

**HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT VỀ
BẢO HỘ NHÃN HIỆU TẬP THỂ - NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP
SẢN PHẨM KẼO CAU TẠI THÀNH PHỐ HUẾ**

PHAN NGUYỄN HỒNG PHÚC*

TRẦN THỊ VIỆT AN**

PHẠM NHƯ TÀI***

NGUYỄN HỮU HẢI LONG****

Ngày nhận bài: 19/09/2025

Ngày phản biện: 02/10/2025

Ngày đăng bài: 25/12/2025

Tóm tắt:

Nhãn hiệu tập thể là công cụ pháp lý quan trọng giúp các tổ chức, hiệp hội nâng cao giá trị thương hiệu và bảo vệ quyền lợi của các thành viên trong quá trình sản xuất, kinh doanh. Tuy nhiên, thực tiễn áp dụng pháp luật về bảo hộ nhãn hiệu tập thể còn nhiều bất cập, vì vậy thông qua nghiên cứu trường hợp nhãn hiệu tập thể “Kẹo cau Huế” tại thành phố Huế, bài viết phân tích những hạn chế trong quá trình đăng ký, quản lý và khai thác sản phẩm “Kẹo cau Huế”. Trên cơ sở đó, đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện pháp luật về bảo hộ nhãn hiệu tập thể sản phẩm “Kẹo cau Huế”, hướng tới việc

Abstract:

Collective trademark is an important legal tool that helps organizations and associations enhance brand value and protect the interests of their members in the process of production and business. However, in practice, the application of the law on the protection of collective trademarks still faces many shortcomings. Therefore, through the case study of the collective trademark “Keo cau Hue” in Hue City, this paper analyzes the limitations in the registration, management, and exploitation of the “Keo cau Hue” product. On that basis, it proposes several solutions to improve

* Sinh viên lớp Luật Kinh tế K46S; Trường Đại học Luật, Đại học Huế; Email: phucr489@gmail.com.

**Sinh viên lớp Luật Kinh tế K46S; Trường Đại học Luật, Đại học Huế; Email: tranthivietan300904@gmail.com.

***Sinh viên lớp Luật Kinh tế K46A; Trường Đại học Luật, Đại học Huế; Email: phamtai03022004@gmail.com.

****Sinh viên lớp Luật Kinh tế K48S; Trường Đại học Luật, Đại học Huế; Email: long0915434077@gmail.com.

phát triển kinh tế địa phương và bảo vệ tài sản trí tuệ cộng đồng.

the law on the protection of collective trademarks for the “Keo cau Hue” product, aiming at promoting local economic development and safeguarding community intellectual property assets.

Từ khóa:

Tài sản trí tuệ; bảo hộ; nhãn hiệu tập thể; “Kẹo cau Huế”.

Keywords:

Intellectual property; protection; collective trademark; “Keo cau Hue”

1. Đặt vấn đề

Sản phẩm “Kẹo cau Huế” không chỉ là thức quà gắn liền với ký ức tuổi thơ của nhiều thế hệ người dân Cố đô, mà còn là sản phẩm mang tiềm năng thương mại hóa, gắn liền với thương hiệu du lịch của thành phố Huế. Vì vậy, việc hoàn thiện pháp luật về bảo hộ “Kẹo cau Huế” dưới hình thức nhãn hiệu tập thể là vấn đề cấp thiết. Về phương diện pháp luật sở hữu trí tuệ (SHTT), nhãn hiệu tập thể là công cụ quan trọng để bảo đảm quyền lợi hợp pháp của cộng đồng sản xuất, ngăn chặn hành vi xâm phạm quyền. Về phương diện thực tiễn, trong bối cảnh Huế ngày càng được định vị là “thành phố lễ hội” và trung tâm du lịch, văn hóa của cả nước, nhu cầu khai thác, phát triển các sản phẩm đặc sản địa phương phục vụ khách du lịch ngày một gia tăng. Người dân sản xuất “Kẹo cau Huế” cần có một hành lang pháp lý vững chắc để yên tâm sản xuất, phát triển quy mô và nâng cao giá trị sản phẩm. Trong phạm vi bài viết, nhóm tác giả phân tích các quy định của pháp luật về thủ tục đăng ký bảo hộ nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm đặc sản địa phương, đồng thời đánh giá thực tiễn việc bảo hộ nhãn hiệu tập thể cho “Kẹo cau Huế”, góp phần nâng cao giá trị thương hiệu của kẹo cau Huế tại thị trường trong và ngoài nước.

2. Quy định của pháp luật về bảo hộ nhãn hiệu tập thể sản phẩm kẹo cau Huế

2.1. Quy định về điều kiện bảo hộ nhãn hiệu tập thể sản phẩm kẹo cau

Theo khoản 17 Điều 4 Luật SHTT Việt Nam hiện hành, nhãn hiệu tập thể được hiểu là dấu hiệu dùng để xác định và phân biệt hàng hóa, dịch vụ của các thành viên thuộc tổ chức sở hữu nhãn hiệu với hàng hóa, dịch vụ của tổ chức

hoặc cá nhân không phải là thành viên của tổ chức đó. Để “Kẹo cau Huế” được bảo hộ nhãn hiệu tập thể, phải đáp ứng các điều kiện chung về bảo hộ nhãn hiệu và điều kiện riêng của nhãn hiệu tập thể, cụ thể:

Thứ nhất, điều kiện chung về bảo hộ nhãn hiệu.

