**ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI**

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ**

**KHOA CÔNG NGHỆ THÔNG TIN**



**Tiểu luận kết thúc học phần**

**Pháp luật và đạo đức nghề nghiệp trong công nghệ thông tin**

**Đề tài: Vụ việc tranh chấp nhãn hiệu giữa Acecook và Asia Foods, nhìn nhận dưới góc độ pháp luật**

Lớp học phần: INT3514 22

Giảng viên: TS. Nguyễn Thành Luân

Họ và tên: Hoàng Văn Quyền

Ngày sinh: 05/02/2003

Mã sinh viên: 21020787

**Hà Nội – 2022**

Mục lục

[**I.** **Tìm hiểu chung** 1](#_Toc122590758)

[**1.** **Khái niệm quyền sở hữu công nghiệp** 1](#_Toc122590759)

[**2.** **Đặc điểm của quyền sở hữu công nghiệp** 1](#_Toc122590760)

[**3.** **Xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp là gì?** 1](#_Toc122590761)

[**II.** **Vụ việc tranh chấp nhãn hiệu giữa Acecook và Asia Foods** 2](#_Toc122590762)

[**1.** **Diễn biến vụ việc** 2](#_Toc122590763)

[**2.** **Quan điểm và hành động các bên** 3](#_Toc122590764)

[**III.** **Nhận định về mặt pháp luật và bài học cho các doanh nghiệp** 4](#_Toc122590765)

[**1.** **Nhìn nhận dưới góc độ pháp luật** 4](#_Toc122590766)

[**2.** **Nguyên nhân tại sao hay xảy ra hành vi xâm phạm về quyền sở hữu công nghiệp?** 5](#_Toc122590767)

[**3.** **Doanh nghiệp nên làm gì để không xảy ra tranh chấp?** 5](#_Toc122590768)

[**Kết Luận** 6](#_Toc122590769)

[**Tài liệu tham khảo** 6](#_Toc122590770)

1. **Tìm hiểu chung**
2. **Khái niệm quyền sở hữu công nghiệp**

Theo Điều 4 Luật Sở hữu trí tuệ 2005 (được sửa đổi bởi khoản 2 Điều 1 Luật Sở hữu trí tuệ sửa đổi 2009) quy định: Quyền sở hữu công nghiệp là quyền của tổ chức, cá nhân đối với sáng chế, kiểu dáng công nghiệp, thiết kế bố trí mạch tích hợp bán dẫn, nhãn hiệu, tên thương mại, chỉ dẫn địa lý, bí mật kinh doanh do mình sáng tạo ra hoặc sở hữu và quyền chống cạnh tranh không lành mạnh.

1. **Đặc điểm của quyền sở hữu công nghiệp**

Là một trong các quyền dân sự cơ bản của tổ chức, cá nhân, quyền sở hữu công nghiệp có các đặc điểm chính sau:

* Cơ sở phát sinh quyền sở hữu công nghiệp: Quyền sở hữu công nghiệp phát sinh khi được cơ quan có thẩm quyền cấp văn bằng bảo hộ (trừ một số trường hợp ngoại lệ). Đây là sự khác biệt cơ bản giữa quyền tác giả và quyền sở hữu công nghiệp Đối với quyền tác giả, pháp luật bảo hộ hình thức thể hiện của ý tưởng, còn đối với quyền sở hữu công nghiệp, pháp luật bảo hộ nội dung của ý tưởng. Do vậy, về nguyên tắc, các đối tượng sở hữu công nghiệp muốn được cấp văn bằng bảo hộ phải đáp ứng các điều kiện nhất định do pháp luật quy định (ví dụ, sáng chế là phải mới, sáng tạo và có khả năng áp dụng trong công nghiệp). Như vậy, quyền sở hữu công nghiệp được xác lập không chỉ thông qua việc các chủ thể tạo ra đối tượng quyền sở hữu công nghiệp mà phải được ghi nhận hoặc công nhận từ phía cơ quan nhà nước có thẩm quyền dưới dạng “văn bằng bảo hộ” hoặc “chấp nhận bảo hộ”.
* Quyền sở hữu công nghiệp là quyền đối với tài sản vô hình: Bản chất của quyền sở hữu công nghiệp là quyền sở hữu đối với các thông tin, các tri thức về khoa học, kĩ thuật, về công nghệ... do con người sáng tạo ra. Các thông tin, tri thức này có thể khai thác và sử dụng trong thương mại và mang lại những lợi ích nhất định cho chủ sở hữu. Vì vậy chúng lãnh thổ của quyền sở hữu công nghiệp, nên việc bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp tại nước ngoài là rất khó khăn. Chính vì vậy cần phải có một cơ chế pháp lý hữu hiệu để bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp cho các chủ thể tại nước ngoài nhằm đảm bảo các quyền và lợi ích hợp pháp cho chủ sở hữu, khuyến khích sáng tạo, thúc đẩy sự phát triển lành mạnh của các quan hệ thương mại...

