66.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tổ chức Thương mại thế giới. Trang web www.wto.org/english/docs_e/legal_e/legal_e.htm#TRIPS. Tóm tắt các Hiệp định của WTO, kể cả Hiệp định TRIPS; cũng tóm tắt cả Phần III của Hiệp định, gồm các nghĩa vụ của chính phủ các nước thành viên về việc quy định các thủ tục và chế tài trong pháp luật quốc gia để bảo đảm rằng quyền sở hữu trí tuệ được thực thi có hiệu quả bởi các chủ thể quyền là người nước ngoài cũng như các chủ thể quyền trong nước.

87. Thủ tục giải quyết tranh chấp trong WTO là gì và doanh nghiệp có thể sử dụng các thủ tục đó không?

Các thành viên WTO đã nhất trí rằng nếu họ cho rằng các thành viên vi phạm các quy tắc thương mại do WTO quy định, kể cả Hiệp định TRIPS thì hệ thống giải quyết tranh chấp đa phương phải được áp dụng trước khi thực hiện các hành động đơn phương. Nguyên tắc này có nghĩa là các thành viên phải tuân thủ các thủ tục đã được nhất trí và tôn trọng phán quyết.

Thông thường là tranh chấp phát sinh khi một nước thành viên áp dụng một biện pháp chính sách thương mại hoặc thực hiện hay không thực hiện một số hành động mà một hoặc một số thành viên WTO cho rằng đã vi phạm Hiệp định WTO, hoặc không thực hiện nghĩa vụ của thành viên. Một nhóm các nước khác có thể tuyên bố rằng họ quan tâm đến trường hợp này và được hưởng một số quyền.

Hiệp định WTO đưa ra một quy trình giải quyết tranh chấp quy định rõ ràng thủ tục theo từng giai đoạn. Hiệp định quy định thời hạn để giải quyết một vụ việc, với các thời hạn linh hoạt tương ứng với thủ tục ở từng giai đoạn khác nhau. Hiệp định nhấn mạnh rằng việc giải quyết nhanh chóng là cần thiết nếu WTO hoạt động có hiệu quả. Hiệp định quy định chi tiết về các thủ tục và thời gian biểu áp dụng trong giải quyết tranh chấp.

Các công ty gặp phải các vấn đề ở thị trường nước ngoài mà cho rằng nguyên nhân là do lỗi của quốc gia sở tại vì không tuân thủ các nghĩa vụ theo Hiệp định TRIPS có thể thông báo cho chính phủ của nước mình - là người có thẩm quyền đệ trình vụ việc giải quyết tranh chấp ở WTO. Đây có thể là một thủ tục phức tạp vì cần đến hành động của chính phủ (cá nhân hoặc doanh nghiệp không được phép đệ trình vụ việc giải quyết tranh chấp ra WTO). Tuy nhiên, cơ chế giải quyết tranh chấp đưa ra một khuôn khổ chung để đảm bảo rằng các thành viên phải tuân thủ nghĩa vụ của mình theo Hiệp định TRIPS.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Sự đóng góp duy nhất. Trang web www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/displ_e.htm. Khái quát về cơ chế giải quyết tranh chấp trong WTO, các tình huống nghiên cứu cụ thể.

Phụ lục

Phụ lục I

Khảo sát của ITC về các câu hỏi thường gặp của doanh nghiệp về sở hữu trí tuệ

A. Thư gửi các đại biểu

Các đồng nghiệp kính mến,

Trung tâm Thương mại quốc tế UNCTAD/WTO (ITC) muốn biết về những câu hỏi thường gặp trong lĩnh vực sở hữu trí tuệ. Câu hỏi của bạn sẽ được tổng hợp thành một danh mục các câu hỏi phổ biến. Từ Danh mục này chúng tôi sẽ lựa chọn và trả lời khoảng 100 câu hỏi được hỏi nhiều nhất và sẽ thể hiện trong ấn phẩm "Những vấn đề cần biết về sở hữu trí tuệ" với sự hợp tác của Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới (WIPO).

Đây là cơ hội DUY NHẤT để bạn có được câu trả lời thỏa đáng nhất từ chuyên gia và là cơ hội để biết được câu trả lời cho các câu hỏi của các doanh nghiệp khác. Chúng tôi mong bạn trả lời sớm nhất 3 câu hỏi ngắn trong Bản khảo sát này. Giống như chúng tôi đã thực hiện trong ấn phẩm trước của ITC về "Bí mật thương mại", chúng tôi sẽ không chỉ ghi nhận sự đóng góp của bạn trong ấn phẩm này mà chúng tôi cũng sẽ gửi tặng miễn phí ấn phẩm này cho bạn nếu bạn gửi câu hỏi cho chúng tôi.

