

CÁC KHÁI NIỆM CHUẨN XÁC - ĐIỀU KIỆN TIÊN QUYẾT CHO VIỆC GIẢI QUYẾT CÓ HIỆU QUẢ TRANH CHẤP SỞ HỮU CÔNG NGHIỆP

PGS. TS. LÊ HỒNG HẠNH *

1. Các yếu tố dẫn tới sự gia tăng của tranh chấp về sở hữu công nghiệp

Sở hữu công nghiệp (SHCN), do bản chất của nó từ lâu đã trở thành yếu tố không thể tách rời của thương mại hàng hoá và dịch vụ. Không chỉ khi nền kinh tế thị trường phát triển và được toàn cầu hoá như hiện nay mà ngay cả khi xã hội loài người bắt đầu thực hiện hoạt động thương mại thì vấn đề kiểu dáng công nghiệp, chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu hàng hóa (NHHH) đã đặt ra. Do quyền SHCN, đặc biệt là NHHH gắn liền chặt chẽ với uy tín của doanh nghiệp và từ đó gắn với cơ hội chiếm lĩnh thị trường nên từ lâu SHCN là đối tượng bị vi phạm. Việc các thương nhân này gắn NHHH nổi tiếng hay có uy tín của thương nhân khác vào hàng hoá của mình để bán là hiện tượng không phải là mới đối với nền kinh tế trong các thời kỳ khác nhau. Tuy nhiên, do ở các xã hội như chủ nô, phong kiến, thị trường chỉ đóng khung trong một lãnh địa nhỏ nên việc sử dụng trái phép các đối tượng của SHCN, nhất là NHHH khó xảy ra. Quan trọng hơn cả tác dụng của SHCN đối với việc chiếm lĩnh thị trường không lớn, giá trị kinh tế của những đối tượng của SHCN không cao nên các tranh chấp phát sinh từ các đối tượng SHCN ít được chú ý. Người ta quan tâm thực sự đến các hàng hoá hữu hình hơn là những gì liên quan đến phần vô hình của

chúng như nhãn hiệu, kiểu dáng công nghiệp. Tuy nhiên, khi nền kinh tế thị trường TBCN hình thành thì vấn đề SHCN rất được chú ý. Kinh tế thị trường TBCN luôn luôn tìm cách thúc đẩy cạnh tranh và chính vì thế, những gì cản trở cạnh tranh đều bị nó tìm cách khống chế hoặc thông qua các biện pháp kinh tế hoặc bằng các biện pháp quyền lực. Vi phạm SHCN, nhất là NHHH chính là trở lực của cạnh tranh và nhà nước cần phải điều chỉnh nó thông qua hoạt động bảo hộ. Đây là chính là sự giải thích vì sao việc pháp luật về bảo hộ quyền SHCN được hình thành sớm ở các nhà nước có nền kinh tế thị trường phát triển. Những đạo luật về SHCN, về NHHH và những định chế bảo hộ NHHH đã xuất hiện ở châu Âu. Luật về NHHH đầu tiên được Pháp ban hành vào năm 1809. Đạo luật này được biết đến dưới tên gọi “Luật về xí nghiệp, cơ sở chế tạo và lò xường thủ công”. Năm 1857, nước Pháp lại ban hành thêm luật về “ký hiệu, nhãn hiệu chế tạo”. Các nước khác như Anh, Mỹ cũng ban hành các đạo luật riêng về NHHH vào năm 1862 và 1870. Đức ban hành đạo luật này vào năm 1874 và Nhật Bản với ảnh hưởng của Đức cũng ban hành luật về NHHH vào năm 1875.