Để được bảo hộ, nhãn hiệu tập thể “Kẹo cau Huế” phải đáp ứng các điều kiện chung của một nhãn hiệu theo quy định tại Điều 72 Luật SHTT Việt Nam hiện hành. Cụ thể, nhãn hiệu phải được thể hiện dưới dạng dấu hiệu có thể nhận biết bằng thị giác, chẳng hạn như chữ cái, từ ngữ, hình vẽ, hình ảnh, hình khối ba chiều hoặc sự kết hợp của các yếu tố này, có thể kèm theo một hoặc nhiều màu sắc. Đồng thời, nhãn hiệu cần có khả năng tạo sự khác biệt, giúp phân biệt hàng hóa, dịch vụ của chủ sở hữu với hàng hóa, dịch vụ của các chủ thể khác. Đồng thời, nhãn hiệu không được thuộc các trường hợp bị loại trừ khỏi khả năng bảo hộ theo Điều 73 và Điều 74 Luật SHTT Việt Nam hiện hành về dấu hiệu trùng hoặc tương tự gây nhầm lẫn với quốc kỳ, quốc huy, biểu tượng của cơ quan nhà nước; dấu hiệu gây nhầm lẫn về nguồn gốc thương mại; dấu hiệu mô tả thông thường hàng hóa, dịch vụ... Như vậy, về mặt hình thức và nội dung, nhãn hiệu tập thể “Kẹo cau Huế” phải đảm bảo khả năng phân biệt và không rơi vào các trường hợp cấm bảo hộ.

Thứ hai, điều kiện riêng đối với nhãn hiệu tập thể “Kẹo cau Huế”

Ngoài các điều kiện chung nêu trên, nhãn hiệu tập thể “Kẹo cau Huế” cần đáp ứng các yêu cầu riêng được quy định tại Điều 87 và Điều 105 Luật SHTT Việt Nam hiện hành. Theo đó, chủ sở hữu nhãn hiệu tập thể phải là tổ chức tập thể của những cá nhân, hộ gia đình hoặc doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh kẹo cau. Khi nộp đơn đăng ký, tổ chức này phải kèm theo quy chế sử dụng nhãn hiệu tập thể, trong đó nêu rõ: (i) tiêu chuẩn về chất lượng, đặc tính của sản phẩm kẹo cau được phép mang nhãn hiệu; (ii) quyền và nghĩa vụ của các thành viên khi sử dụng nhãn hiệu; (iii) cơ chế kiểm soát việc sử dụng nhằm ngăn chặn hành vi lạm dụng hoặc sử dụng sai mục đích; (iv) các biện pháp xử lý vi phạm quy chế.

Ngoài ra, đối với việc sử dụng tên địa danh khi đăng ký nhãn hiệu tập thể cần phải được Ủy ban nhân dân tỉnh hoặc thành phố trực thuộc trung ương cho

phép sử dụng tên địa danh¹. Vì vậy, khi sử dụng địa danh “Huế” - tên gọi của một thành phố trực thuộc Trung ương, được ghi lại trên bản đồ hành chính Việt Nam - để đăng ký nhãn hiệu tập thể “Kẹo cau Huế”, chủ sở hữu nhãn hiệu tập thể cần phải được Ủy ban nhân dân thành phố Huế cho phép sử dụng tên địa danh.

Như vậy, việc đáp ứng đầy đủ các điều kiện nói trên là cơ sở quan trọng để nhãn hiệu tập thể “Kẹo cau Huế” được công nhận và bảo hộ hợp pháp. Đây cũng là tiền đề nhằm nâng cao giá trị thương mại, bảo vệ uy tín sản phẩm và góp phần khẳng định thương hiệu đặc sản địa phương trên thị trường.

2.2. Quy định của pháp luật về chủ thể đăng ký nhãn hiệu tập thể

Tổ chức, tập thể được thành lập hợp pháp có quyền đăng ký nhãn hiệu tập thể để các thành viên của mình sử dụng theo quy chế sử dụng nhãn hiệu tập thể². Theo đó, tổ chức có quyền đăng ký nhãn hiệu tập thể bao gồm: Liên minh hợp tác xã; các hợp tác xã theo quy định của Luật Hợp tác xã, nếu thành viên có hoạt động sản xuất, kinh doanh độc lập; Hội theo quy định của pháp luật về hội, nếu thành viên của hội có hoạt động sản xuất, kinh doanh độc lập; Tổ chức tập thể khác có từ 02 thành viên trở lên được thành lập theo quy định của pháp luật, trong đó các thành viên của tổ chức đó có hoạt động sản xuất, kinh doanh độc lập, có hàng hóa hoặc dịch vụ riêng³. Cụ thể các tổ chức tập thể có quyền đăng ký nhãn hiệu tập thể được quy định tại Điều 24 Thông tư 23/2023/TT-BKHCN. Vì vậy, một số tổ chức tập thể như Hợp tác xã, Liên hiệp các hợp tác xã, Hội nghề, Hội nông dân, Hội Liên hiệp phụ nữ sẽ có thẩm quyền đăng ký nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm kẹo cau.

2.3. Quy định của pháp luật về quyền của chủ sở hữu nhãn hiệu tập thể

Chủ sở hữu nhãn hiệu tập thể có các quyền tài sản đối với nhãn hiệu của mình đã đăng ký, bao gồm:

- Được phép độc quyền sử dụng nhãn hiệu tập thể của mình⁴ bằng cách:

¹ Khoản 2 Điều 36 Nghị định số 65/2023/NĐ-CP quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật Sở hữu trí tuệ về sở hữu công nghiệp, bảo vệ quyền sở hữu công nghiệp, quyền đối với giống cây trồng và quản lý nhà nước về sở hữu trí tuệ.

² Khoản 3 Điều 87 Luật Sở hữu trí tuệ năm 2005 (sửa đổi, bổ sung năm 2009, 2019 và 2022).

³ Khoản 4 Điều 24 Thông tư 23/2023/TT-BKHCN quy định chi tiết một số điều của Luật Sở hữu trí tuệ và biện pháp thi hành Nghị định số 65/2023/NĐ-CP ngày 23 tháng 8 năm 2023 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật Sở hữu trí tuệ về sở hữu công nghiệp, bảo vệ quyền sở hữu công nghiệp, quyền đối với giống cây trồng và quản lý nhà nước về sở hữu trí tuệ liên quan đến thủ tục xác lập quyền sở hữu công nghiệp và bảo đảm thông tin sở hữu công nghiệp.

⁴ Điểm a khoản 1 Điều 123 Luật Sở hữu trí tuệ năm 2005 (sửa đổi, bổ sung năm 2009, 2019 và 2022).