Giống với loạt ấn phẩm về "Bí mật thương mại" mà ITC đã phát hành, ấn phẩm này sẽ là một tài liệu hướng dẫn và tham khảo cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, đặc biệt là ở các nước đang phát triển và các nước có nền kinh tế chuyển đổi. Ấn phẩm sẽ được trình bày dưới dạng mỗi trang một câu hỏi, câu trả lời và tài liệu tham khảo có liên quan và sẽ trả lời khoảng 100 câu hỏi phổ biến của các nhà quản lý doanh nghiệp vừa và nhỏ trong lĩnh vực công nghiệp. (Thông tin về loạt ấn phẩm "Bí mật thương mại" của ITC có thể tìm được tại www.intracen.org/ec/guides/welcome.htm).

Chúng tôi cũng muốn biết được các loại thông tin, đào tạo, ấn phẩm và công cụ dựa trên CD-ROM hoặc các nguồn hỗ trợ khác mà các doanh nghiệp vừa và nhỏ cần trong lĩnh vực sở hữu trí tuệ. Cuối cùng, chúng tôi cố gắng tìm ra các nguồn phổ biến nhất mà doanh nghiệp có thể tiếp cận được để trả lời các câu hỏi này.

Chúng tôi đã được liên hệ từ các tổ chức đối tác của ITC tại quốc gia của các bạn khi có một nhóm cá nhân được lựa chọn tham gia vào cuộc khảo sát quan trọng này. Chúng tôi cũng rất quan tâm đến ý kiến của bạn về vấn đề cần được đề cập trong các ấn phẩm tiếp theo.

Rất mong các bạn bớt chút thời gian để trả lời ba câu hỏi dưới đây. Nếu bạn trả lời, chúng tôi sẽ gửi miễn phí ấn phẩm của chúng tôi cho bạn và liệt kê họ tên và chức vụ của bạn trong ấn phẩm.

Xin gửi câu trả lời của bạn cho tôi theo địa chỉ menon@intracen.org, điện thoại: +41 22 730 05 84; fax: +41 22 730 05 76; địa chỉ: Phòng Các dịch vụ hỗ trợ thương mại, Trung tâm Thương mại quốc tế UNCTAD/WTO, Palais des Nations, CH-1211 Geneva 10, Thụy Sĩ.

ITC

Trung tâm Thương mại quốc tế UNCTAD/WTO (ITC) là tổ chức đầu mối của Hệ thống Liên hợp quốc trong hợp tác kỹ thuật để phát triển thương mại tại các nước đang phát triển. ITC phối hợp với các nước đang phát triển và các nước có nền kinh tế chuyển đổi, đặc biệt là với khu vực doanh

ngành của các nước này để xây dựng các chương trình xúc tiến thương mại nhằm giúp họ phát triển xuất khẩu và cải thiện hoạt động nhập khẩu. ITC chú trọng vào các lĩnh vực: hỗ trợ hội nhập vào hệ thống thương mại đa phương; xây dựng chiến lược phát triển thương mại; hỗ trợ các tổ chức xúc tiến thương mại; cải tiến hoạt động thương mại theo lĩnh vực; xây dựng năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp. Để biết thêm thông tin về ITC, xin liên hệ hoặc thăm trang web của ITC tại địa chỉ www.intracen.org.

Câu hỏi 1

Hãy liệt kê năm câu hỏi về sở hữu trí tuệ mà bạn quan tâm? Hãy nghĩ đến nhãn hiệu, sáng chế, quyền tác giả, thỏa thuận nhượng quyền, bảo hộ tên thương hiệu hoặc có được quyền sở hữu trí tuệ đối với các sáng kiến của bạn, v.v.).

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Câu hỏi 2

Hãy cho chúng tôi biết loại thông tin, đào tạo, ấn phẩm hoặc nguồn hỗ trợ nào mà bạn cần để doanh nghiệp vừa và nhỏ hiểu được các vấn đề về sở hữu trí tuệ liên quan đến kinh doanh và có lợi cho bạn:

1. Thông tin về...
2. Chương trình đào tạo về...
3. Ấn phẩm về/CD-ROM về...
4. Nguồn hỗ trợ bất kỳ khác...
5. Hỗ trợ kỹ thuật về...

Câu hỏi 3

Bạn thường tìm câu trả lời ở đâu đối với các câu hỏi hoặc yêu cầu hỗ trợ về các vấn đề sở hữu trí tuệ và các vấn đề liên quan?

1. Các tổ chức mà tôi liên hệ là:
2. Tôi sẽ hỏi ý kiến (các) cá nhân sau:
3. Tôi sẽ sử dụng các ấn phẩm hoặc trang web sau:...

Trong câu trả lời của bạn, xin ghi rõ họ tên và chức vụ, tên và công ty hoặc tổ chức và địa chỉ để chúng tôi ghi nhận sự tham gia của bạn cũng như gửi miễn phí cho bạn ấn phẩm này.

Thay mặt cho ITC, chúng tôi cảm ơn bạn đã bỏ chút thời gian để đóng góp ý cho sáng kiến quan trọng này.

