

ĐẠI HỌC HUẾ
TRƯỜNG ĐẠI HỌC LUẬT



NGUYỄN THỊ VÂN ANH

**BẢO HỘ VÀ KHAI THÁC NHÃN HIỆU TẬP THỂ
CHO SẢN PHẨM OCOP, QUA THỰC TIỄN
TẠI TỈNH GIA LAI**

Ngành: Luật Kinh tế

Mã số: 8380107

TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ LUẬT KINH TẾ

THỪA THIÊN HUẾ, năm 2023

Công trình được hoàn thành tại:
Trường Đại học Luật, Đại học Huế

Người hướng dẫn khoa học: **PGS.TS. Nguyễn Thị Thương Huyền**

Phản biện 1: PGS.TS Nguyễn Duy Phương.

Phản biện 2: TS Hồ Thị Vân Anh.

Luận văn sẽ được bảo vệ trước Hội đồng chấm luận văn
thạc sĩ họp tại: Trường Đại học Luật

Vào lúc.....giờ.....ngày tháng 7 năm 2023

Trường Đại học Luật, Đại học Huế

MỤC LỤC

PHẦN MỞ ĐẦU	1
1. Tính cấp thiết của việc nghiên cứu đề tài.....	1
2. Tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài.....	2
3. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu.....	4
4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	5
5. Phương pháp luận và phương pháp nghiên cứu.....	5
6. Những đóng góp mới của luận văn.....	6
7. Bố cục của luận văn	7
CHƯƠNG 1. MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN PHÁP LUẬT VỀ BẢO HỘ VÀ KHAI THÁC NHÃN HIỆU TẬP THỂ CHO SẢN PHẨM OCOP	7
1.1. Khái quát về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm OCOP	7
1.1.1. Khái niệm về sản phẩm OCOP	7
1.1.2. Khái niệm, đặc điểm và vai trò của nhãn hiệu tập thể.....	7
1.1.3. Khái niệm về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm OCOP.....	8
1.2. Khái quát pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm OCOP	8
1.2.1. Khái niệm pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm OCOP	8
1.2.2. Nội dung pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm OCOP	9
1.3. Các yếu tố tác động tới việc thực thi pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm OCOP	9
1.3.1. Yếu tố về đường lối, chính sách của Đảng	9
1.3.2. Yếu tố về kinh tế, xã hội	10
1.3.3. Yếu tố về ý thức pháp luật và văn hoá pháp lí.....	10
Tiểu kết Chương 1	11
CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG PHÁP LUẬT VÀ THỰC TIỄN ÁP DỤNG PHÁP LUẬT VỀ BẢO HỘ VÀ KHAI THÁC NHÃN HIỆU TẬP THỂ CHO SẢN PHẨM OCOP TẠI TỈNH GIA LAI	12
2.1. Thực trạng quy định pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP	12
2.1.1. Thực trạng quy định pháp luật về xác lập và công nhận nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP	12
2.1.2. Thực trạng quy định pháp luật về khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP	13
2.1.3. Thực trạng quy định pháp luật về bảo vệ nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP	13
2.1.4. Đánh giá thực trạng pháp luật về pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP.....	13
2.2. Thực tiễn áp dụng pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP tại Tỉnh Gia Lai	14

2.2.1. Khái quát về tình hình bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP tại Tỉnh Gia Lai	14
2.2.2. Những vướng mắc, bất cập phát sinh từ thực tiễn áp dụng pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP tại Tỉnh Gia Lai ...	14
Tiểu kết chương 2	15
CHƯƠNG 3. ĐỊNH HƯỚNG, GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT VÀ NÂNG CAO HIỆU QUẢ ÁP DỤNG PHÁP LUẬT VỀ BẢO HỘ VÀ KHAI THÁC NHÃN HIỆU TẬP THỂ CHO SẢN PHẨM OCOP	16
3.1. Định hướng hoàn thiện pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP	16
3.1.1. Hoàn thiện pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP phải gắn liền với chủ trương của Đảng và Nhà nước về phát triển nông thôn mới	16
3.1.2. Hoàn thiện pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP phải bảo đảm tính thống nhất, đồng bộ, khả thi của pháp luật	16
3.1.3. Hoàn thiện pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP trên cơ sở tiếp thu kinh nghiệm quốc tế.....	16
3.2. Giải pháp hoàn thiện pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP	17
3.2.1. Hoàn thiện quy định pháp luật về xác lập và công nhận nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP	17
3.2.2. Hoàn thiện quy định pháp luật về khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP	17
3.3. Giải pháp nâng cao hiệu quả áp dụng pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP tại Tỉnh Gia Lai	19
3.3.1. Đẩy mạnh công tác tuyên truyền, nâng cao nhận thức của cá nhân, tổ chức về nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP.....	19
3.3.2. Hỗ trợ, hướng dẫn đăng ký xác lập và thực hiện bảo vệ nhãn hiệu tập thể hiệu quả đối với các sản phẩm OCOP	19
3.3.3. Chú trọng vào đảm bảo chất lượng sản phẩm, quảng bá và phát triển sản phẩm OCOP sau khi được bảo hộ nhãn hiệu tập thể.....	19
Tiểu kết Chương 3	19
KẾT LUẬN.....	20
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

STT	Từ viết tắt	Diễn giải
1	SHTT	Sở hữu trí tuệ
2	TSTT	Tài sản trí tuệ
3	SHCN	Sở hữu công nghiệp
4	NH	Nhãn hiệu
5	OCOP	Mỗi xã một sản phẩm
6	UBND	Ủy ban nhân dân
7	TANDTC	Tòa án nhân dân tối cao
8	CPTPP	Đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của việc nghiên cứu đề tài

Ngày nay, vai trò của SHTT đối với sự phát triển khoa học công nghệ, cũng như sự phát triển kinh tế - xã hội đã được khẳng định trên thế giới, trong đó có Việt Nam. SHTT thúc đẩy sáng tạo, đổi mới công nghệ, thúc đẩy cạnh tranh lành mạnh giữa các chủ thể thuộc mọi thành phần kinh tế. Các tác phẩm văn học nghệ thuật, các phát minh sáng chế được ứng dụng rộng rãi làm thay đổi sâu sắc đời sống vật chất và tinh thần của xã hội. Công nghệ thông tin đã chuyển tải nhiều giá trị tri thức nhanh chóng và rộng khắp, hình thành một quan niệm mới về thế giới – “thế giới phẳng”. Công nghệ sinh học đã đưa nhiều giá trị tiềm ẩn của thế giới tự nhiên đến với con người theo phương thức tối ưu hóa... Điều này dẫn đến một hệ quả tất yếu là tài sản trí tuệ - tài sản dựa trên tri thức cũng dần trở thành bộ phận quan trọng trong cấu trúc tài sản của mỗi quốc gia và mỗi doanh nghiệp. Kamil Idris – Tổng giám đốc WIPO – nhận định đây là "động lực mới tạo nên sự thịnh vượng trong xã hội đương thời"¹. Tỷ trọng của tài sản trí tuệ trong doanh nghiệp thường giữ ở một mức rất cao trong tổng giá trị tài sản doanh nghiệp. Nhìn rộng hơn, một nền kinh tế muốn phát triển ổn định với tốc độ tăng trưởng cao cần bảo đảm phải xây dựng một nền tảng vững chắc về tài sản trí tuệ; đó chính là các giá trị tri thức tích lũy và kế thừa qua nhiều thế hệ hoặc được chuyển giao bằng các hợp đồng, giúp sự lan truyền những giá trị tri thức và công nghệ hiện đại đến những vùng miền khác nhau về trình độ phát triển trên thế giới. Vai trò của tài sản trí tuệ là điều không phải bàn cãi