Chủ sở hữu được phép gắn nhãn hiệu tập thể của mình lên hàng hóa, bao bì, phương tiện kinh doanh, dịch vụ và giấy tờ giao dịch trong hoạt động kinh doanh. Để người tiêu dùng có thể dễ dàng nhận biết phân biệt được sản phẩm của mình.

Chủ sở hữu được lưu thông, chào bán, quảng cáo để bán và tàng trữ để bán hàng hóa mang nhãn hiệu được bảo hộ.

Hơn nữa, chủ sở hữu cũng được nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ mang nhãn hiệu được bảo hộ. Trong bối cảnh hội nhập, nhiều doanh nghiệp Việt Nam đăng ký nhãn hiệu tập thể nhưng sản xuất hoặc gia công ở nước ngoài. Quyền nhập khẩu đảm bảo hộ hợp pháp đưa sản phẩm về Việt Nam phân phối. Bên cạnh đó, chủ sở hữu có thể tận dụng lợi thế về cơ sở máy móc sản xuất ở nước ngoài để nâng cao chất lượng sản phẩm và uy tín nhãn hiệu tập thể của mình.

- Ngăn cấm người khác sử dụng nhãn hiệu tập thể⁵.

Ngoài việc cho phép chủ sở hữu nhãn hiệu tập thể trực tiếp khai thác giá trị thương mại, pháp luật còn ghi nhận quyền ngăn chặn hành vi sử dụng trái phép từ các chủ thể khác. Tuy nhiên, quyền này không tuyệt đối, bởi khoản 2 Điều 125 Luật SHTT Việt Nam hiện hành quy định một số trường hợp chủ sở hữu không được phản đối việc sử dụng nhãn hiệu. Như vậy, hạn chế hành vi sử dụng nhãn hiệu trùng hoặc tương tự vừa bảo vệ quyền lợi hợp pháp của chủ sở hữu, vừa đảm bảo quyền lợi người tiêu dùng, duy trì công bằng xã hội và thúc đẩy cạnh tranh minh bạch, lành mạnh.

- Có quyền định đoạt nhãn hiệu tập thể của tổ chức mình⁶.

Chủ sở hữu nhãn hiệu tập thể, với tư cách là chủ thể được pháp luật bảo hộ, có quyền định đoạt đối tượng này như một loại tài sản vô hình. Theo đó, họ có thể thực hiện các hành vi chuyển nhượng, tặng cho nhãn hiệu của mình theo khuôn khổ pháp luật hiện hành. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng việc chuyển giao quyền sở hữu đối với nhãn hiệu không được dẫn đến tình trạng gây hiểu nhầm cho người tiêu dùng về đặc tính hay nguồn gốc thương mại của hàng hóa, dịch vụ mang nhãn hiệu đó⁷. Quyền đối với nhãn hiệu chỉ được chuyển nhượng cho tổ chức cá nhân đáp ứng được các điều kiện đối với người có quyền đăng ký nhãn hiệu đó⁸. Bên cạnh

⁵ Điểm b khoản 1 Điều 123 Luật Sở hữu trí tuệ năm 2005 (sửa đổi, bổ sung năm 2009, 2019 và 2022).

⁶ Điểm c Khoản 1 Điều 123 Luật Sở hữu trí tuệ năm 2005 (sửa đổi, bổ sung năm 2009, 2019 và 2022).

⁷ Khoản 4 Điều 139 Luật Sở hữu trí tuệ năm 2005 (sửa đổi, bổ sung năm 2009, 2019 và 2022).

⁸ Khoản 5 Điều 139 Luật Sở hữu trí tuệ năm 2005 (sửa đổi, bổ sung năm 2009, 2019 và 2022).

đó, cần nhấn mạnh rằng quyền sử dụng nhãn hiệu tập thể không thể được chuyển giao cho các tổ chức hoặc cá nhân bên ngoài, tức những chủ thể không phải là thành viên của tổ chức sở hữu nhãn hiệu tập thể này.

- Có thể chuyển giao quyền sở hữu nhãn hiệu theo các quy định của pháp luật về thừa kế.

Nhãn hiệu với tư cách là tài sản vô hình, chủ thể có quyền để lại thừa kế theo di chúc hoặc pháp luật. Về phương diện kinh tế - thương mại, quyền để lại thừa kế nhãn hiệu có ý nghĩa bảo đảm tính kế thừa và ổn định trong hoạt động kinh doanh. Việc chuyển giao quyền này cho thế hệ sau hoặc cho chủ thể kế thừa khác giúp duy trì uy tín, giá trị thương mại và tính liên tục của thương hiệu trên thị trường. Đặc biệt, đối với nhãn hiệu tập thể hoặc nhãn hiệu gắn liền với đặc sản địa phương, việc thừa kế còn góp phần bảo tồn bản sắc văn hóa và tri thức truyền thống của chủ sản phẩm đó.

- Có quyền yêu cầu cơ quan nhà nước can thiệp để bảo vệ lợi ích của mình khi quyền đối với nhãn hiệu bị xâm phạm.

Khi nhãn hiệu tập thể của chủ sở hữu bị xâm phạm thì chủ sở hữu nhãn hiệu có quyền yêu cầu cơ quan nhà nước có thẩm quyền bảo vệ. Tùy từng trường hợp mà cơ quan nhà nước sẽ xử lý bằng biện pháp hình sự, hành chính, dân sự hay kiểm soát hàng hóa xuất nhập khẩu⁹.

3. Thực tiễn thực hiện pháp luật về bảo hộ nhãn hiệu tập thể “Kẹo cau Huế”

Theo số liệu của Cục SHTT – Bộ Khoa học và Công nghệ, tại thành phố Huế hiện có 85 nhãn hiệu tập thể được bảo hộ¹⁰, trong đó nổi bật như “Mè Xừng Huế SESAME CANDY”, “Thanh Trà HUẾ SWEET POMELO”, “Trứng Vịt Lộn Phong Chương”, “Thịt Bò Vàng A Lưới Đặc sản vùng cao”, “Mật ong Phong Mỹ”,... Tuy nhiên, với các sản phẩm đang được đăng ký bảo hộ nhãn hiệu tập thể thì “Kẹo cau Huế” vẫn chưa thật sự được quan tâm đến và được các hộ kinh doanh sản xuất đứng ra đăng ký bảo hộ nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm này. Theo khảo sát của nhóm nghiên cứu, hiện có hai cơ sở sản xuất chính (tại 37 Nguyễn Văn Thoại, Phường Phú Hậu và Số 3, đường số 2, KCN An Hòa,

⁹ Điều 217 Luật Sở hữu trí tuệ năm 2005 (sửa đổi, bổ sung năm 2009, 2019 và 2022).

