

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

BỘ TƯ PHÁP

TRƯỜNG ĐẠI HỌC LUẬT HÀ NỘI

NGUYỄN THỊ NGUYỆT

ĐỀ TÀI
PHÁP LUẬT VỀ KIỂM SOÁT HOẠT ĐỘNG KHAI THÁC
THƯƠNG MẠI ĐỐI VỚI CHỈ DẪN ĐỊA LÝ

Chuyên ngành: Luật kinh tế

Mã số: 9380107

SẢN PHẨM KHOA HỌC

Người hướng dẫn khoa học: 1. TS. Đoàn Trung Kiên
2. TS. Nguyễn Thị Tình

Hà Nội – 2026

MỤC LỤC

Số TT	Tên công trình	Thời gian công bố	Nơi công bố	Số trang
1	Regulations on Rights and Obligations to Self-Control the Use of Geographical Indications under Vietnamese Law	Tháng 12/2024	Pakistan Journal of Life and Social Sciences, Volume 22 (2), 12/2024, pp. 17497-17506	01
2	Nhận diện hành vi cạnh tranh không lành mạnh liên quan đến chỉ dẫn địa lý trong sử dụng chỉ dẫn thương mại theo pháp luật Việt Nam	Tháng 12/2024	Khoa học Kiểm sát, số 12 (84), 2024	15



RESEARCH ARTICLE

Regulations on Rights and Obligations to Self-Control the Use of Geographical Indications under Vietnamese Law

Nguyen Thi Nguyet

Faculty of Law, Thuongmai University, Vietnam

ARTICLE INFO	ABSTRACT
Received: Oct 17, 2024 Accepted: Dec 5, 2024	Despite existing legislation offering frameworks for oversight and self-regulation in the manufacturing and commerce of goods with geographical indications by entities and individuals, significant challenges persist regarding product quality and the regulation of geographical indications' usage. This significantly impacts consumer rights and the manufacture and trade of items with geographical indications by organisations and people in the marketplace. The origin of this predicament stems from deficiencies in the legislative regulatory framework. This article examines the legal provisions governing the rights and obligations associated with the self-regulation of geographical indications to guarantee the distinctive quality and geographical origin of products that bear such indications. Subsequently, measures are proposed to enhance legal regulations concerning the rights and obligations of organisations utilising geographical markers in the self-regulation of their usage.
Keywords	
<i>Law</i>	
<i>Geographical indications</i>	
<i>Self-control</i>	
*Corresponding Author: nguyet.nt@tmu.edu.vn	

INTRODUCTION

Concept of geographical indications and behavior of using geographical indications

Vietnam is known as an agricultural country and most localities have typical products, creating the strength of the local agricultural economy. Geographical indications primarily enhance the value of goods, especially agricultural products. Products with geographical indications often receive the trust of consumers because of their special quality and safety. Thus, products with geographical indications are better positioned to stand out, even have more value than similar products on the market.

The 1994 Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPs Agreement) officially used the concept of “geographical indication” based on the two terms “indication of source” and “appellation of origin” mentioned in the 1883 Paris Convention for the Protection of Industrial Property (Paris Convention 1883) and the 1891 Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks (Madrid Agreement 1891). According to this Agreement, geographical indications are understood as “indications that identify goods as originating in the territory of a Member or a region or locality in that territory, where a given quality, reputation or other

characteristic of the good is essentially attributable to its geographical origin”¹. The above concept shows that geographical indications can be any signs that indicate the origin of a product produced in a certain territory, locality or region. In which, the product bearing the geographical indication has quality, reputation or characteristics which are mainly determined by the geographical origin.

In Vietnam, for the first time, geographical indications were stipulated in Decree 54/2000/ND-CP dated October 3, 2000 and were protected at the same time as the appellation of origin of goods. The Intellectual Property Law 2005, amended and supplemented in 2009, 2019, 2022 (Intellectual Property Law 2005), has removed the term unified appellation of origin of goods and only uses the term geographical indication.. Clause 4, Article 22 of the 2005 Law on Intellectual Property stipulates: “A geographical indication is a sign used to indicate a product originating from a specific region, locality, territory or country”. Based on the characteristic of geographical indications as indicating the origin of a product, signs recognized as geographical indications must be visual signs such as words, images, and symbols. Thus, geographical indications can be any sign indicating the origin of a product. According to the provisions of Vietnamese law, geographical indications are owned by the State, therefore, those who have the right to use geographical indications only have the right to use but do not have ownership rights over geographical indications².

Currently, there is no unified definition of the term “use of geographical indications”. In the common sense, use is understood as “to use for a certain purpose”³. For a property in general, the right to use a property is the right to exploit the utility and enjoy the benefits and profits from the property within the permitted scope⁴. Thus, the law allows people to have the right to use property through applying the features and uses of the property to production and business activities to enjoy material benefits.

In which the law considers industrial property rights as a type of property, so the owner of the industrial property right has the exclusive right to apply the features and uses of that industrial property object to commercial production and business activities in order to gain benefits. However, there are many different types of industrial property objects with different properties and uses, so the act of using industrial property objects needs to be determined for each specific object. As for inventions, industrial designs, and semiconductor integrated circuit layout designs, these are objects with technical creativity, mainly exploited in industrial production activities to create products to serve the needs of life and society⁵. However, commercial indications such as geographical indications do not have the function of creating physical products, but contain signs attached to products with the purpose of providing information to consumers about the origin of the goods⁶, so the use of geographical indications only includes the exploitation of commercial uses and circulation⁷.

From a legal perspective, the laws of each country have different regulations on the form of implementation of the act of using geographical indications. Current Vietnamese law does not define what is considered an act of commercial exploitation, but lists acts of using geographical indications including⁸: Attaching protected geographical indications to goods, packaging of goods, means of business, transaction documents in business activities; Circulating, offering for sale, advertising for sale, storing for sale goods bearing protected geographical indications; Importing goods bearing protected geographical indications. According to Article L.722.1 of the French Intellectual Property

¹ Article 22.1 of the TRIPS Agreement

² Clause 4, Article 121 of the Law on Intellectual Property 2005

³ Institute of Linguistics (2006), Vietnamese Dictionary, Da Nang Publishing House, page 876

⁴ Article 189, Article 190 of the Civil Code 2015

⁵ Hanoi Law University, Intellectual Property Law Textbook, People's Police Publishing House, 2021, page 130

⁶ Hanoi Law University, Intellectual Property Law Textbook, People's Police Publishing House, 2021, page 131

⁷ Pham Van Tuyet, Le Kim Giang, Intellectual property and technology transfer, Hanoi Justice Publishing House, 2008, page 188

⁸ Clause 7, Article 124 of the 2005 Law on Intellectual Property, amended and supplemented in 2009, 2019 and 2022

Code, it can be understood that the act of using geographical indications includes the production, offering for sale, selling, placing on the market, importing, exporting, transporting, using or storing goods bearing geographical indications. This provision of the French Intellectual Property Code also recognizes acts of using geographical indications more broadly than Vietnamese law⁹. In addition, Article 18.77.2 of the Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP) stipulates that criminal sanctions must be imposed on the import or export of counterfeit trademark goods (or commitments can be implemented through the handling of acts of distributing or selling counterfeit trademark goods) on a commercial scale.

The predominant interpretation of geographical indications is their utilisation as a means of leveraging registered geographical indications, in accordance with legal provisions, to fulfil specific interests and objectives of the entities entitled to their use.

From the above concept, it can be seen that the behavior of using geographical indications has the following characteristics:

- Firstly, the act of using geographical indications is carried out by many different entities. While for other objects of industrial property rights such as inventions, industrial designs, trademarks, etc., the owner has the exclusive right to use the object he registered, geographical indications are considered common property that many different entities have the right to use. The registration of a geographical indication is not intended to create a monopoly but mainly to combat counterfeiting and unfair competition. Therefore, all individuals and organizations in the defined geographical area, when meeting the conditions, will have the right to use geographical indications.

- Second, the right to use geographical indications is a non-transferable right. Some industrial property objects such as inventions, designs, trademarks, the owner of these objects has the right to transfer the right to use or transfer ownership to another party. However, for geographical indications, due to the nature of an object closely related to the territory, the transfer will not be possible. This is also explained by the reason that the protected object here is not owned by the user.

The acts of using geographical indications can be classified into two groups: (i) The group of acts of directly using geographical indications: acts of directly using geographical indications include: acts of attaching (printing, pasting, sticking, casting, stamping or in other similar forms) protected geographical indications to goods, packaging of goods, means of business, transaction documents in business activities; (ii) The group of acts of directly using goods bearing geographical indications includes: acts of circulating, offering for sale, advertising for sale, storing for sale goods bearing geographical indications and acts of importing protected geographical indications. However, in practice, this distinction is only relative.

Concept of self-control of the use of geographical indications

“Control” is understood in many different ways. According to Henri Fayol, control is a commitment that includes recognizing all activities performed in accordance with accepted plans, procedures and principles. The object of control is to point out errors for correction and prevention. According to him, the control function includes: (i) Checking all activities against predetermined plans and principles; (ii) Taking appropriate corrective actions; (iii) Periodically checking weaknesses, errors and deviations from the plan; (vi) Checking the plan to ensure it is up to date and appropriate to the context. (Chartered Management Institute, 1999). According to Harold Koontz, control is the measurement and correction measures to ensure that goals and plans have been completed. According to Robert J. Mockler, Control is a systematic effort in business administration to compare performance with standards, plans, and set goals. From there, determine the appropriateness and

⁹ See Article L.722.1 of the French Intellectual Property Code 2014 on determining infringement of geographical indications <https://www.wipo.int/wipolex/en/text/585611> accessed 23.4.2024

take any necessary corrective actions to demonstrate that business resources are being used effectively and efficiently to achieve goals. In Vietnam, Vu Thieu and his colleagues believe that: "Control is the measurement and correction of performance to ensure that the goals of the enterprise and the plans outlined to achieve these goals are being completed"¹⁰. Although there are differences, in essence, control activities are understood to include activities aimed at checking to ensure that performance results meet the standards, plans, and set goals.