Ở Việt Nam, thực tiễn trong việc bảo hộ SHTT trong những năm gần đây càng cho thấy tầm quan trọng của nó, nhất là trong xu thế hội nhập. Đã có nhiều doanh nghiệp Việt Nam tạo ra và phát triển những nhãn hiệu được công nhận rộng rãi ở thị trường trong nước và ở thị trường nước ngoài, một số nhãn hiệu điển hình như: bánh phồng tôm “Sa Giang”, cà phê “Trung Nguyên”, giày dép “Biti’s”, kẹo dừa “Bến Tre”,... Vấn đề bảo hộ quyền SHTT nói chung và bảo vệ quyền SHCN đối với nhãn hiệu nói riêng là vấn đề thách thức đối với nhiều

¹ Kamil Idris. SHTT – một công cụ đắc lực để phát triển kinh tế, WIPO (bản tiếng Việt). Cục SHTT dịch và xuất bản, năm 200

quốc gia, nó là một trong những điều kiện bắt buộc để một quốc gia trở thành thành viên của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO).

Nhãn hiệu tập thể ngày nay không còn trở nên xa lạ, thuật ngữ sở hữu trí tuệ (SHTT) ngày càng được sử dụng rộng rãi ở Việt Nam, kể từ khi Luật Sở hữu trí tuệ được ban hành và nhất là từ khi Việt Nam trở thành thành viên chính thức của Tổ chức Thương mại thế giới. Với những vai trò to lớn, nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP sẽ góp phần nâng cao giá trị sản phẩm đặc sản của địa phương, từ đó tăng thu nhập cho bà con từ việc sản xuất và kinh doanh sản phẩm mang nhãn hiệu tập thể. Nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP sẽ bảo vệ quyền lợi chính đáng cho người tiêu dùng, biết được nguồn gốc xuất xứ của sản phẩm hoặc dịch vụ. Nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP góp phần đảm bảo quyền lợi hợp pháp, chính đáng cho chủ sở hữu (là đại diện của tập thể) và tạo điều kiện thúc đẩy phát triển sản phẩm đặc thù của địa phương ngày càng chất lượng và có thị trường tiêu thụ rộng rãi hơn. Vì vậy việc nghiên cứu về nhãn hiệu tập thể ĐỐI NHÃN HIỆU TẬP THỂ ĐỐI VỚI SẢN PHẨM OCOP và đặc biệt là xác lập quyền (sở hữu công nghiệp đối) và khai thác với nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP là một việc làm rất cần thiết

Với những lý do trên, tác giả lựa chọn đề tài “**Bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm OCOP, qua thực tiễn tại tỉnh Gia Lai**” làm đề tài nghiên cứu luận văn thạc sĩ chuyên ngành luật kinh tế

2. Tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài

Nhãn hiệu tập thể là nhãn hiệu là chế định pháp lý đã được các nhà luật gia quan tâm trong thời gian vừa qua. Tuy nhiên các công trình nghiên cứu về khai thác và bảo hộ nhãn hiệu tập thể (nhãn hiệu tập thể) lại tương đối ít ỏi, đặc biệt là khai thác và bảo hộ nhãn hiệu tập thể dành riêng cho các sản phẩm OCOP. Có thể kể đến một số công trình tiêu biểu có liên quan

- Trần Thị Kim Hương (2018), “*Xác lập quyền đối với nhãn hiệu tập thể - Thực trạng pháp luật và thực tiễn tại tỉnh Hà Nam*”, Luận văn thạc sĩ Luật học, Trường Đại học Luật Hà Nội. Luận văn đã phân tích thực trạng pháp luật và thực tiễn xác lập quyền đối với nhãn hiệu tập thể tại tỉnh Hà Nam; từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả áp dụng pháp luật về vấn đề này.

- Hoàng Văn Minh (2019), “*Xây dựng và bảo hộ nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm rau bò khai tại huyện Na Rì, tỉnh Bắc Cạn*”, Luận văn thạc sĩ Luật học, Trường Đại học Luật Hà Nội. Luận văn đã phân tích thực trạng bảo hộ nhãn hiệu tập thể tại Việt Nam và thực tiễn xây dựng, bảo hộ nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm rau bò khai tại huyện Na Rì, tỉnh Bắc Cạn; từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả thực thi pháp luật về vấn đề này

- Đoàn Văn Tiềm (2019), “*Bảo hộ nhãn hiệu tập thể theo pháp luật Việt Nam hiện nay*”, Luận văn thạc sĩ, Học viện Khoa học xã hội. Luận văn đã phân tích những vấn đề lý luận và thực trạng về bảo hộ nhãn hiệu tập thể tại Việt Nam trong điều kiện phải thực hiện các cam kết quốc tế mới, xác định các phương hướng và giải pháp hoàn thiện pháp luật nhằm nâng cao hiệu quả bảo hộ nhãn hiệu tập thể tại Việt Nam

- Bộ Nông nghiệp và phát triển Nông thôn (2020), “*Bộ tài liệu tập huấn những kiến thức cơ bản về Chương trình OCOP*”, Hà Nội. Bộ tài liệu tập huấn những kiến thức cơ bản về Chương trình OCOP cho các đối tượng tham gia chương trình, bộ tài liệu bao gồm: cán bộ quản lý Chương trình OCOP; chủ thể tham gia Chương trình OCOP; chủ thể tư vấn Chương trình OCOP

- Lê Thị Vân (2013), “*Bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu tập thể theo luật Sở hữu trí tuệ Việt Nam*”, Luận văn thạc sĩ, Khoa Luật Đại học Quốc gia Hà Nội. Luận văn đã làm sáng tỏ vấn đề về mặt lý luận và cơ sở pháp lý cho việc bảo hộ nhãn hiệu tập thể ở Việt Nam; trên cơ sở phân tích và đánh giá thực trạng bảo hộ quyền SHCN đối với nhãn hiệu tập thể ở nước ta để đưa ra các giải pháp nhằm hoàn thiện các quy định của pháp luật và nâng cao hiệu quả bảo hộ quyền SHCN đối với nhãn hiệu tập thể

- Biện Văn Ngoan (2017), “*Pháp luật về nhãn hiệu tập thể và giải pháp phát triển nhãn hiệu tập thể trên địa bàn tỉnh Cà Mau*”, Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh. Luận văn đã phân tích và đánh giá thực trạng về bảo hộ và hỗ trợ phát triển nhãn hiệu ở nước ta (trong đó có Cà Mau), từ đó đề xuất các kiến nghị nhằm hoàn thiện các quy định của pháp luật và đề xuất giải pháp phát triển nhãn hiệu tập thể trên địa bàn tỉnh Cà Mau.

- Đoàn Đức Lương (CB), 2022, Xác lập, quản lý và khai thác tài sản trí tuệ mang tên địa danh để phát triển kinh tế - xã hội địa phương ở Việt Nam, NXB Công an nhân dân, Hà Nội. Công trình nghiên cứu một số vấn đề lý luận về xác

lập, quản lý và khai thác tài sản trí tuệ mang tên địa danh, quy định pháp luật về xác lập, quản lý và khai thác tài sản trí tuệ mang tên địa danh; thực trạng pháp luật về xác lập, quản lý và khai thác tài sản trí tuệ mang tên địa danh và thực tiễn thực hiện pháp luật về xác lập, quản lý và khai thác tài sản trí tuệ mang tên địa danh.

