

NỘI LUẬT HOÁ CAM KẾT CỦA VIỆT NAM TRONG HIỆP ĐỊNH ĐỐI TÁC TOÀN DIỆN VÀ TIẾN BỘ XUYỀN THÁI BÌNH DƯƠNG VỀ BẢO HỘ NHÃN HIỆU ÂM THANH

Nguyễn Minh Châu*

Tóm tắt: Bài viết tập trung nghiên cứu cam kết của Việt Nam trong Hiệp định Đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) về bảo hộ nhãn hiệu âm thanh; những hạn chế của pháp luật Việt Nam hiện nay về bảo hộ nhãn hiệu âm thanh; và đưa ra một số kiến nghị hoàn thiện pháp luật về bảo hộ nhãn hiệu âm thanh.

Abstract: This article focuses on studying Viet Nam's commitments in the Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP) on sound trademark protection; limitations of Vietnamese law on sound trademark protection; and offers recommendations to complete Viet Nam's intellectual property law related to sound trademark protection.

1. Cam kết của Việt Nam trong Hiệp định Đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương về bảo hộ nhãn hiệu âm thanh

Ngày 08/03/2018, Việt Nam đã cùng 10 quốc gia (gồm Australia, Canada, Nhật Bản, Mexico, New Zealand, Singapore, Brunei, Chile, Malaysia và Peru) ký kết Hiệp định Đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) tại Chile. Ngày 12/11/2018, Quốc hội Việt Nam đã thông qua Nghị quyết số 72/2018/QH14 phê chuẩn cùng các văn kiện liên quan. Hiệp định này có hiệu lực đối với Việt Nam kể từ ngày 14/01/2019. Các vấn đề liên quan đến sở hữu trí tuệ (SHTT) được quy định tại Chương 18 của CPTPP, gồm 83 điều, đã nâng cao mức bảo hộ quyền SHTT vượt bậc so với chuẩn mực quốc tế phổ biến hiện nay là Hiệp định về các khía cạnh liên quan đến thương mại của quyền SHTT (TRIPS) của

Tổ chức Thương mại thế giới (WTO)¹, trong đó có cam kết liên quan đến bảo hộ nhãn hiệu âm thanh.

Cam kết về việc bảo hộ nhãn hiệu âm thanh tại CPTPP được thể hiện cụ thể nhất tại Điều 18.18 của Hiệp định:

“Không Bên nào được yêu cầu, như một điều kiện để được đăng ký, là dấu hiệu phải nhìn thấy được, cũng như không Bên nào được từ chối đăng ký một nhãn hiệu chỉ với lý do rằng dấu hiệu cấu thành nhãn hiệu đó là âm thanh. Thêm vào đó, mỗi Bên phải nỗ lực hết sức để đăng ký nhãn hiệu mùi. Một Bên có thể yêu cầu phải có bản mô tả ngắn gọn và chính xác, hoặc bản thể hiện dưới dạng đồ họa, hoặc cả hai nếu phù hợp, của nhãn hiệu”.

Đây là quy định trực tiếp và cụ thể nhất trong CPTPP mô tả các loại dấu hiệu có thể được đăng ký làm nhãn hiệu và các điều

* ThS., Khoa Pháp luật quốc tế, Trường Đại học Luật Hà Nội.

¹ Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam - Trung tâm WTO và hội nhập, *Sở hữu trí tuệ trong các FTA thế hệ mới: Cam kết ở mức độ cao và toàn diện*, <https://bit.ly/3bw8uuu>, truy cập ngày 01/5/2021.

kiện có thể đặt ra đối với dấu hiệu có thể đăng ký làm nhãn hiệu. Ngoài phần quy định mang tính tùy nghi liên quan đến bảo hộ “nhãn hiệu mùi”, đối với nhãn hiệu âm thanh, CPTPP yêu cầu các quốc gia thành viên cam kết:

- Loại bỏ giới hạn “*cảm nhận được về mặt thị giác*”: Đây là cam kết tạo ra sự khác biệt lớn so với chuẩn mực mang tính quốc tế về bảo hộ nhãn hiệu do TRIPS đặt ra. Điều 15.1 TRIPS ngoài việc đưa ra khái niệm chung và danh sách không đầy đủ về các dấu hiệu có thể đăng ký làm nhãn hiệu thì Hiệp định này còn ghi nhận cam kết mang tính tùy nghi về việc áp dụng điều kiện để được đăng ký là “*dấu hiệu nhìn thấy được*”. Phù hợp với Điều 1.1 TRIPS về việc cho phép các quốc gia thành viên quy định mức bảo hộ cao hơn Hiệp định, miễn là việc bảo hộ đó không trái với các điều khoản của Hiệp định này. Từ đó, có thể kết luận TRIPS đã gián tiếp công nhận khả năng các quốc gia thành viên có thể bảo hộ các nhãn hiệu không nhìn thấy được, trong đó có nhãn hiệu âm thanh, miễn là nhãn hiệu này đáp ứng yêu cầu về tính năng phân biệt². Tuy nhiên, CPTPP yêu cầu các quốc gia thành viên phải cam kết việc loại bỏ yêu cầu về khả năng “*cảm nhận được về mặt thị giác*” như là một điều kiện về dấu hiệu có thể được đăng ký bảo hộ với tư cách nhãn hiệu. Quy định này phản ánh đúng xu thế về bảo hộ nhãn hiệu hiện nay trên thế giới, theo đó, các dấu hiệu được coi là có thể tạo thành nhãn hiệu đã được mở rộng và không bị giới hạn bởi từ ngữ và hình vẽ³. Tổ chức

Sở hữu trí tuệ thế giới (WIPO) hiện đã định danh nhóm này là “*nhãn hiệu phi truyền thống*” (non traditional trademarks)⁴ và được phân loại thành hai nhóm là nhãn hiệu phi truyền thống có thể nhận biết bằng thị giác và nhãn hiệu phi truyền thống không thể nhận biết bằng thị giác.