Thus, controlling the use of geographical indications can be understood as an inspection activity to ensure that the results of using geographical indications meet the standards and procedures recognized by the State. In other words, controlling the use of geographical indications can be understood as the process of checking the implementation of "commitments" between the owner of geographical indications and the State. In which, the State recognizes and grants privileges to the subjects, in return the subjects of rights to geographical indications commit to providing the market with products of a defined geographical origin that meet the criteria of quality, reputation and characteristics set forth in the Description¹¹. Therefore, to ensure that products with geographical indications comply with the criteria stated in the Description, control by both the State and the subject of rights is necessary. In which, self-control by the subject using geographical indications is indispensable. Self-regulation efforts may occur during the production process of products bearing geographical indications as well as when the products are circulated on the market.

At present, there is no official definition for self-regulation of geographical indications. However, there is a study that defines "self-management in the protection and enforcement of industrial property rights for geographical indications" as follows: "Self-management in the protection and enforcement of industrial property rights for geographical indications is the participation¹² of production households and local production organizations in the production¹³ and circulation of products bearing geographical indications in order to protect their legitimate rights and interests, contributing to the sustainable development and construction of local geographical indications".

Self-management to control the quality of products bearing geographical indications is carried out by the producers themselves. Although only producers who meet certain conditions are allowed to use geographical indications. However, self-control is carried out by the producers themselves to ensure not only the general reputation of the geographical indication but also the personal reputation of the producers.

Within the scope of the article, the author believes that: self-control of the use of geographical indications is understood as all activities of reviewing, monitoring, and evaluating the use of geographical indications according to the provisions of law carried out by the subject using geographical indications, through which it is possible to prevent and eliminate risks and wrongdoings of the subject using geographical indications themselves in the production of products

¹⁰ Vu Thieu, Nguyen Manh Quan, Nguyen Dang Dau (1993), *Core issues of management*, Hanoi Science and Technology Publishing House

¹¹ Vu Xuan Truong, Le Thi Thu Ha, "Controlling Vietnam's Geographical Indications in the Context of Implementing the Vietnam - EU Free Trade Agreement: A Case Study of Phu Quoc Fish Sauce", *Journal of Commercial Science*, No. 93/2016, page 55

¹² Conduct inspections of raw material origin; orient, inspect and supervise production, processing and product quality; confirm products bearing protected geographical indications; monitor compliance with regulations in production; processing; control the transfer of usage rights between production households, processing households and commercial households.

¹³ Manufacturing establishments must comply with the controlled processes listed in the registration dossier before being granted the right to use the GI. Even when this requirement is met, the quality of the products of those manufacturers varies.

bearing geographical indications, ensuring the maintenance of the specific properties and origin of products bearing geographical indications.

Legal regulations on rights and obligations in self-control activities of using geographical indications

Firstly, Regulations on the responsibilities of organizations and individuals producing products with geographical indications in self-control of the use of geographical indications

From the perspective of national law, the protection mechanism for geographical indications is not enough to only recognize the rights of the subjects, but also requires appropriate measures to prevent and combat illegal commercial exploitation of geographical indications by subjects without the right to use them.

The important factor of geographical indications compared to other industrial property objects is the combination of three factors including product, place of origin, and factors related to quality. Therefore, the key point of geographical indication protection is the mechanism to ensure the ability to trace the geographical origin of the product and ensure the specificity of the product through the process of strict control of product quality.

As presented above, to be granted a certificate of geographical indication, it is necessary to establish a Regulation on the management of geographical indications. This regulation is required by law to record the responsibility of organizations and individuals using geographical indications in controlling the use of geographical indications, specifically¹⁴: Ensuring the maintenance of the characteristics, specific quality, and reputation of products bearing geographical indications. This can be understood that organizations or individuals producing products bearing geographical indications self-control their own products. Based on the instructions and production processes established for the products, organizations and individuals producing products bearing geographical indications voluntarily comply with the regulations on the production of products bearing geographical indications and self-control the quality of their products to ensure the requirements stated in the Product Description. Geographical indication control is different from general product quality control, which is to control the specific features of products bearing geographical indications such as: whether the product is truly produced in the specified geographical area; whether the quality meets the standards specified in the Description or not. Hygiene and food safety control... are carried out by other administrative control organizations.

In the organization of geographical indication control, organizations and individuals using geographical indications must themselves come up with methods to control the specific quality of products bearing geographical indications. The law only provides general regulations on the responsibility to maintain the specific nature, quality and reputation of products bearing geographical indications, does not provide specific self-control methods that organizations and individuals using geographical indications must implement, but allows them to develop and apply necessary methods. Such regulations are completely reasonable for the following reasons: (i) First, the control method depends on the nature and conditions of production of each product, which will be different, so letting production organizations self-regulate will create suitability for each type of product and flexibility for organizations in the production process and self-control of the quality of their products; (ii) Second, although it is necessary to comply with the specific quality recorded in the description, the quality of products produced among manufacturers in a geographical area will not be uniform. Therefore, there is still competition between manufacturing organizations on quality, both to ensure the regulations in the description and to affirm the quality of their products to customers and to enhance the prestige and reputation of their manufacturing facilities in the market.

¹⁴ a 4, a Clause 2 Article 38 Decree 65/2023/ND-CP Decree implementing the 2005 Law on Intellectual Property on industrial property (Decree 65/2023/ND-CP)

As for the geographical indication of “Phu Quoc” fish sauce, the process of self-control, supervision and monitoring of the use of geographical indications by individuals and organizations granted the right to use geographical indications. This self-control activity is stipulated in the Regulations on the management of geographical indications of Phu Quoc fish sauce and must comply with the provisions of the Control Plan to ensure the conditions for the protection of geographical indications. Organizations and individuals granted a certificate of the right to use geographical indications must organize control, including the following main requirements: (i) organize management by fermentation tank according to the tank code, record goods, monitor all activities in production and quality of final products; (ii) monitor the use of stamps and labels of goods in accordance with regulations; (iii) control, evaluate sensory, analyze product quality when detecting suspicious signs¹⁵.

Second, Regulations on the right to participate in developing regulations on management of geographical indications, including control mechanisms

In order to effectively manage geographical indications, thereby ensuring the quality of products with geographical indications and the reputation of geographical indications, it is necessary to have a unified regulation in the management of geographical indications, avoiding arbitrariness, unfairness and transparency in geographical indication management activities. The development and promulgation of regulations on geographical indication management is the responsibility of the geographical indication management organization - this is a new point of Decree 65/2023/ND-CP when regulating geographical indications. Assigning responsibility to the geographical indication management organization is reasonable because geographical indications are the common property of local product manufacturers, who are most knowledgeable about the quality characteristics as well as the production process. In other words, the organization representing the geographical indication management of product manufacturers is the one who best understands the characteristics of the product, and at the same time best understands its management capacity. Therefore, the organization managing geographical indications will develop a geographical indication management regulation suitable for the geographical indications it manages.

According to the provisions of law, the control of the use of geographical indications is a content of the Regulations on the management of geographical indications that the Geographical Indication Management Organization must be responsible for developing and promulgating. The law does not provide a general management regulation for all geographical indications, but allows the management organization for each specific geographical indication to develop its own separate management regulation for that geographical indication. However, the law also stipulates that the management regulation must meet certain conditions: (i) the regulations on the management of geographical indications must include main contents such as regulations on products bearing geographical indications, regulations on the recognition of organizations and individuals using geographical indications, mechanisms for inspection and control of the use of geographical indications, rights and responsibilities of organizations and individuals using geographical indications, etc.¹⁶; (ii) solicit opinions from organizations and individuals producing products bearing geographical indications before promulgation; (iii) not unreasonably restrict the legal right to use geographical indications of organizations and individuals producing products bearing geographical indications¹⁷.

¹⁵ Handbook on management and use of geographical indications of Phu Quoc fish sauce for fish sauce products, <https://thuvien.hlu.edu.vn/KIPOSATA0/KIPOSSysWebFiles/files/SanPham/TaiLieuDuAnMuTrap/GT%2C%20STK/SoTayHuongDanVaSuDungChiDanDiaLyPhuQuoc.pdf>, accessed on December 4, 2024

¹⁶ Point a Clause 2 Article 38 Decree 65/2023/ND-CP

¹⁷ Point b, c Clause 2 Article 38 Decree 65/2023/ND-CP

Although there are regulations on self-control measures for the use of geographical indications, the law still has some shortcomings in legal regulations and practices as follows:

+ Firstly, the control here is only one-way, the enterprise itself implements control measures for its product production activities, without mentioning cross-control measures between enterprises in the same production area.

Control and monitor the use of the brand: the activities of the enterprise and the brand are directly linked to each other, so the management and exploitation of the brand must be reasonable and carefully prepared. The activity of controlling the use of the brand means controlling the information transmitted to consumers; monitoring the use of the brand by competitors to minimize the risks that affect the enterprise's brand... Controlling the use of the brand also includes actions to protect against infringement, acts of brand abuse that reduce the prestige, reputation and value of the enterprise's products. Self-control is carried out by organizations and individuals who directly use the geographical indication, so it can be understood that they control the quality and origin of products with their geographical indications, but at the same time it can be understood as mutual control between organizations and individuals using the same geographical indication. However, currently the law does not have any regulations allowing these organizations and individuals to control each other.

+ Second, there is a lack of self-control mechanism between production facilities and business establishments of products with geographical indications attached.

It is possible that the production stage of the product with the geographical indication has ensured the origin, quality, and specific characteristics of the product with the geographical indication as stated in the Description, however, in the intermediary stage between the manufacturer and the consumer, there is a business department. And the product quality may be reduced and not guaranteed when the product is transferred to the hands of the business intermediary.

