

ĐĂNG KÝ BẢO HỘ NHÃN HIỆU QUỐC TẾ THEO NGHỊ ĐỊNH THƯ MADRID ĐỐI VỚI CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

ĐẶNG THỊ THÚY THÀNH*

Đăng ký quốc tế nhãn hiệu hàng hóa giúp các doanh nghiệp bảo vệ sản phẩm và dịch vụ của mình trên thị trường xuất khẩu, chống lại các hành vi cạnh tranh không lành mạnh từ đối thủ. Hệ thống đăng ký quốc tế nhãn hiệu được quản lý bởi Tổ chức Sở hữu Trí tuệ Thế giới, dựa trên 2 điều ước: Thỏa ước Madrid về đăng ký quốc tế nhãn hiệu và Nghị định thư liên quan đến Thỏa ước Madrid. Doanh nghiệp đăng ký bảo hộ nhãn hiệu theo Nghị định thư Madrid được bảo hộ rộng hơn, tới đa tại 130 quốc gia là thành viên của liên minh Madrid. Bài báo tập trung làm rõ thực trạng đăng ký nhãn hiệu quốc tế theo Nghị định thư Madrid đối với các doanh nghiệp Việt Nam. Qua đó đề xuất một số kiến nghị giúp các doanh nghiệp vận dụng quy trình đăng ký bảo hộ nhãn hiệu quốc tế để nâng cao giá trị thương hiệu, năng lực cạnh tranh và hướng tới sự thành công của chiến lược kinh doanh toàn cầu.

Từ khóa: đăng ký quốc tế, Nghị định thư Madrid, bảo hộ nhãn hiệu

Nhận bài ngày: 05/10/2022; *đưa vào biên tập:* 10/10/2022; *phản biện:* 08/2/2023; *duyet đăng:* 10/3/2023

1. DẪN NHẬP

Trong thời kỳ hội nhập kinh tế quốc tế như hiện nay thì quyền sở hữu trí tuệ ngày càng có vai trò quan trọng. Đối với các thương hiệu lớn trên thế giới, tài sản vô hình đóng góp phần lớn vào giá trị của doanh nghiệp. Tại Việt Nam, các doanh nghiệp chủ yếu quan tâm tới việc đăng ký nhãn hiệu ở thị trường trong nước mà chưa có sự quan tâm đúng mức đến đăng ký bảo hộ nhãn hiệu tại thị trường quốc tế.

Hệ thống đăng ký nhãn hiệu quốc tế

được điều chỉnh bởi hai điều ước: Thỏa ước Madrid về đăng ký nhãn hiệu quốc tế, có hiệu lực từ năm 1981 và Nghị định thư Madrid, được thông qua năm 1989, có hiệu lực từ ngày 01/12/1995 và hoạt động từ 01/4/1996. Hệ thống này được đăng ký bởi Tổ chức Sở hữu Trí tuệ Thế giới (World Intellectual Property Organization - WIPO).

Nguyên nhân Nghị định thư Madrid được ký kết sau khi đã có Thỏa ước Madrid là do Thỏa ước Madrid trước đó không có sự tham gia của các quốc gia lớn trong lĩnh vực nhãn hiệu hàng hóa như Hoa Kỳ, Nhật Bản, Anh. Các quy định của Nghị định thư làm

* Trường Đại học Công nghiệp Dệt may Hà Nội.

cho hệ thống Madrid được nhiều nước chấp nhận so với Thỏa ước Madrid. Liên minh Madrid hiện có 114 thành viên, đại diện cho 130 quốc gia/vùng lãnh thổ⁽³⁾. Liên minh Madrid có nhiều tiềm năng mở rộng khi số lượng thành viên tăng lên. Việt Nam trở thành thành viên của Nghị định thư Madrid vào ngày 11 tháng 7 năm 2006. Bài viết này nhằm cung cấp thông tin về các hình thức đăng ký nhãn hiệu quốc tế, quy trình đăng ký nhãn hiệu quốc tế cho doanh nghiệp theo Nghị định thư liên quan đến Thỏa ước Madrid về đăng ký quốc tế nhãn hiệu hàng hóa (sau đây gọi là Nghị định thư Madrid), một số khuyến nghị đối với doanh nghiệp Việt Nam khi đăng ký bảo hộ nhãn hiệu theo Nghị định thư Madrid. Từ đó giúp doanh nghiệp có thêm nhiều thông tin để nâng cao năng lực khai thác và phát triển giá trị nhãn hiệu của doanh nghiệp trong bối cảnh hội nhập.

2. NHÃN HIỆU VÀ ĐĂNG KÝ NHÃN HIỆU QUỐC TẾ THEO NGHỊ ĐỊNH THƯ MADRID

2.1. Nhãn hiệu

Nghị định thư Madrid không đưa ra khái niệm nhãn hiệu. Nhãn hiệu được coi là đối tượng đăng ký bảo hộ quốc tế được quy định tại Hiệp định về các khía cạnh liên quan tới thương mại của quyền sở hữu trí tuệ (Hiệp định TRIPS), (WTO, 1994).

Khoản 1 Điều 15 Hiệp định TRIPS quy định: “Bất kỳ một dấu hiệu, hoặc tổ

hợp các dấu hiệu nào, có khả năng phân biệt hàng hóa hoặc dịch vụ của một doanh nghiệp với hàng hóa, dịch vụ của các doanh nghiệp khác, đều có thể làm nhãn hiệu hàng hóa. Các dấu hiệu, đặc biệt là các từ, kể cả tên riêng, các chữ cái, chữ số, đặc biệt là các yếu tố hình họa và tổ hợp các màu sắc cũng như tổ hợp bất kỳ của các dấu hiệu đó, phải có khả năng được đăng ký là nhãn hiệu hàng hóa”.

Căn cứ khoản 16 Điều 4 Luật Sở hữu trí tuệ Việt Nam năm 2005 sửa đổi năm 2009, 2019 quy định: “Nhãn hiệu là dấu hiệu dùng để phân biệt hàng hóa, dịch vụ của các tổ chức, cá nhân khác nhau”.

Căn cứ Điều 72 Luật Sở hữu trí tuệ Việt Nam năm 2005 sửa đổi năm 2009, 2019: Nhãn hiệu được bảo hộ nếu đáp ứng các điều kiện sau đây: i) Là dấu hiệu nhìn thấy được dưới dạng chữ cái, từ ngữ, hình vẽ, hình ảnh, kể cả hình ba chiều hoặc sự kết hợp các yếu tố đó, được thể hiện bằng một hoặc nhiều màu sắc; ii) Có khả năng phân biệt hàng hóa, dịch vụ của chủ sở hữu nhãn hiệu với hàng hóa, dịch vụ của chủ thể khác.

