TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Diễn đàn: Hoàn thiện chính sách tài sản trí tuệ – Động lực sống còn cho doanh nghiệp đổi mới sáng tạo

23:13 26/08/2025

Ngày 26/8, Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) phối hợp cùng Tạp chí Diễn đàn Doanh nghiệp, Công ty Luật TAT Law Firm và Tạp chí Sở hữu trí tuệ & Sáng tạo tổ chức Diễn đàn "Hoàn thiện chính sách tài sản trí tuệ – Động lực cho doanh nghiệp đổi mới sáng tạo".

Hoàn thiện cơ chế bảo vệ SHTT – lá chắn bảo vệ doanh nghiệp



Quang cảnh diễn đàn

Phát biểu khai mạc, ông Võ Tấn Thành – Phó Chủ tịch VCCI cho biết: Sở hữu trí tuệ (SHTT) đã trở thành nền tảng để doanh nghiệp Việt vươn xa ra thị trường khu vực và quốc tế. Tuy nhiên, tình trạng vi phạm SHTT tại Việt Nam vẫn diễn biến phức tạp với nhiều hình thức: đạo nhái nhãn hiệu, bao bì, giả mạo tên thương mại, đăng ký nhãn hiệu tương tự gây nhầm lẫn, lợi dụng quảng cáo trực tuyến để đánh lạc hướng người tiêu dùng.

Theo thống kê, năm 2022 cả nước có 1.430 vụ xâm phạm quyền nhãn hiệu, thì chỉ trong 6 tháng đầu năm 2025, con số này đã lên tới 3.270 vụ, gây thiệt hại hàng nghìn tỷ đồng. Thực trạng này không chỉ ảnh hưởng đến doanh thu và thị phần, mà còn trực tiếp xói mòn uy tín thương hiệu – yếu tố vô hình nhưng quyết định sự sống còn của doanh nghiệp.



Đại diện Công ty Cổ phần Nhựa Bình Minh chia sẻ tại diễn đàn

Chia sẻ tại diễn đàn, đại diện Công ty Cổ phần Nhựa Bình Minh – thương hiệu ống nhựa nỗi tiếng với gần 50 năm xây dựng trong lĩnh vực ống nhựa dân dụng cho biết, doanh nghiệp không sinh ra để tranh tụng nhưng "buộc phải trở thành luật sư bất đắc dĩ" để giữ lấy cái tên do mình tạo dựng suốt gần 50 năm.

Các sản phẩm giả, bao bì sao chép gần như nguyên vẹn, thậm chí đăng ký tên thương mại gần giống, đã khiến người tiêu dùng nhầm lẫn, gây ra nhiều hệ lụy. “Có trường hợp sản phẩm giả chôn sâu trong công trình chỉ phát hiện khi rò rỉ, vỡ ống. Người tiêu dùng chỉ nhớ cái tên ‘Nhựa Bình Minh’ và quay lưng khi chất lượng không đảm bảo. Doanh nghiệp mất không chỉ doanh thu mà còn mất niềm tin xã hội” – đại diện Bình Minh cho biết thêm.

Từ minh chứng rõ nét trên các chuyên gia đều cho rằng, hoàn thiện cơ chế bảo vệ SHTT không chỉ là “lá chắn” bảo vệ doanh nghiệp, mà còn là động lực phát triển nền kinh tế sáng tạo.

Xây dựng và bảo vệ thương hiệu là quá trình đầu tư kéo dài…

Dưới góc độ pháp lý, Ls Mai Thị Thảo - Phó Giám Đốc TAT Law Firm cho rằng việc xử lý các vụ xâm phạm thương hiệu tại Việt Nam hiện nay đang gặp nhiều trở ngại cả về nhận diện, thu thập chứng cứ lẫn thực thi các biện pháp xử lý. Sự phức tạp của thị trường, đặc biệt là sự phát triển nhanh của thương mại điện tử, kết hợp với những hạn chế về khung pháp lý và năng lực thực thi khiến quá trình bảo vệ thương hiệu trở thành một bài toán nan giải.



Phát biểu tham luận của Ls Mai Thị Thảo – Phó Giám Đốc TAT Law Firm

Đặc biệt, những yếu tố về nhận thức xã hội cũng góp phần làm trầm trọng thêm tình hình. Nhiều doanh nghiệp, chủ yếu trong khối vừa và nhỏ, còn thiếu hiểu biết đầy đủ về quyền SHTT và tầm quan trọng của việc chủ động bảo vệ thương hiệu. Tương tự, một bộ phận người tiêu dùng, dù nhận biết được sản phẩm giả, vẫn thiếu động lực hoặc ngần ngại khiếu nại, do lo ngại về thủ tục rườm rà hoặc thiếu niềm tin vào hiệu quả của cơ chế giải quyết tranh chấp.

