TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Đăng ký nhãn hiệu sớm: "Lá chắn" giúp doanh nghiệp bảo vệ tài sản trí tuệ

19:07 25/07/2026

Nhiều doanh nghiệp chỉ nghĩ đến việc đăng ký nhãn hiệu khi thương hiệu đã có chỗ đứng trên thị trường. Theo Luật sư Lưu Hằng Hoa, đây không chỉ là thủ tục pháp lý mà còn là "lá chắn" giúp doanh nghiệp bảo vệ tài sản trí tuệ, giảm thiểu rủi ro và tạo nền tảng cho sự phát triển bền vững.

Đăng ký sớm để tránh rủi ro pháp lý

Trong quá trình khởi nghiệp, nhiều doanh nghiệp thường ưu tiên phát triển sản phẩm, mở rộng thị trường và tìm kiếm khách hàng trước khi nghĩ đến việc đăng ký bảo hộ nhãn hiệu. Theo Luật sư Lưu Hằng Hoa, đây là tâm lý khá phổ biến nhưng cũng tiềm ẩn nhiều rủi ro pháp lý.

Luật sư cho biết, Việt Nam đang áp dụng nguyên tắc "nộp đơn đầu tiên" (first-to-file) trong xác lập quyền đối với nhãn hiệu. Điều này đồng nghĩa với việc quyền sở hữu công nghiệp không mặc nhiên thuộc về người sử dụng trước mà thuộc về chủ thể nộp đơn đăng ký trước và đáp ứng các điều kiện bảo hộ theo quy định của pháp luật. Vì vậy, ngay cả khi doanh nghiệp đã sử dụng nhãn hiệu trong một thời gian dài trên thị trường, nếu chưa tiến hành đăng ký thì vẫn có nguy cơ mất quyền đối với chính nhãn hiệu của mình khi có chủ thể khác nộp đơn trước và được cấp văn bằng bảo hộ.

Theo luật sư, từ thời điểm nộp đơn đến khi được cấp văn bằng bảo hộ thường kéo dài từ 12 đến 18 tháng. Đây là khoảng thời gian để cơ quan có thẩm quyền tiến hành các bước thẩm định theo quy định của pháp luật. Do đó, doanh nghiệp không nên chờ đến khi sản phẩm bán chạy hoặc thương hiệu được nhiều người biết đến mới bắt đầu đăng ký. Nếu đợi đến khi thương hiệu đã có chỗ đứng trên thị trường mới nộp đơn, doanh nghiệp không chỉ mất lợi thế về thời gian mà còn gia tăng nguy cơ phát sinh tranh chấp với các chủ thể khác.

"Doanh nghiệp càng trì hoãn việc đăng ký thì mức độ rủi ro càng cao", luật sư nhận định. Nếu chưa tiến hành đăng ký, một chủ thể khác hoàn toàn có thể nộp đơn trước và được xác lập quyền đối với nhãn hiệu nếu đáp ứng các điều kiện

bảo hộ. Khi đó, chính doanh nghiệp tạo dựng thương hiệu lại có nguy cơ mất quyền sử dụng tên gọi hoặc dấu hiệu nhận diện mà mình đã đầu tư trong nhiều năm, đồng thời gặp nhiều khó khăn trong việc chứng minh quyền lợi hợp pháp khi xảy ra tranh chấp.

Qua quá trình tư vấn, luật sư cho biết không ít doanh nghiệp vẫn cho rằng khi sản phẩm còn nhỏ, chưa có thị trường lớn thì chưa cần đăng ký nhãn hiệu vì nguy cơ bị sao chép chưa cao. Tuy nhiên, chính suy nghĩ này khiến nhiều doanh nghiệp rơi vào thế bị động khi thương hiệu bắt đầu tạo dựng được uy tín trên thị trường. Theo luật sư, khi nhãn hiệu dần được người tiêu dùng biết đến cũng là lúc giá trị thương mại của thương hiệu gia tăng, kéo theo nguy cơ bị đăng ký trước hoặc bị xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ. Nếu không chủ động xác lập quyền từ sớm, doanh nghiệp có thể phải trả giá bằng chính thương hiệu mà mình đã dày công xây dựng.