1. **Xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp là gì?**

Xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp là các hành vi trái phép xâm phạm quyền và lợi ích của chủ thể sở hữu đối với sáng chế, kiểu dáng công nghiệp, thiết kế bố trí mạch tích hợp bán dẫn, nhãn hiệu, tên thương mại, chỉ dẫn địa lý, bí mật kinh doanh do mình sáng tạo ra hoặc sở hữu và quyền chống cạnh tranh không lành mạnh theo quy định của Luật Sở hữu trí tuệ.

Các hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp:

* Hành vi xâm phạm quyền đối với sáng chế, kiểu dáng công nghiệp, thiết kế bố trí (Điều 126 Luật Sở hữu trí tuệ)
* Hành vi xâm phạm quyền đối với bí mật kinh doanh (Điều 127 Luật Sở hữu trí tuệ)
* Hành vi xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu, tên thương mại và chỉ dẫn địa lý (Điều 129 Luật Sở hữu trí tuệ)
* Hành vi cạnh tranh không lành mạnh (Điều 130 Luật Sở hữu trí tuệ)

1. **Vụ việc tranh chấp nhãn hiệu giữa Acecook và Asia Foods**
2. **Diễn biến vụ việc**

Năm 2015, Acecook phát hiện một sản phẩm của Asia Foods mang dấu hiệu “Mì Hảo hạng, Tôm chua cay” có dấu hiệu xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu “Hảo hảo, Tôm chua cay” được bảo hộ theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 62360 ngày 29/04/2005 của Công ty cổ phần Acecook Việt Nam (Acecook).

Cụ thể như sau: Kiểu chữ, sợi mì tôm, hình tô mì, màu sắc chủ đạo của bao bì tạo nên một tổng thể tương tự gây nhầm lẫn với nhãn hiệu mì Hảo Hảo bảo hộ và được Cục Sở hữu trí tuệ cấp văn bằng bảo hộ.



Cho rằng thiết kế mới đây của mì Hảo Hạng giống hệt với bao bì mì Hảo Hảo của mình. Acecook Việt Nam quyết định đã kiện ra tòa, yêu cầu bốn vấn đề: Xác định hành vi vi phạm của Asia Foods, buộc chấm dứt vi phạm, Asia Foods đăng báo xin lỗi công khai trong ba kỳ, bồi thường thiệt hại cho Acecook.

Sau đó, Acecook Việt Nam gửi công văn khuyến cáo Asia Foods về hành vi sản xuất kinh doanh hàng hóa vi phạm nhãn hiệu, hai bên nhiều lần làm việc với nhau nhưng không đi đến kết quả thống nhất.

Tại phiên tòa sơ thẩm, Tòa Án nhân dân tỉnh Bình Dương đã tuyên Asia Foods có hành vi xâm phạm sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu “Hảo Hảo, mì tôm chua cay” của Acecook. Do đó, buộc Asia Foods chấm dứt hành vi xâm phạm, đăng báo xin lỗi công khai về hành vi xâm phạm trên Báo Tuổi trẻ ba số liên tiếp.

