

SỞ HỮU TRÍ TUỆ LÀ GÌ?

Laurence R. Hefter và Robert D. Litowitz

Những nước có các ngành công nghiệp sáng tạo hầu như bao giờ cũng có các đạo luật khuyến khích sáng tạo bằng cách quản lý việc sao chép các sáng chế, các biểu tượng định dạng và các hình thức sáng tạo khác. Các luật lệ này điều chỉnh bốn loại tài sản vô hình khác biệt là bằng phát minh sáng chế, thương hiệu, quyền tác giả và các bí mật thương mại, được gọi chung là "sở hữu trí tuệ" (intellectual property).

Sở hữu trí tuệ có nhiều đặc điểm của bất động sản và tài sản cá nhân. Ví dụ, sở hữu trí tuệ là một tài sản có thể được mua, bán, cho phép sử dụng, trao đổi hoặc biếu tặng giống như bất kỳ loại hình tài sản nào khác. Ngoài ra, chủ sở hữu sở hữu trí tuệ còn có quyền ngăn cấm việc sử dụng hoặc mua bán trái phép tài sản của họ. Tuy nhiên, sự khác biệt đáng chú ý nhất giữa sở hữu trí tuệ và các loại sở hữu khác là tính vô hình của nó, tức là sở hữu trí tuệ không thể xác định được bằng các đặc điểm vật chất của chính nó. Nó phải được thể hiện bằng một cách thức cụ thể nào đó để có thể bảo vệ được.

Tất cả bốn loại sở hữu trí tuệ được bảo vệ theo quy định ở từng quốc gia. Do đó, phạm vi bảo vệ và các yêu cầu để nhận được sự bảo vệ sẽ khác nhau giữa các nước. Tuy nhiên, luật pháp của các quốc gia trong lĩnh vực này cũng có nhiều sự tương đồng. Ngoài ra, xu hướng toàn cầu hiện nay là hướng tới sự hòa hợp luật pháp của các quốc gia.

BẰNG PHÁT MINH SÁNG CHẾ: KHẾ HỢC CỦA XÃ HỘI VỚI CÁC NHÀ PHÁT MINH

Ngày nay ta có thể cho rằng bằng phát minh sáng chế là một hợp đồng giữa xã hội nói chung và cá nhân một nhà phát minh. Theo các điều khoản của hợp đồng xã hội này, nhà phát minh được độc quyền ngăn cấm những người khác không được sao chép, sử dụng và bán một phát minh đã được cấp bằng chứng nhận trong một khoảng thời gian nhất định đổi lại việc nhà phát minh sẽ công bố các chi tiết của phát minh cho công chúng biết. Do đó, hệ thống cấp bằng chứng nhận phát minh sáng chế



Bóng đèn điện, phát minh của một người Mỹ tên là Thomas Edison vào năm 1879, là một trong hơn 1.000 phát minh được cấp bằng phát minh sáng chế của Edison. Xưởng và phòng thí nghiệm của ông còn mang lại cho thế giới máy quay đĩa, bộ truyền âm thanh bằng than sử dụng trong điện thoại và microphôn và hệ thống ánh sáng và điện thương mại đầu tiên.

khuyến khích việc công bố thông tin cho công chúng bằng việc dành phần thưởng cho những nỗ lực mà một nhà phát minh đã bỏ ra.

Mặc dù từ "bằng phát minh sáng chế" (patent) có nguồn gốc từ các văn bản của vua Anh trong thời Trung cổ ban ra nhằm trao một đặc quyền, ngày nay từ này được coi là đồng nghĩa với độc quyền được trao cho nhà phát minh. Hiệp định về các Khía cạnh Liên quan đến Thương mại của Sở hữu Trí tuệ (TRIPs) trong khuôn khổ Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) quy định tiêu chuẩn quốc tế về thời hạn độc quyền về phát minh sáng chế, cụ thể là 20 năm kể từ ngày nộp đơn xin cấp bằng. Sau khi được thực hiện từ ngày 1/1/2000, tất cả các thành viên của WTO sẽ có nghĩa vụ tuân thủ tiêu chuẩn này. Theo tất cả các hệ thống cấp bằng phát minh sáng chế, một khi khoảng thời gian này kết thúc thì người ta có quyền tự do sử dụng phát minh theo cách mà họ muốn.

Lợi ích của một hệ thống cấp bằng phát minh sáng chế hiệu quả có thể được minh họa một phần như sau:

- Một bằng phát minh sáng chế là phần thưởng cho sự đầu tư về thời gian, tiền của và những nỗ lực trong việc nghiên cứu. Nó kích thích việc tiếp tục nghiên cứu vì các đối thủ cạnh tranh muốn phát minh ra những giải pháp thay thế cho các phát minh đã được cấp bằng và nó khuyến khích sự cải tiến và đầu tư vào các phát minh được cấp bằng thông qua việc cho phép các công ty thu hồi các phí tổn về nghiên cứu và phát triển trong thời gian được hưởng độc quyền.
- Thời hạn độc quyền của văn bằng cũng mang lại thêm lợi ích chung qua việc khuyến khích quá trình thương mại hóa nhanh chóng các phát minh, nhờ vậy xã hội được hưởng thành quả của các phát minh sớm hơn. Các bằng phát minh sáng chế cũng cho phép các nhóm nghiên cứu được trao đổi thông tin trong phạm vi rộng hơn, giúp tránh các nghiên cứu trùng lặp và quan trọng nhất là làm tăng kho tàng kiến thức chung của xã hội.

Mặc dù quyền do bằng phát minh sáng chế mang lại là quyền ngăn cản những người khác sao chép, sử dụng hoặc bán một phát minh đã được cấp bằng trong thời gian còn hiệu lực của văn bằng, nhưng điều quan trọng cần phải hiểu là một bằng phát minh sáng chế không phải nhất thiết chỉ để cho phép người chủ sở hữu văn bằng đó có quyền được tự mình sao chép, sử dụng hoặc bán phát minh. Ví dụ, chủ sở hữu một bằng phát minh sáng chế về cải tiến phương pháp sản xuất một hợp chất hóa học sẽ không được tự do bán hợp chất đó được sản xuất ra do việc sử dụng phương pháp được cấp bằng nếu hợp chất đó đã được cấp bằng phát minh sáng chế bởi một người khác.

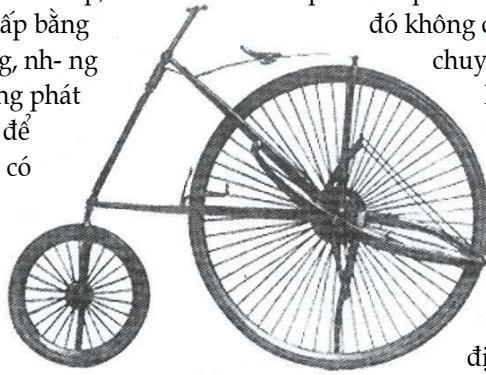
Mặc dù các thành viên WTO đều phải tuân thủ các quy định về bằng phát minh sáng chế trong Hiệp định TRIPs, nhưng các bằng phát minh sáng chế được cấp theo luật quốc gia và do đó phạm vi các quyền cũng được quy định tùy theo từng quốc gia. Vì vậy, một bằng phát minh sáng chế của Hoa Kỳ chỉ có thể được sử dụng để chống lại hành vi vi phạm trong lãnh thổ nước Hoa Kỳ. Tại hầu hết các nước, các quyền này được thực thi bằng thủ tục tố tụng dân sự thay cho thủ tục hình sự.

Do đó, việc thực thi các quyền này là của người chủ sở hữu văn bằng. Nói chung, bất kỳ hành vi nào nhằm sao chép, sử dụng hoặc bán phát minh đã được cấp bằng mà không được phép đều vi phạm luật pháp cho dù hành vi đó được thực hiện bởi nhà nước, một công ty hay một cá nhân. Bất kỳ hành vi vi phạm nào như vậy đều làm phát sinh trách nhiệm bất kể mục đích của người vi phạm hay thiếu hiểu biết về bằng phát minh.

Các biện pháp giải quyết vi phạm có thể bao gồm tất cả gọi hầu tòa, lệnh buộc phải giao nộp hoặc tiêu hủy các hiện vật vi phạm và tiền bồi thường thiệt hại cho người được cấp bằng hoặc lợi nhuận mà người vi phạm thu được.

Một bằng phát minh sáng chế vẫn có thể bị chứng minh là không có hiệu lực và cách biện hộ phổ biến của những người vi phạm là khẳng định rằng bằng phát minh sáng chế không có hiệu lực. Thông thường, văn bằng phát minh sáng chế bị nghi ngờ về hiệu lực trên căn cứ là

phát minh đó đã được một người khác chứ không phải nhà phát minh có tên tìm ra hoặc phát minh đó không có gì lạ đối với những người có chuyên môn trong lĩnh vực công nghệ liên quan.



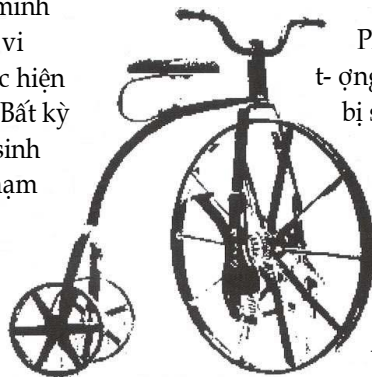
Mô hình xe đạp, tác phẩm của William Klahr, đánh dấu sự ra đời của một kiểu đi xe đạp mới - kết hợp giữa bàn đạp và bánh líp - và một chiếc yên có thể điều chỉnh gắn trên một thanh thép đàn hồi. Xe đạp của Klahr là một trong nhiều cải tiến được cấp bằng sáng chế vào những năm 1870 và 1880 làm cho xe đạp trở nên phổ biến.

CÁI GÌ CÓ THỂ ĐƯỢC CẤP BẰNG PHÁT MINH SÁNG CHẾ?

Điều 27 của Hiệp định TRIPs quy định rằng các thành viên WTO sẽ

cấp bằng phát minh sáng chế cho bất kỳ phát minh nào, một sản phẩm hay một quy trình tạo ra sản phẩm nào "với điều kiện là chúng mới, đòi hỏi có tính phát kiến và có khả năng ứng dụng vào sản xuất". Nói cách khác, để có thể được cấp bằng, một phát minh phải mới, hữu ích và có tính phát kiến.

Một điều kiện tiên quyết để được cấp bằng là phát minh phải có khả năng ứng dụng thực tiễn. Điều này nhấn mạnh tầm quan trọng mà hệ thống cấp bằng phát minh sáng chế đặt ra đối với tính hữu dụng. Mặc dù nguyên tắc này vẫn không thay đổi nhưng từ ngữ được sử dụng trong pháp luật của các nước có sự khác nhau; ví dụ, ở Hoa Kỳ, đối tượng có thể được cấp bằng phải "có ích" trong khi ở Anh nó phải có khả năng "ứng dụng vào sản xuất".



Mô hình xe đạp ba bánh cải tiến của Charles Hammelmann tạo ra một bánh líp nhằm đẩy xe về phía trước và ngăn không cho trôi về phía sau. Hammelmann cho biết "Trong quá trình chuyển động bình thường, không cần phải làm gì thêm với chiếc xe."

Phát minh phải mới - có nghĩa là, đối tượng của phát minh không hoặc không thể bị suy đoán từ một phần của một đối tượng đã được biết. Điều này thường được gọi là yêu cầu "tính mới". Mới hay có tính mới trong ngữ cảnh này có nghĩa là "mới đối với công chúng". Do đó, điều gì đó đã được biết hay sử dụng trước đó như công chúng biết (ví dụ, nếu nó được giữ bí mật)

không thể là lý do ngăn cản việc cấp bằng phát minh sáng chế.

Phát minh còn phải có tính phát kiến. Điều này ngăn cản người khác không được lợi dụng hệ thống cấp bằng và nhận được sự bảo hộ cho một đối tượng trên thực tế chỉ là sự mở rộng hoặc thay đổi chút ít của một điều gì đó đã được biết đến rộng rãi. Nói chung, việc kiểm tra tính phát kiến dựa trên

việc một chuyên gia trong lĩnh vực liên quan đến phát minh, tại thời điểm phát minh, có coi đó là một phát kiến hay không.

Hiệp định TRIPs quy định thời gian quá độ cho các nước đang phát triển hiện thời không bảo hộ bằng phát minh sáng chế cho sản phẩm trong lĩnh vực hóa chất nông nghiệp hoặc dược phẩm. Trên thực tế, hầu hết các nước đều thực hiện vì lợi ích phát triển đối với lĩnh vực công nghệ sinh học nếu được bảo hộ đầy đủ. Việc bảo hộ bằng phát minh sáng chế về quy trình không khuyến khích đầu tư vì khó khăn trong việc thực thi bảo hộ một quy trình. Việc này trở nên đặc biệt khó khăn khi trách nhiệm chứng minh có sự vi phạm lại thuộc về người chủ sở hữu văn bằng. Chủ sở hữu văn bằng phải chứng minh rằng một quy trình sản xuất nhất định (tức là quy trình được cấp bằng) đã được sử dụng để sản xuất ra hóa chất nhất định. Điều này khó có thể chỉ ra vì có rất nhiều các sai khác có thể có trong quy trình và có thể không tiếp cận được cơ sở sản xuất của người vi phạm. Trong thực tế, điều này được tiến hành bằng cách tìm kiếm các chất bản dây rớt có mang đặc điểm của quy trình sản xuất. Người ta có thể hình dung ra vấn đề này sẽ trở nên phức tạp như thế nào nếu, ví dụ, một bằng phát minh sáng chế bảo hộ một dược phẩm mà dược phẩm này được sản xuất ở một nước nơi không bảo hộ cho dược phẩm và sau đó được xuất khẩu sang nước thứ hai nơi chỉ thực hiện bảo hộ cho quy trình sản xuất.

Trong 15 năm qua, nhiều nước đã chuyển từ cấp bằng phát minh sáng chế cho "quy trình" sang cấp bằng phát minh sáng chế cho "sản phẩm" và chúng ta hy vọng rằng các nước thành viên WTO sẽ nâng cấp hệ thống pháp luật trong lĩnh vực này trong vài năm tới vì theo Hiệp định TRIPs của WTO, các nước thành viên phải bảo hộ đầy đủ cho bằng phát minh sáng chế về sản phẩm chậm nhất trước ngày 1/1/2005.

Không chỉ có các khía cạnh hữu dụng của phát minh mới và có ích mới có thể được cấp bằng phát minh sáng chế mà nhiều nước còn mở rộng việc bảo hộ cho các kiểu dáng công nghiệp mới có tính chất làm đẹp. Tại Hoa Kỳ, hình thức bảo hộ này được gọi là bằng phát minh sáng chế về kiểu dáng trong khi ở nhiều nước châu Âu quyền sở hữu về kiểu dáng công nghiệp được gọi là mô hình kiểu dáng.



Ngày 6/10/1877, số ra của tạp chí tuần Scientific American tuyên bố rằng cải tiến mới nhất của nhà phát minh Alexander Graham Bell về điện thoại đã làm cho nó "đơn giản hơn về cấu trúc và có hình dáng gọn nhẹ hơn". Trước đó một năm, Bell đã phát minh và được cấp bằng sáng chế về điện thoại. Loại điện thoại mới không cần điện hay pin mà sử dụng dòng điện từ giọng nói của người gọi điện thoại.



Nhãn hiệu Levi Strauss & Co được bắt đầu trên toàn thế giới kể từ khi công ty bắt đầu sản xuất loại quần jeans vải bông chéo vào năm 1853. Nhiều sản phẩm của Levi vẫn sử dụng đinh tán kim loại trên túi, một cải tiến mà nhờ đó Strauss và Jacob Davis, một thợ may, được cấp bằng sáng chế vào năm 1873.

Ngoài những đối tượng thường được bảo hộ theo văn bằng các thiết bị, hợp chất hóa học và các quy trình, một số nước thực hiện bảo hộ văn bằng phát minh sáng chế đối với các vật thể sống. Ví dụ, các loài thực vật được nhân giống vô tính, trừ vi khuẩn, các loại cây cấy ghép và các loại cây phát triển từ củ, có thể được bảo hộ giống như các thực vật nhân giống hữu tính (bằng hạt), trừ vi khuẩn, nấm và giông lai thứ nhất. Hiệp định TRIPs không yêu cầu bảo hộ đối với vật thể sống

mới hoặc các loài thực vật như các thành viên WTO có thể tham gia Liên Hợp Quốc về sự bảo vệ các giống loài thực vật mới UPOV.

THƯƠNG HIỆU VÀ NHÃN HIỆU DỊCH VỤ: XÁC ĐỊNH NGUỒN GỐC

Thương hiệu hàng hóa và nhãn hiệu dịch vụ được dùng chủ yếu là để cho biết nguồn gốc của hàng hóa và dịch vụ và để phân biệt các hàng hóa và dịch vụ với nhau. Chúng còn là biểu tượng cho chất lượng của hàng hóa hoặc dịch vụ. Hầu hết các thương hiệu hàng hóa và nhãn hiệu dịch vụ (gọi là "nhãn hiệu") là các từ ngữ, như chúng gần như có thể là bất kỳ cái gì để phân biệt một sản phẩm hoặc dịch vụ này với một hàng hóa hoặc dịch vụ khác, như biểu tượng, biểu trưng, âm thanh, kiểu dáng, hay thậm chí các quy cách phi chức năng riêng biệt của sản phẩm.

Hiệp định TRIPs mở rộng mức độ công nhận và bảo hộ đối với nhãn hiệu dịch vụ cũng giống như đối với thương hiệu hàng hóa (Điều 15 và 16 của Hiệp định TRIPs). Tại một số nước, việc đăng ký một nhãn hiệu có thể không bị bắt buộc để bảo hộ nhãn hiệu như dù trong trường hợp nào các nước thành viên WTO đều có nghĩa vụ bảo hộ các nhãn hiệu hàng hóa hay dịch vụ nổi tiếng. Việc xác định một nhãn hiệu có nổi tiếng hay không trong một bộ phận công chúng dựa trên từng trường hợp nên các công ty có thể muốn đăng ký các nhãn hiệu nổi tiếng. Với các nhãn hiệu không nổi tiếng, các nước có thể yêu cầu chủ sở hữu nhãn hiệu đăng ký nhãn hiệu với cơ quan

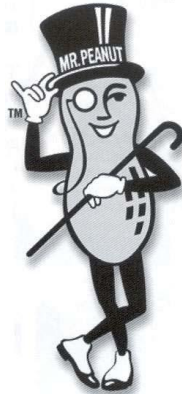
đăng ký nhãn hiệu quốc gia trừ một số khi được bảo hộ ở nước đó.

Thời hạn bảo hộ đối với một nhãn hiệu rất khác nhau ở từng quốc gia. Việc đăng ký bảo hộ được áp dụng trong những khoảng thời gian nhất định. Tuy nhiên, vì mục đích căn bản của nhãn hiệu, tức là để tránh sự nhầm lẫn của công chúng, khuyến khích cạnh tranh và bảo hộ tài sản vô hình của chủ sở hữu nhãn hiệu, việc đăng ký có thể được thực hiện lại và do vậy kéo dài vô thời hạn chừng nào nhãn hiệu còn được sử dụng. Chủ sở hữu một nhãn hiệu có thể không cho người khác sử dụng nhãn hiệu tương tự nếu việc sử dụng đó có thể gây ra sự nhầm lẫn cho người mua hàng. Việc xác định hai nhãn hiệu liệu giống nhau đến mức có thể gây nhầm lẫn hay không thường đòi hỏi phải phân tích nhiều nhân tố như so sánh nhãn hiệu của các bên, hàng hóa hoặc dịch vụ của họ, kênh quảng cáo và thông tin của họ, ý định của bên bị khiếu nại khi chọn nhãn hiệu và việc có hay không sự nhầm lẫn trên thực tế.

NHỮNG KHÁC BIỆT TRONG BẢO VỆ THƯƠNG HIỆU VÀ NHÃN HIỆU DỊCH VỤ

Cũng như trong các lĩnh vực khác của tài sản trí tuệ, luật pháp về thương hiệu và nhãn hiệu dịch vụ có nguồn từ luật quốc gia nhưng cũng phải tuân thủ các quy định của Hiệp định TRIPS. Một số quốc gia cấp quyền sở hữu cho người đầu tiên sử dụng nhãn hiệu trong kinh doanh, trong khi các quốc gia khác cấp quyền sở hữu cho người đầu tiên đăng ký nhãn hiệu ở nước đó.

Ở các nước theo nguyên tắc "người đầu tiên sử dụng", có thể có được các quyền sở hữu mà không cần phải đăng ký với cơ quan nhãn hiệu quốc gia. Tuy nhiên, việc đăng ký vẫn cần thiết vì đó là một bằng chứng hợp pháp về giá trị hiệu lực của nhãn hiệu và quyền sử dụng nhãn hiệu của chủ sở hữu. Nó còn được ghi vào sổ đăng ký nhãn hiệu quốc gia, có tác dụng như một thông báo cho toàn thế giới biết về việc sử dụng nhãn hiệu và quyền sở hữu nhãn hiệu của chủ sở hữu. Theo TRIPS, việc thực sự sử dụng một thương hiệu sẽ không phải là điều kiện cho việc xin đăng ký một thương hiệu hay một nhãn hiệu dịch vụ. Tiếp theo việc sử dụng hoặc đăng ký một thương hiệu, chủ sở hữu phải sử dụng nhãn hiệu đó, nếu không nó có thể là mục tiêu tấn công của bất kỳ ai lấy cớ là chủ sở hữu đã từ bỏ nhãn hiệu đó.



Mr. Peanut, hình tượng may mắn đeo kính một mắt của công ty Planters Nut and Chocolate Company được đưa vào sử dụng năm 1916 nhằm giúp quảng cáo về công ty kinh doanh lạc rang đầu tiên của Hoa Kỳ. Mr. Peanut, một trong những biểu tượng quảng cáo được biết đến nhiều nhất của Hoa Kỳ, hiện nay là thương hiệu của Nabisco Brands Company.

Apple Computer, Inc.



Một quả táo nhiều sọc, bị khuyết một miếng lớn, là biểu tượng nổi tiếng của công ty Apple Computer Inc., được thành lập ở California năm 1976. Chỉ có Apple Computer và những công ty được phép và người phân phối lại hợp pháp mới có thể sử dụng biểu tượng Apple để quảng cáo hoặc trưng bày bán hàng.

Ở mức độ tối thiểu, phần lớn các nước đều yêu cầu rằng nhãn hiệu phải có tính riêng biệt; có nghĩa là, nhãn hiệu đó có khả năng phân biệt các hàng hóa hoặc dịch vụ của chủ sở hữu với hàng hóa hoặc dịch vụ của người khác. Một nhãn hiệu có thể bao gồm một tập hợp nguyên bản các chữ số, chữ hoặc biểu tượng, màu sắc, hoặc giai điệu. Để xác định xem nhãn hiệu có đạt các tiêu chuẩn này không thì phải xác định được điểm mạnh của nhãn hiệu.

Điểm mạnh của nhãn hiệu thường được đánh giá một cách toàn diện. Phạm vi đánh giá này bao gồm từ hiệu quả thấp nhất đến cao nhất, các tiêu chí như tính tổng quát, tính biểu tượng, tính gợi nhớ, tính tùy ý và tính kỳ lạ. Ít hiệu quả nhất là các chữ, các biểu tượng, các hình vẽ không có khả năng dùng để phân biệt hàng hóa vì chúng được dùng phổ biến để tự phân biệt bản thân các hàng hóa như sách vở, bàn hoặc ghế. Các đặc điểm đó thường được gọi là các đặc điểm chung và không thể được bảo vệ như các thương hiệu.

Tiêu chí tiếp theo là các đặc điểm miêu tả. Một nhãn hiệu có tính miêu tả nếu nó diễn tả được mục đích mong muốn, chức năng, đặc tính vật chất, chất lượng tiêu biểu, hoặc công dụng chính của sản phẩm. Hàng loạt các ví dụ về các nhãn hiệu miêu tả bao gồm DAYBRITE của các thiết bị chiếu sáng, MICRO của các quả cân lần có kích thước rất nhỏ và SUPPEME của các loại rượu có chất lượng thấp. Vì chúng không có tính phân biệt vốn có nên một đặc điểm miêu tả không thể được bảo vệ như một nhãn hiệu đến khi, thông qua việc mở rộng bán hàng và quảng cáo, đặc điểm đó đã trở thành đặc điểm nhận dạng nguồn gốc của các hàng hóa mang nhãn hiệu. Ở Hoa Kỳ, khi các nhãn hiệu miêu tả đạt được mức độ khác biệt, thì người ta nói rằng nó đã có được "ý nghĩa phụ".

Ngược lại với các nhãn hiệu miêu tả, các nhãn hiệu có tính gợi ý không trực tiếp miêu tả hàng hóa mang nhãn hiệu đó; các nhãn hiệu đó thường yêu cầu phải suy nghĩ, tưởng tượng, hoặc phải có sự am hiểu để đưa ra kết luận về bản chất của hàng hóa. Các nhãn hiệu gợi ý được coi là có tính tự phân biệt và có thể được bảo vệ mà không cần phải có ý nghĩa phụ. Ví dụ về nhãn hiệu gợi ý có thể bao gồm HERO của bình cứu hỏa hoặc STRONGHOLD của đình.

Nhãn hiệu tùy ý là các từ, biểu tượng và hình vẽ được sử dụng như khi sử dụng trên hàng hóa của chủ sở hữu. Biểu tượng thì nó không miêu tả hoặc gợi ý về chất lượng của hàng hóa đó. Các ví dụ của nhãn hiệu tùy ý bao gồm APPLE của máy tính và DOVE của xà phòng tắm. Cũng giống như nhãn hiệu gợi ý, nhãn hiệu tùy ý có tính phân biệt vốn có và không cần phải chứng minh có ý nghĩa phụ.

Nhãn hiệu có tính phân biệt nhất là các nhãn hiệu độc đáo. Nhãn hiệu độc đáo là một từ được tạo ra hoặc biểu tượng được phát minh ra hoặc lựa chọn chỉ là để làm nhãn hiệu. Các ví dụ về nhãn hiệu độc đáo bao gồm EXXON của dầu lửa, KODAK của vật thể ảnh, XEROX của máy photocopy và PEPSI của đồ uống. Các nhãn hiệu độc đáo có truyền thống được bảo vệ trong phạm vi rộng nhất.

BẢN QUYỀN: SỰ THỂ HIỆN CỦA TÁC GIẢ

Bản quyền là độc quyền được tái tạo một tác phẩm của tác giả bằng bất kỳ biểu hiện hữu hình nào, để xây dựng nên các tác phẩm phái sinh dựa trên tác phẩm ban đầu và để biểu diễn hay trình diễn tác phẩm trong lĩnh vực âm nhạc, kịch, múa ba lê và nghệ thuật điêu khắc. Bảo hộ bản quyền không bao gồm các ý tưởng, quy trình thủ tục, phương pháp, hệ thống, phương thức hoạt động, khái niệm, nguyên tắc, hoặc phát kiến, không tính đến các hình thức mà nó miêu tả, giải thích hoặc lồng ghép. Hơn thế nữa, bảo hộ bản quyền chỉ giới hạn trong sự diễn đạt đặc biệt của tác giả về một ý tưởng, phương pháp, khái niệm và giống như một phương tiện truyền đạt hữu hình.

Bảo hộ bản quyền nghiêm nhiên có tác dụng đối với mọi tác phẩm có tác giả kể từ lúc bắt đầu hình thành. Hiệp định TRIPS quy định tiêu chuẩn tối thiểu đối với thời hạn bảo hộ bản quyền. Nếu là cá nhân, thì thời hạn đó là tuổi thọ của tác giả cộng thêm 50 năm nữa. Trong trường hợp là một công ty thì thời hạn đó là 50 năm tính từ cuối năm đăng lịch của ấn phẩm được phép in ấn hoặc, nếu không có ấn phẩm thì tính từ cuối năm đăng lịch tạo ra tác phẩm đó (điều 12 của TRIPS). Thời gian bảo hộ các cuộc biểu diễn nghệ thuật được tính là 50 năm đối với



Một đĩa ghi hình kỹ thuật số bộ phim nổi tiếng vào năm 1943 "Casablanca" sử dụng trong gia đình có mang bản quyền mà những kẻ ăn cắp phim thường bỏ qua. Hiệp hội phim ảnh Hoa Kỳ ước tính rằng các phim bị quay trộm bằng máy ghi và phim ăn cắp làm cho ngành công nghiệp phim ảnh thiệt hại khoảng 2,5 tỷ đô-la Mỹ mỗi năm.



Một gói giấy có đựng hạt cà chua lai đầu tiên của Hoa Kỳ với nhãn hiệu nổi tiếng Big Boy của W. Atlee Burpee Company. Là giống lai, Big Boy và các cây lai bố mẹ được bảo hộ như một bí mật thương mại. Hướng dẫn cách gieo trồng cà chua ghi trên mặt sau gói giấy được cấp bản quyền cho Burpee.

diễn viên và người sản xuất và là 20 năm đối với người phát sóng các cuộc biểu diễn này. Gần đây Hoa Kỳ đã nâng cao việc bảo hộ các tác phẩm có bản quyền của mình trở thành một phần của Đạo luật Bản quyền Thiên niên kỷ Kỹ thuật số hay DMCA. Ví dụ, ở Hoa Kỳ, bản quyền tác phẩm của cá nhân một tác giả tạo ra trước hoặc sau ngày 1 tháng 1 năm 1978 sẽ kéo dài bằng tuổi thọ của tác giả cộng thêm 70 năm sau ngày mất của tác giả. Tuy nhiên, nếu tác phẩm được tạo ra để

cho thuê, thì bản quyền kéo dài 120 năm kể từ khi tạo ra tác phẩm hoặc 95 năm kể từ khi có ấn bản đầu tiên, tính theo thời gian nào ngắn hơn.

Độc quyền được trao cho chủ sở hữu bản quyền sẽ không bao gồm quyền ngăn cản người khác sử dụng hợp lý tác phẩm của chủ sở hữu bản quyền. Việc sử dụng hợp lý có thể bao gồm các công việc nhằm mục đích phê bình, bình luận, báo tin, dạy học, học tập hoặc nghiên cứu. Nội dung của tác phẩm, mức độ in ấn và tác động của việc sao chép đối với giá trị thương mại của ấn phẩm đều được xem xét để quyết định việc sử dụng không được phép có được coi là "sử dụng hợp lý" không.

NGUYÊN BẢN LÀ YẾU TỐ THEN CHỐT ĐỐI VỚI BẢN QUYỀN

Để đảm bảo việc bảo hộ bản quyền, tác phẩm được xem xét phải là tác phẩm nguyên bản của tác giả được thể hiện một cách hữu hình. Các tác phẩm có tác giả phù hợp với định nghĩa này có thể bao gồm:

- Các tác phẩm chữ viết (bao gồm cả chương trình máy tính);
- Tác phẩm âm nhạc cùng với lời;
- Kịch và các lời thoại;
- Kịch bản và múa ba lê;
- Tranh, đồ họa và các tác phẩm điêu khắc;
- Phim ảnh và các tác phẩm nghe nhìn khác;
- Thu thanh.

Một điểm quan trọng cần lưu ý là luật của nhiều nước không hạn chế thể loại hoặc hình thức của tác phẩm vì các tác giả vẫn tiếp tục sáng tạo ra nhiều hình thức khác nhau để thể hiện ý tưởng của bản thân.

Việc kiểm tra tính nguyên bản của tác phẩm thương mại có hai khía cạnh. Trước hết, tác phẩm phải đúng là của tác giả, với ý nghĩa là nó phải được tác giả tạo ra một cách độc lập, không phải sao chép từ các tác phẩm khác. Tiếp đến, tác phẩm phải hàm chứa đầy đủ tính sáng tạo cao hơn mức độ thông thường.

Để có thể có bản quyền, một tác phẩm phải "được ổn định một cách hữu hình". Một tác phẩm được ổn định khi việc biểu hiện của nó bằng cách thức hữu hình đó phải đủ lâu hoặc ổn định để cho phép người ta nhận thức được

nó, tái tạo hoặc truyền đạt nó bằng cách khác trong một khoảng thời gian nhất định chứ không phải chớp nhoáng. Điều này có nghĩa là phương tiện, cách thức hoặc phương thức xác định không có ý nghĩa quyết định.

Việc đăng ký bản quyền ở hầu hết các nước là tự nguyện và không tốn kém. Mặc dù việc bảo hộ bản quyền bắt đầu khi tác phẩm được xác định một cách hữu hình, nhưng việc đăng ký bản quyền mang lại thêm được một số lợi ích quan trọng ở một số nước. Tuy một số thành viên của WTO, bao gồm cả Hoa Kỳ, vẫn duy trì cơ chế đăng ký đối với các tác phẩm có bản quyền, nhưng Hiệp định TRIPS loại bỏ việc sử dụng các cơ chế như hệ thống đăng ký như là một điều kiện tiên quyết đối với công dân nước ngoài trước khi bắt đầu việc khiếu kiện nhằm ngăn chặn việc vi phạm bản quyền hoặc để thu hồi phí tổn, bao gồm cả chi phí luật sư của việc thực thi bản quyền. Do vậy, ví dụ, Hoa Kỳ có thể yêu cầu các công dân của mình, chứ không phải các tác giả nước ngoài, đăng ký tác phẩm với Văn phòng Bản quyền Hoa Kỳ. Ngoài ra, ở một số quốc gia, việc đăng ký bản quyền sẽ là bằng chứng đầu tiên về giá trị hiệu lực và quyền sở hữu của bản quyền.



Một quảng cáo năm 1903 mời mọi người uống "Coca-Cola". Mặc dù các chất liệu của loại nước uống giải khát nổi tiếng này được nhiều người biết nhưng tỷ lệ chính xác của mỗi chất liệu là một bí mật thương mại được cất giấu kỹ tại trụ sở Công ty Coca-Cola. Công thức đầu tiên được dược sĩ Tiến sĩ John S. Pemberton tìm ra vào năm 1886. Tên và mẫu chữ thương hiệu Coca-Cola được đăng ký tại Văn phòng Phát minh Sáng chế và Thương hiệu Hoa Kỳ vào năm 1893; tên thương hiệu gọi Coke được đăng ký năm 1945 và kiểu chai thủy tinh có đường viền nổi của công ty được đăng ký kiểu dáng năm 1977.