Điều này có nghĩa là các dấu hiệu được đăng ký bảo hộ để nhận diện nhãn hiệu phải “nhìn thấy được”, không bao gồm các dấu hiệu như âm thanh, mùi vị.

Nhãn hiệu được nộp đơn đăng ký bảo hộ theo Nghị định thư Madrid dựa trên đơn quốc gia hoặc đăng ký quốc gia. Các loại nhãn hiệu có thể đăng ký⁽¹⁾:

- *Nhãn hiệu đen trắng*

Nhãn hiệu đen trắng chỉ có chữ đen trắng, hình đen trắng, chữ và hình đen trắng. Màu sắc không phải là thành phần phân biệt của nhãn hiệu trong trường hợp này. Nhãn hiệu đen trắng không được bảo hộ về màu sắc.

Hình 1. Nhãn hiệu của Tổng Công ty may 10 – Công ty cổ phần đăng ký ngày 31/7/2018

Garco 10
Kids

Nguồn: Cơ sở dữ liệu nhãn hiệu toàn cầu của Tổ chức Sở hữu Trí tuệ Thế giới.

- *Nhãn hiệu màu*

Nhãn hiệu màu: Là nhãn hiệu hình có màu sắc, chữ có màu sắc, hình và chữ phối màu, phần hình và chữ kết hợp với nhau giúp nhãn hiệu trở nên bắt mắt và tạo ấn tượng trong mắt người tiêu dùng. Màu sắc thể hiện trong nhãn hiệu là cơ sở để đánh giá khả năng phân biệt của nhãn hiệu.

Căn cứ Điều 3 Nghị định thư Madrid thì nếu chủ sở hữu yêu cầu bảo hộ màu sắc như đặc điểm phân biệt của nhãn hiệu thì phải tuyên bố về điều đó và chỉ rõ màu sắc hoặc tập hợp màu sắc được bảo hộ. Chủ sở hữu nhãn hiệu phải đánh dấu vào ô thích hợp và màu sắc hoặc sự kết hợp của các màu sắc phải được biểu thị bằng chữ. Khi công bố về màu sắc, chủ sở hữu có thể đưa ra chỉ dẫn bằng lời về các bộ phận chính của nhãn hiệu có màu đó. Chẳng hạn: Chủ sở hữu nhãn hiệu có thể yêu cầu bảo hộ sự phối hợp màu sắc: xanh và đỏ như nhãn hiệu dưới đây:

Hình 2. Nhãn hiệu Tổng công ty may 10 – Công ty cổ phần đăng ký ngày 01/4/2011



Nguồn: Cơ sở dữ liệu nhãn hiệu toàn cầu của Tổ chức Sở hữu Trí tuệ Thế giới.

2.2. Các hình thức đăng ký nhãn hiệu quốc tế

Hiện nay, có ba hình thức đăng ký nhãn hiệu quốc tế

- *Đăng ký trực tiếp tại quốc gia cần bảo hộ nhãn hiệu*

Chủ sở hữu thông qua tổ chức đại diện sở hữu trí tuệ của Nhà nước để nộp đơn đăng ký bảo hộ nhãn hiệu quốc tế trực tiếp tại quốc gia đó. Đối với việc nộp đơn theo hình thức này chủ sở hữu chỉ được bảo hộ tại một quốc gia duy nhất. Trường hợp chủ sở hữu muốn được bảo hộ nhãn hiệu tại một quốc gia khác thì phải thực hiện thủ tục đăng ký lại từ đầu. Hơn nữa, quy định về quy trình, thủ tục đăng ký tại mỗi quốc gia là khác nhau nên cũng gây ra những rắc rối cho người nộp đơn đăng ký.

- *Đăng ký nhãn hiệu quốc tế theo Thỏa ước Madrid*

Mặc dù việc đăng ký quốc tế và thủ tục đăng ký áp dụng chung cho các nước thành viên, tuy nhiên, Thỏa ước Madrid không bao gồm một số nước lớn với thị trường xuất khẩu hấp dẫn như Hoa Kỳ, Nhật Bản, Anh... (Phạm Đình Chương, 2021: 170-251)⁽²⁾. Ngoài ra, việc nộp đơn chỉ dựa trên các đăng ký quốc gia đã được bảo hộ, thành viên liên minh thỏa ước chỉ bao

gồm các quốc gia, không bao gồm các tổ chức liên chính phủ như Liên minh Châu Âu (EU) Liên minh các nước Bỉ, Hà Lan, Luxembourg, Tổ chức Sở hữu Trí tuệ Châu Phi (OAPI).

- Đăng ký nhãn hiệu quốc tế theo Nghị định thư Madrid

Chủ sở hữu đăng ký bảo hộ nhãn hiệu của mình tại một hoặc nhiều quốc gia thành viên/tổ chức thành viên của Nghị định thư Madrid.

Căn cứ vào Điều 3^{bis} Nghị định thư Madrid thì chủ sở hữu nhãn hiệu được bảo hộ theo nguyên tắc lãnh thổ. Đăng ký bảo hộ nhãn hiệu tại quốc gia thành viên/tổ chức thành viên nào thì chỉ được bảo hộ tại quốc gia/tổ chức thành viên đó. Chủ sở hữu nhãn hiệu được đăng ký bảo hộ tại một quốc gia hoặc một khu vực lãnh thổ là thành viên của Nghị định thư Madrid. Hiện nay, có 114 thành viên của hệ thống Madrid (trong đó bao gồm cả thành viên tham gia Thỏa ước Madrid) đều tham gia Nghị định thư Madrid. Điều này có nghĩa là doanh nghiệp đăng ký bảo hộ theo hệ thống Madrid thì việc đăng ký bảo hộ nhãn hiệu được điều chỉnh bởi Nghị định thư Madrid.

2.3. Sự cần thiết đăng ký nhãn hiệu quốc tế theo Nghị định thư Madrid

Thứ nhất, quyền sở hữu nhãn hiệu là tài sản vô giá đối với doanh nghiệp. Việc đăng ký bảo hộ nhãn hiệu quốc tế giúp người tiêu dùng trên thị trường phân biệt được các loại hàng hóa, dịch vụ, sản phẩm, bảo vệ quyền lợi

của người tiêu dùng, đảm bảo lợi ích chính đáng của doanh nghiệp sở hữu nhãn hiệu, chống lại các hành vi như làm giả, làm nhái, sử dụng trái phép nhãn hiệu từ các đối thủ cạnh tranh, gây ảnh hưởng đến danh tiếng và uy tín của doanh nghiệp.

