

Bảo hộ và phát triển nhãn hiệu tập thể không chỉ giúp bảo đảm chất lượng, tiêu chuẩn của sản phẩm đối với người tiêu dùng và thị trường tiêu thụ, mà còn giúp bảo tồn, phát triển sản xuất, kinh doanh, tạo thêm cơ hội việc làm và tăng thu nhập cho người lao động. Bài viết tập trung nghiên cứu vấn đề pháp lý về nhãn hiệu tập thể, thực trạng bảo hộ và phát triển ở Nghệ An hiện nay, từ đó đưa ra những định hướng gợi mở.

BẢO HỘ VÀ PHÁT TRIỂN NHÃN HIỆU TẬP THỂ TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH NGHỆ AN

Một số vấn đề cần quan tâm

■ TS. Phạm Thị Thuý Liễu
Khoa Luật - Trường Đại học Vinh

1. Một số vấn đề pháp lý về bảo hộ nhãn hiệu tập thể

Theo quy định của Điều 15.1 Hiệp định Trips, dấu hiệu có khả năng được bảo hộ với danh nghĩa là nhãn hiệu có thể là dấu hiệu nhìn thấy được (như từ ngữ, hình ảnh, màu sắc) hoặc dấu hiệu không nhìn thấy được (như mùi vị, âm thanh)⁽¹⁾.

Chức năng cơ bản của nhãn hiệu là chỉ dẫn nguồn gốc hàng hóa, dịch vụ mang nhãn hiệu được bảo hộ và phân biệt hàng hóa, dịch vụ mang nhãn hiệu được bảo hộ với hàng hóa, dịch vụ cùng loại khác. Cụ thể, nhãn hiệu chứa đựng những thông tin giúp người tiêu dùng có thể nhận ra những đặc điểm không nhìn thấy được của sản phẩm mang nhãn hiệu được bảo hộ. Bên cạnh chức năng chỉ dẫn nguồn gốc, nhãn hiệu còn có các chức năng phụ đó là: chức năng bảo đảm chất lượng, chức năng quảng cáo. Chức năng bảo đảm chất lượng

của nhãn hiệu gửi thông điệp về chất lượng sản phẩm từ nhà sản xuất đến người tiêu dùng. Nhờ có chức năng quảng cáo, những thông tin về đặc điểm của sản phẩm (như nguồn gốc, chất lượng, chức năng của sản phẩm) được chuyển tới người tiêu dùng. Đối với những sản phẩm độc nhất và có giá trị, nhãn hiệu còn có chức năng phản ánh địa vị xã hội của người sử dụng nó⁽²⁾.

Nhãn hiệu tập thể: là nhãn hiệu dùng để phân biệt hàng hóa, dịch vụ của các thành viên của tổ chức là chủ sở hữu nhãn hiệu đó với hàng hóa, dịch vụ của các cá nhân, tổ chức kinh doanh khác không phải là thành viên của tổ chức đó (khoản 17, Điều 4, Luật Sở hữu trí tuệ). Người tiêu dùng nhận biết nhãn hiệu tập thể tức là nhận biết về nguồn gốc của nhãn hiệu (là tập thể) cũng như chất lượng sản phẩm mang nhãn hiệu của tập thể đăng ký là chủ sở hữu.

Tổ chức tập thể được thành lập hợp pháp có quyền đăng ký nhãn hiệu để các thành viên của mình sử dụng theo quy chế sử dụng; đối với dấu hiệu chỉ nguồn gốc địa lý của hàng hóa, dịch vụ, tổ chức có

Một số nhãn hiệu tập thể ở tỉnh Nghệ An



Nhãn hiệu tập thể cá thu nướng Cửa Lò



Nhãn hiệu tập thể chè Gay Anh Sơn



Nhãn hiệu tập thể bơ Nghĩa Đàn

quyền đăng ký là tổ chức tập thể của các tổ chức, cá nhân tiến hành sản xuất, kinh doanh tại địa phương đó; đối với địa danh, dấu hiệu khác chỉ nguồn gốc địa lý đặc sản địa phương của Việt Nam thì việc đăng ký phải được cơ quan nhà nước có thẩm quyền cho phép. Quyền sử dụng nhãn hiệu tập thể không được chuyển giao cho tổ chức, cá nhân không phải là thành viên của chủ sở hữu nhãn hiệu đó. Thời hiệu bảo hộ là 10 năm, được gia hạn không giới hạn thời gian.