BÍ MẬT THƯƠNG MẠI: LỢI THẾ CẠNH TRANH

Bí mật thương mại là các thông tin bí mật hoặc không được biết đến một cách rộng rãi trong một lĩnh vực có liên quan và tạo cho người sở hữu bí mật đó lợi thế so với các đối thủ cạnh tranh. Việc bảo hộ bí mật thương mại tồn tại chừng nào mà bí mật đó còn cần được giữ bí mật hoặc bảo mật bởi người sở hữu nó và những người khác không có được bí mật đó một cách độc lập và hợp pháp.

Ví dụ về bí mật thương mại có thể kể ra ở đây bao gồm các công thức, hình mẫu, phương pháp, chương trình, kỹ thuật, quy trình, hoặc tập hợp thông tin nhằm mang lại tính cạnh tranh cho hoạt động kinh doanh. Người sở hữu bí mật thương mại có thể đòi bồi thường thiệt hại cho mình do việc người khác tiết lộ hoặc sử dụng bí mật thương mại của họ không hợp lý.

XÁC ĐỊNH KHI NÀO MỘT BÍ MẬT THƯƠNG MẠI LÀ BÍ MẬT

Các bí mật thương mại không được đăng ký như các hình thức sở hữu trí tuệ khác và không phải là kết quả của luật pháp. Thay vào đó, hệ thống pháp luật của mỗi nước xác định các yêu cầu để có được sự bảo hộ bí mật thương mại. Bảo hộ bí mật thương mại được quy định trong Hiệp định TRIPS dưới tiêu đề "Bảo hộ Thông tin Bí mật" (Điều 39 TRIPS). Việc bảo hộ các thông số kiểm tra bí mật để được chấp nhận tiếp thị các sản phẩm là đặc biệt nhạy cảm và được quy định trong Điều 39 (3) của TRIPS. Một số yếu tố thường được xem xét bao gồm:

- ❑ Mức độ mà thông tin đó được phép tiết lộ ra ngoài doanh nghiệp;
- ❑ Mức độ mà thông tin đó được phép tiết lộ cho các nhân viên và những người khác có liên quan đến công việc kinh doanh của chủ sở hữu bí mật thương mại.
- ❑ Qui mô của các biện pháp được dùng để bảo vệ bí mật thương mại.
- ❑ Giá trị của thông tin đối với chủ sở hữu và đối thủ cạnh tranh.
- ❑ Số tiền hoặc nỗ lực mà chủ sở hữu bí mật

th- ơng mại bỏ ra để phát triển bí mật đó; và

- Nỗ lực của các bên khác để có đ- ợc hoặc nhân bản thông tin (thông qua kỹ thuật sao chép ng- ợc).

Sự bí mật của các bí mật th- ơng mại là nhân tố quan trọng nhất cần xem xét. Nếu thông tin đ- ợc coi là bí mật th- ơng mại mà lại có thể lấy đ- ợc bằng bất kỳ ph- ơng thức hợp pháp nào thì thông tin đó không đ- ợc coi là bí mật nữa và có thể không đủ điều kiện để đ- ợc bảo hộ. Tuy nhiên, nếu chủ sở hữu đã có một số biện pháp hợp lý để bảo vệ thông tin nh- ng thông tin về bí mật th- ơng mại đó bằng cách nào đó vẫn bị tiết lộ thì tòa án ở nhiều n- ớc vẫn thực hiện bảo hộ. Các biện pháp hợp lý có thể bao gồm việc yêu cầu những ng- ời tiếp cận với thông tin do tham gia vào công việc kinh doanh phải ký vào các thỏa thuận bảo mật và chống tiết lộ.

LỢI VÀ HẠI

Giống nh- với mọi hoạt động kinh doanh, yếu tố kinh tế đóng một vai trò quan trọng trong việc xác định có nên bảo hộ sở hữu trí tuệ hay không. Các công ty phải đánh giá giá trị tiềm năng của quyền sở hữu trí tuệ so với khả năng về hiện thực hóa giá trị đó và các chi phí để bảo vệ, thực hiện và duy trì quyền đó.

Không có các qui tắc chắc chắn và nhanh chóng để xác định giá trị tiềm năng của một quyền sở hữu trí tuệ nhất định. Một việc có thể có giá trị đối với một cá nhân hay một công ty này nh- ng lại không có giá trị đối với cá nhân hoặc công ty khác. Có một số nhân tố chắc chắn đóng góp vào giá trị tiềm năng của tài sản trí tuệ, bao gồm giá trị tiềm năng của việc độc quyền hay các quyền khác, sự chuyển nh- ợng, hoặc giấy phép, giấy phép chéo, biện pháp chống lại việc vi phạm nh- biện pháp thế chấp để đảm bảo tài chính.

Một th- ơng hiệu hay một nhân hiệu dịch vụ có thể là tài sản rất có giá trị. Ví dụ, có nhiều ng- ời tin rằng hãng sản xuất ô tô BMW của Đức mua hãng sản xuất ô tô Rover của Anh chủ yếu để có đ- ợc lợi ích từ các th- ơng hiệu họ hằng muốn có bao gồm "Land Rover", "Range Rover", "Triumph",

Kodak
The Kodak Corporate

Biểu tr- ờng Kodak của Eastman Kodak Company of New York bắt đầu hoạt động ở London những năm 1880 với tên Eastman Dry Plate and Film Company. Ng- ời sáng lập công ty George Eastman đã sản xuất ra loại máy ảnh dễ sử dụng với giá bán lẻ chỉ có 1 đô-la Mỹ, khiến cho chụp ảnh trở việc thành thông dụng đối với hàng ngàn ng- ời vào đầu thế kỷ 20.



Từ "Xerox" đ- ợc sử dụng và trở thành th- ơng hiệu của Haloid Company and Batelle Development Corporation vào năm 1948, có nguồn gốc từ chữ "xerography", một quy trình sao chép hình ảnh đồ họa mà th- ơng hiệu này đại diện. Haloid trở thành Haloid Xerox vào năm 1958 và đ- ợc đặt lại tên là Xerox Corporation vào năm 1961. "The Document Company, Xerox" đ- ợc coi là chữ ký công ty vào năm 1994.

"Austin" và "MGB". Mặt khác, một th- ơng hiệu sẽ không có giá trị gì nếu ng- ời tiêu dùng cho rằng nó gắn liền với chất l- ợng kém.

SỬ DỤNG HỢP LÝ

Một trong các quyền của chủ sở hữu bản quyền ở Hoa Kỳ là quyền sao chép hoặc cho phép ng- ời khác sao chép tác phẩm d- ời hình thức các bản sao hoặc thu thanh. Quyền này bị giới hạn bởi các qui định trong Bộ Luật Hoa Kỳ. Một trong những giới hạn quan trọng là học thuyết về "sử dụng hợp lý".

Mặc dù sử dụng hợp lý tr- ớc đây không đ- ợc nói đến trong Luật Bản quyền của Hoa Kỳ, nh- ng học thuyết này đã đ- ợc phát triển thông qua hàng loạt các quyết định của tòa án trong nhiều năm. Học thuyết này đã đ- ợc pháp điển hóa tại mục 107 của luật Bản quyền.

Mục 107 bao gồm một danh sách các mục đích khác nhau mà theo đó việc sao chép một tác

phẩm nào đó có thể đ- ợc coi là "hợp lý", nh- việc phê bình, bình luận, đ- a tin, dạy học, học tập và nghiên cứu. Mục 107 cũng đ- a ra bốn nhân tố để xem xét trong việc quyết định việc sử dụng có đ- ợc coi là hợp lý hay không:

- *Mục đích và đặc điểm của việc sử dụng, bao gồm cả việc sử dụng vì mục đích th- ơng mại hay vì các mục đích đào tạo phi lợi nhuận;*
- *Nội dung của của tác phẩm;*
- *Khối l- ợng và mức độ sử dụng liên quan đến tác phẩm nói chung; và*
- *Ảnh h- ưởng của việc sử dụng đối với thị tr- ờng tiềm năng của tác phẩm hoặc giá trị của tác phẩm.*

Sự phân biệt giữa "sử dụng hợp lý" và việc vi phạm có thể không rõ ràng và không dễ xác định đ- ợc. Không có số l- ợng từ, dòng hoặc chú thích cụ thể nào có thể đ- ợc sử dụng an toàn mà không phải xin phép. Việc xác nhận nguồn của tài liệu có bản quyền không thay thế cho việc phải xin phép.

"Báo cáo về Đăng ký Bản quyền theo Sửa đổi Chung của Luật Bản quyền Hoa Kỳ" năm 1961 đã đưa ra các ví dụ về các hoạt động mà các tòa án coi là việc sử dụng hợp lý: "sự trích dẫn một bài báo hoặc lời phê bình với mục đích minh họa hoặc bình luận; trích dẫn các đoạn ngắn của một tác phẩm khoa học hay kỹ thuật để minh họa hoặc làm sáng tỏ các nhận định của tác giả; sử dụng lại một số nội dung của tác phẩm; tóm tắt bài phát biểu hoặc bài báo, với sự trích dẫn ngắn gọn, đưa tin; tái bản một phần của tác phẩm để thay thế phần hư hại của tác phẩm; sao chép một phần của giáo viên hoặc sinh viên để minh họa cho bài giảng; sao chép một tác phẩm theo các thủ tục hay trong các báo cáo pháp lý hoặc pháp; tình cờ hoặc ngẫu nhiên tái bản đồ hình thức phim thời sự phát thanh về tác phẩm nằm trong bối cảnh một sự kiện đang được truyền hình".

Bản quyền bảo hộ cách thức cụ thể mà tác giả dùng để thể hiện bản thân; nó không bao gồm bất kỳ ý tưởng, hệ thống hoặc thông tin cụ thể nào được chuyển tải trong tác phẩm. Cách làm an toàn nhất là luôn xin phép chủ sở hữu bản quyền trước khi sử dụng tài liệu có bản quyền.

Khi không thể xin phép được, cần tránh sử dụng các tài liệu có bản quyền trừ trường hợp học thuyết "sử dụng hợp lý" được áp dụng một cách rõ ràng vào hoàn cảnh thực tế.

Các thông tin trên được tái bản từ trang chủ của Th viện Quốc hội Hoa Kỳ, địa chỉ <http://www.lcweb.loc.gov/copyright/fls>.

BẢN QUYỀN TRONG THỜI ĐẠI ĐIỆN TỬ

Các tiến bộ công nghệ ngày nay đã tạo cơ hội gần như là vô hạn cho việc truyền bá các tác phẩm có bản quyền trên toàn thế giới. Nhờ chính các công nghệ đó đã giúp cho bất kỳ ai cũng có thể ấn cấp các tác phẩm chỉ bằng một nút bấm trên bàn phím.

Để giải quyết tình trạng này, Tổ chức Sở hữu Trí tuệ Thế giới (WIPO) đã thông qua Hiệp định về Bản quyền (WCT) và Hiệp định về Biểu diễn và Thu thanh (WPPT) của WIPO vào tháng 12/1996, đánh dấu một sự sửa đổi rộng

lớn nhất về luật quốc tế trong 25 năm qua. Các hiệp định này, sau khi được ít nhất 30 thành viên thông qua, sẽ bảo hộ cho các nhà văn, nghệ sĩ và những người sáng tạo các thể loại nghệ thuật khác trên phạm vi toàn cầu nhằm tránh nạn ăn cắp bản quyền. (Xem phần về "Chính sách và các Hiệp ước Quốc tế").

Tiếp theo việc này, vào ngày 12/10/1998, Quốc hội Hoa Kỳ thông qua Luật Bản quyền Thiên niên kỷ Kỹ thuật số (DMCA), được Tổng thống Bill Clinton ký ban hành vào ngày 28/10. Luật này thực hiện hai hiệp định của WIPO; nó cũng hàm chứa các quy định điều chỉnh các vấn đề liên quan trong thời đại điện tử.

□ Phần I: Luật thực hiện các Hiệp định về Biểu diễn và Thu thanh và Hiệp định về Bản quyền của WIPO năm 1998 sửa đổi luật pháp Hoa Kỳ nhằm mở rộng việc bảo hộ cho các tác phẩm cần phải được bảo hộ theo các hiệp định của WIPO và phục hồi việc bảo hộ bản quyền trong các điều kiện tương tự cho các tác phẩm từ các nước thành viên WCT và WPPT. Đạo luật này còn quy định những điều cấm mới nhằm ngăn chặn việc làm hỏng các biện pháp công nghệ được đưa vào các phần mềm thương mại nhằm bảo hộ các tác phẩm có bản quyền và ngăn chặn việc can thiệp vào hệ thống thông tin quản lý bản quyền.

□ Phần II: Luật giới hạn trách nhiệm vi phạm bản quyền trên mạng trực tuyến quy định bốn giới hạn mới về trách nhiệm do vi phạm bản quyền của những người cung cấp dịch vụ trên mạng. Cụ thể, nó giới hạn trách nhiệm của những người cung cấp dịch vụ:

- Nếu người cung cấp dịch vụ chỉ hành động như một kênh cung cấp dữ liệu, truyền thông tin số hóa từ một điểm trên mạng đến một điểm khác theo yêu cầu của người khác;

- Trong một thời gian nhất định, đối với việc giữ bản sao của tài liệu đã được cung cấp sẵn trên mạng bởi một người không phải là người cung cấp dịch vụ và sau đó được truyền tới một khách hàng sử dụng dịch vụ trên mạng theo hướng dẫn của người ấy, người cung cấp dịch vụ giữ tài liệu lại để đáp ứng các yêu cầu sau đó thay vì lấy lại tài liệu đó từ nguồn ban đầu trên mạng;



Việc sử dụng rộng rãi và sẵn có của Internet đã mang lại cơ hội cho mọi người trên toàn thế giới được tìm hiểu, học hỏi và hưởng thụ trong khi lại đặt ra những câu hỏi nghiêm túc về việc ấn cấp các thông tin có bản quyền trên mạng.

- Đối với tài liệu ăn cắp trên các Website thuộc hệ thống của họ và đối với việc h- ớng dẫn hay kết nối ng- ời sử dụng với một địa chỉ có các tài liệu ăn cắp bằng việc sử dụng các siêu kết nối, danh bạ trực tuyến, công cụ tìm kiếm và các công cụ t- ơng tự, nếu ng- ời cung cấp không biết về hành vi vi phạm, không thu đ- ợc lợi ích tài chính từ hành vi đó và nếu đ- ợc thông báo mà có biện pháp huỷ bỏ hoặc ngăn chặn truy cập thông tin.

- Phần III: Luật Bảo đảm Cạnh tranh Bảo d- ỡng Máy tính, mở rộng việc miễn trừ hiện có trong Luật Bản quyền Hoa Kỳ nhằm cho phép chủ sở hữu hoặc ng- ời thuê một máy tính sao chép hoặc cho phép sao chép một ch- ơng trình máy tính trong khi sửa chữa hoặc bảo d- ỡng máy tính đó.

- Phần IV: Các quy định khác bao gồm các quy định nh- :

- Miễn trừ việc tạo ra "các bản ghi tạm thời" - những bản sao đ- ợc tạo ra để hỗ trợ việc truyền thông tin - nhằm cho phép các đài phát thanh

truyền tin từ các bản ghi âm mới thay vì sử dụng các đĩa CD gốc phải đ- ợc thay đổi "khi phát đi" trong một ch- ơng trình;

- Yêu cầu Cơ quan Đăng ký Bản quyền Hoa Kỳ khuyến nghị với Quốc hội về cách thức thúc đẩy giáo dục từ xa thông qua công nghệ số trong khi "duy trì một sự cân bằng thích hợp giữa các quyền của chủ sở hữu bản quyền và yêu cầu của ng- ời sử dụng".

- Cho phép các th- viện và kho l- u trữ thông tin công cộng lập ba bản sao, có thể d- ới dạng số, của một tác phẩm với điều kiện là các bản sao kỹ thuật số không đ- ợc phổ biến ra bên ngoài th- viện.

- Bắt buộc rằng các "Webcaster" - những ng- ời thực hiện việc chuyển d- ới dạng số các ch- ơng trình ghi âm qua Internet sử dụng công nghệ âm thanh dòng - thanh toán phí cấp phép cho các công ty thu thanh.

HỖ TRỢ TỰ DO KINH TẾ VÀ CHÍNH TRỊ

Bruce A. Lehman

Vào năm 1776, Tuyên ngôn Độc lập đánh dấu việc khai sinh ra Hợp chúng quốc Hoa Kỳ. Cùng năm đó, tác phẩm kinh tế học của Adam Smith về tầm quan trọng của thị trường tự do và cạnh tranh lành mạnh, *The Wealth of Nations*, đã được xuất bản. Các nguyên tắc của Tuyên ngôn Độc lập đã mang lại sự hiểu biết và làm phong phú thêm đời sống của người dân Hoa Kỳ và dân chúng trên toàn thế giới, những người luôn khát khao tự do dân sự và chính trị. Tác phẩm của Adam Smith đã khởi nguồn cho một cuộc tranh luận về kinh tế tự do và vai trò của nhà nước trong nền kinh tế quốc gia - một cuộc tranh luận gay gắt xảy ra trong thế kỷ 20 giữa một bên ủng hộ nền kinh tế thị trường tự do và một bên ủng hộ kinh tế kế hoạch của nhà nước. Ngày nay, ngoại trừ một số thị trường hợp hãn hữu trên thế giới, các nước đã lựa chọn cách đi là để cho các thể lực của thị trường quyết định hướng và tốc độ phát triển kinh tế của các quốc gia đó.

Tôi tin rằng sở hữu trí tuệ - bản quyền, thương hiệu, bằng phát minh sáng chế, bí mật thương mại và các quyền liên quan - sẽ là sự hỗ trợ quan trọng cho những sự tự do này. Barbara Ringer từng là chuyên gia về đăng ký bản quyền của Hoa Kỳ đã nhận xét rằng luật bản quyền của Anh và Hoa Kỳ "dựa trên một cơ chế khắt khe nhưng tự do của các doanh nghiệp phát triển ở Anh và Hoa Kỳ. Theo cơ chế này, các tác giả được tự do sáng tác và sống bằng sáng tác của mình nếu họ có được sự quan tâm của một phần đủ lớn trong công chúng để phổ biến các tác phẩm của mình dù chỉ mang lại lợi nhuận không nhiều".

Thương mại tự do, việc bảo hộ thương hiệu cũng có các đặc điểm này. Một thị trường tự do khó có thể tồn tại nếu không có luật thương hiệu rõ ràng và có hiệu quả. Nếu không có căn cứ để xác định dấu hiệu riêng về mặt thương mại - nhờ vậy người ta có thể thụ hưởng thành quả lao động của mình - việc tự do kinh doanh và cạnh tranh vì lợi nhuận mà thị trường tự do tạo ra sẽ không có động lực phát triển. Bảo hộ bằng phát minh sáng chế cho phép người phát minh độc quyền khai thác các phát minh của mình. Sự độc quyền này đã mang lại cho họ sự bảo vệ về kinh tế và, do vậy, sự tự do để tiếp tục theo đuổi những gì mà con người có thể nghĩ đến và mơ ước. Không có lý gì vào năm 1948 Tuyên ngôn Quốc tế về Nhân quyền đã nêu, trong

Điều 27(2), rằng mọi tác gia đều có quyền bảo vệ lợi ích của mình từ "thành quả khoa học, văn học hoặc nghệ thuật mà họ là tác giả".

NGUỒN GỐC LỊCH SỬ

Sở hữu trí tuệ không phải là một khái niệm mới và tinh. Việc nhà nước trao độc quyền về sáng chế cho các tác gia dưới một số hình thức đã có từ thế kỷ thứ 15 tại Venice và đã lan tỏa một cách nhanh chóng trong suốt thế kỷ 16 sang Đức, Pháp, Phần Lan và Anh. Người ta đã sớm thừa nhận rằng trong nền kinh tế thị trường tự do việc bảo hộ phát minh sáng chế đã tạo ra sự khích lệ cần thiết để phát minh, công bố phát minh, đầu tư thương mại vào các phát minh và để thúc đẩy mọi người tham gia đóng góp vào kho tàng kiến thức của nhân loại bằng việc cấp bằng bảo hộ cho các phát minh. Đạo luật của Nữ hoàng Anne, ban hành năm 1709 tại Anh, là bộ luật bản quyền thực sự đầu tiên và là sự ghi nhận đầu tiên về nguồn lợi ích bản quyền trong các tác phẩm có tác giả. Các luật bản quyền mang lại cho tác giả lợi ích là phần thưởng mang tính kinh tế, trong khi công chúng nhận được lợi ích từ các sáng tác về văn học, âm nhạc và các sáng tác khác mà có thể đã không được sáng tác hoặc phổ biến nếu thiếu luật bản quyền.

Thương hiệu đã xuất hiện ít nhất là từ 3.500 năm trước khi các thợ gốm dùng ký hiệu để phân biệt nguồn các bình gốm bằng đất nung. Luật học và các bộ luật về bảo hộ thương hiệu mới "chỉ" xuất hiện cách đây 350 năm, vào đầu thế kỷ 17 tại Anh. Thương hiệu dùng để phân biệt nguồn gốc hoặc xuất xứ của một sản phẩm hoặc dịch vụ và, cũng liên quan đến nó, là để phân biệt hàng hóa hoặc dịch vụ của một doanh nghiệp với các hàng hóa hoặc dịch vụ của doanh nghiệp khác. Thương hiệu còn có chức năng quan trọng bảo vệ người tiêu dùng trong việc kết nối một hàng hóa hoặc dịch vụ với nguồn gốc của nó. Do vậy, người tiêu dùng biết nên phản ánh với ai về hàng hóa hoặc dịch vụ kém chất lượng mà họ nhận được. Việc bảo vệ bí mật thương mại là một phần của tập quán kinh doanh trung thực - nếu thông tin không được phổ biến rộng rãi, có giá trị thương mại và chủ sở hữu đã có một số biện pháp hợp lý để bảo

vệ, thì thông tin đó cần đ- ợc bảo hộ. Bí mật th- ơng mại th- ờng đ- ợc xem là yếu tố thúc đẩy các thỏa thuận chuyển giao công nghệ. Không có bí mật th- ơng mại, các bên tham gia th- ờng thấy khó khăn hoặc không thể tiến hành tự do trao đổi các thông tin là đối t- ợng của thỏa thuận.

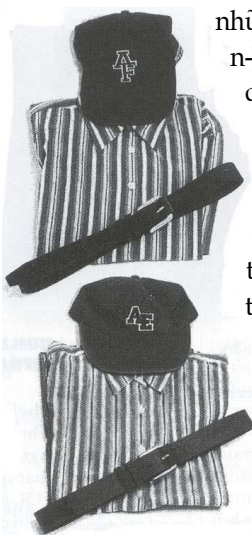
Các luật bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ không tĩnh mà thay đổi phù hợp với sự thay đổi của công nghệ và xã hội. Trong Quyển 2, ch- ơng III của tác phẩm *The Wealth of Nations*, Adam Smith đã nói rằng lao động của con ng- ời mà ngày nay chúng ta gọi là "các nghệ sĩ" thì "giống nh- công việc phục vụ, không tạo ra giá trị và không tự nó xác định hoặc tạo ra bất kỳ đối t- ợng ổn định nào, hoặc hàng hóa nào có thể bán, sẽ tiếp tục tồn tại sau khi lao động đó đã hoàn thành, để có thể xác định đ- ợc một l- ợng lao động t- ơng đ- ơng". Ông kết luận rằng, "giống nh- việc ngâm thơ của một nghệ sĩ, việc diễn thuyết của một nhà hùng biện, hoặc việc hòa âm của một nhạc sĩ, tất cả các công việc đó đều không còn tồn tại ngay khi chúng đ- ợc tạo ra". Vào năm 1776, tất nhiên khó xác định việc trình diễn bằng một đại l- ợng hữu hình. Ngày nay, các ngành công nghiệp trị giá hàng tỷ đô-la đã đ- ợc thiết lập xung quanh việc ghi lại sự trình diễn vào băng video, băng ghi âm và đĩa compact.

Những thay đổi trong công nghệ đã mang lại những thách thức lớn nhất cũng nh- các cơ hội tốt nhất cho hệ thống tài sản trí tuệ. Một lý do quan trọng là việc các quy tắc về lĩnh vực sở hữu trí tuệ đã phát triển nhanh chóng trong thế kỷ 20 - thế kỷ đã chứng kiến sự phát minh ra máy photocopy, đài thu thanh, máy thu hình, máy ghi hình, truyền hình cáp, vệ tinh, máy tính và Internet.

HIỆP ĐỊNH TRIPS

Sự kiện quan trọng nhất trong thời gian gần đây là sự phát triển của các tiêu chuẩn trong lĩnh vực bảo hộ sở hữu trí tuệ là việc ký Hiệp định về các Khía cạnh Liên quan đến Th- ơng mại của Quyền Sở hữu Trí tuệ (TRIPS). Hiệp định TRIPS này là một phần không thể tách rời của hiệp định thành lập Tổ chức Th- ơng mại Thế giới (WTO) đ- ợc ký tại Marrakech, Maroc vào ngày 15/4/1994 và có hiệu lực từ ngày 1/1/1995.

Hiệp định TRIPS đặt ra các tiêu chuẩn tối thiểu mà các thành viên WTO phải đáp ứng để trao các quyền về bảo hộ sở hữu trí tuệ và thực thi các quyền này. Có



Abercrombie & Fitch Stores Inc. (AF), một nhà bán lẻ quần áo th- ờng phục cho nam và nữ với các sản phẩm ở trên đã tiến hành vụ kiện vào tháng 6/1998 chống công ty bán lẻ quần áo American Eagle Outfitters Inc. (AE) với các sản phẩm ở d- ới vì "vi phạm kiểu quần áo theo luật phổ thông và cạnh tranh không trung thực". Abercrombie buộc tội American Eagle sao chép, tái tạo và bắt ch- ớc nhãn hiệu, quần áo và catalog của Abercrombie - những hành động mà theo họ có thể đánh lừa công chúng t- ờng rằng sản phẩm của American Eagle là sản phẩm liên kết với Abercrombie vào tháng 6/1999, vụ kiện vẫn ch- a đ- ợc xét xử xong.

những điều kiện tối thiểu riêng biệt mà tất cả các n- ớc phải áp dụng liên quan đến bản quyền và các quyền liên quan, th- ơng hiệu, dấu hiệu về địa lý, kiểu dáng công nghiệp, bằng phát minh sáng chế, thiết kế bố trí (đồ vẽ) mạch tích hợp và các bí mật th- ơng mại. Nó cũng đặt ra các tiêu chuẩn để kiểm soát các hành vi chống lại cạnh tranh trong hợp đồng bán giấy phép. Thông th- ờng, khía cạnh yếu nhất trong một thỏa thuận về sở hữu trí tuệ là việc thực thi. Trái với tập quán này, TRIPS quy định các nghĩa vụ chi tiết về quy trình cho việc thực thi và bao gồm các quy định về hợp tác và hỗ trợ kỹ thuật giữa các n- ớc tham gia ký kết.

Việc xây dựng các chuẩn mực trong lĩnh vực sở hữu trí tuệ không dừng lại ở việc ký kết Hiệp định TRIPS. Hiệp định Luật Th- ơng hiệu (TLT), đ- ợc ký vào năm 1994, đơn giản hóa và hòa hợp quy trình đăng ký th- ơng hiệu ở nhiều n- ớc thành viên. Vào ngày 20/12/1996, Hội nghị Ngoại giao của Tổ chức Sở hữu Trí tuệ Thế giới (WIPO) về một số vấn đề bản quyền và quyền kế cận đã thông qua hai hiệp định: Hiệp định Bản quyền WIPO và Hiệp định về Biểu diễn và Thu thanh WIPO. Thậm chí sau khi ký Hiệp định TRIPS, các tiến bộ công nghệ gây khó khăn cho việc bảo hộ một số hình thức sở hữu trí tuệ và sớm làm cho việc này trở nên không thể thực hiện đ- ợc. Những tiến bộ này bao gồm việc phát triển th- ơng mại của Internet và các hệ thống vệ tinh cho việc truyền và nhận d- ời dạng số hóa một khối l- ợng thông tin và các sản phẩm giải trí to lớn.

Hiệp định Bản quyền WIPO quy định việc bảo hộ bản quyền cho các ch- ơng trình máy tính, cơ sở dữ liệu và các quyền phân phối, cho thuê và truyền thông đại chúng. Hiệp định về Biểu diễn và Thu thanh WIPO bao gồm các quy định về quyền tối thiểu dành cho nghệ sĩ biểu diễn và nhà sản xuất ch- ơng trình thu thanh, bao gồm quyền sao chép, phân phối và cho thuê. Cả hai hiệp định còn bao gồm các quy định để đảm bảo an ninh cho các biện pháp công nghệ của việc bảo hộ và thông tin quản lý điện tử không thể thiếu đ- ợc đối với việc thực thi hiệu quả các quyền trong môi tr- ờng kỹ thuật số.

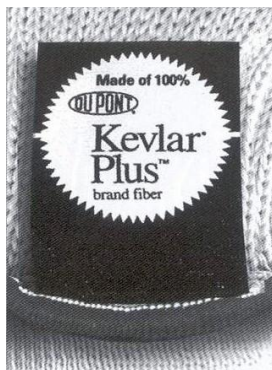
Thậm chí tr- ớc khi chữ ký trên các hiệp định này ráo mực đã bắt đầu có các cuộc thảo luận về việc làm thế nào để mở rộng và tăng c- ờng các biện pháp này.

Ngoài ra, các cuộc thảo luận cấp khu vực đang diễn ra về vấn đề bảo hộ sở hữu trí tuệ, kể cả trong bối cảnh của Khu vực Tự do Thương mại châu Mỹ (Khu vực Tự do châu Mỹ được phát động bởi 34 nhà lãnh đạo được bầu lên một cách dân chủ vào tháng 12/1994 thể hiện cam kết thương mại bình đẳng và mở cửa ở Bán cầu Tây vào năm 2005). Đây lại là một hệ quả rõ ràng của trình độ công nghệ các điều kiện kinh tế và chính trị đang thay đổi trên toàn thế giới.

MỞ RỘNG CƠ HỘI

Chính phủ Hoa Kỳ mong muốn tất cả các nước thực hiện đầy đủ các nghĩa vụ theo các hiệp định đã ký, bao gồm Hiệp định TRIPS, thông qua và thực hiện các hiệp định mới, bao gồm Hiệp định Luật Bản quyền và các Hiệp định về Biểu diễn và Thu thanh WIPO. Rõ ràng, chúng ta muốn điều này được thực hiện vì các nhà phát minh, tác giả và nghệ sĩ biểu diễn Hoa Kỳ sẽ có lợi ích trực tiếp. Nhưng chúng ta cũng cam kết thực hiện mục tiêu này vì nó hỗ trợ tự do kinh tế và chính trị mà dân tộc chúng ta rất trân trọng. Việc bảo hộ sở hữu trí tuệ trên toàn thế giới sẽ là "một làn sóng trào dâng nâng tất cả các con tàu lên cao". Thực vậy, một nghiên cứu của Ngân hàng Thế giới về tác động kinh tế của TRIPS kết luận rằng có nhiều bằng chứng "rằng việc thực hiện TRIPS sẽ có tác động thúc đẩy thực sự đối với thương mại".

Sự mở rộng cơ hội này sẽ mang lại lợi ích không chỉ cho các công ty lớn mà cả các tác giả và nhà phát minh độc lập và không chỉ cho các nước phát triển mà cả các nước đang phát triển lớn và nhỏ. Nhiều nước đang phát triển đã công nhận chân lý cơ bản này và đang thực hiện các biện pháp để tăng cường việc bảo hộ sở hữu trí tuệ. Ví dụ, trong những năm gần đây, chính phủ Malaysia đã nỗ lực gấp đôi nhằm nâng cao hiệu lực bảo hộ của pháp luật đối với sở hữu trí tuệ và việc thực thi pháp luật. Điều này được xem như là căn bản đối với việc xây dựng cái mà Malaysia gọi là "siêu hành lang đa phương tiện" - một nỗ lực nhằm khuyến khích việc phát triển các ngành công nghiệp dựa vào thông tin ở nước này. Chúng ta cũng thấy sở hữu trí tuệ tạo nền móng cho việc hình thành một ngành công nghiệp nghe nhìn hiệu quả ở nhiều nước nơi trước đây chúng đã từng không tồn tại, bao gồm cả Ghana. Chúng ta cũng thấy các nước như Venezuela và Trinidad và Tobago đưa ra các quyết định sáng suốt nhằm tạo ra sự bảo hộ mạnh mẽ và hiệu quả đối với sở hữu trí tuệ để thay



Kevlar là thương hiệu của DuPont Company đại diện cho một loại sợi chắc và nhẹ được tạo ra năm 1965 bởi các nhà khoa học của DuPont là Stephanie Kwolek và Herbert Blades và được thương mại hóa vào những năm 1970. Sợi Kevlar bao gồm các chuỗi phân tử dài được tạo ra từ poly-paraphenylene terephthalamide. Các công ty sản xuất lốp ô tô là những người đầu tiên sử dụng Kevlar hơn 25 năm trước đây. Ngày nay, loại sợi này vẫn thấy trong lốp ô tô cũng như trong các ống nước, dây điện, áo quần bảo hộ, dây thừng, mũ bảo hiểm, dây cáp, dù và thành phần của nhiều mặt hàng.

đổi định hướng nền kinh tế của họ từ việc dựa vào hàng hóa (ở đây là dầu mỏ) chuyển sang thu hút các ngành công nghiệp tạo ra giá trị gia tăng với công nghệ cao.

XÂY DỰNG MỘT CƠ SỞ HẠ TẦNG HIỆU QUẢ

Tôi tin rằng vấn đề lúc này đã chuyển từ câu hỏi nên làm gì và vào lúc nào - Hiệp định TRIPS và

các văn kiện sau nó đã giải quyết được vấn đề đó - sang câu hỏi làm thế nào. Chính phủ Hoa Kỳ hoàn toàn cam kết sẽ tìm ra câu trả lời cho vấn đề này. Thực vậy, chính phủ Hoa Kỳ, cùng với các chính phủ khác và các tổ chức liên chính phủ, cam kết giúp đỡ tất cả các nước đáp ứng - và làm tốt hơn - các nghĩa vụ quốc tế của họ về sở hữu trí tuệ.