Từ các công trình trên, luận văn kế thừa các nội dung sau:

Thứ nhất, một số vấn đề lý luận về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể.

Thứ hai, thực trạng pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể và thực tiễn thực hiện pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể.

Thứ ba, giải pháp hoàn thiện pháp luật và giải pháp nâng cao hiệu quả thực hiện pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể.

Luận văn nghiên cứu chuyên sâu hơn về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP.

3. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

3.1. Mục đích nghiên cứu

Luận văn hướng tới mục đích đề xuất một số những kiến nghị, giải pháp nhằm hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả thực hiện pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP.

3.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Để thực hiện mục đích nghiên cứu nói trên, luận văn có các nhiệm vụ cụ thể sau:

- Làm rõ về mặt lý luận về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP và pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP.

- Phân tích thực trạng pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP; từ đó chỉ ra những tồn tại, hạn chế.

- Phân tích và đánh giá thực tiễn thực hiện pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP tại tỉnh Gia Lai, từ đó chỉ ra những vướng mắc, bất cập.

- Đề xuất các định hướng, giải pháp nhằm hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả thực hiện pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

4.1. Đối tượng nghiên cứu

Thứ nhất, các học thuyết, lý luận, các quan điểm, cách tiếp cận khoa học về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP.

Thứ hai, các quy định của pháp luật Việt Nam hiện hành về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP.

Thứ ba, thực tiễn thực hiện pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP tại Tỉnh Gia Lai.

4.2. Phạm vi nghiên cứu

- Về nội dung: Trong phạm vi của Luận văn tác giả tập trung làm rõ 3 nội dung pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP; bao gồm: (i) Quy định về xác lập nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP; (ii) Quy định về khai thác, sử dụng nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP; (iii) Quy định về bảo vệ nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP.

- Về địa bàn: Tỉnh Gia Lai

- Về thời gian: Từ giai đoạn năm 2015 đến năm 2022.

5. Phương pháp luận và phương pháp nghiên cứu

5.1. Phương pháp luận

Việc nghiên cứu đề tài được tiến hành trên cơ sở lý luận của chủ nghĩa Mác – Lê nin, tư tưởng Hồ Chí Minh về nhà nước và pháp luật; các quan điểm, định hướng của Đảng và Nhà nước về bảo hộ tài sản trí tuệ.

5.2. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp phân tích, tổng hợp được sử dụng trong tất cả các chương của luận văn nhằm đảm bảo nội dung được nghiên cứu vừa có tính hệ thống, khái quát, vừa có tính chuyên sâu. Phương pháp này được sử dụng để tìm hiểu, trình bày các hiện tượng, các quan điểm pháp lý về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP; khái quát để phân tích và rút ra các thuộc tính, đặc trưng, bản chất về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP; các quan điểm, quy định và thực trạng của các quy định pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP.

- Phương pháp so sánh luật học bao gồm các phương pháp so sánh chức năng, phương pháp so sánh quy phạm và phương pháp so sánh lịch sử được sử dụng một cách linh hoạt và có sự kết hợp cụ thể để so sánh các khái niệm, quy định của pháp luật thực định với các khái niệm, quy định khác của pháp luật

trong nước và nước ngoài có liên quan. Từ đó lý giải những điểm tương đồng, khác biệt và nguồn gốc của những điểm tương đồng khác biệt này. Qua đó, rút ra những kinh nghiệm có khả năng tiếp thu để hoàn thiện khung pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP tại Việt Nam hiện nay.

- Phương pháp hệ thống hóa được sử dụng xuyên suốt toàn bộ luận văn nhằm trình bày các vấn đề, nội dung của luận văn theo một trình tự, bố cục hợp lý, chặt chẽ, gắn kết, kế thừa kết quả nghiên cứu trước đó đồng thời phát triển những nội dung mới đã được xác định trong luận văn.

- Phương pháp lịch sử được sử dụng để nghiên cứu quá trình hình thành và phát triển của pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP.

- Phương pháp phân tích - dự báo khoa học được sử dụng để dự báo xu hướng phát triển của pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP và các yêu cầu hoàn thiện pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP.

6. Những đóng góp mới của luận văn

6.1. Đóng góp về mặt lý luận

Luận văn có những đóng góp mới về mặt khoa học như sau:

Thứ nhất, luận văn đã phân tích một cách có hệ thống và hoàn thiện thêm cơ sở lý luận về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP và pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP.

Thứ hai, luận văn đã phân tích sâu sắc hơn và có hệ thống về những quy định pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP, qua đó chỉ ra một số những “khoảng trống” trong các quy định này;

Thứ ba, luận văn đã phân tích một cách tổng thể về thực trạng thực hiện pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP tại Việt Nam, so sánh kinh nghiệm quốc tế. Từ đó, Luận văn đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả thực hiện pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP.

6.2. Đóng góp về mặt thực tiễn

Kết quả nghiên cứu của luận văn có thể được sử dụng làm tài liệu tham khảo cho các cơ quan lập pháp, các nhà quản lý trong hoạt động xây dựng, ban hành chính sách pháp luật về SHTT.

Bên cạnh đó, luận văn là tài liệu tham khảo cho hoạt động nghiên cứu, giảng dạy, xây dựng và thực thi pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP.

7. Bố cục của luận văn

Chương 1: Một số vấn đề lý luận pháp luật về khai thác và bảo hộ nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP

Chương 2: Thực trạng pháp luật và thực tiễn thực hiện pháp luật về khai thác và bảo hộ nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP tại Gia Lai

Chương 3: Định hướng, giải pháp hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả thực hiện pháp luật về khai thác và bảo hộ nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP

CHƯƠNG 1

MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN PHÁP LUẬT VỀ BẢO HỘ VÀ KHAI THÁC NHÃN HIỆU TẬP THỂ CHO SẢN PHẨM OCOP

1.1. Khái quát về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm OCOP

1.1.1. Khái niệm về sản phẩm OCOP

Từ các phân tích trên có thể hiểu: “OCOP là từ viết tắt của Chương trình mỗi xã một sản phẩm. Đây là sự đánh giá và công nhận của các cơ quan quản lý nhà nước về chất lượng sản phẩm và chủ thể sản xuất ra sản phẩm đó từ các đặc sản, lợi thế ở các vùng nông thôn. Sản phẩm OCOP được đánh giá, phân hạng theo Bộ tiêu chí quốc gia về đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP do Thủ tướng Chính phủ ban hành, dựa trên nhiều khía cạnh khác nhau, như: Chất lượng, giá trị cộng đồng, giá trị văn hóa, năng lực sản xuất và thương mại của chủ thể. Đồng thời, kết quả phân hạng sản phẩm OCOP còn xác định các cơ hội phát triển sản phẩm, khả năng tham gia và được thụ hưởng các cơ chế, chính sách hỗ trợ của Nhà nước”.

