
Học phần 11: Thảo luận và Tóm tắt

Trong suốt quá trình nghiên cứu các học phần khác nhau, bạn đã được biết về các đối tượng khác nhau của sở hữu trí tuệ và các hình thức bảo hộ khác nhau đối với các đối tượng đó. Các học phần đã nhấn mạnh những lợi ích của các hình thức bảo hộ khác nhau về góc độ quyền của chủ sở hữu. Một chủ đề cơ bản của những giảng giải đó là những nhà sáng tạo ra tài sản trí tuệ có thể tạo ra những bù đắp về kinh tế bằng cách thực hiện các quyền của họ. Việc đơn thuần sở hữu các quyền sở hữu trí tuệ không tạo ra tiền bạc. Để tạo ra thu nhập thì chủ sở hữu quyền đó phải khai thác quyền đó về phương diện tài chính thông qua các loại hợp đồng thương mại khác nhau bao gồm các hợp đồng li-xăng và/hoặc chuyển nhượng các quyền. Theo một ý nghĩa nào đó thì tất cả những hợp đồng thương mại này là sự nỗ lực để chuyển quyền sở hữu trí tuệ thành **vốn trí tuệ**.

Một số đoạn băng tiếp theo sẽ dài hơn thông thường và bạn nên nghe để giúp bạn nhớ lại những khái niệm đã được đề cập trong các học phần trước, cũng như nghe các ví dụ về việc tạo ra sự thịnh vượng từ các quyền sở hữu trí tuệ.

Đoạn băng 1: *Tôi đã nghe rất nhiều về sở hữu trí tuệ nhưng vẫn còn thuật ngữ vốn trí tuệ. Vậy có sự khác biệt nào ở đây?*

Sở hữu trí tuệ dựa trên luật pháp quy định việc bảo hộ những sáng tạo của trí óc như sáng chế, phim ảnh, sách, âm nhạc v.v.. Vốn trí tuệ bao gồm sở hữu trí tuệ và những thứ khác mà một công ty có thể sử dụng để đạt được một chỗ đứng trên thị trường, ví dụ như danh sách khách hàng, phương pháp đào tạo, phương pháp quản lý chất lượng hay quy trình kiểm tra chất lượng. Tất cả những thứ này là vốn sở hữu trí tuệ, nhưng chúng ta cũng không nên quên rằng nguồn vốn trí tuệ lớn nhất của một công ty là lực lượng lao động của họ.

Không phải trong mọi trường hợp sở hữu trí tuệ đều là vốn trí tuệ theo nghĩa gần về tiền tệ, bởi vì một bằng độc quyền đối với một sáng chế không được đưa vào thị trường và không được sử dụng để tạo ra thu nhập cho công ty thì cũng chẳng đáng giá bằng tờ giấy in bằng độc quyền đó. Độc quyền đối với một sáng chế phải được sử dụng trong môi trường thương mại và thông qua việc sử dụng sẽ mang lại cho công ty một lợi thế cạnh tranh, và nhờ việc ngăn cấm những người khác đưa sản phẩm tương tự ra thị trường, công ty có thể gia tăng lợi

nhuận. Điều này cũng được áp dụng tương tự đối với nhãn hiệu đã được đăng ký. Một nhãn hiệu không được công chúng biết đến thì không có giá trị, nhưng một nhãn hiệu như Coca-Cola có thể trị giá hàng tỉ đôla Mỹ. Đó là chưa kể đến một số người còn nói nhãn hiệu Coca-Cola là vô giá vì nó chưa bao giờ được chào bán. Vì vậy chúng ta phải phân biệt sự khác nhau giữa chi phí, giá và giá trị.

Bạn phân biệt như thế nào?

Giá trị của một nhãn hiệu trên thực tế dựa trên việc có bao nhiêu người sẵn sàng chi trả để có được nó. Ví dụ, nếu một người nào đó sẵn sàng chi trả một triệu đôla cho một nhãn hiệu, điều đó có thể là giá trị chứ không phải là giá, bởi vì chủ sở hữu có thể không muốn bán. Vậy, sẽ không có giá cố định nếu không có sự giao dịch; giá có thể sẽ được xác định theo giao dịch. Và sở hữu trí tuệ sẽ trở thành một giá trị rõ ràng nếu nó được chào bán trên thị trường và có một số người sẵn sàng mua nó.