¹⁰ Bộ Khoa học và công nghệ - Cục Sở hữu trí tuệ (2023), *Danh sách nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận của 63 tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương*, truy cập tại https://ipvietnam.gov.vn/thong-bao/-/asset_publisher/bHEp9KzHjHwY/content/danh-sach-nhan-hieu-tap-the-nhan-hieu-chung-nhan-cua-63-tinh-thanh-en-thang-4-nam-2023, truy cập ngày 30/8/2025.

Phường Hòa Anh), bên cạnh một số cơ sở nhỏ lẻ thường sản xuất không bao bì, nhãn hiệu và chủ yếu cung cấp cho tiểu thương tại các chợ Đông Ba, An Cựu, Bến Ngự, Tây Lộc, Xếp,...¹¹. Tình trạng này khiến hoạt động sản xuất, tiêu thụ “Kẹo cau Huế” còn mang tính tự phát, thiếu quản lý tập trung, khó xác định nguồn gốc, làm giảm giá trị thương mại và hạn chế khả năng mở rộng thị trường. Đây cũng là nguyên nhân khiến sản phẩm chưa xây dựng được thương hiệu tập thể để khẳng định vị thế trên thị trường trong và ngoài nước.

Pháp luật SHTT Việt Nam hiện hành quy định rằng các tổ chức tập thể được thành lập hợp pháp, đại diện cho những người sản xuất, kinh doanh, có thể đăng ký bảo hộ nhãn hiệu tập thể nhằm bảo vệ uy tín của sản phẩm cũng như quyền lợi của các thành viên¹². Như vậy, nếu các cơ sở sản xuất Kẹo cau tại Huế có sự liên kết, thành lập hợp tác xã hoặc hội ngành nghề để đứng ra đăng ký nhãn hiệu tập thể “Kẹo cau Huế” thì sẽ tạo dựng được giá trị pháp lý và thương hiệu bền vững cho sản phẩm này.

Bài học từ những sản phẩm đã thành công như “Gạo thơm Thủy Thanh”¹³ hay “Mè xừng Huế”¹⁴ cho thấy, nhãn hiệu tập thể không chỉ giúp kiểm soát chất lượng sản phẩm đồng đều, mà còn là công cụ pháp lý hữu hiệu để chống lại hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, ngăn chặn tình trạng làm giả, làm nhái sản phẩm. Do đó, việc xây dựng nhãn hiệu tập thể cho “Kẹo cau Huế” không chỉ là nhu cầu cấp thiết để bảo vệ quyền lợi của các cơ sở sản xuất, mà còn là giải pháp thúc đẩy quảng bá văn hóa ẩm thực đặc sản của địa phương.

4. Những bất cập trong quy định của pháp luật về bảo hộ nhãn hiệu tập thể “Kẹo cau Huế” và giải pháp hoàn thiện

4.1. Những bất cập trong quy định của pháp luật về bảo hộ nhãn hiệu tập thể “Kẹo cau Huế”

Một là, về xác định điều kiện bảo hộ.

¹¹ Khoản 1 Điều 3 Nghị định 39/2007/NĐ-CP về hoạt động thương mại một cách độc lập thường xuyên không phải đăng ký kinh doanh.

¹² Khoản 3 Điều 87 Luật Sở hữu trí tuệ năm 2005 (sửa đổi, bổ sung năm 2009, 2019 và 2022).

¹³ Bộ Khoa học và công nghệ - Cục Sở hữu trí tuệ (2023), *Danh sách nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận của 63 tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương*, truy cập tại https://ipvietnam.gov.vn/thong-bao/-/asset_publisher/bHEp9KzHjHwY/content/danh-sach-nhan-hieu-tap-the-nhan-hieu-chung-nhan-cua-63-tinh-thanh-en-thang-4-nam-2023, truy cập ngày 3/10/2025.

¹⁴ Hương Giang (2023), *Đặc sản “Mè xừng”, “Cơm hến” xứ Huế được xác lập Kỷ lục Châu Á*, truy cập tại <https://nguoihanoi.vn/dac-san-me-xung-com-hen-xu-hue-duoc-xac-lap-ky-luc-chau-a-81240.html>, truy cập ngày 30/8/2025.

Luật SHTT Việt Nam, Nghị định số 65/2023/NĐ-CP và Thông tư số 23/2023/TT-BKHCN chưa quy định cụ thể và đầy đủ về điều kiện đánh giá dấu hiệu tương tự gây nhầm lẫn đối với nhãn hiệu tập thể. Các thông tin hướng dẫn chi tiết chủ yếu mới chỉ xuất hiện dưới dạng hướng dẫn tổng quát trên Cổng thông tin điện tử của Cục SHTT, gây khó khăn cho cá nhân, tổ chức trong việc xác định chính xác phạm vi bảo hộ. Trong trường hợp nhãn hiệu tập thể “Kẹo cau Huế” được cấp văn bằng bảo hộ, vẫn có thể phát sinh tình huống một chủ thể khác nộp đơn đăng ký dấu hiệu tương tự, chẳng hạn như cùng ký tự nhưng cách điệu khác, đổi màu sắc, hoặc thay đổi một vài chữ cái nhỏ. Khi xem xét riêng từng yếu tố cấu thành, có thể thấy khác biệt; tuy nhiên, khi nhìn tổng thể, các dấu hiệu này vẫn có khả năng gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng về nguồn gốc sản phẩm.