Thứ hai, phạm vi bảo hộ nhãn hiệu theo Nghị định thư Madrid và theo pháp luật sở hữu trí tuệ Việt Nam mang tính lãnh thổ. Chính vì vậy, doanh nghiệp đăng ký bảo hộ ở nước/vùng lãnh thổ nào thì sẽ được bảo hộ trong phạm vi đó. Nếu doanh nghiệp chỉ đăng ký và cấp văn bằng bảo hộ tại Việt Nam, phạm vi bảo hộ nhãn hiệu đó chỉ áp dụng trong nước. Doanh nghiệp muốn được bảo hộ nhãn hiệu tại thị trường xuất khẩu thì cần thiết phải đăng ký bảo hộ quốc tế.

Thứ ba, đăng ký bảo hộ nhãn hiệu quốc tế theo Nghị định thư Madrid có nhiều lợi ích như: i) Đây là một hệ thống đăng ký nhãn hiệu quốc tế được tổ chức bởi WIPO; ii) nhãn hiệu đăng ký dựa trên đơn quốc gia hoặc đăng ký quốc gia; iii). Chi phí để đăng ký và quản lý nhãn hiệu thống nhất trên toàn thế giới; iv) Chủ sở hữu nhãn hiệu chỉ phải nộp một đơn duy nhất bằng một ngôn ngữ duy nhất; v) Doanh nghiệp được lựa chọn đăng ký bảo hộ tại 130 quốc gia/vùng lãnh thổ, đại diện hơn 80% thương mại toàn cầu; vi) cho phép chủ sở hữu sửa đổi, gia hạn, quản lý và mở rộng danh mục nhãn hiệu toàn cầu với thủ tục đơn giản hơn so với đăng ký bảo hộ nhãn hiệu độc lập tại từng quốc gia.

Thứ tư, việc đăng ký bảo hộ nhãn hiệu quốc tế tạo môi trường pháp lý minh bạch cho việc thu hút đầu tư và chuyển giao công nghệ nước ngoài, thúc đẩy quá trình tăng trưởng kinh tế. Ngoài ra, còn tạo động lực cho những người sáng tạo, chủ sở hữu nhãn hiệu, góp phần vào thành công trong chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp, mở rộng quy mô, địa bàn kinh doanh.

Thứ năm, quá trình đăng ký bảo hộ quốc tế giúp doanh nghiệp phát hiện được các hành vi đăng ký trước các nhãn hiệu tại các thị trường chủ lực mà sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ của mình hướng tới. Doanh nghiệp có thể tránh được nguy cơ bị mất nhãn hiệu do bên thứ ba bằng cách gửi đơn phản đối đến WIPO trong thời gian quy định.

2.4 Quy trình đăng ký nhãn hiệu quốc tế theo Nghị định thư Madrid

Theo WIPO (2021: 20-25), doanh nghiệp đăng ký nhãn hiệu quốc tế theo Nghị định thư Madrid cần thực hiện các công việc sau:

Nộp hồ sơ đăng ký nhãn hiệu quốc tế theo Nghị định thư Madrid:

Hồ sơ đăng ký nhãn hiệu quốc tế gồm các tài liệu sau:

Tờ khai yêu cầu đăng ký quốc tế nhãn hiệu theo mẫu 06-ĐKQT quy định tại Phụ lục C của Thông tư 16/2016/TT-BKHCN.

Đơn đăng ký nhãn hiệu quốc tế: 02 bản tờ khai MM2. Trong trường hợp đơn đăng ký quốc tế nhãn hiệu có chỉ

định bảo hộ tại Hoa Kỳ thì sử dụng mẫu MM18, bảo hộ nhãn hiệu tại Liên minh Châu Âu thì sử dụng mẫu MM17. Đơn quốc tế nguồn gốc Việt Nam nộp cho Cục Sở hữu Trí tuệ (SHTT) phải được làm bằng tiếng Anh.

Mẫu nhãn hiệu: 05 mẫu nhãn hiệu kèm theo (Trường hợp đăng ký là nhãn hiệu màu thì ngoài 05 mẫu nhãn hiệu màu, người nộp đơn cần nộp 05 mẫu nhãn hiệu đen, trắng) kích thước 80x80mm đúng như mẫu nhãn hiệu đã được đăng ký hoặc được bảo hộ tại Việt Nam.

Các tài liệu khác như: danh mục hàng hóa, dịch vụ mang nhãn hiệu, giấy ủy quyền (nếu có), bản phô tô đơn đăng ký cơ sở hoặc bản phô tô giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu, tài liệu chứng minh quyền ưu tiên (nếu có), bản sao chứng từ nộp phí, lệ phí, bản sao tờ khai yêu cầu cấp giấy chứng nhận, bản cam kết sẽ sử dụng nhãn hiệu tại các nước yêu cầu đăng ký bảo hộ (nếu chỉ định vào các quốc gia Ireland, Singapore, Vương quốc Anh và Hoa Kỳ).

Doanh nghiệp nộp đơn có thể nộp trực tiếp cho Cục SHTT và nộp thông qua văn phòng quốc tế của WIPO. Người nộp đơn có thể cân nhắc sử dụng công cụ E-Madrid để nộp, quản lý, theo dõi trạng thái đơn đăng ký hoặc mở rộng phạm vi bảo hộ, gia hạn đơn đăng ký quốc tế...

Nộp chi phí đăng ký nhãn hiệu quốc tế: Các khoản chi phí mà doanh nghiệp cần nộp khi đăng ký nhãn hiệu quốc tế gồm:

Chi phí thực hiện thủ tục đăng ký nhãn hiệu quốc tế: Căn cứ Thông tư số 263/2016/TT/BTC của Bộ Tài chính quy định mức thu, chế độ thu, nộp, quản lý và sử dụng phí, lệ phí sở hữu công nghiệp thì phí thực hiện thủ tục đăng ký quốc tế nhãn hiệu (không bao gồm các khoản phí nộp cho văn phòng quốc tế) là 2.000.000 đồng.

Chi phí đăng ký nhãn hiệu quốc tế nộp cho WIPO: bao gồm phí cơ bản (653 franc Thụy Sĩ; hoặc 903 franc Thụy Sĩ cho nhãn hiệu có màu, cộng với các chi phí bổ sung tùy thuộc vào quốc gia mà doanh nghiệp muốn bảo hộ nhãn hiệu của mình và số lượng hàng hóa và dịch vụ sẽ được đăng ký bảo hộ.

Ví dụ: để đăng ký nhãn hiệu vào ngày 16 tháng 2 năm 2022, nhãn hiệu đen trắng, không có yêu cầu bảo hộ màu sắc ở Ấn Độ và Liên minh Châu Âu, đối với một loại hàng hóa, tổng chi phí sẽ là 1.698 franc Thụy Sĩ [653 phí cơ bản + 148 (Phí bảo hộ nhãn hiệu tại Ấn Độ) + 897 (Phí bảo hộ nhãn hiệu tại Liên minh Châu Âu)]⁽⁴⁾.