1.1.2. Khái niệm, đặc điểm và vai trò của nhãn hiệu tập thể

1.1.2.1. Khái niệm về nhãn hiệu tập thể

Luật SHTT đã quy định tại điểm 17 của Điều 4 như sau: “Nhãn hiệu tập thể là nhãn hiệu dùng để phân biệt hàng hoá, dịch vụ của các thành viên của tổ chức là chủ sở hữu nhãn hiệu đó với hàng hoá, dịch vụ của tổ chức, cá nhân không phải là thành viên của tổ chức đó”.

1.1.2.2. Đặc điểm của nhãn hiệu tập thể

Thứ nhất, nhãn hiệu tập thể phải là một nhãn hiệu có tính phân biệt

Thứ hai, chủ sở hữu nhãn hiệu tập thể phải là một tổ chức.

Thứ ba, việc sử dụng nhãn hiệu tập thể của các thành viên của tổ chức phải tuân theo một quy định chung được thể hiện trong quy chế sử dụng của nhãn hiệu tập thể.

Thứ tư, lợi ích của mỗi thành viên trong việc sử dụng nhãn hiệu tập thể gắn liền với lợi ích của tập thể. nhãn hiệu tập thể thường mang lại giá trị kinh tế cho một nhóm người là thành viên của tổ chức sở hữu nhãn hiệu tập thể đó

1.1.2.3. Chức năng của nhãn hiệu tập thể

Thứ nhất, chức năng phân biệt sản phẩm, dịch vụ của nhãn hiệu tập thể

Thứ hai, chức năng thông tin về hàng hóa, dịch vụ

Thứ ba, chức năng quảng cáo

1.1.3. Khái niệm về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm OCOP

Từ các phân tích trên có thể hiểu: Bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP là việc Nhà nước ban hành hệ thống các quy định nhằm xác lập, công nhận nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP dành cho các cá nhân, tổ chức; quản lý, sử dụng, khai thác nhãn hiệu tập thể; thực thi và bảo đảm thực thi các quy định đó trên thực tiễn nhằm chống lại các hành vi xâm phạm”.

1.2. Khái quát pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm OCOP

1.2.1. Khái niệm pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm OCOP

Pháp luật về nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP là một nhánh của quyền SHTT do đó pháp luật về xác lập quyền SHCN đối với nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP cần phải đảm bảo những nguyên tắc nhất định như: i) Nguyên tắc lãnh thổ; ii) Nguyên tắc nộp đơn đầu tiên; iii) Nguyên tắc hết quyền; iv) Nguyên tắc ưu tiên; v) Nguyên tắc đối xử tối huệ quốc².

²Vũ Thị Hằng Nga (2016), Pháp luật về đăng ký nhãn hiệu và thực tiễn thực hiện tại Tỉnh Hải Dương, Luận văn thạc sĩ, Viện Đại Học Mở Hà Nội,

1.2.2. Nội dung pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm OCOP

1.2.2.1. Nhóm quy phạm pháp luật về xác lập và công nhận nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP

Nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP là một nhánh của quyền SHTT, do vậy, các quan hệ xã hội về xác lập nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP chủ yếu do các quy phạm pháp luật về SHTT điều chỉnh. Theo đó, các quy phạm pháp luật về SHTT cung cấp cơ sở pháp lý công nhận trên thực tế để xác lập quyền đối với nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP dành cho các chủ hữu nhãn hiệu tập thể. Các quy phạm pháp luật này quy định các nội dung: i) Việc xác định các dấu hiệu được bảo hộ; ii) Điều kiện được bảo hộ; iii) Cơ chế bảo hộ và trình tự thủ tục xác lập quyền.

1.2.2.2. Nhóm các quy phạm pháp luật về khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP

Thứ nhất, chủ sở hữu tự khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP

Thứ hai, chuyển nhượng nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP

Thứ ba, chuyển quyền sử dụng nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP

1.2.2.3. Nhóm các quy phạm pháp luật về bảo vệ nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP

Bản chất của việc bảo vệ quyền SHTT nói chung bảo vệ nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP nói riêng là sự đảm bảo của Nhà nước đối với các quyền của chủ sở hữu nhãn hiệu tập thể được thực hiện trên thực tế. Sự đảm bảo đó của Nhà nước được thể hiện bằng việc trao cho chủ sở hữu nhãn hiệu tập thể quyền tự bảo vệ quyền của mình

1.3. Các yếu tố tác động tới việc thực thi pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm OCOP

1.3.1. Yếu tố về đường lối, chính sách của Đảng

Pháp luật do nhà nước ban hành hoặc thừa nhận và bảo đảm thực hiện nghĩa là nó chỉ được hình thành bằng con đường nhà nước. Ở nước ta, Đảng cộng sản Việt Nam là lực lượng lãnh đạo Nhà nước và xã hội. Bởi thế nên pháp luật chịu sự ảnh hưởng rất lớn từ đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách của Nhà nước.

1.3.2. Yếu tố về kinh tế, xã hội

Hoạt động bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm OCOP để thực hiện được cần phải có những điều kiện đảm bảo nhất định về kinh tế, xã hội. Trong một xã hội mà điều kiện kinh tế của đa số dân chúng chưa cao thì nhu cầu sử dụng hàng hoá, dịch vụ đúng nguồn gốc chưa hơn là quan trọng so với giá cả của hàng hoá, dịch vụ.

1.3.3. Yếu tố về y thức pháp luật và văn hoá pháp lí

Yếu tố về y thức pháp luật và văn hoá pháp lí của cán bộ, công chức có thẩm quyền và người dân có vai trò quan trọng trong việc hoàn thiện và thực hiện pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm OCOP.

Tiểu kết Chương 1

Chương 1 luận văn đã phân tích khái niệm, đặc điểm và chức năng của nhãn hiệu tập thể; và từ đó đưa ra khái niệm về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm OCOP.

Trên cơ sở khái niệm bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm OCOP, luận văn đã phân khái niệm, nội dung pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm OCOP. Đồng thời, luận văn đã phân tích các yếu tố tác động (chi phối) đến việc thực hiện pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm OCOP.

Các nội dung nghiên cứu tại Chương 1 sẽ làm tiền đề “lý thuyết” quan trọng để tác giả tiến hành phân tích & đánh giá thực trạng pháp luật và thực tiễn thực hiện pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm OCOP tại Chương 2.

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG PHÁP LUẬT VÀ THỰC TIỄN ÁP DỤNG PHÁP LUẬT VỀ BẢO HỘ VÀ KHAI THÁC NHÃN HIỆU TẬP THỂ CHO SẢN PHẨM OCOP TẠI TỈNH GIA LAI

2.1. Thực trạng quy định pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP

2.1.1. Thực trạng quy định pháp luật về xác lập và công nhận nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP

2.1.1.1. Quy định về đối tượng được sử dụng làm nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP

Thứ nhất, dấu hiệu là chữ.

Thứ hai, dấu hiệu là hình.

*Thứ ba, dấu hiệu là sự kết hợp các dấu hiệu từ ngữ, chữ cái, con số hình vẽ
với nhau thể hiện được dưới dạng đồ họa.*

2.1.1.2. Điều kiện bảo hộ nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP

Điều kiện bảo hộ nhãn hiệu được quy định tại Điều 72 Luật SHTT năm 2005 (được sửa đổi, bổ sung năm 2009, 2019, 2022), theo đó, nhãn hiệu được bảo hộ nếu đáp ứng được hai điều kiện: (i) 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 và (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. Như vậy, một trong những điều kiện quan trọng mà nhãn hiệu có thể được bảo hộ hay không là nhãn hiệu phải có “tính phân biệt” với nhãn hiệu hàng hóa, dịch vụ của chủ thể khác.