Tuy nhiên, theo quy định tại điểm i khoản 3 Điều 26 Thông tư 23/2023/TT-BKHCN, chỉ những dấu hiệu trùng hoặc tương tự tới mức gây nhầm lẫn với nhãn hiệu đã đăng ký và thuộc một trong các trường hợp cụ thể được liệt kê mới bị từ chối bảo hộ. Điều này đồng nghĩa với việc những dấu hiệu gần giống, dễ gây nhầm lẫn nhưng không rơi vào các trường hợp liệt kê tại điểm i, thì vẫn có khả năng được chấp nhận đăng ký, dẫn đến nguy cơ nhãn hiệu tập thể “Kẹo cau Huế” bị xâm phạm một cách hợp pháp hóa. Nếu phạm vi bảo hộ không được quy định rõ ràng, cụ thể, chủ sở hữu nhãn hiệu sẽ khó xác định các biến thể nào vẫn nằm trong phạm vi quyền, từ đó gặp khó khăn trong việc phản đối đăng ký nhãn hiệu mới, xử lý vi phạm hoặc bảo vệ quyền lợi hợp pháp. Điều này không chỉ ảnh hưởng đến năng lực bảo vệ nhãn hiệu mà còn làm giảm tính ổn định và hiệu quả trong việc khai thác, phát triển thương hiệu tập thể. Nếu phạm vi bảo hộ không được quy định rõ, chủ sở hữu nhãn hiệu tập thể sẽ khó xác định biến thể nào thuộc quyền của mình, gây hạn chế trong việc khai thác và bảo vệ nhãn hiệu¹⁵.

Hai là, về xác định chủ thể đăng ký.

Khoản 3 Điều 87 Luật SHTT hiện hành quy định tổ chức tập thể được thành lập hợp pháp có quyền đăng ký nhãn hiệu tập thể, song pháp luật hiện hành chưa định nghĩa rõ “tổ chức tập thể”, dẫn đến nhiều cách hiểu khác nhau. Đối với

¹⁵ Trần Thị Cẩm Nhung và Nguyễn Phan Khôi (2024), *Một số kiến nghị hoàn thiện quy định về điều kiện bảo hộ nhãn hiệu tại các trường đại học, cao đẳng*, Tạp chí pháp luật và thực tiễn, (61), tr. 76-77.

nhãn hiệu tập thể mang yếu tố địa danh như “Kẹo cau Huế”, chủ thể đăng ký phải là tổ chức tập thể đại diện cho các cơ sở sản xuất, kinh doanh sản phẩm này trên địa bàn thành phố Huế. Thực tế, tại địa phương chỉ tồn tại các cơ sở sản xuất nhỏ lẻ, chưa có một hiệp hội hoặc tổ chức đại diện thống nhất, gây khó khăn trong việc xác định ai là chủ thể đủ tư cách nộp đơn. Sự thiếu vắng một tổ chức đại diện dẫn đến hệ quả là nhãn hiệu tập thể “Kẹo cau Huế” đến nay vẫn chưa được đăng ký bảo hộ.

Ba là, về thủ tục nộp đơn đăng ký bảo hộ nhãn hiệu tập thể trong thời kỳ chuyển đổi số.

Trong bối cảnh chuyển đổi số, thay vì nộp đơn trực tiếp hoặc qua đường bưu chính, chủ thể có quyền nộp đơn đăng ký bảo hộ nhãn hiệu tập thể có thể tiến hành đăng ký trực tuyến thông qua Cổng dịch vụ công trực tuyến Cục SHTT. Tuy nhiên, hình thức này vẫn chưa được phổ biến rộng rãi. Nhiều cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp chưa nắm rõ quy trình đăng ký qua Cổng Dịch vụ công trực tuyến. Những hạn chế về kỹ năng số, việc sử dụng chữ ký điện tử, thanh toán trực tuyến và thao tác trên hệ thống khiến quá trình nộp đơn dễ xảy ra sai sót. Bên cạnh đó, hệ thống tra cứu và nộp hồ sơ trực tuyến còn chậm, thiếu ổn định, gây tốn kém thời gian, chi phí và ảnh hưởng đến khả năng bảo vệ nhãn hiệu kịp thời. Về phía cơ quan quản lý nhà nước, hạ tầng công nghệ thông tin còn thiếu đồng bộ, dữ liệu chưa được liên thông, trong khi khối lượng hồ sơ ngày càng lớn¹⁶.

Bốn là, về thực hiện quyền và nghĩa vụ trong thực tế.

Dù pháp luật đã quy định rõ nhưng chủ sở hữu vẫn gặp khó khăn khi bảo vệ quyền trước hành vi xâm phạm do thiếu nguồn lực về thời gian, tài chính, pháp lý. Nội bộ tập thể cũng khó kiểm soát khi số lượng thành viên đông, trình độ sản xuất không đồng đều, dễ dẫn đến lạm dụng hoặc vi phạm quy chế. Nghĩa vụ như kiểm soát chất lượng, duy trì quy chế, gia hạn hiệu lực, quản lý công bằng

¹⁶ Cục sở hữu trí tuệ (2025), *Thống kê số lượng đơn đăng ký và văn bằng được cấp của các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương 6 tháng đầu năm 2025*, truy cập tại https://ipvietnam.gov.vn/web/guest/so-lieu-thong-ke/-/asset_publisher/vTLYJq8Ak7Gm/content/thong-ke-so-luong-on-ang-ky-va-van-bang-uoc-cap-cua-cac-tinh-thanh-pho-truc-thuoc-trung-uong-6-thang-au-nam-2025?inheritRedirect=false&redirect=https%3A%2F%2Fipvietnam.gov.vn%2Fweb%2Fguest%2Fso-lieu-thong-ke%3Fp_id%3D101_INSTANCE_vTLYJq8Ak7Gm%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_state%3Dnormal%26p_p_mode%3Dview%26p_p_col_id%3Dcolumn-1%26p_p_col_count%3D1, truy cập ngày 3/10/2025.

thường bị buông lỏng do hạn chế về quản trị. Hệ quả là nhiều nhãn hiệu tập thể ở Việt Nam mới dừng ở mức có văn bằng bảo hộ nhưng chưa phát huy hiệu quả thương mại và uy tín trên thị trường¹⁷.

