



1996

TRƯỜNG ĐẠI HỌC LUẬT
TP. HỒ CHÍ MINH

TẠP CHÍ
KHOA HỌC PHÁP LÝ
VIỆT NAM

SỐ 08(180)/2024

MỘT THÁNG RA MỘT KỲ

Số 08(180)/2024

NĂM THỨ XX

PHỤ TRÁCH TẠP CHÍ

GS Đỗ Văn Đại

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP

PGS-TS Trần Thị Thùy Dương

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

Nguyễn Hải An – Tòa án Tối cao	Vũ Văn Nhiệm – ĐH Luật TP. HCM
Chochia Archil – ĐH Tallinn	Võ Thị Kim Oanh – ĐH Luật TP. HCM
Afriansiah Arie – ĐH Luật Indonesia	Shevchenko Olga-Aleksandrovna – ĐH Kutafin
Trần Thị Thùy Dương – ĐH Luật TP. HCM	Nguyễn Thị Hoài Phương – ĐH QT Hồng Bàng
Đỗ Văn Đại – ĐH Luật TP. HCM	Wisuttisak Pornchai – ĐH Chiang Mai
Lê Thị Nam Giang – ĐH Luật TP. HCM	Trương Nhật Quang – Công ty luật YKVN
Nguyễn Ngọc Hà – ĐH Ngoại thương	Hoàng Thị Kim Quế – ĐH quốc gia Hà Nội
Trần Hoàng Hải – ĐH Luật TP. HCM	Mai Hồng Quỳ – Đại học Sài Gòn TP. HCM
Bùi Xuân Hải – ĐH Hải Phòng	Lafrance Sébastien – Viện Công tố Canada
Nguyễn Minh Hằng – ĐH Ngoại thương	Kerikmae Tanel – ĐH Tallinn
Nguyễn Thị Phương Hoa – ĐH Luật TP. HCM	Lưu Quốc Thái – ĐH Luật TP. HCM
Phan Huy Hồng – ĐH Luật TP. HCM	Nguyễn Hữu Thế Trạch – Công ty luật Anphana
Nguyễn Cảnh Hợp – ĐH Luật TP. HCM	Nguyễn Thanh Tú – Bộ Tư pháp
Đỗ Minh Khôi – ĐH KT - Luật TP. HCM	Nguyễn Anh Tuấn – Công ty luật LNT & Partners
Lanfranchi Marie-Pierre – ĐH Aix-Marseille III	Nguyễn Văn Vân – ĐH Luật TP. HCM
Cao Vũ Minh – ĐH KT - Luật TP. HCM	Nguyễn Cửu Việt – ĐH Luật TP. HCM
Nguyễn Thị Mơ – Đại học Ngoại thương	Nguyễn Quốc Vinh – Công ty luật Tilleke & Gibbins
Nguyễn Thị Bích Ngọc – ĐH Luật TP. HCM	

THƯ KÝ TÒA SOẠN

THS Ngô Nguyễn Thảo Vy

TRÌNH BÀY & SỬA BẢN IN

THS Hà Ngọc Quỳnh Anh

THS Đặng Phước Thông

TÒA SOẠN

Số 2 Nguyễn Tất Thành, P. 13, Q. 4, TP. HCM; ĐT/Fax: (028) 39400989 ext. 139

Email: tapchikhpl@yahoo.com (nhận bài); tapchikhpl@hcmulaw.edu.vn

Website: <https://tapchikhplvn.hcmulaw.edu.vn/>

Giấy phép xuất bản số 36/GP-BTTTT ngày 25/01/2019 và Công văn số 1236/BTTTT-CBC ngày 08/4/2022 của Bộ Thông tin và Truyền thông về tăng kỳ xuất bản.

TẠP CHÍ KHOA HỌC PHÁP LÝ VIỆT NAM

p-ISSN 3030-4423

Số 08(180)/2024

LUẬT HÀNH CHÍNH

- TS Lê Trường Sơn, TS Nguyễn Mạnh Hùng, TS Dương Hồng Thị Phi Phi** - Nhận thức về nguyên tắc “quyền lực nhà nước là thống nhất, có sự phân công, phối hợp và kiểm soát giữa các cơ quan nhà nước trong việc thực hiện các quyền lập pháp, hành pháp, tư pháp” của nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa Việt Nam 1
- ThS Phạm Thị Phương Thảo** - Sự đa dạng trong áp dụng nguồn luật và nhu cầu cấy ghép luật của hệ thống pháp luật Việt Nam 11
- TS Lê Việt Sơn, ThS Nguyễn Hoàng Yến, ThS Ngô Hoàng Huy** - Mô hình tổ chức Tòa án nhân dân theo Hiến Pháp năm 2013 và định hướng đổi mới 23

LUẬT DÂN SỰ

- TS Nguyễn Hồ Bích Hằng** - Bình luận về những quy định liên quan đến dữ liệu cá nhân theo quy định của pháp luật Việt Nam 34
- ThS Đặng Thái Bình** - Quyền của người thứ ba trong hợp đồng vì lợi ích của người thứ ba 48
- TS Phùng Thị Yến, Vũ Minh Hiếu, Phạm Hải Quyên, Nguyễn Kiều Như** - Bảo hộ nhãn hiệu âm thanh tại Việt Nam: Thực trạng và giải pháp hoàn thiện quy định pháp luật 61

LUẬT HÌNH SỰ

- ThS Võ Minh Kỳ, ThS Nguyễn Phương Anh** - Học thuyết vi phạm vô hại trong tư pháp hình sự Hoa Kỳ và vi phạm tố tụng không làm thay đổi bản chất vụ án tại Việt Nam 73

LUẬT QUỐC TẾ

- ThS Nguyễn Đức Anh** - Quy định tự do hóa dịch vụ phụ trợ vận tải hàng không của Hiệp định thương mại dịch vụ ASEAN: Những vấn đề đặt ra đối với Việt Nam 84
- ThS Nguyễn Đào Phương Thúy, Phan Thị Kim Ngân** - Vấn đề thực hành kinh doanh có trách nhiệm trong lĩnh vực lao động theo pháp luật Hoa Kỳ và gợi mở cho Việt Nam 95

THÔNG TIN – TRAO ĐỔI

- TS Nguyễn Thị Thiện Trí, ThS Phan Nguyễn Phương Thảo, ThS Vũ Thị Ngọc Dung** - Đơn vị hành chính – kinh tế đặc biệt theo quy định của Hiến pháp năm 2013 và việc triển khai thi hành 105

VIETNAMESE JOURNAL OF LEGAL SCIENCES

p-ISSN 3030-4423

Vol. 180, No. 08/2024

ADMINISTRATIVE LAW

- Dr Le Truong Son, Dr Nguyen Manh Hung, Dr Duong Hong Thi Phi Phi** - Awareness of the principle of “State power is unified with assignment, coordination and control among agencies in the exercise of legislative, executive and judicial powers” in the socialist rule of law state of Vietnam 1
- LLM Pham Thi Phuong Thao** - The diversity in applying legal sources and the need for legal integration in the Vietnamese legal system 11
- Dr Le Viet Son, LLM Nguyen Hoang Yen, LLM Ngo Hoang Huy** - The organizational model of People’s Courts according to the 2013 Constitution and directions for reform 23