It can be seen that in the process of packaging, preserving and transporting goods, there has not been a clear interest, close supervision and strict management of the products protected by this directive. Therefore, it has caused a decline in the quality of goods when they reach consumers, because through intermediate stages, the products are easily mixed with ingredients, the transportation time is long, and the weather conditions are not guaranteed, leading to an impact on the true quality of the protected GI product. The case of Shan Tuyet Moc Chau tea GI is typical of that situation when the product is only packaged in 35 kg bags and transported to other places for sale, accounting for up to 90%¹⁸. When the product reaches the hands of the intermediate distributor, it is opened and packaged into individual packages for consumption, it is inevitable that the goods will be mixed with similar products from other places. This causes the quality of agricultural products with geographical indications to decline and their reputation to be lowered compared to other commodities¹⁹.

+ Third, inadequacies in practice and legal regulations on subjects participating in the development of technical procedures and procedures for controlling geographical indications.

Before this regulation, in fact, for each geographical indication, there were regulations on the management of geographical indications in general and regulations on the self-control mechanism for the use of geographical indications in particular. However, not all regulations on the management of geographical indications are effective, but there are some practical shortcomings related to the implementation of self-control of geographical indications in practice: difficulties in fully complying

¹⁸ Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn, Những giải pháp để phát triển đăng ký cho các sản phẩm đặc sản ở Việt Nam, NXB. Nông nghiệp, 2007

¹⁹ Nguyen Manh Hoang, Pham Thi Phuong Mai, "Some recommendations on the use and protection of geographical indications for agricultural products in Vietnam", *Journal of Marine Science and Technology*, No. 68 (11-2021), 2021

with the production regulations according to the Description of Specific Characteristics approved by the State. For example, in the case of Phu Quoc fish sauce production facilities, there are problems in the product consumption stage. If they fully comply with the production regulations according to the Product Description, the product cost is quite high, the product will mainly be distributed in the high-end market segment while many facilities do not have enough capacity to develop this distribution channel. In addition, these production facilities also face difficulties in the lack of anchovy raw materials, bottling products at the production site... during the product production process²⁰.

One of the main reasons for this problem is that currently, organizations and individuals doing business in Vietnam have a rather vague role in the development of the Description of the specific characteristics of products with geographical indications, regulations on the management of geographical indications... In reality, these organizations and individuals are not the main participants in the process of developing the Description of the specific characteristics of products, participating in the development of regulations on the management of geographical indications. This leads to disagreements in the product production process as well as controlling the production of products according to the Description. In the case of developing registration dossiers, technical processes for geographical indications of Phu Quoc fish sauce on fishing techniques and fish soaking standards are a typical example. Only about 30% of manufacturing enterprises participate in the process of developing technical regulations and there is no participation of fishermen, raw material collectors, and regulations are developed by enterprises.

In addition, in the process of developing the description and regulations on management of geographical indications, other relevant organizations and individuals have not been mobilized to contribute their opinions to develop the description of specific characteristics of the product, technical process, regulations on management and control of products with geographical indications, etc. This can easily lead to conflicts of rights and interests between relevant entities, causing complications in the process of controlling product quality. Typically, the current ban on businesses bottling fish sauce with Phu Quoc label in Ho Chi Minh City has caused many reactions. These businesses said that there has been no research proving that bottling in Ho Chi Minh City causes changes in the quality and characteristics of Phu Quoc fish sauce. In addition, businesses in Ho Chi Minh City are the place where Phu Quoc fish sauce indications are developed and commercialized. If they are not allowed to bottle in Ho Chi Minh City, part of this industry will not develop. At the same time, bottling in Phu Quoc and transporting the product to Ho Chi Minh City will certainly increase the selling price of the product. Thus, the regulations on control are too tight and strict in the Management Regulations and technical processes of the geographical indication of Phu Quoc fish sauce, which restricts and discourages a part of the participants in using the geographical indication.

Some recommendations to improve the law on rights and obligations in self-control activities of organizations and individuals producing products with geographical indications

First, supplement regulations on cross-control rights between manufacturing enterprises in the same production area.

First of all, based on the theory of intellectual property, intellectual property rights are a worthy reward for investment in creative activities - as a driving force for the development of the whole society. For geographical indications, the community of producers and traders are those who have invested manual and intellectual labor to create the process, know-how and reputation of the product throughout history, so their legal rights to geographical indications must be higher than the right to use geographical indications simply granted by the State. In addition, reality shows that, from the

²⁰ Vu Xuan Truong, Le Thi Thu Ha, "Vietnam's control of geographical indications in the context of implementing the Vietnam – EU Free Trade Agreement: A case study of Phu Quoc fish sauce", *Journal of Commercial Science*, No. 93/2016, page 60

registration process to the management process of geographical indications, without the contribution of production and business entities in building specific criteria and standards of geographical indications and ensuring these criteria and standards in the production and business process, geographical indications do not exist. Therefore, production and business entities need to take a proactive role in controlling the use of geographical indications by their production establishments and have cross-control over the use of geographical indications by other production establishments.

However, it can be seen that the control here is only one-way, the enterprise itself implements control measures for its product production activities, without mentioning cross-control measures between enterprises in the same production area. Controlling internal deterioration and protecting against external infringement are necessary and must be done simultaneously. Therefore, the law needs to have regulations on the rights and responsibilities of organizations and individuals producing cross-control between organizations and individuals producing products with geographical indications.

Self-control is carried out by organizations and individuals who directly use geographical indications, so it can be understood that they control the quality and origin of their products with geographical indications, but at the same time it can be understood as mutual control between organizations and individuals using the same geographical indication. However, the law currently does not have any regulations allowing these organizations and individuals to control each other. Cross-control activities between organizations and individuals producing products with geographical indications are necessary because of their high efficiency. Because of the specificity that the producers of the products are often in the same locality or territory. Although people who use geographical indications have common benefits from using geographical indications, there is still a certain level of competition in the process of consuming products. As discussed above, products produced by manufacturers in a region, even within the same production association under the management of a collective management organization, can still have differences in product quality.

Therefore, the law needs to supplement regulations so that organizations and individuals in the production area of geographical indication products have the right to control each other. This will increase the efficiency in controlling product quality, while reducing financial and time waste of the organizations and individuals producing the products and of the State.

Second, supplement the control rights of production households over business households of products with geographical indications that they produce.

Self-control mechanism between the production facility and the business establishment of products with geographical indications. The production stage of products with geographical indications may have ensured the origin, quality, and specific characteristics of the products with geographical indications as stated in the Description, however, for the intermediary stage between the manufacturer and the consumer, there is a business department. And the product quality may be reduced and not guaranteed when the product is transferred to the hands of the business intermediary. Therefore, the law needs to have regulations on the self-control mechanism between the manufacturer and the business establishment.

In addition, organizations and individuals owning goods protected by geographical indications need to pay attention and closely monitor the packaging and preservation of goods. Clearly define the form, volume, and quantity in a packaging unit to avoid the situation of changing packaging that can easily cause mixing and deterioration of the characteristic quality of the protected product²¹.

²¹ Nguyen Manh Hoang, Pham Thi Phuong Mai, "Some recommendations on the use and protection of geographical indications for agricultural products in Vietnam", *Journal of Maritime Science and Technology*, No. 68 (11-2021), 2021

+ Third, supplement the regulations on a number of entities that are entitled to participate in giving opinions and developing control procedures and technical procedures for geographical indications.

Knowing that, in order to be able to use geographical indications, organizations and individuals must ensure the following control contents: control of product origin; control of compliance with regulations on production, processing, use of product labels and packaging; control of the quality of final products bearing geographical indications in commercial activities and other related contents. However, as analyzed in section 2, the regulation of technical procedures and control procedures is unreasonable - either too tight or too loose - leading to obstacles in the use and development of geographical indications. Therefore, the participants in giving opinions and building control procedures and technical procedures for geographical indications need to have representatives not only of production establishments but also of organizations and individuals trading in products bearing geographical indications to ensure the rights of all organizations and individuals in the chain of activities related to quality control and product origin. At the same time, it also increases the consensus of subjects using geographical indications and raises awareness of self-control of the use of geographical indications in all stages from production to the circulation of products bearing geographical indications on the market.

In summary, the composition of participants in developing regulations on management of geographical indications, developing control processes, technical processes for manufacturing products bearing geographical indications, etc. needs to include representatives of business households to ensure the rights of all organizations and individuals in the chain of activities related to management and control of geographical indications. First of all, organizations and individuals trading in products bearing geographical indications are allowed to participate in giving opinions on developing regulations on management of geographical indications, specifically amending and supplementing Point b, Clause 2, Article 38 of Decree 65/2023/ND-QP as follows: "Regulations on management of geographical indications must be consulted with organizations and individuals producing and trading in products bearing geographical indications before being promulgated."

REFERENCES

- Albreacht, C. (1996). The protection of geographical indications in The TRIPS agreement. *Trademark Reporter*, 86(11), 17.
- Bui, T. H. N., & Nguyen, M. B. T. (2020). Protection of geographical indications: Requirements of sustainable agricultural development. *Journal of Legislative Studies*, 17(417), 50-54.
- Jam, F.A., Khan, T.I., Zaidi, B., & Muzaffar, S.M. (2011). Political Skills Moderates the Relationship between Perception of Organizational Politics and Job Outcomes.
- Nguyen, M. H., & Pham, T. P. M. (2021). Some recommendations on the use and protection of geographical indications for agricultural products in Vietnam. *Journal of Maritime Science and Technology*, 68, 11-21.
- Riouch, A., Benamar, S., Ezzeri, H., & Cherqi, N. (2024). Assessing Student Perceptions of Pollution and Management Measures Related to COVID-19 Vaccination Tools in Morocco. *Pakistan Journal of Life and Social Science*, 22(2).
- Vu, T. (1993). *Core issues of management*. Hanoi Science and Technology Publishing House.
- Vu, X. T., & Le, T. T. H. (2016). Controlling geographical indications in Vietnam in the context of implementing the Vietnam - EU Free Trade Agreement: A case study of Phu Quoc fish sauce. *Journal of Commercial Science*, 93, 2016.