Năm là, thực tiễn cho thấy phần lớn cơ sở sản xuất, kinh doanh tại Huế chưa chú trọng bao bì, nhãn mác và chiến lược thương hiệu.

Nhiều sản phẩm vẫn mang tính thủ công, tiêu thụ qua chợ truyền thống như Đông Ba, An Cựu, Tây Lộc,... mà thiếu nhãn hiệu hoặc thông tin truy xuất nguồn gốc, vừa làm giảm sức cạnh tranh vừa gây khó khăn cho người tiêu dùng trong việc xác định nguồn gốc sản phẩm. Thêm vào đó, thủ tục đăng ký bảo hộ nhãn hiệu tập thể tuy đã được quy định tại Luật SHTT và văn bản hướng dẫn, nhưng trên thực tế vẫn khá phức tạp, đặc biệt với các hộ sản xuất nhỏ. Quá trình chuẩn bị hồ sơ, tra cứu, thẩm định và chờ cấp văn bằng thường kéo dài 18–24 tháng, thậm chí lâu hơn¹⁸. Trong khi đó, các hộ sản xuất kéo cao lại hạn chế về kiến thức pháp lý, tài chính và nhân sự, khó có thể tự thực hiện thủ tục này.

Vì vậy, Kẹo cau Huế hiện vẫn gặp nhiều trở ngại trong tổ chức sản xuất, xây dựng thương hiệu và đăng ký pháp lý, khiến nhãn hiệu tập thể chưa được khai thác hiệu quả. Nếu không có sự hỗ trợ từ chính quyền, sự liên kết giữa các hộ sản xuất và cơ chế quản lý tập trung, nguy cơ bỏ lỡ cơ hội xây dựng thương hiệu đặc sản cho “Kẹo cau Huế” là rất lớn.

4.2. Giải pháp hoàn thiện pháp luật về bảo hộ nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm kẹo cau Huế

Thứ nhất, xác định điều kiện bảo hộ nhãn hiệu tập thể “Kẹo cau Huế”.

Thông tư số 23/2023/TT-BKHCN cần được bổ sung các hướng dẫn chi tiết về cách xác định dấu hiệu tương tự đến mức gây nhầm lẫn giữa các nhãn hiệu, đặc biệt đối với nhãn hiệu tập thể. Cần làm rõ các tiêu chí cụ thể về mức độ tương tự trong cấu trúc từ ngữ, âm đọc, ý nghĩa, hình ảnh và bố cục để cơ quan thẩm định và người nộp đơn có căn cứ rõ ràng khi đánh giá khả năng bảo hộ. Đồng thời, nên ban hành phụ lục minh họa kèm theo Thông tư, cung cấp các ví dụ cụ thể để tránh áp dụng tùy tiện hoặc thiếu thống nhất trong thực tiễn. Bên

¹⁷ Hữu Huệ (2023), *Nhãn hiệu tập thể trong nông nghiệp: Xây khó, giữ càng khó*, truy cập tại <https://www.baotravinh.vn/kinh-te/nhan-hieu-tap-the-trong-nong-nghiep-xay-kho-giu-cang-kho-33245.html>, truy cập ngày 19/8/2025.

¹⁸ Trần Vũ (2022), *Thời gian đăng ký nhãn hiệu mất bao lâu?*, truy cập tại <https://lsvn.vn/thoi-gian-dang-ky-nhan-hieu-mat-bao-lau1662226368-a123398.html>, truy cập ngày 9/8/2025.

cạnh đó, pháp luật cần quy định rõ hơn về phạm vi bảo hộ của nhãn hiệu tập thể, theo đó những biến thể nhỏ không làm thay đổi bản chất của dấu hiệu như thay đổi phong chữ, màu sắc hoặc chi tiết phụ trong hình ảnh vẫn thuộc quyền sở hữu của tổ chức đăng ký. Điều này nhằm bảo vệ đầy đủ giá trị thương hiệu, tránh việc bên thứ ba lợi dụng để đăng ký các phiên bản gần giống nhằm đánh lừa người tiêu dùng. Đặc biệt, đối với nhãn hiệu tập thể có yếu tố địa danh như “Kẹo cau Huế”, cần áp dụng cơ chế bảo hộ mở rộng tương tự như đối với nhãn hiệu nổi tiếng nghĩa là từ chối các đơn đăng ký có yếu tố tương tự dù không hoàn toàn trùng lặp, nếu có khả năng gây nhầm lẫn về nguồn gốc sản phẩm hoặc làm tổn hại đến uy tín của địa phương gắn với nhãn hiệu. Bên cạnh các quy định pháp lý, nhà nước cũng cần tăng cường hỗ trợ kỹ thuật và pháp lý cho các tổ chức tập thể (hiệp hội, làng nghề, hợp tác xã) trong quá trình đăng ký bảo hộ, thông qua việc tổ chức các chương trình đào tạo, tư vấn chuyên sâu và thiết lập cơ chế phối hợp chặt chẽ giữa cơ quan nhà nước, tổ chức sở hữu nhãn hiệu và đơn vị tư vấn chuyên môn.

Thứ hai, xác định chủ thể nộp đơn đăng ký.