- Mở rộng đối tượng bảo hộ đối với nhãn hiệu âm thanh: Thông qua việc ngăn cản các bên từ chối bảo hộ một nhãn hiệu với lý do là nhãn hiệu âm thanh, đây là quy định trực tiếp ghi nhận yêu cầu phải bảo hộ nhãn hiệu âm thanh đối với các quốc gia thành viên của CPTPP. Trên thực tế, việc bảo hộ nhãn hiệu âm thanh đã gặp phải nhiều quan điểm trái chiều. Trong giai đoạn đầu xuất hiện nhu cầu bảo hộ nhãn hiệu phi truyền thống, đặc biệt là các nhãn hiệu không nhận biết được bằng thị giác như nhãn hiệu âm thanh, các lập luận phản đối việc bảo hộ chủ yếu dựa trên việc các dấu hiệu này thường mang tính chức năng; không đáp ứng tiêu chuẩn chỉ dẫn, phân biệt các nhà sản xuất hàng hoá⁵. Đặc biệt, đối với nhóm nhãn hiệu âm thanh, việc bảo hộ loại nhãn hiệu này gặp phải nhiều trở ngại do âm thanh thường được dùng với tính chất quảng cáo và không tích hợp trực tiếp trên sản phẩm⁶. Nhưng, với cam kết tại Điều 18.18 CPTPP, vấn đề đặt ra với các quốc gia thành viên của Hiệp định không phải là có hay không việc bảo hộ nhãn hiệu âm

Industrial Designs and Geographical Indications on “*New Types of Marks*”, p.2.

⁴ World Intellectual Property Organization, Document No. SCT/18/2 dated October 3, 2011 of Standing Committee on the Law of Trademarks, Industrial Designs and Geographical Indications on “*Non-traditional marks – key learnings*”, p.6.

⁵ *Caselaw Traffix Devices, Inc v. Marketing Displays, Inc.*, 532 U.S. 23 (2001), <https://bit.ly/3tPNs09>, truy cập ngày 15/5/2021.

⁶ International Trademark Association, *A Report on the Protection of Sound Trademarks*, 02/1997.

² Roberto Carapeto, *A Reflection About the Introduction of Non-Traditional Trademarks*, Waseda Bulletin of Comparative Law, Vol 34(2016), p.30.

³ World Intellectual Property Organization, Document No. SCT/16/2 dated September 1, 2006 of Standing Committee on the Law of Trademarks,

thanh mà là phải thực thi bảo hộ nhãn hiệu âm thanh như thế nào. Đây chính là vấn đề quan trọng nhất đặt ra đối với quá trình nội luật hoá cam kết CPTPP về bảo hộ nhãn hiệu âm thanh của Việt Nam được phân tích ở phần tiếp theo của bài viết. Bên cạnh đó, mặc dù tạo ra nghĩa vụ phải bảo hộ nhãn hiệu âm thanh, nhưng CPTPP lại không có bất kỳ quy định nào khác liên quan đến điều kiện hoặc hạn chế đối với việc đăng ký nhãn hiệu âm thanh. Và vì vậy, vấn đề này sẽ hoàn toàn nằm trong quy định của pháp luật quốc gia của các nước thành viên CPTPP. Quy định này cũng phù hợp với Điều 18.21 của Hiệp định về việc: *“Mỗi Bên có thể quy định một số giới hạn các ngoại lệ liên quan đến các quyền đối với một nhãn hiệu...”*.

- Yêu cầu về mô tả nhãn hiệu: Đối với nhãn hiệu có thể được đăng ký, CPTPP đưa ra quy định mang tính tùy nghi về cách thức mô tả nhãn hiệu đối với người nộp đơn. Theo đó, việc yêu cầu người nộp đơn phải có bản mô tả ngắn gọn và chính xác, hoặc bản thể hiện dưới dạng đồ họa, hoặc cả hai của nhãn hiệu khi đăng ký bảo hộ nhãn hiệu là tùy vào sự lựa chọn của các quốc gia và cam kết này áp dụng với cả việc đăng ký bảo hộ nhãn hiệu âm thanh.

Bên cạnh Điều 18.18, CPTPP còn ghi nhận một số cam kết gián tiếp ảnh hưởng đến việc bảo hộ âm thanh tại các quốc gia thành viên. Điều 18.24 của Hiệp định về hệ thống nhãn hiệu điện tử yêu cầu các quốc gia thành viên phải xây dựng *“một hệ thống thông tin điện tử mà công chúng có thể truy cập, trong đó có một cơ sở dữ liệu trực tuyến gồm các đơn đăng ký nhãn hiệu và nhãn hiệu đã được đăng ký”*. Quy định này không chỉ đặt ra yêu cầu về đầu tư xây dựng hạ tầng công nghệ thông tin, đào tạo nhân lực... mà còn trực tiếp ảnh hưởng đến các quy định về hình thức thể hiện, cách thức

lưu và nộp... đối với các nhãn hiệu không nhìn thấy được⁷. Điều 18.21 về các ngoại lệ ngoài việc cho phép các quốc gia tự mình đặt ra những ngoại lệ và giới hạn trong việc bảo hộ nhãn hiệu còn đặt ra yêu cầu các ngoại lệ đó phải tính đến lợi ích hợp pháp của chủ sở hữu nhãn hiệu và của các bên thứ ba. Điều này có thể ảnh hưởng trực tiếp đến quy định về các trường hợp nhãn hiệu âm thanh không được bảo hộ; giải quyết chồng lấn quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu âm thanh với các quyền sở hữu trí tuệ khác, đặc biệt là quyền tác giả và quyền liên quan... Tuy nhiên, trong phạm vi bài viết, tác giả chỉ tập trung nghiên cứu và đề xuất việc nội luật hoá cam kết tại Điều 18.18 CPTPP về thực hiện bảo hộ nhãn hiệu âm thanh.

Có thể thấy, quy định tại Điều 18.18 CPTPP là cam kết TRIPS+, đặt ra yêu cầu các quốc gia thành viên thực hiện việc bảo hộ nhãn hiệu âm thanh. Tuy nhiên, cách thức, điều kiện để được bảo hộ đối với loại nhãn hiệu này lại hoàn toàn phụ thuộc vào pháp luật của từng quốc gia. Theo Điều 18.83.4.(f).(iv) CPTPP, Việt Nam đạt được thoả thuận về thời gian chuyển tiếp là ba năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực tại Việt Nam, nghĩa là trước thời điểm tháng 01/2022, Việt Nam phải đưa vào thực hiện quy định về bảo hộ nhãn hiệu âm thanh.

