

# MỘT SỐ VẤN ĐỀ PHÁP LÝ LIÊN QUAN ĐẾN XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU ĐỘI TUYỂN THỂ THAO Ở VIỆT NAM

ThS. Bùi Việt Hà<sup>1</sup>; ThS. Nguyễn Thị Mỹ Dung<sup>2</sup>

**Tóm tắt:** Bài báo đã tổng hợp, phân tích các vấn đề pháp lý liên quan đến việc xây dựng thương hiệu đội tuyển thể thao ở Việt Nam, đề cập nghiên cứu vấn đề xây dựng và quản lý, sử dụng thương hiệu của các đội tuyển thể thao quốc gia.

**Từ khóa:** Thương hiệu, pháp lý, đội tuyển thể thao.

**Abstract:** The article summarizes and legal issues related to branding of sports teams in Vietnam, mainly around the issue of building, managing and using brands of sports teams. national sports team.

**Keywords:** brand, legal, sports team.

## 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Có thể nói, các đội tuyển thể thao quốc gia, đặc biệt là Bóng đá trong những năm gần đây đã giành được nhiều bước tiến vượt bậc với những chiến thắng nức lòng người hâm mộ. Hình ảnh thương hiệu của các vận động viên hoặc đội tuyển thể thao nổi tiếng đang trở thành thương hiệu quảng bá vô cùng hiệu quả với rất nhiều nhãn hiệu, cửa hàng trong giai đoạn tinh thần thể thao đang lên cao. Chính vì vậy, việc xây dựng, phát triển và sử dụng thương hiệu các đội tuyển thể thao để thu hút, sử dụng hiệu quả các nguồn lực tài chính từ xã hội là vấn đề cần được xem xét thấu đáo. Việc xây dựng môi trường pháp lý là cần thiết vì khai thác thương hiệu mang lại nguồn tài chính lớn cho hoạt động thể thao và khi đã đụng đến quyền lợi và các nguồn tài chính thì sẽ có những mâu thuẫn, xung đột xảy ra đòi hỏi có các quy định để đảm bảo việc khai thác hợp lý, hiệu quả và công bằng đối với thương hiệu, bảo vệ quyền lợi cho những người đầu tư sức lực, tài lực, vật lực để xây dựng và phát triển thương hiệu, các sản phẩm mang thương hiệu.

Quá trình nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích tài liệu và tổng hợp tài liệu.

## 2. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ BÀN LUẬN

### 2.1. Quyền và trách nhiệm trong việc xây dựng thương hiệu Đội tuyển thể thao

Đội tuyển thể thao với tư cách là tập thể gồm nhiều thành viên không cố định, cần được một chủ thể chịu trách nhiệm quản lý và xây dựng thương hiệu. Việc xây dựng và quản lý đội tuyển thể thao, đáp ứng nhu cầu của người hâm mộ, người ủng hộ, để đại diện cho quốc gia ở các đấu trường quốc tế với hình ảnh đẹp, đem lại sự tự hào cho quốc gia, theo quy định của Luật Thể dục, Thể thao thuộc về quyền và trách nhiệm của Liên đoàn thể thao quốc gia.

Cụ thể, theo khoản 8 điều 71. Luật Thể dục, Thể thao thì Liên đoàn thể thao quốc gia có nhiệm vụ: “Quản lý vận động viên, huấn luyện viên, trọng tài môn thể thao; cử vận động viên, đội tuyển thể thao tham gia thi đấu quốc tế”.

Việc xây dựng các dấu hiệu nhận biết, giúp phân biệt đội tuyển thể thao với các chủ thể khác, đồng thời phát triển, quản lý, phổ biến thông tin,

hình ảnh về đội tuyển thể thao, theo đó cũng nằm trong phạm vi quản lý của Liên đoàn thể thao quốc gia, nhằm đảm bảo có kế hoạch, có sự thống nhất xuyên suốt việc xây dựng thương hiệu cho đội tuyển thể thao.

Theo khoản 4 và khoản 6 điều 71 Luật Thể dục, Thể thao quy định Liên đoàn thể thao quốc gia có quyền và có nghĩa vụ: “4. Huy động mọi nguồn lực phát triển môn thể thao; tổ chức các hoạt động kinh doanh dịch vụ hoạt động thể thao theo quy định của pháp luật”; “6. Được nhận tài trợ, ủng hộ của tổ chức, cá nhân trong nước, tổ chức, cá nhân nước ngoài và quản lý, sử dụng các nguồn tài trợ, ủng hộ này theo quy định của pháp luật”.