Thực tiễn hiện nay, vẫn có sự nhầm lẫn khái niệm nhãn hiệu tập thể và nhãn hiệu chứng nhận. do đó, cần phân biệt rõ hai khái niệm để thực hiện và quản lý hiệu quả: nhãn hiệu tập thể là: “Các dấu hiệu phân biệt nguồn gốc địa lý, nguyên vật liệu, mô hình sản xuất hoặc các đặc tính chung của hàng hóa dịch vụ của các doanh nghiệp khác nhau cùng sử dụng nhãn hiệu tập thể”. Như vậy, nhãn hiệu tập thể giúp cho công chúng nhận biết đặc tính cụ thể của sản phẩm mang nhãn hiệu ấy. Còn nhãn hiệu chứng nhận là nhãn hiệu mà chủ sở hữu cho phép tổ chức, cá nhân khác sử dụng trên hàng hóa, dịch vụ của tổ chức, cá nhân được đăng ký.

2. Thực trạng đăng ký bảo hộ, sử dụng và phát triển nhãn hiệu tập thể ở tỉnh Nghệ An

Nhãn hiệu tập thể là yêu cầu của thị trường, là một trong những điều kiện quan trọng để người tiêu dùng lựa chọn, nó có tác động đến phát triển sản xuất. Vì vậy mọi lúc, mọi nơi đều được chính quyền, cơ quan chuyên ngành và người sản xuất hàng hóa quan tâm. Nghệ An là địa phương có tiềm năng ứng dụng khoa học công nghệ và phát triển nông nghiệp. Để hỗ trợ các doanh nghiệp đổi mới công nghệ và nâng cao chất lượng sản phẩm, trong giai đoạn 2010-2020, tỉnh Nghệ An

đã ban hành và thực hiện 03 chính sách về cơ chế khuyến khích, hỗ trợ các tổ chức, cá nhân đầu tư công nghệ mới, đổi mới công nghệ, nghiên cứu ứng dụng tiên bộ khoa học và công nghệ... những kết quả đó đã góp phần quan trọng trong việc nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm, hàng hóa, tạo ra các sản phẩm mới, bảo hộ sở hữu trí tuệ, xây dựng và quảng bá thương hiệu để từ đó nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm, hàng hóa của các doanh nghiệp Nghệ An.

Từ năm 2011 đến nay, trên địa bàn tỉnh Nghệ An có 8 dự án về sở hữu trí tuệ Trung ương ủy quyền địa phương quản lý triển khai và 9⁽³⁾ dự án cấp tỉnh được triển khai. Ngoài ra, hàng năm có 4-5 sản phẩm của các huyện thực hiện mô hình để xây dựng nhãn hiệu cộng đồng (nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận). Các đề tài, dự án, mô hình triển khai đã góp phần tích cực trong công tác tuyên truyền, phổ biến và hướng dẫn thực hiện các văn bản pháp luật, tạo lập được một số mô hình đăng ký bảo hộ và phát triển thương hiệu, góp phần nâng cao giá trị của sản phẩm và sức cạnh tranh của sản phẩm hàng hóa ở Nghệ An. Cho đến nay, Nghệ An đã có 159 sản phẩm truyền thống và đặc sản địa phương có thể phát triển thành sản phẩm hàng hóa; đã có 1.204 nhãn hiệu, 2 chỉ dẫn địa lý⁽⁴⁾, 5 nhãn hiệu chứng nhận⁽⁵⁾, 30 nhãn hiệu tập thể⁽⁶⁾ được đăng ký bảo hộ.

Phát triển giá trị của nhãn hiệu tập thể sau bảo hộ được quan tâm thực hiện và đạt được những kết quả đáng ghi nhận. Việc xác định rõ ý nghĩa của việc phát triển nhãn hiệu tập thể sau bảo hộ, những năm gần đây, tỉnh Nghệ An đã ban hành nhiều cơ chế, chính sách, hỗ trợ kinh phí để xây dựng nhãn hiệu cho một số nông sản đặc sản có giá trị kinh tế cao, gắn bó với đời sống của người dân địa phương, tạo ra những sản phẩm mang tính đặc trưng của từng vùng, địa phương.