Kính thư,

Hema Menon

Cố vấn danh dự về Tăng cường năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ
Trung tâm Thương mại quốc tế, Geneva

B. Danh sách những người tham gia các cuộc khảo sát

- Francisco José Menendez Chiu, Tổng Giám đốc, Conservas y Congelados Yaesta S.A., Guatemala
- Carlos Rafael de J. Arana M., Tổng Giám đốc, Prepac Centroamericana, S.A., Guatemala
- Marco Tulio Molina Tejeda, Giám đốc điều hành, Gremial de Fabricantes de Productó Químicos para la Agricultura Adscrita a la Cámara de Industria de Guatemala, Guatemala
- Ramiro Estuardo Muralles Araujo, Tổng Giám đốc, Laboratorios Intecfa, Guatemala
- Thomas James, Tổng Giám đốc, SEPROFIN, S.A. de CV, Mêhicô
- Hector Jimenez, Tổng Giám đốc, Chechent Chairs, S.A. de CV, Mêhicô
- Carolina Cuéllar Urena, Phòng Kinh doanh, Munsa Molinos SA de CV, Mêhicô
- Bruno Giesemann Gversbusch, Propietario, Finca Argovia, Mêhicô
- C. P. Artemio Fco. Roblero Gonzalez, Tổng Giám đốc, Productores Indigenas Serranos Dechiapas, Aric, Mêhicô
- Claudia Valadez González, Coordinadora del Área de Desarrollo Institucional, Instituto para el Desarrollo Sustentable en Mesoamérica, A.C., Mêhicô
- Ing. Amberto Bautista Blanca, Đại diện pháp lý, Integradora de Frutas Finas Soconusco, SA de CV, Mêhicô
- Jorge Cacho Chacón, Giám đốc điều hành, CARROCERA, SPR DE RL, Mêhicô
- Jean-Pierre Goffings, Tổng Giám đốc, FINCAS MARINAS DE TRIS S.A. de C.V., Mêhicô
- Marco Antonio Magana Acevedo, Cố vấn, CASAT, Mêhicô
- Angélica Vázquez M., Giám đốc, Irenka Cosméticos S.A de C.V., Mêhicô
- Humberto Carvantes, Giám đốc điều hành, Acuícola Santa Rosalía, Mêhicô
- Luis Miguel López Moreno, Tổng Giám đốc, Grupo Griska, S.A. de C.V., Mêhicô
- Alfonso Sanz Gómez, Tổng Giám đốc, MAPRESA Comercial, S.A. de C.V., Mêhicô
- Eduardo Rico Cárdenas, Giám đốc, ProduVida, Basel Móviles para Macetas, Mêhicô
- Mario Arnulfo Cerda Rodríguez, Chủ tịch, Dirección Estratégica Corporativa, S.A. de C.V./ Diestraliqueurs, Mêhicô
- Jaqueline Mosqueda Rodríguez, Gilberto Macias Zavala, Desarrollo Exportador - Centro Bancomext Tijuana, Mêhicô
- Ricardo Quintana Orozco, Chuyên gia tư vấn, Bancomext, Mêhicô
- Cecilia Ramírez Riestra, Giám đốc điều hành, Daniela de México, S.A. de C.V., Mêhicô
- Alejandro Turrent, Giám đốc Phụ trách xuất khẩu, Nueva Matacapan Tabacos S.A. de C.V., Mêhicô

Phụ lục II

Địa chỉ trang web của các cơ quan sở hữu công nghiệp quốc gia và khu vực

| | |
|---|--|
| Algeria | www.inapi.org |
| Andorra | www.omp.ad |
| Argentina | www.inpi.gov.ar |
| ARIPO (Tổ chức Sở hữu công nghiệp châu Phi) | www.aripo.wipo.net |
| Armenia | www.armpatent.org |
| Áo | www.patent.bmwa.gv.at |
| Ôxtrâyliya | www.ipaustralia.gov.au |
| Barbados | www.caipo.gov.bb |
| Belize | www.belipo.bz |
| Benelux (Cơ quan Nhãn hiệu Benelux - BTO) | www.bmb-bbm.org |
| Bôlivia | www.senapi.gov.bo |
| Bosnia và Herzegovina | www.bih.net.ba/zsmg |
| Brazil | www.inpi.gov.br |
| Bulgaria | www.bpo.bg |
| Canada | www.cipo.gc.ca |
| Trung Quốc | www.sipo.gov.cn |
| Trung Quốc: Hồng Kông (SAR) | www.info.gov.hk/ipd |
| Trung Quốc: Macao (SAR) | www.economia.gov.mo |
| Chilê | www.proind.gov.cl |
| Côlômbia | www.sic.gov.co |
| Croatia | www.dziv.hr |
| Cuba | www.ocpi.cu |
| Cộng hòa Séc | www.upv.cz |
| Đan Mạch | www.dkpto.dk |
| Cộng hòa Đôminica | www.seic.gov.do/onapi |
| Estonia | www.epa.ee |