2.1.1.3. Cơ chế bảo hộ nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP

Luật SHTT năm 2005 (được sửa đổi, bổ sung năm 2009, 2019, 2022 năm 2005 (sửa đổi bổ sung năm 2009, 2019, 2022) Việt Nam có quy định về quyền đăng ký nhãn hiệu của tổ chức, cá nhân khi sản xuất hàng hóa, dịch vụ do mình cung cấp, đưa ra thị trường (Điều 87 Luật SHTT năm 2005 (được sửa đổi, bổ sung năm 2009, 2019, 2022 năm 2005 (sửa đổi bổ sung năm 2009, 2019, 2022), việc áp dụng nguyên tắc nộp đơn đầu tiên, nguyên tắc ưu tiên yêu cầu về đơn đăng ký nhãn hiệu, thủ tục xử lý đơn đăng ký nhãn hiệu... được quy định tại các

Điều 90, Điều 91, Điều 105 Luật SHTT năm 2005 (được sửa đổi, bổ sung năm 2009, 2019, 2022 năm 2005 (sửa đổi bổ sung năm 2009, 2019, 2022)).

2.1.1.4. Cơ chế xác lập quyền đối với nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP

Theo quy định, ngoại trừ đối với nhãn hiệu nổi tiếng quyền sở hữu đối với nhãn hiệu chỉ có thể có được thông qua đăng ký (Điều 6, Điều 121 Luật SHTT năm 2005 (được sửa đổi, bổ sung năm 2009, 2019, 2022 năm 2005 (sửa đổi bổ sung năm 2009, 2019, 2022)). Quyền đăng ký nhãn hiệu được quy định tại Điều 87 Luật SHTT năm 2005 (được sửa đổi, bổ sung năm 2009, 2019, 2022 năm 2005 (sửa đổi bổ sung năm 2009, 2019, 2022)).

2.1.2. Thực trạng quy định pháp luật về khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP

Thứ nhất, chuyển quyền sử dụng nhãn hiệu tập thể.

Thứ hai, quyền ngăn cấm người khác sử dụng nhãn hiệu tập thể thuộc quyền sở hữu của mình.

Thứ ba, chuyển nhượng nhãn hiệu tập thể.

2.1.3. Thực trạng quy định pháp luật về bảo vệ nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP

2.1.3.1. Biện pháp xử lý hành chính về xử lý hành vi xâm phạm nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP

Theo quy định tại Khoản 3 Điều 200 Luật SHTT năm 2005 (sửa đổi bổ sung năm 2009) thì hiện nay hệ thống cơ quan thực thi quyền SHTT bằng biện pháp hành chính gồm các cơ quan sau: Thanh tra chuyên ngành, Quản lý thị trường, Hải quan, Công an, Ủy ban nhân dân các cấp. Biện pháp xử lý hành chính đối với hành vi xâm phạm quyền với nhãn hiệu tập thể ngoài những ưu điểm như nhanh chóng đơn giản, ít tốn kém, thì vẫn còn những hạn chế nhất định trong đó mức phạt tiền được quy định cũng chưa thực sự mang tính chất răn đe đối với người thực hiện hành vi vi phạm.

2.1.4. Đánh giá thực trạng pháp luật về pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP

2.1.4.1. Quy định pháp luật về khai thác, sử dụng, quản lý nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP

Thứ nhất, về chủ thể quản lý

Thứ hai, về cơ chế quản lý.

Thứ ba, về việc xác định quyền và nghĩa vụ của các thành viên tham gia sử dụng nhãn hiệu tập thể.

Thứ tư, về việc xác định chất lượng đặc thù các sản phẩm mang nhãn hiệu tập thể.

Thứ năm, về quy mô của sản phẩm mang nhãn hiệu tập thể.

2.1.4.2. Quy định về bảo vệ nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP

Thứ nhất, biện pháp dân sự.

Thứ hai, biện pháp hình sự.

Thứ ba, biện pháp hành chính.

2.2. Thực tiễn áp dụng pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP tại Tỉnh Gia Lai.

2.2.1. Khái quát về tình hình bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP tại Tỉnh Gia Lai

Gia Lai là một tỉnh miền núi nằm ở phía bắc khu vực Tây Nguyên, miền Trung của Việt Nam và là tỉnh có diện tích lớn thứ hai Việt Nam. Tỉnh Gia Lai cũng đứng thứ nhất về diện tích và đứng thứ hai về dân số vùng Tây Nguyên. Tính đến ngày 1/4/2019, toàn tỉnh Gia Lai là đơn vị hành chính Việt Nam đông thứ 18 về số dân số với 1.513.847 người và 374.512 hộ, xếp thứ 30 về Tổng sản phẩm trên địa bàn (GRDP), xếp thứ 33 về GRDP bình quân đầu người, đứng thứ 33 về tốc độ tăng trưởng GRDP. Năm 2020 GRDP năm 2020 đạt 80.000,32 tỉ Đồng, bình quân đầu người 51,9 triệu đồng, tốc độ tăng trưởng GRDP đạt 8,00%.³

2.2.2. Những vướng mắc, bất cập phát sinh từ thực tiễn áp dụng pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP tại Tỉnh Gia Lai

Thứ nhất, đối với chủ sở hữu

Thứ hai, còn khá ít sự liên kết theo mô hình “Chuỗi liên kết sản xuất- tiêu thụ sản phẩm chủ lực đã được bảo hộ địa phương” nên các chủ thể khai thác tự tìm đầu ra cho sản phẩm của mình.

³UBND tỉnh Gia Lai (2019), Tình hình kinh tế, xã hội Gia Lai năm 2018”; xem tại: <https://gialai.gov.vn/tin-tuc/bao-cao-ve-tinh-hinh-thuc-hien-nhiem-vu-cong-tac-nam-2018-trien-khai-nhiem-vu-cong-tac-nam-2019.62292.aspx>

Thứ ba, sự hỗ trợ cho các sản phẩm được bảo hộ còn chưa đồng bộ, chẳng hạn Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn hỗ trợ về quy trình sản xuất, nuôi trồng; Sở Công thương hỗ trợ đầu ra; Sở Văn hóa- Thể thao và Du lịch xây dựng những “điểm du lịch” sinh thái, sản phẩm địa phương và an toàn.

Thứ tư, hệ thống tổ chức quản lý, kiểm soát khi đưa vào khai thác sử dụng nhãn hiệu tập thể còn hạn chế.

Thứ năm, sự phối hợp giữa chủ sở hữu tài sản trí tuệ, tổ chức kinh tế và người sản xuất trực tiếp chưa cao.

Thứ sáu, quảng bá thương hiệu sản phẩm chưa được mạnh .

Thứ bảy, nhận thức của cá nhân, tổ chức về vai trò và các quy định pháp luật về nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP còn chưa đầy đủ.

Thứ tám, khó khăn phổ biến nhất mà cần nhiều thời gian và biện pháp để khắc phục được chính là thói quen của người nông dân.