Có thể nói, việc bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, phát triển nhãn hiệu tập thể sau bảo hộ đối với các sản phẩm trên địa bàn tỉnh Nghệ An trở thành vấn đề được quan tâm bởi những lợi ích thiết thực cũng như hiệu quả kinh tế mang lại. Trong đó, vấn đề đặt ra là sau khi được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ cần đẩy mạnh hiệu quả công tác quản lý, tiếp tục đầu tư công nghệ mở rộng quy mô sản xuất để phát triển giá trị

của các nhãn hiệu tập thể. Có như vậy, các nhãn hiệu tập thể nói riêng và các sản phẩm đặc trưng của mỗi địa phương nói chung mới tăng sức cạnh tranh và phát triển thị trường xuất khẩu.

Bên cạnh những giá trị mà nhãn hiệu tập thể được bảo hộ mang lại, thì thực tiễn khai thác vẫn gặp những khó khăn như:

Các sản phẩm được bảo hộ nhãn hiệu tập thể chưa khai thác được triệt để về giá trị kinh tế, các sản phẩm mới chỉ được tiêu thụ ở một số tỉnh trong nước, chưa có nhiều cơ hội tiếp cận với thị trường xuất khẩu; quy mô sản xuất của các hộ gia đình, trang trại còn manh mún, nhỏ lẻ do thiếu nguồn vốn đầu tư, khiến việc áp dụng các tiến bộ kỹ thuật trong sản xuất chưa thực sự phát huy hiệu quả...

Vi dụ: Kết quả khảo sát của Sở Khoa học và Công nghệ thành phố Hà Nội cho thấy, mới chỉ có khoảng 30% các nhãn hiệu tập thể được sử dụng tương đối hiệu quả, được người tiêu dùng biết đến và ghi nhận, giá trị sản phẩm được tăng cao, chất lượng sản phẩm cũng được đảm bảo nhằm bảo vệ giá trị thương hiệu. Trong khi đó, có tới 60% nhãn hiệu tập thể được xây dựng chưa thật sự bài bản và gấp gáp vì chỉ mong muốn bảo vệ giá trị danh tiếng nhưng chưa hiểu sâu giá trị thật của nhãn hiệu tập thể và cách thức xây dựng và sử dụng nhãn hiệu tập thể sao cho đạt hiệu quả nhất. Do vậy, gặp nhiều khó khăn trong việc sử dụng nhãn hiệu tập thể trên sản phẩm trong quá trình lưu thông hàng hóa. Đặc biệt, 10% nhãn hiệu tập thể còn lại, sau khi được bảo hộ đã không được sử dụng thực tế⁽⁷⁾.

Số lượng các sản phẩm được đăng ký bảo hộ nhãn hiệu tập thể cho thấy, mặc dù Nghệ An có tiềm năng rất lớn về các cây, con đặc sản, các sản phẩm mang địa danh, các làng nghề phát triển nhưng số lượng bảo hộ về chỉ dẫn địa lý và nhãn hiệu tập



Nghệ An ưu tiên xây dựng và bảo hộ nhãn hiệu cho các sản phẩm đặc sản của địa phương
(Ảnh: Hội thảo khoa học “Phát triển đặc sản, sản phẩm truyền thống Nghệ An thành hàng hóa” - 8/2019)

thể là quá ít, chưa tương xứng với tiềm năng của địa phương và so với các địa phương khác trong cả nước. Nhận thức về xây dựng và phát triển nhãn hiệu tập thể trong nội bộ, tổ chức và cá nhân người sản xuất chưa sâu, chưa thật cụ thể nên ý chí chưa cao, thực hiện lúng túng; không ít người và tổ chức muốn cấp nhãn hiệu tập thể, song ít quan tâm hoàn thiện các tiêu chí theo quy định.