Phạm vi công việc không phải là nhỏ. Chúng tôi tin rằng các nước phải làm những việc sau đây để xây dựng một cơ sở hạ tầng hiệu quả cho việc bảo hộ sở hữu trí tuệ:

- Nhanh chóng ban hành và thực thi đầy đủ các luật thống nhất với TRIPS, bao gồm luật chung hay từng luật riêng cho từng lĩnh vực của bảo hộ sở hữu trí tuệ và bất kỳ thẩm quyền cần thiết nào để thực thi các luật dân sự, hình sự hoặc hành chính, nếu thấy thích hợp.
- Thiết lập kênh tiếp cận các văn phòng bảo hộ sở hữu trí tuệ có nhân viên được đào tạo và có thiết bị phù hợp để thực hiện bảo hộ sở hữu công nghiệp (bảo hộ bằng phát minh sáng chế, thương hiệu và kiểu dáng công nghiệp), phổ biến thông tin về các quyền đã được trao và thông tin chung về sở hữu trí tuệ và hợp tác với các cơ quan thực thi luật.
- Thiết lập một đội ngũ thẩm phán xét xử được đào tạo tốt có khả năng tiến hành xử các vụ kiện hình sự và dân sự một cách nhanh chóng, công bằng và minh bạch; thẩm quyền đưa ra mức độ thích đáng về phạt tiền và phạt tù giam cũng như ý chí thực sự mong muốn thực hiện việc này; và ý chí mong muốn đưa ra các lệnh tạm thời và thương lượng với các chế tài phạt nghiêm khắc khi có vi phạm.
- Thành lập một lực lượng cảnh sát được đào tạo tốt hoạt động minh bạch, có ý chí và có thẩm quyền thực hiện điều tra và khởi kiện những kẻ

ấn cấp sở hữu trí tuệ (khi cần thiết, hợp tác với các cơ quan khác). Lực lượng cảnh sát này cũng cần có sức mạnh để tiến hành tấn công bất ngờ những kẻ vi phạm (những công cụ biện pháp bảo vệ phù hợp để ngăn chặn lạm dụng) và có ý chí để làm những việc và có thẩm quyền hợp pháp để tịch thu và tiêu huỷ (hoặc chuyển lại cho chủ sở hữu tài sản trí tuệ) các tang vật, máy móc để tạo ra tang vật và hồ sơ kinh doanh.

- Thành lập một lực lượng hải quan được đào tạo tốt hoạt động minh bạch với ý chí và thẩm quyền thực thi luật sở hữu trí tuệ tại biên giới.
- Khuyến khích sự phát triển các đoàn luật sư hoặc đại diện được đào tạo tốt trong khu vực tư nhân có khả năng làm việc với các cơ quan hành chính, cảnh sát, tư pháp và hải quan để có được và đảm bảo việc thực thi các quyền sở hữu trí tuệ đối với những người có quyền hợp pháp.
- Khuyến khích sự phát triển hoặc thành lập tổ chức của khu vực tư nhân như hội sự nghiệp, hiệp hội luật sư có chuyên môn sâu về các vấn đề sở hữu trí tuệ và các tổ chức đại diện cho các tác giả và nhà phát minh.

THỰC HIỆN NGHĨA VỤ CỦA CHÚNG TA

Các nước có ít hoặc không có kinh nghiệm về bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ sẽ thấy lo ngại cho triển vọng của việc đi vào thực hiện tất cả các yếu tố này. Tuy nhiên thông qua việc thực hiện đúng đắn và, trong mức độ thích hợp, hợp tác ở cấp khu vực và quốc tế, việc đáp ứng các nghĩa vụ này có thể không quá khó khăn những người ta đang. Ví dụ, Hiệp định TRIPS yêu cầu sự bảo hộ cụ thể cho thiết kế vi mạch. Tuy nhiên, không có yêu cầu về việc thiết lập cơ sở hạ tầng về hành chính để kiểm tra hoặc thậm chí đăng ký xin bảo hộ. Quy định về bảo hộ về công nghệ như thể trong luật quốc gia là đầy đủ.

Ngoài ra, không cần phải giải thích vì sao việc tìm hiểu và kiểm tra một đơn xin cấp bằng phát minh sáng chế phải được thực hiện ở mỗi nước nơi việc bảo hộ là cần thiết. Phần lớn các đơn xin cấp bằng phát minh sáng chế đã được nộp trước đó tại Văn phòng Cấp bằng Phát minh Sáng chế và Thương hiệu Hoa Kỳ, Văn phòng Cấp bằng Phát minh Sáng chế Nhật Bản. Tại mỗi văn phòng, đơn xin thương hiệu được tìm hiểu và kiểm tra. Công việc đó rất phức tạp và đòi hỏi phải có những người có trình độ cao - ví dụ, các nhà



Găng tay sử dụng 100% sợi Kevlar có thể chịu được sức nóng cực cao và chịu được lửa. Theo DuPont, hàng ngàn công nhân cũng sử dụng găng tay chống bị cắt rách của Kevlar để bảo vệ bàn tay khi làm việc với các vật sắc.

khoa học có chuyên môn trong lĩnh vực nghiên cứu và phát triển. Do đó, các nước có thể muốn thiết lập một hệ thống xem xét các kết quả của việc tìm hiểu và kiểm tra được thực hiện ở các nước khác.

Chúng ta đang làm việc trong thời đại khi mà vấn đề đào tạo và xây dựng cơ sở hạ tầng ở những nước đang cố gắng thực hiện các nghĩa vụ quốc tế của họ có thể được giải quyết dễ dàng hơn thông qua việc sử dụng đúng đắn các công nghệ hiện đại. Sự bùng nổ trong việc thương mại hóa Internet đã mang lại các tiêu chuẩn dữ liệu mở và những khả năng mới cho việc hỗ trợ truyền thông giữa các văn phòng cấp bằng phát minh sáng chế và người xin cấp bằng. Tác động tổng hợp của những nhân tố này là hiện nay chúng ta có thể tiến hành bảo hộ sở hữu trí tuệ có hiệu quả hơn. Hoa Kỳ đang hợp tác chặt chẽ với Tổ chức Sở hữu Trí tuệ Thế giới để mở rộng cơ hội về hỗ trợ kỹ thuật và đào tạo.

Chúng tôi cũng tin tưởng rằng hỗ trợ kỹ thuật cho các văn phòng sở hữu công nghiệp ở các nước đang phát triển là rất cần bản vì yêu cầu của các nước trên toàn thế giới rất rõ ràng - đào tạo và hỗ trợ kỹ thuật giúp họ thiết lập và duy trì một hệ thống sở hữu trí tuệ có hiệu lực. Tôi tin rằng đang sẵn có các nguồn lực song phương và đa phương, bao gồm của cả chính phủ Hoa Kỳ và WIPO, để giúp các nước thực hiện việc này. Làm được những việc sẽ đáp ứng được các nghĩa vụ quốc tế. Quan trọng hơn, mỗi quốc gia đều có một nghĩa vụ đối với công dân của mình là phải bảo vệ và duy trì tự do kinh tế và chính trị.

HỆ THỐNG BẰNG PHÁT MINH SÁNG CHẾ CỦA HOA KỲ

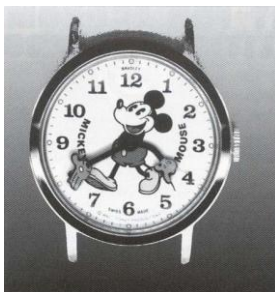
Hệ thống bằng phát minh sáng chế ở Hoa Kỳ có rất nhiều nét khác so với những gì đã được coi là chuẩn mực trên thế giới, nếu thực sự tồn tại một chuẩn mực nhất.

Hiện nay, với một vài ngoại lệ nhỏ được phạm và thiết bị y tế, một bằng phát minh sáng chế của Hoa Kỳ có thời gian hiệu lực kể từ ngày cấp và kết thúc sau 20 năm kể từ ngày nộp đơn xin cấp bằng, có nghĩa là thời hiệu của bằng chưa bắt đầu trong khi đơn xin còn đang đợi xét; nó chỉ bắt đầu khi bằng phát minh sáng chế được thực sự cấp. Có thể mất một vài năm trước khi được cấp bằng kể từ khi đơn xin được nộp lần đầu tiên.

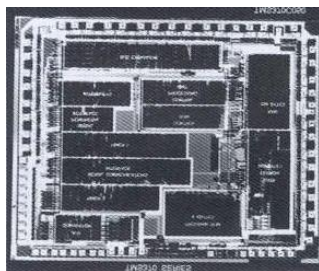
Hầu hết các hệ thống bằng phát minh sáng chế có quy định thời hiệu của bằng trong một thời gian nhất định kể từ ngày đơn xin được nộp. Ví dụ, Anh, Đức, Pháp, Nhật Bản, Canada và nhiều nước khác có quy định thời hiệu là 20 năm kể từ lúc bắt đầu nộp đơn xin cấp bằng phát minh sáng chế.

Hoa Kỳ có cách riêng đối với vấn đề phân bố các quyền bảo hộ. Tại Hoa Kỳ, quyền bảo hộ được giành cho người "đầu tiên phát minh" chứ không phải theo tập quán chung là "người đầu tiên nộp đơn". Kết quả là Hoa Kỳ có một "Cơ chế Can thiệp" được sử dụng để xác định ai là người đầu tiên đưa ra phát minh.

Các nguyên tắc cơ bản là tính mới, hữu ích và phát kiến được xem là các điều kiện tiên quyết để được cấp bằng phát minh sáng chế ở Hoa Kỳ. Tuy nhiên, về việc xác định hai đặc điểm mới và phát kiến, yếu tố cấu thành nên sự sử dụng trước hay hiểu biết chung của công chúng - hay "prior art" - khác rất nhiều so với các tiêu chuẩn được sử dụng phổ biến ở những nước khác. Mặc dù đối tượng được mô tả trong một ấn phẩm hoặc bằng phát minh sáng chế sẽ tạo nên sự hiểu biết chung của công chúng cho dù nó có được xuất bản hay cấp bằng bảo hộ ở Hoa Kỳ hay không, nhưng điều này hoàn toàn không đúng đối với đối tượng được sử dụng hoặc biết đến một cách rộng rãi. Trong trường hợp này, chỉ có việc sử dụng hoặc biết đến bên trong Hoa Kỳ hay các vùng lãnh thổ của Hoa Kỳ mới



Khuôn mặt quen thuộc của Mickey Mouse làm nổi bật chiếc đồng hồ đeo tay - một trong hàng trăm sản phẩm mà việc sử dụng các nhân vật phim hoạt hình để quảng cáo đã được The Walt Disney Company cho phép. Theo lệnh tòa án, Mickey Mouse là thương hiệu của The Walt Disney Company, công ty luôn sở hữu quyền tác giả đối với hình ảnh Mickey Mouse.



Mạch máy tính TMS370C050 của Texas Instruments Company là đối tượng của một vụ kiện vi phạm quyền sở hữu trí tuệ về vi mạch do Texas Instruments Company tiến hành chống một công ty sản xuất máy tính của Pháp. Sau những lời buộc tội và biện hộ liên quan đến vụ án tình báo công nghiệp trong những năm 1970 và 1980, hai công ty đạt được thỏa thuận giải quyết bên ngoài tòa vào tháng 1/1995.

tạo nên sự biết trước của công chúng. Nhiều nước xác định khả năng áp dụng "prior art" mà không đặt ra giới hạn địa lý.

Hoa Kỳ áp dụng chế độ ân hạn 1 năm kể từ thời điểm một phát minh được công bố trước công chúng cho đến thời điểm đơn xin cấp bằng phát minh sáng chế phải được nộp. Nói cách khác, chừng nào một đơn xin cấp bằng phát minh sáng chế được nộp không chậm quá 1 năm kể từ ngày đối tượng được công bố rộng rãi, người xin cấp bằng có thể có được bằng phát minh sáng chế. Tại những nước khác, đơn xin cấp bằng phát minh sáng chế phải được nộp trước khi công bố. Do đó, ở những nước khác, sự tự do sử dụng và in ấn phát minh của nhà phát minh bị hạn chế rất nhiều. Một số nước quy định một mức độ tự do vừa phải - ví dụ, ân hạn 6 tháng cho việc sử dụng hoặc công bố rộng rãi, nhưng chỉ khi việc sử dụng mang tính thử nghiệm và việc công bố được thực hiện tại một cuộc triển lãm.

Hoa Kỳ yêu cầu rằng cách thức sử dụng tốt nhất phát minh phải được cho biết trong đơn xin cấp bằng phát minh sáng chế. Hầu hết các nước không bắt buộc nhất và vì vậy một nhà phát minh có thể giấu cách tốt nhất để sử dụng hay tạo ra sản phẩm hay quy trình được cấp bằng. Tuy nhiên, việc làm này trái với mục đích căn bản của một hệ thống bằng phát minh sáng chế vì nó ngăn cản việc công bố các cải tiến công nghệ.

Tại Hoa Kỳ, đơn xin cấp bằng phát minh sáng chế không được xuất bản hoặc ghi số hiệu cho đến khi đã được cấp. Do vậy, bên thứ ba có thể không phản đối việc cấp bằng hoặc không biết đã có việc nộp đơn xin cấp bằng phát minh sáng chế. Các nước khác cho xuất bản các đơn xin cấp bằng phát minh sáng chế và có thủ tục cho bên thứ ba để phản đối việc cấp bằng. Ví dụ, Văn phòng Bằng Phát minh Sáng chế của châu Âu có quy định một thủ tục như vậy.

Cuối cùng, Hoa Kỳ yêu cầu một khoản phí duy trì phải được thanh toán sau 3 năm rồi, 7 năm rồi và 11 năm rồi sau khi cấp bằng lần đầu tiên trong khi các nước khác yêu cầu phải thanh toán phí duy trì hàng năm.

QUY TRÌNH ĐẶC BIỆT 301 CỦA HOA KỲ

Quy trình "Đặc biệt 301" là một phần của luật thương mại Hoa Kỳ yêu cầu Đại diện Thương mại của Hoa Kỳ (USTR) xác định các nước từ chối không thực hiện bảo hộ đầy đủ quyền sở hữu trí tuệ (IPR) hoặc không cho phép công dân Hoa Kỳ dựa vào IPR để tiếp cận thị trường một cách bình đẳng và công bằng. Một khi "xác định được nước nào đó", nước đó sẽ phải chịu trừng phạt thương mại song phương nếu không có thay đổi để giải quyết vấn đề Hoa Kỳ quan tâm.

Theo quy trình Đặc biệt 301, các nước áp dụng các đạo luật, chính sách hoặc hành vi quá đáng nhất hoặc có các đạo luật, chính sách hay hành vi gây tác động bất lợi nhất (trên thực tế hoặc trong tương lai) đối với các sản phẩm của Hoa Kỳ và không tham gia đàm phán thiện chí để giải quyết các vấn đề này, phải bị xem là "các nước trong diện - u tiên".

Đại diện Thương mại Hoa Kỳ phải quyết định xem những nước nào sẽ nằm trong danh sách báo cáo Đặc biệt 301 hàng năm, được phát hành 30 ngày sau khi công bố Báo cáo Đánh giá Thương mại Quốc gia hàng năm, thường vào khoảng 31/3. Nếu một đối tác thương mại được xác định là nước trong diện - u tiên, Đại diện Thương mại Hoa Kỳ phải quyết định trong vòng 30 ngày sau đó việc có nên tiến hành điều tra về các đạo luật, chính sách và hành vi là cơ sở của việc xác định nói trên.

Trong vòng 6 tháng kể từ ngày bắt đầu cuộc điều tra, Đại diện Thương mại Hoa Kỳ phải xác định - sau khi điều tra và tham vấn - liệu tình trạng gây ra hành vi vi phạm vẫn còn tồn tại hay không. Nếu khẳng định được việc đó thì Đại diện Thương mại Hoa Kỳ phải quyết định biện pháp hành động. Các biện pháp hành động bao gồm trừng phạt thương mại song phương theo mục 301 của Luật Thương mại năm 1974.

Thời hạn để đưa ra quyết định có thể được kéo dài tới 9 tháng kể từ ngày bắt đầu điều tra nếu Đại diện Thương mại Hoa Kỳ quyết định rằng có phát sinh các vấn đề phức tạp hoặc nếu có những tiến bộ quan trọng.



Một người mua hàng ở Thương mại đang chọn lựa một đĩa nhạc ăn cắp. Hiệp hội Thu thanh của Hoa Kỳ ước tính rằng ngành công nghiệp âm nhạc thiệt hại hàng năm khoảng 500 triệu đô-la do việc sao chép bất hợp pháp các đĩa nhạc gốc, thu thanh bất hợp pháp các chương trình truyền thanh và tải bất hợp pháp từ mạng Internet các chương trình ghi âm.

Đại diện Thương mại Hoa Kỳ lưu giữ danh sách các nhóm quốc gia riêng biệt mà Hoa Kỳ có quan tâm liên quan đến bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, những nước này hoặc không còn được coi là thuộc diện - u tiên hoặc chưa được coi như vậy. Các nước có hành động chưa gây tác động nghiêm trọng thì được nằm trong danh sách "u tiên theo dõi". Những nước này là tâm điểm của các cuộc thảo luận song phương ngày càng tăng lên liên quan đến các lĩnh vực có vấn đề.

Đại diện Thương mại Hoa Kỳ sử dụng một "danh sách theo dõi" riêng đối với những nước mà Hoa Kỳ quan tâm liên quan đến tiến độ thực hiện bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ và dành mức độ tiếp cận thị trường tương ứng cho sản phẩm của Hoa Kỳ. Một danh mục "các quan sát khác" được áp dụng đối với những nước có hành động gây quan tâm đến mức Đại diện Thương mại Hoa Kỳ thấy cần phải nhắc đến trong báo cáo tổng kết hàng năm.

Trong báo cáo Đặc biệt 301 hàng năm của Đại diện Thương mại Hoa Kỳ, các nước có thể bị chuyển sang danh sách - u tiên hoặc chuyển sang một danh sách khác hoặc hoàn toàn không nằm trong danh sách nào. Việc xem xét không định kỳ có thể được thực hiện và thường được thực hiện vào bất kỳ thời điểm nào trong năm. Các hoạt động xem xét này giống như việc tổng kết hàng năm: xác định các nước trong diện - u tiên và bổ sung hay loại bỏ khỏi danh sách theo dõi các nước khác.

Chính phủ Hoa Kỳ đang ngày càng sử dụng cơ chế giải quyết tranh chấp của Tổ chức Thương mại Thế giới cho các tranh chấp về IPR với các nước là thành viên WTO.

QUAN ĐIỂM CỦA CÁC NƯỚC ĐANG PHÁT TRIỂN

Mould-Iddrisu

Việc quản lý và thực thi quyền sở hữu trí tuệ ở các nước đang phát triển phải được xem xét ở góc độ khác so với việc quản lý và thực hiện quyền sở hữu trí tuệ ở các nước phát triển.

Ở châu Âu và Hoa Kỳ, hệ thống về quyền sở hữu trí tuệ hình thành rất sớm từ đầu thế kỷ 16. Luật của Nữ hoàng Anne của Anh, luật về bản quyền sớm nhất, được thông qua vào năm 1709 không những đã bảo vệ các nhà in địa phương sau sự ra đời của kỹ thuật in ấn Gutenberg mà còn bảo vệ các ấn phẩm nước ngoài (chủ yếu là sách) được nhập từ châu Âu vào Anh tại thời điểm đó.

Ông Dennis de Freitas, người đứng đầu Hội đồng Bản quyền Anh nước này, đã phát biểu rằng "cơ chế bản quyền hiện đã tồn tại một cách thực sự ở tất cả các quốc gia văn minh như là một phần quan trọng của hạ tầng cơ sở của một xã hội hiện đại". Điều này có thể đúng vì tính trung tâm của hệ thống bản quyền trong việc tuyên truyền và phổ biến thông tin tới quần chúng qua các báo chí, phát thanh, truyền hình phim ảnh, truyền thông và giáo dục.

Vào năm 1996, Liên minh Sở hữu Trí tuệ Thế giới đã dự đoán rằng các ngành công nghiệp bản quyền là một trong những khu vực kinh tế phát triển nhanh nhất và lớn nhất ở Hoa Kỳ, ước tính khoảng 3,7% tổng giá trị sản phẩm quốc nội của quốc gia hay 278.400 triệu đô-la. Các ngành công nghiệp bản quyền chủ chốt sản xuất và phân phối máy tính và phần mềm máy tính, phim ảnh, chương trình truyền hình, máy video gia đình, đĩa nhạc và âm thanh, sách giáo khoa, sách dạy nghề, sách tham khảo, sách chuyên môn và báo chí.

Ở Anh, theo thống kê được công bố trong báo cáo năm 1995 về công nghiệp thu thanh của ngành công nghiệp thu thanh Anh quốc thì năm 1994, giá trị bán lẻ của ngành kinh doanh âm nhạc ở Anh là 1.400 triệu bảng Anh, trong đó xuất khẩu và các khoản thu nhập vô hình lên tới 800 triệu bảng. Ngoài việc tạo ra công ăn việc làm trực tiếp trong các công ty thu thanh,

ngành công nghiệp âm nhạc của Anh còn tạo việc làm cho trên 50.000 người làm việc bán lẻ và xuất bản âm nhạc.

Các nghiên cứu được tiến hành ở các nước phát triển do Hội đồng châu Âu và các tổ chức khác đã cho thấy rằng ở Áo, Úc, Đức và Thụy Điển, 3 đến 5% tổng sản phẩm quốc nội là do các ngành công nghiệp bản quyền đem lại. Tổng giá trị thị trường nghe nhìn trên thế giới năm 1994 cũng được ước tính vào khoảng 290.000 triệu đô-la.

Có thể nói gì về tình hình ở châu Phi? Một bản điều tra ở các nước Ai Cập, Ghana, Malawi, Mauritius và Nigeria cho thấy rằng, từ trước những năm 1970 và 1980, phần lớn các luật liên quan đến bản quyền chỉ là bản sao các luật đang hiện hành của các mẫu quốc nước này. Các luật này được thiết lập chỉ để bảo vệ quyền lợi của các nước thực dân và công việc kinh doanh cùng các công ty của họ, không tính đến điều kiện khác nhau giữa các nước thuộc địa và các nước phát triển.

Ngay sau khi châu Phi thoát khỏi tình trạng thuộc địa, chính phủ các nước châu Phi vẫn không chú trọng tới sự cần thiết phải bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ. Rất nhiều ngành công nghiệp còn ở trong tình trạng trứng nước và nền sản xuất trong nước gần như không tồn tại. Thịnh hành ở châu Phi là truyền thống văn hóa rục rờ mà xoay quanh nó là các ngành công nghiệp văn hóa đi vào khai thác các lĩnh vực như âm nhạc, dệt may, trang sức và các ngành thủ công tự.

Một điều tra nhanh về cơ chế sở hữu trí tuệ ở Ghana tới năm 1970 cho thấy rằng Hồ sơ Đăng ký Thương hiệu Ghana đã lưu giữ vào khoảng 17.000 thương hiệu, trong số đó đến 90% là thuộc sở hữu của các công ty và doanh nhân nước ngoài. Vào năm 1996, đã có 27.625 nhãn hiệu được đăng ký, trong đó Ghana đã sở hữu từ 15 đến 20%.

Theo Nghị định Đăng ký Thiết kế Hàng Dệt may năm 1966, mẫu mã hàng dệt được đăng ký, đặc biệt không bao gồm việc đăng ký cho các mẫu nổi tiếng của

Ghana nhận hiệu "Kente" và "Adinkra". Thật thú vị khi biết rằng từ năm 1966 đến năm 1997 đã có 23.000 mẫu thiết kế đã được đăng ký theo luật này; khoảng 66% (hơn 15.000 mẫu) là của các nhà thiết kế nước ngoài và 7.592 mẫu là của các nhà thiết kế trong nước.

Nói về bằng phát minh sáng chế, Cap 179, là Pháp lệnh về Đăng ký Bằng Phát minh Sáng chế của thuộc địa, đơn thuần mở rộng phạm vi giá trị hiệu lực của tất cả các bằng phát minh sáng chế đã đăng ký ở Vương quốc Anh sang vùng thuộc địa Bờ biển Vàng vào thời điểm đó. Tất cả các bằng phát minh sáng chế đăng ký đều là của cá nhân hoặc công ty nước ngoài. Do khó khăn trong việc thiết lập một hệ thống bằng phát minh sáng chế, pháp lệnh này còn có hiệu lực ở Ghana đến ngày 1 tháng 7 năm 1994 khi có luật mới về bằng phát minh sáng chế.

Tuy vậy, phải chú ý rằng hầu hết các luật về sở hữu trí tuệ được ban hành sau những năm 1970 đều đi theo một khuôn mẫu khác vì các luật này phải thích ứng với môi trường mới ở trong nước và với các yêu cầu thương mại toàn cầu khác nhau của các nước đang nổi lên đấu tranh để đòi bình đẳng trong thương mại và đầu tư quốc tế.

Một số các lợi thế mà các nước đang phát triển nhận thấy nhận là kết quả trực tiếp của việc tăng cường thực thi các luật sở hữu trí tuệ là:

- Kích thích tính sáng tạo và phát minh trong xã hội do vậy đóng góp cho việc phát triển đất nước.
- Hỗ trợ và bảo vệ về cơ sở hạ tầng cần thiết cho tăng trưởng sản xuất, chế tạo và phân phối trong các ngành văn hoá, giáo dục và giải trí.
- Tạo ra môi trường có lợi thu hút đầu tư của tư nhân trong và ngoài nước vào các ngành công nghiệp bản quyền.
- Bảo vệ được các loại hình văn hóa dân gian và biểu diễn trực tiếp qua việc tăng cường sự bảo hộ của pháp luật đối với các quyền của nghệ sĩ biểu diễn do các công nghệ mới ra đời.

Ở lục địa châu Phi, hệ thống sở hữu bản quyền còn phải đấu đầu với các cá nhân có nhận thức lệch lạc trong xã hội, những nghi ngờ tin và phổ biến lý thuyết là các nước đang phát triển có quyền tự do sao chép các tác phẩm từ các nước khác, đặc biệt là từ các nước phát triển hơn. Những nghi ngờ này lấy các nước châu Á



Vải Kente dệt sắc sỡ có từ thế kỷ 12 tại châu Phi, ở Ghana. Từ năm 1966 tới năm 1997, có trên 23.000 mẫu mã đã được đăng ký theo Hiệp định Đăng ký Thiết kế Hàng May mặc của Ghana năm 1966; khoảng 66% thuộc sở hữu của các nhà thiết kế nước ngoài, còn lại thuộc các nhà may trong nước. Tại một thời điểm nào đó, hiệp định đã cản trở việc đăng ký của các nhà thiết kế Ghana.

và các nước khác làm ví dụ rằng, do việc bảo hộ luật sở hữu trí tuệ bị hạn chế trong thời gian trước đây, các nước này đã cố gắng phát triển các ngành công nghiệp trong nước và văn hóa của nước họ. Ví dụ, một sự kiện nổi tiếng ở châu Á là việc ngành công nghiệp điện ảnh của Malaysia đã phải chịu tổn thất nghiêm trọng từ các nhà làm phim nước ngoài, vì đến tận bây giờ Malaysia vẫn chưa có các quyền bản quyền tác giả hay tiền bản quyền thuê cho phim ảnh. Ngành công nghiệp điện ảnh của Malaysia và các diễn viên của nước này đã phải gây sức ép rất lớn, yêu cầu chính phủ phải thực hiện có hiệu quả luật bản quyền. Hiện nay Malaysia đang có một chương trình thực hiện sở hữu trí tuệ mạnh mẽ không kém bất kỳ nước nào trên thế giới.

Tuy nhiên, rất nhiều nước trong số này hiện đã nhìn thấy tác hại của việc không thực thi quyền sở hữu trí tuệ đối với nền kinh tế, các ngành công nghiệp trong nước và văn hóa của nước họ. Ví dụ, một sự kiện nổi tiếng ở châu Á là việc ngành công nghiệp điện ảnh của Malaysia đã phải chịu tổn thất nghiêm trọng từ các nhà làm phim nước ngoài, vì đến tận bây giờ Malaysia vẫn chưa có các quyền bản quyền tác giả hay tiền bản quyền thuê cho phim ảnh. Ngành công nghiệp điện ảnh của Malaysia và các diễn viên của nước này đã phải gây sức ép rất lớn, yêu cầu chính phủ phải thực hiện có hiệu quả luật bản quyền. Hiện nay Malaysia đang có một chương trình thực hiện sở hữu trí tuệ mạnh mẽ không kém bất kỳ nước nào trên thế giới.

Trước đây, ở châu Phi, đặc biệt là ở những nước theo truyền thống luật Anglo-Saxon, đã gặp phải vấn đề rắc rối về nhận thức đối với các quyền sở hữu trí tuệ, mà chủ yếu được thực hiện thông qua kiện tụng dân sự. Chỉ đến gần đây chính quyền các nước châu Phi mới công nhận việc thực hiện quyền sở hữu trí tuệ nhận là một phần trách nhiệm của mình và coi những nghi ngờ nào vi phạm các quyền này nhận là đang có hành vi xâm hại đến lợi ích quốc gia.

KINH NGHIỆM CỦA GHANA

Thách thức hiện nay đối với các chính phủ các nước châu Phi là cam kết thực thi các luật sở hữu bản quyền hữu hiệu thông qua tăng cường việc quản lý các hệ thống bản quyền của nước mình. Kinh nghiệm của bản thân tôi về quản lý sở hữu trí tuệ ở châu Phi đã cho thấy điều kiện tiên quyết đối với sự phát triển một hệ thống bản quyền mạnh và hiệu quả đòi hỏi phải đạt được tiêu chuẩn tối thiểu sau:

- Thông qua luật bản quyền bền vững.
- Tham gia vào các công - ước quốc tế.
- Thiết lập một cơ chế hành chính hữu hiệu có thể thu tiền cho thuê bản quyền và sau đó phân bổ theo định kỳ cho các tác giả xứng đáng.

- ❑ Tham gia vào hệ thống các hiệp định đại diện t- ơng hỗ lẫn nhau giữa các hiệp hội anh em trên thế giới.
- ❑ Thiết lập một cơ chế giám sát và thực thi có hiệu quả để chống lại sự vi phạm bản quyền.

Tôi muốn minh chứng cho các quan điểm trên qua ví dụ của Ghana ở Tây Phi. Ghana đã thông qua luật bản quyền mạnh, hiện đại và gây chấn động, PNDCL 110, vào năm 1985 để thay thế Luật Bản quyền năm 1961 đã lỗi thời - một trong nhiều luật sau thời kỳ thuộc địa đã chi phối ngành công nghiệp bản quyền. Các tiêu chuẩn nêu trên tạo khuôn khổ trong đó bản quyền nên đ- ợc quản lý cũng đ- ợc áp dụng ở Ghana.

Hội đồng chung của việc quản lý quyền tác giả, đ- ợc gọi là Hội Bản quyền của Ghana (COSGA) đã đ- ợc thành lập vào năm 1986. Ghana tham gia vào Công- ớc Berne năm 1991 và COSGA bắt đầu một ch- ơng trình bao gồm các hiệp định đại diện t- ơng hỗ với các hội đại diện t- ơng ứng trên thế giới.

COSGA đã đạt đ- ợc một số thành công trong hoạt động của mình; nó đã thu thập và phân chia tiền bản quyền tác giả cả ở trong và ngoài n- ớc từ khi nó bắt đầu hoạt động. Liên đoàn Quốc tế các Hiệp hội về Tác giả và Nhà soạn nhạc (CISAC) đã đánh giá COSGA là một trong các hội bảo vệ tác giả hàng đầu ở các n- ớc châu Phi nói tiếng Anh vì những cố gắng rất đáng kể của cơ quan quản lý chung về quyền tác giả ở Ghana. Ở phần lớn các n- ớc nói tiếng Anh khác, những cố gắng của cơ quan quản lý chung về quyền tác giả chỉ đạt đ- ợc những thành công hạn chế.

Mặc dù Ghana đã ban hành luật bản quyền hiện đại vào năm 1985, nh- ng tr- ớc năm 1992 các ngành công nghiệp âm nhạc, văn hóa và phim ảnh đã bị xuống dốc nghiêm trọng và quyền của các diễn viên, nhạc sỹ và các tác giả đã bị xâm phạm nghiêm trọng tới mức độ báo động. Tôi chỉ muốn nhấn mạnh rằng việc thông qua các văn bản luật không có ý nghĩa bảo đảm rằng luật đó sẽ đ- ợc thực hiện và nếu không đ- ợc thực hiện thì việc thông qua các văn bản luật không có tác dụng. Đây là điều hoàn toàn chính xác đối với luật của châu Phi.

Việc quản lý thành công bản quyền ở các n- ớc đang phát triển gắn liền với các vấn đề về vi phạm bản quyền, mà tình hình này ở Ghana đã đạt mức báo động tới 90% trong những năm quá độ. Tất nhiên, toàn bộ việc quản lý bản quyền trở nên khó giải quyết vì cuối cùng số tiền bản quyền thanh toán cho tác giả,

ng- ời minh họa, ng- ời sáng tác, ng- ời sắp đặt hoặc diễn viên hoặc bất kỳ ng- ời sáng tạo nào khác đồng góp vào việc tạo ra tác phẩm gốc sẽ không đáng kể.

Việc vi phạm bản quyền ở châu Phi và ở Ghana nói riêng, trong những năm qua đã góp phần vào:

- ❑ Sự di c- của rất nhiều nhân tài sang châu Âu, sang Hoa Kỳ và sang các n- ớc phát triển khác. Sự chảy máu chất xám này đã c- ớp đi của châu Phi sự thịnh v- ơng do tính sáng tạo của quốc gia mang lại.
- ❑ Sự kém phát triển của tất cả các ngành công nghiệp liên quan đến bản quyền và các hoạt động phụ trợ của các ngành công nghiệp đó có liên quan đến lĩnh vực kinh doanh của các hoạt động sáng tạo hợp pháp.
- ❑ Mất mát đáng kể về doanh thu cho quốc gia thông qua các hình thức thuế trực tiếp và gián tiếp.
- ❑ Sự kém phát triển của các hoạt động sáng tạo văn hóa của cộng đồng bản địa mà đối với các n- ớc đang phát triển, các hoạt động đó mang đặc tính dân tộc và cội nguồn văn hóa của các n- ớc đang phát triển có mối quan hệ mật thiết với sự phát triển kinh tế của quốc gia, có thể có những hệ quả sâu rộng.

CHẤM DỨT TÌNH TRẠNG VI PHẠM

Ngành công nghiệp âm nhạc và các ngành ăn theo của nó đã tạo thành một bộ phận cốt lõi của các ngành công nghiệp văn hóa vì nó là một trong những ph- ơng tiện mà thông qua đó âm nhạc dân gian đ- ợc trình bày. Ở Ghana, các nhạc công có một kho tàng về âm nhạc Ghana bản xứ mà họ có thể tập trung nguồn cảm hứng; họ có thể làm thay đổi hoặc cải biên lại cách biểu diễn âm nhạc truyền thống theo h- ớng nhạc hiện đại.