Thành lập một tổ chức đại diện có tư cách pháp nhân độc lập, cụ thể là Hội nghề kẹo cau Huế, quy tụ các hộ sản xuất, kinh doanh sản phẩm kẹo cau trên địa bàn thành phố Huế. Hội này sẽ đóng vai trò là chủ thể đứng tên đăng ký nhãn hiệu tập thể, đồng thời xây dựng và ban hành quy chế sử dụng nhãn hiệu theo đúng quy định pháp luật, đảm bảo sự thống nhất trong quá trình sử dụng nhãn hiệu giữa các thành viên. Không chỉ vậy, Hội cần chịu trách nhiệm trong việc giám sát việc sử dụng nhãn hiệu trên bao bì, tem nhãn, tem truy xuất nguồn gốc, và thực hiện xử lý các hành vi vi phạm, sử dụng sai quy định hoặc giả mạo nhãn hiệu. Việc thành lập một tổ chức như vậy không chỉ tạo điều kiện thuận lợi cho việc đăng ký bảo hộ, mà còn là bước đi chiến lược trong quản lý và phát triển thương hiệu tập thể bền vững. Đặc biệt, nên tham khảo kinh nghiệm từ mô hình thành công của Hội nghề kẹo mè xừng Huế, đơn vị đã đăng ký và quản lý hiệu quả nhãn hiệu tập thể “Kẹo mè xừng Huế”, để từ đó rút ngắn thời gian triển khai, hạn chế rủi ro pháp lý và nâng cao hiệu quả xây dựng thương hiệu “Kẹo cau Huế”. Với sự tham gia của một tổ chức nghề nghiệp chuyên trách, nhãn hiệu “Kẹo cau Huế” sẽ có cơ hội được bảo hộ toàn diện, từ đó nâng cao giá trị thương

mai, tăng sức cạnh tranh và từng bước khẳng định vị thế là một đặc sản tiêu biểu của địa phương trên thị trường trong nước và quốc tế.

Thứ ba, thủ tục nộp đơn đăng ký bảo hộ nhãn hiệu tập thể trong thời kỳ chuyển đổi số.

Trong bối cảnh chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ, thủ tục nộp đơn đăng ký bảo hộ nhãn hiệu tập thể cũng cần được cải tiến theo hướng hiện đại hóa và thuận tiện hơn cho người dân và tổ chức. Theo đó, Cục SHTT cần đẩy mạnh công tác tuyên truyền, hướng dẫn sử dụng hệ thống nộp đơn trực tuyến, đặc biệt đối với các tổ chức, cá nhân và hộ sản xuất nhỏ lẻ những đối tượng vốn còn hạn chế về kỹ năng công nghệ. Việc tổ chức các lớp tập huấn trực tiếp, trực tuyến, hoặc phát hành tài liệu hướng dẫn minh họa bằng hình ảnh, video sẽ giúp người nộp đơn dễ tiếp cận, thao tác chính xác hơn, từ đó giảm thiểu sai sót và tiết kiệm thời gian xử lý hồ sơ. Bên cạnh đó, cần tiếp tục đầu tư, nâng cấp hạ tầng công nghệ thông tin để đảm bảo hệ thống nộp đơn trực tuyến hoạt động ổn định, có tính liên thông dữ liệu giữa các bộ phận, và tích hợp cơ chế hỗ trợ kỹ thuật trực tuyến kịp thời (như tổng đài, chatbot hoặc hỗ trợ qua email). Quan trọng hơn, việc triển khai dịch vụ công trực tuyến một cách đồng bộ, dễ sử dụng đặc biệt với người dùng không chuyên sẽ là giải pháp hiệu quả giúp rút ngắn thời gian xử lý đơn đăng ký, tăng tính minh bạch. Những cải tiến này không chỉ góp phần nâng cao hiệu quả bảo hộ nhãn hiệu tập thể trong thời kỳ chuyển đổi số, mà còn tạo tiền đề để các đặc sản địa phương như “Kẹo cau Huế” tiếp cận nhanh chóng với hệ thống bảo hộ sở hữu trí tuệ hiện đại, tiết kiệm chi phí và nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường.

Thứ tư, thực hiện các quyền và nghĩa vụ của chủ sở hữu nhãn hiệu tập thể, của các nhà sản xuất, kinh doanh.

Để đảm bảo việc thực hiện đầy đủ các quyền và nghĩa vụ của chủ sở hữu nhãn hiệu tập thể cũng như của các tổ chức, cá nhân sản xuất và kinh doanh, cần sớm thành lập một tổ chức đại diện hợp pháp dự kiến là Hội nghề kẹo cau Huế với tư cách là chủ sở hữu nhãn hiệu tập thể. Tổ chức này sẽ đóng vai trò trung tâm trong việc hướng dẫn, phổ biến quy chế sử dụng nhãn hiệu, đồng thời thực hiện giám sát thường xuyên đối với việc sử dụng nhãn hiệu của các thành viên, bảo đảm tính thống nhất và tuân thủ quy định pháp luật. Cùng với đó, cần xây

dựng bộ phận chuyên trách trực thuộc Hội, chịu trách nhiệm quản lý hệ thống tem nhãn, tem truy xuất nguồn gốc, kiểm soát chất lượng sản phẩm, tiếp nhận phản ánh, xử lý vi phạm nội bộ liên quan đến việc sử dụng nhãn hiệu. Ngoài ra, Hội nghề kẹo cau Huế cần chủ động phối hợp với Sở Khoa học và Công nghệ thành phố Huế trong các hoạt động chuyên môn như gia hạn văn bằng bảo hộ, xử lý hành vi xâm phạm quyền SHTT, và hỗ trợ phát triển chiến lược khai thác thương mại hiệu quả.

Thứ năm, về vai trò hỗ trợ tham gia từ phía nhà nước, chính quyền địa phương đối với người sản xuất, người tiêu dùng.

Nhà nước cần đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính trong lĩnh vực SHTT, cụ thể là rút ngắn thời gian thẩm định hồ sơ đăng ký nhãn hiệu tập thể, tăng cường ứng dụng công nghệ số trong tiếp nhận, xử lý và phản hồi hồ sơ đăng ký, giúp giảm áp lực cho cơ quan quản lý và tạo thuận lợi hơn cho người nộp đơn. Bên cạnh đó, cần xây dựng cơ chế hỗ trợ kỹ thuật, kinh phí và tư vấn pháp lý dành riêng cho các tổ chức tập thể ở địa phương, nhằm hỗ trợ các hộ sản xuất nhỏ vốn thiếu nguồn lực có thể dễ dàng tiếp cận các công cụ bảo hộ sở hữu trí tuệ. Đồng thời, việc thiết lập cổng thông tin điện tử chuyên biệt, minh bạch, tích hợp hệ thống tra cứu, hướng dẫn đăng ký, mẫu hồ sơ và các câu hỏi thường gặp sẽ là công cụ hữu ích giúp người sản xuất, đặc biệt là những người mới tiếp cận lĩnh vực này, có thể tự đánh giá khả năng bảo hộ nhãn hiệu trước khi nộp đơn, từ đó chủ động hơn trong việc xây dựng chiến lược phát triển thương hiệu.