CIVIL LAW

- Dr Nguyen Ho Bich Hang** - Commentary on provisions related to personal data according to Vietnamese law 34
- LLM Dang Thai Binh** - Third-party rights in contracts for the benefit of third parties 48
- Dr Phung Thi Yen, Vu Minh Hieu, Pham Hai Quyen, Nguyen Kieu Nhu** - Protection of sound trademarks in Vietnam: Current status and guidance for application 61

CRIMINAL LAW

- LLM Vo Minh Ky, LLM Nguyen Phuong Anh** - The doctrine of harmless violation in the United State’s criminal justice and non-material procedural violations in Vietnam 73

INTERNATIONAL LAW

- LLM Nguyen Duc Anh** - Regulations on liberalization of air transport ancillary services under the ASEAN Trade in Services Agreement: Implications for Vietnam 84
- LLM Nguyen Dao Phuong Thuy, Phan Thi Kim Ngan** - Issues of responsible business practice in labor law according to the United State’s law and implications for Vietnam 95

INFORMATION - DISCUSSION

- Dr Nguyen Thi Thien Tri, LLM Phan Nguyen Phuong Thao, LLM Vu Thi Ngoc Dung** - Special administrative-economic units according to the 2013 Constitution and the implementation of regulations 105

BẢO HỘ NHÃN HIỆU ÂM THANH TẠI VIỆT NAM: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN QUY ĐỊNH PHÁP LUẬT

PHÙNG THỊ YẾN

Khoa Luật, Trường Đại học Ngoại thương

Faculty of Law, Foreign Trade University

Email: phungthiyen@ftu.edu.vn

VŨ MINH HIẾU, PHẠM HẢI QUYÊN, NGUYỄN KIỀU NHƯ

Khóa 60 của Luật Kinh doanh quốc tế, Trường Đại học Ngoại thương

Course 60 of International Business Law, Foreign Trade University

Email: mhieu.vu2003@gmail.com; Qp301103@gmail.com; kieunhunguyen111@gmail.com

Tóm tắt

Với vai trò là một thành viên của Hiệp định Đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), Việt Nam đã công nhận và cho phép đăng ký bảo hộ nhãn hiệu âm thanh từ năm 2022. Tuy nhiên, hiện nay các quy định về nhãn hiệu âm thanh vẫn chưa được chi tiết. Bài viết này hướng đến nghiên cứu các quy định pháp luật về nhãn hiệu âm thanh hiện hành tại Việt Nam, đánh giá khả năng áp dụng thực tiễn dựa trên sự đối chiếu với các quy định tại Úc và Liên minh châu Âu (EU), từ đó đưa ra các giải pháp hoàn thiện quy định pháp luật và các phương pháp hướng dẫn có liên quan về bảo hộ nhãn hiệu âm thanh tại Việt Nam.

Từ khóa: nhãn hiệu âm thanh, nhãn hiệu phi truyền thống, nhận diện thương hiệu, EUIPO, IP Australia

Abstract

As a member of the Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP), Vietnam has recognized and allowed the registration of sound trademark protection since 2022. However, the current regulations on audio trademarks are not yet detailed. This article aims to research current legal regulations on sound trademarks in Vietnam and evaluate their practical applicability based on comparison with regulations in Australia and the European Union (EU), thereby providing possible solutions to improve legal regulations and relevant guidance methods on sound trademark protection in Vietnam.

Keywords: sound trademark, non-conventional trademark, brand identity, EUIPO, IP Australia

Ngày nhận bài: 13/4/2024

Ngày duyệt đăng: 01/7/2024

Trong những năm gần đây, bên cạnh các nhãn hiệu truyền thống, nhãn hiệu âm thanh cũng đang ngày càng được sử dụng phổ biến trong nhiều lĩnh vực, đặc biệt là trong lĩnh vực thương mại điện tử, giải trí, công nghệ. Nhãn hiệu âm thanh có thể giúp doanh nghiệp thu hút sự chú ý của khách hàng, tạo nên dấu ấn thương hiệu và đem lại lợi nhuận kinh doanh tiềm năng.

Trên thực tế, việc đăng ký nhãn hiệu âm thanh đã trở thành xu hướng quốc tế. Một số thiết kế âm thanh đã trở thành nhãn hiệu nổi tiếng, nổi bật nhất phải kể đến “tiếng gầm của sư tử Metro-Goldwyn-Mayer” (đăng ký nhãn hiệu Hoa Kỳ số 1395550).¹ Tuy nhiên, việc bảo hộ nhãn hiệu âm thanh tại Việt Nam vẫn còn gặp nhiều khó khăn việc xác định khả năng phân biệt của nhãn hiệu âm thanh cũng là một vấn đề nan giải.

* Bài viết nằm trong khuôn khổ đề tài NCKH cấp trường mã số: NTCS2022-33.

¹ Xinyu Zhang, “From Audio Branding to Sound Trademark: A comparative Study in the EU and the US”, *Peking University, Scientific Research*, 06/2021, <https://www.scirp.org/journal/paperinformation.aspx?paperid=108713>, truy cập ngày 18/10/2023.

1. Vấn đề pháp lý đối với bảo hộ nhãn hiệu âm thanh

1.1. Nhãn hiệu

Luật Sở hữu Trí tuệ (SHTT) Việt Nam năm 2005 (sửa đổi bổ sung năm 2022) đưa ra định nghĩa về nhãn hiệu như sau: “Nhãn hiệu là dấu hiệu dùng để phân biệt hàng hóa, dịch vụ của các tổ chức, cá nhân khác nhau.” (khoản 16 Điều 4). Hiện nay, có thể phân loại nhãn hiệu theo nhiều cách khác nhau. Một trong những cách phân loại phổ biến đó là phân loại thành nhãn hiệu truyền thống và nhãn hiệu phi truyền thống. Trong đó, nhãn hiệu truyền thống có thể bao gồm tên, từ, biểu tượng, hình ảnh và logo. Nhãn hiệu phi truyền thống bao gồm nhãn hiệu âm thanh và nhãn hiệu mùi hương.