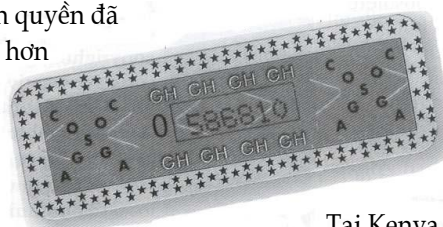
Ở Ghana trong những thập niên 1970 - 1980, với sự xuất hiện của máy ghi băng nhạc và máy ghi hình, việc sản xuất nhạc truyền thống trở nên phát triển và có thể nghe nhạc ở bất kỳ nơi nào trong cả n- ớc. Và tất nhiên là các nhạc sỹ, nghệ sỹ, các nhà sản xuất và các bên khác có liên quan đến việc sản xuất nhạc hợp pháp - đã trở nên nghèo hơn bao giờ hết do ảnh h- ớng của kỹ thuật thu ghi mới và sự khuyến khích sử dụng các kỹ thuật này để vi phạm bản quyền.

Chính phủ Ghana và Cơ quan Quản lý Bản quyền đã tự thấy mình không thể làm gì hơn để ngăn chặn việc chống lại sự vi phạm bản quyền đang bùng nổ. Do có sự tăng chi phí trong việc sản xuất âm nhạc và một số lượng nhỏ các tác phẩm "thực sự" được bán, các nghệ sĩ, nhà soạn nhạc và những nhà sản xuất âm nhạc đã mất đi mong muốn tạo ra các sản phẩm mới. Do đó, Ghana đã mất đi sự tôn trọng của cộng đồng quốc tế và mang tiếng xấu là nơi chứa chấp những kẻ ăn cắp và các tác phẩm ăn cắp. Đồng thời, âm nhạc Ghana phải chịu thua thiệt vì nhạc ngoại ăn cắp được nhập khẩu vào Ghana có thể chiếm lĩnh thị trường.

Điều trở nên rõ ràng đối với cơ quan hữu quan của Ghana là dù thế nào đi nữa, việc sao chép sẽ không khuyến khích vấn đề tác giả trong nước, văn hóa quốc gia hoặc tính sáng tạo của quốc gia. Điều này đúng đối với tất cả các cấp độ khác nhau trong hệ thống luật pháp về sở hữu trí tuệ, cho dù nó là bản quyền, bằng phát minh sáng chế, kiểu dáng công nghiệp hay thương hiệu. Nếu ở châu Phi, chúng ta theo đuổi một cơn bão ăn cắp mù quáng tất cả những gì đến từ các nước phát triển, chúng ta sẽ mãi mãi bị mắc trong vòng lạc hậu về văn hóa do chính hành động của mình, mà điều này chắc chắn sẽ dẫn đến tiến bộ chậm chạp về kinh tế và văn hóa.

Thông qua Văn phòng Bản quyền, chính phủ Ghana bắt buộc phải có chương trình hành động để chống lại nạn ăn cắp bản quyền. Văn phòng Bản quyền phối hợp chặt chẽ với các cơ quan khác trong ngành âm nhạc và được sự hợp tác về kỹ thuật của Liên đoàn Quốc tế ngành Công nghiệp Ghi âm (IFPI) ở London và nhóm công nghiệp âm thanh ở Ghana, Hiệp hội các nhà Công nghiệp Ghi âm của Ghana -ARIGH- đã hình thành nên hệ thống "banderole". Hệ thống này học tập mô hình thương mại của Bồ Đào Nha vì sau khi Bồ Đào Nha áp dụng hệ thống này thì mức độ ăn cắp được giảm thiểu.

Việc gắn một tem chứng thực được gọi là "banderole" lên tất cả các tác phẩm âm nhạc trở thành bắt buộc ở Ghana bắt đầu từ 1/6/1992. Chiếc tem này là phương tiện đảm bảo có đánh số thứ tự; các chữ số chỉ được dùng cho người sản xuất thực sự các sản phẩm âm nhạc và việc nhập khẩu tất cả các tác phẩm âm nhạc thu âm phải được xác thực bởi Văn phòng Bản quyền, phối hợp với Cơ quan Thuế Hải quan Ngăn



Tem chứng nhận có đánh số thứ tự được đưa vào sử dụng ở Ghana tháng 6 năm 1992 để chống lại nạn sao lậu đĩa nhạc. Từng hàng số trên tem được phân bổ cho các nhà sản xuất nhạc chính thức, việc nhập khẩu các tác phẩm âm nhạc ghi âm trước đó phải được xác nhận bởi Văn phòng Bản quyền của Ghana với sự hợp tác của Cục thuế Hải quan và phòng chống in sao lậu.

chặn Ăn cắp (CEPS). Ngành công nghiệp ghi âm của Ghana thỏa thuận với Cơ quan Thuế trong nước sử dụng hệ thống tem dán như một nguồn thuế thu nhập trực tiếp được trả trước.

Tại Kenya, ngay từ khi hệ thống tem được chuẩn bị áp dụng, người ta đề nghị tem nên được sử dụng như thuế giá trị gia tăng (VAT). Nigeria không đưa yếu tố thuế vào trong hệ thống này. Đáng tiếc là hệ thống này không bao giờ được sử dụng ở Kenya, nơi hiện nay có nạn ăn cắp bản quyền không thể chấp nhận được. Và ở Nigeria, hệ thống này hoàn toàn sụp đổ sau chẵn một năm do các vấn đề trong nước. Tuy nhiên, nước này hiện nay đang muốn phục hồi lại hệ thống này vì tỷ lệ ăn cắp bản quyền lên đến hơn 80%.

LỢI ÍCH CỦA VIỆC DÁN TEM

Các cơ quan hữu quan và ngành công nghiệp âm nhạc của Ghana đã thấy có những lợi ích sau trong thời gian vài năm thành công vừa qua:

- Tỷ lệ ăn cắp giảm đi từ 90% xuống khoảng 10%.
- Tem đã có tác dụng xác định tác phẩm âm nhạc nguyên bản của nhà sản xuất âm nhạc thực sự. Văn phòng Bản quyền chỉ cấp giấy phép cho những người nào là thành viên thực sự của Hiệp hội các nhà Công nghiệp Ghi âm của Ghana.
- Hệ thống tem đã cung cấp số liệu đầy đủ về số lượng các tác phẩm âm nhạc được sản xuất và nhập khẩu vào trong nước.
- Người sản xuất phải có trách nhiệm cao đối với các nghệ sĩ của họ vì Văn phòng Bản quyền chỉ dựa vào việc có hợp đồng giữa nhà sản xuất và nghệ sĩ để cho phép mua tem. Do vậy đây là lần đầu tiên, các nghệ sĩ và nhà soạn nhạc Ghana có thể biết chính xác đã có bao nhiêu tác phẩm của họ được sản xuất và có thể tính toán và thu tiền bản quyền mà không gặp phải khó khăn nào trong thời gian trước đây.
- Cơ quan thuế trong nước - cơ quan thực sự chịu trách nhiệm về việc bán tem - lần đầu tiên đã cố gắng có được nguồn thu từ một ngành kinh doanh trong nước mà trước đây nó nhận được rất ít hoặc không nhận được một xu nào.

Hệ thống chứng thực này hiện nay đang được sử dụng cho các tác phẩm âm nhạc. Người ta nhận thấy rằng hệ thống này sẽ được mở rộng sang việc chứng

thực cho các tác phẩm văn học và ghi hình trong t- ơng lai.

Việc áp dụng hệ thống tem xác thực đã làm đảo ng- ợc tình hình trở nên có lợi cho ngành công nghiệp kinh doanh âm nhạc. Hiện nay, Ghana đã thoát ra khỏi tình trạng tr- ợc đây chỉ bán đ- ợc 2.000 đến 3.000 bản cho một tác phẩm sang bán đ- ợc từ 200.000 đến 500.000 bản. Hơn 27 triệu tem đã đ- ợc bán kể từ khi áp dụng hệ thống này. Mặc dù điều này có thể không đáng kể lắm so với quốc tế, nh- ng nó đã giúp Ghana, với dân số khoảng 17 triệu ng- ời, đ- ợc xếp thứ 47 trên thế giới về doanh thu kinh doanh âm nhạc.

Đã có sự tăng tr- ờng nhanh chóng trong ngành công nghiệp âm nhạc trong 5 năm qua - với sự phát triển của các phòng thu, nhà máy sản xuất băng ghi âm và v.v.. - mang lại cả đầu t- trong n- ớc và từ n- ớc ngoài. Các nhà sản xuất n- ớc ngoài chủ chốt đã quay trở lại và Ghana đã trở thành một nơi an toàn cho hoạt động sản xuất các tác phẩm âm nhạc cho các nghệ sĩ từ các n- ớc láng giềng. Ghana đã trở thành kiểu mẫu cho toàn bộ các n- ớc châu Phi còn lại xét về mức độ thực thi quyền sở hữu trí tuệ.

VAI TRÒ NGÀY Càng LỚN CỦA BẰNG PHÁT MINH SÁNG CHẾ

Với sự thành công của hệ thống tem, ng- ời ta sẽ đặt câu hỏi vì sao hệ thống bằng phát minh sáng chế đã không chứng tỏ đ- ợc tính hiệu quả trong sự phát triển kinh tế của các n- ớc đang phát triển.

Tất nhiên, ai cũng biết rằng hệ thống bằng phát minh sáng chế đòi hỏi một cơ sở hạ tầng t- ơng đối tốn kém với các chuyên gia trong nhiều lĩnh vực kỹ thuật khác nhau. Luật về bằng phát minh sáng chế ở Ghana chỉ mới đ- ợc xây dựng một vài năm nay và các quy định giúp luật này đ- ợc thực hiện cũng chỉ mới đ- ợc ban hành. Vai trò của cơ chế bằng phát minh sáng chế hiện nay đang trong quá trình phát triển tuy nhiên, với sự nhận thức ngày càng tăng về luật sở hữu trí tuệ, lĩnh vực này có thể đ- ợc tăng c- ờng trong những năm tới. Tình hình này đang đ- ợc thấy ở nhiều n- ớc khác trong châu lục.



Một tem xác nhận dán trên một băng cassette đ- ợc sản xuất ở Ghana. Từ khi sử dụng hệ thống tem, các cơ quan hữu trách ở Ghana và ngành sản xuất âm nhạc đã làm cho nạn in sao lậu tác phẩm giảm từ 90% xuống còn từ 10% đến 15%.

Tuy nhiên, không thể phủ nhận rằng hệ thống th- ơng hiệu và kiểu dáng và, ở một mức độ thấp hơn, hệ thống bằng phát minh sáng chế đã đóng một vai trò ảnh h- ờng thông qua việc bán giấy phép, phân phối và cho thuê quyền sở hữu trí tuệ ở các n- ớc đang phát triển. Chúng đã hỗ trợ việc chuyển giao công nghệ và việc phổ biến các hình thức mới về bí quyết công nghệ thông qua các tiêu chuẩn tối thiểu về bán giấy phép và sử dụng các quyền này.

Chúng ta hy vọng rằng khi Hiệp định TRIPS có hiệu lực ở hầu hết các n- ớc châu Phi vào năm 2000 (bắt chấp có sự không bình đẳng), các n- ớc đang phát triển sẽ ở một vị thế tốt hơn để có lợi từ sự toàn cầu hóa các tiêu chuẩn sở hữu trí tuệ tối thiểu trong th- ơng mại quốc tế.

Ví dụ về Ghana mà tôi vừa trình bày và biết rất rõ đã cho tôi lý do để lạc quan về t- ơng lai của các quyền sở hữu trí tuệ tại các n- ớc đang phát triển. Các n- ớc thế giới thứ ba không nên coi việc tuân thủ và thực thi các quyền sở hữu trí tuệ chỉ là để bảo vệ cho lợi ích của các n- ớc phát triển, mà hơn thế đó là công cụ mạnh mẽ để tôi luyện ngành công nghiệp trong n- ớc trong khi vẫn giữ nguyên bản sắc văn hóa và tính sáng tạo của dân tộc.

Betty Mould-Iddrisu là Công tố tr- ờng Vụ Luật pháp Quốc tế của Bộ T- pháp Ghana. Bà là một chuyên gia về luật sở hữu trí tuệ và giảng dạy tại Khoa Luật Tr- ờng Đại học Ghana về quyền sở hữu trí tuệ. Bà là nhà hoạt động vì quyền lợi của phụ nữ và là Giám đốc Khu vực châu Phi của Liên đoàn Quốc tế của các Nữ Luật s- (FIDA).

TIẾN BỘ TRONG NGÀNH DƯỢC PHẨM

Gerald J. Mossinghoff

Việc bảo hộ mạnh mẽ quyền sở hữu trí tuệ cho dược phẩm thúc đẩy sự tiến bộ về y tế bằng các khuyến khích về mặt kinh tế đối với các sáng tạo đổi mới. Nếu không có sự tôn trọng trên phạm vi quốc tế đối với các bằng phát minh sáng chế về dược phẩm thì những sáng tạo trong ngành y sẽ phải chịu tổn hại. Trên thực tế, một nghiên cứu do Tiến sĩ Edwin Mansfield của Trường ĐH Pennsylvania thực hiện năm 1988 ở 12 nước - ước tính rằng lẽ ra đã có 65% các sản phẩm dược không được đưa vào sử dụng nếu không có sự bảo hộ đầy đủ về quyền sở hữu trí tuệ. Nếu bạn thử hình dung việc chăm sóc y tế mà thiếu gần 2/3 số thuốc hiện đang có - thuốc dùng cho liệu pháp hóa chất, thuốc chống vón cục máu để cứu sinh mạng của các bệnh nhân đau tim, thuốc chống AIDS, thuốc cứu sinh mạng của các trẻ em đẻ non và nhiều loại thuốc khác - bạn sẽ có một bức tranh sinh động về tầm quan trọng của việc bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với ngành dược phẩm.

Lý do căn bản vì sao các tiến bộ trong ngành dược lại phụ thuộc vào việc bảo hộ sở hữu trí tuệ chính là chi phí quá cao dành cho việc phát triển các dược phẩm. Phải mất trung bình 500 triệu đô-la để tìm ra một loại thuốc mới. Có lẽ không có ngành nào - ngành dược trong đó các phát minh tiêu tốn chi phí cao như vậy để phát triển sản phẩm lại có thể bị sao chép hoặc truy cập công nghệ rẻ đến thế, chỉ bằng một phần nhỏ phí tổn nghiên cứu và phát triển của nhà phát minh. Nếu không có việc bảo hộ mạnh mẽ đối với quyền sở hữu trí tuệ, các công ty dược không thể thu hút được đầu tư cần thiết để thực hiện việc nghiên cứu tốn kém và rủi ro cao này.

Đặc thù của ngành dược phẩm Hoa Kỳ chính là cam kết tài chính to lớn và vững bền đối với hoạt động nghiên cứu và phát triển. Trong khoảng 1985-1996, đầu tư hàng năm cho nghiên cứu và phát triển của ngành này tăng bốn lần - từ 4.100 triệu đô-la năm 1985 lên 16.000 triệu đô-la năm 1996. Đây là ngành có hoạt động nghiên cứu lớn nhất trong các ngành công nghệ cao nếu xét về chi tiêu cho nghiên cứu và phát triển trên tổng doanh thu của ngành.

BẰNG PHÁT MINH SÁNG CHẾ DƯỢC PHẨM VÀ CÁC NƯỚC ĐANG PHÁT TRIỂN

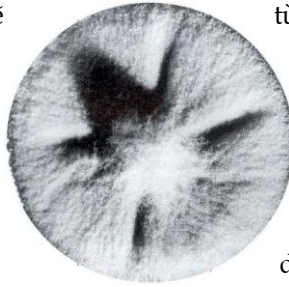
Mặc dù nhận thức chung cho rằng nó chỉ là một lợi ích cho các nước phát triển với ngành dược phẩm lớn mạnh, nhưng việc bảo hộ bằng phát minh sáng chế có lẽ còn quan trọng hơn đối với các nước đang phát triển. Một hệ thống bằng phát minh sáng chế dược phẩm mạnh làm tăng hoạt động nghiên cứu và phát triển, thu hút đầu tư nước ngoài, thúc đẩy chuyển giao công nghệ, tạo công ăn việc làm trong ngành công nghệ cao và tăng kim ngạch xuất khẩu. Có lẽ quan trọng nhất là việc bảo hộ bằng phát minh sáng chế đối với dược phẩm đảm bảo sự sẵn có các loại thuốc hiện đại để nâng cao sức khỏe con người.

Năm 1994, Ngân hàng Thế giới đã thăm dò một loạt các công ty để tìm hiểu xem họ cần môi trường như thế nào để sẵn sàng đầu tư vào ngành dược ở những nước còn chưa có sự bảo hộ bằng phát minh sáng chế. Nghiên cứu phát hiện ra rằng 29% sẽ sẵn sàng đầu tư - ph-ong tiện để sản xuất công thức. Chỉ có 13% sẵn sàng đầu tư - ph-ong tiện để cung cấp nguyên liệu với số lượng lớn cho việc sản xuất thành phẩm. Không có công ty nào cho thấy họ sẵn sàng đầu tư trực tiếp vào nghiên cứu và phát triển nếu không có bảo hộ bằng phát minh sáng chế dược phẩm.

Kết quả của nghiên cứu này đã được kiểm chứng bằng hành động đầu tư thực tế của các công ty Hoa Kỳ. Năm 1996, Braxin thông qua luật bằng phát minh sáng chế rất hiệu quả. Kể từ đó, Braxin đã thu hút được từ 1.700 triệu đô-la đến 2.200 triệu đô-la đầu tư mới vào các ngành công nghệ cao, đặc biệt tập trung vào ngành dược. Tại Nhật Bản, nước đã từng không bảo hộ bằng phát minh sáng chế cho đến tận năm 1978, cũng đã thấy có sự tăng lên ngoạn mục về đầu tư của Hoa Kỳ vào nghiên cứu phát triển dược phẩm, từ 135.8 triệu đô-la năm 1985 lên 505.5 triệu đô-la năm 1994.

Tương tự, những nước đã tăng cường bảo hộ bằng phát minh sáng chế dược phẩm cũng đạt được tăng trưởng ấn tượng trong các ngành dược trong

n- ớc. Ví dụ, ý đã hình thành việc bảo hộ mạnh mẽ đối với bằng phát minh sáng chế d- ợc phẩm vào năm 1978. Năm 1978, chỉ có 123 tỷ lia đ- ợc đầu t- vào hoạt động nghiên cứu phát triển d- ợc phẩm ở trong n- ớc. Chỉ 10 năm sau đó, số tiền đầu t- đã tăng lên 592,3 tỷ lia và con số này tiếp tục tăng lên.



Nấm mốc penicilin là nền tảng của thuốc penicilin, loại kháng sinh đầu tiên của thế giới. Mặc dù đ- ợc phát hiện bởi Ngài Alexander Fleming vào năm 1928, nh- ng penicilin không đ- ợc dùng rộng rãi trong chữa bệnh cho đến tận giữa những năm 1940. Trong Chiến tranh Thế giới II, chính phủ Hoa Kỳ cho phép 19 công ty sản xuất penicilin, sử dụng kỹ thuật của công ty Pfizer Inc để điều trị cho th- ơng binh. Vì đ- ợc sản xuất rộng rãi nên "loại thuốc kỳ diệu" đầu tiên này không đ- ợc cấp bằng phát minh sáng chế.

từng thấy. Các nhà khoa học hiện nay hiểu đ- ợc những gì đang xảy ra trong cơ thể con ng- ời, nguyên nhân của bệnh tật và chúng ta có thể can thiệp thế nào để ngăn cản, chặn đứng hoặc cải thiện tình hình. Nh- ng để biến t- ơng lai tiến bộ trong y tế thành hiện thực cho toàn bộ loài ng- ời trên thế giới, chúng ta phải tháo dỡ những rào cản đối với đầu t- vào nghiên cứu d- ợc phẩm. Giáng một đòn mạnh vào nạn ăn cắp phát minh sáng chế là một xuất phát điểm rất tốt.

Một dấu hiệu nữa về hiệu quả của việc bảo hộ mạnh mẽ bằng phát minh sáng chế đối với ngành d- ợc trong n- ớc là trên thực tế số l- ợng các công ty d- ợc của Italia đ- ợc đ- a vào danh sách 100 công ty hàng đầu thế giới đã tăng lên từ một công ty vào năm 1978 lên bảy công ty vào năm 1987.

Mêhicô là một ví dụ rõ ràng nữa về lợi ích của việc bảo hộ bằng phát minh sáng chế d- ợc phẩm. Mêhicô tăng c- ờng việc này vào năm 1991 và kết quả là đầu t- vào cả nghiên cứu phát triển và ph- ơng tiện sản xuất tăng từ 41 triệu đô-la năm 1990 lên 103 triệu đô-la chỉ 3 năm sau đó.

LỢI ÍCH VỀ Y TẾ CỦA VIỆC BẢO HỘ BẰNG PHÁT MINH SÁNG CHẾ D- ỢC PHẨM

Sự đóng góp của việc bảo hộ mạnh mẽ sở hữu trí tuệ đối với tiến bộ loài ng- ời không chỉ dừng lại ở vấn đề kinh tế. Bằng việc khuyến khích phát triển các loại thuốc mới, bảo hộ bằng phát minh sáng chế nâng cao sức khoẻ và giảm đi bệnh tật do nguyên nhân kinh tế và tự nhiên.

Mặc dù mức độ đau đớn, tổn hại và thống khổ do bệnh tật gây ra khó có thể đo đ- ợc nh- ng có thể l- ợng hóa bệnh tật bằng đại l- ợng. Số tuổi thọ đ- ợc điều chỉnh theo sự mất khả năng, hay "DALY". Đại l- ợng này tính toán số năm mất đi trên 1.000 ng- ời dân do bệnh tật. Tại những n- ớc đang phát triển, số năm mất đi do các bệnh truyền nhiễm đặc biệt cao hơn ở Hoa Kỳ, châu Âu và Nhật Bản. Ví dụ tại Mỹ Latinh, có tới 99 năm bị mất trên 1.000 ng- ời dân do bệnh truyền nhiễm so với 15 ở Hoa Kỳ, châu Âu và Nhật Bản. Đối với các bệnh lây truyền trong n- ớc này, các loại thuốc đ- ợc phát minh thông qua nghiên cứu và phát triển tại chỗ có thể có ý nghĩa đặc biệt quan trọng.

Mặc dù không thể tự thỏa mãn rằng tất cả các vấn đề y tế của thế giới đều có thể đ- ợc giải quyết đơn giản chỉ bằng việc tăng c- ờng bảo hộ bằng phát minh sáng chế, nh- ng trong t- ơng lai sẽ có những tiến bộ ch- a

Gerald J. Mossinghoff, tr- ớc đây là Thứ tr- ợng Th- ơng mại Hoa Kỳ và Ủy viên phụ trách bằng Phát minh Sáng chế và Th- ơng hiệu, hiện nay là giáo s- về luật sở hữu trí tuệ tại Tr- ờng Luật thuộc ĐH George Washington ở Washington D.C. Từ 1985 đến 1986, ông làm Chủ tịch Hội Nghiên cứu và Sản xuất D- ợc phẩm Hoa Kỳ.

TIẾN BỘ TRONG NGÀNH D- ỢC PHẨM: NGHIÊN CỨU TR- ỜNG HỢP CỦA BRAXIN

Vào ngày 14/5/1996, Tổng thống Fernando Henrique Cardoso của Braxin đã ký ban hành một luật sở hữu công nghiệp mới. Luật này quy định thời hạn độc quyền 20 năm của bằng phát minh sáng chế d- ợc phẩm và bao gồm cả việc "bảo hộ trong giai đoạn chuẩn bị", nghĩa là bảo hộ cho các loại thuốc ch- a đ- a ra thị tr- ờng. Theo luật tr- ớc đây của Braxin về sở hữu công nghiệp đ- ợc ban hành năm 1971, d- ợc phẩm không đ- ợc cấp bằng phát minh sáng chế.

Sự thay đổi quan trọng này đã xảy ra nh- thế nào?

Tất nhiên, có một sức ép đáng kể từ phía cộng đồng quốc tế do Hoa Kỳ dẫn đầu. Hội Nghiên cứu và Sản xuất D- ợc phẩm của Hoa Kỳ trong một bản đệ trình lên Văn phòng Đại diện Th- ơng mại Hoa Kỳ (USTR) - ớc tính rằng thiệt hại của ngành d- ợc phẩm Hoa Kỳ ở Braxin do nạn ăn cắp phát minh sáng chế v- ợt quá 720 triệu đô-la chỉ riêng trong năm 1995. Braxin đ- ợc nằm trong "danh sách - u tiên theo dõi" của USTR với khả năng bị trừng phạt về th- ơng mại. Hơn nữa, Hiệp định TRIPS của WTO quy định rằng tất cả các thành viên WTO phải tiến hành bảo hộ bằng phát minh sáng chế một cách đầy đủ vào năm 2006.

Nh- ng luật của Braxin thực tế còn nghiêm hơn so với yêu cầu của WTO đối với một số khía cạnh của nạn ăn cắp bằng phát minh sáng chế và nó đ- ợc ban hành một vài năm tr- ớc thời hạn. Điều này cho thấy động cơ thực sự khi ban hành luật pháp là của chính ng- ời Braxin. Tr- ớc đây, Braxin đã lập luận rằng cho phép ăn cắp phát minh sáng chế là việc cần thiết để cung cấp thuốc rẻ cho ng- ời dân nghèo ở n- ớc này. Gần đây hơn, Braxin đã có quan điểm rằng n- ớc này sẽ có lợi hơn bằng việc hiện đại hóa nền kinh tế theo đúng các tiêu chuẩn quốc tế.

"Điều chúng tôi đang làm là nhằm chấm dứt lối t- duy theo kiểu thuộc địa", Tổng thống Cardoso đã nói nh- vậy khi ký ban hành luật trên. "Chúng tôi sẽ phát minh nhiều hơn, phát minh và cấp bằng phát minh sáng chế với sự dũng cảm và có ai biết đ- ợc rằng, thay vì phải trả tiền cho ng- ời khác, nay ng- ời khác bắt đầu trả cho chúng tôi một cái gì đó. Không n- ớc nào phát triển lại dựa trên những hành động ăn cắp".

Mặc dù có một vài phản đối việc ban hành luật từ phía các nhà chính trị cánh tả và từ ngành công nghiệp d- ợc phẩm nội địa, nh- ng có một sự đồng thuận mạnh mẽ rằng luật mới là cần thiết đối với công cuộc hiện đại hóa của Braxin, yếu tố then chốt để thu hút đầu t- vào nghiên cứu và phát triển và nhân tố quan trọng để cải thiện y tế công. Ng- ời chuyển quan điểm sang ủng hộ đề xuất ban hành luật trên là Đại sứ của Braxin tại Hoa Kỳ, ông Paulo Tarso Flecha de Lima, ng- ời bị ốm rất nặng ở Washington và đ- ợc chữa khỏi bệnh bằng các loại thuốc mới.

"Một thế hệ kháng sinh mới - không sẵn có ở Braxin vì thiếu một luật hoàn chỉnh - đã cứu sống tôi", ông nói. "Nếu tr- ớc đây tôi không ủng hộ luật về bằng phát minh sáng chế thì bây giờ tôi hoàn toàn ủng hộ".

Kể từ khi mọi việc trở nên rõ ràng rằng Braxin sẽ bảo hộ bằng phát minh sáng chế d- ợc phẩm, các công ty d- ợc đa quốc gia đã tuyên bố đầu t- hàng trăm triệu đô-la vào Braxin, tạo ra việc làm, kích thích nền kinh tế và cải thiện sức khỏe của ng- ời dân.

Ví dụ:

- ❑ Roche đã tuyên bố kế hoạch xây dựng một trung tâm nghiên cứu lâm sàng ở Mỹ Latinh.
- ❑ Galaxo Wellcome đang xây dựng một nhà máy sản xuất trị giá 160 triệu đô-la ở Rio de Janero.
- ❑ Bayer đã tuyên bố kế hoạch xây dựng một trung tâm nghiên cứu.
- ❑ Smith Kline-Beecham sẽ xây dựng một nhà máy trị giá 70 triệu đô-la.
- ❑ Hoechst Marion Roussel đã tuyên bố đầu t- 100 triệu đô-la.
- ❑ Astra, đã bán cơ sở của mình ở Braxin vào năm 1981 sẽ quay trở lại Braxin với kế hoạch xây dựng một nhà máy sản xuất trị giá 10-12 triệu đô-la.
- ❑ Pharmacia & Upjohn sẽ tăng thêm số công ăn việc làm thêm 150%.
- ❑ Pfizer sẽ tăng năng lực sản xuất ở Braxin thêm 50% và sẽ tạo ra một trung tâm nghiên cứu có khả năng sản xuất thuốc theo điều kiện tại chỗ.
- ❑ Eli Lilly sẽ đầu t- 82 triệu đô-la vào năm 2000 cho sản xuất, nghiên cứu, đào tạo và thiết bị.



Một trong những loại thuốc uống kháng sinh hàng đầu trên thế giới, Ceclor, đ- ợc cấp bằng phát minh sáng chế và đăng ký th- ơng hiệu bởi Eli Lilly and Company vào những năm 1970. Khi thời hạn độc quyền 20 năm của Lilly đối với Ceclor kết thúc, loại thuốc này đ- ợc sản xuất d- ới dạng chung và rẻ hơn để điều trị các bệnh lây nhiễm ở tai, mũi và họng trẻ em.

MỘT HIỆP HỘI NGÀNH NGHỀ ĐANG VÀO CUỘC

Nisha M. Vora

Hơn ba năm qua, thiệt hại về thương mại của Hoa Kỳ do nạn ăn cắp bản quyền sách báo ở nước ngoài đã vượt quá 1.500 triệu đô-la. Thiệt hại này đòi hỏi phải có sự cải thiện trong việc thực thi và tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế về bản quyền. Hơn nữa, việc thiếu sự hỗ trợ bảo hộ bản quyền làm giảm sự khuyến khích tạo ra các tác phẩm mới mà điều này lại có nghĩa có là hệ thống giáo dục, các ngành công nghiệp và hoạt động kinh doanh có liên quan trên toàn thế giới không phát triển.

Hiệp hội các Nhà xuất bản Hoa Kỳ (AAP) là một hiệp hội ngành nghề chủ chốt của ngành công nghiệp xuất bản sách báo Hoa Kỳ. AAP hoạt động, cùng với các ngành công nghiệp dựa vào bản quyền khác, nhằm xây dựng và thúc đẩy các tiêu chuẩn bản quyền quốc tế vì tăng trưởng kinh tế hơn nữa, nâng cao hoạt động thương mại toàn cầu và khuyến khích trao đổi ý tưởng và sản phẩm. AAP cũng thúc đẩy sự tuân thủ để bảo hộ thông qua thực thi luật và giáo dục.

AAP hợp tác chặt chẽ với các cơ quan chính phủ Hoa Kỳ và các thành viên khác trong cộng đồng ngành công nghiệp bản quyền để khuyến khích các chính phủ nước ngoài thông qua và thực thi luật nghiêm khắc nhằm bảo hộ quyền của các chủ sở hữu và người sáng tạo tài sản trí tuệ. Ngành công nghiệp xuất bản Hoa Kỳ còn tham gia tham gia các hội chợ sách quốc tế và trong nước, các hội thảo và các chương trình phát ngôn do chính phủ bảo trợ, và các cuộc gặp gỡ với đối tác nước ngoài nhằm thảo luận các vấn đề về quyền sở hữu trí tuệ.

Để có sự bảo trợ của ủy ban Quốc tế của mình, AAP đang tiếp tục thực hiện một chiến dịch thực thi pháp luật để chống nạn ăn cắp bản quyền và sao chép bất hợp pháp các tác phẩm có bản quyền trên thế giới. Ủy ban này điều phối hoạt động kiện tụng thay mặt cho các thành viên của AAP và thu thập dữ liệu về việc cải thiện luật pháp trong nước và sự thiếu thực thi pháp luật để báo cáo với Liên minh Sở hữu Trí tuệ Quốc tế (IIPA) chuẩn bị một bản đánh giá hàng năm về bảo hộ bản quyền trên toàn thế giới.

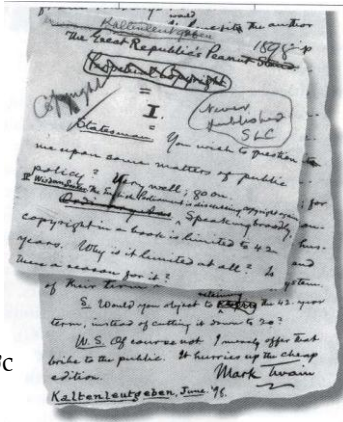
Để hỗ trợ các nhà xuất bản ở các nước đang phát triển trên thế giới bảo đảm quyền in lại và biên dịch, AAP còn điều hành hoạt động của Trung tâm Thông tin Bản quyền Quốc tế của Hoa Kỳ (INCINC) được thành lập theo sửa đổi năm 1971 của Công ước Bản quyền Toàn cầu và Công ước Berne. Sửa đổi năm 1971 quy định rằng các nước được coi là đang phát triển (theo tiêu chuẩn của Liên Hợp Quốc) và có thông báo về tình trạng đó có thể được hưởng đặc quyền giấy phép bắt buộc theo các điều khoản của công ước. Tại văn phòng của AAP ở Washington, nhân viên ở đó sẵn sàng giúp các nhà xuất bản trên toàn thế giới tìm những người giữ bản quyền các tác phẩm được xuất bản ở Hoa Kỳ.

Hơn nữa, để thúc đẩy việc tuân thủ các tiêu chuẩn bản quyền, ngành công nghiệp xuất bản Hoa Kỳ tìm cách hợp tác với các nhà xuất bản ở nước khác để tìm hiểu các yêu cầu cho việc đảm bảo việc bảo hộ đầy đủ và hiệu quả các tác phẩm có bản quyền (cả các luật tốt và thực thi tốt các luật này). AAP cũng tích cực hợp tác với Hiệp hội các Nhà xuất bản Quốc tế có thành viên là các hiệp hội xuất bản trên toàn thế giới để cùng chia sẻ thông tin về bảo hộ bản quyền và thực thi luật bản quyền.

AAP cũng hoạt động nhằm thúc đẩy hơn nữa lợi ích của các nhà xuất bản đại học bằng cách nâng cao giá trị được công nhận của các tài liệu hướng dẫn và tăng cường quyền sở hữu trí tuệ trên thị trường sách báo tại các trường học. Thông qua một chương trình giáo dục tại trường, AAP còn khuyến khích tuân thủ luật bản quyền trong cộng đồng cao học và các cơ sở in thương mại phục vụ cho cộng đồng này.