Theo quy định tại điều 53 Luật Thể dục, thể thao quy định về quyền sở hữu đối với giải thể thao thành tích cao và giải thể thao chuyên nghiệp, theo đó: “...Liên đoàn thể thao quốc gia, câu lạc bộ thể thao chuyên nghiệp và các tổ chức, cá nhân khác tổ chức giải thể thao thành tích cao và giải thể thao chuyên nghiệp là chủ sở hữu giải thể thao thành tích cao và giải thể thao chuyên nghiệp do mình tổ chức...”.

Vậy có thể khẳng định, các quy định pháp lý làm căn cứ cho việc xây dựng và sử dụng thương hiệu đội tuyển thể thao đã có trong Luật Thể dục, thể thao.

### 2.2. Các quy định về xác lập, sử dụng và bảo vệ quyền đối với thương hiệu

Bên cạnh các quy định về quyền và trách nhiệm xây dựng thương hiệu, thì việc quan trọng là xác lập quyền sở hữu đối với thương hiệu được xây dựng và xác định phạm vi, nội dung quyền sở hữu làm căn cứ cho việc quảng bá và khai thác thương mại đối với thương hiệu.

Việc xác lập và bảo hộ các quyền liên quan đến thương hiệu chủ yếu được quy định trong pháp luật về sở hữu trí tuệ. Ngoài ra, một số quy định có liên quan nằm rải rác ở các luật khác.

Bên cạnh hệ thống quy định pháp luật, đặc thù của thể thao còn có hệ thống các quy định do các Liên đoàn, hiệp hội thể thao ban hành để bảo vệ các quyền sở hữu, quyền khai thác thương mại các dấu hiệu nhận biết và các tài sản mang dấu hiệu nhận biết của các tổ chức này. Với tầm quan trọng của các nguồn thu đến từ tài trợ, từ giá trị

đồng hành với các tập thể, cá nhân trong thể thao mà các nhãn hàng thu được trên thực tế, ngay trong các quy định hợp đồng giữa Liên đoàn, hiệp hội thể thao với các huấn luyện viên, nhân viên hay trong quy chế của Liên đoàn cũng có các quy định rất chặt chẽ liên quan đến bảo vệ quyền sở hữu và quyền khai thác thương mại thương hiệu. Các quy định này, cùng với các chế tài đi kèm là phần quan trọng đóng góp cho việc bảo vệ quyền sở hữu và quyền khai thác thương mại hợp pháp thương hiệu.

Việc tìm kiếm sự bảo hộ của pháp luật có thể mất thời gian và nhiều công sức, tiền bạc, trong khi các quy định của thể thao được đảm bảo thực hiện bởi chính các quyền lợi ràng buộc khi tham gia hoạt động thể thao và quyền lợi theo hợp đồng sẽ có tác dụng phòng ngừa và sửa chữa các vi phạm một cách nhanh chóng và thiết thực hơn, tiết kiệm được thời gian, công sức so với các trình tự tố tụng ở tòa án, cơ quan trọng tài.

Các quy định của pháp luật liên quan:

Trong hệ thống pháp luật Việt Nam, phần lớn các quy định liên quan đến xác lập và bảo hộ quyền sở hữu đối với thương hiệu và các yếu tố liên quan đến thương hiệu được quy định tại Luật Sở hữu trí tuệ số 50/2005/QH11 (Luật SHTT) và các văn bản SHTT, hướng dẫn có liên quan.

Theo quy định của Luật, có hai dạng bảo hộ liên quan trực tiếp tới việc bảo vệ các dấu hiệu nhận biết thương hiệu:

Một là, thông qua đăng ký bảo hộ nhãn hiệu, là dấu hiệu dùng để phân biệt hàng hóa, dịch vụ của các tổ chức, cá nhân khác nhau (điều 4 – K16 – Luật SHTT) (hình, chữ, cả hình và chữ) gắn với hàng hóa, sản phẩm, dịch vụ theo mã ngành đăng ký bảo hộ với điều kiện các nhãn hiệu phải đảm bảo sự đặc trưng, riêng biệt và phân biệt được với các nhãn hiệu khác. Nhãn hiệu phải không trùng và gây nhầm lẫn với nhãn hiệu đã được đăng ký bảo hộ trước đó và phải thỏa mãn theo quy định của luật. (điều 72-74, 105 Luật SHTT). Trường hợp, nhãn hiệu nổi tiếng, là nhãn hiệu được người tiêu dùng biết đến rộng rãi trên toàn lãnh thổ Việt Nam (điều 4 – K20 và điều 75 Luật SHTT) thì không cần đăng ký bảo hộ. Tên thương mại là tên gọi của tổ chức, cá nhân dùng trong hoạt động kinh doanh để phân biệt với chủ thể khác (điều 4 – K21 – Luật SHTT) cũng có thể được bảo hộ (điều 76-78 Luật SHTT).

Hai là, thông qua bảo vệ quyền tác giả đối với tác phẩm. Với những tác phẩm được tạo ra là kết quả sáng tạo của tác giả thì được bảo hộ ngay từ khi tác phẩm ra đời, được thể hiện dưới một hình thức vật chất nhất định, không phân biệt nội dung, chất lượng, hình thức, phương tiện, ngôn ngữ, đã công bố hay chưa công bố, đã đăng ký hay chưa (điều 6 – K1 – Luật SHTT).

Các nội dung được tạo ra trong hoạt động thể thao, có sự tham gia của các tập thể, cá nhân

mang thương hiệu có thể được bảo hộ dưới dạng nội dung chương trình phát sóng sự kiện thể thao do chủ sở hữu giải đấu, sự kiện chuyên quyền sản xuất theo điều 17, khoản 3 của Luật SHTT.

Trong phạm vi bảo hộ, mọi sự sử dụng vào mục đích thương mại các dấu hiệu nhận biết và các quyền tài sản liên quan đến khai thác thương hiệu, ngoại trừ một số trường hợp được coi là sử dụng vào mục đích phi thương mại, vì mục đích giáo dục, cho cá nhân để nghiên cứu được coi là sử dụng hợp lý và không phải xin phép (điều 25, 32, Luật SHTT), mọi trường hợp khác phải được sự cho phép của chủ sở hữu hợp pháp và/hoặc phải trả thù lao, quyền lợi vật chất cho chủ sở hữu quyền (điều 20, 26, 31, 33).

Các Liên đoàn thể thao quốc gia khi chiếu theo quy định của Luật SHTT hay Luật Cảnh tranh thi cũng được coi tương tự như doanh nghiệp và có thể thực hiện việc đăng ký, bảo vệ quyền của mình theo luật.

Cơ bản có thể thấy, pháp luật Việt Nam cũng đã có đầy đủ các quy định làm cơ sở cho việc xác lập và bảo vệ các quyền đối với các yếu tố cấu thành thương hiệu.

### 3. KẾT LUẬN

- Các văn bản pháp lý liên quan đến việc xây dựng và quản lý, sử dụng thương hiệu của đội tuyển quốc gia Việt Nam sơ bộ đã có, chủ yếu dựa vào Luật Sở hữu trí tuệ, Luật TD, TT và các quy định liên quan của các Liên đoàn - Hiệp hội TDTT.

- Các Liên đoàn thể thao quốc gia có quyền xây dựng và quản lý, sử dụng thương hiệu của các đội thể thao nhằm huy động các nguồn lực xã hội để phát triển môn thể thao đó.

- Các Liên đoàn thể thao quốc gia khi chiếu theo quy định của Luật SHTT hay Luật Cảnh tranh thi được coi như doanh nghiệp và có thể thực hiện việc đăng ký, bảo vệ quyền của mình theo luật.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Thương hiệu – Wikipedia tiếng Việt
2. Khai thác thương hiệu đội tuyển quốc gia (nhipcadautu.vn)
3. Quy định của Luật Sở hữu trí tuệ Việt Nam với các điều ước quốc tế (hcmussh.edu.vn)
4. Quyết định 605/QĐ -BNV 2021 phê duyệt điều lệ sửa đổi Liên đoàn Bóng đá Việt Nam (vanbanphapluat.co)
5. Brand Protection - About Us | The Football Association (thefa.com)

**NGUỒN BÀI BÁO:** Bài báo được trích dẫn từ kết quả nghiên cứu của Đề tài Khoa học và công nghệ cấp Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch “*Xây dựng thương hiệu đội tuyển Bóng đá nam quốc gia Việt Nam*”, dự kiến nghiệm thu năm 2022.