1.2. Nhãn hiệu âm thanh

1.2.1. Định nghĩa nhãn hiệu âm thanh

Nhãn hiệu âm thanh thuộc nhóm nhãn hiệu phi truyền thống. Theo Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới (*World Intellectual Property Organization*, WIPO), nhãn hiệu phi truyền thống “thường dùng để mô tả một nhãn hiệu mà khác với những loại nhãn hiệu đã quen thuộc với người tiêu dùng như logo hay tên và nó có thể là dấu hiệu nhìn thấy được như hình dạng hoặc dấu hiệu không nhìn thấy được như âm thanh hoặc mùi hương”. Căn cứ vào yếu tố cấu thành khác nhau, các loại nhãn hiệu phi truyền thống có thể nhận biết bằng thị giác bao gồm nhãn hiệu ba chiều (lập thể), nhãn hiệu màu, nhãn hiệu động và nhãn hiệu hologram, nhãn hiệu không nhận biết được bằng thị giác gồm nhãn hiệu âm thanh, nhãn hiệu mùi, nhãn hiệu nhận biết bằng vị giác và nhãn hiệu nhận biết bằng xúc giác.²

Luật SHTT Việt Nam chưa có định nghĩa cụ thể và rõ ràng thế nào là nhãn hiệu âm thanh. INTA đưa ra định nghĩa rằng nhãn hiệu âm thanh là loại nhãn hiệu có thể bao gồm một giai điệu, một đoạn nhạc hoặc âm thanh khác. Bên cạnh đó, luật Mỹ và một số quốc gia châu Âu cho rằng nhãn hiệu âm thanh là loại dấu hiệu âm thanh xác định, phân biệt một sản phẩm hoặc dịch vụ thông qua âm thanh thay vì phương tiện hình ảnh và tạo ra tâm trí người nghe sự liên tưởng âm thanh đến sản phẩm, dịch vụ đó.³

1.2.2. Cơ sở của việc bảo hộ nhãn hiệu âm thanh tại Việt Nam

Luật SHTT năm 2005 đưa ra điều kiện chung đối với nhãn hiệu được bảo hộ như sau: “Là dấu hiệu nhìn thấy được dưới dạng chữ cái, từ ngữ, hình vẽ, hình ảnh, hình ba chiều hoặc sự kết hợp các yếu tố đó, được thể hiện bằng một hoặc nhiều màu sắc hoặc dấu hiệu âm thanh thể hiện được dưới dạng đồ họa” (khoản 1 Điều 72); về hiệu lực thi hành theo khoản 2 Điều 3 Luật

2 Ngô Ngọc Diễm, Trần Trọng Nam, “Nhãn hiệu phi truyền thống dưới góc độ pháp lý”, *Tạp chí Điện tử Luật sư Việt Nam*, 28/02/2022, <https://lsvn.vn/nhan-hieu-phi-truyen-thong-duoi-goc-do-phap-ly1646078976.html>, truy cập ngày 30/09/2023.

3 Trần Vy Khanh (tổng hợp lại), “Nhãn hiệu âm thanh và cơ sở bảo hộ nhãn hiệu âm thanh tại Việt Nam”, *Trang điện tử Công ty Luật WINCO*, <https://wincolaw.com.vn/vi/nhan-hieu-am-thanh-va-co-so-bao-ho-nhan-hieu-am-thanh-tai-viet-nam.html>, truy cập ngày 02/10/2023.

SHTT năm 2005 thì “Quy định về bảo hộ nhãn hiệu là dấu hiệu âm thanh có hiệu lực thi hành từ ngày 14/01/2022”. Do đó, các tổ chức và cá nhân có thể đăng ký nhãn hiệu âm thanh từ ngày 14/01/2022.

Hiệp định Thương mại về quyền SHTT của WTO (*Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*, TRIPs) đã đưa ra những đặc điểm của nhãn hiệu: “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 hoặc dịch vụ của các doanh nghiệp khác, đều có thể làm nhãn hiệu hàng hóa. Các dấu hiệu đó, đặc biệt là các từ, kể cả tên riêng, các chữ cái, chữ số, 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...” (khoản 1 Điều 15).

Việt Nam chính thức là thành viên Hiệp định Đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (*Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership*, CPTPP) từ ngày 12/11/2018, theo đó Việt Nam sẽ phải điều chỉnh các quy định để bảo hộ nhãn hiệu âm thanh trong thời hạn 3 năm kể từ ngày CPTPP có hiệu lực (từ 14/01/2019). Do đó, các phương án thi hành một cách có hiệu quả nhất, quy định của Luật SHTT năm 2005 đối với đối tượng mới là nhãn hiệu âm thanh đã được đưa vào Chương trình xây dựng luật, pháp lệnh của Quốc hội theo lộ trình để có hiệu lực vào năm 2022.⁴

2. Thực tiễn bảo hộ nhãn hiệu âm thanh tại Việt Nam

2.1. Thực tiễn quy định pháp luật

Theo Điều 18.18 Mục C Chương 18 CPTPP yêu cầu nước thành viên phải thừa nhận và cho phép đăng ký đối với nhãn hiệu âm thanh, cũng như quy định về hình thức của nhãn hiệu đó. Ngoài ra, quy định này còn bác bỏ quyền từ chối cấp đăng ký nhãn hiệu đối với lý do từ chối là nhãn hiệu phải nhìn thấy được hoặc nó được cấu thành bằng âm thanh. Trên thực tiễn quy định pháp luật Việt Nam đã thực hiện nghĩa vụ ghi nhận về mặt pháp lý đối với nhãn hiệu âm thanh. Cụ thể, khoản 20 Điều 1 Luật SHTT sửa đổi 2022 đã có thừa nhận dấu hiệu của nhãn hiệu là “dấu hiệu âm thanh thể hiện được dưới dạng đồ họa”.

Hiện nay Luật SHTT không có quy định cụ thể hay liệt kê ra những loại âm thanh nào có thể được sử dụng làm nhãn hiệu, mà chỉ đưa ra tiêu chuẩn để âm thanh được đăng ký bảo hộ nhãn hiệu. Tuy nhiên, về điều kiện bảo hộ nhãn hiệu âm thanh thì căn cứ Điều 72 Luật SHTT năm 2005, chúng ta có thể khẳng định có 02 điều kiện: (i) nhãn hiệu âm thanh, dù là một nhãn hiệu phi truyền thống nhưng vẫn phải đảm bảo tiêu chí về điều kiện bảo hộ của

⁴ Công ty CP Tư vấn Sở hữu trí tuệ IPAC (IPAC IP JSC), “Bảo hộ nhãn hiệu phi truyền thống – Doanh nghiệp Việt Nam cần biết”, *Trang điện tử Công ty IPAC*, <https://ipac.vn/bao-ho-nhan-hieu-phi-truyen-thong-%E2%80%933-doanh-nghiep-viet-nam-can-biet>, truy cập ngày 02/10/2023.

nhân hiệu nói chung “có khả năng phân biệt với hàng hóa, dịch vụ của chủ sở hữu nhân hiệu với dịch vụ, hàng hóa của chủ thể khác” (khoản 2 Điều 72 Luật SHTT năm 2005); (ii) nhân hiệu âm thanh phải thể hiện được dưới dạng đồ họa (khoản 20 Điều 1 Luật số 07/2022/QH15).

2.1.1. Điều kiện bảo hộ của nhân hiệu âm thanh

Căn cứ Điều 72 Luật SHTT, điều kiện bảo hộ của nhân hiệu âm thanh bao gồm thể hiện được dưới dạng đồ họa và có khả năng phân biệt. Bên cạnh đó, các hướng dẫn thi hành được quy định tại Nghị định số 65/2023/NĐ-CP có hiệu lực từ ngày 23/08/2023.