Để có tác động của công nghệ thông tin kỹ thuật số mới, AAP quyết tâm thúc đẩy và tăng cường việc bảo hộ các tài liệu điện tử. Ban Giám đốc AAP thành lập một nhóm công tác đặc biệt để tìm hiểu Hệ thống Quản lý Bản quyền (CMS) cho hoạt động kinh doanh và quản lý thông tin trên Internet. CMS có thể giúp tiếp cận và cung cấp các công cụ thực thi, tìm hiểu cách sử dụng và hỗ trợ mua sắm và cấp giấy phép qua phương tiện điện tử.

Mỗi năm, Liên minh Sở hữu Trí tuệ Quốc tế mà AAP là thành viên gửi một báo cáo cho Cơ quan Đại diện Thương mại Hoa Kỳ (USTR) xác định chi tiết các nước không thực hiện các biện pháp bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ một cách đầy đủ để bảo hộ các bản quyền của Hoa Kỳ do hệ thống bản quyền lạc hậu, thiếu thực thi hoặc các rào cản tiếp cận thị trường khác. Trong báo cáo về thiệt hại do nạn ăn cắp bản quyền vào năm 1998, ngành xuất bản sách thiệt hại 685 triệu đô-la ở 64 nước và khu vực được xác định.



Ngành công nghiệp xuất bản Hoa Kỳ ủng hộ quan điểm rằng bảo hộ bản quyền sẽ thúc đẩy tính sáng tạo và rằng việc tạo ra các tác phẩm nguyên bản sẽ phục vụ tốt hơn cho công tác giáo dục, sẽ bảo vệ sự phát triển của các công nghệ mới và sẽ cho phép các ngành công nghiệp bản quyền thịnh vượng ở tất cả các quốc gia.

Trang tiêu đề và trang cuối viết tay tác phẩm "The Great Republic's Peanut Stand" của nhà văn Hoa Kỳ Samuel Clemens (được biết đến nhiều hơn với bút danh Mark Twain) đòi bảo hộ mạnh mẽ hơn bản quyền cho các tác giả. Clemens là người đề xuất việc cho phép các nhà văn có quyền kiểm soát sự toàn vẹn các tác phẩm của họ; ông đã không thành công trong việc đăng ký bút danh của mình như một thương hiệu. Bài viết "Peanut Stand" với 7000 từ kể về nhân vật Wisdom Seeker (Clemens) chống lại một nghị sĩ trong cuộc tranh cãi về quyền sở hữu các ý tưởng và quyền được bồi thường xứng đáng của tác giả.

Nisha M. Vora là Phó Giám đốc phụ trách Bản quyền và Vòng nghệ mới của Hiệp hội các Nhà xuất bản Hoa Kỳ.

TRƯỜNG HỢP CHỐNG ĂN CẮP BẢN QUYỀN Ở HÀN QUỐC

Hiệp hội các Nhà xuất bản Hoa Kỳ bắt đầu các hoạt động ở nước ngoài từ năm 1984 khi mọi việc trở nên rõ ràng là bản quyền của các thành viên đang bị vi phạm ở nhiều nước.

Các sách ăn cắp bản quyền của Hoa Kỳ - bao gồm sách giáo khoa, sách tham khảo, từ điển bách khoa toàn thư và các tác phẩm khoa học, kỹ thuật và y tế - đang xuất hiện ở các cửa hàng sách ở Xơ-un trong vòng vài tháng sau khi ấn bản chính thức được xuất bản ở Hoa Kỳ. Năm 1984, AAP đồng sáng lập ra Liên minh Sở hữu Trí tuệ Quốc tế (IIPA) hiện nay đại diện cho bảy hiệp hội ngành nghề dựa vào bản quyền trong các lĩnh vực sách, phim ảnh, phần mềm máy tính, âm nhạc và ghi âm.

Năm 1985, IIPA thúc giục Đại diện Thương mại Hoa Kỳ (USTR) áp dụng hành động Đặc biệt 301 chống lại việc Hàn Quốc không thể bảo vệ bản quyền, bằng phát minh sáng chế và thương hiệu của Hoa Kỳ. Nạn ăn cắp bản quyền sách ở Hàn Quốc đã làm thiệt hại cho các nhà xuất bản Hoa Kỳ ít nhất là 70 triệu đô-la mỗi năm. Trớ trêu của chính phủ Hoa Kỳ, Hàn Quốc đã thông qua một luật bản quyền mới vào năm 1987 để bảo hộ tất cả các tác phẩm có bản quyền của Hoa Kỳ. Sau đó, chính phủ Hàn Quốc đã rất hợp tác trong việc tấn công, tịch thu sách ăn cắp bản quyền và tiến hành các phiên tòa xét xử. Năm 1995, cuộc tấn công do các quan chức chính phủ thực hiện thay mặt cho AAP đã lấy ra khỏi lưu thông hơn 5.000 cuốn sách ăn cắp bản quyền và đóng cửa tám nhà xuất bản ăn cắp bản quyền và một nhà in thương mại. Các nhà xuất bản Hàn Quốc là những người hưởng lợi đầu tiên của việc thực thi pháp luật vì nếu không có tác động lệch lạc của những tác phẩm bị ăn cắp bản quyền được bán ở mức giá ăn cắp, thị trường đã rất thuận lợi cho sách Hàn Quốc của các tác giả Hàn Quốc.

Kết quả của những nỗ lực nhằm nâng cao bảo hộ bản quyền ở Hàn Quốc là doanh thu bán sách ở Hàn Quốc tăng lên hơn 700% trong khoảng thời gian 1985 và 1998 (từ 2,6 triệu đô-la lên 20 triệu đô-la) và thiệt hại do nạn ăn cắp bản quyền giảm từ 70 triệu đô-la năm 1984 xuống 35 triệu đô-la năm 1998.

CHÍNH SÁCH VÀ CÁC THỎA THUẬN QUỐC TẾ

Trước khi có Thỏa thuận Chung năm 1994 về Thuế quan và Mậu dịch của Vòng đàm phán Uruguay, là tiền đề để thành lập Tổ chức Thương mại Thế giới và bao gồm cả Hiệp định về Các khía cạnh liên quan đến thương mại của Quyền Sở hữu Trí tuệ (TRIPS), không có một văn bản nguồn nào về các nghĩa vụ hoặc quy chuẩn về quyền sở hữu trí tuệ. TRIPS hình thành dựa trên cơ sở tham chiếu đến một số các công ước và hiệp định chủ yếu, đặc biệt là Tổ chức Sở hữu Trí tuệ Thế giới (WIPO) quản lý thực hiện: Công ước Paris về Bảo hộ Sở hữu Công nghiệp; Công ước Berne về Bảo hộ Tác phẩm Văn học và Nghệ thuật; Công ước Quốc tế về Biểu diễn, các Nhà sản xuất Ghi âm, và các Tổ chức Truyền thông (Công ước Rome); và Hiệp định về Sở hữu Trí tuệ Liên quan đến Vi mạch (Hiệp định IPIC). Điều này có nghĩa là các thành viên của WTO có thể sử dụng cơ chế xử lý tranh chấp của WTO để bắt buộc thực thi các nghĩa vụ qui định trong các thỏa thuận và công ước WIPO này. Ngoài ra Thỏa thuận TRIPS của WTO đã xây dựng các nghĩa vụ thực thi bắt buộc khác, là một bước tiến quan trọng về trách nhiệm. Theo đó, Hiệp định TRIPS, lần đầu tiên, đã tạo ra các qui chuẩn tối thiểu về bảo hộ sở hữu trí tuệ được áp dụng rộng rãi trong tất cả các thành viên của WTO. Mặc dù Ban Thương ký của WTO quản lý việc thực hiện Hiệp định TRIPS thông qua Ủy ban TRIPS, các hiệp định nguồn vẫn do Tổ chức Sở hữu Trí tuệ Thế giới quản lý thực hiện.

Từ khi áp dụng TRIPS, đã có thêm hai hiệp định WIPO mới đáng lưu ý: vào cuối năm 1996, các bang thành viên của WIPO đã thông qua hai hiệp định mới để bảo hộ, lần lượt đối với các tác phẩm có bản quyền (Hiệp định Bản quyền WIPO), và đối với các buổi biểu diễn và thu thanh (Hiệp định WIPO về Biểu diễn và Thu thanh) để giải quyết các vấn đề đang nổi lên liên quan tới việc truyền các tác phẩm có bản quyền này dưới dạng dữ liệu được số hóa.

Toàn văn Hiệp định TRIPS, cũng như giải thích các điều khoản của hiệp định này bằng ngôn ngữ đời thường hiện có trên trang Web của WTO tại địa chỉ <http://www.wto.org>. Toàn văn của tất cả các hiệp định của WTO và danh sách các nước tham gia có trên trang web của WIPO tại địa chỉ <http://www.wipo.int>.

TỔNG QUÁT

HIỆP ĐỊNH VỀ CÁC KHÍA CẠNH LIÊN QUAN ĐẾN THƯƠNG MẠI CỦA QUYỀN SỞ HỮU TRÍ TUỆ (1994) (DO TỔ CHỨC THƯƠNG MẠI THẾ GIỚI QUẢN LÝ THỰC HIỆN)

Hiệp định về các Khía cạnh Liên quan đến Thương mại của Quyền Sở hữu Trí tuệ (TRIPS) được ký vào cuối năm 1994 và là một phần của Hiệp định Thương mại Đa phương của Vòng Đàm phán Uruguay. Nó giúp cho việc xây dựng nền tảng các tiêu chuẩn của việc bảo hộ tất cả các quyền sở hữu trí tuệ và việc thực hiện các tiêu chuẩn đó cả ở trong nước và ngoài nước thông qua các hoạt động hành chính và pháp lý.

Các quyền sở hữu trí tuệ mà Hiệp định TRIPS qui định bao gồm: bản quyền, bằng phát minh sáng chế, thương hiệu, thiết kế công nghiệp, bí mật thương mại (thông tin bảo mật), vi mạch (chất bán dẫn) và dấu hiệu chỉ dẫn địa lý. Sau đây là các điểm nổi bật của các điều khoản.

VỀ LĨNH VỰC BẢN QUYỀN, TRIPS:

- Các nước tham gia phải có nghĩa vụ tuân thủ các điều khoản của Công ước Berne, trừ các yêu cầu của công ước về các quyền đạo đức;
- Bảo hộ các chương trình máy tính như đối với các tác phẩm văn học và các dữ liệu khi được biên tập lại trên cơ sở có bản quyền.
- Bắt buộc nghĩa vụ khẩn cấp của các nước tham gia trong việc trao cho các chủ sở hữu các chương trình máy tính và ghi âm quyền được ủy quyền hoặc ngăn cấm việc cho thuê các sản phẩm của họ.
- Xây dựng một điều khoản bảo hộ 50 năm cho tác phẩm ghi âm, cũng như yêu cầu các nước tham gia phải bảo hộ đối với các tác phẩm ghi âm hiện có.
- Đặt ra thời hạn bảo hộ tối thiểu là 50 năm đối với phim ảnh và các tác phẩm khác mà tác giả có thể là các công ty.

VỀ LĨNH VỰC CẤP BẰNG PHÁT MINH SÁNG CHẾ, TRIPS:

- Buộc các nước tham gia có nghĩa vụ bảo hộ bằng phát minh sáng chế cho sản phẩm và quy trình phương pháp sản xuất hữu nh- đối với tất các phát minh, bao gồm cả d- ợc phẩm và hoá chất nông nghiệp;
- Xây dựng thời hạn bảo hộ bằng phát minh sáng chế trong vòng 20 năm kể từ ngày xin cấp bằng.
- Yêu cầu thực hiện kịp thời thủ tục cho phép xin cấp bằng phát minh sáng chế về d- ợc phẩm và hoá chất nông nghiệp khi các hiệp định có hiệu lực thậm chí ở các nước thành viên thiếu sự bảo hộ bằng phát minh sáng chế sản phẩm.
- Đặt giới hạn trong việc sử dụng cơ chế bắt buộc cấp giấy phép, một biện pháp mà qua đó chính phủ có thể bắt buộc người có bằng phát minh sáng chế cấp phép cho người khác.



Việc sử dụng bất hợp pháp phần mềm chẩn đoán nằm trong cuộn băng máy tính của Data General Corporation là đối tượng của vụ kiện vi phạm bản quyền và bí mật thương mại kéo dài 6 năm giữa Data General Corporation và công ty con của Northrop Grumman Corporation. Vụ kiện đã được giải quyết vào năm 1994 với việc Northrop Grumman phải trả cho Data General Corporation số tiền là 44,5 triệu đô-la.

VỀ LĨNH VỰC THƯƠNG HIỆU, TRIPS:

- Yêu cầu các bên tham gia đăng ký các nhãn hiệu dịch vụ cũng như các thương hiệu.
- Bảo hộ các nhãn hiệu nổi tiếng thế giới.
- Cấm việc ép buộc liên kết các nhãn hiệu.
- Cấm việc bắt buộc cho phép sử dụng nhãn hiệu.

VỀ CÁC LĨNH VỰC KHÁC, TRIPS ĐỀ RA CÁC QUY TẮC BẢO HỘ:

- Bí mật thương mại cho phép chủ sở hữu ngăn chặn việc sử dụng hoặc tiết lộ bất hợp pháp các thông tin bảo mật.
- Vi mạch, loại bỏ những thiếu sót của Hiệp định Washington năm 1989 bằng việc kéo dài thời gian bảo hộ tối thiểu từ 8 năm lên 10 năm.
- Kiểu dáng công nghiệp phù hợp với luật hiện hành của Hoa Kỳ.
- Các dấu hiệu chỉ dẫn địa lý chi tiết được dùng để xác định các loại rượu vang và rượu mạnh.

CÁC YÊU CẦU THỰC HIỆN

- Nhìn chung, các nước thành viên phải thực hiện các biện pháp kịp thời, công bằng và hợp lý để ngăn chặn hành động vi phạm. Các quyết định bằng văn bản về thành tích nên được trao cho các bên, và nên có cơ hội để tòa xem xét các quyết định hành chính chung thẩm.

- Nên có các biện pháp giảm tội bằng huấn thị hoặc các biện pháp tạm thời có hiệu quả khác thông qua tòa án.

Nên có cơ chế bồi thường đầy đủ các thiệt hại, nó có thể bao gồm các chi phí cho người có quyền (bao gồm phí thuê luật sư nếu cần); cho việc thu hồi lợi nhuận hoặc các khoản thanh toán do thiệt hại về pháp lý cũng được phép.

Tòa án nên có quyền đưa ra các biện pháp khác, như việc bán hàng hóa vi phạm quyền sở hữu trí tuệ, và cũng nên có quyền ra lệnh cho bên nguyên bồi thường cho bị đơn mọi thiệt hại do lạm dụng cơ chế thực hiện.

- Các biện pháp tại biên giới, bao gồm cả việc đình chỉ việc giải phóng hàng hóa của cơ quan hải quan, bồi thường cho nhà nhập khẩu và chủ sở hữu hàng hóa, và quyền kiểm tra sẽ được các thành viên sử dụng.
- Phải có quy định thủ tục tố tụng hình sự và chế tài phạt được sử dụng ít nhất là trong các trường hợp vi phạm bản quyền và thương hiệu có chủ ý vì mục đích thương mại.

Các nước công nghiệp hóa có một năm để thực hiện kể từ khi hiệp định TRIPS có hiệu lực từ 1/7/1995. Các nước đang phát triển và các nước chuyển từ kinh tế tập trung sang nền kinh tế thị trường nói chung có thêm bốn năm nữa để thực hiện. Tuy nhiên, các nước này có thêm năm năm nữa (tổng cộng là chín năm) để thực hiện trong các ngành d- ợc và hóa chất nông nghiệp nếu hiện chưa có các biện pháp bảo hộ. Các nước kém phát triển sẽ không phải tuân thủ hiệp định này đến năm 2006.

Mặc dù các nước đang phát triển có một khoảng thời gian dài để chuyển đổi, nhưng các nước này phải cung cấp danh quy chế đối xử quốc gia (sự bình đẳng đối xử đối với các bên trong và ngoài nước) và quy chế tối huệ quốc (sự đối xử bình đẳng đối với tất cả các bên tham gia buôn bán) khi kết thúc thời hạn 1 năm giao thời dành cho tất cả các nước.

Thỏa thuận của Vòng Đàm phán Uruguay đã tạo ra Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) để thay thế Thỏa thuận Chung về Thuế quan và Mậu dịch

(GATT). WTO đang tạo điều kiện để thực hiện và quản lý hiệp định này.

Không giống nh- cơ chế của GATT, WTO kết hợp toàn bộ mọi thủ tục giải quyết tranh chấp đ- ợc hình thành từ các hiệp định riêng rẽ (hàng hóa, dịch vụ, TRIPS). Mọi tranh chấp liên quan đến TRIPS do Tổng Hội đồng WTO, hoạt động nh- Cơ quan Giải quyết Tranh chấp, xử lý. Nếu hội đồng xét xử tranh chấp thấy không có sự bảo hộ hoặc thực thi đầy đủ quyền sở hữu trí tuệ ở một n- ớc thành viên, bên nào khiếu kiện sẽ có quyền trả đũa trong các lĩnh vực khác.

CÁC HIỆP ĐỊNH TRONG LĨNH VỰC SỞ HỮU CÔNG NGHIỆP

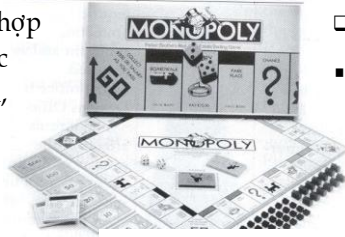
CÔNG □ ỚC PARI VỀ BẢO HỘ SỞ HỮU CÔNG NGHIỆP (1883) (DO WIPO QUẢN LÝ THỰC HIỆN)

Công - ớc Pari áp dụng đối với sở hữu công nghiệp theo nghĩa rộng nhất, bao gồm phát minh, nhãn hiệu, kiểu dáng công nghiệp, mô hình hữu ích, tên th- ơng mại, dấu hiệu địa lý và chống cạnh tranh không trung thực.

Các quy định nội dung của công - ớc đ- ợc chia thành 3 nhóm chính: đối xử quốc gia, quyền - u tiên và các quy tắc chung.

Theo các điều khoản về đối xử quốc gia, công - ớc quy định rằng, về sở hữu công nghiệp, mỗi n- ớc tham gia phải bảo hộ công dân của các n- ớc tham gia khác nh- bảo hộ công dân của n- ớc mình. Công dân của các n- ớc không tham gia công - ớc cũng đ- ợc bảo hộ bởi công - ớc nếu họ đang c- trú hoặc có có sở công nghiệp hoặc th- ơng mại thực sự và hiệu quả ở n- ớc tham gia công - ớc (TGCU).

Công - ớc quy định về quyền - u tiên trong tr- ờng hợp bằng phát minh sáng chế (và mô hình hữu ích, nếu có), nhãn hiệu, và kiểu dáng công nghiệp. Nội dung quyền này là trên cơ sở đơn xin cấp bằng phát minh sáng chế đầu tiên th- ờng kỳ đ- ợc nộp ở một trong số các n- ớc tham gia công - ớc, ng- ời xin cấp bằng có thể, trong một thời gian nhất định, xin bảo hộ tại bất kỳ n- ớc nào khác tham gia công - ớc; những đơn xin sau đó đ- ợc coi là đã nộp vào cùng ngày nh- đơn đầu tiên.



MONOPOLY là một trò chơi mua bán tài sản phổ biến trên thế giới. MONOPOLY với thiết kế là một bảng với bốn góc vuông, đ- ợc chia thành nhiều phần riêng biệt và các thẻ chơi, là nhãn hiệu của Hasbro, Inc. 1999, bản quyền của Hasbro, Inc. Trò chơi MONOPOLY đ- ợc Charles Darrow phát minh năm 1934 và đã làm cho ông trở thành nhà triệu phú đầu tiên trên thế giới từ việc thiết kế trò chơi. Ngày nay, trò chơi MONOPOLY đ- ợc cấp giấy phép ở 32 n- ớc và đã đ- ợc chuyển sang 19 thứ tiếng, trong đó có tiếng Braille.

Công - ớc đề ra một số quy tắc chung mà mọi n- ớc TGCU phải tuân thủ, trong đó có:

- Đối với bằng phát minh sáng chế:
 - Bằng phát minh sáng chế đ- ợc cấp ở các n- ớc TGCU khác cho cùng một phát minh là độc lập với nhau; việc cấp bằng ở một n- ớc TGCU không buộc các n- ớc TGCU khác phải cấp bằng phát minh sáng chế.
 - Nhà phát minh có quyền đ- ợc ghi tên trong bằng phát minh sáng chế đó.
- Đối với nhãn hiệu:
 - Công - ớc không điều chỉnh điều kiện nộp đơn và đăng ký nhãn hiệu, mà để cho luật quốc gia của từng n- ớc TGCU quyết định.
 - Nếu một nhãn hiệu đã đ- ợc đăng ký hợp thức ở n- ớc xuất xứ, thì nó phải đ- ợc chấp nhận khi có đơn xin và đ- ợc bảo hộ d- ới hình thức nguyên bản của nó ở các n- ớc thành viên khác khi có yêu cầu. Tuy nhiên, việc đăng ký có thể bị từ chối trong từng tr- ờng hợp cụ thể.
 - Ở bất kỳ n- ớc thành viên nào, nếu việc sử dụng nhãn hiệu đã đăng ký là bắt buộc thì việc đăng ký có thể bị hủy bỏ chỉ sau một thời gian hợp lý và chỉ khi chủ sở hữu không thể giải trình đ- ợc việc bất hành động của họ.
- Nhãn hiệu chung phải đ- ợc bảo hộ.
- Kiểu dáng công nghiệp phải đ- ợc bảo hộ ở từng n- ớc TGCU và việc bảo hộ có thể không bị từ chối trên cơ sở cho rằng các bộ phận cấu thành nên kiểu dáng không đ- ợc tạo ra ở n- ớc TGCU đó.
- Việc bảo hộ phải đ- ợc thực hiện đối với tên th- ơng mại ở từng n- ớc thành viên mà không phải nộp đơn hay đăng ký.
- Mỗi n- ớc thành viên phải có các biện pháp chống lại việc sử dụng trực tiếp hay gián tiếp các dấu hiệu sai về nguồn gốc của hàng hoá hoặc đặc điểm của ng- ời sản xuất, chế tạo hay th- ơng nhân.
- Mỗi n- ớc thành viên phải bảo hộ hiệu quả chống lại cạnh tranh không lành mạnh.

HIỆP ĐỊNH MADRID VỀ CHỐNG SỬ DỤNG DẤU HIỆU SAI HOẶC LỪA ĐỐI VỀ NGUỒN GỐC CỦA HÀNG HOÁ (1981) (DO WIPO QUẢN LÝ THỰC HIỆN)

Theo Hiệp định Madrid, tất cả hàng hoá mang dấu hiệu giả mạo hoặc lừa dối về nguồn gốc, nhờ dấu hiệu đó mà một trong các nước thành viên hoặc địa điểm ở nước TGCÚ đó được xác định một cách trực tiếp hay gián tiếp là nước hay nơi xuất xứ của hàng hoá giả mạo đó, phải bị tịch thu khi nhập khẩu hoặc việc nhập khẩu phải bị cấm hoặc phải áp dụng các hành động hay chế tài khác liên quan đến việc nhập khẩu đó.

Hiệp định quy định các điều kiện và cách thức theo đó việc tịch thu có thể được yêu cầu và thực hiện. Hiệp định cấm việc sử dụng, liên quan đến việc bán hay trưng bày hay chào bán bất kỳ hàng hoá nào, tất cả các dấu hiệu mang tính chất quảng bá chung có khả năng lừa dối công chúng về nguồn gốc của hàng hoá. Tòa án của mỗi nước TGCÚ được quyền ra quyết định những khiếu kiện nào không được hiệp định điều chỉnh tùy theo đặc điểm chung của chúng.

HIỆP ĐỊNH MADRID VỀ ĐĂNG KÝ QUỐC TẾ ĐỐI VỚI NHÃN HIỆU (1891) (DO WIPO QUẢN LÝ THỰC HIỆN)

Hiệp định Madrid quy định việc đăng ký nhãn hiệu ở nước ngoài (cả thương hiệu hàng hoá và nhãn hiệu dịch vụ) tại Văn phòng Quốc tế của WIPO ở Geneva. Việc đăng ký thực hiện theo hiệp định này được gọi là đăng ký quốc tế vì nó có hiệu lực ở một số nước, nhất là ở tất cả các nước TGCÚ (trừ nước xuất xứ).

Để hưởng lợi thế của hiệp định này, người xin đăng ký phải là công dân của một nước TGCÚ hoặc phải đang cư trú hay có cơ sở công nghiệp hay thương mại ở một nước TGCÚ. Họ phải đăng ký nhãn hiệu lần đầu tiên ở văn phòng đăng ký nhãn hiệu quốc gia hoặc khu vực (Benelux) của nước xuất xứ. Khi việc này đã được thực hiện, họ có thể xin đăng ký quốc tế thông qua văn phòng quốc gia hoặc khu vực.

Khi đã có hiệu lực, việc đăng ký quốc tế được Văn phòng quốc tế công bố và thông báo đến các nước TGCÚ (hoặc, trong trường hợp của Bỉ, Luxembourg và



Năm 1997, Haggerty Enterprises Inc ở Chicago, nhà sản xuất đèn nhãn hiệu Lava Light, đã kiện nhằm ngăn chặn việc nhập khẩu loại "đèn nhái" từ Đài Loan và dừng việc bán đèn của bốn công ty Hoa Kỳ. Đèn Lava Light, được bán ra vào năm 1965, là loại đèn điện có hình dạng độc đáo có chứa một chất lỏng trong suốt có màu và một "dung nham" nhiều màu khác nhau trong một bình thủy tinh hình thuôn gắn trên một đế kim loại hình nón. Một bóng đèn bên trong để làm chất lỏng phát sáng và làm nóng dung nham lúc dâng lên lúc hạ xuống trong lòng chất lỏng tạo ra các hình phát sáng. Hàng nhái được bán dưới các tên như Volcano Lamp, Groove Tube Volcano Lamp và Rocket Lamp. Haggerty đồng ý rút đơn kiện vào ngày 1/7/1997 khi nhà sản xuất hàng nhái đồng ý bán tháo số hàng còn trong kho và ngừng nhập khẩu hoặc bán các sản phẩm vi phạm mới.

Hà Lan, tới Văn phòng Nhãn hiệu Benelux) nơi mà người đăng ký muốn được bảo hộ. Mỗi văn phòng quốc gia (hay Văn phòng Benelux) có thể, trong vòng 1 năm, tuyên bố - cùng với việc cho biết căn cứ để ra quyết định - rằng không thể bảo hộ trong lãnh thổ của mình. Nếu có một tuyên bố như vậy được đưa ra, quy trình sẽ tiếp tục ở văn phòng quốc gia hay khu vực đang từ chối hoặc tại tòa của nước thành viên liên quan. Nếu tuyên bố được đưa ra khi quá thời hạn 1 năm thì việc đăng ký quốc tế có hiệu lực như một đăng ký quốc gia hay khu vực.

HIỆP ĐỊNH HAGUE VỀ ĐĂNG KÝ QUỐC TẾ VỀ KIỂU DÁNG CÔNG NGHIỆP (1925) (DO WIPO QUẢN LÝ THỰC HIỆN)

Việc đăng ký quốc tế cho kiểu dáng công nghiệp có thể được thực hiện ở Văn phòng Quốc tế của WIPO hoặc trực tiếp hoặc thông qua trung gian là văn phòng sở hữu công nghiệp quốc gia của nước thành viên là nước xuất xứ nếu luật của nước đó cho phép như vậy. Luật quốc gia của bất kỳ nước thành viên nào cũng có thể yêu cầu rằng việc đăng ký quốc tế được thực hiện thông qua văn phòng quốc gia.

Tại mỗi nước thành viên mà người xin đăng ký chỉ định, việc đăng ký quốc tế có hiệu lực tự nhiên khi mọi thủ tục mà luật trong nước yêu cầu để được bảo hộ đã được người xin đăng ký tuân thủ và như khi mọi hành vi hành chính cần phải làm vì mục đích đó đã được văn phòng quốc gia đó hoàn thành (hoặc bởi Văn phòng Kiểu dáng Benelux, tùy trường hợp).

Việc đăng ký quốc tế có thể có hiệu lực ở nước thành viên là nước xuất xứ (nếu nước đó được người đăng ký chỉ định) trừ khi pháp luật nước đó có quy định khác.

Việc đăng ký quốc tế có thể được thực hiện lại 5 năm một lần. Thời hạn bảo hộ không thể dãn dài 5 năm hoặc 10 năm nếu được làm lại trong năm cuối cùng của thời hạn 5 năm.

*HIỆP ĐỊNH NICE VỀ PHÂN LOẠI QUỐC TẾ ĐỐI
VỚI HÀNG HOÁ VÀ DỊCH VỤ VÌ MỤC ĐÍCH
ĐĂNG KÝ NHÃN HIỆU (1957) (DO WIPO QUẢN
LÝ THỰC HIỆN)*

Hiệp định Nice quy định về việc phân loại hàng hoá và dịch vụ vì mục đích đăng ký thương hiệu hàng hoá và nhãn hiệu dịch vụ. Văn phòng nhãn hiệu của các nước thành viên phải cho biết, liên quan đến từng đăng ký, biểu tượng của từng cấp hạng.

Hệ thống phân loại bao gồm một danh mục các cấp hạng - có 34 cấp hạng cho hàng hoá và 8 cấp hạng cho dịch vụ - và một danh mục theo thứ tự chữ cái đầu tiên của hàng hoá và dịch vụ. Danh sách sau bao gồm khoảng 11.000 mục. Tùy từng lúc mà cả hai danh sách được sửa đổi và bổ sung bởi một ủy ban gồm các chuyên gia đại diện cho tất cả các nước thành viên.

Mặc dù chỉ có 58 nước tham gia Hiệp định Nice, văn phòng nhãn hiệu của hơn 140 nước cũng nhận Văn phòng Quốc tế của WIPO, Tổ chức Sở hữu Trí tuệ châu Phi và Văn phòng Nhãn hiệu Benelux, và Văn phòng vì Sự Thống nhất Thị trường Nội địa (Nhãn hiệu và Kiểu dáng) của Cộng đồng châu Âu, thực sự sử dụng hệ thống phân loại này.

*HIỆP ĐỊNH LISBON VỀ BẢO HỘ ĐỐI VỚI TÊN GỌI
XUẤT XỨ VÀ ĐĂNG KÝ QUỐC TẾ VỀ XUẤT XỨ
(1958) (WIPO QUẢN LÝ THỰC HIỆN)*

Mục đích của Hiệp định Lisbon là quy định việc bảo hộ đối với tên gọi xuất xứ, nghĩa là, "tên địa lý của một nước, vùng hoặc địa phương, dùng để chỉ một sản phẩm có xuất xứ từ đó, chất lượng và đặc điểm của sản phẩm là độc đáo hoặc đặc trưng cho môi trường địa lý, bao gồm các nhân tố tự nhiên và con người" (Điều 2). Những tên gọi đó được đăng ký tại Văn phòng Quốc tế của WIPO ở Geneva trên cơ sở yêu cầu của cơ quan có thẩm quyền của nước thành viên liên quan. Văn phòng Quốc tế sẽ thông báo việc đăng ký đến các nước thành viên khác. Trừ khi một nước thành viên tuyên bố, trong vòng 1 năm, rằng họ không thể đảm bảo việc bảo hộ một tên gọi được đăng ký, tất cả các nước thành viên phải bảo hộ tên gọi đã được đăng ký quốc tế chừng nào nó vẫn tiếp tục được bảo hộ ở nước xuất xứ.

*HIỆP ĐỊNH LOCARNO XÂY DỰNG HỆ THỐNG
PHÂN LOẠI QUỐC TẾ ĐỐI VỚI KIỂU DÁNG
CÔNG NGHIỆP (1968) (DO WIPO QUẢN LÝ THỰC
HIỆN)*

Hiệp định Locarno hình thành một hệ thống phân loại đối với kiểu dáng công nghiệp. Văn phòng có thẩm quyền ở các nước thành viên phải cho biết trong các văn bản chính thức về việc đăng ký kiểu dáng công nghiệp những biểu tượng thích hợp của việc phân loại. Họ phải cũng làm như vậy trong bất kỳ ấn phẩm nào mà các văn phòng phát hành liên quan đến việc đăng ký.

Một uỷ ban gồm các chuyên gia đại diện cho tất cả các nước thành viên được thành lập theo hiệp định này có nhiệm vụ sửa đổi định kỳ hệ thống phân loại.

Hệ thống phân loại này gồm 32 cấp hạng và 223 tiểu mục. Nó còn bao gồm một danh sách hàng hoá theo thứ tự bảng chữ cái với các cấp hạng và tiểu mục phân loại các hàng hoá này. Danh sách này gồm có 6.320 loại hàng hoá khác nhau.

Mặc dù chỉ có 35 nước tham gia Hiệp định Locarno, nhận các văn phòng sở hữu công nghiệp của một số nước khác cũng áp dụng hệ thống này. Hệ thống này cũng được Văn phòng Quốc tế WIPO áp dụng trong việc quản lý thực hiện Hiệp định Hague và Văn phòng Kiểu dáng Benelux.

*HIỆP ĐỊNH HỢP TÁC VỀ BẰNG PHÁT MINH
SÁNG CHẾ (PCT) (1970) (DO WIPO QUẢN LÝ
THỰC HIỆN)*

PCT được ký kết nhằm mục đích bảo hộ một phát minh đồng thời ở mỗi nước trong một nhóm lớn các quốc gia bằng việc nộp đơn xin cấp bằng phát minh sáng chế "quốc tế". Bất kỳ ai cũng có thể nộp đơn xin như vậy nếu người đó là công dân hoặc người đang cư trú ở một nước thành viên. Nói chung, có thể nộp đơn tại văn phòng bằng phát minh sáng chế quốc gia của nước thành viên mà người nộp đơn xin là công dân hay đang cư trú ở nước đó hoặc tại Văn phòng Quốc tế WIPO ở Geneva. Nếu người xin cấp bằng là công dân hoặc người cư trú của một nước thành viên tham gia Công ước châu Âu về bằng phát minh sáng chế, Nghị định thư Harare về Bằng Phát minh Sáng chế và Kiểu dáng Công nghiệp, hoặc Công ước Á-Âu về bằng phát minh sáng chế, đơn xin cấp bằng quốc tế có thể được nộp tại Văn phòng phát

minh sáng chế châu Âu (EPO), Tổ chức Sở hữu Công nghiệp Khu vực châu Phi (ARIPO) hoặc Văn phòng Cấp bằng Phát minh Sáng chế Âu-á (EAPO).