Hãy lấy ví dụ về một sáng chế. Chẳng hạn, loại vật liệu làm cứng sợi dẹt Velcro nổi tiếng đã được một nhà sáng chế Thụy Sĩ sáng chế ra nhưng không may là nhà sáng chế này đã không kiếm được nhiều tiền từ sáng chế của mình bởi vì ông ta không có khả năng kiếm được tiền trên thị trường trong khoảng thời gian bảo hộ sáng chế Velcro và ngày nay sáng chế đó được sử dụng ở khắp mọi nơi. Trên thực tế, nguồn thu nhập duy nhất của ông là từ một hợp đồng với NASA, trong đó sử dụng một phần sáng chế của ông để làm cứng bộ quần áo vũ trụ cho các phi hành gia của họ. Trong khi đó, sáng chế này đã mang lại những hợp đồng rất lớn về thu nhập cho những người sử dụng tiếp theo kể từ khi sáng chế trở thành tài sản chung; các công ty hiện nay sử dụng Velcro không phải trả bất kỳ khoản phí nào cho nhà sáng chế. Đây chỉ là một ví dụ. Các sáng chế khác đã mang lại nguồn thu nhập đáng kể cho chủ sở hữu; tôi cũng có thể đưa ra cho các bạn một ví dụ về hệ thống Dolby giảm ồn cho các thiết bị âm thanh nổi có độ trung thực cao, đã được sáng chế và sau đó được đưa ra thị trường một cách có hiệu quả thông qua các hợp đồng li-xăng trong toàn ngành công nghiệp liên quan và các hợp đồng khác đã chứng tỏ các lợi thế của hệ thống Dolby với việc chuyển giao quyền sử dụng khi công nghệ được đưa tới người dùng cuối cùng, đó là người tiêu dùng, để tìm kiếm âm nhạc với chất lượng vượt trội.

Như vậy nói một cách ngắn gọn, như tôi đã hiểu sơ qua về hệ thống, có phải thoả thuận li-xăng có nghĩa là mỗi nhà sản xuất sử dụng công nghệ đó phải trả một khoản phí cho Dolby?

Đúng vậy. Mọi nhà sản xuất đều phải trả một khoản phí để sử dụng hệ thống Dolby với một số điều kiện nhất định; ví dụ, họ phải thông tin cho người tiêu dùng một cách rõ ràng rằng họ đã sử dụng hệ thống Dolby và đó cũng chính là cách quảng cáo gián tiếp cho anh ta; và không một ai có thể sử dụng hệ thống Dolby nếu không ký kết hợp đồng li-xăng với chủ sở hữu.

Bạn có thể đưa ra một ví dụ khác về việc sở hữu trí tuệ có thể được thương mại hoá thành công được không?

Chúng ta đều biết các công ty dược phẩm mạnh như thế nào trong lĩnh vực sở hữu trí tuệ. Khi đầu tư vào việc phát triển các phương pháp điều trị, thuốc, hợp chất mới, tất cả các công ty dược phẩm đều hy vọng trở thành nhà cung cấp duy nhất trên thị trường trong một khoảng thời gian nhờ đó họ có thể thu được nhiều lợi nhuận hơn so với mức mà họ có thể thu được nếu có nhiều hơn một công ty cùng chào bán sản phẩm đó.

Bạn sẽ thấy rằng một số loại thuốc mới xuất hiện trên thị trường với giá bán khá cao và khi thời hạn bảo hộ sáng chế kết thúc, giá sẽ giảm xuống cho người dùng vì có các loại thuốc generic xuất hiện trên thị trường. Thực tế, các loại thuốc generic là các loại dược phẩm giống như thuốc gốc (thuộc được bảo hộ sáng chế nêu trên) và sử dụng cùng một công thức, nhưng những bằng độc quyền sáng chế đối với loại thuốc đó đã hết hạn và công nghệ thuộc về cộng đồng. Các công ty dược phẩm cố gắng duy trì các lợi thế của họ bằng cách tập trung tiếp thị những nhãn hiệu liên quan đến các loại dược phẩm cụ thể. Hiện nay, chỉ riêng Công ty Bayer có thể đưa ra Bayer aspirin ra thị trường bởi vì nhãn hiệu đó thuộc quyền sở hữu của Công ty. Tuy nhiên, có rất nhiều công ty đưa ra loại dược phẩm với các liều lượng tương tự như aspirin và có hiệu quả tương tự, nhưng chúng lại được sử dụng với một tên khác. Vì vậy, người tiêu dùng có thể bị thu hút bởi tên truyền thống và chất lượng nổi tiếng của nhãn hiệu Bayer, nhưng khi họ bị thuyết phục rằng họ có thể mua một sản phẩm thay thế với giá tương tự hoặc rẻ hơn thì có lẽ họ sẽ làm theo.

Như vậy, những ví dụ đã đưa ra đề cập đến hai hình thức bảo hộ, đó là bằng độc quyền sáng chế mà nay đã hết hạn, và nhãn hiệu vẫn đang tiếp tục được bảo hộ?