⁷ Trên thực tế, việc thực hiện đăng ký bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp qua mạng điện tử (đăng ký nhãn hiệu trực tuyến) đã được triển khai ở Việt Nam từ năm 2017 theo Nghị quyết số 36a/NQ-CP ngày 14/12/2015 của Chính phủ về “Chính phủ điện tử”. Tuy nhiên, hệ thống này mới chỉ ứng dụng với việc bảo hộ nhãn hiệu truyền thống. Còn đối với yêu cầu bảo hộ nhãn hiệu phi truyền thống trong CPTPP (nhãn hiệu âm thanh) sau giai đoạn chuyển tiếp thì hệ thống này đang đòi hỏi phải có sự nghiên cứu để điều chỉnh cho phù hợp.

2. Quy định của pháp luật Việt Nam hiện hành về bảo hộ nhãn hiệu âm thanh

Sau khi ký kết các FTA thế hệ mới, Quốc hội đã thông qua Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Kinh doanh bảo hiểm, Luật SHTT năm 2019 có hiệu lực từ ngày 01/11/2019 để điều chỉnh, bổ sung pháp luật về SHTT của Việt Nam phù hợp với các cam kết quốc tế, đặc biệt là các cam kết trong CPTPP. Tuy nhiên, với mục tiêu nội luật hoá các cam kết không có thời hạn chuyển tiếp, Luật SHTT năm 2005, sửa đổi, bổ sung năm 2009, 2019 (Luật SHTT) chưa tập trung vào sửa đổi các cam kết có thời hạn chuyển tiếp được ghi nhận tại Điều 18.83 CPTPP, trong đó có quy định về bảo hộ nhãn hiệu âm thanh. Do đó, Luật SHTT hiện nay vẫn còn tồn tại khoảng cách đáng kể với các cam kết tại CPTPP liên quan đến vấn đề này, cụ thể:

Thứ nhất, về loại dấu hiệu có thể đăng ký với danh nghĩa là nhãn hiệu: Luật SHTT chưa cho phép việc đăng ký bảo hộ đối với nhãn hiệu âm thanh. Khoản 16 Điều 4 Luật SHTT đưa ra khái niệm rất rộng về nhãn hiệu là dấu hiệu dùng để phân biệt hàng hóa, dịch vụ của các tổ chức, cá nhân khác nhau. Định nghĩa này tương tự như định nghĩa được đưa ra tại Điều 15.1 TRIPS và nhấn mạnh vào khả năng phân biệt của nhãn hiệu chứ không phải cấu tạo, hình thức của bản thân nhãn hiệu đó. Do đó, khái niệm này có phạm vi đủ rộng để bao hàm các nhãn hiệu phi truyền thống như nhãn hiệu âm thanh, miễn là có khả năng phân biệt. Việc loại trừ khả năng bảo hộ nhãn hiệu âm thanh trong Luật SHTT nằm ở Điều 72 về điều kiện đối với nhãn hiệu được bảo hộ. Bên cạnh việc nhấn mạnh lại điều kiện về mặt chức năng của nhãn hiệu là khả năng phân biệt, khoản 1 Điều này quy định điều

kiện về mặt hình thức của dấu hiệu, đó là “*dấu hiệu nhìn thấy được dưới dạng chữ cái, từ ngữ, hình vẽ, hình ảnh*”. Với yêu cầu về khả năng nhìn thấy được, pháp luật Việt Nam hiện nay đã ngăn cản khả năng đăng ký bảo hộ của nhãn hiệu phi truyền thống, trong đó có nhãn hiệu âm thanh. Đây là quy định hoàn toàn không tương thích với nghĩa vụ quy định tại Điều 18.18 CPTPP và cần thiết phải được sửa đổi.

Thứ hai, quy định về dấu hiệu không được bảo hộ với danh nghĩa nhãn hiệu: Phù hợp với điều kiện nhìn thấy được của nhãn hiệu được mô tả tại Điều 72 Luật SHTT, Điều 73 mô tả các trường hợp loại trừ chủ yếu thông qua sự tiếp nhận thông tin bằng thị giác. Từ khoản 1 đến khoản 4 Điều 73 loại trừ khả năng bảo hộ của các dấu hiệu thông qua sự đối chiếu với các hình ảnh, từ ngữ như quốc kỳ, quốc huy của các nước; tên gọi, biểu tượng của các tổ chức; tên hoặc hình ảnh của các anh hùng, danh nhân; dấu chứng nhận, kiểm định... Các quy định này hoàn toàn không thể áp dụng khi xem xét để từ chối bảo hộ đối với nhãn hiệu âm thanh. Chỉ riêng khoản 5 Điều 73 Luật SHTT sử dụng căn cứ là thông tin được thể hiện qua nhãn hiệu đó, là uy tín, xuất xứ, chất lượng sản phẩm đối với người tiêu dùng⁸. Quy định này có thể tiếp tục áp dụng đối với nhãn hiệu âm thanh. Có thể thấy, quy định này chưa tương thích với nhu cầu bảo hộ nhãn hiệu âm thanh và vì vậy cần phải xem xét, bổ sung các trường hợp không được bảo hộ với danh nghĩa nhãn hiệu.

Thứ ba, mô tả về khả năng phân biệt của nhãn hiệu: Giống với quy định về dấu

⁸ Lê Nét (chủ biên), *Giáo trình Luật Sở hữu trí tuệ*, Nxb. Hồng Đức, thành phố Hồ Chí Minh, 2012, tr.84-85

hiệu không được bảo hộ với danh nghĩa nhãn hiệu được phân tích ở trên, Điều 74 Luật SHTT được quy định phù hợp với điều kiện về khả năng nhìn thấy của nhãn hiệu nên việc mô tả khả năng phân biệt của nhãn hiệu tại điều này cũng chủ yếu dựa trên sự tiếp nhận thông tin bằng thị giác. Khoản 1 Điều 74 mô tả cấu thành của nhãn hiệu “*được tạo thành từ một hoặc một số yếu tố dễ nhận biết, dễ ghi nhớ hoặc từ nhiều yếu tố kết hợp thành một tổng thể dễ nhận biết, dễ ghi nhớ*”. Thuật ngữ “*yếu tố*” không ấn định điều kiện phải nhìn thấy được của các bộ phận cấu thành, vì vậy phần mô tả này không loại trừ khả năng bảo hộ nhãn hiệu âm thanh. Tuy nhiên, các trường hợp loại trừ vì không có tính phân biệt tại khoản 2 Điều 74 hầu hết thông qua sự tiếp nhận thông tin bằng thị giác đối với nhãn hiệu, ví dụ như việc nhãn hiệu được cấu thành bởi hình và chữ đơn giản; nhãn hiệu trùng hay tương tự tới mức gây nhầm lẫn với kiểu dáng công nghiệp, tên thương mại, chỉ dẫn địa lý hiện đang được bảo hộ hay đã nộp đơn yêu cầu bảo hộ, hay một hình tượng được bảo hộ dưới dạng quyền tác giả... Các trường hợp nêu tại khoản 2 này về cơ bản không có khả năng áp dụng khi xác định khả năng phân biệt của nhãn hiệu âm thanh.