Hiệp định điều chỉnh về chi tiết những yêu cầu chính thức mà bất kỳ đơn xin quốc tế nào cũng phải tuân thủ.

Trong số các n- ớc thành viên, ng- ời nộp đơn cho biết những n- ớc nào họ muốn đơn xin quốc tế có hiệu lực. Hiệu lực của đơn xin quốc tế tại mỗi n- ớc đ- ợc chỉ định giống nh- hiệu lực của một đơn xin cấp bằng quốc gia đ- ợc nộp tại văn phòng quốc gia cấp bằng phát minh sáng chế của n- ớc đó.

Sau đó, việc nộp đơn quốc tế tùy thuộc vào cái gọi là một "cuộc tìm kiếm quốc tế" do một trong những văn phòng cấp bằng phát minh chủ chốt tiến hành. Việc tìm kiếm đó dẫn đến một "báo cáo tìm kiếm quốc tế" liệt kê các trích dẫn văn bản đ- ợc phát hành có thể có ảnh h- ưởng đến khả năng đ- ợc cấp bằng bảo hộ của phát minh đ- ợc nêu trong đơn xin cấp bằng quốc tế.

HIỆP ĐỊNH STRASBOURG VỀ PHÂN LOẠI BẰNG PHÁT MINH SÁNG CHẾ QUỐC TẾ (1971) (DO WIPO QUẢN LÝ THỰC HIỆN)

Hiệp định Strasbourg thiết lập một hệ thống Phân loại bằng phát minh sáng chế quốc tế (IPC), chia công nghệ thành 8 bộ phận với gần 67.000 tiểu mục. Mỗi tiểu mục này có một biểu t- ượng bao gồm các chữ số arập và chữ cái La-tinh.

Biểu t- ượng IPC thích hợp đ- ợc thể hiện trên từng văn bản về phát minh sáng chế (đơn xin cấp bằng và văn bằng phát minh sáng chế), đ- ợc phát ra khoảng 1 triệu bản mỗi năm trong 10 năm qua. Các biểu t- ượng thích hợp đ- ợc văn phòng sở hữu công nghiệp quốc gia hay khu vực, là các cơ quan ấn hành bằng phát minh sáng chế phân bố.

Mặc dù chỉ có 41 n- ớc tham gia Hiệp định này, nh- ng văn phòng cấp bằng phát minh sáng chế của hơn 80 n- ớc, bốn văn phòng khu vực và Văn phòng Quốc tế WIPO theo Hiệp định hợp tác bằng phát minh sáng chế (PCT) thực tế có sử dụng IPC.



Nhãn hiệu Bayer, lấy từ bao bì của thuốc Bayer Aspirin khi đ- ợc bán ở Đức, giống với nhãn hiệu Bayer ở các n- ớc khác trên thế giới. Tuy nhiên, ở Châu Âu, khác với Hoa Kỳ, từ "Aspirin" là nhãn hiệu đăng ký của Bayer AG Company và phải đ- ợc gọi là "thuốc giảm đau Aspirin".

HIỆP ĐỊNH VIENNA THÀNH LẬP MỘT HỆ THỐNG PHÂN LOẠI QUỐC TẾ ĐỐI VỚI CÁC YẾU TỐ HÌNH ẢNH CỦA NHÃN HIỆU (1973) (DO WIPO QUẢN LÝ THỰC HIỆN)

Hiệp định này thiết lập một hệ thống phân loại đối với nhãn hiệu bao gồm hoặc hàm chứa các yếu tố hình ảnh. Văn phòng có thẩm quyền ở các n- ớc thành viên phải cho biết trong các văn bản và ấn phẩm chính thức liên quan đến việc đăng ký và đăng ký lại nhãn hiệu các dấu hiệu thích hợp của việc phân loại.

Một uỷ ban gồm các chuyên gia đại diện cho tất cả các n- ớc thành viên, đ- ợc giao nhiệm vụ sửa đổi định kỳ hệ thống phân loại.

Hệ thống phân loại bao gồm 29 hạng mục, 144 phân loại và 1.796 tiểu mục theo đó các yếu tố hình ảnh đ- ợc phân loại.

Mặc dù chỉ có 13 n- ớc tham gia Hiệp định Vienna nh- ng hệ thống phân loại này đ- ợc các văn phòng sở hữu công nghiệp của ít nhất 30 n- ớc, cũng nh- Văn phòng Quốc tế WIPO, Văn phòng Nhãn hiệu Benelux và Văn phòng vì sự Hoà hợp trên Thị tr- ờng Nội địa (Th- ơng hiệu và nhãn hiệu) của Cộng đồng châu Âu sử dụng.

CÔNG - ỚC VỀ BẰNG PHÁT MINH SÁNG CHẾ CỦA CHÂU ÂU (1973) (DO VĂN PHÒNG CẤP BẰNG PHÁT MINH SÁNG CHẾ CHÂU ÂU QUẢN LÝ THỰC HIỆN)

Công - ớc về bằng phát minh sáng chế châu Âu (EPC) là cơ sở hình thành Văn phòng Cấp bằng Phát minh Sáng chế châu Âu (EPO), có trụ sở tại Munich, Đức. Công - ớc hiện đ- ợc áp dụng ở hầu hết các n- ớc thành viên Cộng đồng châu Âu và một vài n- ớc châu Âu khác. (T- cách thành viên EPO không dành cho Hoa Kỳ, nh- ng mối quan hệ chặt chẽ đ- ợc duy trì thông qua Văn phòng về Bằng Phát minh Sáng chế và Th- ơng hiệu thuộc Bộ Th- ơng mại Hoa Kỳ). EPC quy định việc nộp đơn lẻ - bằng tiếng Anh, Đức hoặc Pháp - đ- ợc tìm kiếm và sát hạch ở trung - ơng. Một khi bằng phát minh sáng chế đ- ợc chấp nhận cấp và lệ phí thích hợp và việc biên dịch đã đ- ợc đệ trình, đơn xin lẻ đ- ợc chuyển thành một loạt các bằng phát minh sáng chế riêng. Hệ thống này cũng cho phép phản đối việc cấp bằng trong vòng 9 tháng kể từ khi

nộp đơn tại EPO cho đến khi bằng đ- ợc cấp. Tuy nhiên, các vấn đề tiếp theo về hiệu lực phải đ- ợc giải quyết trên cơ sở từng quốc gia bởi các toà án trong n- ớc.

HIỆP ĐỊNH NAIROBI VỀ BẢO HỘ BIỂU T- ỢNG OLYMPIC (1981) (DO WIPO QUẢN LÝ THỰC HIỆN)

Tất cả các n- ớc thành viên hiệp định có nghĩa vụ bảo hộ biểu t- ợng Olympic - năm vòng tròn móc vào nhau - chống lại việc sử dụng vì mục

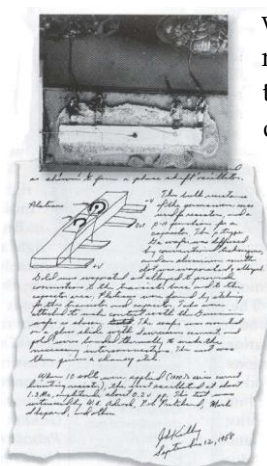
đích lợi nhuận không đ- ợc phép của Ủy ban Olympic Quốc tế. Hiệp định cũng quy định rằng bất cứ lúc nào tiền phí giấy phép đ- ợc thanh toán cho Ủy ban Olympic Quốc tế vì đ- ợc phép sử dụng biểu t- ợng Olympic vào mục đích th- ơng mại, một phần của doanh thu phải đ- ợc thanh toán cho các uỷ ban Olympic quốc gia liên quan.

HIỆP ĐỊNH BUDAPEST VỀ CÔNG NHẬN QUỐC TẾ ĐỐI VỚI VIỆC GỬI ĐĂNG KÝ CÁC VI SINH VẬT VÀ MỤC ĐÍCH CỦA QUY TRÌNH CẤP BẰNG PHÁT MINH SÁNG CHẾ (1977) (DO WIPO QUẢN LÝ THỰC HIỆN)

Việc công bố một phát minh là điều bắt buộc để đ- ợc cấp bằng phát minh sáng chế. Thông th- ờng một phát minh đ- ợc tiết lộ thông qua mô tả bằng văn bản. Khi một phát minh liên quan đến các vi sinh vật hoặc sử dụng một vi sinh vật, việc công bố không thể bằng văn bản mà chỉ có thể đ- ợc thực hiện bằng việc gửi đăng ký ở một tổ chức chuyên môn một mẫu vi sinh vật.

Để loại bỏ yêu cầu phải gửi đăng ký ở từng n- ớc mà ng- ời ta cần đ- ợc bảo hộ, Hiệp định Budapest quy định rằng việc gửi đăng ký một vi sinh vật ở bất kỳ "cơ quan đăng ký quốc tế nào" là đủ đáp ứng mục đích của quy trình cấp bằng phát minh sáng chế của các n- ớc văn phòng cấp bằng phát minh sáng chế của các n- ớc tham gia và tr- ớc bất kỳ văn phòng cấp bằng phát minh sáng chế khu vực nào (nếu có văn phòng phát minh sáng chế khu vực tuyên bố rằng họ công nhận hiệu lực của hiệp định)

Cái mà hiệp định này gọi là "một cơ quan nhận đăng ký quốc tế" là một tổ chức khoa học - th- ờng là "một bộ s- u tập mô cấy"- có khả năng l- u giữ các vi sinh



Việc phát minh ra vi mạch đầu tiên ("chip") nói chung đ- ợc cho là của Jack S. Kilby thuộc công ty Texas Instruments vào năm 1958. Mô tả của Kilby về phát minh của mình trong bản viết tay đ- ợc làm vào ngày 12/9/1958. Tháng 2/1959, Kilby và Texas Instruments đăng ký xin cấp bằng phát minh sáng chế cho "Mạch điện thu nhỏ". Bằng phát minh sáng chế đ- ợc cấp năm 1964.

vật. Một tổ chức nh- vậy có đ- ợc tên gọi "cơ quan nhận đăng ký quốc tế" là nhờ các n- ớc thành viên trong lãnh thổ mà nó đặt trụ sở có những đảm bảo đối với Tổng Giám đốc của WIPO rằng tổ chức này tuân thủ các yêu cầu nghiêm ngặt của hiệp định.

Hiệp định này chủ yếu có lợi cho ng- ời gửi đăng ký nếu họ là ng- ời xin cấp bằng phát minh sáng chế ở một vài n- ớc thành viên; việc gửi đăng ký một vi sinh vật theo quy trình đ- ợc yêu cầu trong hiệp định sẽ tiết kiệm tiền cho ng- ời gửi đăng ký và tăng c- ờng sự đảm bảo cho việc xin cấp bằng phát minh sáng chế.

NGHỊ ĐỊNH TH- LIÊN QUAN ĐẾN HIỆP ĐỊNH MADRID VỀ ĐĂNG KÝ NHÃN HIỆU QUỐC TẾ (1989) (DO WIPO QUẢN LÝ THỰC HIỆN)

Nghị định th- Madrid đ- ợc thông qua nhằm bổ sung thêm một số đặc điểm mới vào hệ thống đăng ký nhãn hiệu quốc tế (nh- tồn tại theo Hiệp định Madrid). Các đặc điểm mới này loại bỏ những khó khăn ngăn cản một số n- ớc tuân thủ Hiệp định Madrid. Nghị định th- Madrid có tác dụng bổ sung cho Hiệp định Madrid. Nếu so sánh với Hiệp định Madrid, nghị định th- này có những điểm cải tiến chủ yếu nh- sau:

- Ng- ời xin đăng ký có thể xin đăng ký quốc tế bằng cách không chỉ dựa vào việc đăng ký nhãn hiệu tại văn phòng quốc gia (hoặc khu vực) xuất xứ mà còn dựa vào đơn xin đăng ký quốc gia (hoặc khu vực) tại văn phòng đó.
- Mỗi n- ớc thành viên mà ng- ời xin đăng ký muốn có sự bảo hộ của họ có thể, trong vòng 18 tháng (thay vì 1 năm) và thậm chí lâu hơn trong tr- ờng hợp có phản đối, tuyên bố rằng không thể bảo hộ nhãn hiệu trong lãnh thổ của họ.
- Văn phòng của mỗi n- ớc tham gia hiệp định (TGHD) có thể nhận đ- ợc phí cao hơn theo Hiệp định Madrid.
- Việc đăng ký quốc tế bị huỷ bỏ theo yêu cầu của văn phòng n- ớc xuất xứ có thể đ- ợc chuyển hoá thành các đơn xin quốc gia (hoặc khu vực) có hiệu lực từ ngày nộp đơn và, khi có thể đ- ợc, ngày - u tiên.

Hơn nữa, nghị định th- thiết lập các quan hệ với hệ thống nhãn hiệu của Cộng đồng châu Âu.

Cuối cùng, đơn xin do nghị định th- điều chỉnh có thể nộp không chỉ ở Pháp mà cả ở Anh.

HIỆP ĐỊNH WASHINGTON VỀ SỞ HỮU TRÍ TUỆ LIÊN QUAN ĐẾN VI MẠCH (1989) (DO WIPO QUẢN LÝ THỰC HIỆN)

Mặc dù hiệp định ch- a có hiệu lực, nó đã đ- ợc sử dụng bằng việc tham khảo trong Hiệp định TRIPS của Tổ chức Th- ơng mại Thế giới, tùy thuộc vào một vài thay đổi.

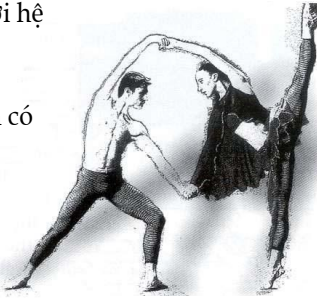
Theo hiệp định này, mỗi n- ớc TGHD có nghĩa vụ đảm bảo, trong toàn bộ lãnh thổ của mình, việc bảo hộ sở hữu trí tuệ của các thiết kế bố trí nguyên bản (mạch in) của vi mạch dù vi mạch liên quan có đ- ợc nói đến trong một điều khoản hay không.

Mỗi n- ớc TGHD phải đối xử với tự nhiên nhân và pháp nhân của các n- ớc thành viên khác giống nh- đối xử với công dân của n- ớc mình. Các n- ớc TGHD phải, ở mức độ tối thiểu, coi các hành vi sau đây là bất hợp pháp nếu đ- ợc thực hiện mà không có sự cho phép của ng- ời có quyền: sao chép lại thiết kế bố trí, và việc nhập khẩu, bán hoặc phân phối vì mục đích th- ơng mại thiết kế bố trí hoặc một vi mạch đ- ợc chế tạo theo thiết kế đó.

HIỆP ĐỊNH LUẬT NHÃN HIỆU (TLT) (1994) (DO WIPO QUẢN LÝ THỰC HIỆN)

Mục đích của TLT là tạo ra hệ thống đăng ký nhãn hiệu quốc gia và khu vực có lợi hơn cho ng- ời sử dụng. Việc này đạt đ- ợc nhờ đơn giản hoá và làm hài hoà các quy trình và thông qua việc loại bỏ những bất trắc, làm cho quy trình thủ tục trở nên an toàn cho ng- ời chủ sở hữu nhãn hiệu và đại diện của họ.

Đại đa số các quy định của TLT liên quan đến quy trình thủ tục tr- ớc khi đăng ký nhãn hiệu, có thể đ- ợc chia thành 3 giai đoạn chính: nộp đơn xin đăng ký, thay đổi sau khi đăng ký và đăng ký lại. Các quy tắc liên quan đến từng giai đoạn đ- ợc xây dựng nhằm làm rõ văn phòng đăng ký nhãn hiệu có thể yêu cầu và không thể yêu cầu điều gì đối với ng- ời xin đăng ký hoặc chủ sở hữu.



Jeremy Raisa và Whitney Shulman của Ballet Arizona thể hiện vở múa balê "Giao thời" do Jawole Willa Jo Zollar dàn dựng. Các tác phẩm múa balê - giống các tác phẩm văn học, âm nhạc và nghệ thuật - đ- ợc bảo hộ bởi luật bản quyền ở hầu hết các n- ớc.

CÁC HIỆP ĐỊNH TRONG LĨNH VỰC BẢN QUYỀN VÀ QUYỀN KẾ CẬN

CÔNG ỚC BERNE VỀ BẢO HỘ CÁC TÁC PHẨM VĂN HỌC VÀ NGHỆ THUẬT (1886) (DO WIPO QUẢN LÝ THỰC HIỆN)

Công - ớc Berne dựa trên 3 nguyên tắc chính và gồm hàng loạt các quy định xác định mức độ bảo hộ tối thiểu cũng nh- các quy định đặc biệt đối với các n- ớc đang phát triển muốn sử dụng chúng.

Ba nguyên tắc cơ bản nh- sau:

- Các tác phẩm có xuất xứ từ một n- ớc thành viên phải đ- ợc bảo hộ ở mỗi n- ớc thành viên khác giống nh- các n- ớc này bảo hộ cho tác phẩm của công dân n- ớc họ.
- Việc bảo hộ không phụ thuộc vào sự tuân thủ bất kỳ thủ tục nào.
- Việc bảo hộ độc lập với sự bảo hộ ở n- ớc xuất xứ của tác phẩm. Tuy nhiên, nếu một n- ớc thành viên quy định một thời hạn dài hơn mức tối thiểu quy định trong công - ớc và tác phẩm ngừng đ- ợc bảo hộ ở n- ớc xuất xứ, thì việc bảo hộ có thể bị từ chối một khi việc bảo hộ ở n- ớc xuất xứ không còn nữa.

Đối với các tác phẩm, việc bảo hộ phải bao gồm "mọi sự sao chép các tác phẩm văn học, khoa học và nghệ thuật, dù d- ới bất kỳ hình thức hay theo ph- ơng thức thể hiện nào" (Điều 2(1)). Sau đây là các quyền đ- ợc ghi nhận là độc quyền cho phép: quyền biên dịch, điều chỉnh và sắp xếp lại tác phẩm; biểu diễn kịch, nhạc kịch và âm nhạc; đọc lại tr- ớc công chúng tác phẩm văn học; thông tin cho công chúng về việc trình diễn các tác phẩm đó; truyền thanh; sao chép lại d- ới bất kỳ hình thức hay ph- ơng pháp nào; sử dụng tác phẩm làm cơ sở cho một tác phẩm nghe nhìn; và sản xuất, phân phối, trình diễn tr- ớc công chúng hoặc thông tin cho công chúng biết về tác phẩm nghe nhìn.

Công - ớc còn quy định "quyền đạo đức", nghĩa là quyền đòi bản quyền của tác phẩm và quyền phản đối bất kỳ sự cắt xén hoặc làm biến dạng hoặc các sửa đổi khác đối với, hoặc hành động làm tổn hại liên quan đến, tác phẩm có ảnh h- ưởng đến vinh dự hoặc uy tín của tác giả.

Về thời hạn bảo hộ, quy tắc chung là việc bảo hộ phải đ- ợc thực hiện cho đến khi kết thúc năm thứ 50 sau khi tác giả chết.

CÔNG ỚC ROME VỀ BẢO HỘ DIỄN VIÊN, NG ỜI SẢN XUẤT CH ỜNG TRÌNH GHI ÂM, VÀ CÁC TỔ CHỨC TRUYỀN THÔNG (1961) (DO WIPO CÙNG THỰC HIỆN QUẢN LÝ VỚI TỔ CHỨC LAO ĐỘNG QUỐC TẾ (ILO) VÀ TỔ CHỨC CỦA LHQ VỀ GIÁO DỤC, KHOA HỌC VÀ VĂN HOÁ (UNESCO)

Công - ớc Rome đảm bảo việc bảo hộ các buổi trình diễn nghệ thuật, ch- ơng trình âm nhạc của ng- ời sản xuất ch- ơng trình âm nhạc và việc truyền tin của các tổ chức truyền thông.

Các nghệ sĩ biểu diễn (diễn viên điện ảnh, ca sĩ, nhạc sĩ, nghệ sĩ múa, và những ng- ời khác biểu diễn các tác phẩm văn học hoặc nghệ thuật) đ- ợc bảo hộ tr- ớc một số hành vi mà họ không đồng tình. Những hành vi đó là: truyền thanh và thông tin cho công chúng về buổi biểu diễn của họ; thu ghi ch- ơng trình biểu diễn của họ; việc thu ghi lại ch- ơng trình biểu diễn nếu việc thu ghi ban đầu không có sự đồng ý hoặc thu ghi lại vì những mục đích khác với mục đích mà họ đồng ý.

Ng- ời sản xuất ch- ơng trình âm nhạc thích có quyền cho phép hoặc cấm việc sao chép trực tiếp hoặc gián tiếp các ch- ơng trình thu thanh của họ. Các tổ chức truyền thanh muốn có quyền cho phép và cấm một số hành vi nhất định nh- : phát lại ch- ơng trình, thu ghi các ch- ơng trình phát thanh của họ, thu ghi lại các ch- ơng trình trên, truyền thông cho công chúng về ch- ơng trình truyền hình nếu việc thông tin liên lạc đ- ợc thực hiện ở những địa điểm mà công chúng có thể đến xem mà không phải trả tiền vé.

CÔNG ỚC GENEVA VỀ BẢO HỘ CÁC NHÀ SẢN XUẤT CH ỜNG TRÌNH THU THANH CHỐNG LẠI VIỆC SAO CHÉP BẤT HỢP PHÁP CÁC CH ỜNG TRÌNH CỦA HỌ (1971) (DO WIPO QUẢN LÝ THỰC HIỆN VỚI SỰ HỢP TÁC CỦA ILO VÀ UNESCO)

Công - ớc Geneva quy định nghĩa vụ của mỗi n- ớc thành viên phải bảo hộ ng- ời sản xuất

ch- ơng trình thu thanh là công dân của một n- ớc TGCU chống lại việc sao chép mà không có sự đồng ý của ng- ời sản xuất, chống lại việc nhập khẩu các tác phẩm sao chép đó nếu việc sao chép hoặc nhập khẩu vì mục đích phân phối đến công chúng, và chống lại việc phân phối những tác phẩm sao chép đó đến công chúng. Việc bảo hộ có thể đ- ợc tiến hành khi thực thi luật bản quyền, luật quyền kế cận, luật chống cạnh tranh không lành mạnh hoặc luật hình sự. Việc bảo hộ phải kéo dài ít nhất là 20 năm kể từ lần đầu tiên ấn định hoặc xuất bản lần đầu tiên tác phẩm thu thanh.

CÔNG ỚC BRUSSELS LIÊN QUAN ĐẾN VIỆC TRUYỀN CÁC TÍN HIỆU CH ỜNG TRÌNH QUA VỆ TINH (1974)

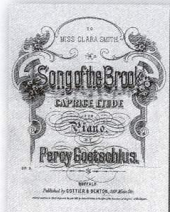
Công - ớc Brussels quy định nghĩa vụ của từng n- ớc TGCU phải có biện pháp đủ để ngăn chặn việc truyền trái phép trên hoặc từ lãnh thổ của mình các tín hiệu ch- ơng trình qua vệ tinh. Việc truyền tín hiệu là trái phép nếu không đ- ợc sự cho phép của tổ chức - th- ơng là tổ chức truyền thông - đã quyết định nội dung của ch- ơng trình. Nghĩa vụ này thuộc về các tổ chức là công dân của một n- ớc TGCU. Tuy nhiên, các quy định của công - ớc này không áp dụng nếu việc truyền tín hiệu đ- ợc thực hiện từ một vệ tinh truyền thông trực tiếp.

HIỆP ĐỊNH BẢN QUYỀN WIPO (WCT) (1996)

Hiệp định này đ- ợc ký tại Geneva vào ngày 20/12/1996 và đang đợi phê chuẩn. Bất kỳ n- ớc thành viên nào (ngay cả khi không bị ràng buộc bởi Công - ớc Berne) phải tuân thủ với các điều khoản nội dung của Luật (Pari) 1971 của Công - ớc Berne.

Đối với các vấn đề là đối t- ợng điều chỉnh cần đ- ợc bảo hộ về bản quyền, hiệp định nêu hai đối t- ợng: (1) các ch- ơng trình máy tính, bất kể ph- ơng thức hay hình thức thể hiện, và (2) việc biên tập dữ liệu hoặc các t- liệu khác ("cơ sở dữ liệu"), d- ới bất kỳ hình thức nào mà vì lý do lựa chọn hoặc sắp xếp nội dung làm hình thành sự sáng tạo về tri thức.

Đối với quyền của tác giả, hiệp định điều chỉnh ba quyền: (1) quyền phân phối, (2) quyền cho thuê và (3) quyền thông tin với công chúng. Mỗi quyền này là độc quyền tùy thuộc vào các hạn chế hay ngoại lệ nhất định.



Bốn trong số hàng chục ngàn các trang bìa tác phẩm nhạc đ- ợc đăng ký bản quyền với Th- viện Quốc hội Hoa Kỳ từ 1870 đến 1885. Quốc hội Hoa Kỳ xây dựng th- viện quốc hội nh- một tổ chức duy nhất về đăng ký bản quyền vào năm 1870 và yêu cầu rằng phải có một bản sao đầy đủ tác phẩm đã đăng ký bản quyền đ- ợc l- u tại Văn phòng Bản quyền Hoa Kỳ của th- viện.

Hiệp định quy định các nước TGCU phải có các biện pháp pháp lý để khắc phục việc vô hiệu các biện pháp công nghệ (ví dụ, mã hoá) được tác giả sử dụng liên quan đến việc thực hiện các quyền và chống lại việc xóa hay thay đổi các thông tin là các dữ liệu nhằm xác định tác phẩm hoặc tác giả, cần thiết cho việc quản lý (ví dụ, bản giấy phép, thu và phân bổ tiền thuê bản quyền) các quyền của họ ("thông tin quản lý quyền").

Hiệp định buộc mỗi nước TGCU phải sử dụng, theo hệ thống luật pháp của mình, các biện pháp cần thiết để đảm bảo việc áp dụng hiệp định. Đặc biệt, nước TGCU phải đảm bảo rằng có các thủ tục thực thi theo luật quốc gia để cho phép có các hành động có hiệu lực chống lại bất kỳ hành vi nào vi phạm bản quyền do hiệp định điều chỉnh. Hành động đó phải bao gồm các biện pháp kịp thời nhằm ngăn chặn việc vi phạm và các biện pháp tạo thành rào cản các vi phạm tiếp theo.

HIỆP ĐỊNH WIPO VỀ BIỂU DIỄN VÀ THU THANH (WPPT) (1996)

Hiệp định này được ký vào ngày 20/12/1996 và đang chờ phê chuẩn.

Hiệp định này điều chỉnh các quyền sở hữu trí tuệ của hai nhóm nghệ sĩ hưởng lợi: (1) nghệ sĩ biểu diễn (diễn viên điện ảnh, ca sĩ, nhạc sĩ, v.v..) và (2) nghệ sĩ sản xuất chương trình thu thanh (tự nhiên nhân hoặc pháp nhân có sáng kiến và có trách nhiệm đối với việc thu ghi các âm thanh).

Đối với nghệ sĩ biểu diễn, hiệp định trao cho họ bốn loại quyền kinh tế đối với các biểu diễn của họ được thu ghi: (1) quyền sao ghi lại, (2) quyền phân phối, (3) quyền cho thuê và (4) quyền phổ biến. Mỗi quyền này là độc quyền, tùy thuộc vào các hạn chế và ngoại lệ nhất định.

Hiệp định trao cho các nghệ sĩ biểu diễn 3 loại quyền kinh tế đối với các biểu diễn (trực tiếp) không thu ghi: (1) quyền truyền thanh (trừ trường hợp phát thanh lại), (2) quyền truyền thông đến công chúng (trừ khi buổi biểu diễn được phát thanh) và (3) quyền thu ghi.

Hiệp định cũng trao cho nghệ sĩ biểu diễn quyền đạo đức: quyền được gọi là nghệ sĩ và quyền phản đối bất kỳ sự xuyên tạc, cắt xén hoặc sửa đổi có hại đến uy tín của nghệ sĩ.

Đối với nghệ sĩ sản xuất chương trình thu thanh, hiệp định trao cho họ 4 loại quyền (tất cả về kinh tế) đối với tác phẩm thu thanh của họ: (1) quyền sao ghi lại, (2) quyền phân phối, (3) quyền cho thuê và (4) quyền phổ biến. Mỗi quyền này là độc quyền, tùy thuộc vào các hạn chế và ngoại lệ nhất định.

Đối với cả nghệ sĩ biểu diễn và nghệ sĩ sản xuất chương trình thu thanh, hiệp định buộc một nước TGCU phải đối xử với công dân của các nước TGCU khác liên quan đến các quyền mà hiệp định đặc biệt trao cho họ cũng giống như đối xử với công dân của nước mình.

Hơn nữa, hiệp định quy định rằng các nghệ sĩ biểu diễn và nghệ sĩ sản xuất chương trình thu thanh có quyền được trả thù lao công bằng một lần do việc sử dụng trực tiếp hoặc gián tiếp tác phẩm thu thanh, phát hành vì mục đích thương mại, để truyền thanh hoặc phổ biến với công chúng. Thời hạn bảo hộ ít nhất phải là 50 năm.



Năm 1865, Quốc hội Hoa Kỳ sửa đổi luật bản quyền hiện hành để thêm các ảnh động bản và phim âm bản vào danh mục tác phẩm "có thể cấp bản quyền". Tòa án Tối cao Hoa Kỳ đã giải quyết tính hợp hiến của hành động này 20 năm sau đó khi một nhiếp ảnh gia nổi tiếng ở New York, Napoleon Sarony, kiện Burrow-Giles Lithographic Company vì vi phạm bản quyền của ông ta bằng việc in sao và bán 85.000 ảnh chân dung nhà văn Oscar Wilde của Sarony. Tòa đã bảo hộ bản quyền của Sarony trên cơ sở nhiếp ảnh là một nghệ thuật, không phải thương mại, thừa nhận tính sáng tạo trong việc chụp hình Wilde.

TỔ CHỨC SỞ HỮU TRÍ TUỆ THẾ GIỚI

Tổ chức Sở hữu Trí tuệ Thế giới (WIPO) là một tổ chức quốc tế có mục đích giúp đỡ nhằm đảm bảo rằng quyền của nghệ sĩ phát minh và chủ sở hữu tài sản trí tuệ được bảo hộ trên toàn thế giới và rằng các nhà phát minh và tác giả được công nhận và hưởng thành quả từ tài năng của họ.

Nguồn gốc hình thành của Tổ chức Sở hữu Trí tuệ Thế giới bắt đầu từ năm 1833, năm ra đời của Công - ước Paris về bảo hộ sở hữu trí tuệ, hiệp định quốc tế quan trọng đầu tiên nhằm giúp công dân của một nước có được sự bảo hộ ở nước ngoài đối với các sáng tạo trí tuệ của họ dưới hình thức các quyền sở hữu trí tuệ.

Công - ước Paris có hiệu lực năm 1884 với 14 nước thành viên, thành lập một Văn phòng Quốc tế nhằm quản lý việc thực hiện nhiệm vụ.

Năm 1886, bản quyền bắt đầu được quốc tế biết đến với Công - ước Berne về bảo hộ các tác phẩm văn học và nghệ thuật. Giống như Công - ước Paris, Công - ước Berne thành lập một Văn phòng Quốc tế để thực hiện nhiệm vụ.

Năm 1883, hai văn phòng nhỏ này hợp nhất thành một tổ chức quốc tế đ- ợc gọi là Văn phòng Quốc tế Thống nhất về Bảo hộ Sở hữu Trí tuệ (đ- ợc biết đến nhiều với tên viết tắt tiếng Pháp -BIRPI). Có trụ sở tại Berne, Thụy Sĩ, với 7 nhân viên, tổ chức này là tiền thân của Tổ chức Sở hữu Trí tuệ Thế giới ngày nay - một tổ chức năng động với hơn 170 n- ớc thành viên và 650 nhân viên trên toàn thế giới.

Khi tầm quan trọng của sở hữu trí tuệ tăng lên, cơ cấu và hình thức tổ chức cũng thay đổi. Năm 1960, BIRPI chuyển từ Berne đến Geneva để gần hơn với Liên Hợp Quốc và các tổ chức quốc tế tại thành phố này. Một thập kỷ sau, tiếp theo việc Công - ớc thành lập Tổ chức Sở hữu Trí tuệ có hiệu lực, BIRPI trở thành WIPO, tiếp tục các cải tổ về cơ cấu và quản lý, và có ban th- ký chịu trách nhiệm đối với các n- ớc thành viên.

Năm 1974, WIPO trở thành một tổ chức chuyên môn trong hệ thống tổ chức của Liên Hợp Quốc, với nhiệm vụ quản lý các vấn đề về sở hữu trí tuệ đ- ợc các n- ớc thành viên Liên Hợp Quốc công nhận. WIPO mở rộng vai trò và cho thấy rõ hơn tầm quan trọng của quyền sở hữu trí tuệ trong việc quản lý th- ơng mại toàn cầu vào năm 1996 bằng việc tham gia một hiệp định hợp tác với Tổ chức Th- ơng mại Thế giới.

Năm 1898, BIRPI chỉ quản lý thực hiện 4 hiệp định quốc tế. Một thế kỷ sau, WIPO quản lý thực hiện 21 hiệp định (hai trong đó đ- ợc quản lý với sự hợp tác của các tổ chức quốc tế khác) và thực hiện một ch- ơng trình hoạt động phong phú và đa dạng. Thông qua các thành viên và ban th- ký, WIPO tìm cách:

- làm hài hoà luật pháp và thủ tục của quốc gia về sở hữu trí tuệ .
- Cung cấp dịch vụ đăng ký quốc tế đối với các quyền sở hữu công nghiệp.
- Trao đổi thông tin về sở hữu trí tuệ.
- Hỗ trợ pháp lý và kỹ thuật cho các n- ớc đang phát triển và các n- ớc khác.
- Hỗ trợ giải quyết tranh chấp sở hữu trí tuệ của cá nhân.
- Sử dụng công nghệ thông tin nh- một công cụ l- u giữ, tiếp cận và sử dụng thông tin sở hữu trí tuệ quý giá.

Thông tin nói trên đ- ợc chỉnh lại từ tài liệu trên trang chủ Internet của Tổ chức Sở hữu Trí tuệ Thế giới tại địa chỉ <http://www.wipo.org>. Xin vào địa chỉ này để lấy thông tin cập nhật về WIPO.