Pakistan Journal of Life and Social Sciences

Discontinued in Scopus as of 2025

COUNTRY Pakistan Universities and research institutions in Pakistan Media Ranking in Pakistan	SUBJECT AREA AND CATEGORY Agricultural and Biological Sciences - Agricultural and Biological Sciences (miscellaneous) Biochemistry, Genetics and Molecular Biology - Biochemistry, Genetics and Molecular Biology (miscellaneous) Environmental Science - Environmental Science (miscellaneous) Medicine - Medicine (miscellaneous) Social Sciences - Social Sciences (miscellaneous)	PUBLISHER Elite Scientific Publications	H-INDEX 15
PUBLICATION TYPE Journals	ISSN 17274915, 22217630	COVERAGE 2012-2025	INFORMATION Homepage How to publish in this journal chiefeditor@pjlss.edu.pk



Scopus 20

Empowering discovery since 2004

🔍 Author Search

Sources

?

🏛️

Create account

Sign in

Source details

Feedback > Compare sources >

Pakistan Journal of Life and Social Sciences

Years currently covered by Scopus: from 2012 to 2025

Publisher: Elite Scientific Publications

ISSN: 1727-4915 E-ISSN: 2221-7630

Subject area: [Social Sciences: General Social Sciences](#) [Environmental Science: General Environmental Science](#)

[Agricultural and Biological Sciences: General Agricultural and Biological Sciences](#) [View all](#) ▾

Source type: Journal

[View all documents](#) >

[Set document alert](#)

[Save to source list](#)

CiteScore 2023

0.5

🔗

SJR 2023

0.137

🔗

SNIP 2023

0.203

🔗

CiteScore

CiteScore rank & trend

Scopus content coverage

CiteScore 2023

▾

0.5 = $\frac{56 \text{ Citations 2020 - 2023}}{120 \text{ Documents 2020 - 2023}}$

Calculated on 05 May, 2024

CiteScoreTracker 2024

0.4 = $\frac{493 \text{ Citations to date}}{1.249 \text{ Documents to date}}$

Last updated on 05 December, 2024 • Updated monthly

CiteScore rank 2023

Category

Rank

Percentile

Social Sciences

General Social Sciences

#214/275

22nd

Environmental Science

General Environmental Science

#215/233

7th

Agricultural and Biological Sciences

[View CiteScore methodology](#) >

[CiteScore FAQ](#) >

[Add CiteScore to your site](#) 🌐



4:53 PM

12/7/2024





TẠP CHÍ

Khoa học Kiểm sát

JOURNAL OF PROCURATORATE STUDIES

ISSN 2354-063X



TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIỂM SÁT HÀ NỘI
HANOI PROCURATORATE UNIVERSITY

Số 12 (84)
2024



Tạp chí

Khoa học Kiểm sát

Số 12 (84)
2024

ISSN 2354-063X

MỤC LỤC	Trang
HOÀNG ANH TUYẾN CAO MINH CÔNG	Cách tiếp cận nhân học triết học với luật pháp 3
HỒ SỸ SƠN	Mục đích tác động của pháp luật hình sự 10
TRẦN VĂN BIÊN VŨ VĂN HUÂN	Đổi mới công tác dân nguyện của Quốc hội ở Việt Nam trong giai đoạn hiện nay 17
LÊ DUY CƯỜNG	Kiểm sát thi hành án hình sự tại cộng đồng và một số giải pháp nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác thi hành án hình sự tại cộng đồng 25
PHÙNG THANH THẢO	Thực trạng và giải pháp phòng ngừa các tội xâm hại tình dục người dưới 16 tuổi trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang 31
TRẦN THỊ THANH MINH	Hoàn thiện quy định về phân cấp quản lý ngân sách nhà nước nhằm nâng cao tính chủ động của ngân sách địa phương 39
NGUYỄN PHƯƠNG DUNG	Căn cứ đánh giá tính hợp pháp của quyết định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực đất đai 47
NGUYỄN THỊ MỸ LINH	Sự cần thiết công nhận quyền chuyển đổi giới tính tại Việt Nam 53
NGUYỄN THỊ TÌNH NGUYỄN THỊ NGUYỆT	Nhận diện hành vi cạnh tranh không lành mạnh liên quan đến chỉ dẫn địa lý trong sử dụng chỉ dẫn thương mại theo pháp luật Việt Nam 60



Tạp chí

Khoa học Kiểm sát

ISSN 2354-063X

Số 12 (84)
2024

INDEX		Page
HOANG ANH TUYEN CAO MINH CONG	Philosophical anthropological approach to law	3
HO SY SON	The impact purpose of criminal law	10
TRAN VAN BIEN VU VAN HUAN	Innovation of the National Assembly petition in Vietnam in the current period	17
LE DUY CUONG	Supervision of criminal judgment execution in the community and some solutions to improve the quality and effectiveness of criminal judgment execution in the community	25
PHUNG THANH THAO	Circumstances and solutions to prevent sexual abuse of people under 16 years old in Tuyen Quang province	31
TRAN THI THANH MINH	Perfecting regulations on decentralization of state budget management to improve the proactiveness of local budgets	39
NGUYEN PHUONG DUNG	Basis for evaluating the legality of the decision on sanctioning administrative violations in the land field	47
NGUYEN THI MY LINH	The need to recognize gender reassignment rights in Vietnam	53
NGUYEN THI TINH NGUYEN THI NGUYET	Identification of unfair competition behaviors related to geographical indications in the use of commercial indications under Vietnamese law	60

NHẬN DIỆN HÀNH VI CẠNH TRANH KHÔNG LÀNH MẠNH LIÊN QUAN ĐẾN CHỈ DẪN ĐỊA LÝ TRONG SỬ DỤNG CHỈ DẪN THƯƠNG MẠI THEO PHÁP LUẬT VIỆT NAM

NGUYỄN THỊ TÌNH* - NGUYỄN THỊ NGUYỆT**

Tóm tắt: Trong lĩnh vực sở hữu trí tuệ, chỉ dẫn địa lý là đối tượng thường bị xâm phạm bởi các chủ thể kinh doanh nhằm lợi dụng danh tiếng của sản phẩm đặc trưng ở một địa phương nhất định làm lợi cho mình, gây tổn hại cho các chủ thể kinh doanh khác. Bài viết phân tích các dấu hiệu nhận diện hành vi cạnh tranh không lành mạnh liên quan đến chỉ dẫn thương mại có khả năng gây nhầm lẫn về chỉ dẫn địa lý và đề xuất, kiến nghị hoàn thiện pháp luật.

Từ khóa: Chỉ dẫn địa lý; cạnh tranh không lành mạnh; sở hữu công nghiệp

Ngày nhận bài: 18/7/2024; Biên tập xong: 16/10/2024; Duyệt đăng: 28/10/2024

IDENTIFICATION OF UNFAIR COMPETITION BEHAVIORS RELATED TO GEOGRAPHICAL INDICATIONS IN THE USE OF COMMERCIAL INDICATIONS UNDER VIETNAMESE LAW

Abstract: In the field of intellectual property, geographical indications are often violated by business entities aiming to take advantage of the reputation of specific products in a certain locality for their own benefit, causing harm to other business entities. This article analyzes signs for identification of unfair competition acts related to the use of commercial indications that cause confusion with geographical indications and proposes recommendations to improve legal regulations on this issue.

Keywords: Geographical indications; unfair competition; industrial property

Received: Jul 18th, 2024; **Editing completed:** Oct 16th, 2024; **Accepted for publication:** Oct 28th, 2024

1. Khái niệm chỉ dẫn địa lý và hành vi cạnh tranh không lành mạnh liên quan đến chỉ dẫn địa lý

1.1. Khái niệm chỉ dẫn địa lý

Một trong những biện pháp kinh tế hữu hiệu để phát triển nông nghiệp ở Việt Nam là thương mại hóa các sản phẩm nông nghiệp, tận dụng thế mạnh về văn hóa, địa lý của từng địa phương mà tạo ra những sản phẩm mang tính đặc trưng riêng. Đến thời điểm hiện tại, ở hầu hết các địa phương của Việt Nam đều có những sản phẩm đặc trưng tạo nên thế mạnh kinh tế nông nghiệp của mỗi địa phương, ví như: Nước mắm Phú Quốc, Xoài cát Hòa Lộc, Thanh long Bình Thuận, Gốm sứ Bát Tràng, Đồng Đại Bái, Gỗ Đồng Kỵ... Chính điều này đã tạo thuận lợi cho các sản phẩm được quảng bá đến người tiêu dùng thông qua việc

gắn sản phẩm với một vùng miền hoặc địa phương nhất định. Luật Sở hữu trí tuệ (SHTT) gọi những dấu hiệu mang tính chỉ dẫn địa phương này là “chỉ dẫn địa lý” - những dấu hiệu dùng để chỉ sản phẩm có nguồn gốc từ khu vực, địa phương, vùng lãnh thổ hay quốc gia cụ thể¹.

Với bản chất như vậy, chỉ dẫn địa lý (CDĐL) góp phần làm gia tăng giá trị của hàng hóa, đặc biệt đối với các sản phẩm là nông sản và cũng có không ít chủ thể cố tình “gắn mác” CDĐL lên sản phẩm để lừa dối hoặc gây nhầm lẫn cho người tiêu

* Email: Nguyenthitinh@tmu.edu.vn

Tiến sĩ, Khoa Luật, Trường Đại học Thương mại

** Email: Nguyet.nt@tmu.edu.vn

Thạc sĩ, Khoa Luật, Trường Đại học Thương mại

¹ Khoản 22 Điều 4 Luật SHTT năm 2005 (sửa đổi, bổ sung năm 2009, 2019, 2022).

dùng về nguồn gốc của sản phẩm. Bởi vậy, hơn ai hết, các chủ thể kinh doanh chân chính sẽ là người đầu tiên mong muốn một cơ chế quản lý chặt chẽ trong sử dụng CDĐL, nhằm ngăn ngừa, chống lại hành vi sản xuất, kinh doanh hàng hóa kém chất lượng hoặc cố tình gây nhầm lẫn về nguồn gốc của hàng hóa làm mất giá trị và danh tiếng của sản phẩm gắn CDĐL. Ở khía cạnh pháp lý, Luật SHTT đã thiết kế cơ chế bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp (SHCN) trên cơ sở trao quyền sử dụng CDĐL cho các nhà sản xuất đáp ứng được điều kiện nhất định. Tuy nhiên, với sự phong phú, đa dạng và sáng tạo không ngừng của các thương nhân, cơ chế bảo hộ này đôi khi vẫn “bất lực” trước hành vi xâm phạm quyền, lợi ích hợp pháp của các chủ thể sản xuất, kinh doanh. Chính vì vậy, một cơ chế về kiểm soát và xử lý, chống lại hành vi cạnh tranh không lành mạnh liên quan đến CDĐL được coi như biện pháp bảo vệ bổ sung cần thiết cho quyền lợi hợp pháp của các nhà sản xuất có quyền sử dụng CDĐL.