Về phía chính quyền thành phố Huế, cần đóng vai trò trung gian kết nối, hỗ trợ vận động các hộ sản xuất kẹo cau liên kết thành hợp tác xã hoặc hội nghề, từ đó đủ điều kiện pháp lý để đứng tên đăng ký nhãn hiệu tập thể và hưởng các chính sách ưu đãi liên quan. Chính quyền địa phương cũng nên hỗ trợ thiết kế tem nhãn, bao bì sản phẩm đạt chuẩn, áp dụng công nghệ truy xuất nguồn gốc bằng mã QR, nhằm nâng cao tính minh bạch, chống hàng giả, đồng thời tăng niềm tin của người tiêu dùng đối với sản phẩm “Kẹo cau Huế”.

5. Kết luận

Nghiên cứu trường hợp “Kẹo cau Huế” cho thấy, dù pháp luật về bảo hộ nhãn hiệu tập thể ở Việt Nam đã có cơ sở nhất định nhưng thực tiễn áp dụng còn nhiều hạn chế. Những bất cập này khiến nhãn hiệu tập thể chưa phát huy hết giá

trị thương mại và uy tín. Các giải pháp được đề xuất như tăng cường giám sát và hỗ trợ pháp lý, tham khảo các mô hình đã được bảo hộ,...nếu được triển khai đồng bộ sẽ góp phần giúp nhãn hiệu tập thể “Kẹo cau Huế” được bảo tồn và phát triển, đồng thời nâng cao hiệu quả bảo hộ nhãn hiệu tập thể cho các đặc sản địa phương khác.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Quốc hội (2015), Bộ luật Dân sự số 91/2015/QH13.
2. Quốc hội (2015), Bộ luật Hình sự số 100/2015/QH13 (được sửa đổi, bổ sung năm 2017).
3. Quốc hội (2005), Luật Sở hữu trí tuệ số 50/2005/QH11 (được sửa đổi, bổ sung các năm 2009, 2019 và 2022).
4. Chính phủ (2023), Nghị định số 65/2023/NĐ-CP quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật Sở hữu trí tuệ về sở hữu công nghiệp, bảo vệ quyền sở hữu công nghiệp, quyền đối với giống cây trồng và quản lý nhà nước về sở hữu trí tuệ.
5. Chính phủ (2007), Nghị định số 39/2007/NĐ-CP về hoạt động thương mại một cách độc lập, thường xuyên không phải đăng ký kinh doanh.
6. Bộ Khoa học và Công nghệ (2023), Thông tư số 23/2023/TT-BKHCN quy định chi tiết một số điều của Luật Sở hữu trí tuệ và biện pháp thi hành Nghị định số 65/2023/NĐ-CP liên quan đến thủ tục xác lập quyền sở hữu công nghiệp và bảo đảm thông tin sở hữu công nghiệp.
7. Cục Sở hữu trí tuệ (2023) , *Danh sách nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận của 63 tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương*, truy cập tại https://ipvietnam.gov.vn/thong-bao/-/asset_publisher/bHEp9KzHjHwY/content/danh-sach-nhan-hieu-tap-the-nhan-hieu-chung-nhan-cua-63-tinh-thanh-en-thang-4-nam-2023, truy cập ngày 17/7/2025.
8. Cục sở hữu trí tuệ (2025), *Thống kê số lượng đơn đăng ký và văn bằng được cấp của các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương 6 tháng đầu năm 2025*, truy cập tại https://ipvietnam.gov.vn/web/guest/so-lieu-thong-ke/-/asset_publisher/vTLYJq8Ak7Gm/content/thong-ke-so-luong-on-ang-ky-va-van-bang-uoc-cap-cua-cac-tinh-thanh-pho-truc-thuoc-trung-uong-6-thang-au-nam-

2025?inheritRedirect=false&redirect=https%3A%2F%2Fipvietnam.gov.vn%2Fweb%2Fguest%2Fso-lieu-thong-ke%3Fp_p_id%3D101_INSTANCE_vTLYJq8Ak7Gm%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_state%3Dnormal%26p_p_mode%3Dview%26p_p_col_id%3Dcolumn-1%26p_p_col_count%3D1, truy cập ngày 3/10/2025.

9. Ngô Minh Tiến và cộng sự (2025), *Bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể mang yếu tố địa danh trong lĩnh vực nông nghiệp ở tỉnh Thừa Thiên Huế: Thực trạng và một số giải pháp*, Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Khoa học Xã hội và Nhân văn, số 6A.

10. Trần Thị Cẩm Nhung và Nguyễn Phan Khôi (2024), *Một số kiến nghị hoàn thiện quy định về điều kiện bảo hộ nhãn hiệu tại các trường đại học, cao đẳng*, Tạp chí pháp luật và thực tiễn, (61).

11. Hữu Huệ (2023), *Nhãn hiệu tập thể trong nông nghiệp: Xây khó, giữ càng khó*, truy cập tại <https://www.baotravinh.vn/kinh-te/nhan-hieu-tap-the-trong-nong-nghiep-xay-kho-giu-cang-kho-33245.html>, truy cập ngày 19/8/2025.

12. Hương Giang (2023), *Đặc sản “Mè xừng”, “Com hén” xứ Huế được xác lập Kỷ lục Châu Á*, truy cập tại <https://nguoihanoi.vn/dac-san-me-xung-com-hen-xu-hue-duoc-xac-lap-ky-luc-chau-a-81240.html>, truy cập ngày 30/8/2025.

13. Trần Vũ (2022), *Thời gian đăng ký nhãn hiệu mất bao lâu?*, truy cập tại <https://lsvn.vn/thoi-gian-dang-ky-nhan-hieu-mat-bao-lau1662226368-a123398.html>, truy cập ngày 9/8/2025.