Thứ nhất, điều kiện về có khả năng phân biệt của nhân hiệu âm thanh với nhân hiệu khác, đa phần các quốc gia cho phép đăng ký nhân hiệu nói chung đều xem đây là điều kiện trọng tâm. Đối với nhân hiệu âm thanh, việc đánh giá tính phân biệt phức tạp hơn khi so sánh với các nhân hiệu truyền thống khác. Bởi, những nhân hiệu không được nhận biết bằng thị giác khó có thể mang lại cho người dùng sự liên tưởng tới hàng hóa, dịch vụ, trong khi đó âm thanh đại diện.

Khi đối chiếu với các quốc gia, thành viên khác của CPTPP chẳng hạn như với Úc, có bốn cụm từ được sử dụng khi nhắc tới điều kiện bảo hộ bao gồm “âm thanh chức năng”, “âm thanh vốn có tính phân biệt”, “âm thanh vốn không có tính phân biệt”, “âm thanh không đủ khả năng thích ứng để phân biệt”. Những cụm từ trên phục vụ cho việc đánh giá khả năng phân biệt của nhân hiệu âm thanh trong quá trình thẩm định.⁵ Cụ thể, khả năng phân biệt của nhân hiệu sẽ phụ thuộc vào việc các cá nhân, pháp nhân khác trong quá trình kinh doanh thông thường của họ và không có bất kỳ động cơ nào khác có mong muốn sử dụng nhân hiệu tương tự hoặc gần giống với nhân hiệu được nộp đơn hay không.

“Âm thanh chức năng” là âm thanh được tạo ra từ quá trình hoạt động của một thiết bị nào đó (tiếng động cơ xe máy, tiếng còi xe cứu thương, tiếng đèn xi-nhan xe ô tô...). Những âm thanh này khả năng sẽ không đạt được điều kiện bảo hộ bởi hai lý do: (i) ở một góc độ nào đó, các thiết bị khác nhau trong quá trình hoạt động có thể tạo ra các âm thanh giống nhau; (ii) các cá nhân, pháp nhân khác trong cùng lĩnh vực kinh doanh sẽ muốn sử dụng âm thanh đó cho riêng sản phẩm của họ, nên sẽ gây ra sự khó khăn trong việc xác định phạm vi bảo hộ.

“Âm thanh vốn có tính phân biệt” là những âm thanh độc đáo, khác biệt so với các âm thanh khác khi xét tới lĩnh vực mà âm thanh này được sử dụng làm nhân hiệu. Quy chế thẩm định nhân hiệu của Úc cũng đưa ra một số ví dụ về các âm thanh có tính phân biệt, như tiếng kêu gào của chó sói cho sản phẩm rượu; tiếng trẻ em cười cho sách vở và quần áo trẻ em; tiếng chuông

⁵ Xuất phát từ nhận định của Thẩm phán Parker. Xem vụ việc: W & G Du Cros Appn (1913) 30 RPC 660 at 672.

dùng trong các dịch vụ khách sạn, giao hàng ăn, quán bar... Các dấu hiệu này hoàn toàn không có mối liên hệ về mặt chức năng hoặc sử dụng phổ biến đối với sản phẩm, dịch vụ mà người nộp đơn đăng ký nên được coi là có khả năng phân biệt tự thân, hoàn toàn có thể được chấp nhận bảo hộ làm nhãn hiệu cho các sản phẩm, dịch vụ này.⁶ Vì thế, những âm thanh này khi đăng ký bảo hộ sẽ không cần thiết phải cung cấp nhiều bằng chứng.

“Âm thanh không đủ khả năng thích ứng để phân biệt” là những âm thanh có chứa hoặc bao gồm những âm thanh có độ phổ biến mà các cá nhân, pháp nhân khác trong cùng lĩnh vực có thể có mong muốn sử dụng. Để những âm thanh này được bảo hộ, cần thêm các bằng chứng hỗ trợ, những bằng chứng này lại lệ thuộc vào bản chất nhãn hiệu đó là gì, như thế nào. Ví dụ, âm thanh của một đứa trẻ cười lớn trong lĩnh vực chăm sóc y tế trẻ em hay âm thanh tiếng còi của trọng tài trong lĩnh vực thể thao.

“Âm thanh vốn không có khả năng phân biệt” là những âm thanh có mức độ phổ biến lớn mà đương nhiên, các cá nhân, pháp nhân khác sẽ muốn sử dụng cho sản phẩm tương tự của họ. Ví dụ, tiếng cửa xích trong lĩnh vực bán lẻ cửa xích, sửa chữa cửa xích hoặc tiếng động cơ xe khởi động trong lĩnh vực bán xe, sửa chữa xe. Đây có lẽ là âm thanh khó nhất để có thể chứng minh tính phân biệt. Tuy nhiên, nếu người nộp đơn chứng tỏ được, tại ngày nộp đơn, âm thanh đó đã phân biệt hàng hóa/ dịch vụ của họ đối với hàng hóa/ dịch vụ của cá nhân, pháp nhân khác thì có khả năng được đăng ký nhãn hiệu.⁷

Thứ hai, về điều kiện về hình thức thể hiện nhãn hiệu âm thanh dưới dạng đồ họa, với quan điểm nhãn hiệu là dấu hiệu phải nhìn thấy được, khi đăng ký nhãn hiệu âm thanh ở Việt Nam, đơn đăng ký nhãn hiệu âm thanh sẽ phải đính kèm một phiên bản thể hiện dưới dạng đồ họa cũng như tệp của âm thanh đó, căn cứ khoản 2 Điều 105 Luật SHTT năm 2005.

Tuy nhiên, “đồ họa” vẫn chưa được quy định hình thức cụ thể, gây khó khăn cho cá nhân, pháp nhân khi nộp đơn đăng ký bảo hộ. Hiện nay, có 4 hình thức phổ biến được sử dụng khi xem xét việc đăng ký nhãn hiệu âm thanh trên thế giới bao gồm:

(i) “Khuông nhạc” là hình thức thể hiện âm thanh trên khuông nhạc 5 dòng kẻ, dành cho âm thanh là âm nhạc, được đa số các quốc gia trên thế giới chấp thuận.

(ii) “Sóng âm” là hình thức thể hiện âm thanh dưới dạng các đoạn sóng âm có thang âm hoàn chỉnh, dành cho các âm thanh không phải âm nhạc (tiếng sư tử gầm, tiếng bò rống...). Đối với mô hình thẩm định nhãn hiệu

6 Nguyễn Thị Hoàng Hạnh, “Bảo hộ nhãn hiệu âm thanh – Kinh nghiệm quốc tế và những đề xuất cho Việt Nam”, *Tạp chí Khoa học pháp lý Việt Nam*, số 9(148), 2021.