THUẬT NGỮ VỀ SỞ HỮU TRÍ TUỆ

CHUYỂN NHƯỢNG [bằng phát minh sáng chế - nhãn hiệu - bản quyền]. Đây là việc chuyển nhượng các quyền sở hữu trí tuệ. Ví dụ, việc chuyển nhượng về bằng phát minh sáng chế, là việc chuyển các quyền đầy đủ để bên được chuyển nhượng có quyền sở hữu bằng phát minh sáng chế đó. Việc chuyển nhượng có thể chuyển toàn bộ độc quyền sử dụng bằng phát minh sáng chế đó theo tỷ lệ không được phân chia (ví dụ theo tỷ lệ 50% lợi ích), hoặc chuyển tất cả các quyền trong một khu vực nhất định (ví dụ như một vùng cụ thể ở Hoa Kỳ). Việc chuyển nhượng ít hơn thế sẽ được coi là "giấy phép" (Xem phần **GIẤY PHÉP, UY TÍN**)

TÁC PHẨM NGHE NHÌN [bản quyền]. Một tác phẩm nghe nhìn có bản quyền bao gồm các hình ảnh có liên quan, được liên kết trong một chuỗi và sẽ được trình chiếu bằng máy, cũng như các âm thanh đi cùng với tác phẩm. Một ví dụ thông dụng của các tác phẩm nghe nhìn là việc trình chiếu được sử dụng trong thuyết trình bán hàng, giảng bài, hoặc giới thiệu về một bảo tàng.

TÁC GIẢ [bản quyền]. Bản quyền tác giả là bản quyền của người sáng tạo ra tác phẩm có bản quyền hoặc chủ lao động của người tạo ra tác phẩm có bản quyền trong phạm vi công việc được giao. "Tác giả" trong luật bản quyền không chỉ là các nhà viết văn, viết kịch, viết bài luận mà còn là những người sáng tạo ra các chương trình máy tính, sắp xếp dữ liệu trong danh bạ điện thoại, múa ba lê, chụp ảnh, điêu khắc đá, tranh sơn dầu, viết ca khúc, thu thanh, và biên dịch sách. (Xem phần **TÁC PHẨM CHO THUÊ, ĐỒNG TÁC GIẢ**).

CÔNG ƯỚC BERNE [bản quyền quốc tế]. Hiệp ước bản quyền đa phương quan trọng được ký tại Berne, Thụy Sĩ năm 1886. Các thành viên của Công ước Berne đã thành lập Liên minh Berne, bao gồm trên 70 quốc gia. Tổ chức Sở hữu Trí tuệ Thế giới (WIPO) là tổ chức quản lý của Liên minh Berne.

PHƯƠNG THỨC TỐI ƯU [bằng phát minh sáng chế]. Là điều kiện để cấp bằng phát minh sáng chế. Tác giả

phải miêu tả phương pháp tối ưu để sử dụng phát minh đó.

NHÃN HIỆU CỘNG ĐỒNG (CTM) [thương hiệu quốc tế]. Việc đăng ký thương hiệu do Văn phòng Thương hiệu Cộng đồng châu Âu cấp và có hiệu lực ở tất cả các nước thành viên Cộng đồng châu Âu.

TÁC PHẨM BIÊN TẬP [bản quyền]. Một tác phẩm biên tập có bản quyền là sự sắp xếp các tài liệu đã có từ trước. Sự sắp xếp phải cho thấy ít nhất có tính nguyên bản tối thiểu trong việc lựa chọn, tổ chức và sắp xếp các tài liệu mà không làm thay đổi về nội dung bên trong.

VI PHẠM CÓ TÍNH CHẤT CẤU THÀNH [bằng phát minh sáng chế - thương hiệu - bản quyền]. Việc vi phạm gián tiếp các quyền sở hữu trí tuệ của một người góp phần vào hành vi vi phạm trực tiếp của một người khác. Ví dụ như, các vi phạm có tính chất cấu thành của một thương hiệu xảy ra khi người sản xuất hàng hóa giúp đỡ hoặc khuyến khích các nhà phân phối của mình bán các hàng hoá đó như thể các mặt hàng thương tự của các nhà sản xuất khác.

SAO CHÉP [bản quyền - bằng phát minh sáng chế - thương hiệu]. Theo luật bản quyền, "việc sao chép" chỉ hai khái niệm riêng biệt như liên quan tới nhau. Để cấu thành hành vi vi phạm bản quyền, tác phẩm phải được "sao chép" theo nghĩa là nó phải thật giống tác phẩm có bản quyền, và nó phải được sao chép từ chính tác phẩm có bản quyền không giống như kết quả của việc sáng tạo trùng hợp, độc lập hoặc được lấy từ cùng một nguồn như của tác phẩm có bản quyền. Các tiêu chuẩn pháp lý về việc vi phạm bản quyền khác với việc vi phạm bằng phát minh sáng chế và thương hiệu; việc vi phạm sau không yêu cầu phải có bằng chứng về sự sao chép.

BẢN QUYỀN [bản quyền]. Là quyền duy nhất do chính phủ trao cho tác giả của tác phẩm để ngăn cản việc in sao, sửa đổi, hoặc phân phối tác phẩm, trình diễn hoặc trình bày tác phẩm đó trước công chúng. Bản quyền không bảo vệ các ý tưởng trừu tượng; nó chỉ bảo vệ việc diễn tả chính xác một ý tưởng. Để có

hiệu lực, tác phẩm đ- ọc cấp bản quyền phải có tính nguyên bản và sáng tạo.

HÀNG GIẢ [th- ơng hiệu]. Hành động sản xuất hoặc bán một sản phẩm có dùng nhãn hiệu làm giả một cách tính toán và có chủ ý. Một "th- ơng hiệu" giả là một th- ơng hiệu giống hệt hoặc không thể phân biệt đ- ọc với nhãn hiệu thật. Thông th- ờng, hàng giả đ- ọc làm bắt ch- ớc một sản phẩm nổi tiếng về cấu trúc và hình thức do đó làm cho khách hàng nghĩ là họ đang mua hàng thật.

MÔ TẢ PHỤ [bằng phát minh sáng chế]. Mô tả phụ về bằng phát minh sáng chế dẫn chiếu tới một mô tả tr- ớc đó và định nghĩa về một phát minh theo mức độ hẹp hơn so với mô tả tr- ớc đó. Mô tả phụ đ- ọc làm thành văn bản có tính ngắn gọn hơn mô tả tr- ớc đó.

TÁC PHẨM PHÁT SINH [bản quyền]. Là tác phẩm dựa trên một tác phẩm đã có sẵn đ- ọc thay đổi, có động lại hoặc h- cấu thêm d- ối hình thức nào đó.

NHÃN HIỆU MIÊU TẢ [th- ơng hiệu]. Một từ, một bức tranh hay một biểu t- ợng khác miêu tả hàng hóa hoặc dịch vụ có liên quan đến việc chúng đ- ọc sử dụng, nh- mục đích của chúng, kích th- ớc và màu sắc, hoặc tác động cuối cùng lên ng- ời sử dụng. Thuật ngữ miêu tả không đ- ọc xem là có tính khác biệt vốn có; để có giá trị đăng ký hoặc bảo vệ tr- ớc tòa, nó cần bằng chứng xác nhận tính khác biệt, đ- ọc gọi là "nghĩa thứ hai" (*XEM Ý NGHĨA THỨ HAI, NHÃN HIỆU GỌI Ý*)

BẰNG THIẾT KẾ [bằng phát minh sáng chế]. Là việc chính phủ trao độc quyền về một kiểu dáng công nghiệp có tính kiểu cách, mới, ch- a ai biết. Bằng thiết kế xác nhận quyền để ngăn chặn những ng- ời khác làm, sử dụng, hoặc bán các thiết kế gần giống với thiết kế đã đ- ọc cấp bằng. Bằng thiết kế kiểu dáng bao gồm các khía cạnh trang trí của một kiểu dáng; các chức năng của nó đ- ọc nêu trong bằng và giải pháp hữu ích. Bằng thiết kế kiểu dáng và giải pháp hữu ích có thể bao hàm các mặt khác nhau của cùng một vấn đề, nh- là một động cơ hay một chiếc đèn.

LÀM MẤT UY TÍN [th- ơng hiệu]. Một hình thức vi phạm th- ơng hiệu mà trong đó việc sử dụng của ng- ời bị kiện, trong khi không gây ra sự nhầm lẫn, làm mờ hình ảnh hoặc làm mất tính đặc tr- ợng của nhãn hiệu của bên kiện. Để có đ- ọc sức mạnh bán

hàng hoặc sự thừa nhận đ- ọc bảo hộ bằng cơ chế chống mất uy tín, một nhãn hiệu phải t- ơng đối mạnh và nổi tiếng, ít nhất là đối với một nhóm ng- ời, một sản phẩm hoặc một vùng nhất định.

QUYỀN PHÂN PHỐI [bản quyền]. Sự độc quyền của chủ sở hữu bản quyền trong việc phân phối các bản sao hoặc bản ghi âm tác phẩm của mình tr- ớc công chúng bằng việc bán, cho thuê tác phẩm. Không giống nh- các quyền khác của bản quyền, quyền phân phối bị vi phạm chủ yếu là do việc chuyển nh- ợng các bản sao của tác phẩm, cho dù tác phẩm đ- ọc sao chép một cách hợp pháp hay bất hợp pháp, trừ tr- ờng hợp theo "Lý thuyết Bán ra đầu tiên" (*XEM LÝ THUYẾT BÁN RA ĐẦU TIÊN*).

CÁC TÊN MIỄN [th- ơng hiệu]. Các tên và các từ mà các công ty thiết kế cho các địa chỉ truy cập trên Internet, nh- tên tạp chí "Forbes" trong URL <http://www.forbes.com>. Các tranh chấp th- ơng mại phát sinh khi nhiều công ty cố gắng sử dụng cùng một tên truy cập, hoặc một công ty sử dụng nhãn hiệu hoặc tên một sản phẩm của công ty khác cho URL của mình.

THỜI HẠN [bằng phát minh sáng chế - th- ơng hiệu - bản quyền - bí mật th- ơng mại]. Là thời hạn hoặc khoảng thời gian có hiệu lực của quyền sở hữu công nghiệp. Ví dụ, bằng phát minh sáng chế về một phát minh của Hoa Kỳ có thời hạn 20 năm kể từ ngày nộp đơn xin cấp bằng, giống nh- bằng phát minh sáng chế về cây trồng. Thời hạn cơ bản của một bản quyền của Hoa Kỳ là tuổi thọ của tác giả cộng thêm 70 năm. Việc bảo hộ các thông tin nh- một bí mật th- ơng mại sẽ kéo dài tới chừng nào thông tin đó còn bí mật.

TƯỜNG ĐƯƠNG, HỌC THUYẾT [bằng phát minh sáng chế]. Là một qui định về việc giải thích một khiếu nại mà theo đó một hàng hóa hoặc một quy trình, mặc dù không vi phạm về mặt từ ngữ, vẫn là một vi phạm nếu các chức năng của nó hoạt động hoàn toàn giống theo cùng một cách để có đ- ọc các kết quả giống nh- hàng hóa hoặc quy trình đã đ- ọc cấp bằng phát minh sáng chế.

SỬ DỤNG HỢP LÝ [bản quyền - th- ơng hiệu]. Là sự biện hộ tr- ớc lời buộc tội vi phạm bản quyền hoặc th- ơng hiệu. Đối với bản quyền, các tòa án Hoa Kỳ xem xét bốn nhân tố trong việc xác định nếu có lời biện hộ với lý do sử dụng hợp lý; mục đích và bản chất của sự vi phạm; nội dung của tác phẩm có bản

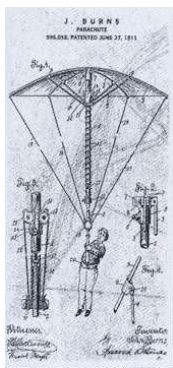
quyền; tầm quan trọng của phần đ- ợc sử dụng đối với toàn bộ tác phẩm và tác động của việc sử dụng đối với giá trị của tác phẩm bản quyền trên thị tr- ờng. Đối với th- ơng hiệu, ng- ời sử dụng thứ hai phải cho thấy họ không sử dụng nhãn hiệu miêu tả, miêu tả địa lý hoặc tên cá nhân theo ý nghĩa th- ơng hiệu mà chỉ mô tả hàng hóa hoặc dịch vụ của họ hoặc xuất xứ hàng hóa, hoặc tên của ng- ời đang kinh doanh.

HẠN CHẾ LĨNH VỰC SỬ DỤNG [sở hữu trí tuệ nói chung - chống độc quyền]. Là một điều khoản trong giấy phép sở hữu trí tuệ hạn chế ng- ời đ- ợc cấp giấy phép, chỉ đ- ợc sử dụng tài sản đ- ợc cấp giấy phép trong một thị tr- ờng hàng hóa hoặc dịch vụ xác định.

THUYẾT BÁN HÀNG ĐẦU TIÊN [bản quyền]. Một ngoại lệ đối với độc quyền của chủ sở hữu bản quyền trong việc phân phối các bản sao hoặc thu thanh tác phẩm có bản quyền. Theo nguyên tắc này, chủ sở hữu bản quyền có quyền bán bản sao của một tác phẩm nh- ng không có quyền quản lý các lần bán ra tiếp theo của bản sao đó (Xem **QUYỀN PHÂN PHỐI**).

QUYỀN NỘP ĐƠN ĐẦU TIÊN [bằng phát minh sáng chế - th- ơng hiệu]. Là qui định theo đó, ví dụ nh- bằng phát minh sáng chế, thì việc - u tiên sẽ đ- ợc xác định cho ng- ời nộp đơn xin cấp bằng đầu tiên chứ không phải là cho ng- ời đầu tiên phát minh. Luật này đ- ợc hầu hết các n- ớc trên thế giới áp dụng, trừ Hoa Kỳ. Đối với th- ơng hiệu, thì việc - u tiên giữa các đơn đăng ký có tranh chấp đ- ợc xử lý bằng cách cho xuất bản đơn xin có ngày nộp đơn sớm nhất để xem phản ứng có thể từ phía ng- ời nộp đơn vào một ngày muộn hơn. ở Hoa Kỳ, quyền sở hữu một th- ơng hiệu đ- ợc quyết định cho ng- ời sử dụng đầu tiên, chứ không phải ng- ời đầu tiên nộp đơn đăng ký. Tuy nhiên, theo hệ thống muốn sử dụng mới, việc nộp đơn đăng ký có thể đ- ợc tiến hành tr- ớc khi thực sử dụng một nhãn hiệu (Xem **NỘP ĐƠN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG**).

PHÁT MINH ĐẦU TIÊN [bằng phát minh sáng chế]. Là luật mà theo đó việc - u tiên hơn trong việc cấp bằng phát minh sáng chế đ- ợc cấp cho ng- ời đầu tiên thực sự phát minh, chứ không phải là cho ng- ời đầu tiên nộp đơn xin cấp bằng. Luật này đ- ợc áp dụng ở Hoa Kỳ.



J. Burns cung cấp một bản vẽ mô tả nhiều cơ chế khác nhau và hoạt động của ý t- ờng cánh dù để đ- ợc cấp bằng phát minh sáng chế cho thiết bị này vào ngày 27/6/1911. Bản vẽ này đ- ợc ký bởi nhà phát minh, luật s- của ông và ng- ời làm chứng ký.

KHẢ NĂNG HOẠT ĐỘNG [bằng phát minh sáng chế - th- ơng hiệu - bản quyền]. Là khía cạnh đó của thiết kế làm cho một sản phẩm có công dụng tốt hơn so với mục đích dự định của nó, chứ không phải với mục đích làm cho sản phẩm trông tốt hơn hoặc để xác định nguồn gốc th- ơng mại của nó.

TÊN CHUNG [th- ơng hiệu]. Là một từ đ- ợc đa số sử dụng để đặt tên cho một nhóm sản phẩm hoặc dịch vụ, nh- "máy tính cá nhân" hoặc "điện thoại di động". Không một ai có thể có quyền về th- ơng hiệu đối với một tên gọi chung.

UY TÍN [th- ơng hiệu]. Giá trị của doanh nghiệp hoặc của một loạt hàng hóa hoặc dịch vụ, v- ợt cả giá trị hữu hình của nó, phản ánh danh tiếng th- ơng mại của nó. Một doanh nghiệp có uy tín tốt vẫn giữ đ- ợc uy tín của mình dù mọi tài sản hữu hình của nó đã bị phá huỷ - đó là uy tín. Vì một th- ơng hiệu hoặc một nhãn hiệu dịch vụ là biểu t- ờng của uy tín của một doanh nghiệp, việc vi phạm th- ơng hiệu là một hình thức ăn cắp uy tín.

PHÂN BIỆT THỂ HIỆN Ý T- ỜNG [bản quyền]. Là qui định cơ bản của luật nói rằng luật bản quyền không bảo vệ một ý t- ờng mà chỉ bảo vệ sự thể hiện cụ thể một ý t- ờng.

VI PHẠM [sở hữu bản quyền nói chung]. Là việc xâm phạm việc độc quyền sở hữu trí tuệ. Vi phạm giải pháp hữu ích liên quan đến việc chế tạo, sử dụng hoặc bán sản phẩm hoặc ph- ơng pháp đã đ- ợc cấp bằng mà không đ- ợc phép. Việc vi phạm thiết kế kiểu dáng liên quan đến việc xây dựng một thiết kế, theo quan sát thông th- ờng, hoàn toàn giống thiết kế hiện có, nếu sự giống nhau có ý định là buộc ng- ời xem mua một hàng hoá mà họ cho rằng nó là hàng hoá khác. Việc vi phạm th- ơng hiệu bao gồm việc sử dụng ch- a đ- ợc phép hoặc bắt ch- ớc một nhãn hiệu của một ng- ời khác để nói dối, gây nhầm lẫn, hoặc đánh lừa ng- ời khác. Vi phạm bản quyền liên quan đến việc in sao, sửa chữa, phân phối, biểu diễn tr- ớc công chúng một tác phẩm có bản quyền của một ng- ời khác.

TÀI SẢN TRÍ TUỆ [bằng phát minh sáng chế - th- ơng hiệu - cạnh tranh không lành mạnh - bản quyền - bí mật th- ơng mại - quyền lợi tinh thần]. Các ý t- ờng sáng tạo và cách diễn tả suy nghĩ của con ng- ời có giá trị th- ơng mại và đ- ợc bảo hộ pháp lý về quyền sở hữu. Các ph- ơng thức pháp lý chủ chốt của việc bảo

hộ quyền sở hữu trí tuệ là bản quyền, bằng phát minh sáng chế và th- ơng hiệu. Quyền sở hữu trí tuệ cho phép chủ sở hữu quyền lựa chọn ai có thể tiếp cận và sử dụng tài sản của mình và bảo vệ nó tr- ớc việc sử dụng không đ- ợc phép.

NỘP ĐƠN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG [th- ơng hiệu]. áp dụng từ năm 1989 tại Hoa Kỳ, một biện pháp lựa chọn áp dụng trong việc đăng ký th- ơng hiệu liên bang dựa trên ý định công khai việc sử dụng nhãn hiệu đó cho các hàng hóa hoặc sản phẩm nhất định.

PHÁT MINH [bằng phát minh sáng chế]. Việc sáng tạo ra một ý t- ờng kỹ thuật mới và ph- ơng tiện vật chất để hoàn thành hoặc thể hiện ý t- ờng đó. Để có thể đ- ợc cấp bằng, một phát minh phải là mới, có tính hữu dụng, và khác với những gì mà một ng- ời sử dụng thông hiểu có thể nghĩ tới.

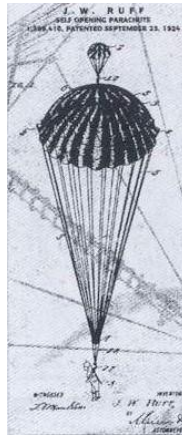
ĐỒNG TÁC GIẢ [bản quyền]. Là các tác giả của một tác phẩm có bản quyền, những ng- ời mà đã cùng đóng góp nỗ lực riêng của mình vào tác phẩm. Nếu có quyền đồng tác giả thì sẽ có quyền đồng sở hữu về bản quyền của tác phẩm đ- ợc tạo ra. Các đồng sở hữu chủ đ- ợc đối xử giống nh- ững "ng- ời cùng thuê nhà" theo đó từng đồng sở hữu chủ sẽ có quyền độc lập cho phép sử dụng một tác phẩm, tùy thuộc vào việc tính lợi nhuận cho các đồng chủ sở hữu khác.

ĐỒNG PHÁT MINH [bằng phát minh sáng chế]. Là hai hoặc hơn hai nhà phát minh của cùng một sáng chế làm việc cùng nhau trong quá trình sáng tạo.

BẮT CHỖ [bằng phát minh sáng chế - th- ơng hiệu - bản quyền]. Một bản sao giống một tác phẩm hay hàng hóa mà đ- ợc bảo hộ bằng bằng phát minh sáng chế, bằng th- ơng hiệu, bằng bao bì th- ơng mại, hoặc bằng bản quyền.

BÍ QUYẾT [bí mật th- ơng mại]. Thông tin cho phép một ng- ời thực hiện một công việc cụ thể hoặc vận hành một ph- ơng thức hoặc quá trình.

GIẤY PHÉP [bằng phát minh sáng chế - th- ơng hiệu - bản quyền]. Sự cho phép sử dụng quyền sở hữu trí tuệ trong một khoảng thời gian, phạm vi, thị tr- ờng, hoặc một lãnh thổ nhất định. Theo luật sở hữu trí tuệ thì có sự khác biệt quan trọng giữa "giấy phép độc quyền" và "giấy phép không độc quyền". Giấy phép



Có lẽ xây dựng trên ý t- ờng của J. Burns (xem minh họa ở trang tr- ớc), J.W. Ruff đ- ợc cấp bằng phát minh sáng chế vào ngày 23/9/1924 cho loại dù tự mở của ông.

độc quyền là sự "độc quyền" trong một phạm vi nhất định; nó không phải là giấy phép duy nhất do chủ sở hữu tài sản trí tuệ cấp. Bằng việc cấp giấy phép độc quyền, ng- ời cấp giấy phép cam kết sẽ không cấp các giấy phép khác với các quyền t- ờng tự trong cùng một phạm vi hoặc cùng lĩnh vực của giấy phép độc quyền. Tuy nhiên, chủ sở hữu có thể cấp không hạn chế số l- ợng các giấy phép không độc quyền với các quyền t- ờng tự. Trong giấy phép không độc quyền, quyền sở hữu vẫn thuộc về ng- ời cấp phép. Giấy phép bằng phát minh sáng chế là việc chuyển giao các quyền mà không bao gồm việc chuyển nh- ợng bằng. Một th- ơng hiệu hay một nhãn hiệu dịch vụ chỉ có thể cấp phép khi ng- ời cấp kiểm soát đ- ợc bản chất và chất l- ợng của hàng hóa và dịch vụ bán theo giấy phép d- ới nhãn hiệu đ- ợc phép. Theo luật bản quyền, ng- ời đ- ợc cấp giấy phép độc quyền là chủ sở hữu một quyền cụ thể của bản quyền, và họ có thể kiện về việc vi phạm quyền đã đ- ợc cấp phép. Không bao giờ có hơn một bản quyền cho cùng một tác phẩm cho dù chủ sở hữu cấp giấy phép độc quyền về các quyền khác nhau cho những ng- ời khác nhau.

SỬ DỤNG SAI [cạnh tranh không lành mạnh]. Một hình thức cạnh tranh không lành mạnh theo luật án lệ, theo đó một cá nhân hoặc một công ty sao chép hoặc sử dụng phát minh của ng- ời khác không đ- ợc bảo hộ bởi bằng phát minh sáng chế, bản quyền, hoặc luật th- ơng hiệu, hoặc bất kỳ lý thuyết truyền thống nào khác về độc quyền.

QUYỀN LỢI TINH THẦN [bản quyền - quyền tác giả]. Một số quyền của tác giả, ngoài các quyền đ- ợc qui định trong luật bản quyền, mà đ- ợc hệ thống luật pháp châu Âu và một số n- ớc khác công nhận. Các quyền lợi tinh thần th- ờng nằm trong ba lĩnh vực: quyền của tác giả đ- ợc th- ờng với t- cách là tác giả của tác phẩm, ngăn chặn những ng- ời khác trong việc lạm dụng tên tác giả, hoặc ngăn chặn việc sử dụng tên tác giả cho các tác phẩm không phải do tác giả sáng tác; quyền của tác giả ngăn cản việc sửa chữa tác phẩm; và quyền của tác giả trong việc rút tác phẩm ra khỏi phân phối nếu nó không còn thể hiện quan điểm của tác giả .

TÁC PHẨM ÂM NHẠC [bản quyền]. Là một nhóm các tác phẩm có thể có bản quyền đ- ợc diễn tả bằng hình thức âm thanh. Một tác phẩm âm nhạc có thể đ- ợc diễn tả d- ới nhiều dạng vật chất đ- ợc phân loại là các "bản sao" (ví dụ nh- bìa nhạc) hoặc "thu thanh" (nh- đĩa compact hoặc băng). Một bài hát của một

nhà viết nhạc đ- ợc bảo hộ bởi bản quyền tác phẩm âm nhạc, nh- ng việc thu thanh bài hát đó thì đ- ợc bảo hộ bởi bản quyền thu thanh.

THÔNG BÁO (bằng phát minh sáng chế - bản quyền - th- ơng hiệu). Là dấu hiệu hoặc thông báo chính thức gắn vào hàng hoá để thể hiện hoặc tái tạo quyền sở hữu trí tuệ - ví dụ nh- việc đặt chữ "bằng sáng chế" hoặc chữ viết tắt của nó cùng với số của bằng trên hàng hoá do ng- ời có bằng hoặc bên đ- ợc phép tạo ra. Dấu hiệu theo luật chính thức của việc đăng ký th- ơng hiệu của Hoa Kỳ là chữ R nằm trong dấu tròn, "Reg. U.S. Pat. & Tm. Off.," hoặc "Đăng ký tại Văn phòng Th- ơng hiệu và Bằng Phát minh Sáng chế Hoa Kỳ". Rất nhiều công ty sử dụng các dấu hiệu th- ơng hiệu không chính thống, nh- "Brand", "TM", "Trademark". "SM", hoặc "Nhãn hiệu Dịch vụ", gần giống các chữ hoặc các ký hiệu đ- ợc coi là các nhãn hiệu đ- ợc bảo hộ. Dấu hiệu bản quyền bao gồm chữ C trong dấu hiệu hình tròn hoặc chữ "Copr." hoặc "Bản quyền", tên chủ sở hữu bản quyền và năm xuất bản đầu tiên.

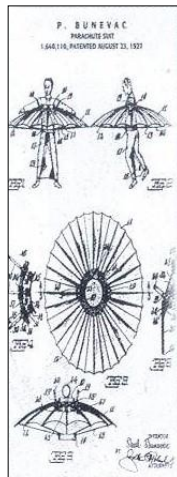
TÍNH MỚI [bằng phát minh, sáng chế]. Là một trong ba điều kiện mà một phát minh phải thoả mãn để có thể đ- ợc cấp bằng. Tính mới là hiện thời nếu mọi chi tiết của phát minh không giống với thông tin có sẵn.

TÍNH ĐỂ NHẬN [bằng phát minh sáng chế]. Là điều kiện mà một phát minh không thể đ- ợc cấp bằng có giá trị nếu ng- ời có kỹ năng trong lĩnh vực công nghệ đó có thể dễ dàng đ- a ra nguồn gốc của phát minh từ các thông tin công khai sẵn có (tr- ớc khi xuất hiện).

RAO BÁN [bằng phát minh sáng chế]. Là tr- ờng hợp mà nhà phát minh không thể có đ- ợc bằng phát minh sáng chế nếu đợi thêm hơn một năm nữa để nộp đơn xin cấp bằng sau khi sản phẩm sử dụng phát minh đ- ợc sản xuất đã đ- ợc "rao bán".

KỸ NĂNG THÔNG THƯỜNG, VỀ NGHỆ THUẬT [bằng phát minh sáng chế]. Là mức độ kiến thức về kỹ thuật, kinh nghiệm, và chuyên môn của kỹ s- , các học giả do ng- ời kỹ s- , nhà khoa học hoặc ng- ời thiết kế về một công nghệ liên quan đến phát minh.

KẾT THÚC [th- ơng hiệu]. (1) Là việc thay thế một nhãn hiệu hàng hóa bằng một tên khác. (2) Vi phạm th- ơng hiệu theo đó ng- ời vi phạm cố tình lừa dối ng- ời mua. (3) Việc vi phạm th- ơng hiệu theo đó không có bằng chứng về việc cố tình vi phạm nh- ng



Vào ngày 23/8/1927, P. Bunevac đ- ợc cấp bằng phát minh sáng chế cho loại áo dù, một phát minh khác với các loại dù tr- ớc đó ở chỗ ng- ời sử dụng thực sự mặc loại thiết bị này trên ng- ời thay vì bị treo vào chiếc dù.

việc gây nhầm lẫn là có thể xảy ra. (4) ở các n- ớc theo luật Anh, các hành động bất hợp pháp theo luật án lệ, một phần của luật th- ơng hiệu đã đăng ký, liên quan đến việc xuyên tạc hàng hóa ngoài luật th- ơng hiệu đã đăng ký, liên quan đến việc giải thích sai về hàng hoá và dịch vụ của một ng- ời nh- là sản phẩm hàng hoá của ng- ời cạnh tranh, th- ờng bằng việc sử dụng nhãn mác t- ơng tự.

BẰNG PHÁT MINH SÁNG CHẾ [bằng phát minh sáng chế]. Đ- ợc chính quyền liên bang cấp cho nhà phát minh sáng chế quyền không cho phép ng- ời khác sao chép, sử dụng hoặc bán phát minh của mình. Có ba loại bằng phát minh sáng chế ở Hoa Kỳ: bằng giải pháp hữu ích liên quan đến các chức năng của sản phẩm hoặc quy trình; bằng thiết kế kiểu dáng về thiết kế trang trí cho các đối t- ượng hữu ích khác; và bằng về cây trồng cho một loại cây trồng mới. Các bằng không bảo vệ các ý t- ờng bảo vệ, mà chỉ là cơ cấu và ph- ơng thức áp dụng các khái niệm kỹ thuật. Từng loại bằng có liên quan đến quyền loại trừ việc ng- ời khác không đ- ợc vi phạm phạm vi công nghệ xác định, thiết kế kiểu dáng công nghiệp, hoặc đa dạng thực vật. Để có quyền loại trừ này, nhà phát minh phải công bố toàn bộ chi tiết phát minh tr- ớc công chúng để mọi ng- ời có thể hiểu nó và sử dụng nó để phát triển thêm về công nghệ. Một khi bằng phát minh hết hạn, xã hội có quyền tạo ra và sử dụng phát minh và có quyền tiết lộ hoàn toàn đầy đủ về cách làm.

TRÌNH DIỄN [bản quyền]. Là việc kể lại, thực hiện, sử dụng, biểu diễn hoặc trình bày một tác phẩm bản quyền, bao gồm cả việc trình diễn bằng cách truyền tin qua đài hoặc vô tuyến và việc tiếp sóng phát thanh qua ph- ơng thức truyền thông. Quyền trình diễn tác phẩm bản quyền một các công khai đ- ợc trao cho tất cả các loại tác phẩm có bản quyền trừ các tác phẩm hội họa, điêu khắc và thu thanh.

THU THANH [bản quyền]. Là đối t- ượng t- liệu l- u trữ hoặc thu ghi âm thanh có bản quyền, nh- băng ghi âm, đĩa compact, mạch điện tử máy tính để ghi âm, khác với âm thanh của phim ảnh.

TÁC PHẨM GỐC [bằng phát minh sáng chế]. Là thông tin hiện có về thông tin công nghệ dựa vào đó một phát minh đ- ợc đánh giá để xác định nếu tác phẩm đó có tính mới lạ, khó nhận biết và do vậy có thể cấp bằng phát minh sáng chế.

MÔ TẢ VỀ QUY TRÌNH [bằng phát minh sáng chế]. Là mô tả của một bằng phát minh sáng chế về ph-ong thức mà theo đó một phát minh đ-ợc thực hiện theo các b-ớc định tr-ớc, khác với yêu cầu về sản phẩm hoặc máy móc thì chỉ mô tả kết cấu sản phẩm.

MÔ TẢ VỀ SẢN PHẨM THEO QUY TRÌNH [bằng phát minh sáng chế]. Là mô tả về bằng phát minh sáng chế mà theo đó một sản phẩm mô tả bằng cách xác định quy trình mà sản phẩm đ-ợc tạo ra. Hình thức mô tả sản phẩm theo quy trình th-ờng đ-ợc sử dụng để định nghĩa các hợp chất hóa học mới vì rất nhiều hóa chất, d-ợc phẩm và thuốc men có thể đ-ợc xác định chính xác bằng cách miêu tả quá trình sản xuất ra chúng.

MÔ TẢ VỀ SẢN PHẨM [bằng phát minh sáng chế]. Là mô tả của bằng phát minh sáng chế đề cập đến kết cấu, máy móc, hoặc cấu thành của một sản phẩm, trái ng-ợc với mô tả quy trình chỉ đề cập đến ph-ong thức hoặc qui trình.

CÔNG BỐ [bản quyền]. Việc phân phát các bản sao hoặc ch-ong trình thu thanh của tác phẩm cho công chúng.

PHẠM VI CÔNG KHAI [sở hữu trí tuệ nói chung]. Là tình trạng của một phát minh, tác phẩm sáng tạo, biểu t-ợng th-ong mại hoặc bất kỳ các sáng tạo khác không đ-ợc bảo hộ bởi một hình thức sở hữu trí tuệ nào đó. Những gì đ-ợc xác định là thuộc vùng công khai thì bất kỳ ai cũng có thể sao chép và sử dụng. Việc sao chép những thông tin đó không những đ-ợc phép mà còn đ-ợc khuyến khích nh- là một phần của quá trình cạnh tranh (Xem phần **SAO CHÉP, SỞ HỮU TRÍ TUỆ**).

HOÀN TẤT PHÁT MINH (bằng phát minh sáng chế). Phần vật chất của quá trình phát minh làm hoàn thiện và kết thúc quá trình phát minh. Sau khi hoàn tất phát minh, phát minh đã hoàn chỉnh để đ-ợc cấp bằng bảo hộ theo luật.

ĐĂNG KÝ LẠI [th-ong hiệu - bản quyền]. Là việc kéo dài thời hạn đăng ký của một th-ong hiệu hoặc kéo dài thời hạn của bản quyền.