Đúng vậy. Không giống như độc quyền sáng chế, nhãn hiệu có thể được giữ mãi mãi. Và điều này có ý nghĩa rất quan trọng đối với các công ty đưa ra các sản phẩm chủ lực. Nhãn hiệu thường được kết hợp với các sản phẩm chính, sẽ trở nên ít quan trọng khi kết hợp với các sản phẩm chuyên dụng. Các sản phẩm chuyên dụng có nghĩa là các thiết bị được sản xuất cho mục đích riêng, ví dụ,

máy đào mỏ hay máy khoan. Trong trường hợp đó, các khách hàng công nghiệp sẽ không dựa vào nhãn hiệu để quyết định mua một sản phẩm đã biết mà thực tế là họ mua công nghệ sau mỗi 10 hoặc 15 năm. Do đó, họ sẽ xem xét công nghệ vì họ muốn có được chất lượng tốt nhất và thiết bị tốt nhất với đồng tiền của họ, và nhãn hiệu đó nếu thuộc về một người đã biết thì sẽ cho họ một sự chứng thực chắc chắn về danh tiếng của công ty đã đưa ra sản phẩm đó. Trên thị trường tiêu dùng rộng rãi, một nhãn hiệu sẽ có tác động mạnh: mọi người sẽ mua hàng bằng đôi mắt và đôi tay của họ; chỉ sau đó họ mới kiểm tra xem cái gì ở trong hộp.

Vì vậy, bước then chốt của việc thương mại hóa đòi hỏi sự cân nhắc xem có khả năng đạt được các lợi ích kinh tế từ việc bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ hay không.

Một số người nghĩ là lợi ích của việc bảo hộ sở hữu trí tuệ chỉ liên quan đến các nước công nghiệp hoá, vậy hãy nghe đoạn băng tiếp theo đề cập cụ thể đến các lợi ích kinh tế đối với các nước đang phát triển, từ việc bảo hộ sở hữu trí tuệ đến thương mại hóa một cách có hiệu quả.

Đoạn băng 2: *Bạn có thể cho chúng tôi biết sơ lược về những lợi ích kinh tế của sở hữu trí tuệ đối với các nước đang phát triển không?*

Tất nhiên. Các nước đang phát triển có thể thu lợi từ hệ thống sở hữu trí tuệ bằng cách tương tự như đối với các nước công nghiệp hoá. Những bất lợi của các nước đang phát triển hiện nay là rất nhiều công ty của họ đánh giá chưa đầy đủ về cách thức sử dụng hệ thống sở hữu trí tuệ vì lợi ích của họ. Nhưng sự nhận thức đang được gia tăng, một số sản phẩm nhất định bắt đầu xuất hiện trên thị trường; tôi không thể đưa ra một ví dụ chính xác, nhưng nói chung các công ty đa quốc gia của Ấn Độ kinh doanh và bán sản phẩm mang nhãn hiệu - là một sự tham khảo cho khách hàng của họ - và khách hàng có thể tìm thấy các sản phẩm mà họ đang tìm kiếm, bởi vì họ biết nguồn gốc của các sản phẩm đó và sử dụng nó như một biểu thị về chất lượng.

Đối với công nghệ cũng vậy, nếu một trung tâm nghiên cứu của một nước đang phát triển tiến hành phát triển một công nghệ nào đó có khả năng hữu ích cho một quốc gia khác mà không bảo đảm độc quyền cho sáng chế hoặc kiểu dáng công nghiệp đó thì họ sẽ mất đi lợi thế. Trung tâm nghiên cứu đó sẽ mất khả năng bán công nghệ mà nhờ đó họ có thể thu được khoản thu nhập bổ sung từ sản phẩm trí tuệ của họ. Tôi lại chợt nhớ đến một ví dụ khác liên quan đến quả dưa. Tại châu Âu, bạn có thể tìm thấy dưa trên thị trường được nhập khẩu từ

nhiều nước. Đôi khi, cửa hàng sẽ ghi là một loại dừa nào đó có nguồn gốc từ Ghana, từ Trung Mỹ hoặc từ Bờ Biển Ngà, nhưng theo tôi được biết thì chỉ có Bờ Biển Ngà thực sự giới thiệu một nhãn “Dừa từ Bờ Biển Ngà”, và một số cửa hàng đã theo dõi và thấy rằng người tiêu dùng luôn tìm kiếm những loại dừa cụ thể nào đó. Đây không phải là một nhãn hiệu; đúng hơn thì đó là một dấu hiệu chứng nhận, nhưng được đăng ký như một nhãn hiệu, và có thể sử dụng nhãn đó cho dừa được nhập khẩu từ Bờ Biển Ngà để phân biệt những sản phẩm của họ với các loại dừa của các nhà cung cấp nước ngoài khác. Và tôi tin rằng các nước đang phát triển có thể sẽ được lợi từ việc tăng cường sử dụng các tên gọi xuất xứ, chỉ dẫn địa lý hoặc các nhãn hiệu như một phương tiện cho việc bán hàng hóa của họ với danh nghĩa là các sản phẩm địa phương, mà không phải là các hàng hóa chuẩn có nguồn gốc không thể xác định được.