Tiểu kết chương 2

Luật SHTT 2005 sửa đổi bổ sung năm 2009, 2019, 2022 và các văn bản hướng dẫn liên quan đã quy định về cơ bản đầy đủ và chi tiết những quy định về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP. Tuy nhiên vì nhiều lý do khách quan và chủ quan từ cả mặt lập pháp và hành pháp nên đến hiện tại số lượng đơn đăng ký nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm OCOP trên địa bàn tỉnh Gia Lai nói riêng và trên phạm vi cả nước nói chung vẫn còn ít, chưa xứng với một đất nước truyền thống, nhiều bề dày về văn hóa, ẩm thực và đa dạng các làng nghề truyền thống như ở Việt Nam. Trong quá trình xây dựng và đăng ký nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm OCOP, đã nảy sinh nhiều vấn đề bất cập cần sửa đổi, bổ sung, hoàn thiện các quy định của pháp luật cũng như những biện pháp nâng cao hiệu quả quản lý của cơ quan nhà nước và tổ chức chủ sở hữu.

Thực tế hiện nay công tác xác lập quyền đối với nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm OCOP còn gặp nhiều khó khăn do tính đặc thù của đối tượng này, hồ sơ đăng ký còn chưa cao, thời gian thẩm định kéo dài do phải sửa chữa, bổ sung nhiều lần. Vì vậy cần có những biện pháp để nâng cao hiệu quả về lập pháp và hành pháp đối với vấn đề xác lập quyền đối với nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm OCOP. Các nghiên cứu tại Chương 2 là cơ sở lý luận và thực tiễn để tác giả đề xuất giải pháp hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả thực hiện pháp luật về

pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP tại Chương 3.

CHƯƠNG 3

ĐỊNH HƯỚNG, GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT VÀ NÂNG CAO HIỆU QUẢ ÁP DỤNG PHÁP LUẬT VỀ BẢO HỘ VÀ KHAI THÁC NHÃN HIỆU TẬP THỂ CHO SẢN PHẨM OCOP

3.1. Định hướng hoàn thiện pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP

3.1.1. Hoàn thiện pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP phải gắn liền với chủ trương của Đảng và Nhà nước về phát triển nông thôn mới

Phát triển nông nghiệp, nông dân, nông thôn luôn là một nhiệm vụ trọng tâm trong chiến lược phát triển kinh tế xã hội nước ta. Trong 10 năm qua, Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới đã đạt được những thành tựu to lớn, lịch sử, tạo nên bước ngoặt trong phát triển nông thôn nước ta. Diện mạo nông thôn khởi sắc, hạ tầng sản xuất, đời sống, văn hóa, xã hội thay đổi rõ rệt, đáp ứng một cách căn bản nhu cầu của người dân.

3.1.2. Hoàn thiện pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP phải bảo đảm tính thống nhất, đồng bộ, khả thi của pháp luật

Thứ nhất, việc rà soát các quy định pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP và các quy định của pháp luật có liên quan nhằm cải thiện sự đồng bộ, thống nhất, khả thi của hệ thống pháp luật.

Thứ hai, pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP chính là một trong những nội dung của QSHCN, quyền SHTT.

Thứ ba, việc xác lập quyền khai thác bảo vệ Bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP, thực chất là việc sử dụng một phương thức, công cụ kinh doanh đặc thù của kinh doanh thương mại truyền thống.

3.1.3. Hoàn thiện pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP trên cơ sở tiếp thu kinh nghiệm quốc tế

Hiệp định TRIPS được xây dựng theo hướng cho phép các quốc gia thành viên có quyền tự quyết lựa chọn pháp luật điều chỉnh các vấn đề về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP trên cơ sở phù hợp với các điều

kiện được quy định trong điều ước quốc tế này. Để bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP mang lại những lợi ích thiết thực cho Việt Nam, cần phải nghiên cứu để vận dụng triệt để các quy định tùy nghi của các điều ước quốc tế về vấn đề này cho phù hợp với chính sách của Nhà nước, lợi ích quốc gia, lợi ích xã hội và lợi ích của các bên tham gia bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP.

3.2. Giải pháp hoàn thiện pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP

3.2.1. Hoàn thiện quy định pháp luật về xác lập và công nhận nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP

3.2.1.1. Quy định về nhãn hiệu và nhãn hiệu tập thể

Thứ nhất, khái niệm nhãn hiệu

Thứ hai, bổ sung các tiêu chí điều kiện bảo hộ nhãn hiệu tập thể

3.2.1.2. Hoàn thiện quy định về cơ chế xác lập quyền đối với nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP

Dưới góc độ luật thực định, đối tượng được bảo hộ quyền SHTT ở Việt Nam chỉ khi các đối tượng này đăng ký bảo hộ tại cơ quan nhà nước có thẩm quyền đó là Cục SHTT. Tức là quyền của chủ sở hữu chỉ của nhãn hiệu nói chung và nhãn hiệu tập thể nói riêng chỉ được công nhận khi được Cục SHTT cấp giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu. Ngoài con đường này ra thì pháp luật Việt Nam không chấp nhận việc công nhận quyền sở hữu đối với nhãn hiệu dựa trên bất cứ các căn cứ nào khác.

Trong khi đó trên thế giới ngoài việc thông qua cơ chế đăng ký, các nước còn có nhiều hình thức khác nữa để công nhận chủ sở hữu đối với nhãn hiệu tập thể đó là trên cơ sở sử dụng hoặc các nước tạo ra một cơ chế chung cho việc đăng ký.

3.2.2. Hoàn thiện quy định pháp luật về khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP

3.2.2.1. Hoàn thiện quy định về chủ thể trong chuyển quyền sử dụng nhãn hiệu tập thể

Việc xác định các chủ thể có quyền chuyển quyền sử dụng nhãn hiệu tập thể được quy định tại Điều 144 Khoản 1 Luật SHTT năm 2005 (sửa đổi bổ sung năm 2009, 2019, 2022) về khái niệm “chuyển quyền sử dụng đối tượng SHCN”.

Như đã phân tích thì khái niệm “chuyển quyền sử dụng đối tượng SHCN” chưa đề cập đến hết tất cả các chủ thể có quyền chuyển quyền sử dụng đối tượng SHCN trong đó có các chủ thể có quyền chuyển quyền sử dụng nhãn hiệu tập thể. Do đó, tác giả xin đề xuất sửa đổi lại Điều 144 Khoản 1 Luật SHTT như sau: “Chuyển quyền sử dụng đối tượng SHCN là việc chủ sở hữu đối tượng SHCN hoặc chủ thể quyền hợp pháp cho phép tổ chức, cá nhân khác sử dụng đối tượng SHCN thuộc phạm vi quyền sử dụng của mình trong một phạm vi nhất định và trong một khoảng thời gian nhất định, trên cơ sở phù hợp với pháp luật cũng như thoả thuận của các bên”.

3.2.2.2. Hoàn thiện quy định về quy chế quản lý và sử dụng nhãn hiệu tập thể

Quy chế quản lý và sử dụng là tài liệu bắt buộc khi nộp đơn đăng ký nhãn hiệu tập thể. Là tài liệu bắt buộc nhưng thực tế quy chế quản lý và sử dụng này chỉ là hình thức và chưa phát huy được vai trò trong việc quản lý và sử dụng nhãn hiệu tập thể. Quy chế có quy định cụ thể về quyền và nghĩa vụ của chủ sở hữu và của thành viên sử dụng nhưng không cơ chế để xử lý các chủ thể nếu không thực hiện đúng các yêu cầu được ghi nhận trong quy chế quản lý và sử dụng chỉ là mang tính hình thức không áp dụng được trên thực tế. Hơn nữa, quy chế 98 quy định rõ quyền và nghĩa vụ của thành viên trong việc sử dụng nhãn hiệu tập thể nhưng chủ sở hữu nhãn hiệu tập thể có thể sử dụng nhãn hiệu tập thể không thì không được quy định. Không giống như Việt Nam, Tổ chức SHTT thế giới quy định “nhãn hiệu tập thể do một hiệp hội hoặc Hợp tác xã sở hữu, nhưng bản thân các tổ chức này không sử dụng nhãn hiệu tập thể mà chỉ những thành viên của họ có thể sử dụng nhãn hiệu tập thể để tiếp thị sản phẩm”

3.2.2.3. Biện pháp dân sự

Thứ nhất, phân biệt mức xác định thiệt hại và bồi thường thiệt hại.