1.2. Khái niệm hành vi cạnh tranh không lành mạnh liên quan đến chỉ dẫn địa lý

Về nguyên tắc, mục tiêu của pháp luật cạnh tranh là việc ngăn ngừa và xử lý những hành vi cạnh tranh trái pháp luật, trái đạo đức và tập quán kinh doanh của các doanh nghiệp với động cơ cạnh tranh mà qua đó tìm cách tạo cho mình những lợi thế cạnh tranh “không đáng có”². Công ước Paris năm 1883 về bảo hộ quyền SHCN cũng đã công nhận xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh liên quan đến CDĐL là một trong số những biện pháp bảo hộ đối với CDĐL. Cụ thể, Điều 10^{bis} Công ước Paris năm 1883 đã quy định “trường hợp sử dụng trực tiếp hoặc gián tiếp các chỉ dẫn sai lệch về nguồn gốc hàng hóa đều là hành vi cạnh tranh không

lành mạnh”³. Với quy định này, Công ước Paris năm 1883 hướng đến việc cấm sử dụng các chỉ dẫn liên quan tới một khu vực địa lý cho những sản phẩm không có xuất xứ từ đó. Hiện nay, trong hệ thống pháp luật Việt Nam không có khái niệm cụ thể, trực tiếp về “hành vi cạnh tranh không lành mạnh liên quan đến CDĐL”. Tuy nhiên, căn cứ vào hai khái niệm “hành vi cạnh tranh không lành mạnh” quy định tại Luật Cạnh tranh năm 2018⁴ và khái niệm “Chỉ dẫn địa lý” quy định tại Luật SHTT năm 2005⁵ và một số điều ước quốc tế về quyền SHTT, chúng ta có thể xác định được khái niệm hành vi cạnh tranh không lành mạnh liên quan đến CDĐL là hành vi cạnh tranh của các chủ thể kinh doanh trong quá trình sử dụng CDĐL, trái với nguyên tắc thiện chí, trung thực, tập quán thương mại và các chuẩn mực khác trong kinh doanh, gây thiệt hại hoặc có thể gây thiệt hại đến quyền và lợi ích hợp pháp của chủ thể kinh doanh khác.

Theo quy định của pháp luật Việt Nam, CDĐL thuộc sở hữu của Nhà nước⁶, bởi vậy, chủ thể kinh doanh chỉ có quyền sử dụng mà không có quyền sở hữu đối với CDĐL. Do vậy, hành vi cạnh tranh không lành mạnh liên quan đến CDĐL chủ yếu xoay quanh hành vi sử dụng CDĐL. Hành vi này có thể tồn tại dưới các dạng thức như sử dụng bất hợp pháp tên gọi, hình ảnh mang CDĐL để gắn lên sản phẩm và bao bì hoặc chỉ dẫn, gợi ý rằng hàng hóa có nguồn gốc từ khu vực có CDĐL. Các hành vi này được coi là hành vi lừa dối khách hàng, đi ngược lại với chuẩn mực đạo đức trong kinh doanh,

³ Điều 10^{bis} Công ước Paris năm 1883.

⁴ Khoản 6 Điều 3 Luật Cạnh tranh năm 2018 quy định: “Hành vi cạnh tranh không lành mạnh là hành vi của doanh nghiệp trái với nguyên tắc thiện chí, trung thực, tập quán thương mại và các chuẩn mực khác trong kinh doanh, gây thiệt hại hoặc có thể gây thiệt hại đến quyền và lợi ích hợp pháp của doanh nghiệp khác”.

⁵ Khoản 4 Điều 22 Luật SHTT năm 2005 quy định: “Chỉ dẫn địa lý là dấu hiệu dùng để chỉ sản phẩm có nguồn gốc từ khu vực, địa phương, vùng lãnh thổ hay quốc gia cụ thể”.

⁶ Khoản 4 Điều 121 Luật SHTT năm 2005.

² Nguyễn Như Phát, “Đưa pháp luật chống cạnh tranh không lành mạnh vào cuộc sống”, *Tạp chí Luật học*, số 6 (29)/2006.

gây thiệt hại hoặc có khả năng gây thiệt hại cho các chủ thể kinh doanh khác, do đó cần phải nghiêm cấm tuyệt đối. Với quy định này, pháp luật cạnh tranh đã góp phần bảo hộ gián tiếp nhà sản xuất hay các chủ thể kinh doanh nói chung thông qua việc bảo vệ tính toàn vẹn trong thương mại hay niềm tin của người tiêu dùng đối với xuất xứ thật của hàng hóa. Để có thể nhận diện được hành vi cạnh tranh không lành mạnh liên quan đến CDĐL, trước hết, hành vi đó phải đáp ứng đủ các điều kiện của một hành vi cạnh tranh không lành mạnh nói chung. Bên cạnh đó, phải đáp ứng các dấu hiệu của một hành vi bị cấm theo quy định của pháp luật chuyên ngành liên quan đến CDĐL như Luật SHTT.

2. Nhận diện hành vi cạnh tranh không lành mạnh liên quan đến việc sử dụng chỉ dẫn thương mại gây nhầm lẫn

2.1. Đối tượng bị xâm phạm bởi hành vi sử dụng chỉ dẫn thương mại

Khoản 1 Điều 130 Luật SHTT năm 2005 khẳng định: Hành vi sử dụng chỉ dẫn thương mại gây nhầm lẫn về nguồn gốc, xuất xứ địa lý của hàng hóa là hành vi cạnh tranh không lành mạnh. Như vậy, CDĐL là một trong những yếu tố thuộc chỉ dẫn thương mại, trong trường hợp chủ thể kinh doanh sử dụng các dấu hiệu để gây nhầm lẫn về CDĐL sẽ bị coi là hành vi cạnh tranh không lành mạnh. Trên thực tế, CDĐL có thể là đối tượng đã được bảo hộ hoặc chưa được bảo hộ. Tuy nhiên, pháp luật về SHTT hiện không quy định rõ CDĐL bị xâm phạm là CDĐL đã được bảo hộ hay chưa. Bởi sự không rõ ràng này nên hiện nay có các quan điểm khác nhau về việc xác định CDĐL là đối tượng bị xâm phạm thông qua hành vi sử dụng chỉ dẫn thương mại gây nhầm lẫn. Theo tác giả Nguyễn Như Quỳnh, đối tượng bị xâm phạm thông qua hành vi sử dụng CDĐL gây nhầm lẫn chỉ có thể là CDĐL

chưa được bảo hộ⁷. Theo quan điểm này, không thể tồn tại một hành vi vừa là hành vi cạnh tranh không lành mạnh vừa là hành vi xâm phạm quyền SHTT. Nếu hành vi đó xâm phạm quyền đối với CDĐL đã được cấp văn bằng bảo hộ thì sẽ là hành vi xâm phạm quyền SHCN, được bảo hộ bởi pháp luật về SHTT, không được bảo hộ bởi pháp luật cạnh tranh. Theo tác giả Nguyễn Hữu Huyền, đối tượng SHCN dù đã được bảo hộ hay chưa có thể vừa là đối tượng bị xâm phạm quyền SHTT, vừa là đối tượng bị xâm phạm bởi hành vi cạnh tranh không lành mạnh, vì vậy chủ thể kinh doanh có quyền lựa chọn cơ chế bảo hộ theo quy định của pháp luật về SHTT hoặc pháp luật về cạnh tranh⁸.

Theo chúng tôi, việc pháp luật quy định nhiều cơ chế bảo vệ khác nhau cho một quan hệ pháp luật không chỉ giúp các chủ thể kinh doanh có thêm quyền lựa chọn cơ chế bảo vệ tốt nhất quyền và lợi ích hợp pháp của mình mà còn giúp cho Nhà nước thực hiện tốt hơn vai trò bảo vệ và thúc đẩy thị trường phát triển lành mạnh, tạo niềm tin vững chắc cho xã hội đối với các sản phẩm lưu hành trên thị trường. Đây là điều cần thiết và không trái với nguyên tắc chung của pháp luật, đặc biệt trong bối cảnh hành vi xâm phạm CDĐL rất phổ biến và các chủ thể thực hiện hành vi vi phạm luôn không ngừng “sáng tạo” nhằm trốn tránh sự truy cứu của pháp luật như hiện nay. Tất nhiên, dù hiểu theo cách nào thì CDĐL bị xâm phạm vẫn phải thỏa mãn hai điều kiện: *Một là*, phải được sử dụng một cách cách rộng rãi, ổn định trong hoạt động kinh doanh hợp pháp tại Việt Nam; *Hai là*, được người tiêu dùng biết đến uy tín của hàng hóa mang chỉ dẫn nguồn gốc địa lý của hàng hóa

⁷ Nguyễn Như Quỳnh, “Xác định hành vi cạnh tranh không lành mạnh và hành vi hạn chế cạnh tranh liên quan đến quyền SHCN theo quy định của pháp luật Việt Nam”, *Tạp chí Luật học*, số 5(45)/2009, tr.51-52.

⁸ Nguyễn Hữu Huyền (2008), *Phân biệt giữa cạnh tranh không lành mạnh và vi phạm quyền SHTT*.