Các khoản phí trên được tính cho kỳ hạn 10 năm.

Chi phí gia hạn: Trường hợp nhãn hiệu vẫn đang trong thời gian gia hạn (trong vòng 6 tháng sau ngày hết hạn gia hạn) chủ sở hữu nhãn hiệu có nghĩa vụ nộp lệ phí gia hạn hiệu lực đăng ký quốc tế nhãn hiệu theo thông báo của WIPO. Chi phí để đăng ký gia hạn bảo hộ nhãn hiệu vào ngày 7 tháng 5 năm 2022, nhãn hiệu màu, áp dụng cho danh mục

hàng hóa số lượng 3 ở Nhật Bản và Hoa Kỳ, tổng chi phí sẽ là 2.543 franc Thụy Sĩ [653 phí cơ bản + 1062 (Phí gia hạn bảo hộ nhãn hiệu tại Nhật) + 828 (Phí gia hạn bảo hộ nhãn hiệu tại Hoa Kỳ)]⁽⁵⁾.

Đối với chi phí cơ bản khi gia hạn bảo hộ nhãn hiệu sẽ được giảm, tuy nhiên, phí gia hạn bảo hộ nhãn hiệu tại từng quốc gia sẽ tăng (Nhật Bản) hay giảm (Hoa Kỳ) tùy theo chính sách pháp luật tại quốc gia đó.

Theo dõi trạng thái đơn đăng ký (khi chuyển qua quy trình kiểm tra)

Kiểm tra chính thức bởi WIPO: Giai đoạn này, WIPO không từ chối hoặc cấp phép bảo hộ nhãn hiệu mà chỉ kiểm tra thông tin được trình bày trong đơn đăng ký quốc tế. Nếu đơn đăng ký tuân thủ các yêu cầu chính thức, nhãn hiệu sẽ được ghi vào Sổ đăng ký Quốc tế và đăng công báo quốc tế (WIPO Gazette of International Marks). Doanh nghiệp trở thành chủ sở hữu của Đăng ký quốc tế và được cấp giấy chứng nhận đăng ký. WIPO sẽ gửi thông báo cho Văn phòng SHTT của tất cả các bên được chỉ định trong đơn đăng ký quốc tế. Đối với những nhãn hiệu được nộp cho Cục SHTT hoặc đăng ký nhãn hiệu được thực hiện bởi Cục SHTT. Ngày đăng ký quốc tế là ngày Cục SHTT nhận được đơn đăng ký nhãn hiệu quốc tế nếu Văn phòng WIPO nhận được đơn đăng ký quốc tế trong thời hạn 2 tháng kể từ ngày chủ sở hữu nộp đơn. Đối với những trường hợp

nộp đơn quốc tế sau thời hạn 2 tháng kể từ ngày nộp đơn thì ngày đăng ký quốc tế là ngày Văn phòng WIPO nhận được đơn đăng ký đó. Trường hợp không có thông báo từ chối gửi cho WIPO, sau khi được chấp thuận, nhãn hiệu được ghi vào Sổ đăng ký Quốc tế và được công bố trên Công báo nhãn hiệu Quốc tế của WIPO. Sau đó, WIPO sẽ gửi giấy chứng nhận đăng ký quốc tế và thông báo cho Văn phòng SHTT tại tất cả các bên tham gia được chỉ định mà doanh nghiệp muốn nhãn hiệu được bảo hộ.

Kiểm tra nội dung bởi Văn phòng SHTT quốc gia hoặc khu vực (Văn phòng của bên tham gia được chỉ định): Sau khi nhận được thông báo từ WIPO, các cơ quan SHTT của các quốc gia/tổ chức thành viên đã đăng ký bảo hộ sẽ tiến hành kiểm tra nội dung nhãn hiệu theo luật pháp riêng. Văn phòng SHTT của các thành viên là quốc gia nơi doanh nghiệp muốn đăng ký bảo hộ nhãn hiệu hoặc mở rộng lãnh thổ bảo hộ sẽ đưa ra quyết định chấp thuận hoặc từ chối bảo hộ trong thời hạn áp dụng là 18 tháng⁽⁶⁾. Trường hợp đặc biệt, nếu thành viên được chỉ định bảo hộ có thể thông báo từ chối bảo hộ nhãn hiệu sau khi kết thúc thời hạn 18 tháng, nếu Văn phòng SHTT của quốc gia thành viên đó đã thông báo cho WIPO về khả năng có đơn phản đối được nộp sau khi kết thúc thời hạn 18 tháng. Thông báo từ chối trên cơ sở đơn phản đối được đưa ra trong

thời hạn không quá 7 tháng kể từ ngày bắt đầu thời hạn phản đối. Nếu thời hạn phản đối kết thúc trước thời hạn 7 tháng thì thông báo từ chối phải được đưa ra trong vòng 1 tháng kể từ khi kết thúc thời hạn phản đối.

WIPO sẽ thông báo cho chủ sở hữu về các quyết định từ chối bảo hộ (nếu có). Trong trường hợp Văn phòng SHTT của một hoặc các bên tham gia được chỉ định chấp nhận bảo hộ nhãn hiệu của doanh nghiệp, họ sẽ đưa ra tuyên bố cấp bảo hộ. Đăng ký quốc tế cho nhãn hiệu của doanh nghiệp có hiệu lực ở mỗi bên ký kết được chỉ định trong 10 năm.

3. THỰC TRẠNG ĐĂNG KÝ BẢO HỘ NHÃN HIỆU QUỐC TẾ THEO NGHỊ ĐỊNH MADRID CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

3.1. Khái quát về doanh nghiệp Việt Nam

Theo số liệu từ *Niên giám thống kê năm 2021*, các doanh nghiệp Việt Nam phần lớn là doanh nghiệp có quy mô nhỏ và vừa, chiếm 99,12% tổng số doanh nghiệp, trong đó chủ yếu là loại hình công ty trách nhiệm hữu hạn và doanh nghiệp tư nhân. Chỉ có khoảng 0,29% doanh nghiệp có quy mô từ 500 lao động trở lên (Tổng cục Thống kê, 2021: 386-389). Quy mô doanh nghiệp cũng là một nguyên nhân cản trở doanh nghiệp đăng ký bảo hộ nhãn hiệu quốc tế do thiếu nguồn lực cả về con người và tài chính.