Có rất nhiều cơ chế để nhận được tiền từ việc cho phép người khác sử dụng đối tượng sở hữu trí tuệ của mình và đoạn băng tiếp theo sẽ thảo luận một số cơ chế đó.

Đoạn băng 3: *Các thuật ngữ li-xăng và phí li-xăng thường liên quan đến việc khai thác hoặc tiếp thị sở hữu trí tuệ. Sự khác biệt giữa li-xăng và phí li-xăng là gì?*

Li-xăng là một quy trình mà theo đó một việc gì đó được cho phép. Nó có nguồn gốc từ một danh từ La-tinh là *licentia*, nghĩa là sự cho phép. Chủ sở hữu quyền sở hữu trí tuệ là người duy nhất có thể cho phép người khác sử dụng quyền sở hữu trí tuệ đó. Nếu một người bất kỳ muốn sử dụng công nghệ của tôi, người đó phải ký một hợp đồng li-xăng với tôi và hợp đồng đó sẽ ghi rõ các điều kiện để anh ta sử dụng quyền sở hữu trí tuệ của tôi, cụ thể là sử dụng như thế nào, ở đâu và khi nào. Điều này tương tự với sự cho phép của luật pháp và là một cách thức hợp pháp để khai thác các quyền sở hữu trí tuệ. Nếu một người nào đó sử dụng quyền sở hữu trí tuệ - cụ thể là công nghệ, sáng chế hoặc nhãn hiệu - của tôi mà không được phép thì sẽ bị coi là bất hợp pháp, là sự xâm phạm hoặc là hành vi sao chép lậu, và nó chỉ trở thành hợp pháp khi người đó ký kết với tôi một hợp đồng li-xăng.

Mặc khác, phí li-xăng là khoản đền bù có thể phải trả theo hợp đồng li-xăng, thường được tính theo phần trăm của số đơn vị sản phẩm hoặc số lượng sản phẩm được sản xuất theo li-xăng. Ví dụ, nếu bạn cấp li-xăng cho một ai đó sản xuất lốp xe, bạn có hai cách để quy định mức giá trong hợp đồng li-xăng. Hoặc là bạn chọn hình thức thanh toán trọn gói, theo đó bạn xác định công nghệ và

các bí quyết của bạn có giá một triệu đôla, và hợp đồng ghi rõ cách thức người nhận li-xăng chi trả số tiền đó hoặc bạn đề nghị trả phí li-xăng dưới dạng các khoản thanh toán tiền đền bù tính trên số lượng sản phẩm hoặc dựa vào các yếu tố khác.

Bên giao li-xăng sử dụng hình thức phí li-xăng (trả theo phần trăm tính trên sản phẩm mang đối tượng được li-xăng) khi họ muốn kiểm soát sản lượng của bên nhận li-xăng và trong chừng mực nào đó là kiểm soát chất lượng của sản phẩm, bởi vì số lượng phí li-xăng là một cây chỉ thị để biết bên nhận li-xăng sản xuất ra bao nhiêu sản phẩm và rốt cuộc đó là phương tiện kiểm soát năng lực sản xuất của bên nhận li-xăng. Đối với người nhận li-xăng, ưu điểm của việc thoả thuận áp dụng hình thức phí li-xăng là số tiền phải trả để sử dụng công nghệ được trải ra trong nhiều năm và lợi nhuận mà họ nhận được từ li-xăng phụ thuộc vào đầu ra của họ. Sẽ là vô ích nếu một người nhận li-xăng phải trả một khoản phí li-xăng trọn gói rất lớn để được sử dụng công nghệ nhưng sau đó lại không sử dụng công nghệ đó để thu hồi được khoản vốn đầu tư đã bỏ ra.

Vẫn còn có rất nhiều cách thức khác giúp các nhà sáng tạo sở hữu trí tuệ chuyển các quyền của họ thành các sản phẩm thương mại thành công. Đoạn băng tiếp theo sẽ mô tả một trong số đó, sự sáng tạo của các Trung tâm Đổi mới.