Không chỉ bảo vệ thương hiệu, còn bảo vệ khoản đầu tư



Theo Luật sư Lưu Hằng Hoa, việc đăng ký nhãn hiệu từ sớm mang lại nhiều lợi ích hơn việc chỉ xác lập quyền sở hữu công nghiệp.

Trước hết, đây là cơ sở pháp lý quan trọng để doanh nghiệp ngăn chặn các hành vi xâm phạm như giả mạo nhãn hiệu, sử dụng trái phép trong tên doanh nghiệp, tên miền hoặc hoạt động quảng cáo. Văn bằng bảo hộ cũng là căn cứ để doanh nghiệp yêu cầu cơ quan có thẩm quyền xử lý khi quyền sở hữu trí tuệ bị xâm phạm. Đồng thời, việc được pháp luật bảo hộ còn giúp doanh nghiệp nâng cao vị thế trong hoạt động kinh doanh, tạo niềm tin với đối tác, nhà đầu tư và người tiêu dùng.

Bên cạnh đó, việc đăng ký còn góp phần bảo vệ những khoản đầu tư mà doanh nghiệp đã bỏ ra để xây dựng thương hiệu. Theo luật sư, doanh nghiệp thường phải dành nhiều nguồn lực cho thiết kế logo, bao bì, quảng bá, truyền thông và phát triển thị trường. Đây đều là những khoản đầu tư có giá trị lớn và được tích lũy theo thời gian. Nếu nhãn hiệu không được bảo hộ hoặc không đáp ứng điều kiện bảo hộ, toàn bộ giá trị đầu tư này có thể bị ảnh hưởng nghiêm trọng.

Thực tế, Luật sư Lưu Hằng Hoa từng gặp nhiều trường hợp doanh nghiệp đã kinh doanh nhiều năm, có lượng khách hàng ổn định nhưng khi tiến hành đăng ký mới phát hiện nhãn hiệu đã được chủ thể khác nộp đơn trước. Khi đó, doanh nghiệp có thể buộc phải thay đổi tên thương hiệu, bao bì, biển hiệu, tên miền và các tài liệu quảng bá. Không chỉ phát sinh chi phí lớn, việc thay đổi còn ảnh hưởng đến uy tín cũng như lượng khách hàng đã gây dựng trong nhiều năm. Theo luật sư, trong nhiều trường hợp, chi phí để khắc phục hậu quả sau khi xảy ra tranh chấp còn lớn hơn rất nhiều so với chi phí đăng ký nhãn hiệu ngay từ đầu. Nếu tiếp tục sử dụng nhãn hiệu đã được bảo hộ cho chủ thể khác, doanh nghiệp còn có nguy cơ đối mặt với các tranh chấp pháp lý liên quan đến quyền sở hữu công nghiệp.

Theo luật sư, nhãn hiệu sau khi được bảo hộ còn là một tài sản vô hình có giá trị, có thể được chuyển nhượng, nhượng quyền thương mại, góp vốn hoặc sử dụng trong các giao dịch kinh doanh. Đây cũng là nền tảng quan trọng để doanh nghiệp phát triển lâu dài, mở rộng quy mô hoạt động cũng như nâng cao giá trị thương hiệu trên thị trường.

"Việc đăng ký nhãn hiệu không chỉ là một thủ tục hành chính đơn thuần mà là một quyết định đầu tư mang tính chiến lược. Càng chủ động nộp đơn sớm, doanh nghiệp càng giảm thiểu rủi ro pháp lý và càng có điều kiện phát triển thương hiệu một cách bền vững", Luật sư Lưu Hằng Hoa nhấn mạnh.

Đăng ký bảo hộ chỉ là bước khởi đầu

Theo luật sư, trên thực tế, doanh nghiệp không chỉ đối mặt với rủi ro do đăng ký muộn mà còn gặp nhiều hạn chế trong quá trình quản lý và khai thác nhãn

hiệu.