Bảng 1. Tổng hợp doanh nghiệp đang hoạt động có kết quả sản xuất kinh doanh tại thời điểm 31/12/2020 phân theo quy mô lao động và loại hình doanh nghiệp

| Loại hình doanh nghiệp | Phân theo quy mô lao động | | | | | Tổng |
|-----------------------------|---------------------------|----------------|-----------------|-------------------|------------------|---------|
| | Dưới 49 người | 50 - 199 người | 200 - 499 người | 500 - 4.999 người | Trên 5.000 người | |
| Doanh nghiệp nhà nước | 520 | 652 | 403 | 363 | 25 | 1.963 |
| Công ty cổ phần | 126.790 | 7.797 | 1.730 | 862 | 44 | 137.223 |
| Công ty trách nhiệm hữu hạn | 475.611 | 1.1021 | 1.726 | 604 | 11 | 488.973 |
| Công ty hợp doanh | 1.168 | 4 | 0 | 0 | 0 | 1.172 |
| Doanh nghiệp tư nhân | 32.285 | 361 | 28 | 4 | 0 | 32.678 |
| Tổng | 636.374 | 19.835 | 3.887 | 1.833 | 80 | 662.009 |

Nguồn: Tác giả, tính toán từ dữ liệu của Tổng cục Thống kê.

3.2. Tình hình đăng ký quốc tế nhãn hiệu có nguồn gốc Việt Nam theo Nghị định thư Madrid

Bảng 2. Đơn đăng ký nhãn hiệu theo nước xuất xứ từ năm 2017 đến 2021

| Nước/ vùng lãnh thổ | 2017 | | 2018 | | 2019 | | 2020 | | 2021 | |
|------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | Đơn nộp trực tiếp | Đơn nộp gián tiếp | Đơn nộp trực tiếp | Đơn nộp gián tiếp | Đơn nộp trực tiếp | Đơn nộp gián tiếp | Đơn nộp trực tiếp | Đơn nộp gián tiếp | Đơn nộp trực tiếp | Đơn nộp gián tiếp |
| Việt Nam | 35.520 | 0 | 37.476 | 0 | 43.589 | 0 | 47.293 | 0 | 44.638 | 0 |
| Các nước khác | 1.544 | 0 | 1.591 | 1.764 | 1.642 | 1.062 | 1.323 | 1.685 | 1.175 | 1.086 |

Nguồn: Tác giả, tính toán từ dữ liệu của Cục Sở hữu Trí tuệ.

Nhìn vào bảng số liệu trên cho thấy, đối với đơn đăng ký có nguồn gốc Việt Nam thống kê từ năm 2017 đến năm 2021 không có đơn nào được nộp gián tiếp thông qua Văn phòng Quốc tế của WIPO, 100% các đơn đăng ký đều nộp trực tiếp tại Cục SHTT. Trong khi đó, theo số liệu tác giả tổng hợp từ Báo cáo thường niên hoạt động SHTT năm 2021, đối với các đơn đăng ký nhãn hiệu quốc tế có chỉ định thì các đơn đăng ký của Việt Nam nộp thông qua văn phòng quốc tế của WIPO là 56,5%. Số liệu trên cho thấy các

doanh nghiệp chưa chủ động đăng ký nhãn hiệu quốc tế, vẫn còn phụ thuộc nhiều vào sự hỗ trợ của nhà nước, chưa tiếp cận được dịch vụ trực tuyến nộp, quản lý các đơn đăng ký và đăng ký nhãn hiệu quốc tế E-Madrid.

Để được bảo hộ nhãn hiệu tại nước ngoài, doanh nghiệp đăng ký bảo hộ theo ba hình thức. Đối với hình thức đăng ký trực tiếp tại quốc gia cần bảo hộ nhãn hiệu, thống kê trên cho thấy không có dữ liệu thể hiện doanh nghiệp nộp đơn đăng ký bảo hộ theo hình thức này. Đối với hình thức đăng

ký bảo hộ theo Nghị định thư Madrid, số liệu tại WIPO cho thấy có 55 quốc gia là thành viên của Thỏa ước Madrid, đồng thời cũng là thành viên của Nghị định thư Madrid, trong khi, có tới 114 quốc gia/vùng lãnh thổ là thành viên của cả Thỏa ước và Nghị định thư. Theo quy định của hệ thống Madrid, nếu cả hai bên ký kết đều là thành viên của Thỏa ước và Nghị định thư, việc chỉ định sẽ được điều chỉnh bởi Nghị định thư. Việt Nam là thành viên của cả hai nên việc nộp đơn đăng ký quốc tế nhãn hiệu theo hệ thống Madrid chỉ định bất kỳ một quốc gia/vùng lãnh thổ nào trong hệ thống đều được điều chỉnh bởi Nghị định thư. Theo Trung tâm Dữ liệu thống kê WIPO, số lượng đăng ký quốc tế nhãn hiệu của Việt Nam theo Nghị định thư Madrid năm 2019 là 199, năm 2020 là 177, năm 2021 là 163, năm 2022 là 152. Riêng năm 2022 giảm 6,7% so với năm 2021 do tác động của COVID-19 và những biến động của nền kinh tế toàn cầu. Tỷ lệ đăng ký quốc tế trên tổng số đơn đăng ký rất thấp, trong tổng số 44.638 đơn nộp năm 2021, chỉ có 163 nhãn hiệu được bảo hộ theo Nghị định thư Madrid, còn lại phần lớn là các đơn đăng ký bảo hộ nhãn hiệu trong nước.

3.3. Nguyên nhân dẫn đến các hạn chế trong việc đăng ký nhãn hiệu quốc tế theo Nghị định thư Madrid

3.3.1. Nhiều doanh nghiệp chưa nhận thức được tầm quan trọng của việc đăng ký bảo hộ nhãn hiệu quốc tế

Kết quả khảo sát tại các doanh nghiệp của Nguyễn Quốc Thịnh (Trường Đại học Thương mại) đã chỉ ra ba rào cản dẫn đến việc các doanh nghiệp Việt Nam chưa hoặc chậm tiến hành việc đăng ký bảo hộ nhãn hiệu quốc tế: i) Nhận thức của doanh nghiệp về bảo hộ nhãn hiệu quốc tế chưa cao do phần lớn doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ; ii) Doanh nghiệp chưa nắm rõ quy trình đăng ký bảo hộ nhãn hiệu quốc tế do quy định pháp lý phức tạp và rào cản về ngôn ngữ; iii) kinh phí đăng ký không rẻ ở một số thị trường cũng là cản trở với doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ.