Thứ hai, cho phép lựa chọn hình thức bồi thường thiệt hại theo luật định.

Thứ ba, bổ sung biện pháp bồi thường bằng tiền thay thế các biện pháp khắc phục khác.

Thứ tư, thành lập Toà chuyên trách giải quyết tranh chấp về quyền SHTT

3.3. Giải pháp nâng cao hiệu quả áp dụng pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP tại Tỉnh Gia Lai

3.3.1. Đẩy mạnh công tác tuyên truyền, nâng cao nhận thức của cá nhân, tổ chức về nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP

Thứ nhất, tổ chức các lớp tập huấn về SHTT

Thứ hai, tổ chức các cuộc thi tìm hiểu sáng tạo

Thứ ba, đa dạng hoá các kênh tuyên truyền, phổ biến kiến thức về SHTT

3.3.2. Hỗ trợ, hướng dẫn đăng ký xác lập và thực hiện bảo vệ nhãn hiệu tập thể hiệu quả đối với các sản phẩm OCOP

Thứ nhất, công tác hỗ trợ, hướng dẫn xác lập nhãn hiệu tập thể đối với các sản phẩm OCOP.

Thứ hai, thực hiện bảo vệ nhãn hiệu tập thể đối với các sản phẩm OCOP.

3.3.3. Chú trọng vào đảm bảo chất lượng sản phẩm, quảng bá và phát triển sản phẩm OCOP sau khi được bảo hộ nhãn hiệu tập thể

Thứ nhất, đảm bảo chất lượng sản phẩm OCOP

Thứ hai, quảng bá, phát triển sản phẩm OCOP

Tiểu kết Chương 3

Từ những nguyên nhân, tồn tại đã nêu ở chương 2, tác giả đã đề xuất một giải pháp hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả thực hiện pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP tại tỉnh Gia Lai. Tiếp tục hoàn thiện các quy định của pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP; cải thiện chất lượng hồ sơ đăng ký; tăng cường công tác quản lý trong việc xác lập quyền đối với nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP và các giải pháp hỗ trợ phát triển nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP tại tỉnh Gia Lai. Tất cả các giải pháp này phải được thực hiện nghiêm túc và đồng bộ. Có như thế, công tác xây dựng và xác lập quyền đối với nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP mới thực sự mang lại hiệu quả, số lượng các nhãn hiệu tập thể của sản phẩm OCOP được cấp văn bằng bảo hộ mới tăng lên, góp phần làm tăng giá trị của các sản phẩm đặc sản địa phương, nâng cao thu nhập của người sản xuất và kinh tế nông thôn.

KẾT LUẬN

Có thể nói để nhãn hiệu tập thể có vai trò quan trọng trong nền kinh tế, đặc biệt trong nền kinh tế thị trường nền kinh tế thị trường là một nền kinh tế năng động luôn thay đổi. Nền kinh tế với nhiều hàng hóa, dịch vụ của rất nhiều chủ thể kinh doanh khác nhau để người tiêu dùng nhận biết được sản phẩm và lựa chọn chính xác và nhanh chóng sản phẩm hàng hóa họ cần thì việc đặt tên cho sản phẩm đó thật sự cần thiết. Tuy nhiên, đối với các khu vực, vùng, miền có nhiều doanh nghiệp, hộ gia đình, cá nhân cùng sản xuất, kinh doanh một loại hàng hóa, dịch vụ. Nếu mỗi doanh nghiệp, hộ gia đình, cá nhân này lại xây dựng một nhãn hiệu riêng biệt thì nó khó có thể vượt qua được rào cản về quy mô nhỏ và bị thị trường phân lập.

Để khắc phục những hạn chế đó thì giải pháp xây dựng nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP được cho là có tính khả thi cao, giải quyết được nhiều hạn chế, yếu kém khi xây dựng các nhãn hiệu riêng biệt. Khi đó, nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP là cầu nối chỉ dẫn cho mọi người về những đặc tính cụ thể của sản phẩm. Nó không chỉ giúp xác định nguồn gốc, xuất xứ của sản phẩm mà còn giúp cho tổ chức, doanh nghiệp sở hữu nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP có thể tiếp thị, quảng bá sản phẩm rộng rãi.

Việc quảng bá rộng rãi các sản phẩm được đăng ký nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP thường mang đặc trưng của một vùng nhất định. Trong trường hợp đó, việc tạo ra một nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP không chỉ hỗ trợ tiếp thị sản phẩm ở thị trường trong nước mà còn có thể tiếp thị sản phẩm ra trường quốc tế. Bên cạnh đó, nó còn cung cấp cơ sở cho việc hợp tác giữa những nhà sản xuất trong nước.

Thực tiễn cho thấy, nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP đối với sản phẩm OCOP từng bước góp phần tăng cường vai trò của chủ sở hữu nhãn hiệu tập thể như hợp tác xã, các hội, hiệp hội; tạo lợi thế cạnh tranh không nhỏ khi chiếm lĩnh thị trường.

Ở nước ta hiện nay, để nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP có thể tồn tại và phát triển trong xu thế phát triển và hội nhập khi nước ta đã là thành viên của nhiều tổ chức thương mại trên thế giới. Đã có nhiều hiệp định thương mại tự do thế hệ mới được ký kết trong đó Hiệp định CP TTP (đã có hiệu lực),

Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU (EVFTA)...vvv; là những tiền đề tạo cơ hội hợp tác nhưng cũng là thách thức cho hàng hóa, dịch vụ ở nước ta. Trước bối cảnh đó, việc xác lập quyền đối với nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP phải có cơ chế, chính sách và quy định cụ thể, phù hợp với thực tiễn của đất nước cũng như các điều ước quốc tế mà Việt Nam là thành viên.