Ở Việt Nam, vấn đề SHCN và việc giải quyết tranh chấp về SHCN cũng đã được đề

* Trường đại học luật Hà Nội

cập trong các quy định pháp luật: Điều lệ về sáng kiến cải tiến kỹ thuật - hợp lý hoá sản xuất và sáng chế theo Nghị định số 31-CP ngày 23/01/1981 của Hội đồng Chính phủ; Điều lệ về giải pháp hữu ích ban hành kèm theo Nghị định số 200-HĐBT ngày 28/12/1988 của Hội đồng bộ trưởng; Điều lệ về kiểu dáng công nghiệp ban hành kèm theo Nghị định số 85/HĐBT ngày 13/05/1988 của Hội đồng bộ trưởng; Điều lệ về mua bán quyền sử dụng sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, NHHH và bí quyết kỹ thuật ban hành kèm theo Nghị định số 201-HĐBT ngày 28/12/1988 của Hội đồng bộ trưởng và sau đó là Pháp lệnh về SHCN ngày 11/2/1989 đã quy định các nguyên tắc xác lập và bảo hộ quyền SHCN. Tuy nhiên, trong điều kiện của cơ chế kế hoạch hoá tập trung thì vấn đề vi phạm SHCN không được đặt ra. Các chủ thể chủ yếu và cơ bản của nền kinh tế là doanh nghiệp nhà nước (DNNN) hoạt động theo cơ chế bao cấp nên ít ai nghĩ đến lợi nhuận và sử dụng kiểu dáng công nghiệp, NHHH như là công cụ cạnh tranh, chiếm lĩnh thị trường. Chỉ khi chuyển sang nền kinh tế thị trường những cuộc cạnh tranh đầy kịch tính giữa các doanh nghiệp về SHCN, nhất là NHHH mới thực sự xảy ra ở nước ta. Theo báo cáo của Cục SHTT tại Hội nghị toàn quốc về thi số lượng các vụ vi phạm SHCN, nhất là đối với NHHH ngày càng tăng. Năm 1994 có 41 vụ vi phạm, năm 2001 có 198 vụ, năm 2002 có 282 vụ và năm 2003 có 326 vụ. Tại Hà Nội, trong số 185 vụ sản xuất và tiêu thụ hàng giả được phát hiện trong 7 tháng của năm 2004 thì 75% liên quan đến NHHH.⁽¹⁾ Số lượng này tăng theo

mức độ mở cửa thị trường và sự phát triển các hoạt động thương mại quốc gia cũng như quốc tế của nước ta. Nếu phân tích sự gia tăng của các vi phạm về SHCN, nhất là về NHHH trong mối liên hệ với số liệu về giao dịch thương mại thì sẽ thấy rõ xu hướng tăng nhanh sự cạnh tranh không lành mạnh dưới hình thức vi phạm quyền SHCN.

Việc chuyển sang nền kinh tế thị trường đã làm gia tăng các vi phạm về SHCN, đặc biệt là về NHHH bị chi phối sự bởi các yếu tố sau đây:

Thứ nhất, do sự thúc đẩy của quy luật lợi nhuận, các doanh nghiệp tìm cách đạt được sự “phồn vinh” của doanh nghiệp mình bằng cách sử dụng các đối tượng của SHCN và NHHH của các nhà sản xuất hay cung cấp dịch vụ có uy tín đã được bảo. Người sản xuất, kinh doanh hàng hoá thu lợi khổng lồ từ việc tiêu thụ hàng hoá bằng việc sử dụng trái phép nhãn hiệu nổi tiếng.

Thứ hai, cơ chế thực thi quyền SHCN chưa có hiệu quả vì những lý do khác nhau mà chủ yếu là chế tài áp đặt đối với các vi phạm không đủ giá trị ngăn chặn. Tình trạng “cổ đấm ăn xôi” trong lĩnh vực vi phạm NHHH là điều có thể tiên liệu được trong cơ chế bảo hộ hiện tại đối với loại đối tượng này của SHCN. So với 250000 đô la hoặc/với 5 năm tù mà pháp luật Mỹ⁽²⁾ áp dụng đối với cá nhân và 1 triệu đô la áp dụng với công ty vi phạm NHHH thì chế tài đối với vi phạm tương ứng trong pháp luật Việt Nam là không đáng kể. Ngay cả mức vi phạm để khởi tố hình sự các vi phạm SHCN cũng chỉ trên 30 triệu đồng.