Tuy nhiên, ngày 06/12/2017, Tòa án nhân dân Cấp cao tại TP. Hồ Chí Minh xét xử phúc thẩm đã nhận định Asia Foods KHÔNG có hành vi xâm phạm sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu “Hảo Hảo, mì tôm chua cay” của Acecook và ra phán quyết bác toàn bộ yêu cầu khởi kiện của Acecook Việt Nam. Đồng thời, đình chỉ và ghi nhận sự tự nguyện không dùng lại nhãn hiệu mang dấu hiệu “Mì hảo hạng, Tôm chua cay” của Asia Foods - đối tượng khởi kiện của Acecook Việt Nam.

1. **Quan điểm và hành động các bên**

Asia Foods cho biết ngay sau khi nhận được công văn từ Acecook, đơn vị này đã lập tức trả lời và thể hiện thiện chí. Cụ thể, hãng ngưng sản xuất mẫu bao bì mì gói Hảo Hạng màu đỏ hồng, quay lại sản xuất đúng mẫu bao bì đỏ, vàng cam như đăng ký từ năm 2006.

***Asia Foods đã ngưng sản xuất mẫu bao bì đỏ hồng (bên trái), quay lại sản xuất mẫu bao bì đỏ, vàng cam (bên phải) cho Hảo Hạng tôm chua cay.***

Tuy nhiên, phía Acecook cho rằng hành động của Asia Foods là chưa đủ với những tổn thất mà đơn vị này phải chịu trong thời gian qua. Bởi thực tế, dù sản phẩm đã bị ngưng sản xuất nhưng vẫn còn lưu hành trên thị trường, gây nhầm lẫn cho khách hàng.

Thậm chí, TV quảng cáo sản phẩm vẫn được trình chiếu trên nhiều phương tiện thông tin đại chúng. Bên cạnh đó, đại diện truyền thông Vina Acecook nhấn mạnh là đơn vị sẽ đấu tranh quyết liệt cho tới khi Asia Foods công khai thừa nhận sai phạm bản quyền, hành vi gây nhầm lẫn cho khách hàng và phải thu hồi sản phẩm tiêu hủy đúng như yêu cầu Vina Acecook đưa ra.

Tất cả sản phẩm của Acecook đều được đăng ký bảo hộ nhãn hiệu, hình bao bì gói mì. Acecook có thiết kế bao gói riêng cho từng dòng sản phẩm và thiết kế đó giúp nhận dạng, phân biệt sản phẩm trong suốt hàng chục năm. Chẳng hạn, dòng mì Hảo Hảo có từ năm 2000 đến nay với kiểu thiết kế đặc trưng để người tiêu dùng ấn tượng, nhận dạng. Có rất nhiều cách thiết kế, tùy vào công ty, dòng sản phẩm, phân khúc thị trường mà các công ty đều có thiết kế riêng với cách trình bày, tông màu không đụng nhau, dù đều là mì tôm, mì gà, mì bò cả.

1. **Nhận định về mặt pháp luật và bài học cho các doanh nghiệp**
2. **Nhìn nhận dưới góc độ pháp luật**

Về Căn cứ theo Điều 72, Luật Sở hữu trí tuệ năm 2005, sửa đổi bổ sung năm 2009 quy định:

“Điều kiện chung đối với nhãn hiệu được bảo hộ, nhãn hiệu được bảo hộ nếu đáp ứng các điều kiện sau đây:

1. Là dấu hiệu 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 mầu sắc.

2. Có khả năng phân biệt hàng hoá, dịch vụ của chủ sở hữu nhãn hiệu với hàng hoá, dịch vụ của chủ thể khác”

Như vậy, nhãn hiệu mì Hảo hảo đáp ứng đủ điều kiện để được bảo hộ nhãn hiệu.