Một số doanh nghiệp vẫn giữ thói quen phải đưa sản phẩm ra thị trường trước sau đó mới đăng ký bảo hộ. Sự thận trọng này là có cơ sở do xuất khẩu hàng hóa sang thị trường mới vốn là một quá trình phức tạp và nhiều rủi ro nên nhiều doanh nghiệp lựa chọn ổn định thị trường, tạo chỗ đứng trên thị trường trước khi đăng ký bảo hộ nhãn hiệu. Cả hai trường hợp trên đều khiến doanh nghiệp bỏ lỡ thời cơ đăng ký bảo hộ nhãn hiệu của mình vào một bên khác tại quốc gia sở tại. Thời điểm đăng ký muộn có thể khiến doanh nghiệp mất đi cơ hội sử dụng nhãn hiệu của chính mình do đã bị bên thứ ba đăng ký trước. Điển hình như năm 2000, nhãn hiệu cà phê Trung Nguyên đã đăng ký bảo hộ tại Mỹ bởi chính đối tác của mình. Doanh nghiệp đã mất 2 năm để đàm phán, đồng thời cũng tốn một số tiền không nhỏ để giành lại nhãn hiệu của mình. Vụ việc gần đây,

sau khi xuất một vài đơn hàng đầu tiên sang thị trường Hàn Quốc, doanh nghiệp sở hữu nhãn hiệu Meet More Coffee tiến hành nộp đơn đăng ký thì được cơ quan SHTT Hàn Quốc thông báo từ chối do nhãn hiệu đã được đăng ký tại Hàn Quốc. Trong nhiều trường hợp, sau khi bị mất nhãn hiệu do cá nhân, tổ chức khác đăng ký bảo hộ thì mới tìm cách bảo vệ tài sản của mình. Hậu quả là doanh nghiệp phải tốn rất nhiều thời gian, công sức, tiền bạc để lấy lại nhãn hiệu đã đăng ký đồng thời ảnh hưởng đến kế hoạch mở rộng thị trường quốc tế.

3.3.2. Nguồn lực tài chính và nhân sự của doanh nghiệp còn hạn chế

Đa số các doanh nghiệp Việt Nam có quy mô nhỏ và vừa nên tiềm lực tài chính và nhân sự của doanh nghiệp còn hạn chế. Việc bỏ ra một khoản chi phí lớn để đăng ký bảo hộ nhãn hiệu khiến doanh nghiệp phải cân nhắc nhiều vấn đề. Việc thiếu hụt đội ngũ nhân sự am hiểu về pháp luật quốc tế để tư vấn, định hướng hành động khiến các doanh nghiệp chưa đánh giá đúng chi phí và cơ hội khi đăng ký bảo hộ nhãn hiệu. Bên cạnh đó, việc đăng ký nhãn hiệu quốc tế tương đối mất thời gian, thủ tục pháp lý phức tạp cũng là cản trở lớn đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa.

3.3.3. Công tác đào tạo, tuyên truyền chưa đáp ứng được yêu cầu đặt ra

Năm 2021, do yêu cầu đảm bảo an toàn phòng chống dịch COVID-19, hoạt động đào tạo và tuyên truyền về

SHTT cũng phải thay đổi hình thức đào tạo sang trực tuyến hoặc trực tuyến kết hợp với trực tiếp. Cục SHTT tuệ đã tổ chức và phối hợp với Sở Khoa học và Công nghệ các địa phương và các đơn vị liên quan tổ chức được 21 khóa tập huấn, 3 khóa “Tổng quan về SHTT” trên cổng Đào tạo trực tuyến, 8 lớp tập huấn tại địa phương; thu hút 3.800 người tham dự (Bộ Khoa học và Công nghệ, 2021: 34-36) các lớp bồi dưỡng về SHTT với sự tham gia của nhiều học viên đến từ các doanh nghiệp. Bên cạnh đó, Cục SHTT đã phối hợp với Trường Đại học Luật TP HCM tổ chức các lớp đào tạo chuyên sâu về SHTT nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực quản trị SHTT cho các doanh nghiệp. Nhiều hội thảo, hội nghị, tọa đàm, dự án cũng được tổ chức nhằm nâng cao nhận thức, hướng dẫn, hỗ trợ doanh nghiệp đăng ký bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp. Đặc biệt là hội thảo chuyên đề giới thiệu hệ thống Madrid về đăng ký quốc tế nhãn hiệu; xây dựng bộ phận tư vấn; xây dựng tài liệu hướng dẫn trên website về nhãn hiệu. Tuy nhiên, nội dung tư vấn, tài liệu hướng dẫn vẫn mang tính lý thuyết, chưa có tài liệu hướng dẫn thao tác, đặc biệt là chưa có kênh riêng cung cấp thông tin về tư vấn đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ ở nước ngoài. Các hình thức tuyên truyền vẫn mang tính truyền thống như tổ chức hội thảo, hội nghị, tập huấn, tọa đàm, các bài hướng dẫn trên website, chưa có tính đột phá.

4. MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ, ĐỀ XUẤT

4.1. Đối với Cục Sở hữu Trí tuệ

Hỗ trợ doanh nghiệp đăng ký bảo hộ nhãn hiệu quốc tế tại một số thị trường mục tiêu

Công tác hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam trong bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp và thực thi quyền SHTT ở nước ngoài đòi hỏi vai trò rất lớn của Cục SHTT, trong đó:

Cần triển khai các dự án hỗ trợ đăng ký nhãn hiệu quốc tế cho một số nhãn hiệu tương tự như dự án hỗ trợ một số chỉ dẫn địa lý như thanh long Bình Thuận, vải thiều Lục Ngạn, cà phê Buôn Mê Thuột, Chè Thái Nguyên, mỳ chữ Bắc Giang... thực hiện năm 2021.

Hỗ trợ tra cứu tài liệu kỹ thuật có liên quan phục vụ việc đăng ký, hoàn thiện, nộp hồ sơ đăng ký bảo hộ quốc tế nhãn hiệu theo Nghị định thư Madrid.

Xây dựng hệ thống cảnh báo về việc đăng ký nhãn hiệu ở nước ngoài, ưu tiên áp dụng cảnh báo cho một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực như dệt may, giày dép..., cung cấp thông tin giúp doanh nghiệp kịp thời phát hiện các hành vi chiếm đoạt nhãn hiệu ở nước ngoài.