Thứ ba, tâm lý phổ biến của người tiêu

dùng Việt Nam ưa hàng rẻ, cho dù có khi biết đó là hàng giả và ít quan tâm tới hậu quả mà chúng gây ra cho sự tăng trưởng của nền kinh tế cũng như cho lợi ích của mình.

Thứ tư, sự phát triển của công nghệ đã tạo ra khả năng tạo ra các sản phẩm mang hàng giả khó phân biệt không chỉ đối với những người tiêu dùng mà ngay cả chính nhà sản xuất cũng không thể nhận ra được hàng giả gắn nhãn hàng hiệu của mình đã được bảo hộ.

Thứ năm, xu thế toàn cầu hoá thương mại và việc hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam làm cho hàng hoá lưu thông tự do không chỉ trong phạm vi thị trường quốc gia. Dưới tác động này, hàng hoá lưu thông tự do từ các quốc gia khác làm cho các doanh nghiệp Việt Nam dễ lợi dụng nhãn hiệu hàng hoá vì hai lý do sau: 1. Việc các doanh nghiệp nước ngoài bảo hộ nhãn hiệu của mình ở Việt Nam gặp khó khăn hơn do thủ tục; 2. Tâm lý người tiêu dùng Việt Nam thích hàng ngoại.

2. Sự chính xác của các khái niệm - điều kiện tiên quyết cho việc giải quyết các tranh chấp về SHCN

Sự gia tăng các vi phạm SHCN đương nhiên dẫn tới các tranh chấp và hệ quả tất yếu là nhu cầu giải quyết các tranh chấp đó. Việc giải quyết tốt các tranh chấp về NHHH nói riêng và tranh chấp về SHCN nói chung là đòi hỏi hết sức bức thiết đối với đất nước ta hiện nay. Điều này có thể bắt nguồn từ các nguyên nhân sau:

Thứ nhất, vi phạm SHCN và những tranh chấp phát sinh từ những vi phạm đó nếu không được xử lý đúng, nhanh và hiệu quả

sẽ dẫn đến tình trạng nền kinh tế mang tính rủi ro cao và thiếu tính cạnh tranh. Việt Nam đã rơi 17 bậc xếp loại về tính cạnh tranh do nhiều nguyên nhân trong đó có tình trạng vi phạm quyền sở hữu trí tuệ. Từ bậc 57 Việt Nam đã rơi xuống bậc 74 trong số 103 nước được xếp hạng.

Thứ hai, Việt Nam đang đàm phán gia nhập Tổ chức thương mại thế giới (WTO) và việc đáp ứng các đòi hỏi của tổ chức này trong việc thực thi quyền sở hữu trí tuệ bao gồm cả quyền tác giả và quyền SHCN. Trong toàn bộ các hiệp định cấu tạo nên nền tảng WTO thì TRIPS là Hiệp định liên quan nhiều đến SHCN. TRIPS đòi hỏi các quốc gia thành viên không chỉ ban hành các quy định pháp luật phù hợp với đòi hỏi của nó mà còn phải có các biện pháp thực thi có hiệu quả việc bảo hộ quyền SHCN. Cơ chế giải quyết tranh chấp chính là một trong những biện pháp như vậy.

Thứ ba, Việt Nam đã ký nhiều hiệp định thương mại song phương với các quốc gia khác và sẽ tiếp tục ký các hiệp định mới. Hầu như không có hiệp định thương mại song phương nào thiếu đòi hỏi sự bảo hộ có hiệu quả về SHCN trong đó có quyền sở hữu trí tuệ đối với NHHH, tên xuất xứ và chỉ dẫn địa lý.

Thứ tư, sự gia tăng đáng báo động về tình trạng vi phạm SHCN dẫn đến tranh chấp ở nước ta trong vài năm gần đây như trên đã phân tích. Số liệu thực tế cho thấy việc xử lý các vi phạm về SHCN, đặc biệt là về NHHH và tranh chấp phát sinh từ đó vừa ít về số lượng, vừa gây tranh cãi về quyết định của cơ quan xét xử hay cơ quan xử lý. Những vụ

tranh chấp kiểu sửa Trường Sinh, gấu Misa và Sungas chỉ là những ví dụ ít ỏi so với số lượng tranh chấp trong thực tế.