Tại Khoản 5 Điều 73 Luật Sở hữu trí tuệ năm 2005 sửa đổi, bổ sung năm 2009 quy định: “Dấu hiệu không được bảo hộ với danh nghĩa nhãn hiệu là dấu hiệu làm hiểu sai lệch, gây nhầm lẫn hoặc có tính chất lừa dối người tiêu dùng về nguồn gốc xuất xứ, tính năng, công dụng, chất lượng, giá trị hoặc các đặc tính khác của hàng hoá, dịch vụ”

Một số chuyên gia lĩnh vực sở hữu trí tuệ cho rằng, với nhãn hiệu “Mì Hảo hạng, Tôm chua cay” nếu nộp hồ sơ đăng ký nhãn hiệu thì khả năng rất cao sẽ bị Cục sở hữu trí tuệ từ chối do có dấu hiệu tương tự, gây nhầm lẫn đối với nhãn hiệu đã được bảo hộ “Hảo hảo, Tôm chua cay” của Công ty cổ phần Acecook Việt Nam.

Vụ tranh chấp giữa Asia Foods và Acecook Việt Nam đã kết thúc nhưng để lại nhiều băn khoăn và câu hỏi còn dở dang, nhưng dù thế nào đi nữa nó cũng cho doanh nghiệp Việt bài học lớn.

1. **Nguyên nhân tại sao hay xảy ra hành vi xâm phạm về quyền sở hữu công nghiệp?**

Qua vụ việc trên chúng ta có thể thấy nguyên nhân tại sao thường xảy ra hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp, đặc biệt là đối với nhãn hiệu:

* Nhãn hiệu trùng với nhãn hiệu đang được bảo hộ và/ hoặc đã được nộp đơn trước: Khá nhiều trường hợp mắc phải lỗi này, với việc doanh nghiệp không tra cứu, khảo sát trước mà tự động thiết kế theo yêu cầu của mình thường xuyên dẫn đến việc trùng với các nhãn hiệu đang còn hiệu lực bảo hộ. Điều này có thể gây ra tranh chấp hoặc thiệt hại cho doanh nghiệp nếu như có kiện tụng xảy ra
* Hiểu biết hạn chế về Sở hữu trí tuệ: Việc xâm phạm “vô thức”. Có thể họ thiết kế nhãn hàng, nhãn hiệu của mình nhưng bị ảnh hưởng vô thức bởi thói quen cảm quan khi hàng ngày họ tiếp xúc, tiếp nhận thông tin hình ảnh từ nhãn hiệu đang có trên thị trường hoặc đang được quảng cáo.
* Đương nhiên, không loại trừ các trường hợp cố ý xâm phạm của một số ít chủ thể.

1. **Doanh nghiệp nên làm gì để không xảy ra tranh chấp?**

Những hành động cần thiết nhằm bảo đảm quyền sở hữu trí tuệ là vô cùng quan trọng và các doanh nghiệp thực hiện ngay khi có thể:

* Đăng ký bảo hộ tài sản trí tuệ: Việc đăng ký bảo hộ đối với nhãn hiệu, kiểu dáng… là điều kiện tiên quyết mà tất cả các doanh nghiệp dù mới thành lập hay đã thành lập lâu năm đều cần phải thực hiện. Cho đến khi có tranh chấp liên quan xảy ra, điều đầu tiên các doanh nghiệp cần là chứng minh nhãn hiệu, tài sản trí tuệ thuộc quyền sở hữu. Nếu doanh nghiệp không tiến hành đăng ký bảo hộ, xác lập quyền sở hữu đối với tài sản trí tuệ của mình thì hoàn toàn không có cơ sở để yêu cầu cơ quan nhà nước có thẩm quyền giải quyết quyền lợi.
* Chuẩn bị sẵn sàng và có kiến thức trong lĩnh vực sở hữu trí tuệ: Nhiều chuyên gia đánh giá các doanh nghiệp Việt hiện còn rất mơ hồ về sở hữu trí tuệ, văn hóa tôn trọng quyền sở hữu trí tuệ vẫn còn thấp. Thậm chí, có rất nhiều doanh nghiệp không nắm rõ các quy định pháp luật về sở hữu trí tuệ hiện hành. Dó đó, việc nắm vững kiến thức về sở hữu trí tuệ sẽ giúp doanh nghiệp tiến xa hơn không chỉ trong nước và còn vươn xa thị trường quốc tế. Chỉ có như vậy, lúc xảy ra tranh chấp, doanh nghiệp sẽ có sự chủ động và xử lý thông minh trong việc bảo vệ quyền lợi liên quan cũng như uy tín với khách hàng.
* Nâng cao chiến dịch marketing cho sản phẩm và doanh nghiệp: Bởi lẽ theo như khảo sát thị trường thực tế tại Việt Nam khách hàng có xu hướng nghe theo người quen hơn là người lạ, tức là hầu hết mọi người sẽ thường xuyên sử dụng sản phẩm hoặc nhãn hiệu mà họ đã tin dùng hoặc là mặt hàng thường xuyên xuất hiện trước họ, càng xuất hiện càng nhiều thì mức độ tin dùng càng cao. Ví dụ: Biểu tượng logo của Apple là quả táo cắn dở. Và cứ nhắc đến quả táo cắn dở hoặc quả táo thì người ta đã nghĩ ngay đến Apple. Công ty Apple có thể coi như 1 hình mẫu về sự hoàn hảo trong chiến dịch marketing của mình với nhãn hiệu trong mỗi sản phẩm của mình. Như vậy, khi chúng ta bảo hộ nhãn hiệu, sẽ thấy được lợi ích của nó trong việc quảng bá sản phẩm của mình, đó là điểm phân biệt lớn nhất với các sản phẩm cùng loại, đồng thời cũng cho người dùng biết đâu là sản phẩm của công ty mình, đâu là hàng giả hàng nhái
* Nên tiết kiệm nguồn lực: Cụ thể, khi kiện tụng xảy ra, cái giá phải trả không chỉ là tiền, mà còn là thời gian, sức lực, tâm trí, cơ hội kinh doanh, uy tín... Chính vì vậy, hãy tránh xa những tranh chấp mà mình có thể dự liệu và kiểm soát được, khi mà chúng ta là những nhà khởi nghiệp đang luôn ở thế thiếu thốn nguồn lực cho dự án của mình.

# **Kết Luận**

Vụ tranh chấp nhãn hiệu mì Hảo Hảo và mì Hảo Hạng đã để lại bài học đáng nhớ cho rất nhiều doanh nghiệp khác. Vì vậy, việc đăng ký nhãn hiệu là vô cùng quan trọng, giúp khách hàng phân biệt được các nhãn hiệu với nhau. Khi nhãn hiệu đã được đăng ký tức là đã được Cục Sở hữu trí tuệ công nhận bảo hộ, thì trong mọi trường hợp, nếu có nhãn hiệu nào trùng hoặc tương tự sẽ bị coi là có hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp. Chỉ khi bảo vệ được quyền và lợi ích của các doanh nghiệp, thì xã hội mới ổn định và ngày càng phát triển.

# **Tài liệu tham khảo**

1. [Quyền sở hữu công nghiệp là gì? Thời hạn xử lý đơn đăng ký sở hữu công nghiệp là bao lâu?](https://thuvienphapluat.vn/phap-luat/quyen-so-huu-cong-nghiep-la-gi-thoi-han-xu-ly-don-dang-ky-so-huu-cong-nghiep-la-bao-lau-648.html)

2. [Quyền sở hữu công nghiệp là gì ? Đặc điểm, nguồn luật áp dụng đối với quyền sở hữu công nghiệp](https://luatminhkhue.vn/quyen-so-huu-cong-nghiep-la-gi-dac-diem-nguon-luat-ap-dung-doi-voi-quyen-so-huu-cong-nghiep.aspx)

3. [Bài học cho doanh nghiệp nhìn từ vụ việc tranh chấp nhãn hiệu Hảo Hảo – Hảo Hạng](https://phaply.net.vn/bai-hoc-cho-doanh-nghiep-nhin-tu-vu-viec-tranh-chap-nhan-hieu-hao-hao-hao-hang-a252957.html)