7 Australia Government, IP Australia, “Trade Marks Manual of Practice and Procedure”, <https://manuals.ipaustralia.gov.au/trademark/3.-representation-of-the-trade-mark---general>, truy cập ngày 04/10/2023.

của EU, người nộp đơn khi nộp ngoài bản sóng âm phải kèm thêm một bản ghi lại âm thanh MP3 cùng với một văn bản mô tả bằng lời của nhãn hiệu. Đối với quy chế thẩm định của Úc, hình thức sóng âm không được đề cập tới, bởi quốc gia này bản thân đã chấp thuận việc mô tả bằng lời là hình thức thể hiện dưới dạng đồ họa.

(iii) “Mô tả bằng lời văn” là hình thức thể hiện âm thanh bằng lời văn. Hiện nay, các quốc gia có nhiều quan điểm khác nhau về việc áp dụng hình thức này. Đối với EU, hình thức này không phải là hình thức thể hiện hợp lý của nhãn hiệu âm thanh, không được coi là hình thức thể hiện bằng đồ họa mà chỉ được coi là thể hiện bằng văn bản, thường được nộp kèm theo hình thức thể hiện bằng đồ họa khác. Tuy nhiên, Úc lại coi mô tả bằng lời văn là hình thức thể hiện âm thanh dưới dạng đồ họa, khi nộp đơn ngoài bản mô tả thì cần thêm tệp âm thanh cũng như minh chứng việc sử dụng âm thanh đó. Ví dụ, một mô tả được chấp nhận sau đây: “Nhãn hiệu này được cấu thành từ âm thanh của 2 bước đi của một con bò trên vỉa hè, sau đó là tiếng bò rống (clip, clop, MOO) như được thể hiện trong bản ghi âm đính kèm với đơn đăng ký”.⁸

(iv) “Nộp mẫu vật” là hình thức thể hiện âm thanh thông qua việc nộp bản ghi âm thanh dưới dạng MP3, CD... Đa phần các quốc gia trên thế giới đều yêu cầu người nộp đơn phải nộp mẫu vật nhằm quá trình thẩm định trở nên dễ dàng và chính xác hơn. Các quốc gia có các quy định khác nhau về định dạng, thời lượng cũng như dung lượng của những mẫu vật này.

2.1.2. Thủ tục đăng ký và thẩm định nhãn hiệu âm thanh

Quy trình, trình tự đăng ký nhãn hiệu âm thanh tương tự với đăng ký nhãn hiệu thông thường, bao gồm 6 bước, căn cứ theo Thông tư số 18/2011/BKHCN-SHTT.⁹ Cụ thể bao gồm: Tiếp nhận đơn; Thẩm định hình thức đơn; Công bố hợp lệ về mặt hình thức; Thẩm định nội dung đơn; Cấp/ từ chối cấp văn bằng bảo hộ; Đăng bạ và công bố quyết định cấp văn bằng bảo hộ.

2.2. Đánh giá thực tiễn áp dụng

Theo quy định của Luật SHTT năm 2005 cũng như các thông tin được đăng tải trên website chính thức của Cục SHTT, các hướng dẫn về việc bảo hộ nhãn hiệu âm thanh thực tế vẫn còn khá hạn chế và chưa cụ thể, gây khó khăn cho các doanh nghiệp cũng như người dân để có thể theo dõi và tìm hiểu về hình thức bảo hộ này. Cụ thể:

8 Australia Government, IP Australia, “Trade Marks Manual of Practice and Procedure”, <https://manuals.ipaustralia.gov.au/trademark/3.-representation-of-the-trade-mark---general>, truy cập ngày 04/10/2023.

9 Thông tư số 18/2011/BKHCN-SHTT ngày 22/7/2011 của Bộ Khoa học và Công nghệ về Sửa đổi, bổ sung một số quy định của Thông tư số 01/2007/TT-BKHCN ngày 14/02/2007, được sửa đổi, bổ sung theo Thông tư số 13/2010/TT-BKHCN ngày 31/7/2010 và Thông tư số 01/2008/TT-BKHCN ngày 25/02/2008 được sửa đổi, bổ sung theo Thông tư số 04/2009/TT-BKHCN ngày 27/3/2009.

Thứ nhất, Cục SHTT chưa có hướng dẫn, quy định cụ thể và chi tiết về riêng nhãn hiệu âm thanh. Có thể thấy, nhãn hiệu âm thanh là một khái niệm khá mới và là nhãn hiệu phi truyền thống, không thể được biểu thị, diễn đạt hay nhìn thấy như các nhãn hiệu truyền thống khác nên cần có hướng dẫn và sự truyền đạt thông tin cụ thể để tăng khả năng áp dụng thực tế, đưa quy định pháp luật vào hiện thực. Tuy nhiên các điều khoản của Luật SHTT năm 2005 chỉ quy định áp dụng chung cho các loại nhãn hiệu về căn cứ xác lập, yêu cầu đối với đơn đăng ký, cách thức thẩm định... Xét theo tính chất của âm thanh là không thể nhìn thấy, khó diễn đạt thành lời văn và hình ảnh thì việc một nhãn hiệu âm thanh phải dựa vào các quy định, điều kiện chung về các nhãn hiệu truyền thống có thể là khó khăn và bất lợi cho các chủ đơn đăng ký nhãn hiệu để chuẩn bị hồ sơ đạt chuẩn cho nhãn hiệu của mình.

Thứ hai, mặc dù Việt Nam đã thừa nhận và cho phép đăng ký nhãn hiệu âm thanh từ năm 2022, hiện nay đã qua gần hai năm kể từ ngày bắt đầu cho phép nộp đơn, trong tờ khai đăng ký dành cho nhãn hiệu vẫn chưa được cụ thể hóa. Để đăng ký bảo hộ nhãn hiệu âm thanh, ngoài việc chủ đơn đăng ký phải đánh dấu vào ô “Nhãn hiệu âm thanh” thì trong mẫu tờ khai đăng ký không còn yêu cầu cung cấp thêm thông tin nào cụ thể cho các đặc trưng của nhãn hiệu âm thanh mà các yêu cầu vẫn theo mẫu chung của các nhãn hiệu truyền thống. Ví dụ: phần “mô tả nhãn hiệu” đơn yêu cầu cung cấp thông tin về mô tả bằng lời văn, trong khi đó Luật SHTT năm 2005 không quy định đơn nhãn hiệu âm thanh phải nộp mô tả bằng lời văn.

Tham khảo đơn đăng ký của Úc được đăng tải trên trang SHTT của Úc, khi truy cập vào phần nhãn hiệu sẽ thấy xuất hiện phần đăng ký được chia thành các loại nhãn hiệu khác nhau: nhãn hiệu từ hoặc cụm từ; nhãn hiệu từ hoặc cụm từ cách điệu; nhãn hiệu logo (không kèm văn bản); nhãn hiệu ba chiều; nhãn hiệu âm thanh; nhãn hiệu màu sắc; nhãn hiệu chuyển động; nhãn hiệu khác (mùi, cảm nhận, vị...). Khi chọn phân loại mục nhãn hiệu âm thanh, trong đơn cũng sẽ đưa ra các yêu cầu đăng tải tệp âm thanh kèm các hướng dẫn về giới hạn dung lượng lớn nhất của tệp (40mb), loại tệp được chấp nhận gồm MP3, WAV, MPG, MPEG, MP4 và phần dùng để mô tả âm thanh với ví dụ là tiếng chó sủa theo giai điệu “Waltzing Matilda”.¹⁰

Bên cạnh đó, dù Cục SHTT đã cung cấp video hướng dẫn thủ tục đăng ký nhãn hiệu cũng như cách điền tờ khai đăng ký nhãn hiệu nhưng trên video vẫn chưa cập nhật hình ảnh minh họa hướng dẫn cho phần nhãn hiệu âm thanh.