đó⁹. Để thống nhất trong giải quyết các vụ việc về sử dụng chỉ dẫn thương mại gây nhầm lẫn liên quan đến CDĐL, pháp luật cần làm rõ đối tượng bị xâm phạm là CDĐL đã được bảo hộ hay chưa.

2.2. Nội dung dấu hiệu “gây nhầm lẫn”

Theo quy định tại điểm c khoản 1 Điều 19 Thông tư số 11/2015/TT-BKHCN ngày 26/6/2015 của Bộ Khoa học và Công nghệ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Nghị định số 99/2013/NĐ-CP ngày 29/8/2013 của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực SHCN thì một chỉ dẫn thương mại gây nhầm lẫn về CDĐL được hiểu là trùng hoặc tương tự gây nhầm lẫn với CDĐL tương ứng của chủ thể quyền yêu cầu xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh được sử dụng cho hàng hóa trùng hoặc tương tự¹⁰.

Dấu hiệu “trùng” được hiểu là được đọc và viết giống hệt nhau, có thể tồn tại ở bất kỳ yếu tố nào cấu thành nên chỉ dẫn thương mại, kể cả giữa các CDĐL với nhau (là các CDĐL có cách phát âm hoặc cách viết trùng nhau - CDĐL đồng âm)¹⁰.

Dấu hiệu “tương tự đến mức gây nhầm lẫn” thể hiện qua các chỉ dẫn thương mại của các loại sản phẩm trùng hoặc tương tự với sản phẩm mang CDĐL. Mức độ tương tự càng lớn, khả năng gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng càng cao. Mặc dù pháp luật SHTT không có quy định xác định thể nào là “tương tự đến mức gây nhầm lẫn” trong hành vi sử dụng chỉ dẫn thương mại gây nhầm lẫn, tuy nhiên pháp luật SHTT đã có quy định về các trường hợp bị coi là tương tự gây nhầm lẫn giữa các đối tượng SHTT với nhau và phương pháp để xác định

các dấu hiệu tương tự đến mức gây nhầm lẫn¹¹. Phương pháp để xác định hành vi vi phạm là so sánh giữa các dấu hiệu để nhận biết hàng hóa của doanh nghiệp bị xâm phạm với đặc tính để nhận biết hàng hóa, dịch vụ của doanh nghiệp đang sử dụng bị coi là có hành vi sử dụng những thông tin gây nhầm lẫn cho khách hàng đã xâm phạm đến CDĐL có trên sản phẩm hàng hóa của bên bị xâm phạm¹². Tuy nhiên trên thực tế, việc xác định yếu tố “tương tự gây nhầm lẫn” thực sự khó khăn, đặc biệt khi xem xét đối với các dấu hiệu là CDĐL của nước ngoài¹³.

2.3. Hình thức thực hiện hành vi sử dụng chỉ dẫn thương mại gây nhầm lẫn

Thông thường, hành vi cạnh tranh không lành mạnh đối với các tài sản trí tuệ có thể được thực hiện dưới một hay nhiều hình thức khác nhau như: (i) *Trực tiếp sử dụng* tài sản trí tuệ trong hoạt động sản xuất kinh doanh, đặc biệt là qua việc đưa các tài sản trí tuệ đó vào các sản phẩm, dịch vụ mà doanh nghiệp sản xuất hoặc cung cấp; (ii) *Chuyển giao* tài sản trí tuệ cho chủ thể khác qua hoạt động chuyển giao quyền sở hữu, chuyển giao quyền sử dụng (bao gồm cả chuyển giao công nghệ và nhượng quyền thương mại); và (iii) *Sử dụng* tài sản trí tuệ để thương lượng, đàm phán với doanh nghiệp khác cũng như làm tài sản góp vốn, tài sản bảo đảm trong vay vốn ngân hàng...¹⁴. Tuy nhiên, do quyền

¹¹ Điều 73, 78, 80 Luật SHTT năm 2005.

¹² Điều 30 Thông tư 23/2023/TT-BKHCN ngày 30/11/2023 của Bộ Khoa học và Công nghệ quy định chi tiết một số điều của Luật SHTT và biện pháp thi hành Nghị định số 65/2023/NĐ-CP ngày 23/8/2023 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật SHTT về SHCN, bảo vệ quyền SHCN, quyền đối với giống cây trồng và quản lý nhà nước về SHTT liên quan đến thủ tục xác lập quyền SHCN và bảo đảm thông tin SHCN.

¹³ Albrecht Conrad, *The protection of geographical indications in The Trips agreement*, Trademark Reporter, No.1(86)/1996, p17.

¹⁴ Dưới góc độ mục đích, việc khai thác tài sản

⁹ Điểm a khoản 1 Điều 19 Thông tư số 11/2015/TT-BKHCN ngày 26/6/2015 của Bộ Khoa học và Công nghệ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Nghị định số 99/2013/NĐ-CP ngày 29/8/2013 của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực SHCN.

¹⁰ Khoản 22 Điều 4 Luật SHTT năm 2005.

SHCN đối với CDĐL có những đặc thù nhất định như: (i) Thường đi kèm với việc sử dụng địa danh; (ii) Sản phẩm có nguồn gốc từ địa phương có địa danh; (iii) Việc sử dụng quyền SHTT phải thỏa mãn những điều kiện nhất định được xác định từ giai đoạn xác lập quyền... Bởi vậy pháp luật SHTT của các quốc gia trên thế giới thường ghi nhận CDĐL là tài sản thuộc sở hữu của cộng đồng. Ở Việt Nam, Luật SHTT khẳng định CDĐL của Việt Nam thuộc sở hữu của Nhà nước¹⁵. Đồng thời, pháp luật không cho phép thực hiện chuyển nhượng và chuyển giao quyền sử dụng đối với CDĐL¹⁶. Vậy nên, hình thức phổ biến nhất khi khai thác thương mại đối với CDĐL chính là việc các chủ thể có liên quan sử dụng CDĐL trong hoạt động sản xuất, kinh doanh, do đó, hành vi cạnh tranh không lành mạnh liên quan đến CDĐL chủ yếu là hành vi sử dụng CDĐL.

Khoản 3 Điều 130 Luật SHTT năm 2005 quy định hành vi sử dụng chỉ dẫn thương mại bao gồm các hành vi *gắn chỉ dẫn thương mại đó lên hàng hóa, bao bì hàng hóa, phương tiện dịch vụ, giấy tờ giao dịch kinh doanh, phương tiện quảng cáo; bán, quảng cáo để bán, tàng trữ để bán, nhập khẩu hàng hóa có gắn chỉ dẫn thương mại đó*. Từ quy định này có thể thấy, các hành vi sử dụng chỉ dẫn thương mại gây nhầm lẫn liên quan đến CDĐL có thể được chia thành hai nhóm cơ bản, dựa trên đối tượng chịu tác động trực

tiếp của hành vi sử dụng chỉ dẫn thương mại gây nhầm lẫn, cụ thể:

+ *Nhóm thứ nhất*: Bao gồm các hành vi sử dụng chỉ dẫn thương mại tác động đến các quyền liên quan trực tiếp đến CDĐL đã được bảo hộ. Theo đó, chủ thể thực hiện hành vi *gắn chỉ dẫn thương mại đó lên hàng hóa, bao bì hàng hóa, phương tiện dịch vụ, giấy tờ giao dịch kinh doanh, phương tiện quảng cáo*. Từ “*gắn*” ở đây cần phải được hiểu theo nghĩa rộng, bao gồm tất cả các biện pháp vật lý, hóa học, cơ học (như in ấn, đánh, khắc, chạm...) làm sao để chỉ dẫn thương mại có thể được thể hiện, đi kèm trên hàng hóa, dịch vụ, phương tiện kinh doanh, giao dịch. “Hàng hóa, dịch vụ” ở đây được hiểu là những hàng hóa, dịch vụ nằm trong danh mục hàng hóa, dịch vụ đăng ký kèm theo chỉ dẫn thương mại mà tổ chức, cá nhân sản xuất sản phẩm gắn chỉ dẫn thương mại đang sản xuất, cung cấp, đồng thời “*phương tiện kinh doanh, phương tiện dịch vụ, giấy tờ giao dịch*” trong nhóm hành vi này cũng phải được hiểu theo nghĩa rộng, bao gồm toàn bộ các công cụ, phương tiện phục vụ cho hoạt động sản xuất, kinh doanh các sản phẩm mang chỉ dẫn thương mại, chẳng hạn: Biển hiệu, tờ rơi, danh thiếp, website... Thông qua việc thực hiện hành vi này, tổ chức, cá nhân sản xuất sản phẩm gắn chỉ dẫn thương mại có thể khiến người tiêu dùng nhầm lẫn hàng hóa của mình với hàng hóa của tổ chức, cá nhân có quyền sử dụng CDĐL. Chẳng hạn, rất nhiều sản phẩm cà phê có CDĐL Cà phê Buôn Mê Thuật trên thực tế không được sản xuất tại các khu vực được xác định trên bản đồ bảo hộ nhưng khi thực hiện đóng gói tại Buôn Mê Thuật liền được gắn với CDĐL Buôn Mê Thuật mà không bị xử lý¹⁷.

trí tuệ có thể chia thành 05 nhóm: (i) Phòng vệ (defence), (ii) Đảm bảo lợi thế (securing superiority), (iii) Chiến lược kinh doanh (business strategy), (iv) Chiến lược quản lý (management strategy), (v) Tài sản tài chính (financial assets). Xem thêm: OECD, “Valuation and exploitation of intellectual property”, OECD Science, Technology and Industry Working papers, No 05/2006, OECD Publishing, Paris.

¹⁵ Khoản 4 Điều 121 Luật SHTT năm 2005.

¹⁶ Khoản 2 Điều 139, khoản 1 Điều 142 Luật SHTT năm 2005.