Trong phạm vi nghiên cứu luận văn, tác giả đã phân tích và đánh giá thực trạng quy định của pháp luật Việt Nam về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP, có sự so sánh luật pháp về SHTT với một số quốc gia và các điều ước quốc tế có liên quan và từ thực tiễn triển khai thực hiện tại Việt Nam và đánh giá thực trạng thực hiện pháp luật về bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP trên địa bàn tỉnh Gia Lai, từ đó, tác giả đưa ra một số kiến nghị, giải pháp nhằm hoàn thiện các quy định pháp luật, các giải pháp khác đối với các chủ thể có liên quan để bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm OCOP đã được bảo hộ trên địa bàn tỉnh trong thời gian tới

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ban Chỉ đạo chương trình OCOP, UBND tỉnh Gia Lai (2021), Kế hoạch triển khai Chương trình Mỗi xã, phường một sản phẩm năm 2021
2. Báo Người lao động (2023), Du lịch với sản phẩm OCOP; xem tại: <https://nld.com.vn/goc-nhin/du-lich-voi-san-pham-ocop-20230205220451695.htm>, truy cập 2/2023
3. Báo Biên phòng (2022), Gia Lai phân đấu đến năm 2025 có 395 sản phẩm OCOP; xem tại: <https://www.bienphong.com.vn/gia-lai-phan-dau-den-nam-2025-co-395-san-pham-ocop-post456726.html>, truy cập 2/2023
4. Bộ Nông nghiệp và phát triển Nông thôn (2020), “*Bộ tài liệu tập huấn những kiến thức cơ bản về Chương trình OCOP*”, Hà Nội.
5. Bộ KH&CN (2019), Báo cáo tổng kết thi hành Luật Sở hữu trí tuệ, Hà Nội
6. Bộ KH&CN (2019), Tờ trình đề nghị xây dựng Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Sở hữu trí tuệ,.
7. Thuý Hồng (2022), Còn nhiều hạn chế trong phát triển các sản phẩm OCOP; xem tại: <https://baodantoc.vn/con-nhieu-han-che-trong-phat-trien-cac-san-pham-ocop-1647681157522.htm>, truy cập 2/2023
8. Trần Mạnh Hùng, Nguyễn Tuấn Linh (2021), Cần thành lập tòa án chuyên trách về sở hữu trí tuệ; xem tại: <https://baodautu.vn/can-thanh-lap-toa-an-chuyen-trach-ve-so-huu-tri-tue-d144711.html>, truy cập 2/2023
9. Trần Thị Kim Hương (2018), “*Xác lập quyền đối với nhãn hiệu tập thể - Thực trạng pháp luật và thực tiễn tại tỉnh Hà Nam*”, Luận văn thạc sĩ Luật học, Trường Đại học Luật Hà Nội.
10. Kamil Idris. SHTT – một công cụ đắc lực để phát triển kinh tế, WIPO (bản tiếng Việt). Cục SHTT dịch và xuất bản, năm 2000

11. Hoàng Văn Minh (2019), “*Xây dựng và bảo hộ nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm rau bò khai tại huyện Na Rì, tỉnh Bắc Kạn*”, Luận văn thạc sĩ Luật học, Trường Đại học Luật Hà Nội.

12. Vũ Thị Hằng Nga (2016), *Pháp luật về đăng ký nhãn hiệu và thực tiễn thực hiện tại Tỉnh Hải Dương*, Luận văn thạc sĩ, Viện Đại Học Mở Hà Nội,

13. Biện Văn Ngoan (2017), “*Pháp luật về nhãn hiệu tập thể và giải pháp phát triển nhãn hiệu tập thể trên địa bàn tỉnh Cà Mau*”, Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.

14. Đinh Văn Mậu, Phạm Hồng Thái (2001), *Lý luận chung về nhà nước và pháp luật*, Nxb. Chính trị quốc gia.

15. Hoàng Lan Phương (2011), *Pháp luật Việt Nam về thương mại hoá quyền sở hữu trí tuệ*, Luận văn thạc sĩ Luật học, Trường Đại học Luật Hà Nội,

16. Nguyễn Xuân Quang (2015), “*Xử lý vi phạm nhãn hiệu theo pháp luật Việt Nam*”, Luận án tiến sĩ luật học, Học viện Khoa học xã hội, Viện hàn lâm Khoa học xã hội VN.

17. Lê Công Trung (2016), *Pháp luật về quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu ở Việt Nam*, Luận văn thạc sĩ, Viện Đại Học Mở Hà Nội,

18. Phùng Trung Tập (2021), *Quyền sở hữu trí tuệ, bảo vệ và chuyển giao*, Nxb. Công an Nhân dân,

19. Nguyễn Xuân Tú (2018), *Quyền của chủ sở hữu nhãn hiệu theo quy định của pháp luật Việt Nam*, Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Mở Hà Nội,

20. Nguyễn Thị Thuỷ (2018), *Bảo hộ nhãn hiệu theo pháp luật sở hữu trí tuệ ở Việt Nam hiện nay*, Luận văn thạc sĩ, Học viện Khoa học xã hội

21. Trần Chí Thành (2016), *Bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với nhãn hiệu từ thực tiễn tỉnh Bắc Giang*, Luận văn thạc sĩ, Học viện Khoa học xã hội

22. Đinh Mạnh Tuấn, Nguyễn Thị Phương Dung (2019), “Quy định pháp lý về bảo vệ tài sản trí tuệ công nghiệp ở Nhật Bản và một số khuyến nghị đối với Việt Nam”, Tạp chí Cộng sản, Số chuyên đề 6, tr. 92-96.

23. Võ Tân Triều (2019), “Thực thi quyền sở hữu trí tuệ ở Việt Nam”, Luận văn thạc sĩ luật kinh tế, Trường Đại học Luật- Đại học Huế, tr.56-57.

24. Hà Thị Nguyệt Thu (2017), “Hoàn thiện pháp luật về xử lý hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu ở Việt Nam”, Luận án tiến sĩ lý luận và lịch sử Nhà nước và pháp luật, Học viện CTQG Hồ Chí Minh

25. UBND tỉnh Gia Lai (2019), “Tình hình kinh tế, xã hội Gia Lai năm 2018”; xem tại: <https://gialai.gov.vn/tin-tuc/bao-cao-ve-tinh-hinh-thuc-hien-nhiem-vu-cong-tac-nam-2018-trien-khai-nhiem-vu-cong-tac-nam-2019.62292.aspx>, truy cập 2/2023

26. Tạp chí Kinh tế Nông thôn (2023), Gia Lai công bố 109 sản phẩm OCOP đạt 3-4 sao cấp tỉnh; xem tại: https://kinhtenongthon.vn/55404_Gia-Lai-cong-bo-109-san-pham-OCOP-dat-3-4-sao-cap, truy cập 2/2023

27. Sở KH&CN tỉnh Gia Lai (2020), Báo cáo Kết quả hoạt động SHTT giai đoạn 2018-2020 tỉnh Gia Lai, ngày 21/07/2020

28. Trường Đại học Luật Hà Nội (2012), Thực trạng thương mại hoá và bảo vệ tài sản trí tuệ của các doanh nghiệp Việt Nam, Kỷ yếu hội thảo khoa học

29. Nguyễn Thanh Tùng (2018), Bàn về khái niệm nhãn hiệu trong luật Sở hữu trí tuệ năm 2005 được sửa đổi, bổ sung năm 2009 dưới góc độ luật so sánh, Tạp chí Tòa án nhân dân, số 16, tr. 20-24

30. Tạ Đình Tuyên (2021), Mô hình Tòa chuyên trách về sở hữu trí tuệ của một số quốc gia trên thế giới và khuyến nghị đối với Việt Nam, Tạp chí TAND điện tử; xem tại: <https://tapchitoaan.vn/mo-hinh-toa-chuyen-trach-ve-so-huu-tri-tue-cua-mot-so-quoc-gia-tren-the-gioi-va-khuyen-nghi-doi-voi-viet-nam>, truy cập 2/2023

31. Đoàn Văn Tiềm (2019), “*Bảo hộ nhãn hiệu tập thể theo pháp luật Việt Nam hiện nay*”, Luận văn thạc sĩ, Học viện Khoa học xã hội.

32. Lê Thị Vân (2013), “*Bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu tập thể theo luật Sở hữu trí tuệ Việt Nam*”, Luận văn thạc sĩ, Khoa Luật Đại học Quốc gia Hà Nội.