Thứ năm, cơ chế giải quyết tranh chấp về SHTT chưa được xác định một cách phù hợp với đòi hỏi của thực tiễn. Ngay cả việc chuyển qua chuyển lại thẩm quyền quản lý nhà nước về bảo hộ NHHH giữa Bộ khoa học và công nghệ với Bộ thương mại trong năm 2003 cho thấy sự lúng túng trong việc xác định cơ chế xử lý các tranh chấp liên quan đến SHCN. Thẩm quyền của toà án đối với các tranh chấp về SHTT nói chung và SHCN nói riêng cũng được xác định căn cứ vào các tiêu chí chủ thể, mục đích của các bên tham gia quan hệ có phát sinh tranh chấp. Tranh chấp về SHCN nói chung và NHHH nói riêng có thể do toà kinh tế và cũng có thể do toà dân sự giải quyết tùy thuộc vào các tiêu chí trên. Tình trạng này có khả năng tái diễn sự nhập nhằng về thẩm quyền giữa toà dân sự, toà kinh tế đã diễn ra gần 15 năm nay kể từ khi có Pháp lệnh hợp đồng kinh tế.

Việc giải quyết có hiệu quả tranh chấp về SHCN nói chung và tranh chấp về NHHH nói riêng phụ thuộc vào rất nhiều yếu tố khác nhau sau:

- Hệ thống pháp luật nội dung đầy đủ và hoàn thiện với những khái niệm pháp lý chuẩn xác về các đối tượng của SHCN. Đây là yếu tố tiên quyết cho việc giải quyết có hiệu quả tranh chấp về SHCN được phân tích trong bài viết này.

- Các quy định pháp luật về thủ tục giải quyết phải xác định rõ được các vấn đề sau:

+ Những yêu cầu cụ thể về hình thức

và nội dung đối với các yêu cầu giải quyết tranh chấp;

+ Thẩm quyền giải quyết các tranh chấp;

+ Thời hạn cụ thể cho từng bước trong thủ tục này;

+ Trách nhiệm và hậu quả của việc vi phạm thời hạn;

- Sự có mặt của các cơ quan giải quyết tranh chấp SHCN, những luật sư, các chuyên gia giỏi về lĩnh vực này.

- Hiệu lực và giá trị ngăn chặn của các quyết định hay các bản án về SHCN. Hiệu lực của quyết định hay bản án về SHCN, về NHHH.

Sự chính xác của các khái niệm được sử dụng trong pháp luật hiện hành và trong thực tiễn là một trong yếu tố tiên quyết cho việc giải quyết đúng các tranh chấp về SHCN. Sự khác nhau trong cách hiểu của doanh nghiệp và trong cách hiểu của luật sư, của thẩm phán về những khái niệm cơ bản sẽ dẫn tới những tranh luận không đáng có, ảnh hưởng đến độ chính xác và khẩn trương của việc giải quyết các tranh chấp trong bất cứ lĩnh vực nào. Có lẽ chính vì lý do này mà một trong những tiêu chí của nhà nước pháp quyền là tính minh bạch và rõ ràng của các quy định của pháp luật. Kỹ thuật lập pháp cũng đòi hỏi phải thể hiện nội dung của quy phạm pháp luật sao cho bất cứ chủ thể nào cũng phải hiểu đúng nội dung của nó theo nghĩa duy nhất phù hợp với tinh thần của nhà lập pháp. Trong lĩnh vực SHCN ở nước ta hiện nay thì đòi hỏi này cần được chú trọng ở mức độ cao. Các khái niệm pháp lý liên quan đến SHCN đều rất mới, mô tả những yếu tố khác nhau liên quan đến một

loại tài sản vô hình. Sự chính xác của các khái niệm được sử dụng trong lĩnh vực SHCN có ảnh hưởng quyết định tới việc giải quyết tốt tranh chấp vì những lý do sau đây:

+ Giúp xác định đúng đối tượng tranh chấp. Nếu các bên tham gia quan hệ không hiểu một cách thống nhất về đối tượng thì ngay từ việc này đã xuất hiện mầm mống tranh chấp. Đối với loại tài sản trí tuệ, vô hình này thì sự chính xác về khái niệm pháp lý có ý nghĩa rất lớn.