Hiện nay hình thức nộp đơn trực tuyến nói chung vẫn chưa phổ biến nên còn khá ít các doanh nghiệp, cá nhân hay tổ chức có chứng thư số và chữ ký số. Chính vì ít sử dụng nên khi yêu cầu phải có, các doanh nghiệp mới

10 Australia Government, IP Australia, “Apply for IP rights, Trademark”, <https://portal.ipaustralia.gov.au/apply/trade-mark/trade-mark-details>, truy cập ngày 07/10/2023.

tiến hành chuẩn bị hồ sơ và đợi được duyệt, hoặc nếu làm từ trước thì cũng cần tốn chi phí duy trì chứng thư số, chữ ký số vì chúng chỉ có hiệu lực trong một thời gian nhất định. Qua đó có thể thấy hình thức này sẽ làm tăng thời gian và tính phức tạp cho quy trình nộp đơn đăng ký bảo hộ nhãn hiệu. Đối với nhãn hiệu âm thanh thì việc nộp đơn trực tiếp gặp bất cập bởi trong tờ khai doanh nghiệp cần in kèm mẫu nhãn hiệu, mà âm thanh không thể được in ra như hình ảnh; Luật cũng quy định doanh nghiệp phải gửi tệp âm thanh kèm với đơn đăng ký nhưng không quy định rõ nộp kèm tệp âm thanh bằng cách nào. Điều này cho thấy sự mâu thuẫn giữa quy định của pháp luật và thực tiễn áp dụng của Việt Nam.

Thứ ba, các doanh nghiệp còn gặp khó khăn trong việc tra cứu và tìm hiểu thông tin về đăng ký bảo hộ nhãn hiệu âm thanh. Có thể tham khảo cấu trúc của website thuộc Cơ quan SHTT Liên minh châu Âu (*European Union Intellectual Property Office, EUIPO*). Khi muốn tìm thông tin liên quan đến nhãn hiệu âm thanh, các doanh nghiệp có thể truy cập phần “Trademark guidelines” từ trang chủ, sau đó ấn vào các mục được chia nhỏ để di chuyển đến phần hướng dẫn riêng dành cho nhãn hiệu âm thanh. Phần đầu về âm thanh trên trang web cung cấp thông tin chi tiết về đăng ký nhãn hiệu âm thanh, bao gồm định nghĩa, yêu cầu nộp tệp âm thanh, và những lưu ý khi thể hiện hình thức âm thanh. Các ví dụ minh họa rõ ràng, cùng với phần về căn cứ từ chối bảo hộ và so sánh các trường hợp bị từ chối và được chấp nhận. Trang web còn cung cấp ví dụ nhãn hiệu âm thanh có kèm hình ảnh khuôn nhạc và tệp âm thanh nghe được, giúp doanh nghiệp dễ dàng nắm bắt.

Thứ tư, Luật SHTT năm 2005 và các văn bản hướng dẫn khác chưa có quy định cụ thể đối với mẫu nhãn hiệu là tệp âm thanh. Luật SHTT năm 2005 hiện nay quy định mẫu nhãn hiệu trong đơn đăng ký nhãn hiệu như sau: “...Nếu nhãn hiệu là âm thanh thì mẫu nhãn hiệu phải là tệp âm thanh và bản thể hiện dưới dạng đồ họa của âm thanh đó” (khoản 2 Điều 105). Tuy nhiên, việc áp dụng quy định này vào thực tiễn có thể gây khó khăn cho cả người nộp đơn đăng ký cũng như Cục SHTT, bởi vì nếu người đăng ký gửi mẫu nhãn hiệu là tệp âm thanh họ cần biết thêm quy định chi tiết về việc sao lưu âm thanh dưới định dạng tệp nào hay dung lượng của mỗi tệp là bao nhiêu. Ngoài ra, việc thu thập, tổng hợp và thẩm định những tệp âm thanh với dung lượng đa dạng khác nhau cũng gây ra khó khăn cho Cục SHTT bởi sự thiếu nhất quán giữa các tệp này. Trong khi đó, pháp luật SHTT ở Úc và các nước thuộc Liên minh châu Âu đã có những quy định rất chi tiết về yêu cầu đối với tệp âm thanh và giới hạn của tệp.

Theo thông tin trên website chính thức của Cơ quan SHTT Úc, mục 3.3.1 phần 10 Sổ tay thực hành và thủ tục nhãn hiệu (*Trademarks Manual of Practice and Procedure*) đưa ra hướng dẫn như sau: Trong hầu hết các trường

hợp, người nộp đơn sẽ cần nộp bản sao âm thanh thực tế được yêu cầu làm nhân hiệu. Bản sao này cần phải được cung cấp trên một phương tiện cho phép dễ dàng sao chép, lưu trữ và phát lại âm thanh. Đĩa CD, DVD và các tập tin âm thanh kỹ thuật số như MP3 là phương tiện phù hợp và phổ biến nhất. Nếu không thể cung cấp âm thanh thực tế tại thời điểm nộp đơn, chẳng hạn như khi người nộp đơn gặp khó khăn trong việc đính kèm tệp âm thanh vào đơn đăng ký điện tử, thì phương tiện chứa âm thanh đó phải được gửi đến Văn phòng càng sớm càng tốt sau khi nộp đơn.¹¹

Bên cạnh đó, theo thông tin trên website chính thức của EUIPO, kể từ ngày 01/10/2017, tại các nước thuộc EU, người nộp đơn chỉ có thể nộp tệp tái tạo âm thanh hoặc thể hiện chính xác âm thanh dưới dạng nốt nhạc để đăng ký nhân hiệu âm thanh. Văn phòng này cũng chỉ chấp nhận âm thanh được gửi dưới dạng JPEG hoặc MP3 (dung lượng không quá 2Mb).¹²

Thứ năm, Luật SHTT năm 2005 và các văn bản hướng dẫn khác chưa có quy định cụ thể đối với dạng đồ họa của nhân hiệu âm thanh.

Luật SHTT năm 2005 hiện nay quy định mẫu nhân hiệu trong đơn đăng ký nhân hiệu như sau: “...nếu nhân hiệu là âm thanh thì mẫu nhân hiệu phải là tệp âm thanh và bản thể hiện dưới dạng đồ họa của âm thanh đó” (khoản 2 Điều 105). Tuy nhiên, nếu chỉ dựa theo quy định trên, người nộp đơn đăng ký chưa biết được dạng đồ họa của mẫu nhân hiệu âm thanh được chấp nhận ở đây là dạng nào, liệu có thể là nốt nhạc, sóng âm hay phần mô tả bằng lời văn hay không?