| | |
|---|--|
| Cơ quan Sáng chế châu Âu (EPO) | www.epo.org |
| Liên minh châu Âu (Cơ quan Hải hòa hóa thị trường nội địa - OHIM) | http://oami.eu.int |
| Phần Lan | www.prh.fi |
| Pháp | www.inpi.fr |
| Gruzia | www.sakpatenti.org.ge |
| Đức | www.dpma.de |
| Hy Lạp | www.obi.gr |
| Hungary | www.hpo.hu |
| Iceland | www.els.stjr.is |
| Ấn Độ | www.patentoffice.nic.in |
| In-đô-nê-xi-a | www.dgip.go.id |
| Ireland | www.patentoffice.ie |
| Israel | www.justice.gov.il/rasham+haptentim/ |
| Italia | www.european-patent-office.org/it/ |
| Nhật Bản | www.jpo.go.jp |
| Jordan | www.mit.gov.jo |
| Kazakhstan | www.kazspatent.kz |
| Kenya | www.kipo.ke.wipo.net |
| Kyrgyzstan | www.krygyzpatent.kg |
| Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Lào | www.stea.la.wipo.net |
| Lít-va | www.vpb.lt |
| Luxembourg | www.etat.lu/EC/ |
| Macao | www.economia.gov.mo |
| Malaysia | www.kpdnhq.gov.my |
| Mêhicô | www.impi.gob.mx |
| Monaco | www.european-patent-office.org/patlib/country/monaco/ |
| Marốc | www.ompic.org.ma |
| Hà Lan | www.bie.minez.nl |
| Nepal | www.ip.np.wipo.net |
| New Zealand | www.iponz.govt.nz |
| Nauy | www.patentstyret.no |
| Tổ chức Sở hữu trí tuệ châu Phi (OAPI) | www.oapi.wipo.net |

| | |
|----------------------|--|
| Panama | www.mici.gob.pa/comintf.html |
| Pêru | www.indecopi.gob.pe |
| Philippines | www.ipophil.gov.ph |
| Ba Lan | www.uprp.pl |
| Bồ Đào Nha | www.inpi.pt |
| Cộng hòa Côngô | www.anpi.cg.wipo.net |
| Hàn Quốc | www.kipo.go.kr |
| Cộng hòa Macedonia | www.ippo.gov.mk |
| Cộng hòa Moldova | www.agepi.md |
| Rumani | www.osim.ro |
| Liên bang Nga | www.rupto.ru |
| Serbia và Montenegro | www.yupat.sv.gov.yu |
| Singapore | www.ipos.gov.sg |
| Cộng hòa Slovakia | www.indprop.gov.sk |
| Slôvenia | www.sipo.mzt.sk |
| Tây Ban Nha | www.oepm.es |
| Thụy Điển | www.prv.se |
| Thụy Sĩ | www.ige.ch |
| Tajikistan | www.tipat.org |
| Thái Lan | www.ipthailand.org |
| Thổ Nhĩ Kỳ | www.turkpatent.gov.tr |
| Ukraine | www.ukpatent.org |
| Anh | www.patent.gov.uk |
| Hoa Kỳ | www.uspto.gov |
| Uruguay | www.dnpi.gub.uy |
| Uzbekistan | www.patent.uz |
| Venezuela | www.sapi.gov.ve |

Phụ lục III

Địa chỉ trang web của các cơ quan quyền tác giả quốc gia

| | |
|-----------------------------|--|
| An-đô-ra | www.omp.ad |
| Bosnia và Herzegovina | www.bih.nat.ba/zsmp |
| Brazil | www.minc.gov.br |
| Canada | http://cipo.gc.ca |
| Trung Quốc: Hồng Kông (SAR) | www.info.gov.hk/ipd |
| Croatia | http://pubwww.srce.hr/patent |
| Hungary | www.hpo.hu |
| In-đô-nê-xi-a | www.patent.go.id |
| Luxembourg | www.etat.lu/EC |
| Malaysia | http://kpdnhq.gov.my/ |
| Monaco | www.european-patent-office.org/patlib/country/monaco/ |
| New Zealand | www.med.govt.nz |
| Nauy | www.dep.no/kd |
| Liên bang Nga | www.rupto.ru |
| Singapore | www.ipos.gov.sg |
| Slôvenia | www.sipo.mzt.si |
| Tây Ban Nha | www.mcu.es/Propiedad_Intelectual/indice.htm |
| Thụy Sĩ | www.ige.ch |
| Thái Lan | www.ipthailand.org |
| Anh | www.patent.gov.uk |
| Hoa Kỳ | www.loc.gov/copyright |