+ Từ việc xác định đúng đối tượng tranh chấp, chúng ta mới xác định được những vấn đề liên quan để giải quyết tranh chấp đó.

+ Giúp cho việc tạo ra sự thống nhất giữa các khái niệm này trong các văn bản khác nhau.

Để chứng minh cho sự cần thiết phải sử dụng chính xác các khái niệm trong thực tiễn cũng như trong hệ thống pháp luật, chúng tôi phân tích sự bất tương thích của một vài khái niệm sau đây và nguy cơ của sự bất tương thích đó đối với việc giải quyết tranh chấp SHCN.

Trước hết nói về khái niệm thương hiệu. Đây là khái niệm được báo chí, được các doanh nhân dùng khá phổ biến. Có thể nói đang có cơn lốc của khái niệm này trong các diễn đàn. Người ta nói đến thương hiệu của nước mắm, thương hiệu của nhà sản xuất, thương hiệu của bệnh viện, thương hiệu của luật sư, thương hiệu của trường đại học, thậm chí là thương hiệu của thầy giáo. Cách dùng khái niệm này được công chúng tiếp nhận theo các nghĩa khác nhau và các doanh nhân cũng tiếp cận theo các cách khác nhau như vậy. Về nội hàm của khái niệm thương

hiệu, NHHH, tên thương mại tác giả đã đề cập trong bài viết khác.⁽³⁾ Những phân tích dưới đây chỉ liên quan đến sự bất tương thích về khái niệm thương hiệu được dùng trong các văn bản pháp luật khác nhau cũng như giữa khái niệm này trong pháp luật với khái niệm được công chúng nhận thức. Thương hiệu trong cách hiểu của công chúng hiện nay thiên về sự ám chỉ NHHH. Tuy nhiên, trong hệ thống pháp luật hiện hành đã có khái niệm NHHH. Việc dùng khái niệm thương hiệu có nguy cơ tạo ra sự bất tương thích giữa nó với khái niệm NHHH. Ví dụ, Công ty Unilever Việt Nam có tên thương mại là Unilever Việt Nam. Công ty sản xuất rất nhiều mặt hàng khác nhau với những NHHH khác nhau: Sunsill, Clear, Lifebuoy, Omo, Dove v.v.. Trong số những sản phẩm này thì sản phẩm nào là thương hiệu của công ty? Nếu sản phẩm bột giặt Omo bị nhái nhãn mác thì Unilever Việt Nam kiện về vi phạm thương hiệu hay vi phạm NHHH gắn với bột giặt có nhãn hiệu Omo. Toà án sẽ xác định đối tượng tranh chấp này dựa trên khái niệm thương hiệu hay dựa trên khái niệm NHHH. Nếu toà án coi đây là việc vi phạm NHHH của Unilever gắn trên bao bì của sản phẩm bột giặt của công ty thì việc xử lý sẽ khác so với việc coi đó là sự vi phạm về tên thương mại. Trong trường hợp này, tên thương mại Unilever Việt Nam chưa bị sử dụng trái phép mà chỉ có NHHH gắn với một sản phẩm cụ thể của nó bị vi phạm. Trong trường hợp này, nếu Unilever kiện việc sử dụng sai thương hiệu với ám chỉ là tên thương mại và uy tín của mình thì việc xác định đối tượng của tranh chấp hay đối

tượng của vi phạm sẽ gặp phải sự phức tạp.