Những khó khăn này không chỉ làm chậm quá trình xử lý vi phạm, mà còn tạo ra khoảng trống để các hành vi xâm phạm tiếp tục diễn ra, gây thiệt hại nặng nề cho doanh nghiệp và làm suy giảm tính minh bạch, công bằng của thị trường. “Thực trạng này đòi hỏi những giải pháp đồng bộ về chính sách, pháp luật và năng lực thực thi để tăng cường hiệu quả bảo vệ thương hiệu trong thời gian tới”, Ls Thảo nhấn mạnh.

Đồng quan điểm, ông Nguyễn Thanh Bình - Phó Chủ tịch Thường trực Hội Sáng chế Việt Nam cho biết, hiện nay vẫn còn khoảng trống pháp lý và bất cập thực thi về sở hữu trí tuệ dẫn tới xung đột quyền.



Ông Nguyễn Thanh Bình - Phó Chủ tịch Thường trực Hội Sáng chế Việt Nam chia sẽ tại diễn đàn

Mặc dù Luật Doanh nghiệp 2020 (sửa đổi, bổ sung năm 2025) đã có quy định về việc gây nhầm lẫn với tên doanh nghiệp đã đăng ký trước đó, nhưng lại chưa có quy định cụ thể đối với trường hợp "gây nhầm lẫn" với nhãn hiệu đã được bảo hộ. Trong khi đó, Luật Sở hữu trí tuệ quy định dấu hiệu trùng hoặc tương tự với tên thương mại của người khác đang được sử dụng, nếu việc sử dụng có thể gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng về nguồn gốc hàng hóa, dịch vụ

“Quy định hiện hành còn nhiều bất cập khi tên thương mại gắn với việc đăng ký kinh doanh do Sở Kế hoạch và Đầu tư quản lý, còn nhãn hiệu thuộc thẩm quyền Cục Sở hữu trí tuệ, nhưng lại thiếu cơ chế phối hợp liên ngành”, ông Bình cho biết thêm.

Phát biểu tại diễn đàn, ông Lương Hoàng Hưng – Tổng Biên tập Tạp chí Sở hữu Trí tuệ và Sáng tạo cho rằng việc xây dựng thương hiệu là quá trình đầu tư kéo dài, không đơn giản chỉ là bảo hộ nhãn hiệu mà còn là tài sản trí tuệ, trong đó còn tài sản vô hình, tài sản hữu hình.

Do đó, các doanh nghiệp cần tích cực hợp tác với chính quyền và các cơ quan quản lý, đồng thời chú trọng vào việc xây dựng và bảo vệ thương hiệu của

mình. Việc áp dụng các chiến lược và giải pháp hiệu quả sẽ giúp doanh nghiệp không chỉ bảo vệ được tài sản của mình mà còn góp phần vào sự phát triển chung của đất nước.



Ông Lương Hoàng Hưng – Tổng Biên tập Tạp chí Sở hữu Trí tuệ và Sáng tạo.

“Doanh nghiệp cần có sự tư vấn và hỗ trợ từ các chuyên gia, luật sư để xây dựng và bảo vệ thương hiệu một cách hiệu quả. Đặc biệt cần thường xuyên theo dõi, kiểm tra và phối hợp với các cơ quan chức năng để kịp thời phát hiện, xử lý các hành vi xâm phạm chứ không nên trì hoãn vì sợ bị người tiêu dùng hiểu lầm. Bởi vì chỉ có làm tốt công tác bảo vệ thương hiệu, doanh nghiệp mới có chiến dịch truyền thông và chiến lược kinh doanh hiệu quả”, ông Lương Hoàng Hưng nhấn mạnh.

Có thể thấy, SHTT không còn là khái niệm pháp lý xa vời, mà đã trở thành động lực cốt lõi giúp doanh nghiệp Việt cạnh tranh, đổi mới và phát triển trong kỷ nguyên số. Muốn đi xa, doanh nghiệp cần được bảo vệ bằng một hệ thống pháp lý minh bạch, cơ chế thực thi công bằng, và sự đồng hành từ báo chí cũng như cộng đồng xã hội.

Thuận Yến