Phụ lục IV

Danh sách thành viên Hiệp ước Hợp tác về sáng chế

(Tính đến ngày 30.4.2009)

| | | |
|-----------------------|--------------------------------------|-------------------------------|
| Albania | Bờ Biển Ngà | Iceland |
| Algeria | Croatia | Ấn Độ |
| Angôla | Cuba | In-đô-nê-xia |
| Antigua và Barbuda | Síp | Cộng hòa hồi giáo Iran |
| Argentina | Cộng hòa Séc | Ireland |
| Armenia | Cộng hòa dân chủ nhân dân Triều Tiên | Israel |
| Ôxtrâylia | Đan Mạch | Italia |
| Áo | Đôminica | Nhật Bản |
| Azerbaijan | Cộng hòa Đôminican | Kazakhstan |
| Bahrain | Ecuador | Kênya |
| Barbados | Ai Cập | Kyrgyzstan |
| Belarus | El Salvador | Cộng hòa dân chủ nhân dân Lào |
| Bỉ | Ghi nê Xích đạo | Látvia |
| Belize | Estonia | Lesotho |
| Benin | Phần Lan | Liberia |
| Bosnia và Herzegovina | Pháp | Libya |
| Botswana | Gabông | Liechtenstein |
| Brazil | Gambia | Lítva |
| Bulgaria | Gruzia | Luxembourg |
| Burkina Faso | Đức | Madagascar |
| Cameroon | Ghana | Malawi |
| Canada | Hy Lạp | Malaysia |
| Cộng hòa Trung Phi | Grenada | Mali |
| Sát | Guatêmalá | Malta |
| Chilee | Guinea | Mauritania |
| Trung Quốc | Guinea-Bissau | Mêhicô |
| Côlômbia | Holy See | Monaco |
| Comoros | Honduras | Mông Cổ |
| Côngô | Hungary | Montenegro |
| Costa Rica | | |

| | | |
|----------------------|-----------------------------|----------------------------------|
| Ma rốc | Saint Lucia | Cộng hòa Macedonia |
| Mozambique | Saint Vincent và Grenadines | Tôgô |
| Namibia | San Marino | Trinidad và Tobago |
| Hà Lan | Sao Tome và Principe | Tunisia |
| New Zealand | Xê-nê-gan | Turkey |
| Nicaragua | Serbia | Turkmenistan |
| Niger | Seychelles | Uganda |
| Nigeria | Sierra Leone | Ukraine |
| Na Uy | Singapore | Tiểu vương quốc Ả-rập thống nhất |
| Ôman | Slôvakia | Vương quốc Anh |
| Papua New Guinea | Slôvenia | Cộng hòa thống nhất Tanzania |
| Pêru | Nam Phi | Hợp chủng quốc Hoa Kỳ |
| Philippines | Tây Ban Nha | Uzbekistan |
| Ba Lan | Sri Lanka | Việt Nam |
| Bồ Đào Nha | Sudan | Zambia |
| Hà Quốc | Swaziland | Zimbabwe |
| Cộng hòa Môngđôva | Thụy Điển | |
| Rumania | Thụy Sĩ | |
| Liên bang Nga | Cộng hòa Ả-rập Xyri | |
| Saint Kitts và Nevis | Tajikistan | |

Tổng số: 141 nước.

Phụ lục V

Danh sách thành viên Liên minh Madrid

(Tính đến ngày 30.4.2009)

| | | |
|---------------------------|---------------------|----------------------------|
| Albania (A) | Đức (A&P) | Cộng hòa Moldova (A&P) |
| Algeria (A) | Hy Lạp (P) | Romania (A&P) |
| Antigua và Barbuda (P) | Hungary (A&P) | Liên bang Nga (A&P) |
| Armenia (A&P) | Iceland (P) | San Marino (A) |
| Australia (P) | Ireland (P) | Sierra Leone (A&P) |
| Áo (A&P) | Italy (A&P) | Singapore (P) |
| Azerbaijan (A) | Nhật Bản (P) | Slovakia (A&P) |
| Belarus (A&P) | Kazakhstan (A) | Slovenia (A&P) |
| Bỉ* (A&P) | Kenya (A&P) | Tây Ban Nha (A&P) |
| Bhutan (A&P) | Kyrgyzstan (A) | Sudan (A) |
| Bosnia và Herzegovina (A) | Latvia (A&P) | Swaziland (A&P) |
| Bulgaria (A&P) | Lesotho (A&P) | Thụy Điển (P) |
| Trung Quốc (A&P) | Liberia (A) | Thụy Sĩ (A&P) |
| Croatia (A) | Liechtenstein (A&P) | Tajikistan (A) |
| Cuba (A&P) | Lithuania (P) | Cộng hòa Macedonia thuộc |
| Cyprus (P) | Luxembourg* (A&P) | Nam Tư cũ (A) |
| Cộng hòa Séc (A&P) | Monaco (A&P) | Thổ Nhĩ Kỳ (P) |
| Cộng hòa dân chủ nhân dân | Mông Cổ (A&P) | Turkmenistan (P) |
| Triều Tiên (A&P) | Marốc (A&P) | Ukraine (A&P) |
| Đan Mạch (P) | Mozambique (A&P) | Anh (P) |
| Ai Cập (A) | Hà Lan* (A&P) | Hoa Kỳ (P) |
| Estonia (P) | Nauy (P) | Uzbekistan (A) |
| Phần Lan (P) | Ba Lan (A&P) | Việt Nam (A&P) |
| Pháp (A&P) | Bồ Đào Nha (A&P) | Serbia và Montenegro (A&P) |
| Georgia (P) | Hàn Quốc | Zambia (P) |

Tổng số: 74 nước

(A) nước là thành viên của Thỏa ước

(B) nước là thành viên của Nghị định thư

* Không thể yêu cầu bảo hộ riêng lẻ đối với Bỉ, Luxembourg hoặc Hà Lan mà phải yêu cầu bảo hộ đồng thời ở cả ba nước (Benelux) nhưng chỉ phải nộp một khoản phụ phí và phí bổ sung.