3. Định hướng xây dựng và phát triển nhãn hiệu tập thể trên địa bàn tỉnh Nghệ An trong thời gian tới

Một là, hỗ trợ phát triển tài sản trí tuệ cho doanh nghiệp trên địa bàn, trong đó đặc biệt quan tâm đến các đối tượng sáng chế, nhãn hiệu tập thể và nhãn hiệu chứng nhận. Ưu tiên xây dựng và bảo hộ nhãn hiệu cho các sản phẩm đặc sản của địa phương. Nâng cao hiệu quả hoạt động bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ địa phương, thực hiện cơ chế phối hợp giữa các cơ quan thực thi quyền và cơ quan quản lý sở hữu trí tuệ ở tỉnh Nghệ An, tạo điều kiện phát triển các dịch vụ về sở hữu trí tuệ phục vụ các nhu cầu của xã hội. Cụ thể: giai đoạn từ 2021-2025: bảo hộ mới được từ 2-3 chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu cộng đồng được bảo hộ mới từ 15-20 nhãn hiệu; nhãn hiệu thông thường là 2.000 nhãn hiệu. Phấn đấu đến năm 2030 có 90% sản phẩm chủ lực, đặc trưng, tiềm năng được cấp giấy chứng nhận quyền sở hữu công nghiệp. Duy trì và khai thác hiệu quả các chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận,

nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu thông thường đã được bảo hộ⁽⁸⁾.

Hai là, các cấp, các ngành liên quan từ trung ương đến địa phương cần hỗ trợ xây dựng, khai thác, quản lý, bảo vệ và phát triển quyền sở hữu trí tuệ đối với nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận, chỉ dẫn địa lý cho các sản phẩm nông phẩm của tỉnh. Cụ thể: xây dựng quy hoạch vùng nguyên liệu sản phẩm; xác định phạm vi địa lý bảo hộ; phân tích các chỉ tiêu chất lượng sản phẩm; xây dựng tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm; xây dựng phương án tổ chức hệ thống quản lý; phân tích, đánh giá, xây dựng các quy trình khai thác, chế biến và bảo quản sản phẩm...

Ba là, nhà sản xuất, chính quyền địa phương và cơ quan chuyên ngành cần nhận rõ hơn yêu cầu khách quan và ngày càng nghiêm khắc của thị trường; để tồn tại và nâng cao sức cạnh tranh của bất cứ sản phẩm nào thì phải đáp ứng đầy đủ các tiêu chí của thị trường. Thị trường không ưu tiên vùng sâu, vùng xa, hộ nghèo, hộ chính sách mà từ chối sản phẩm nào không phù hợp với người tiêu dùng. Phải nhận biết lợi thế của mình và khai thác tốt lợi thế đó nhằm tạo ra sản phẩm có chất

lượng, ổn định; biết xây dựng bộ hồ sơ, biết quy trình đăng ký⁽⁹⁾...

Bốn là, tuyên truyền pháp luật về sở hữu trí tuệ để người sản xuất không chạy theo lợi ích nhất thời; xem uy tín là sống còn của sản phẩm mình. Các tiêu chí đăng ký đã được công nhận chỉ có thể hoàn thiện tốt hơn chứ không ngược lại. Sớm khắc phục tình trạng sản phẩm có cấp nhãn hiệu và không cấp nhãn hiệu thì chất lượng, mẫu mã, giá cả khó phân biệt (sản phẩm có nhãn hiệu phải luôn luôn hơn sản phẩm không nhãn hiệu). Nếu phát hiện sản phẩm xuống cấp so với tiêu chí đăng ký mà không có giải pháp khắc phục nhanh chóng thì thu hồi giấy chứng nhận. Kiểm tra và kiên quyết xử lý hàng nhái, hàng giả, nhãn hiệu, logo giả.

Năm là, tăng cường phối hợp và hỗ trợ cao nhất cho người sản xuất; kiểm tra, xem xét các chính sách hiện hành có áp dụng đầy đủ cho người và tổ chức sản xuất; cơ quan chức năng chủ động hướng dẫn, hỗ trợ nhà sản xuất./.

Chú thích:

⁽¹⁾ Điều 15.1 Hiệp định Trips quy định: “Bất kỳ dấu hiệu, sự kết hợp một số dấu hiệu, có khả năng phân biệt hàng hóa hoặc dịch vụ của chủ thể khác, có thể được coi là nhãn hiệu”.

⁽²⁾ TS. Nguyễn Như Quỳnh, 2012, *Hết quyền đối với nhãn hiệu trong pháp luật, thực tiễn quốc tế và Việt Nam*, tr86-tr87.