Hiện tại, ngay giữa các văn bản pháp luật quan trọng của nước ta đã xuất hiện sự mâu thuẫn do việc “luật hoá” khái niệm thương mại. Thoạt nhìn thì đây chỉ là vấn đề từ ngữ song có thể tiên liệu những vướng mắc phát sinh từ việc luật hoá khái niệm thương hiệu. Điều 16 Nghị định Số 64/2002/NĐ-CP ngày 19/6/2002 quy định việc xác định giá trị thương hiệu khi tính giá trị thực tế của DNNN cổ phần hoá. Vậy giá trị thương hiệu này được hiểu là giá trị của các NHHH gắn với các sản phẩm của DNNN hay là giá trị tên thương mại của nó. Điều này không làm rõ sẽ tạo ra tình trạng thiếu thống nhất trong cách tính giá trị thực tế của DNNN cổ phần hoá. Từ đây cũng có thể phát sinh các tranh chấp liên quan đến khái niệm thương hiệu.

Khái niệm thứ hai là hàng giả. Hàng giả, hàng vi phạm SHCN đang là vấn nạn của nhiều nền kinh tế. Hàng giả ảnh hưởng tai hại đến môi trường kinh doanh, môi trường đầu tư, gây nguy hiểm đến tính mạng người tiêu dùng. Sản xuất và tiêu thụ hàng giả cũng là cội nguồn gây ra tranh chấp. Khi đứng trước những tranh chấp hay vi phạm cần phải xử lý thì các cơ quan có thẩm quyền cần xác định xem hàng bị cáo buộc là giả thì có phải là hàng giả không. Hàng thế nào bị coi là hàng giả? Theo các quy định trong Thông tư liên tịch số 10/2000/TTLT-BTM-BTC-BCA BKHCNMT ngày 27/4/2000 của Bộ thương mại, Bộ tài chính, Bộ công an, Bộ khoa học công nghệ và môi trường (nay là Bộ khoa học và công nghệ) thì hàng giả là hàng hoá có chứa việc sử dụng trái phép

nhãn hiệu, kiểu dáng công nghiệp, tên gọi xuất xứ hàng hóa. Hàng giả có liên quan đến SHCN tại Việt Nam được pháp luật chia ra những loại sau:

+ Hàng hoá vi phạm về NHHH, gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng;

+ Hàng hoá vi phạm về kiểu dáng công nghiệp, trong đó hàng giả nhái kiểu dáng của hàng thật;

+ Hàng hoá vi phạm về bằng độc quyền.

+ Hàng hoá vi phạm bản quyền, trong đó đĩa CD và các phương tiện truyền thông khác bị sao chép bất hợp pháp.

Tuy nhiên, khái niệm hàng giả trong các văn bản pháp luật vẫn chưa tạo được cách hiểu thống nhất trong thực tiễn. Cụ thể là phải dựa vào tiêu chí nào để xác định hàng giả. Liệu các tiêu chuẩn, nhất là tiêu chuẩn chất lượng có phải là tiêu chí đầy đủ để xác định hàng giả. Liệu có phải tất cả các loại hàng hoá có nhãn hiệu gần giống với nhãn hiệu đã được bảo hộ là hàng giả. Trong thực tế, có nhiều cách hiểu khác nhau về hàng giả. Ví dụ, có quan điểm cho rằng tất cả hàng hoá cùng loại của nhà sản xuất khác được làm nhái giống hệt hoặc tương tự nhãn hiệu, kiểu dáng hoặc tên gọi xuất xứ đã được Nhà nước bảo hộ đều bị coi là hàng giả, tức là hàng giả núp, ẩn náu dưới bóng dáng của hàng thật để đánh lừa người tiêu dùng. Tuy nhiên, trong thực tế thì sự phân biệt như thế không phải lúc nào cũng mang lại những quyết định giải quyết tranh chấp được coi là chuẩn xác. Vụ tranh chấp gấu Misa và Sungas, sữa Trường Sinh đều cho thấy sự khác nhau trong quan niệm của nhà lập pháp và của những người thực