Phụ lục VI

Danh sách thành viên Hệ thống La Hay về nộp lưu quốc tế kiểu dáng công nghiệp

(Tính đến ngày 30.4.2009)

Tổ chức Sở hữu công nghiệp
châu Phi (OAPI)

Albania

Armenia

Bỉ

Belize

Benin

Bosnia và Herzegovina

Botswana

Bulgaria

Bờ Biển Ngà

Croatia

Cộng hòa dân chủ nhân dân
Triều Tiên

Đan Mạch

Ai Cập

Estonia

Cộng đồng châu Âu

Pháp

Gabon

Gruzia

Đức

Ghana

Hy Lạp

Holy See

Hungary

Iceland

In-đô-nê-xi-a

Italia

Kyrgyzstan

Látvia

Liechtenstein

Lítva

Luxembourg

Mali

Monaco

Mông Cổ

Montenegro

Ma Rốc

Namibia

Hà Lan

Niger

Ôman

Ba Lan

Cộng hòa Mônđôva

Rumania

Sao Tome và Principe

Senegal

Serbia

Singapore

Slôvenia

Tây Ban Nha

Suriname

Thụy Sĩ

Cộng hòa hồi giáo Syria

Cộng hòa Macedonia

Tunisia

Thổ Nhĩ Kỳ

Ukraine

Tổng số: 56 nước

Phụ lục VII

Danh sách thành viên Công ước Berne về Bảo hộ các tác phẩm văn học và nghệ thuật

(Tính đến ngày 30.4.2009)

Albania

Algeria

Andorra

Antigua và Barbuda

Argentina

Armenia

Ôxtrâyliya

Áo

Azerbaijan

Bahamas

Bahrain

Bangladesh

Barbados

Belarus

Bỉ

Belize

Benin

Bhutan

Bôlivia

Bosnia và Herzegovina

Botswana

Brazil

Brunei Darussalam

Bulgaria

Burkina Faso

Cameroon

Canada

Cape Verde

Cộng hòa Trung Phi

Chad

Chilê

Trung Quốc

Côlômbia

Comoros

Côngô

Costa Rica

Bờ Biển Ngà

Croatia

Cuba

Síp

Cộng hòa Séc

Cộng hòa dân chủ nhân dân Triều Tiên

Cộng hòa dân chủ Công-gô

Đan Mạch

Djibouti

Đôminica

Cộng hòa Đôminica

Ecuador

Ai Cập

El Salvador

Guinea Xích đạo

Estonia

Fiji

Phần Lan

Pháp

Gabon

Gambia

Gruzia

Đức

Ghana

Greece

Grenada

Guatêmalà

Guinea

Guinea-Bissau

Guyana

Haiti

Holy See

Honduras

Hungary

Iceland

Ấn Độ

IN-đô-nê-xi-a

Ireland

Israel

Italia

Jamaica

Nhật Bản

Jordan

Kazakhstan

Kênya

Kyrgyzstan

Látvia

Li Bằng

Lesotho

Liberia

Libya

Liechtenstein

Lítva

Luxembourg

Madagascar

Malawi

Malaysia

Mali

Malta

Mauritania

Mauritius

Mê hi cô

Micronesia

Monaco

Mông Cổ

Montenegro

Ma rốc

Namibia

Nepal

Hà Lan

Tổng số: 164 nước

New Zealand

Nicaragua

Niger

Nigeria

Na Uy

Ôman

Pakistan

Panama

Paraguay

Pêru

Philippines

Ba Lan

Bồ Đào Nha

Qatar

Hà Quốc

Cộng hòa Môngđôva

Rumania

Liên bang Nga

Ruanda

Saint Kitts và Nevis

Saint Lucia

Saint Vincent và the
Grenadines

Samoa

Ảrập Xêút

Senegal

Serbia

Singapore

Slôvakia

Slôvenia

Nam Phi

Tây Ban Nha

Phụ lục VIII

Danh sách thành viên Công ước Paris về bảo hộ sở hữu công nghiệp

(Tính đến ngày 30.4.2009)