Thứ tư, hình thức thể hiện nhãn hiệu kèm theo đơn đăng ký: Đây là nhóm quy định trực tiếp ảnh hưởng đến chủ đơn và cơ quan đăng ký nhãn hiệu. Điểm a khoản 1 Điều 105 Luật SHTT quy định kèm theo đơn đăng ký nhãn hiệu phải có “*mẫu nhãn hiệu*”. Thuật ngữ “*mẫu nhãn hiệu*” không loại trừ khả năng các mẫu ghi dưới dạng tệp kỹ thuật số và không ảnh hưởng hoặc gây khó khăn khi đưa vào áp dụng đăng ký bảo hộ nhãn hiệu âm thanh. Tuy nhiên, khoản 5

Điều 37 Thông tư số 01/2007/TT-BKHCN⁹ ngày 14/02/2007 của Bộ Khoa học và Công nghệ hướng dẫn thi hành Nghị định số 103/2006/NĐ-CP ngày 22/9/2006 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Sở hữu trí tuệ về sở hữu công nghiệp (Thông tư số 01/2007/TT-BKHCN) quy định hai yêu cầu cơ bản đối với người nộp đơn, đó là: (i) Mẫu nhãn hiệu được gắn trên tờ khai; (ii) Kích cỡ mẫu nhãn hiệu dán trên tờ khai. Với yêu cầu này, tất cả các nhãn hiệu đều bắt buộc phải được trình bày dưới hình thức bản in. Mục (vi) điểm b khoản 2 Điều 7 Thông tư bổ sung quy định về các tài liệu của đơn đăng ký bảo hộ phải được đánh máy hoặc in bằng loại mực khó phai mờ, một cách rõ ràng, sạch sẽ, không tẩy xóa, không sửa chữa. Mặc dù mục (viii) điểm b khoản 2 Điều 7 Thông tư này ghi nhận đơn đăng ký bảo hộ nhãn hiệu có thể kèm theo tài liệu bổ trợ là vật mang dữ liệu điện tử của một phần hoặc toàn bộ nội dung tài liệu đơn, nhưng đây lại là thành phần không bắt buộc đối với đơn đăng ký. Sở dĩ có quy định tại Thông tư số 01/2007/TT-BKHCN là để phù hợp với yêu cầu về khả năng nhìn thấy được của nhãn hiệu được quy định tại Điều 72 Luật SHTT.

Có thể thấy, với quy định tại Thông tư số 01/2007/TT-BKHCN, mẫu nhãn hiệu được đăng ký bắt buộc phải thể hiện dưới dạng bản in, phù hợp với yêu cầu tại Điều 72 Luật SHTT. Quy định này sẽ gây ra khó khăn cho không chỉ chủ đơn có yêu cầu bảo hộ đối với nhãn hiệu âm thanh, mà còn đối với cơ quan thẩm định, bởi bản chất nhãn hiệu này là loại nhãn hiệu không nhìn thấy

⁹ Đã được sửa đổi, bổ sung bởi Thông tư số 18/2011/TT-BKHCN ngày 22/7/2011 của Bộ Khoa học và Công nghệ.

được. Đối với chủ đơn, chuyển tải âm thanh thành bản in sẽ không đảm bảo tính chính xác của nhãn hiệu theo mong muốn của chủ đơn. Việc vật chất hoá âm thanh luôn là một cách gián tiếp để truyền đạt âm thanh. Với cùng bản nhạc hoặc phổ âm, nếu sử dụng những nhạc cụ hoặc giọng thể hiện khác nhau sẽ tạo sự thụ cảm khác biệt đối với người nghe. Đồng thời, một số loại âm thanh như tiếng nước chảy, tiếng sư tử gầm... rất khó để thể hiện dưới dạng nhìn¹⁰. Đối với cơ quan thẩm định đơn, việc hình dung và thụ cảm nhãn âm thanh thông qua sự thể hiện dưới dạng có thể nhìn thấy được yêu cầu sự am hiểu về âm thanh và âm nhạc, và đối với một người bình thường, đây là một yêu cầu khó. Vì vậy, quy định tại Thông tư số 01/2007/TT-BKHCN không tương thích với cam kết tại CPTPP của Việt Nam và cần thiết phải nghiên cứu, sửa đổi đồng bộ với việc sửa đổi Điều 72 Luật SHTT.

Thứ năm, quy định giải quyết chồng lấn quyền tác giả và quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu âm thanh: Nhãn hiệu âm thanh, đặc biệt là những nhãn hiệu được tạo ra từ những tác phẩm âm nhạc, hoàn toàn có thể trở thành đối tượng của quyền sở hữu tác giả, ví dụ như quyền của người soạn nhạc đối với tác phẩm âm nhạc, quyền của người biểu diễn đối với bản ghi âm... Pháp luật về SHTT của Việt Nam hiện nay chưa có quy định cấm một chủ thể được bảo hộ đồng thời một đối tượng thuộc sở hữu của mình là tác phẩm và nhãn hiệu nếu đối tượng đó thỏa mãn đồng thời tiêu chuẩn bảo hộ đối với cả hai đối tượng này¹¹. Vấn đề

đặt ra là trong trường hợp không đồng nhất về chủ thể quyền tác giả và chủ sở hữu nhãn hiệu, cụ thể là nhãn hiệu âm thanh, thì cần phải giải quyết ra sao.