Tăng cường hiệu quả công tác tuyên truyền, phổ biến về đăng ký nhãn hiệu quốc tế theo Nghị định thư Madrid

Công tác tuyên truyền, phổ biến cần được đa dạng hóa về hình thức và nội dung, chú trọng hướng dẫn thao tác cho doanh nghiệp. Cục SHTT cần tiếp

tục tuyên truyền theo phương thức đa phương tiện, ứng dụng các công nghệ hiện đại, giúp nhiều người có thể tiếp cận mọi lúc, mọi nơi. Các tài liệu tuyên truyền cần thực hiện dưới các định dạng kỹ thuật số như video hướng dẫn thao tác đăng ký bảo hộ nhãn hiệu quốc tế trực tuyến đưa lên cổng thông tin của Cục SHTT hay Youtube, Facebook... hướng dẫn doanh nghiệp tra cứu nhãn hiệu, các khoản phí phải trả để doanh nghiệp tự chủ động đánh giá thông tin, xây dựng chiến lược kinh doanh, tự thực hiện đăng ký trực tuyến. Qua đó giúp các doanh nghiệp nhận thức đầy đủ tầm quan trọng của việc đăng ký bảo hộ nhãn hiệu quốc tế theo Nghị định thư Madrid và kịp thời đăng ký nhãn hiệu sản phẩm, dịch vụ, hàng hóa của mình

4.2. Đối với các doanh nghiệp Việt Nam

Xây dựng chiến lược kinh doanh, trong đó chú trọng đến giá trị của nhãn hiệu

Doanh nghiệp xuất khẩu cần ý thức được tầm quan trọng của việc bảo hộ các tài sản trí tuệ, trong đó có bảo hộ nhãn hiệu trên thị trường quốc tế. Để thực hiện việc đăng ký bảo hộ nhãn hiệu quốc tế, doanh nghiệp cần tính toán được giá trị của nhãn hiệu thành một giá trị tiền tệ thì mới có quyết tâm bảo vệ nhãn hiệu của mình nhằm tạo ra những giá trị lớn hơn trong tương lai. Việc bảo vệ nhãn hiệu nói riêng và thương hiệu của doanh nghiệp nói chung cần nằm trong chiến lược phát

triển lâu dài, trong đó doanh nghiệp cần đăng ký bảo hộ nhãn hiệu tại thị trường nước ngoài tiềm năng mà sản phẩm của mình có khả năng xuất khẩu đến.

Đánh giá được chi phí và cơ hội khi đăng ký bảo hộ nhãn hiệu quốc tế

Việc xác định được thị trường mục tiêu và giá trị của nhãn hiệu giúp doanh nghiệp lựa chọn chiến lược phù hợp và mức chi phí tối thiểu hợp lý khi đăng ký nhãn hiệu quốc tế. Doanh nghiệp cần xác định rõ đăng ký nhãn hiệu màu sắc hay nhãn hiệu đen trắng, đăng ký bảo hộ tại bao nhiêu quốc gia để tự tính toán được chi phí bảo hộ nhãn hiệu cho chu kỳ 10 năm. Đối với nhãn hiệu định vị thương hiệu của doanh nghiệp, tạo cho doanh nghiệp một hình ảnh riêng so với sản phẩm của các doanh nghiệp cùng loại thì nên đăng ký bảo hộ nhãn hiệu màu sắc giúp bảo hộ nhãn hiệu chống lại các hành vi xâm phạm bằng cách kết hợp màu sắc tương tự gây nhầm lẫn. Đối với các dòng sản phẩm chuyên biệt của doanh nghiệp, để tiết kiệm chi phí, doanh nghiệp có thể cân nhắc đăng ký bảo hộ nhãn hiệu đen trắng.

Cân nhắc chi phí bảo hộ bổ sung theo số lượng hàng hóa được bảo hộ tại thị trường các quốc gia xuất khẩu

Tại một số quốc gia khi đăng ký bảo hộ số lượng hàng hóa lớn hơn một thì chi phí giảm (Nhật Bản), một số quốc gia khác chi phí này không giảm mà chỉ nhân theo số lượng hàng hóa

được bảo hộ (Hoa Kỳ) như ví dụ dưới đây:

Ví dụ: Để đăng ký nhãn hiệu vào ngày 07 tháng 5 năm 2022, nhãn hiệu màu, áp dụng cho danh mục hàng hóa số lượng 03 ở Nhật Bản và Hoa Kỳ, tổng chi phí sẽ là 2.515 franc Thụy Sĩ [903 phí cơ bản + 232 (Phí bảo hộ nhãn hiệu tại Nhật) + 1.380 (Phí bảo hộ nhãn hiệu tại Hoa Kỳ)]. Trong trường hợp chỉ yêu cầu bảo hộ danh mục hàng hóa số lượng 01 thì chi phí cơ bản giữ nguyên (903). Mức phí bảo hộ theo quốc gia giảm còn: 92 (Phí bảo hộ nhãn hiệu tại Nhật) + 460 (Phí bảo hộ nhãn hiệu tại Hoa Kỳ). Tổng chi phí doanh nghiệp phải trả là: 1.455 francs Thụy Sĩ.

Doanh nghiệp muốn cân đối các khoản phí có thể sử dụng công cụ tính phí tại wipo.int để cân nhắc chi phí bảo hộ nhãn hiệu và các lợi ích có được khi đăng ký bảo hộ nhãn hiệu quốc tế.

Mặc dù quy trình đăng ký bảo hộ nhãn hiệu quốc tế thủ tục pháp lý phức tạp và tốn kém chi phí, tuy nhiên, so với việc doanh nghiệp đăng ký nhãn hiệu riêng lẻ tại từng quốc gia thì việc đăng ký bảo hộ nhãn hiệu quốc tế theo Nghị định thư Madrid giúp doanh nghiệp tiết kiệm thời gian và chi phí. Doanh nghiệp nộp một đơn thay vì một loạt đơn cho các quốc gia khác nhau. Điều này giúp doanh nghiệp không tốn kém chi phí trả tiền cho các bản dịch bằng nhiều loại ngôn ngữ khác nhau hoặc thuê một đại diện ở mỗi quốc gia yêu cầu bảo hộ nhãn hiệu. Quy trình đăng

ký bảo hộ nhãn hiệu quốc tế theo Nghị định thư Madrid cung cấp thêm nhiều thông tin cho doanh nghiệp như chi phí đăng ký và gia hạn bảo hộ, hồ sơ đăng ký, hình thức, cơ quan nhận đơn các doanh nghiệp khai thác hiệu quả và bảo vệ quyền sở hữu của mình đối với nhãn hiệu khi tham gia kinh doanh tại các thị trường khác nhau trên thế giới.