Đoạn băng 4: *Bạn có thể nói cho chúng tôi biết đôi điều về các trung tâm đổi mới?*

Trung tâm đổi mới là một khái niệm xuất hiện vào cuối những năm 1970 và 1980 tại một số nước công nghiệp hoá. Về cơ bản, ban đầu chúng xuất hiện trong cùng với các phòng thí nghiệm nghiên cứu của các trường đại học hoặc nghiên cứu do Chính phủ tài trợ ở Tây Âu và Bắc Mỹ. Chức năng chính của một trung tâm đổi mới là đưa một công nghệ mới và sự phát triển mới từ bàn làm việc của nhà nghiên cứu hay từ phòng thí nghiệm ra thị trường. Nói một cách đơn giản là bạn phải chuyển giao công nghệ. Để làm điều đó sẽ gặp rất nhiều khó khăn bởi vì giai đoạn phát triển của một sáng chế có ảnh hưởng rất lớn đến chi phí chuyển giao.

Nếu bạn có một sáng chế đã được chứng minh là mới và do đó có khả năng được cấp bằng độc quyền sáng chế và bạn đã được cấp bằng độc quyền sáng chế, bạn đã thực hiện bước đầu tiên nhưng điều đó không có nghĩa là công nghệ đó sẽ hoạt động trên thực tế. Nó có thể hoạt động rất tốt trong điều kiện phòng thí nghiệm nhưng sẽ không bao giờ hoạt động trong các ứng dụng công nghiệp. Đôi khi thị trường chưa sẵn sàng để tiếp nhận công nghệ đó. Đôi khi, các điều

kiện khác hoặc các nhân tố con người gây cản trở và bạn không thể chuyển giao công nghệ của bạn. Vì vậy, trên thực tế thì các trung tâm đổi mới có bản chất tương tự như các vườn ươm doanh nghiệp của một Chính phủ hoặc phòng thương mại.

Trung tâm đổi mới sẽ giúp nhà sáng chế hoặc nhà nghiên cứu đưa sáng chế hoặc các quyền sở hữu trí tuệ khác của họ ra thị trường. Trung tâm có thể cung cấp một số dịch vụ như tư vấn về sở hữu trí tuệ, đánh giá các sáng chế về tiềm năng kinh tế và tính khả thi của công nghệ hoặc về môi trường pháp lý của nơi mà sáng chế đó sẽ được khai thác, và có thể hỗ trợ nhà sáng chế hay nhà nghiên cứu trong việc thiết lập một kế hoạch kinh doanh để thu hút các nhà sáng chế và nhà sản xuất dễ dàng hơn vì một kế hoạch kinh doanh như vậy đưa ra một ý tưởng tốt hơn để một người có thể biết được sự phát triển của sáng chế và khai thác như một sản phẩm có thể đưa ra thị trường. Về cơ bản, trung tâm thực hiện vai trò như một chiếc cầu nối giữa một bên là nghiên cứu và phát triển và bên kia là sản xuất.

Vậy trong một chừng mực nào đó, trung tâm đổi mới là một phương thức để chuyển sở hữu trí tuệ thành vốn sở hữu trí tuệ?

Đúng. Quả thực, đó là những gì mà một trung tâm đổi mới sẽ làm, và một cách lý tưởng là để tạo thuận lợi cho việc chuyển giao công nghệ từ giai đoạn nghiên cứu ra thị trường. Có nhiều trung tâm đổi mới thành công ở các trường đại học, không chỉ tại các nước công nghiệp phát triển mà cả ở Mexico, Brazil và Argentina, và tôi còn được biết là có cả những trung tâm như vậy ở các nước thuộc khu vực Viễn Đông.

Nhiệm vụ của chúng tôi tại WIPO là khuyến khích các nước đang phát triển thành lập các trung tâm đổi mới với tư cách là các thể chế tạo thuận lợi cho việc tiếp thị những đầu tư về trí tuệ, hay nói cách khác là các kết quả nghiên cứu được tạo ra trong các phòng thí nghiệm nghiên cứu của trường đại học hoặc quốc gia hoặc do các nhà sáng chế quốc gia tạo ra.