Liên quan đến điều kiện bảo hộ đối với nhãn hiệu, khoản 2 Điều 74 Luật SHTT xây dựng quy tắc giải quyết chồng lấn giữa nhãn hiệu với các quyền SHTT khác như tên thương mại, chỉ dẫn địa lý và kiểu dáng công nghiệp, nhưng không có nguyên tắc giải quyết chồng lấn đối với quyền tác giả. Khoản 3 và khoản 4 Điều 39 Thông tư số 01/2007/TT-BKHCN bổ sung điều kiện từ chối bảo hộ khi thẩm định nội dung đơn đăng ký nhãn hiệu, áp dụng với trường hợp nhãn hiệu nếu trùng hoặc tương tự đến mức gây nhầm lẫn với một số đối tượng quyền tác giả như hình ảnh của các nhân vật, hình tượng trong các tác phẩm thuộc phạm vi bảo hộ quyền tác giả. Tuy nhiên, những quy định này chỉ áp dụng đối với dấu hiệu hình, dấu hiệu chữ trong nhãn hiệu. Việc nội luật hoá cam kết về bảo hộ nhãn hiệu âm thanh theo CPTPP sẽ đặt ra yêu cầu cần bổ sung nguyên tắc giải quyết chồng lấn giữa bảo hộ nhãn hiệu âm thanh với quyền tác giả làm căn cứ cho chủ đơn yêu cầu bảo hộ và căn cứ để cơ quan đăng ký chấp nhận hoặc từ chối yêu cầu bảo hộ.

Đối với trường hợp giải quyết tranh chấp giữa các chủ thể quyền, khoản 1 Điều 17 Nghị định số 103/2006/NĐ-CP ngày 22/9/2006 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật SHTT về sở hữu công nghiệp quy định tôn trọng quyền được xác lập trước, theo đó: *“Quyền sở hữu công nghiệp có thể bị hủy bỏ hiệu lực hoặc bị cấm sử dụng nếu xung đột với quyền SHTT của tổ chức, cá nhân khác*

¹⁰ Dominika Stopczajska, *Music trademarks and their protection in Trademark and Copyright Law*, Eastern European Journal of Transnational Relations, Vol. 3 (2019), p. 54-55.

¹¹ Phạm Minh Huyền, *Bảo hộ chồng lấn giữa quyền tác giả và nhãn hiệu - Thực trạng pháp luật Việt*

Nam và một số đề xuất, Tạp chí Dân chủ và Pháp luật, số 10 (307) - 2017, tr. 28.

được xác lập trước”. Như vậy, khi có tranh chấp xảy ra thì quyền SHTT của chủ thể nào xác lập trước sẽ được ưu tiên. Nguyên tắc này không thể hiện sự phân biệt về quyền đối với nhãn hiệu nhìn thấy được hoặc không nhìn thấy được; đồng thời căn cứ đối chiếu là “quyền SHTT” - một thuật ngữ mang tính chung, bao quát các nhóm quyền về mặt SHTT của các chủ thể khác. Chính vì vậy, nguyên tắc này hoàn toàn phù hợp với nhu cầu bảo hộ nhãn hiệu âm thanh và có thể áp dụng để điều chỉnh tranh chấp giữa các chủ thể quyền khi phát sinh xung đột liên quan đến quyền đối với nhãn hiệu âm thanh và các quyền SHTT khác.

3. Một số kiến nghị hoàn thiện pháp luật Việt Nam về bảo hộ nhãn hiệu âm thanh

Đối với yêu cầu về bảo hộ nhãn hiệu phi truyền thống của CPTPP, hiện nay đã có 09/11 quốc gia thành viên Hiệp định quy định về bảo hộ nhãn hiệu âm thanh, 05 quốc gia thành viên chấp thuận bảo hộ nhãn hiệu mùi, riêng Việt Nam và Malaysia chưa chấp thuận bảo hộ “dấu hiệu không nhìn thấy được”¹². Trước làn sóng cách mạng công nghiệp 4.0 và việc Việt Nam chủ động hội nhập quốc tế ở quy mô sâu và rộng hơn, Nghị quyết Đại hội XIII của Đảng Cộng sản Việt Nam đã nêu rõ một trong những nhiệm vụ trọng tâm của nhiệm kỳ Đại hội này là: “...hoàn thiện hệ thống pháp luật, nhất là pháp luật về bảo hộ sở hữu trí tuệ và giải quyết các tranh chấp dân sự, khắc phục những điểm nghẽn cản trở sự phát triển của đất nước...”. Việc tiếp tục nghiên cứu để nội luật hoá những cam kết trong các FTA thế hệ mới, đặc biệt là CPTPP, trong thời

gian sắp tới là cần thiết và thực tế đã được Quốc hội đưa vào Nghị quyết số 106/2020/QH14 ngày 10/06/2020 về Chương trình xây dựng luật, pháp lệnh năm 2021, điều chỉnh Chương trình xây dựng luật, pháp lệnh năm 2020. Trên cơ sở phân tích ở phần trên, tác giả đưa ra một số kiến nghị nhằm hoàn thiện pháp luật SHTT Việt Nam, phù hợp với cam kết tại CPTPP về bảo hộ nhãn hiệu âm thanh, mà cơ quan lập pháp có thể cân nhắc như sau:

Thứ nhất, mở rộng loại dấu hiệu có thể đăng ký với danh nghĩa là nhãn hiệu: Khoản 1 Điều 72 Luật SHTT là quy định trực tiếp loại bỏ khả năng bảo hộ của nhãn hiệu âm thanh và cần phải được sửa đổi. Điều 18.18 CPTPP đặt ra hai yêu cầu (i) Không sử dụng điều kiện “nhìn thấy được” làm điều kiện tiên quyết; (ii) Không được từ chối dấu hiệu là âm thanh. Một số phương án có thể được sử dụng để điều chỉnh khoản 1 Điều 72 Luật SHTT như sau:

- Phương án 1: Loại bỏ cụm từ “nhìn thấy được” và bổ sung yếu tố “âm thanh” trong phạm vi bảo hộ nhãn hiệu. Đây là cách tiếp cận mở cho khả năng bảo hộ các đối tượng nhãn hiệu phi truyền thống, giống như quy định đang được sử dụng tại Canada. Cách thức quy định này không chỉ đáp ứng cam kết về bảo hộ nhãn hiệu âm thanh, mà còn phù hợp với quy định mang tính tùy nghi “nỗ lực hết sức để đăng ký nhãn hiệu mùi” - trên cơ sở không có quy định loại trừ khả năng bảo hộ loại nhãn hiệu này. Mặc dù bảo hộ nhãn hiệu mùi đang được nhiều quốc gia ghi nhận, tuy nhiên, Việt Nam chỉ sở hữu một số lượng rất ít các sản phẩm SHTT so với các đối tác trong các FTA thế hệ mới và là nền kinh tế nhập khẩu SHTT phổ biến hơn. Việc siết chặt các quy định về SHTT, một mặt, sẽ cản trở khả năng cá nhân, tổ chức tiếp cận các sản phẩm

¹² Nguyễn Thị Nguyệt, *Nội luật hóa các cam kết trong Hiệp định Đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương về bảo hộ nhãn hiệu*, Tạp chí Nghiên cứu lập pháp, số 14 – tháng 7/2020, tr.17.