Trong khi đó, pháp luật SHTT ở Úc đã có những quy định rất chi tiết về yêu cầu đối với mẫu nhân hiệu được gửi dưới dạng đồ họa. Theo thông tin trên website chính thức của Cục SHTT Úc, mục 6.1 phần 21 Sổ tay thực hành và thủ tục nhân hiệu đưa ra những yêu cầu về dạng đồ họa và mô tả của mẫu nhân hiệu âm thanh: Đơn đăng ký nhân hiệu âm thanh phải bao gồm phần trình bày dưới dạng đồ họa của nhân hiệu. Các âm thanh có thể được mô tả bằng lời đơn như “CLIP CLOP MOO”. Nốt nhạc được chấp nhận như là một dạng đồ họa của mẫu nhân hiệu âm thanh bao gồm một bản nhạc. Tuy nhiên, một đoạn nốt nhạc dài như bản nhạc hoàn chỉnh của dàn nhạc giao hưởng hay piano khó có thể đáp ứng các yêu cầu về khả năng đăng ký.

Thông thường, các nốt nhạc của một tác phẩm cụ thể sẽ phù hợp để đăng ký nhân hiệu hơn là chỉ tên của nó. Trong đơn đăng ký, bên cạnh nộp dạng trình bày bằng đồ họa, người nộp đơn cũng cần phải cung cấp phần mô tả rõ ràng và ngắn gọn về nhân hiệu như một sự chứng thực.

11 Australia Government, IP Australia, “Trade Marks Manual of Practice and Procedure”, <https://manuals.ipaustralia.gov.au/trademark/3.-representation-of-the-trade-mark---general>, truy cập ngày 04/10/2023.

12 European Union Intellectual Property Office, “Trade mark examples”, <https://euipo.europa.eu/ohimportal/en/trade-marks-examples?fbclid=IwAR0uS7CO5FLkfA13Af9YePHQ-CylstBEepM7BTqLcngCb7qAGxtQ7ahxVec>, truy cập ngày 04/10/2023.

Thứ sáu, việc tìm kiếm và tra cứu nhãn hiệu âm thanh đã được bảo hộ tại Việt Nam vẫn còn gặp nhiều khó khăn bởi không có một website chính thức nào tổng hợp lại những nhãn hiệu này.

Mặc dù người đăng ký có thể dễ dàng tra cứu nhãn hiệu đã được bảo hộ qua Thu viện số về sở hữu công nghiệp trên nền tảng WIPO Publish (đây là công cụ tra cứu thông tin sở hữu công nghiệp do Tổ chức SHTT thế giới hỗ trợ và phối hợp với Cục SHTT xây dựng), song hiện nay nền tảng này chưa cập nhật những thông tin mới nhất về các nhãn hiệu âm thanh đã được bảo hộ trong thời gian gần đây. Điều này có thể gây khó khăn cho các chủ sở hữu nhãn hiệu trong trường hợp họ muốn kiểm tra xem dấu hiệu mình muốn đăng ký có đang trùng hay “tương tự gây nhầm lẫn” với các nhãn hiệu đã được đăng ký trước đó hay không.

So sánh với pháp luật ở các nước EU, hiện nay chúng ta có thể dễ dàng tìm kiếm thông tin chi tiết về các nhãn hiệu âm thanh đã được bảo hộ trên website chính thức của EUIPO. Ví dụ: chỉ bằng một thao tác bấm vào mã EUTM017975948 hiển thị trong mục Trademark examples trên website của Văn phòng Sở hữu trí tuệ của Liên minh Châu Âu, người đăng ký có thể dễ dàng tìm hiểu các thông tin cụ thể như thời hạn bảo hộ, chủ sở hữu và người đại diện của nhãn hiệu âm thanh này; thậm chí người đang tra cứu cũng có thể truy cập và nghe tệp âm thanh của nhãn hiệu này.

Thứ bảy, Luật SHTT năm 2005 chưa có quy định cụ thể về quy trình thẩm định đơn đăng ký để xác định xem dấu hiệu âm thanh đó có đáp ứng được các yêu cầu bảo hộ hay không.

Mặc dù âm thanh đã được công nhận là một dạng nhãn hiệu để phân biệt các sản phẩm hoặc dịch vụ từ các nhà sản xuất và kinh doanh khác nhau nhưng để nhận biết được âm thanh thì còn phụ thuộc vào nhiều yếu tố bởi thính giác, thính lực và khả năng cảm thụ âm thanh của mỗi người là khác nhau. Do vậy ở mỗi quốc gia, mỗi khu vực sẽ có những quy định khác nhau về điều kiện bảo hộ nhãn hiệu âm thanh và quy trình thẩm định đơn đăng ký trong từng trường hợp cụ thể.

Sau khi được nộp tại Cục SHTT Việt Nam, đơn đăng ký nhãn hiệu cần phải trải qua một quá trình thẩm định bởi thẩm định viên có chuyên môn trong lĩnh vực này trước khi kết luận. Tuy nhiên, đối với các dấu hiệu âm thanh phức tạp, thẩm định viên cần có một số tiêu chí cụ thể để làm căn cứ thẩm định, nên việc đánh giá âm thanh ở mỗi người có thể khác nhau, đây là việc mang tính chuyên môn và chủ quan.

3. Một số giải pháp

Để có thể tăng tính áp dụng thực tiễn cho việc bảo hộ loại nhãn hiệu âm thanh, nhóm tác giả đề xuất một số giải pháp:

Thứ nhất, website của Cục SHTT Việt Nam cần nâng cấp để thuận lợi

cho doanh nghiệp tra cứu thông tin. Website Thư viện số về sở hữu công nghiệp trên nền tảng WIPO Publish cần cập nhật thông tin về nhãn hiệu âm thanh đã được bảo hộ. Tất cả dữ liệu về nhãn hiệu âm thanh cần đăng tải trực tuyến, hoặc nếu chưa có thì cũng phải đề cập rõ. Việc tra cứu này giúp chủ sở hữu nhãn hiệu tránh cạnh tranh không lành mạnh và tiết kiệm thời gian, chi phí trong quá trình đăng ký..

Website chính thức của Cục SHTT Việt Nam cần nâng cấp để hiển thị thông tin rõ ràng hơn, giúp người tra cứu thuận tiện hơn. Ví dụ, phần nhãn hiệu đã đăng ký nên được phân loại thành nhãn hiệu truyền thống và phi truyền thống, giúp người dùng dễ dàng tìm kiếm thông tin như thời hạn bảo hộ và chủ sở hữu. Website cũng nên bổ sung quy định về thủ tục đăng ký nhãn hiệu âm thanh, bao gồm đơn đăng ký và yêu cầu đối với mẫu âm thanh. Trang web có thể học hỏi từ EUIPO Guidelines, nơi cung cấp chi tiết về thủ tục đăng ký nhãn hiệu và cách trình bày mẫu âm thanh được chấp nhận hoặc không được chấp nhận, như nốt nhạc đơn, từ tượng thanh hay mô tả bằng lời.