⁽³⁾ Các dự án Trung ương gồm: Xây dựng và phát sóng chương trình SHTT và cuộc sống trên đài truyền hình Nghệ An; 03 dự án xây dựng quản lý và phát triển chỉ dẫn địa lý “Vinh” cho cam quả Nghệ An, 01 dự án xây dựng nhãn hiệu tập thể chè Nghệ An, 01 dự án tạo lập và phát triển nhãn hiệu chứng nhận nước mắm Vạn phần. Dự án Trung ương quản lý về xây dựng nhãn hiệu chứng nhận chanh leo Quế Phong.

⁽⁴⁾ Dự án cấp tỉnh gồm: Xây dựng nhãn hiệu tập thể của gà Thanh Chương, mực khô Quỳnh Lưu, cá thu nướng Cửa Lò và tôm nõn Diễn Châu. Nhãn hiệu chứng nhận cho nhung hươu Quỳnh Lưu, nhãn hiệu tập thể bưởi hồng Quang Tiến, Chỉ dẫn địa lý gừng Kỳ Sơn, nghiên cứu tạo lập bổ sung giống cam Valenxia (V2) và mở rộng phạm vi bảo hộ chỉ dẫn địa lý “Vinh” cho sản phẩm cam quả trên địa bàn tỉnh Nghệ An, xây dựng và phát triển CDDL Trà hoa vàng miền Tây Nghệ An.

⁽⁵⁾ Bao gồm: Chỉ dẫn địa lý “Vinh” cho cam quả trên địa bàn 73 xã trong 10 huyện, thị xã và CDDL “Kỳ Sơn” cho sản phẩm củ gừng.

⁽⁶⁾ Bao gồm: “Vạn Phần” cho sản phẩm nước mắm, “Dê Tân Kỳ” cho sản phẩm thịt dê của huyện Tân Kỳ, “Quỳnh Lưu” cho sản phẩm nhung hươu, “Phú Diễn” cho sản phẩm gà Diễn Châu và “Quế Phong” cho chanh leo Quế Phong.

⁽⁷⁾ Ví dụ: Ngói Cửa; Làng nghề Phú Lợi; Hương trầm Quỳnh Châu; Hội Láng nghề chế biến hải sản; Hải Giang 1 thị xã Cửa Lò; Làng nghề Vĩnh Đức VD; Chè-Tea Nghệ An; Rượu Hưng Châu; Tân An nước mắm truyền thống; Gà Thanh Chương; Dứa Quỳnh Lưu; Bột sắn dây Nam Đàn; Bò Giàng Tương Dương, Cam Con Công...

⁽⁸⁾ <https://baohothuonghieu.com/banquyen/tin-chi-tiet/quan-ly-va-su-dung-nhan-hieu-tap-the-con-nhieu-bat-cap/2306.html>

⁽⁹⁾ Sở Khoa học và Công nghệ tỉnh Nghệ An, Quy hoạch phát triển khoa học và công nghệ tích hợp vào quy hoạch tỉnh Nghệ An giai đoạn 2021-2030 tầm nhìn 2050, ngày 07/4/2021.

⁽¹⁰⁾ <https://vi.sblaw.vn/vai-suy-nghi-ve-xay-dung-nhan-hieu-tap-the/>

Tài liệu tham khảo:

1. TS. Nguyễn Như Quỳnh, 2012, *Hết quyền đối với nhãn hiệu trong pháp luật, thực tiễn quốc tế và Việt Nam*, Nxb Chính trị Quốc gia, tr86-87.

2. Sở khoa học và công nghệ tỉnh Nghệ An, *Quy hoạch phát triển khoa học và công nghệ tích hợp vào quy hoạch tỉnh Nghệ An giai đoạn 2021-2030 tầm nhìn 2050*, ngày 07/4/2021.

3. <https://baohothuonghieu.com/banquyen/tin-chi-tiet/quan-ly-va-su-dung-nhan-hieu-tap-the-con-nhieu-bat-cap/2306.html>

4. <https://vi.sblaw.vn/vai-suy-nghi-ve-xay-dung-nhan-hieu-tap-the/>

5. http://www.noip.gov.vn/vi_vn/web/guest/phan-trien-chi-dan-ia-ly/-/asset_publisher/sga9pgvmytwi/content/thuc-trang-trong-xay-dung-quan-ly-va-phan-trien-chi-dan-ia-ly-nhan-hieu-chung-nhan-va-nhan-hieu-tap-the?