Một trong những lỗi phổ biến là không tra cứu khả năng bảo hộ trước khi sử dụng hoặc nộp đơn đăng ký. Điều này khiến nhiều doanh nghiệp đầu tư đáng kể cho hoạt động xây dựng thương hiệu nhưng sau đó mới phát hiện nhãn hiệu trùng hoặc tương tự với nhãn hiệu đã được bảo hộ của chủ thể khác, buộc phải thay đổi toàn bộ hệ thống nhận diện. Ngoài ra, cũng có doanh nghiệp chỉ nghĩ đến việc đăng ký khi hoạt động kinh doanh đã ổn định hoặc sản phẩm được thị trường đón nhận. Theo luật sư, đây là một trong những nguyên nhân phổ biến khiến doanh nghiệp rơi vào tranh chấp về quyền đối với nhãn hiệu.

Bên cạnh đó, nhiều doanh nghiệp chỉ đăng ký cho nhóm hàng hóa, dịch vụ đang kinh doanh mà chưa tính đến định hướng phát triển trong tương lai. Khi mở rộng sang lĩnh vực mới, doanh nghiệp mới phát hiện nhãn hiệu của mình đã được người khác đăng ký ở nhóm sản phẩm đó, làm mất cơ hội phát triển thương hiệu hoặc phải sử dụng nhãn hiệu khác cho cùng một hệ thống kinh doanh.

Theo luật sư, sau khi được cấp văn bằng bảo hộ, doanh nghiệp cũng cần quản lý danh mục tài sản sở hữu trí tuệ một cách bài bản; theo dõi thời hạn gia hạn, giám sát các hành vi xâm phạm và các đơn đăng ký tương tự của bên thứ ba để kịp thời bảo vệ quyền lợi hợp pháp. Đồng thời, doanh nghiệp cần coi nhãn hiệu là một tài sản có giá trị để chủ động khai thác thông qua chuyển nhượng, nhượng quyền thương mại hoặc cấp phép sử dụng, thay vì chỉ coi đây là dấu hiệu nhận diện sản phẩm như cách hiểu phổ biến hiện nay.

Theo Luật sư Lưu Hằng Hoa, "Đăng ký nhãn hiệu không phải là đích đến mà chỉ là bước khởi đầu của quá trình quản trị tài sản trí tuệ".

Cần coi nhãn hiệu là tài sản ngay từ khi khởi nghiệp

Đối với doanh nghiệp nhỏ và các dự án khởi nghiệp, Luật sư Lưu Hằng Hoa khuyến nghị nên xác định chi phí đăng ký nhãn hiệu là một phần của chi phí đầu tư ban đầu. Theo bà, doanh nghiệp cần lựa chọn nhãn hiệu có khả năng bảo hộ cao, thực hiện tra cứu trước khi nộp đơn và chủ động đăng ký ngay khi có kết quả khả quan. Việc chủ động đăng ký ngay từ giai đoạn đầu cũng giúp doanh nghiệp tận dụng khoảng thời gian chờ cấp văn bằng để phát triển hoạt động kinh doanh và xây dựng hình ảnh thương hiệu trên thị trường.

Luật sư cũng lưu ý, với những nhãn hiệu có định hướng phát triển ra thị trường quốc tế, doanh nghiệp cần chủ động xây dựng lộ trình đăng ký bảo hộ tại các quốc gia mục tiêu. Sau khi được cấp văn bằng bảo hộ, doanh nghiệp cần tiếp tục theo dõi thời hạn gia hạn, giám sát các hành vi xâm phạm và xây dựng

chiến lược quản trị tài sản trí tuệ lâu dài nhằm bảo đảm quyền lợi hợp pháp trong suốt quá trình phát triển.

Luật sư Lưu Hằng Hoa cho rằng, giá trị của một thương hiệu không chỉ nằm ở tên gọi hay logo mà còn ở việc thương hiệu đó được pháp luật bảo vệ và có khả năng tạo ra giá trị kinh tế trong quá trình phát triển. Vì vậy, đăng ký nhãn hiệu là bước khởi đầu, còn quản trị và khai thác hiệu quả tài sản sở hữu trí tuệ mới là yếu tố góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh, gia tăng giá trị doanh nghiệp và hướng tới sự phát triển bền vững trong dài hạn.

Phương Di