SHTT phục vụ cho quá trình phát triển kinh tế, khoa học, xã hội¹³. Vì vậy, Việt Nam không nên chủ động nội luật hoá các cam kết mang tính tùy nghi, mà chỉ nên nội luật hoá các cam kết bắt buộc. Bên cạnh đó, việc chưa bảo hộ nhãn hiệu mùi hương cũng như những nhãn hiệu phi truyền thống khác cũng có thể trở thành điều kiện đàm phán các FTA trong thời gian tới. Chính vì vậy, phương án này không nên áp dụng.

- Phương án 2: Chỉ bổ sung “*nhãn hiệu âm thanh*” như một trường hợp ngoại lệ đối với điều kiện nhìn thấy được của nhãn hiệu. Đây cũng là phương án được ghi nhận trong Dự thảo Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật SHTT¹⁴. Cách thức này đang được áp dụng tại một số nước như Nhật Bản, Trung Quốc... Theo quan điểm của tác giả, phương án này đảm bảo thực hiện được cam kết của Việt Nam bởi việc bổ sung “*nhãn hiệu âm thanh*” trong điều kiện về nhãn hiệu được bảo hộ không chỉ công nhận khả năng bảo hộ của loại nhãn hiệu này, mà còn thực hiện được cam kết không coi dấu hiệu nhìn thấy được là điều kiện tiên quyết, bởi chúng ta đã chấp nhận bảo hộ một loại nhãn hiệu không nhìn thấy được. Phương án này còn phù hợp với điều kiện nước ta hiện nay, chưa thực hiện bảo hộ được đối với các loại nhãn hiệu phi truyền thống khác, đặc biệt là nhãn hiệu không nhìn thấy được như nhãn hiệu mùi hương, mùi vị... bởi những loại nhãn hiệu này đều cần sự điều chỉnh pháp luật SHTT một cách chi tiết; quy trình, hệ thống

hỗ trợ đăng ký bảo hộ phức tạp; và còn cần điều kiện công nghệ thực sự phát triển¹⁵.

Thứ hai, bổ sung quy định về loại âm thanh được bảo hộ: So với nhãn hiệu nhìn được, nhãn hiệu âm thanh là đối tượng SHTT mới ở Việt Nam và cần phải có quy định về loại dấu hiệu âm thanh nào được đăng ký làm nhãn hiệu giống như tại Điều 72 Luật SHTT hiện đang mô tả nhãn hiệu nhìn thấy được. WIPO ghi nhận khái niệm nhãn hiệu âm thanh rất rộng, có thể bao gồm: Những âm thanh là âm nhạc (âm nhạc này có thể là đã tồn tại từ trước, cũng có thể là được sáng tác mới để phục vụ cho mục đích đăng ký nhãn hiệu) hoặc những âm thanh không phải là âm nhạc, được tạo ra hoặc đang tồn tại trong tự nhiên (ví dụ: Tiếng sư tử gầm, tiếng sấm...). Các quốc gia đang thực hiện bảo hộ nhãn hiệu âm thanh đều có quy định về loại âm thanh nào được bảo hộ. Nhiều quốc gia như Úc, Trung Quốc... đều đang ghi nhận phạm vi âm thanh được bảo hộ rất rộng, bao gồm cả âm thanh là âm nhạc và không phải âm nhạc, bao gồm cả âm thanh tự nhiên. Một số quốc gia như Ấn Độ, Thái Lan còn bổ sung điều kiện về độ dài của nhãn hiệu âm thanh không quá 30 giây. Có thể thấy với xu hướng hiện nay, các quốc gia đều mở rộng loại hình âm thanh được bảo hộ và thường không quy định giới hạn độ dài của nhãn hiệu âm thanh. Với cam kết tại Điều 18.21 CPTPP, Việt Nam vẫn có toàn quyền quyết định việc từ chối loại âm thanh nhất định, ví dụ âm thanh tự nhiên, âm thanh tạo ra trong quá trình vận hành sản phẩm... Việc chấp thuận hay không chấp thuận bảo hộ loại âm thanh nào còn phụ thuộc vào điều kiện về

¹³ Trần Hữu Linh, *Thực thi quyền sở hữu trí tuệ trong bối cảnh Hiệp định EVFTA có hiệu lực*, <https://bit.ly/2R2gFqI>, truy cập ngày 24/4/2021.

¹⁴ Dự thảo Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Sở hữu trí tuệ, <https://bit.ly/33xJgY9>, truy cập ngày 11/5/2021.

¹⁵ Nguyễn Khánh Linh, *Thực tiễn bảo hộ nhãn hiệu âm thanh và mùi ở các nước phát triển và gợi ý cho Việt Nam*, Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam, số 4A(2020), tr.11-12.

sự thể hiện nhãn âm thanh được phân tích ở tiêu mục năm dưới đây.

Thứ ba, bổ sung quy định về dấu hiệu không được bảo hộ với danh nghĩa nhãn hiệu áp dụng với nhãn hiệu âm thanh: Tương tự như quy định hiện hành tại Điều 73 Luật SHTT và phù hợp với Điều 18.21 CPTPP, Việt Nam có quyền đưa ra những giới hạn riêng biệt để xác định nhóm âm thanh nào không được bảo hộ. Hiện khoản 24 Điều 1 Dự thảo Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật SHTT mới chỉ đưa ra một trường hợp duy nhất, đó là trường hợp “*dấu hiệu trùng hoặc tương tự đến mức gây nhầm lẫn với hình quốc kỳ, quốc huy, quốc ca của Việt Nam và của các nước; quốc tế ca*”. Đây là trường hợp loại trừ giống như pháp luật Trung Quốc. Trên thực tiễn nhiều quốc gia trên thế giới như Hoa Kỳ, Anh, Úc... còn sử dụng học thuyết chức năng¹⁶ trong bảo hộ nhãn hiệu, theo đó, các quốc gia này loại trừ việc bảo hộ nhãn hiệu âm thanh nếu nó mang tính chức năng. Theo WIPO, những âm thanh mang tính chức năng được hiểu là âm thanh được tạo ra một cách cần thiết cho việc sử dụng bình thường hoặc được tạo ra vì mục đích của sản phẩm hoặc nếu nó ảnh hưởng đến giá thành hoặc chất lượng của sản phẩm¹⁷. Các dấu hiệu mang tính chức năng thường sẽ không có tính phân biệt cố hữu, nghĩa là khi tiếp nhận các dấu hiệu âm thanh này, người sử dụng nhận biết được loại sản phẩm chứ không

phải nhận biết nhà sản xuất, cung cấp sản phẩm. Chính vì vậy, Việt Nam nên xem xét bổ sung việc loại trừ bảo hộ nhãn hiệu trong trường hợp này. Thêm vào đó, Việt Nam cũng nên cân nhắc một số trường hợp từ chối bảo hộ, ví dụ như nhãn hiệu đi ngược lại trật tự, đạo đức xã hội (quy định đang được sử dụng tại Thái Lan, Trung Quốc), âm thanh có ý nghĩa quan trọng về tôn giáo hoặc chính trị...