5. KẾT LUẬN

Đăng ký bảo hộ nhãn hiệu quốc tế là vấn đề thực sự rất cần thiết đối với doanh nghiệp Việt Nam trong thời kỳ hội nhập quốc tế. Việc đăng ký đảm bảo cho doanh nghiệp bảo vệ tài sản trí tuệ của mình và mở rộng thị trường xuất khẩu. Doanh nghiệp cần nâng cao nhận thức về đăng ký bảo hộ nhãn hiệu quốc tế bằng cách sử dụng hiệu quả các tài liệu, bài viết hướng dẫn về thủ tục pháp lý cần thiết cho việc đăng ký. Doanh nghiệp cũng cần hiểu đúng về nội dung Nghị định thư Madrid, Thỏa ước Madrid, hệ thống đăng ký quốc tế nhãn hiệu theo hai

điều ước này, xác định các thông tin quan trọng trước khi đánh giá hiệu quả, quyết định chiến lược phát triển thương hiệu và mở rộng thị trường xuất khẩu như: hồ sơ, thủ tục pháp lý, phạm vi bảo hộ, thời hạn bảo hộ, danh sách thành viên của Nghị định thư và quốc gia/vùng lãnh thổ được bảo hộ, cách tính phí phải trả, chu kỳ tính phí bảo hộ, gia hạn. Đồng thời, doanh nghiệp cũng cần đầu tư ngân sách cho việc phát triển nhãn hiệu nói riêng và thương hiệu nói chung. Về phía nhà nước, Chính phủ, Bộ Khoa học và Công nghệ có vai trò quan trọng trong việc xây dựng và triển khai cơ chế khuyến khích, hỗ trợ các doanh nghiệp thực hiện đăng ký quốc tế nhãn hiệu cho hàng hóa và dịch vụ, đặc biệt là các sản phẩm mũi nhọn với hàm lượng khoa học và công nghệ cao. Qua đó, Việt Nam cần phát triển số lượng các đăng ký cũng như đa dạng hóa nhãn hiệu theo các ngành nghề để tăng cường khả năng cạnh tranh quốc tế, thúc đẩy tăng trưởng và phát triển kinh tế. □

CHÚ THÍCH

(1) Việc đăng ký bảo hộ nhãn hiệu đen trắng và nhãn hiệu màu theo Nghị định thư Madrid căn cứ vào chi phí đăng ký và đặc điểm phân biệt của nhãn hiệu, mức độ yêu cầu bảo hộ của chủ sở hữu (ví dụ doanh nghiệp có thể yêu cầu bảo hộ phần nội dung nhãn hiệu, phần màu sắc hoặc sự kết hợp giữa các màu), không phải là cách phân loại nhãn hiệu theo quy định của pháp luật Việt Nam.

(2) Theo Phạm Đình Chương, trong cuốn *Các điều ước quốc tế về sở hữu trí tuệ trong quá trình hội nhập*, Nghị định thư Madrid làm cho hệ thống Madrid được nhiều quốc gia chấp nhận hơn Thỏa ước Madrid, do nội dung có nhiều khả năng lựa chọn cho thành viên hơn.

(3) Các thành viên của Liên minh Madrid có 114 thành viên, gồm có 113 quốc gia và Tổ chức sở hữu trí tuệ Châu Phi (African Intellectual Property Organization - OAPI). OAPI là một liên minh 17 quốc gia châu Phi bao gồm Benin, Burkina Faso, Cameroon, the

Central African Republic, Chad, Comoro Islands, Congo, Equatorial Guinea, Gabon, Guinea, Guinea-Bissau, Ivory Coast, Mali, Mauritania, Niger, Senegal and Togo. OAPI trở thành thành viên của Nghị định thư Madrid vào ngày 5 tháng 3 năm 2015. Do không có Luật nhãn hiệu độc lập tại mỗi quốc gia thành viên OAPI nên khi doanh nghiệp muốn đăng ký bảo hộ nhãn hiệu tại OAPI, doanh nghiệp không thể trực tiếp nộp đơn đăng ký nhãn hiệu riêng biệt tại từng quốc gia. Doanh nghiệp có thể nộp đơn đăng ký trực tiếp tại OAPI hoặc nộp đơn đăng ký nhãn hiệu quốc tế qua hệ thống Madrid có chỉ định OAPI.

⁽⁴⁾ Cách tính chi phí bảo hộ theo Nghị định thư Madrid tùy thuộc vào loại nhãn hiệu màu hay đen trắng yêu cầu bảo hộ, số lượng hàng hóa dịch vụ yêu cầu bảo hộ, quốc gia mà doanh nghiệp muốn bảo hộ nhãn hiệu.

⁽⁵⁾ Doanh nghiệp có thể sử dụng công cụ tính phí Madrid System Fee Calculator để ước tính phí đăng ký bảo hộ theo nhu cầu tại <https://madrid.wipo.int/feecalapp/>.

⁽⁶⁾ Việt Nam là thành viên của cả Thỏa ước và Nghị định thư Madrid, nên trong thời hạn 18 tháng (trừ trường hợp thời hạn này kéo dài hơn), doanh nghiệp có thể nộp đơn phản đối đối với các đơn đăng ký quốc tế chỉ định Việt Nam nếu đăng ký xâm phạm đến quyền SHTT nhãn hiệu của mình.

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN

1. Bộ Khoa học và Công nghệ - Cục Sở hữu Trí tuệ. 2022. *Báo cáo thường niên hoạt động sở hữu trí tuệ 2021*. Hà Nội: Nxb. Thanh niên.
2. Bộ Khoa học và Công nghệ. 2016. “*Thông tư 16/2016/TT-BKHHCN sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 01/2007/TT-BKHHCN ngày 14 tháng 02 năm 2007, được sửa đổi, bổ sung theo Thông tư số 13/2010/TT-BKHHCN ngày 30 tháng 7 năm 2010, Thông tư số 18/2011/TT-BKHHCN ngày 22 tháng 7 năm 2011 và Thông tư số 05/2013/TT-BKHHCN ngày 20 tháng 2 năm 2013*”. Hà Nội.
3. Bộ Tài chính. 2016. “*Thông tư số 263/2016/TT/BTC quy định mức thu, chế độ thu, nộp, quản lý và sử dụng phí, lệ phí sở hữu công nghiệp*”. Hà Nội.
4. Phạm Đình Chương. 2002. *Các điều ước quốc tế về sở hữu trí tuệ trong quá trình hội nhập*. Hà Nội: Nxb. Bản đồ.
5. Quốc hội. 2019. *Văn bản hợp nhất Luật Sở hữu trí tuệ số: 07/VBHN-VPQH sửa đổi các năm 2005, 2009, 2019*.
6. Tổng cục Thống kê. 2021. *Niên giám thống kê 2021*. Hà Nội: Nxb Thống kê.
7. WIPO. 1989. Nghị định thư liên quan đến Thỏa ước Madrid về đăng ký quốc tế nhãn hiệu hàng hóa. <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Thuong-mai/Nghi-dinh-thu-lien-quan-den-thoa-uoc-Madrid-ve-dang-ky-quoc-te-nhan-hieu-hang-hoa-1989-61742.aspx>, truy cập ngày 18/6/2022.
9. WIPO. 2021. *Guide to the International Registration of Marks Under the Madrid Protocol*, pp. 20-25. Geneva: WIPO Publication No. 455E/21, ISBN 978-92-805-3250-0.
10. WTO. 1994. Hiệp định về các khía cạnh liên quan tới thương mại của quyền sở hữu trí tuệ. <https://moj.gov.vn/qt/cacchuyenmuc/pldn/Pages/duhp.aspx?ItemID=6>, truy cập ngày 18/6/2022.