¹⁷ Bùi Thị Hằng Nga, Nguyễn Minh Bách Tùng, “Bảo hộ chỉ dẫn địa lý: Yêu cầu của phát triển nông nghiệp bền vững”, *Tạp chí Nghiên cứu Lập pháp*, số 17(417)/2020, tr.50, 53-54.

+ *Nhóm thứ hai*: Bao gồm việc thực hiện các hành vi liên quan đến lưu thông hàng hóa mang chỉ dẫn thương mại gây nhầm lẫn về CDĐL. Hành vi cạnh tranh không lành mạnh này thể hiện ở chỗ, mặc dù không có quyền, nhưng họ vẫn sử dụng CDĐL gây nhầm lẫn về nguồn gốc, xuất xứ để đưa hàng hóa ra thị trường nhằm lôi kéo khách hàng một cách bất chính.

Hiện Luật SHTT của Việt Nam về cơ bản đã có những quy định hiện đại về xác định hành vi sử dụng chỉ dẫn thương mại trùng hoặc gây nhầm lẫn. Tuy nhiên, đối với hình thức thực hiện hành vi lưu thông hàng hóa mang chỉ dẫn thương mại liên quan đến CDĐL vẫn còn bất cập khi chưa thống nhất hình thức thực hiện của hành vi. Cụ thể, tại khoản 3 Điều 130 Luật SHTT năm 2005 quy định hành vi cạnh tranh không lành mạnh liên quan đến CDĐL trong lưu thông hàng hóa bao gồm 04 loại hành vi: Bán, quảng cáo để bán, tàng trữ để bán, nhập khẩu hàng hóa có gắn chỉ dẫn thương mại. Tuy nhiên, tại khoản 7 Điều 124 Luật này quy định hành vi sử dụng CDĐL trong lưu thông hàng hóa lại bao gồm 04 loại hành vi có sự sai khác nhất định so với 04 nhóm hành vi đã xác định tại khoản 3 Điều 130 là: “Lưu thông”, “chào bán”, “quảng cáo nhằm để bán”, “tàng trữ để bán hàng hoá” có mang CDĐL được bảo hộ¹⁸. Sự khác biệt này có khả năng sẽ gây khó khăn cho các bên liên quan trong việc chứng minh hành vi vi phạm, có thể không bao quát được hết hành vi cạnh tranh không lành mạnh liên quan đến CDĐL trong quá trình lưu thông hàng hóa.

¹⁸ Khoản 1 Điều 40 Nghị định số 65/2023/NĐ-CP ngày 23/8/2023 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật SHTT về sở hữu công nghiệp, bảo vệ quyền sở hữu công nghiệp, quyền đối với giống cây trồng và quản lý nhà nước về SHTT.

2.4. Hậu quả của các hành vi sử dụng chỉ dẫn thương mại gây nhầm lẫn

Hậu quả của hành vi này là “gây nhầm lẫn” về nguồn gốc xuất xứ của hàng hóa¹⁹. Hay nói cách khác hành vi này là việc sử dụng chỉ dẫn thương mại gây ra sự nhận thức sai lệch hoặc nhầm lẫn của công chúng về nguồn gốc của hàng hóa; việc sử dụng như vậy có thể coi là hành vi chiếm đoạt danh tiếng của người thật sự có quyền sử dụng CDĐL. Quy định về hậu quả của hành vi sử dụng chỉ dẫn gây nhầm lẫn trong pháp luật về SHTT là tương đồng với quy định của pháp luật về cạnh tranh. Theo pháp luật về cạnh tranh, hậu quả của hành vi cạnh tranh không lành mạnh là gây thiệt hại hoặc có thể gây thiệt hại đến quyền và lợi ích hợp pháp của doanh nghiệp khác²⁰. “Gây nhầm lẫn” có thể được coi là “thiệt hại” đối với tổ chức, cá nhân sử dụng hợp pháp CDĐL. Bởi khi sử dụng dấu hiệu địa danh, các dấu hiệu khác chỉ dẫn nguồn gốc địa lý cho sản phẩm của mình, chủ thể vi phạm không thể không biết đến danh tiếng của CDĐL nên chủ thể vi phạm đã có ý dựa dẫm vào danh tiếng của CDĐL mà mình không có quyền sử dụng để tiêu thụ sản phẩm của mình, hưởng thành quả đầu tư của cộng đồng cư dân ở địa phương có CDĐL tương ứng một cách bất chính. Dưới góc độ pháp luật về cạnh tranh, hành vi sử dụng chỉ dẫn thương mại gây nhầm lẫn đã chiếm đoạt khách hàng bằng cách lừa dối về CDĐL và gây thiệt hại cho các chủ thể kinh doanh có quyền sử dụng CDĐL. Dưới góc độ quyền lợi của người tiêu dùng, hành vi sử dụng chỉ dẫn gây nhầm lẫn với những thông tin gây nhầm lẫn đã tác động trực tiếp đến ý thức của khách hàng, làm cho họ không thể lựa chọn đúng sản phẩm mong muốn, gây xâm phạm đến quyền tự do lựa chọn của

¹⁹ Điểm a, b khoản 1 Điều 130 Luật SHTT năm 2005.

²⁰ Khoản 6 Điều 3 Luật Cạnh tranh năm 2018.

người tiêu dùng²¹. Hành vi này thực sự nguy hiểm cho xã hội khi sản phẩm bị giả mạo các chỉ dẫn thương mại thường là sản phẩm kém chất lượng, có giá trị ít hơn, có khả năng ảnh hưởng đến sức khỏe của người sử dụng các sản phẩm này.

Bên cạnh đó, theo cam kết tại Điều 12.12 Hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên minh Châu Âu (EU) EVFTA) thì Việt Nam phải bảo hộ chống cạnh tranh không lành mạnh theo Điều 10^{bis} Công ước Paris năm 1883 về bảo hộ sở hữu công nghiệp. Trong so sánh với yêu cầu tại Điều 10^{bis} thì Điều 130 Luật SHTT năm 2005 quy định về hành vi cạnh tranh không lành mạnh dường như chưa hoàn toàn tương thích và đảm bảo yêu cầu cam kết. Luật SHTT năm 2005 quy định các hành vi giới hạn ở hậu quả “gây nhầm lẫn” trong khi Công ước Paris năm 1883 nhận diện các hành vi theo hệ quả “gây nhầm lẫn”, “gây mất lòng tin” hoặc “định hướng sai”.

3. Kiến nghị hoàn thiện quy định pháp luật về nhận diện hành vi cạnh tranh không lành mạnh liên quan đến sử dụng chỉ dẫn thương mại gây nhầm lẫn

Một là, pháp luật cần làm rõ đối tượng bị xâm phạm thông qua hành vi sử dụng chỉ dẫn thương mại gây nhầm lẫn

Như đã phân tích ở mục 2.1, pháp luật về SHTT chỉ quy định CDĐL là đối tượng bị xâm phạm thông qua hành vi sử dụng chỉ dẫn thương mại gây nhầm lẫn, dẫn đến các cách hiểu khác nhau khi xác định đối tượng bị xâm phạm và gây khó khăn khi áp dụng trên thực tế. Bởi vậy, việc pháp luật khẳng định rõ ràng về đối tượng bị xâm phạm thông qua hành vi sử dụng chỉ dẫn thương mại gây nhầm lẫn là CDĐL đã được hay chưa được bảo hộ bởi pháp luật SHTT là cần thiết.

Theo quan điểm của nhóm tác giả, đối tượng bị xâm phạm bởi hành vi sử

dụng chỉ dẫn thương mại gây nhầm lẫn về nguồn gốc, xuất xứ địa lý của hàng hóa bao gồm cả CDĐL đã được bảo hộ và CDĐL chưa được bảo hộ bởi lẽ:

- Với trường hợp CDĐL đã được bảo hộ: Việc bảo hộ theo cơ chế của Luật Cạnh tranh hay Luật SHTT không mang tính chất loại trừ nhau, thậm chí nếu đầy đủ căn cứ, các bên có thể sử dụng cơ chế bảo vệ quyền lợi của mình theo quy định của các luật khác có liên quan như Luật Dân sự, Luật Thương mại, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng... Cách tiếp cận này sẽ mang lại ý nghĩa: (i) Tạo ra nhiều cơ chế bảo vệ cho các chủ thể quyền có thể lựa chọn, sao cho phù hợp nhất với quyền lợi của mình (họ có thể lựa chọn giải quyết theo cơ chế của pháp luật về SHTT hoặc pháp luật về cạnh tranh); (ii) Mở rộng chủ thể có quyền yêu cầu xử lý hành vi xâm phạm đối với CDĐL. Nếu sử dụng cơ chế bảo hộ của pháp luật về SHTT, chủ thể có quyền yêu cầu xử lý hành vi xâm phạm CDĐL chỉ có thể là chủ thể quyền, bao gồm tổ chức quản lý CDĐL và tổ chức, cá nhân được trao quyền sử dụng CDĐL. Trong trường hợp sử dụng cơ chế bảo vệ của pháp luật về cạnh tranh, chủ thể có quyền yêu cầu xử lý hành vi vi phạm có thể là chủ thể quyền hoặc bất kỳ chủ thể kinh doanh nào khác hoặc cơ quan quản lý cạnh tranh trong quá trình thực hiện chức năng nhiệm vụ của mình nếu phát hiện hành vi vi phạm pháp luật về cạnh tranh liên quan đến CDĐL. Điều này là cần thiết, bởi lẽ, trong quá trình thực hiện chức năng nhiệm vụ của mình không phải lúc nào các chủ thể quyền cũng có thể phát hiện được các hành vi xâm phạm quyền đối với CDĐL. Nhưng nếu cho phép xác định đây là hành vi cạnh tranh không lành mạnh thì bên cạnh các chủ thể quyền kể trên, các chủ thể kinh doanh khác hoặc Nhà nước khi phát hiện ra hành vi này đều có thể yêu cầu điều tra, xử lý. Hơn nữa, hành vi sử dụng CDĐL gây nhầm lẫn không chỉ ảnh hưởng đến quyền và lợi ích của các tổ chức, cá nhân

²¹ Albrecht Conrad, tldđ, 22, 16.