thi pháp luật, của công chúng về hàng giả. Ví dụ, vi phạm đối với sản phẩm gas của công ty Elf Gaz Saigon⁽⁴⁾. Các bình gas của công ty này được sang nẹp các loại khí đốt khác rồi dán tem giả và tung ra thị trường. Có quan điểm cho rằng đây là hàng giả song có quan điểm cho rằng đây là hàng thật. Chính những vướng mắc giữa thật và giả thông qua tiêu chí như “vi phạm nhãn hiệu gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng” dẫn tới những quyết định xử lý thiếu chắc chắn. Thực tế, với tiêu chí này, những người thực thi pháp luật khó có thể xác định được là đến mức nào thì gây nhầm lẫn. Trong nhiều trường hợp, các cơ quan thực thi pháp luật quan tâm tới chất lượng hàng hoá xem có đúng là sản phẩm thật không. Vấn đề cốt lõi cần xem xét ở đây là nhãn hiệu giả hay nhãn hiệu nhái chứ không phải là chất lượng của hàng. *Ví dụ*, nhà sản xuất A sản xuất hàng có chất lượng cao hơn chất lượng hàng cùng loại của nhà sản xuất B song chưa có thị phần và chưa có tiếng tăm nên tìm cách tiêu thụ dưới nhãn hàng hoá của B thì vấn đề cần xác định ở đây là nhãn hiệu thật hay giả chứ không phải chất lượng của sản phẩm.

Trong thực tế, nhiều cơ quan thực thi pháp luật khi xử lý hàng giả chỉ chú trọng đến chất lượng của sản phẩm đó mà ít quan tâm tới khía cạnh nhãn hiệu thật hay giả. Bất cứ hàng nào chất lượng tốt đến đâu nếu được tiêu thụ dưới nhãn hiệu giả thì đều vi phạm pháp luật. Việc chỉ tập trung giải quyết tính nguyên bản của NHHH sẽ giúp các cơ quan pháp luật đỡ sa vào các kiểm nghiệm không

cần thiết về chất lượng hàng hoá. Tuy nhiên, để xác định tính nguyên bản của NHHH cần thiết phải tạo ra những tiêu chí rõ ràng hơn, tránh những kết luận kiểu “cơ bản giống” hay “tương tự” thường được các cơ quan thực thi pháp luật đưa ra để làm cơ sở cho việc xử lý các vi phạm về NHHH.

Những điểm nêu trên có thể đúng cả với khái niệm hàng nhái. Vấn đề đặt ra ở đây là nhãn hiệu nhái chứ không phải là hàng nhái. Trong thực tế, có thể có những sản phẩm cùng loại giống nhau nhưng không thể coi là bị vi phạm. Việc A bắt chước cách làm của B và đem tiêu thụ dưới nhãn hiệu của mình thì đây có bị coi là vi phạm về NHHH không. Vấn đề này sẽ có các câu trả lời khác nhau từ phía các cơ quan thực thi quyền SHCN ở nước ta.

Những ví dụ trên cho thấy việc giải quyết tranh chấp SHCN đòi hỏi trước hết pháp luật phải có những khái niệm pháp lý chuẩn xác, nếu không thì việc chúng giải quyết các tranh chấp SHCN có cơ hội làm phát sinh thêm tranh chấp giữa cơ quan thực thi và các bên tranh chấp./.

(1). Xem: Vương Chí Dũng, “Kiểm tra xử lý hành chính vi phạm SHTT trên địa bàn Hà Nội - Kết quả, tồn tại và những giải pháp nhằm tăng cường hiệu quả”. Kỷ yếu Hội thảo toàn quốc về thực thi quyền SHTT, Hà Nội ngày 8/9/2004.

(2). 18 USC. Điều 2320 (Cuốn 18 Bộ tổng tập pháp luật Hoa Mỹ, khoản 2320- Tác giả chú thích).

(3). Xem: PGS.TS. Lê Hồng Hạnh “*Thương hiệu hay nhãn hiệu hàng hoá?*” Tạp chí luật học số 6/2003, tr.19.

(4) Xem: Báo pháp luật số 264 ngày 3/11/2004, tr. 11.