Tóm tắt cuối cùng

Trong suốt quá trình nghiên cứu các học phần khác nhau, bạn đã được biết về các đối tượng khác nhau của sở hữu trí tuệ và các hình thức bảo hộ khác nhau đối với các đối tượng đó. Các học phần đã nhấn mạnh những lợi ích của các hình thức bảo hộ khác nhau về góc độ quyền của chủ sở hữu. Một chủ đề cơ bản của những giảng giải đó là những nhà sáng tạo ra tài sản trí tuệ có thể tạo ra những bù đắp về kinh tế bằng

cách thực hiện các quyền của họ. Việc đơn thuần sở hữu các quyền sở hữu trí tuệ không tạo ra tiền bạc. Để tạo ra thu nhập thì chủ sở hữu quyền đó phải khai thác quyền đó về phương diện tài chính thông qua các loại hợp đồng thương mại khác nhau bao gồm các hợp đồng li-xăng và/hoặc chuyển nhượng các quyền. Theo một ý nghĩa nào đó thì tất cả những hợp đồng thương mại này là sự nỗ lực để chuyển quyền sở hữu trí tuệ thành vốn trí tuệ.

- Bạn đã biết được cấu trúc chung của luật bản quyền tác giả và đã nghiên cứu khái quát về
 - các tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả;
 - các quyền của chủ sở hữu quyền tác giả;
 - những giới hạn của các quyền nêu trên;
 - quyền sở hữu và chuyển giao quyền tác giả; và
 - việc thực thi các quyền.

Công ước Berne quy định rằng quyền tác giả bảo hộ cho “mọi sản phẩm trong lĩnh vực văn học, khoa học và nghệ thuật, bất kể được biểu hiện theo phương thức hay dưới hình thức nào”. Bao hàm trong thuật ngữ rộng này là tất cả các tác phẩm nguyên gốc của tác giả, bất kể giá trị về văn học hay nghệ thuật của tác phẩm đó. Chủ sở hữu quyền tác giả đối với một tác phẩm được bảo hộ có thể sử dụng tác phẩm theo ý muốn của họ và có thể ngăn cấm người khác sử dụng tác phẩm nếu không được phép của họ. Những quyền này được gọi là “độc quyền”. Quyền tác giả bảo hộ cả các quyền về kinh tế và quyền nhân thân.

Ngoài ra, Hiệp định TRIPS còn đưa một thể loại tác phẩm khác vào phạm vi đối tượng quyền tác giả. Đó là các sản phẩm đa phương tiện và mặc dù không có một định nghĩa nào về mặt pháp lý nhưng có sự nhất trí rằng sự kết hợp âm thanh, ký tự và hình ảnh ở định dạng số có thể truy cập được bằng một chương trình máy tính được coi là một sự thể hiện nguyên gốc của tác giả và do đó được bảo hộ bằng hình thức quyền tác giả.

Các quyền liên quan, còn được gọi là các quyền kề cận hoặc cụ thể hơn là “các quyền kề cận với quyền tác giả” bảo hộ các lợi ích hợp pháp của các cá nhân hoặc tổ chức nhất định có đóng góp vào việc đưa các tác phẩm đến với công chúng hoặc những người bổ sung tính sáng tạo, kỹ thuật hay kỹ năng tổ chức.

Theo truyền thống, các quyền liên quan được dành cho ba đối tượng: người biểu diễn, nhà sản xuất bản ghi âm và các tổ chức phát sóng. Sự cần thiết phải có sự bảo hộ pháp lý cho ba nhóm người này đã được xác định trong Công ước Rome năm 1961 -

là một sự nỗ lực trong việc thiết lập các quy chuẩn quốc tế trong một lĩnh vực mới khi đã tồn tại luật pháp quốc gia. Nói cách khác, hầu hết các quốc gia sẽ phải soạn thảo và ban hành các luật trước khi tham gia Công ước. Mặc dù chưa hoàn thiện và cần được bổ sung sửa đổi, Công ước Rome vẫn là chuẩn mực quốc tế duy nhất dành cho việc bảo hộ trong lĩnh vực này. Giống như quyền tác giả, Công ước Rome và luật pháp quốc gia có quy định các giới hạn đối với các quyền, cho phép thực hiện sử dụng với mục đích cá nhân, sử dụng dưới dạng trích đoạn, và sử dụng các tác phẩm được bảo hộ bản quyền cho việc giảng dạy hoặc nghiên cứu khoa học.

Như được quy định trong Công ước Rome, thời hạn bảo hộ các quyền liên quan, là 20 năm tính từ thời điểm kết thúc của năm:

- bản ghi âm được tạo ra;
- cuộc biểu diễn diễn ra;
- việc phát sóng được thực hiện.

Các biện pháp tạm thời hoặc biện pháp bảo vệ có nghĩa là các chế tài đối với hành vi xâm phạm hoặc vi phạm các quyền liên quan. Các chế tài này bao gồm các chế tài dân sự, hình sự, các biện pháp thực thi tại biên giới và các biện pháp, chế tài và hình phạt chống lại sự lạm dụng các thiết bị kỹ thuật.