| | | |
|-------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Albania | Hy Lạp | Mali |
| Algeria | El Salvador | Malta |
| Antigua và Barbuda | Guinea xích đạo | Mauritania |
| Argentina | Estonia | Mauritius |
| Armenia | Phần Lan | Mêhicô |
| Australia | Pháp ³ | Monaco |
| Áo | Gabon | Mông Cổ |
| Azerbaijan | Gambia | Marốc |
| Bahamas | Georgia | Mozambique |
| Bahrain | Đức | Nepal |
| Bangladesh | Ghana | Hà Lan ⁴ |
| Barbados | Hy Lạp | New Zealand ⁵ |
| Belarus | Grenada | Nicaragua |
| Bỉ | Guatemala | Niger |
| Belize | Guinea | Nigeria |
| Benin | Guinea-Bissau | Nauy |
| Bhutan | Guyana | Oman |
| Bolivia | Haiti | Panama |
| Bosnia và Herzegovina | Holy See | Papua New Guinea |
| Botswana | Honduras | Paraguay |
| Brazil | Hungary | Pêru |
| Bulgaria | Iceland | Philippines |
| Burkina Faso | Ấn Độ | Ba Lan |
| Burundi | Indonesia | Bồ Đào Nha |
| Campuchia | Iran (Cộng hòa Hồi giáo) | Qatar |
| Cameroon | Iraq | Hàn Quốc |
| Canada | Ireland | Cộng hòa Moldova |
| Cộng hòa Trung Phi | Israel | Rumani |
| Chad | Italy | Liên bang Nga |
| Chilê | Jamaica | Rwanda |
| Trung Quốc ¹ | Nhật Bản | Saint Kitts và Nevis |

³ Bao gồm tất cả khu vực hành chính và lãnh thổ ở nước ngoài.

⁴ Phê chuẩn cho cả Vương quốc ở châu Âu, Netherland Antilles và Aruba.

⁵ Việc New Zealand tham gia Đạo luật Stockholm bao gồm cả các đảo Cook, Niue và Tokelau với các ngoại lệ của các Điều từ 1 đến 12.

| | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------|
| Colombia | Jordan | Saint Lucia |
| Côngô | Kazakhstan | Saint Vicent và Grenadines |
| Costa Rica | Kenya | San Marino |
| Bờ biển Ngà | Kyrgyzstan | Sao Tome và Principe |
| Cuba | Cộng hòa dân chủ nhân dân Lào | Senegal |
| Cyprus | Latvia | Serbia và Montenegro |
| Cộng hòa Séc | Lebanon | Seychelles |
| Cộng hòa dân chủ nhân dân Triều Tiên | Liberia | Sierra Leone |
| Cộng hòa dân chủ nhân dân Côngô | Jamahiriya Ả Rập Libi | Singapore |
| Đan Mạch ² | Liechtenstein | Slovakia |
| Djibouti | Lithuania | Slovenia |
| Dominica | Luxembourg | Nam Phi |
| Cộng hòa Dominican | Madagascar | Tây Ban Nha |
| Ecuador | Malawi | Sri Lanka |
| Swaziland | Malawi | Sudan |
| Thụy Điển | Malaysia | Suriname |
| Thụy Sĩ | Trinidad và Tobago | Hoa Kỳ ⁷ |
| Cộng hòa Ả rập Siri | Tunisia | Uruguay |
| Tajikistan | Thổ Nhĩ Kỳ | Uzbekistan |
| Cộng hòa Macedonia thuộc Nam Tư cũ | Turkmenistan | Venezuela |
| Tôgô | Uganda | Việt Nam |
| Tôngga | Ukraine | Zambia |
| | Các tiểu vương quốc Ả rập thống nhất | Zimbabwe |
| | Anh ⁶ | |
| | Cộng hòa Tanzania | |

Tổng số: 164 nước.

¹ Đạo luật Stockholm cũng được áp dụng cho cả Khu hành chính đặc biệt Hồng Kông, có hiệu lực từ ngày 01/7/1997, và Khu vực hành chính đặc biệt Macao, có hiệu lực từ ngày 20/12/1999.

² Đan Mạch mở rộng việc áp dụng Văn kiện Stockholm cho quần đảo Faroe, có hiệu lực từ ngày 06/8/1971.

⁷ Hợp chúng quốc Hoa Kỳ đã mở rộng việc áp dụng Văn kiện Stockholm cho mọi lãnh thổ và thuộc địa của Hoa Kỳ, kể cả nước Tự do liên kết Puerto Rico, từ ngày 25/8/1973).

⁶ Anh mở rộng việc áp dụng Văn kiện Stockholm cho Đảo Man, có hiệu lực từ ngày 29/10/1983.

Chịu trách nhiệm xuất bản

TRẦN VIỆT HÙNG

Biên tập

Phạm Phi Anh

Mai Văn Sơn

Trần Văn Hiệp

Dịch thuật

Ấn phẩm này được dịch bởi tập thể
Phòng Hợp tác quốc tế (Cục Sở hữu trí tuệ), gồm:

Vũ Thị Thúy Liên

Đoàn Thiều Trang

Trần Văn Hiệp

Nguyễn Thị Minh Thu

Lê Văn Việt

Nguyễn Ngọc Hạnh Linh

Đỗ Thị Hạnh

Nguyễn Thị Thu Giang

Để biết thêm thông tin về các ấn phẩm và nội dung sở hữu trí tuệ liên quan đến doanh nghiệp vừa và nhỏ, xin vui lòng xem trang web của Phòng Doanh nghiệp vừa và nhỏ của WIPO tại địa chỉ: www.wipo.int/sme/en.