Thứ hai, Luật SHTT năm 2005 cần bổ sung điều luật quy định cụ thể hơn về đối tượng bảo hộ là nhãn hiệu âm thanh bao gồm: điều kiện bảo hộ và hình thức thể hiện. Có thể học hỏi quy định về hình thức thể hiện của mẫu nhãn hiệu âm thanh quy định trong luật Úc. Cơ quan SHTT Úc có quy định chi tiết rằng người nộp đơn có thể nộp mẫu âm thanh dưới bốn hình thức thể hiện tương ứng với các loại âm thanh khác nhau bao gồm: không nhạc, sóng âm, phần mô tả bằng lời và mẫu vật tệp âm thanh như CD/ DVD.

Tại Việt Nam, nếu người đăng ký nộp tệp âm thanh, cần có quy định cụ thể về định dạng và dung lượng của tệp. Quy định này phải dựa trên điều kiện cơ sở vật chất và khả năng thực tế của Cục SHTT Việt Nam, cơ quan duy nhất tiếp nhận và thẩm định các đơn đăng ký nhãn hiệu. Điều này đảm bảo quy định phù hợp với tình hình thực tiễn, tạo sự thuận tiện cho thẩm định viên. Ngoài ra, nếu yêu cầu nộp mẫu âm thanh kèm mô tả nhãn hiệu, cần quy định rõ nội dung mô tả, ví dụ như: các yếu tố cấu thành âm thanh, loại âm thanh, và ý nghĩa của âm thanh.

Thứ ba, để tạo điều kiện thuận lợi hơn cho doanh nghiệp đăng ký bảo hộ nhãn hiệu âm thanh trực tuyến, cần đơn giản hóa quy trình nộp đơn, vì hiện nay việc sử dụng chứng thư số, chữ ký số, và tài khoản điện tử còn phức tạp và tốn kém. Tác giả đề xuất việc nộp đơn đăng ký bảo hộ nhãn hiệu âm thanh nên kết hợp hai phương thức trực tiếp và trực tuyến. Doanh nghiệp có thể truy cập website của Cục SHTT để đăng ký tài khoản, điền đơn trực tuyến, cung cấp tệp âm thanh, bản đồ họa, mô tả bằng lời và thông tin liên quan đến nhãn hiệu và doanh nghiệp. Sau khi nộp đơn trực tuyến, doanh nghiệp cần đến Cục SHTT để hoàn thiện các thủ tục còn lại như nộp phí, lệ phí và các thủ tục khác..

Thứ tư, để cải thiện quy trình đăng ký nhãn hiệu âm thanh, tờ khai cần phân loại theo loại nhãn hiệu, bổ sung phần đăng tải tệp âm thanh và hướng dẫn điền đơn chi tiết. Doanh nghiệp cần đánh dấu ô nhãn hiệu âm thanh, nộp ảnh đồ họa, tệp âm thanh, và mô tả âm thanh. Thẩm định viên cần kiến thức đa dạng để đánh giá tính phân biệt và phi chức năng của âm thanh. Ngoài ra, cần tăng cường đào tạo và cung cấp hướng dẫn cụ thể trên website.

Thứ năm, cần ban hành các văn bản hướng dẫn thi hành Luật (nghị định, thông tư) và các văn bản khác (như quy chế thẩm định) trong đó hướng dẫn chi tiết các quy định về nhãn hiệu trong Luật, tiêu chí xác định yếu tố xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu âm thanh, ví dụ về các vấn đề liên quan đến nhãn hiệu âm thanh như: cách thức nộp đơn đăng ký nhãn hiệu là nhãn hiệu âm thanh; tiêu chí xác định yếu tố xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu âm thanh... Quy chế thẩm định cũng cần được xây dựng một cách đầy đủ, đúc kết từ kinh nghiệm thực tiễn của hoạt động thẩm định và cần cập nhật thường xuyên, công khai quy chế này. ●

Tài liệu tham khảo

- [1] W & G Du Cros Appn (1913) 30 RPC 660
- [2] Australia Government, IP Australia, “Apply for IP rights, Trademark”
- [3] Australia Government, IP Australia, “Trade Marks Manual of Practice and Procedure”
- [4] Công ty CP Tư vấn Sở hữu trí tuệ IPAC (IPAC IP JSC), “Bảo hộ nhãn hiệu phi truyền thống – Doanh nghiệp Việt Nam cần biết”, *Trang điện tử Công ty IPAC* [trans: IPAC Intellectual Property Consulting Joint Stock Company (IPAC IP JSC), “Non-traditional Trademark Protection – What Vietnamese Businesses Need to Know”, *IPAC Company Website*]
- [5] Cục Sở hữu trí tuệ, “Phần 2: Điều kiện bảo hộ nhãn hiệu âm thanh”, *Trang điện tử Cục Sở hữu trí tuệ* [trans: Intellectual Property Office of Vietnam, “Part 2: Conditions for Protecting Sound Marks”, *Intellectual Property Office of Vietnam Website*]
- [6] Ngô Ngọc Diễm, Trần Trọng Nam, “Nhãn hiệu phi truyền thống dưới góc độ pháp lý”, *Tạp chí Điện tử Luật sư Việt Nam*, 28/02/2022 [trans: Ngô Ngọc Diễm, Trần Trọng Nam, “Non-traditional Trademarks from a Legal Perspective”, *Vietnam Lawyer Electronic Journal*, February 28, 2022]
- [7] European Union Intellectual Property Office, “Trade mark examples”
- [8] Nguyễn Thị Hoàng Hạnh, “Bảo hộ nhãn hiệu âm thanh – Kinh nghiệm quốc tế và những đề xuất cho Việt Nam”, *Tạp chí Khoa học pháp lý Việt Nam*, số 9(148), 2021 [trans: Nguyen Thi Hoang Hanh, “Sound Trademark Protection – International Experience and Proposals for Vietnam,” *Vietnamese Journal of Legal Sciences*, No. 9(148), 2021
- [9] Trần Vy Khanh (tổng hợp lại), “Nhãn hiệu âm thanh và cơ sở bảo hộ nhãn hiệu âm thanh tại Việt Nam”, *Trang điện tử Công ty Luật WINCO* [trans: Tran Vy Khanh (compiled), “Sound Trademarks and the Basis for Sound Trademark Protection in Vietnam,” *WINCO Law Firm Website*]
- [10] Vinh Le Quang, “Thực tiễn bảo hộ nhãn hiệu phi truyền thống ở Việt Nam trong vòng một thập kỷ qua và những thách thức cần lưu ý”, *Bross & Partners*, 05/05/2019 [trans: Vinh Le Quang, “Practical Protection of Non-traditional Trademarks in Vietnam Over the Past Decade and Key Challenges to Note”, *Bross & Partners*, May 5, 2019]
- [11] Xinyu Zhang, “From Audio Branding to Sound Trademark: A comparative Study in the EU and the US”, *Peking University, Scientific Research*, No. 06, 2021