Thứ tư, bổ sung mô tả về khả năng phân biệt của nhãn hiệu âm thanh: Đây là đặc điểm chức năng quan trọng nhất của nhãn hiệu và là vấn đề cốt lõi trong quá trình thẩm định nhãn hiệu. Nhãn hiệu phải thể hiện tính độc đáo sao cho có thể phân biệt sản phẩm này với sản phẩm khác¹⁸. Cách thức xác định khả năng phân biệt của nhãn hiệu âm thanh được mô tả khác nhau trong pháp luật của các quốc gia. Theo quy định của Hoa Kỳ, nhãn hiệu âm thanh có thể chia thành hai loại, gồm: (i) Nhãn hiệu âm thanh có tính phân biệt cố hữu, độc đáo, khác với các âm thanh khác - không cần phải chứng minh khả năng phân biệt; và (ii) Nhãn hiệu âm thanh không có tính phân biệt cố hữu - phải chứng minh có được khả năng phân biệt thông qua quá trình sử dụng¹⁹. Còn theo quy định của Anh, tính phân biệt của nhãn hiệu - áp dụng đối với mọi loại nhãn hiệu - đó là người tiêu dùng thông thường phải coi dấu hiệu âm thanh đó như một dấu hiệu để nhận biết được nguồn gốc sản phẩm. Pháp luật của Anh áp dụng phương thức liệt kê các trường hợp âm thanh không có tính phân biệt, ví dụ như: Đoạn nhạc chỉ gồm một

¹⁶ Kristen E. Knauf, *Shades of Gray: The Functionality Doctrine and Why Trademark Protection Should Not Be Extended to University Color Schemes*, Marquette Sports Law Review, Vol. 21(2010), p.364.

¹⁷ World Intellectual Property Organization, Document No. SCT/16/2 dated March 30, 2007 of Standing Committee on the Law of Trademarks, Industrial Designs and Geographical Indications on “*Relation of Established Trademark Principles to New Types of Marks*”, p.7.

¹⁸ Lê Nết (chủ biên), *Giáo trình Luật Sở hữu trí tuệ*, Nxb. Hồng Đức, thành phố Hồ Chí Minh, 2012, tr.85.

¹⁹ Gregory J. Chinlund, *Music to Your Ears: Best Practices for Prosecuting Sound Mark Applications*, International Trademark Association Bulletin, Vol. 74/17(2019).

hoặc hai nốt nhạc; các đoạn nhạc đã được sử dụng thường xuyên; các bản nhạc thịnh hành hay sử dụng trong các dịch vụ vui chơi như ở các khu vui chơi²⁰... Còn tại Thái Lan, khả năng phân biệt của nhãn hiệu được hiểu là nhãn hiệu có khả năng giúp công chúng phân biệt được hàng hoá mang nhãn hiệu với các hàng hoá khác. Về phân nhãn hiệu âm thanh, khoản 11 Điều 7 Luật Nhãn hiệu Thái Lan ghi nhận nhãn hiệu được tạo thành từ “âm thanh không có mối liên hệ trực tiếp đến tính chất hoặc chất lượng của sản phẩm; hoặc âm thanh không phải âm thanh tự nhiên của sản phẩm; hoặc âm thanh không được tạo ra từ việc vận hành sản phẩm” thì được coi là có tính phân biệt.

Theo pháp luật Việt Nam hiện hành, Điều 74 Luật SHTT quy định theo hướng: (i) Mô tả yếu tố cấu thành khả năng phân biệt; và (ii) Liệt kê các trường hợp nhãn hiệu bị coi là không có khả năng phân biệt. Để đảm bảo sự ổn định của pháp luật, tác giả kiến nghị nên giữ nguyên khoản 1 Điều 74 Luật SHTT, bởi quy định này mô tả dấu hiệu cấu thành mang tính chung, không ám chỉ dùng riêng cho nhãn hiệu nhìn thấy được hay không nhìn thấy được. Tuy nhiên, cần thiết phải có sự nghiên cứu, bổ sung các trường hợp nhãn hiệu bị coi là không có khả năng phân biệt.

Thứ năm, bổ sung quy định về hình thức thể hiện nhãn hiệu âm thanh: Nhãn hiệu âm thanh là loại nhãn hiệu vô hình, chính vì vậy cần phải có quy định mang tính đặc thù về sự thể hiện của loại hình này, phục vụ cho việc đăng ký của chủ đơn cũng như quá trình thẩm định, so sánh các nhãn hiệu với nhau của cơ quan nhà nước. Hầu hết các nước quy định nhãn hiệu khi nộp đơn phải được thể hiện trên giấy. Theo đó, đang tồn

tại hai xu hướng, đó là thể hiện nhãn hiệu âm thanh dưới dạng mô tả theo mô hình của Hoa Kỳ và hệ thống thể hiện dưới dạng đồ họa theo mô hình của EU trước đây²¹. Theo mô hình của Hoa Kỳ, nhãn hiệu âm thanh phải được thể hiện bằng file điện tử và có thể kèm theo bản mô tả chi tiết nhãn hiệu thông qua lời văn, từ tượng thanh, nốt nhạc, khuông nhạc²²... Theo mô hình của EU trước đây, các nhãn hiệu đăng ký đều phải được thể hiện dưới dạng đồ họa. Đây là một yêu cầu khắt khe và cản trở việc đăng ký của nhiều loại nhãn hiệu không nhìn thấy được như nhãn hiệu âm thanh, nhãn hiệu mùi hương²³... Tuy nhiên, kể từ năm 2016, quy định của EU được sửa đổi, theo đó nhãn hiệu đăng ký có thể được thể hiện dưới bất kỳ dạng gì, chỉ cần đảm bảo cơ quan đăng ký và công chúng có thể nhận biết được chính xác đối tượng được bảo hộ là gì.