Các quyền liên quan cũng bảo hộ nhiều loại hình biểu hiện văn hoá bất thành văn và không được ghi lại của các nước đang phát triển. Việc bảo hộ các quyền liên quan đã trở thành một phần của bức tranh rộng hơn và nó là một điều kiện tiên quyết để tham gia vào hệ thống thương mại và đầu tư quốc tế đang nổi.

Phần nội dung về lĩnh vực sáng chế bao gồm những thông tin cơ bản. Bằng độc quyền sáng chế là một dạng lâu đời nhất của bảo hộ sở hữu trí tuệ và cùng với tất cả các dạng khác của sở hữu trí tuệ thì mục đích của hệ thống độc quyền sáng chế là thúc đẩy sự phát triển kinh tế bằng việc đền bù cho sáng tạo trí tuệ. Phần này đã giải thích mục đích của độc quyền sáng chế là khích lệ sự phát triển kinh tế bằng cách đền bù cho các sáng tạo trí tuệ.

Cả những sáng tạo cũng như sự phát triển tiếp theo (cải tiến) đều được bảo hộ dưới dạng độc quyền sáng chế. Một sự đột phá trong khoa học như sáng chế về penicilin cũng có ý nghĩa quan trọng và được bảo hộ tương tự như đối với một loại cần khởi động máy mới được sáng chế ra để giúp cho máy đó hoạt động nhanh hơn. Bằng độc quyền bảo vệ các sáng chế và nói một cách đơn giản, sáng chế có thể được coi là một giải pháp mới đối với một vấn đề kỹ thuật. Giải pháp này là “ý tưởng” và việc bảo hộ theo luật sáng chế không đòi hỏi sáng chế phải được thể hiện dưới dạng một thực thể vật lý. Tuy nhiên, có một số đối tượng ngoại lệ không được cấp bằng độc

quyền sáng chế. Những đối tượng đó bao gồm: gen người, những thứ được tìm thấy trong tự nhiên và các máy móc trái với quy luật tự nhiên, ví dụ động cơ vĩnh cửu. Các ngoại lệ phổ biến khác theo pháp luật quốc gia là những lý thuyết khoa học và phương pháp toán học, kế hoạch, quy tắc và phương pháp kinh doanh; và các phương pháp chữa bệnh hoặc chẩn đoán bệnh cho người và động vật.

Khi đơn yêu cầu cấp bằng độc quyền sáng chế được nộp, đơn đó sẽ được xem xét và thẩm định bởi chuyên gia kỹ thuật để đảm bảo sáng chế đáp ứng tất cả các yêu cầu để được cấp bằng độc quyền sáng chế. Những đặc điểm mà một sáng chế bắt buộc phải có là: (1) có tính mới, (2) có trình độ sáng tạo, (3) có khả năng áp dụng công nghiệp. Tóm lại, bằng độc quyền sáng chế là sự thỏa thuận giữa Nhà nước và nhà sáng chế. Bằng cách dành sự bảo hộ trong một khoảng thời gian nhất định, Nhà nước đảm bảo cho nhà sáng chế có thể thu được các khoản đền bù cho sự đầu tư của mình. Sau khi hết hạn bảo hộ, thường là sau 20 năm kể từ khi nộp đơn yêu cầu cấp bằng độc quyền sáng chế, bất kỳ người nào cũng có thể sử dụng sáng chế đó. Vì không có cơ chế bảo hộ toàn cầu, một nhà sáng chế phải chi trả các khoản lệ phí nộp đơn và lệ phí duy trì hiệu lực tại mỗi nước nơi mà họ muốn được bảo hộ.

Trong học phần về nhãn hiệu, bạn đã biết được nhãn hiệu có thể là từ ngữ, biểu tượng, chữ số, chữ cái, khẩu hiệu, âm thanh, màu sắc, hoặc đôi khi là mùi vị, dùng để nhận dạng nguồn gốc của sản phẩm hay dịch vụ mang nhãn hiệu đó.

Nhãn hiệu là một lĩnh vực của sở hữu trí tuệ và mục đích của chúng là bảo vệ danh tiếng của sản phẩm chứ không bảo vệ sáng chế hay ý tưởng có trong sản phẩm đó. Nói chung, nhãn hiệu cần phải có tính phân biệt và không có khả năng lừa dối.