Ngoài ra, bạn cũng có thể đăng ký để nhận bản tin điện tử miễn phí hằng tháng của Phòng Doanh nghiệp vừa và nhỏ tại địa chỉ: www.wipo.int/sme/en/documents/wipo_sme_newsletter.html.

Hoặc

Cục Sở hữu trí tuệ Việt Nam. Địa chỉ: 386 Nguyễn Trãi, Thanh Xuân, Hà Nội; điện thoại: 04.38583069; fax: 04.38588449. Có thể tải ấn phẩm tại www.noip.gov.vn.

Ấn phẩm được dịch và xuất bản với sự tài trợ của Quỹ tín thác WIPO – USPTO (Cơ quan Sáng chế và Nhãn hiệu Hoa Kỳ) và Dự án Việt Nam - Thụy Sĩ về sở hữu trí tuệ (Dự án SVIP).

Tài liệu được xuất bản theo Giấy phép số 110/GP-CXB do Cục Xuất bản cấp ngày 19/8/2009.

Trung tâm Thương mại thế giới (ITC)

ITC là cơ quan hợp tác kỹ thuật của Hội nghị Thương mại và Phát triển thuộc Liên hợp quốc (UNCTAD) và Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) liên quan đến các vấn đề tổ chức và phát triển doanh nghiệp của phát triển thương mại quốc tế.

ITC hỗ trợ các nền kinh tế đang phát triển và chuyển đổi, đặc biệt là khu vực doanh nghiệp của các nước đó, trong nỗ lực hiện thực hóa tiềm năng sẵn có của các nước đó nhằm thúc đẩy xuất khẩu và cải thiện hoạt động nhập khẩu.

Ngoài những vấn đề khác, ITC còn đóng góp vào sự phát triển của các doanh nghiệp trong lĩnh vực sáng tạo thông qua việc tăng cường các cơ hội thương mại nhằm làm tăng các lợi ích trực tiếp, cũng như năng lực xuất khẩu và năng lực cạnh tranh quốc tế về dài hạn. ITC khuyến khích sự kết hợp vấn đề văn hóa với các chính sách hỗ trợ phát triển thương mại quốc gia ở các nền kinh tế đang phát triển và nền kinh tế chuyển đổi.

Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới (WIPO)

WIPO là tổ chức liên chính phủ thuộc hệ thống các cơ quan chuyên môn của Liên Hợp quốc. WIPO có nhiệm vụ bảo đảm quyền của các nhà sáng tạo và chủ sở hữu quyền sở hữu trí tuệ được bảo hộ trên toàn thế giới và các nhà sáng chế và các tác giả được thừa nhận và tưởng thưởng cho sự sáng tạo của họ.

Sứ mệnh của WIPO là thông qua hợp tác quốc tế để thúc đẩy sự sáng tạo, phổ biến, sử dụng và bảo hộ các tác phẩm tinh thần của con người vì mục đích phát triển kinh tế, văn hóa và xã hội loài người.

Ngoài các hoạt động khác, WIPO cung cấp hỗ trợ kỹ thuật về sở hữu trí tuệ cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ (kể cả các thợ thủ công và nghệ sỹ tạo hình). WIPO góp phần nâng cao khả năng cạnh tranh bằng cách giúp các doanh nghiệp khai thác tối đa khả năng đổi mới và sáng tạo của họ thông qua việc sử dụng có hiệu quả hệ thống sở hữu trí tuệ.

Tài liệu này cung cấp thông tin và kiến thức cơ bản về các kỹ năng tiếp thị và sở hữu trí tuệ cho thợ thủ công, doanh nghiệp thủ công và nghệ sỹ tạo hình với mục đích nâng cao cơ hội thành công của họ trong kinh doanh.



Trung tâm Thương mại quốc tế
UNCTAD / WTO

Liên hệ để biết thêm thông tin:
Địa chỉ: ITC, 54–56, rue de Montbrillant,
1202 Geneva, Thụy Sĩ.
Địa chỉ thư tín: ITC, Palais des Nations,
1211 Geneva 10, Thụy Sĩ.
Điện thoại: +41 22 730 0111 Fax: +41 22 733 4439
E-mail: itcreg@intracen.org
Trang web: www.intracen.org



TỔ CHỨC
SỞ HỮU
TRÍ TUỆ
THẾ GIỚI

Liên hệ để biết thêm thông tin:
Địa chỉ: WIPO, 34 chemin des Colombettes, CH-1211
Geneva 20, Thụy Sĩ.
Điện thoại: +41 22 338 9111 Fax: +41 22 733 5428
E-mail: wipo.mail@wipo.int
Trang web: www.wipo.int
E-mail của Phòng Doanh nghiệp vừa và nhỏ: sme@wipo.int
Trang web: www.wipo.int/sme