Đối với Việt Nam, Điều 18.21 CPTPP cho phép các quốc gia được tự mình quyết định giới hạn và ngoại lệ khi thực hiện bảo hộ nhãn hiệu âm thanh. Điều 18.18 Hiệp định này cũng cho phép các quốc gia lựa chọn hình thức thể hiện nhãn hiệu âm thanh dưới dạng mô tả hoặc đồ họa hoặc sự kết hợp cả hai. Dự thảo Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật SHTT đang ghi nhận hình thức nhãn hiệu phải “thể hiện được dưới dạng đồ họa”. So sánh với quá trình điều chỉnh pháp luật của EU có thể thấy, đây là quy định mang tính hạn chế đối với việc đăng ký bảo hộ nhãn hiệu âm thanh, vì

²¹ Neha Mishra, *Registration of non-traditional trademarks*, *Journal of Intellectual Property Rights*, Vol. 13(2008), p.44.

²² Jeffrey Cadwell, *What's That Sound? It Might Just Be a Trademark*, <https://bit.ly/3ePOaGz>, truy cập ngày 12/5/2021.

²³ Holyoak and Torremans, *Intellectual Property Law (Ninth Edition)*, Oxford University Press, Oxford, 2019, p.394.

²⁰ Intellectual Property Office of United Kingdom, *Manual of trade marks practice*, Chapter 1, Section 4.

dụ như những âm thanh tự nhiên như tiếng suối chảy, tiếng động vật kêu... Xem xét lựa chọn này với: (i) Điều kiện thực tế tại Việt Nam, nhãn hiệu âm thanh là vấn đề mới nên cần có thời gian vận hành trong thực tiễn, từ đó rút ra kinh nghiệm và chính sách bảo hộ phù hợp với trình độ phát triển của Việt Nam; (ii) Phù hợp với quy định mang tính tùy nghi tại Điều 18.18 CPTPP về sự mô tả nhãn hiệu âm thanh; và (iii) Phù hợp với các cam kết khác tại CPTPP, ví dụ như cam kết về xây dựng hệ thống quản lý nhãn hiệu điện tử (Điều 18.24)... Tác giả cho rằng, Việt Nam chỉ nên thực hiện nghĩa vụ bảo hộ âm thanh ở mức tối thiểu theo nội dung đang đưa ra tại Dự thảo Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật SHTT.

Bên cạnh quy định tại Luật SHTT, cần thiết phải ban hành ngay văn bản sửa đổi quy định tại Thông tư số 01/2007/TT-BKHCN liên quan đến cách thức nộp mẫu vật kèm đơn đăng ký. Bởi, quy định này chỉ phù hợp với việc bảo hộ nhãn hiệu nhìn thấy được. Vì vậy, nếu không có sự điều chỉnh đồng bộ, quy định về chấp nhận bảo hộ nhãn hiệu âm thanh sẽ khó triển khai thực hiện và gây khó khăn cho cả người nộp đơn lẫn cơ quan đăng ký bảo hộ. Nhãn hiệu âm thanh không nhận biết được bằng thị giác, nên khó có thể thể hiện một cách hoàn chỉnh, chính xác bằng hình thức văn bản. Tuy nhiên, hình thức văn bản sẽ ít bị ảnh hưởng qua thời gian so với cách thức lưu trữ khác và cũng không đòi hỏi điều kiện công nghệ, khoa học kỹ thuật quá cao. Cách tối ưu nhất là kết hợp cả hai hình thức là mẫu âm thanh (để đảm bảo tính chính xác của nhãn hiệu được bảo hộ) và phần thể hiện âm thanh dưới dạng đồ họa. Nhiều quốc gia như Hoa Kỳ, Anh, Thái Lan, Ấn Độ, Canada... yêu cầu việc mô tả hoặc thể hiện dưới dạng đồ họa, nhưng phải đi kèm mẫu

nhãn hiệu âm thanh ở dạng tệp điện tử. Với xu hướng này, Việt Nam cũng nên ghi nhận cách thức thể hiện mẫu nhãn hiệu âm thanh dưới cả dạng tệp điện tử và văn bản.

Thứ sáu, bổ sung quy định giải quyết chồng lấn quyền tác giả và quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu âm thanh: Nguyên tắc này cần thiết phải bổ sung tại khoản 2 Điều 74 Luật SHTT giống như các quy định về giải quyết chồng lấn nhãn hiệu với các quyền sở hữu trí tuệ khác. Tuy nhiên, khác với tính chất quyền sở hữu công nghiệp đang được liệt kê - chủ yếu các phát sinh quyền trên cơ sở văn bằng bảo hộ, quyền tác giả và quyền liên quan (nếu có liên quan đến nhãn hiệu âm thanh) - phát sinh ngay khi tác phẩm được thể hiện dưới một hình thức vật chất nhất định. Vấn đề đặt ra khi nộp hồ sơ đăng ký bảo hộ, liệu chủ đơn có cần phải chứng minh quyền tác giả và quyền liên quan của mình đối với nhãn hiệu âm thanh hay không. Điều này cần phải tiếp tục xem xét trên cơ sở hài hoà giữa hai yếu tố. Thứ nhất, xu hướng giảm tải hồ sơ, thủ tục hành chính: Nếu yêu cầu chủ đơn chứng minh quyền trong trường hợp này đồng nghĩa với việc bản thân chủ đơn phải thực hiện thêm thủ tục và bổ sung thêm giấy tờ và bản thân cơ quan tiếp nhận, thẩm định đơn cũng phải xử lý thêm hồ sơ. Thứ hai, với nhãn hiệu âm thanh, đặc biệt là các nhãn hiệu tạo thành từ âm nhạc, luôn có khả năng trở thành đối tượng quyền tác giả, quyền liên quan, dẫn đến việc cơ quan thẩm định phải xem xét và có thể yêu cầu người nộp đơn phải bổ sung minh chứng. Vì vậy, bên cạnh việc bổ sung quy định về giải quyết chồng lấn với quyền tác giả, quyền liên quan, cần thiết phải tiếp tục nghiên cứu để xây dựng quy định liên quan đến giải quyết đăng ký nhãn hiệu phù hợp với nguyên tắc giải quyết chồng lấn.