Việc sử dụng chỉ dẫn địa lý là một phương pháp quan trọng để chỉ dẫn về nguồn gốc của hàng hóa và dịch vụ. Một trong những mục tiêu của việc sử dụng chỉ dẫn địa lý là để xúc tiến thương mại bằng cách thông tin cho khách hàng biết về nguồn gốc của sản phẩm. Thường thì chỉ dẫn địa lý ám chỉ một chất lượng nào đó mà khách hàng đang tìm kiếm. Chúng có thể được sử dụng cho các sản phẩm công nghiệp và nông nghiệp. Việc bảo hộ các chỉ dẫn địa lý thường là theo pháp luật quốc gia nhưng cũng có một số điều ước quốc tế hỗ trợ cho việc bảo hộ ở nhiều nước.

Bạn cũng đã được nghiên cứu các điều ước của WIPO về các hệ thống đăng ký quốc tế để bảo hộ nhãn hiệu và kiểu dáng công nghiệp. Trong quy trình này, WIPO giữ vai trò là người quản lý hệ thống đăng ký.

Hệ thống Madrid đã được thiết lập từ hơn 100 năm trước và mục đích của nó là giám sát việc đăng ký quốc tế nhãn hiệu. Nếu một người nào đó muốn bảo hộ nhãn hiệu của họ ở nhiều quốc gia, trước hết người đó phải đăng ký nhãn hiệu tại nước xuất xứ của mình. Có sự phụ thuộc trong vòng 5 năm, theo đó nếu nhãn hiệu bị từ chối ở nước xuất xứ, nhưng đã được chấp nhận tại các nước được chỉ định, đăng ký quốc

tế sẽ bị hủy bỏ. Sự bảo hộ nhãn hiệu quốc tế không giới hạn về thời gian nhưng đăng ký quốc tế phải được gia hạn 10 năm một lần và không giới hạn số lần gia hạn.

Thỏa ước La-hay đã tạo ra hệ thống đăng ký quốc tế kiểu dáng công nghiệp. Kiểu dáng công nghiệp là hình dạng bên ngoài của một vật thể và nó khác với một sáng chế. Sự khác biệt chính là độc quyền sáng chế bảo vệ các cải tiến kỹ thuật và sáng chế trong khi đó kiểu dáng công nghiệp bảo vệ hình dạng bên ngoài của một vật thể. Chủ sở hữu kiểu dáng công nghiệp được bảo hộ trong một khoảng thời gian xác định. Tại hầu hết các quốc gia, thời hạn bảo hộ kiểu dáng công nghiệp là 10 năm hoặc 15 đến 20 năm. Theo Chỉ thị mới của các nước thuộc Liên minh Châu Âu, thời hạn bảo hộ kiểu dáng công nghiệp là 25 năm.

Hiệp ước Hợp tác sáng chế quy định một thủ tục đơn giản cho nhà sáng chế hoặc người nộp đơn để nộp đơn và cuối cùng là được cấp bằng độc quyền sáng chế tại một số lượng lớn các quốc gia. Hơn nữa, Hiệp ước thúc đẩy và tạo điều kiện thuận lợi cho việc trao đổi thông tin chứa trong tư liệu sáng chế giữa các ngành công nghiệp và những người hoạt động trong lĩnh vực có liên quan.

Để hoàn thiện hiểu biết của bạn về phạm vi bảo hộ sở hữu trí tuệ trên thị trường, bạn đã được nghiên cứu về khái niệm cạnh tranh không lành mạnh và các hành vi bị coi là cạnh tranh không lành mạnh, cũng như các biện pháp có thể được sử dụng để đảm bảo sự công bằng trong cạnh tranh. Mục đích chính của luật cạnh tranh không lành mạnh đã được giảng giải, cụ thể là: bảo hộ các đối thủ cạnh tranh, bảo hộ khách hàng và đảm bảo cạnh tranh vì lợi ích của công chúng nói chung. Thông qua việc phân tích các loại hành vi bị coi là cạnh tranh không lành mạnh khác nhau, bạn đã có thể hiểu được vai trò bổ sung lẫn nhau giữa luật sở hữu trí tuệ và luật chống cạnh tranh không lành mạnh.

Cuối cùng, bạn đã kết thúc Khóa đào tạo này bằng việc nghiên cứu về vấn đề bảo hộ giống cây trồng với danh nghĩa là một đối tượng khác của sở hữu trí tuệ. Sự bảo hộ *riêng* này được dành cho giống cây trồng mới, đáp ứng một số điều kiện nhất định nhằm thừa nhận những thành quả của các nhà tạo giống đã dành sự đầu tư đáng kể trong lĩnh vực nông nghiệp, làm vườn và lâm nghiệp. Cơ hội để họ giành được một số độc quyền đối với giống cây trồng mới, và nhờ đó thu hồi được các chi phí, là một sự khích lệ cho các hoạt động tiếp theo của họ mà có thể đem lại những cải tiến về chất lượng và năng suất của tất cả các loại cây trồng.