được trao quyền sản xuất sản phẩm gắn CDĐL mà còn ảnh hưởng đến tính minh bạch, lành mạnh của thị trường, làm suy giảm danh tiếng của CDĐL, vốn được coi là tài sản của cộng đồng. Quan điểm này cũng được thể hiện rõ nét trong quá trình xét xử của Tòa án châu Âu (ECJ) khi Tòa án này cho rằng, bất kỳ hành vi lạm dụng quyền SHTT nào dẫn đến chia cắt thị trường duy trì mức giá giả tạo hoặc bắt buộc những điều kiện mang tính chất phân biệt, không công bằng đối với đối tác kinh doanh khác đều có thể bị coi là hành vi cạnh tranh không lành mạnh liên quan đến quyền SHTT²².

- Đối với CDĐL chưa được bảo hộ (tên địa danh và các dấu hiệu khác chỉ dẫn đến nguồn gốc địa lý khác): Khi CDĐL chưa được đăng ký, cơ chế bảo hộ thông qua pháp luật SHTT hầu như không thể thực hiện. Trong khi để đăng ký CDĐL, Luật SHTT quy định phải đạt một số điều kiện nhất định, như đã được sử dụng lâu dài, ổn định, được người tiêu dùng biết đến... Như vậy, trên thực tế, kể cả khi CDĐL chưa bảo hộ, các chủ thể kinh doanh đều có thể sử dụng CDĐL để khẳng định về nguồn gốc xuất xứ, tính đặc thù địa phương của sản phẩm, khiến người tiêu dùng vì tin vào nguồn gốc xuất xứ mà mua sản phẩm. Chính vì vậy, trong quá trình kinh doanh, chủ thể kinh doanh có thể lợi dụng các dấu hiệu nhận biết CDĐL để thu lợi bất chính, gây thiệt hại cho chủ thể kinh doanh khác. Hành vi cố tình sử dụng các dấu hiệu nhận biết nhằm làm sai lệch nhận thức của khách hàng, gây nhầm lẫn cho khách hàng về nguồn gốc xuất xứ của sản phẩm (kể cả khi CDĐL đó chưa bảo hộ), về mặt bản chất vẫn là hành vi đi ngược lại với các tiêu chuẩn về đạo đức kinh doanh, thể hiện sự thiếu trung thực của người thực

hiện hành vi, gây tổn hại cho các chủ thể kinh doanh chân chính khác. Trong trường hợp này, việc xử lý thông qua pháp luật cạnh tranh với tính chất là hành vi cạnh tranh không lành mạnh sẽ là cơ chế mang tính chất bổ sung để các chủ thể kinh doanh khác có thể lựa chọn nhằm bảo vệ quyền lợi cho mình.

Từ những lập luận trên, nhóm tác giả đề xuất sửa đổi quy định tại khoản 2 Điều 130 Luật SHTT năm 2005 như sau: “Chỉ dẫn thương mại quy định tại khoản 1 Điều này là các dấu hiệu, thông tin nhằm hướng dẫn thương mại hàng hóa, dịch vụ, bao gồm nhãn hiệu, tên thương mại, biểu tượng kinh doanh, khẩu hiệu kinh doanh, CDĐL đã được bảo hộ, tên địa danh và các dấu hiệu khác chỉ dẫn đến nguồn gốc địa lý khác, kiểu dáng bao bì của hàng hóa, nhãn hiệu”.

Hai là, về hình thức của hành vi sử dụng chỉ dẫn thương mại gây nhầm lẫn

Việc xác định đầy đủ và phân loại hợp lý các hành vi sử dụng chỉ dẫn thương mại là hành vi cạnh tranh không lành mạnh bị cấm có ý nghĩa quan trọng. Mỗi loại hành vi tùy thuộc vào mức độ gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng mà pháp luật áp dụng các mức phạt khác nhau, nếu phân loại không đúng dễ dẫn đến xác định sai mức độ xử phạt²³. Nghiêm trọng hơn nữa là việc pháp luật bỏ sót một dạng hành vi sử dụng chỉ dẫn thương mại nào đó là hành vi cạnh tranh không lành mạnh bị cấm, dẫn đến việc hành vi đó vẫn được thực hiện trên thực tế và được coi là hợp pháp, gây thiệt hại cho các chủ thể kinh doanh được quyền sử dụng CDĐL hợp pháp và người tiêu dùng.

Pháp luật về SHTT của mỗi quốc gia có quy định khác nhau về hình thức thực

²² Josephine Steiner, Lorna Woods, *EU Law*, 9th edition, Oxford University Press, 2006, p.674; Inge Govaneer, *The Use and Abuse of Intellectual Property Rights in EC Law*, Sweet & Maxwell, 1996.

²³ Điều 14 Nghị định số 99/2013/NĐ-CP ngày 29/8/2013 của Chính phủ quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực SHCN.

hiện hành vi sử dụng CDĐL. Chẳng hạn, pháp luật của Liên bang Nga quy định sử dụng CDĐL được hiểu là việc đặt CDĐL trên sản phẩm, bao bì, trong quảng cáo, trên hóa đơn và các tài liệu khác liên quan đến việc đưa hàng hóa vào thương mại²⁴. Theo Điều L.722.1 của Bộ luật SHTT của Pháp có thể hiểu hành vi sử dụng CDĐL bao gồm việc sản xuất, chào bán, bán, đưa ra thị trường, nhập khẩu, xuất khẩu, vận chuyển, sử dụng hoặc lưu trữ hàng hóa gắn CDĐL. Quy định này của Bộ luật SHTT của Pháp cũng công nhận các hành vi sử dụng CDĐL rộng hơn so với pháp luật Việt Nam²⁵. Bên cạnh đó Điều 18.77.2 của Hiệp định Đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) có quy định phải xử lý hình sự đối với hành vi nhập khẩu hoặc xuất khẩu hàng hóa giả mạo nhãn hiệu (hoặc có thể thực hiện cam kết thông qua việc xử lý hành vi phân phối hoặc bán hàng hóa giả mạo nhãn hiệu) ở quy mô thương mại. Vì vậy, để đảm bảo thực hiện cam kết trong CPTPP trong Luật SHTT năm 2005, sửa đổi, bổ sung năm 2022 đã sửa đổi điểm b khoản 5 Điều 124 (Sử dụng nhãn hiệu) theo hướng bổ sung hành vi “bán” sản phẩm có mang CDĐL được bảo hộ cũng thuộc nhóm hành vi sử dụng nhãn hiệu. Bởi vậy, để đảm bảo tính thống nhất với quy định tại khoản 1 Điều 40 Nghị định số 65/2023/NĐ-CP ngày 23/8/2023 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật SHTT về

SHCN, bảo vệ quyền SHCN, quyền đối với giống cây trồng và quản lý nhà nước về SHTT, khoản 7 Điều 124 Luật SHTT năm 2005 và Điều 18.77.2 của Hiệp định CPTPP, cần thiết sửa đổi khoản 3 Điều 130 Luật SHTT năm 2005 và các khoản quy định tại Điều 124 Luật SHTT năm 2005 theo hướng bổ sung thêm hành vi “chào bán”, “trưng bày để bán” và “vận chuyển sản phẩm” vào hành vi sử dụng chỉ dẫn thương mại, cụ thể: “Hành vi sử dụng chỉ dẫn thương mại quy định tại khoản 1 Điều này bao gồm các hành vi gắn chỉ dẫn thương mại đó lên hàng hóa, bao bì hàng hóa, phương tiện dịch vụ, giấy tờ giao dịch kinh doanh, phương tiện quảng cáo; bán, chào bán, quảng cáo để bán, tàng trữ để bán, trưng bày để bán, vận chuyển hàng hóa để bán; nhập khẩu hàng hóa có gắn chỉ dẫn thương mại đó”./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Albrecht Conrad, *The protection of geographical indications in The Trips agreement*, 86 Trademark Reporter, No.1 (86)/(1996);
2. Bùi Thị Hằng Nga, Nguyễn Minh Bách Tùng, “Bảo hộ chỉ dẫn địa lý: Yêu cầu của phát triển nông nghiệp bền vững”, *Tạp chí Nghiên cứu Lập pháp*, số 17(417)/2020;
3. Inge Govaneer, *The Use and Abuse of Intellectual Property Rights in EC Law*, Sweet & Maxwell, 1996;
4. Josephine Steiner, Lorna Woods, *EU Law*, 9th edition, Oxford University Press, 2006;
5. Nguyễn Hữu Huyền (2008), *Phân biệt giữa cạnh tranh không lành mạnh và vi phạm quyền SHTT*, Trang thông tin Bộ Tư pháp (moj.gov.vn), truy cập ngày 04/4/2024;
6. Nguyễn Như Phát, “Đưa pháp luật chống cạnh tranh không lành mạnh vào cuộc sống”, *Tạp chí Luật học*, số 6 (29)/2006;
7. Nguyễn Như Quỳnh, “Xác định hành vi cạnh tranh không lành mạnh và hành vi hạn chế cạnh tranh liên quan đến quyền sở hữu công nghiệp theo quy định của pháp luật Việt Nam”, *Tạp chí Luật học*, số 5/2009;
8. OECD, “Valuation and exploitation of intellectual property”, OECD Science, Technology and Industry Working papers, No 05/2006, OECD Publishing, Paris

²⁴ Khoản 1 Điều 40 Luật Liên bang Nga số 3520-1 ngày 23/9/1992 về nhãn hiệu, nhãn hiệu dịch vụ và tên gọi xuất xứ hàng hóa (sửa đổi bổ sung ngày 27/12/2000) https://www.wto.org/english/thewto_e/acc_e/rus_e/wtaccrus48_leg_82.pdf, truy cập ngày 23/4/2024.

²⁵ Điều L.722.1 Bộ luật SHTT của Pháp năm 2014 về xác định hành vi vi phạm đối với CDĐL, <https://www.wipo.int/wipolex/en/text/585611>, truy cập 23/4/2024.