TRUY NG ỢC CÔNG NGHỆ [bí mật th-ong mại]. Một ph-ong pháp thu nhận thông tin kỹ thuật bằng cách bắt đầu với một sản phẩm có sẵn và xác định nó

đ-ợc làm từ nguyên liệu gì, cái gì làm cho nó hoạt động và nó đ-ợc sản xuất ra nh- thế nào. Ph-ong pháp này đi theo chiều ng-ợc lại với quy trình nghiên cứu công nghệ bình th-ờng bắt đầu với dữ liệu kỹ thuật để sản xuất ra một sản phẩm. Nếu một sản phẩm hoặc nguyên liệu là đối t-ợng của ph-ong pháp truy ng-ợc công nghệ đ-ợc lấy một cách phù hợp thì quy trình có tính hợp lý và hợp pháp.

QUYỀN QUAN HỆ CÔNG CỘNG [sở hữu trí tuệ nói chung] Là quyền cố hữu của con ng-ời trong việc để kiểm soát đ-ợc việc sử dụng có tính th-ong mại tác phẩm của họ.

Ý NGHĨA THỨ HAI [th-ong hiệu]. Một ý nghĩa đối với th-ong hiệu và nhãn hiệu sản phẩm là khách hàng th-ờng gắn liền với nhãn hiệu riêng của một sản phẩm hay mục đích. Sự khác biệt có đ-ợc này đ-ợc gọi là "ý nghĩa thứ hai" vì nó đ-ợc xếp hạng hai so với ý nghĩa chủ yếu của một từ. Một từ nh- "tốt nhất" đối với sữa đ-ợc coi là có tính mô tả và không tự nó có tính khác biệt. ý nghĩa chủ yếu là loại sữa đ-ợc mô tả nh- vậy đ-ợc coi là tốt nhất. Để có đ-ợc độc quyền th-ong hiệu cho một sản phẩm gọi là "Sữa Tốt Nhất", một ng-ời bán hàng sử dụng chữ này phải sử dụng nó làm sao để nó đạt đ-ợc ý nghĩa thứ hai cho biết rằng mọi loại sữa có ghi "tốt nhất" đều có chung một nguồn gốc th-ong mại.

NHÃN HIỆU DỊCH VỤ [th-ong hiệu]. Một chữ, khẩu hiệu, hình ảnh hoặc bất kỳ biểu t-ợng nào khác đ-ợc dùng để xác định hoặc phân biệt một dịch vụ (dịch vụ khách sạn và cửa hàng ăn uống, dịch vụ bán hàng, dịch vụ đầu t- và, v.v..) khác với một sản phẩm.

KỸ NĂNG NGHỀ NGHIỆP (bằng phát minh sáng chế). Một mức độ thông thạo bình th-ờng về một công nghệ nhất định mà trên cơ sở đó phát minh đ-ợc tìm ra. (Xem **SỰ ĐỂ NHẬN BIẾT**)

GHI ÂM [bản quyền]. Một loại tác phẩm có bản quyền bao gồm các âm thanh đ-ợc ghi lên một ph-ong tiện ghi âm.

GẮN T ỢNG TỰ [bản quyền]. Mức độ giống nhau giữa một tác phẩm có bản quyền và tác phẩm thứ hai có đủ các yếu tố để cấu thành việc vi phạm bản quyền. Dấu hiệu đúng chính xác từng từ hoặc từng dòng không nhất thiết là sự vi phạm bản quyền. Thay vào đó, Hoa Kỳ đã chọn cụm từ "gắn t-ong tự" để xác định mức độ t-ong tự, cùng với bằng chứng về tính

hiệu lực và sao chép, cấu thành nên sự vi phạm bản quyền.

NHÂN HIỆU GỌI Ý [th- ơng hiệu]. Một từ, hình ảnh, hoặc biểu t- ơng khác cho biết, nh- ng không trực tiếp mô tả một điều gì đó về hàng hoá hay dịch vụ có liên quan đến một nhãn hiệu. Ví dụ, "goliath" dùng cho bút chì gỗ cho biết kích cỡ lớn, nh- ng không miêu tả bằng chữ đặc điểm đó. Một thuật ngữ gọi ý đ- ợc coi là tự nó có tính khác biệt và không cần bằng chứng về ý nghĩa thứ hai khi đăng ký hoặc biện bộ tr- ớc toà. (Xem **NHÂN HIỆU MÔ TẢ**)

DĂNG KÝ BỔ SUNG [th- ơng hiệu]. Việc đăng ký bằng chữ, biểu t- ơng, bao bì th- ơng mại, sản phẩm hoặc hình dáng container hoặc khẩu hiệu không đáp ứng yêu cầu đăng ký th- ơng hiệu nh- ng có thể đạt đ- ợc khi chúng có đ- ợc ý nghĩa thứ hai. (Xem **Ý NGHĨA THỨ HAI**)

BAO BÌ TH- ƠNG MẠI [th- ơng hiệu]. Toàn bộ các yếu tố trong đó sản phẩm hoặc dịch vụ đ- ợc đóng gói nh- hình dáng và hình thức của sản phẩm hoặc container, trang bìa của một cuốn sách hoặc tạp chí và hình dáng khác biệt và dễ nhận ra của một chiếc ô tô. Các yếu tố này hợp lại tạo thành hình ảnh đ- ợc giới thiệu với ng- ời tiêu dùng và có thể có đ- ợc độc quyền nh- một th- ơng hiệu nhằm xác định biểu t- ơng xuất xứ.

TH- ƠNG HIỆU [th- ơng hiệu]. 1. Một chữ, khẩu hiệu, kiểu dáng, hình ảnh, hoặc các biểu t- ơng khác đ- ợc dùng để xác định và phân biệt hàng hoá. 2. Bất kỳ biểu t- ơng phân biệt nào bao gồm một chữ, kiểu dáng hoặc hình dạng của sản phẩm hoặc container đáp ứng yêu cầu về pháp lý nh- một th- ơng hiệu, nhãn hiệu dịch vụ và nhãn hiệu chung, nhãn hiệu chứng nhận, tên th- ơng mại hoặc hình thức th- ơng mại. Th- ơng hiệu xác định hàng hoá của một ng- ời bán và phân biệt chúng với hàng hoá do ng- ời khác bán. Chúng cho biết rằng mọi hàng hoá có nhãn hiệu có nguồn gốc và đ- ợc quản lý bởi một nguồn duy nhất và th- ơng có một mức chất l- ợng nh- nhau. Và chúng quảng bá, thúc đẩy và nói chung hỗ trợ việc bán hàng. Một th- ơng hiệu bị vi phạm bởi một ng- ời khác nếu việc sử dụng th- ơng hiệu của ng- ời đó gây ra sự nhầm lẫn về nguồn gốc, hỗ trợ, quan hệ hoặc tài trợ.

TÊN TH- ƠNG MẠI [th- ơng hiệu]. Một biểu t- ơng đ- ợc dùng để xác định và phân biệt các công ty, hợp danh, và doanh nghiệp ng- ợc với nhãn hiệu đ- ợc sử dụng để xác định và phân biệt hàng hoá hoặc dịch vụ.

BÍ MẬT TH- ƠNG MẠI [bí mật th- ơng mại]. Thông tin kinh doanh là đối t- ợng của những cố gắng nhằm giữ bí mật và có giá trị vì không đ- ợc biết đến rộng rãi trong th- ơng mại. Thông tin bí mật đó đ- ợc bảo hộ chống lại những ng- ời tiếp cận thông tin này qua cách thức không phù hợp hoặc bằng việc tiết lộ bí mật. Vi phạm bí mật th- ơng mại là một kiểu cạnh tranh không lành mạnh. (Xem **CẠNH TRANH KHÔNG LÀNH MẠNH**).

HỮU ÍCH [bằng phát minh sáng chế]. Sự có ích của một phát minh đ- ợc cấp bằng phát minh sáng chế. Để đ- ợc cấp bằng, một phát minh phải thực hiện chức năng "có ích" cho xã hội.

TỔ CHỨC SỞ HỮU TRÍ TUỆ THẾ GIỚI (WIPO) [quốc tế]. Một trong số 16 cơ quan chuyên môn của Liên Hợp Quốc . WIPO, có trụ sở ở Geneva, Thụy Sĩ, đ- ợc thành lập năm 1967 và có trách nhiệm thúc đẩy việc bảo hộ sở hữu trí tuệ trên toàn thế giới. Nó hoàn thành trách nhiệm này bằng việc thúc đẩy hợp tác giữa các quốc gia trong lĩnh vực sở hữu trí tuệ, quản lý nhiều "liên hiệp" và các tổ chức hiệp định khác đ- ợc thành lập trên cơ sở các hiệp định đa ph- ơng và tạo ra các luật mẫu để các n- ớc đang phát triển thông qua.

LÀM THUÊ [bản quyền] Một công việc do ng- ời lao động thực hiện trong phạm vi công việc của họ hay một công việc đ- ợc nghiệm thu mà các bên thoả thuận bằng văn bản sẽ đ- ợc coi là làm thuê. Cá nhân, hợp danh hay công ty thực sự đ- ợc coi là tác giả và chủ sở hữu bản quyền từ thời điểm tạo ra tác phẩm.

TỔ CHỨC TH- ƠNG MẠI THẾ GIỚI (WTO) [th- ơng mại quốc tế - sở hữu trí tuệ]. Một tổ chức quốc tế chuyên về xây dựng quy tắc về th- ơng mại giữa các quốc gia. Nền tảng của tổ chức này là các hiệp định đ- ợc đàm phán và ký kết bởi một loạt các quốc gia trên thế giới. Các văn kiện này quy định các quy tắc nền tảng về mặt pháp lý cho th- ơng mại quốc tế. Ba mục đích chủ yếu của WTO là giúp thúc đẩy tự do hóa th- ơng mại, là diễn đàn cho các cuộc đàm phán th- ơng mại và là nơi giải quyết các tranh chấp th- ơng mại.

Các thông tin trên đ- ợc cho phép trích dẫn từ McCarthy's Desk Encyclopedia of Intellectual Property, tái bản lần thứ 2 do J. Thomas McCarthy viết. Bản quyền năm 1996 do Văn phòng Quốc gia, tại Inc., Washington, D.C. 20037 cấp. Hãy gọi số điện thoại miễn phí 1-800-960-1220 để có các ấn phẩm BNA Books.

Benjamin Oelsner là một luật s- của công ty Brobek, Phaleger and Harrison ở Palo Alto, California.

NGUỒN TÀI LIỆU BỔ SUNG

CƠ QUAN CHÍNH PHỦ HOA KỲ

Office of the United States Trade Representative

600 17th Street, S.W.
Washington, D.C. 20506 U.S.A.
Tel: 202-586-8880
Fax: 202-395-3911

Internet: <http://www.ustr.gov>

Internet site includes reports, speeches, press releases, and other documentation on a range of trade-related subjects, including intellectual property.

U.S. Department of Commerce

International Trade Administration

14th Street and Constitution Avenue, N.W.
Washington, D.C. 20230 U.S.A.
Tel: 202-482-3809
Fax: 202-482-4281

Internet: <http://www.ita.doc.gov/legal/ipr.html>

Internet site includes periodically updated articles on U.S. intellectual property rights laws, “Special 301” enforcement activities, and the TRIPS Agreement.

U.S. Department of Commerce

Patent and Trademark Office

Crystal Park
Arlington, Virginia 22202 U.S.A.
Tel: 703-305-9300

Internet: <http://www.uspto.gov/>

Internet site provides access to information on intellectual property, including rules, advice, definitions, submission forms, fees, and more.

U.S. Department of State

Bureau of Economic and Business Affairs

Office of Trade Policy and Programs

2201 C Street, N.W.
Washington, D.C. 20520 U.S.A.
Tel: 202-647-1310

Internet:

<http://www.state.gov/www/issues/economic>

Internet site contains a host of information on economic and trade topics arranged by current issues; press statements; remarks, testimony, and briefings; topics; and country information.

U.S. Library of Congress

United States Copyright Office
101 Independence Avenue, S.E.
Washington, D.C. 20540 U.S.A.
Tel: 202-707-8350

Internet: <http://lcweb.loc.gov/copyright>

Internet site presents a publication titled “Copyright Basics,” as well as information on copyright, including frequently asked questions, and documents of the World Intellectual Property Organization.

CÁC TỔ CHỨC QUỐC TẾ

European Patent Office

Erhardtstrasse 27
D-80331 Munich
Germany

Tel: (+49 89) 22 99 - 0

Fax: (+49 89) 23 99 - 44 65

Internet: <http://www.epo.co.at/epo>

Internet site includes general information about the European Patent Office, official communications, a patent information center, a toolbox for applicants, and patent information products.

World Intellectual Property Organization

P.O. Box 18
CH-1211 Geneva 20, Switzerland
Tel: +41-22 338 9111

Fax: +41-22 733 54 28

Internet: <http://www.wipo.int>

Internet site provides the history and objectives of this organization, as well as a list of its members, the texts of treaties it administers, and a list of contracting parties or signatories to these treaties.

World Trade Organization

154 Rue de Lausanne
CH-1211 Geneva 21, Switzerland

Internet: <http://www.wto.org>

Internet site, in addition to providing general information about the WTO, includes special sections on such topics as goods, services, environment, development, dispute settlement, and intellectual property.

CÁC HIỆP HỘI VÀ TỔ CHỨC THƯƠNG MẠI

American Intellectual Property Law Association

200 Jefferson Davis Highway
Suite 203
Arlington, Virginia 22202 U.S.A.
Tel: 703-415-0780
Fax: 703-415-0786

Internet: <http://www.aipla.org>

Internet site provides information aimed at improving laws relating to patents, trademarks, copyrights, unfair competition, and other fields of intellectual property.

American Society of Composers, Authors, and Publishers

One Lincoln Plaza
New York, New York 10023 U.S.A.
Tel: 212-621-6000

Internet: <http://www.ascap.com/>

Internet site for this membership association of over 68,000 composers, songwriters, lyricists, and music publishers provides information aimed at protecting the rights of its members by licensing and paying royalties for the public performance of their copyrighted works.

Association of American Publishers, Inc.

1718 Connecticut Avenue, N.W., #700
Washington, D.C., 20009-1148 U.S.A.
Tel: 202-232-3335
Fax: 202-745-0694

Internet: <http://www.publishers.org>

Internet site for the principal trade association of the U.S. book publishing industry contains information on copyright and electronic publishing.

Business Software Alliance

1150 18th Street, N.W.
Suite 700
Washington, D.C. 20036 U.S.A.
Tel: 202-872-5500
Fax: 202-872-5501

Internet: <http://www.bsa.org>

Internet site reports on the activities of a software-industry organization with piracy enforcement programs in 65 countries and anti-piracy hotlines operating in nearly all nations; includes a list of international addresses of BSA offices.



Yoshiro Nakamatsu, ng-ời đ-ợc biết đến nhiều hơn đ-ới cái tên Dr. NakaMats, là ng-ời đã sáng chế ra đĩa mềm và là ng-ời có nhiều bằng sáng chế hơn bất kỳ một ng-ời nào khác, kể cả những ng-ời còn sống hay đã chết (hơn 3000 bằng). Nakamatsu đ-ợc nhận bằng sáng chế ra đĩa mềm năm 1952 khi ông mới 23 tuổi. Chỉ đến năm 1997 ông mới đ-ợc nhận tiền bản quyền phát minh.

International Intellectual Property Alliance

1747 Pennsylvania Avenue, N.W.
Washington, D.C., 20006 U.S.A.
Tel: 202-833-4198
Fax: 202-872-0546

Internet: <http://www.iipa.com>

Internet site includes general information on the IIPA (a coalition that represents U.S. copyright-based industries in bilateral and multilateral efforts to improve the international protection of copyrighted works), as well as reports on worldwide piracy by country and issue.

Motion Picture Association of America

1600 Eye Street, N.W.
Washington, D.C. 20006 U.S.A.
Tel: 202-293-1966

Internet: <http://www.mpaa.org>

Internet site for this organization and its international counterpart, the Motion Picture Association, which serve as a voice for the motion picture, home video, and television industries, includes information on MPAA anti-piracy efforts and its positions on laws and regulations governing the industries.

Music Publishers Association

1353 River Road
Teaneck, New Jersey 07666 U.S.A.
Tel: 201-287-1324
Fax: 201-287-9226

Internet: <http://www.mpa.org>

Through its copyright resource centers, disseminates copyright information with the aim of increasing copyright responsibility; also includes links to music information resources on the World Wide Web.

National Music Publishers Association

711 Third Avenue
New York, New York 10017 U.S.A.
Tel: 212-370-5330
Fax: 212-953-2384

Internet: <http://www.nmpa.org>

Internet site for this association—which is concerned with legislative, legal, and educational matters related to copyright and new technology—includes extensive frequently asked questions about copyright and licensing.

Software Publishers Association

1730 M Street, N.W.
Suite 700
Washington, D.C. 20036-4510 U.S.A.
Tel: 202-452-1600
Internet: <http://www.siaa.net>
Internet site provides information related to fighting software piracy.

CÁC TỔ CHỨC GIÁO DỤC (CÁC TRANG WEB)

Cornell University

<http://www.law.cornell.edu:80/topics/copyright.html>
Provides source materials on U.S. copyright law.

Franklin Pierce Law Center

<http://www.fplc.edu/pointbox.htm>
Provides hundreds of pointers to information on general intellectual property resources, patents, copyrights, trademarks, trade secrets, and computers.

Hal R. Varian's "The Information Economy" Website

<http://www.sims.berkeley.edu/resources/infoecon/index.html>
Contains links to general sites on intellectual property, as well as to sites dealing specifically with intellectual property policy and law, industry affairs and community, copyright and patent, and superdistribution.

Harvard Information Infrastructure Project

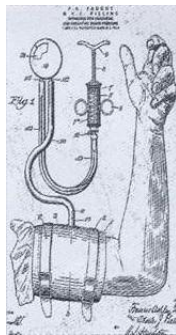
<http://www.ksg.harvard.edu/iip>
Describes a Harvard University-based project for addressing a wide range of emerging policy issues related to the information infrastructure, including intellectual property, Internet coordination and administration, and electronic commerce and industry.

John Marshall Law School

<http://www.jmls.edu>
Presents legal information and general reference materials; includes information on libraries, bar associations, and other law schools.

Stanford University, Copyright and Fair Use

<http://fairuse.stanford.edu/>
Includes such primary materials as statutes, judicial opinions, and treaties and conventions; current legislation; and an overview of copyright law.



Đầu thế kỷ 20, F.A. Faught và C.J. Pilling cùng cộng tác nghiên cứu dụng cụ đo và biểu thị huyết áp nh- hình vẽ minh họa ở trên. Họ đ- ợc nhận bằng sáng chế vào tháng 3 năm 1914.

Stanford University, Legal Information Institute

<http://palimpsest.stanford.edu/bytopic/intprop>
Includes a menu of source materials on U.S. copyright law.

University of California, Los Angeles, The UCLA Online Institute for Cyberspace Law and Policy
<http://www.gseis.ucla.edu/iclp/hp.html>

Includes a cyberspace law bibliography, as well as recent cases involving cyberspace law.

University of Washington School of Law, The Center for Advanced Studies and Research on Intellectual Property (CASRIP)

<http://www.law.washington.edu/Casrip/>

Includes information on the CASRIP program, as well as a newsletter issued three times a year that reports on CASRIP research and other intellectual-property-related activities and highlights intellectual property developments around the world.

CÁC TỔ CHỨC KHÁC

Intellectual Property Reference Library

http://www.servtech.com/~mbobb/ref_govt.htm
Contains links to intellectual-property-related sites of key U.S. government agencies, as well as to sites maintained in several other countries and regions of the world; includes a brief description of the information available on those sites.

James W. Piper & Co. Patent Information Service

<http://www.piperpat.co.nz/resource/organs.html>
Lists intellectual property organizations in various countries and parts of the world.

SÁCH, BÁO VỀ SỞ HỮU TRÍ TUỆ

Alford, William P. *To Steal a Book Is an Elegant Offense: Intellectual Property Law in Chinese Civilization*. Stanford, California: Stanford University Press, 1995.

Anderson, Robert D. (ed). *Competition Policy and Intellectual Property Rights in the Knowledge-Based Economy*. Calgary, Alberta, Canada: University of Calgary Press, 1998.

Baumgarten, John A. and Michael A. Epstein. *International Protection of Intellectual Property: Current Issues and Directions*. 12th ed. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall Law & Business, 1991.

Beier, Friedrich-Karl and Gerrick Schrickler. *From GATTs to TRIPS: The Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*. New York: John Wiley & Sons, 1996.

Besenjak, Cheryl. *Copyright Plain and Simple*. Franklin Lakes, New Jersey: The Career Press, 1997.

Branscomb, Anne Wells. *Who Owns Information? From Privacy to Public Access*. New York: Basic Books, 1995.

Callan, B, n, dicte. *Pirates on the High Seas: The United States and Global Intellectual Property Rights*. New York: Council on Foreign Relations, Inc., 1998.

Clapes, Anthony Lawrence. *Softwars: The Legal Battles for Control of the Global Software Industry*. Westport, Connecticut: Quorum Books/Greenwood Publishing Group, 1993.

D'Amato, Anthony (ed.) and Doris Estelle Long. *International Intellectual Property Anthology*. Cincinnati, Ohio: Anderson Publishing Company, 1997.

Dorr, Robert C. and Christopher H. Munch. *Protecting Trade Secrets, Patents, Copyrights, and Trademarks: 1997 Cumulative Supplement*. New York: Panel Publishers/ Aspen Law & Business, 1997.

Elias, Stephen. *Patent, Copyright, and Trademark: A Desk Reference to Intellectual Property Law*. Berkeley, California: Nolo Press, 1999.

Epstein, Michael A. *Modern Intellectual Property*. New York: Panel Publishers/ Aspen Law & Business, 1995.

Gold, Robert J. *Eureka! The Entrepreneurial Inventor's Guide to Developing, Protecting, and Profiting From Your Ideas*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall Trade, 1994.

Gutterman, Alan S. and Bentley J. Anderson. *Intellectual Property in Global Markets*. Cambridge, Massachusetts: Kluwer Academic Publishers, 1997.

Fishman, Stephen and Patti Gima (ed). *The Copyright Handbook: How To Protect & Use Written Works*. 4th ed. Berkeley, California: Nolo Press, 1997.

Foster, Frank H. and Robert L. Shook. *Patents, Copyrights, and Trademarks*. New York: John Wiley & Sons, 1993.

Goldstein, Paul. *Copyright's Highway: From Gutenberg to the Celestial Jukebox*. New York: Hill & Wang, 1995.

Harris, Lesley Ellen. *Digital Property*. Ontario, Canada: McGraw- Hill Ryerson Ltd., 1998.

Hurley, Deborah and Hal Varian (eds). *Internet Publishing and Beyond: The Economics of Digital Information and Intellectual Property* (publication of the Harvard Information Infrastructure Project). Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 1998.

Kahin, Brian and Charles Messon (eds.). *Borders in Cyberspace: Information Policy and the Global Information Infrastructure* (publication of the Harvard Information Infrastructure Project). Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 1997.

Kurz, Raymond A. et al. *Internet and the Law: Legal Fundamentals for the Internet User*. Rockville, Maryland: Government Institutes, Inc., 1996.

Leaffer, Marshall A. (ed.). *International Treaties on Intellectual Property*. 2nd ed. Washington, D.C.: Bureau of National Affairs, 1997.

Lee, Lewis C. and J. Scott Davidson. *Managing Intellectual Property Rights*. New York: John Wiley & Sons/Wiley Law Publications, 1993.

Ludlow, Peter. *High Noon on the Electronic Frontier: Conceptual Issues in Cyberspace*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 1996.

Mansfield, Edwin. *Intellectual Property Protection, Foreign Direct Investment, and Technology Transfer*. (IFC discussion papers, No. 19). Washington, D.C.: The World Bank, 1994.

McCarthy, J. Thomas. *McCarthy's Desk Encyclopedia of Intellectual Property*. 2nd ed. Washington, D.C.: Bureau of National Affairs, 1996.

Nimmer, Melville B. et al. *Cases and Materials on Copyright*, 5th ed. New York: Matthew Bender & Company, 1998.

"Patent, Trademark & Copyright Journal" (weekly reports). Washington, D.C.: Bureau of National Affairs.

Price Waterhouse EMC Practice and Price Waterhouse World Technology Center. *Entertainment, Media, and Communications Technology Forecast: 1998*. Menlo Park, California: Price Waterhouse World Technology Center, 1997.

Rosenoer, Jonathan. *Cyberlaw: The Law of the Internet*. New York: Springer-Verlag, 1996.

Ryan, Michael P. *Knowledge Diplomacy: Global Competition and the Politics of Intellectual Property*. Washington, D.C.: The Brookings Institution, 1998.

Samuels, Jeffrey M. *Basic Facts About Trademarks*. Washington, D.C.: U.S. Department of Commerce, Patent and Trademark Office, 1992.

Schultz, Jon S. and Steven Windsor. *International Intellectual Property Protection for Computer Software: A Research Guide and Annotated Bibliography*. Littleton, Colorado: F.B. Rothman, 1995.

Sell, Susan K. *Power and Ideas: North-South Politics of Intellectual Property and Antitrust*. Stonybrook, New York: State University of New York, 1998.



Một quyết định của toàn án đã đ-ợc ban hành vào ngày 15/12/1994 cấm William Redmond, từng là Giám đốc Quản lý của Pepsi Co. Inc. trong 10 năm, không đ-ợc giữ một vị trí nào trong công ty cạnh tranh Quaker Oats cho đến tháng 5/1995 vì lý do là Redmond nắm biết đ-ợc các kế hoạch kinh doanh năm 1995 của Pepsi Co. Quyết định này cũng cấm Redmond vĩnh viễn không đ-ợc sử dụng hay tiết lộ bất kỳ một bí mật thương mại nào của Pepsi, kể cả các bí mật liên quan đến đồ uống All Sport®, một sản phẩm cạnh tranh với sản phẩm Gatorade® của công ty Quaker. Công ty Pepsi đã thành công trong việc thuyết phục rằng ông Redmond với vị trí mới tại Quaker là Tổng Giám đốc Điều hành của sản phẩm Gatorade/ Snappe sẽ tiết lộ các bí quyết th-ơng mại của công ty Pepsi.

United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization. *Copyright Laws and Treaties of the World*. Looseleaf volume with supplements. Washington, D.C.: Bureau of National Affairs, 1956-.

United States Information Infrastructure Task Force, Working Group on Intellectual Property Rights. *Intellectual Property and the National Information Infrastructure*. Washington, D.C.: U.S. Patent and Trademark Office, 1995.

United States Library of Congress, Copyright Office. *Report on Legal Protection for Databases: Report of the Register of Copyrights*. Washington, D.C.: U.S. Copyright Office, 1997.

United States National Research Council, Steering Committee for Intellectual Property. *Intellectual Property Issues in Software*. Washington, D.C.: National Academy Press, 1992.

Wayner, Peter. *Digital Copyright Protection*. San Diego, California: AP Professional (Academic Press, a division of Harcourt Brace & Co.), 1997.

Webster, Andrew and Kathryn Packer (eds.). *Innovation and the Intellectual Property System*. Cambridge, Massachusetts: Kluwer Law International, 1996.

Wechert, John and Douglas Adeney. *Computer and Information Ethic*. Westport, Connecticut: Greenwood Press, 1997.

Wilson, Lee. *The Trademark Guide*. New York: Allworth Press, 1998.

World Intellectual Property Organization. *The First Twenty-Five Years of the World Intellectual Property Organization*. Geneva: WIPO, 1992.

World Intellectual Property Organization. *Intellectual Property Reading Material*. Geneva: WIPO, 1995.

World Intellectual Property Organization. *Introduction to Intellectual Property: Theory and Practice*. Cambridge, Massachusetts: Kluwer Law International, 1996.

"World Intellectual Property Report" (monthly newsletter). Washington, D.C.: Bureau of National Affairs.

NHỮNG NGƯỜI THỰC HIỆN

George Clack BIÊN TẬP CHÍNH

Kathleen Hug BIÊN TẬP VIÊN

Thaddeus A. Minsinski, Jr. CHỦ NHIỆM MỸ THUẬT

Joann Stern BIÊN TẬP ẢNH

Eileen Deegan CỘNG TÁC VIÊN BIÊN TẬP

CÁC ẢNH SỬ DỤNG TRONG TÀI LIỆU:

Bìa tr-ớc (từ trên xuống) Corbis/Bettmann; biểu tr-ng hình quả táo là th-ơng hiệu đã đ-ợc đăng ký của Apple Computer, Inc.; Eli Lilly & Company; sử dụng với sự cho phép của W. Atlee Burpee & Co.; Corbis/Bettmann; **Trang 1:** Corbis/Bettmann; **Trang 2:** Smithsonian Institution/NMAH Transportation/Collections; **Trang 3:** (trên) Th- viện Quốc hội Hoa Kỳ; Trang 3: (d-ới) Levi Strauss & Co.; **Trang 4:** (trên) MA. PEANUT và nhân vật MA. PEANUT là th-ơng hiệu của Nabisco Brands Company; đã đ-ợc phép sử dụng; **Trang 4:** (d-ới) Biểu tr-ng hình quả táo là th-ơng hiệu đã đ-ợc đăng ký của Apple Computer, Inc.; **Trang 5:** (trên) Courtesy Warner Bros. & Turner Entertainment Co.; đã đăng ký bản quyền; **Trang 5:** (d-ới) Sử dụng với sự cho phép của W. Atlee Burpee Company; **Trang 6:** Orbis/Bettmann; **Trang 7:** (trên) Sử dụng với sự cho phép của Eastman Kodak Company; Kodak là th-ơng hiệu của Eastman Kodak Company; **Trang 7:** (d-ới) Sử dụng với sự cho phép của The Document Company, Xerox; **Trang 11:** Courtesy Abercrombie & Fitch Stores, Inc.; **Trang 12, 13:** Courtesy DuPont; **Trang 14:** (trên) Sử dụng với sự cho phép của Disney Enterprises, Inc.; **Trang 14:** (d-ới) Courtesy Texas Instruments; **Trang 15:** © Sinopix; **Trang 17:** © Brian Atkinson; **Trang 19, 20:** Văn phòng Bản quyền Ghana; **Trang 22:** Corbis/Bettmann; **Trang 23:** Courtesy Eli Lilly & Company; **Trang 25:** Courtesy Mark Twain Project, University of California, Berkeley; **Trang 27:** Courtesy Data General Corporation; **Trang 28:** The MONOPOLY®, TM, và © 1998 Hasbro, Inc. giữ bản quyền; sử dụng với sự cho phép; **Trang 29:** Courtesy Haggerty Enterprises, Inc.; **Trang 31:** Courtesy Bayer Corporation; **Trang 32:** Courtesy Texas Instruments; **Trang 33:** © David Cooper 1997, courtesy National Endowment for the Arts; **Trang 34:** Th- viện Quốc hội Hoa Kỳ; **Trang 35:** Napoleon Sarony, Th- viện Quốc hội Hoa Kỳ;

CÁC TÀI LIỆU DỊCH KHÁC:

- ♦ Hiến pháp Hoa Kỳ
- ♦ Khái quát về Chính quyền Mỹ
- ♦ Khái quát về Kinh tế Mỹ
- ♦ Khái quát về Lịch sử n- ớc Mỹ
- ♦ Khái quát về Địa lý Mỹ
- ♦ Tuyên ngôn độc lập 1776
- ♦ Thuật ngữ Th- ơng mại
- ♦ Cuộc sống và các thể chế ở Mỹ
- ♦ Bầu cử Mỹ năm 2000
- ♦ Sự minh bạch trong chính phủ
- ♦ Tham nhũng: Một cản trở cho sự phát triển
- ♦ Chính sách đối ngoại và bầu cử năm 2000
- ♦ Trách nhiệm của chính quyền
- ♦ An ninh quốc gia của Mỹ: Chính quyền Bush
- ♦ Các bài phát biểu của Tổng thống Clinton trong chuyến thăm Việt Nam tháng 11/2000
- ♦ Giao thông vận tải quốc tế: Đ- a nền kinh tế toàn cầu tiến lên
- ♦ Tại sao phải có chính sách cạnh tranh: Đặc biệt đối với các n- ớc đang phát triển
- ♦ Thách thức về bản quyền trong nền kinh tế toàn cầu
- ♦ Việc hoạch định chính sách đối ngoại Mỹ
- ♦ Chính sách an ninh của Mỹ trong một thế giới đang thay đổi
- ♦ Báo chí và Đạo đức
- ♦ Cuộc chiến chống nạn rửa tiền
- ♦ Giải quyết đói nghèo trên thế giới
- ♦ Mạng l- ới khủng bố
- ♦ Chủ nghĩa khủng bố: Đánh giá mối đe dọa, Biện pháp và Chính sách đối phó
- ♦ Cuộc chiến toàn cầu chống khủng bố: 100 ngày đầu tiên
- ♦ Sáu tháng sau: Tổng thống Bush kêu gọi sự đoàn kết
- ♦ Tự do tôn giáo nh- là một quyền của con ng- ời
- ♦ Hiệp định Th- ơng mại Song ph- ơng Hoa Kỳ - Việt Nam đã có hiệu lực
- ♦ Th- ơng mại trong nền kinh tế toàn cầu sau Hội nghị Doha
- ♦ Giáo dục nhân quyền
- ♦ Giới thiệu về quyền sở hữu trí tuệ
- ♦ Giới thiệu: Các nguyên tắc cốt lõi của dân chủ
- ♦ Chủ nghĩa hợp hiến: Mỹ và những n- ớc khác
- ♦ Các nguyên tắc bầu cử dân chủ
- ♦ Vai trò của ph- ơng tiện truyền thông tự do
- ♦ Vai trò của các nhóm lợi ích
- ♦ Quyền đ- ợc biết của công dân: Sự minh bạch trong các cơ quan chính phủ
- ♦ Bảo vệ quyền của nhóm ng- ời thiểu số

Nếu cần toàn văn của các tài liệu trên, bạn có thể liên hệ với chúng tôi hoặc lấy trên trang web:

[http:// vietnam.usembassy.gov /www/hirtca.html](http://vietnam.usembassy.gov/www/hirtca.html)

Trung tâm Hoa Kỳ

Phòng Thông tin-Văn hóa, Đại sứ quán Hoa Kỳ

Tầng 1, Rose Garden Tower, 170 Ngọc Khánh, Hà Nội
Tel: (04) 3850-5000; Fax: (04) 3850-5048; Email: HanoiAC@state.gov
<http://vietnam.usembassy.gov>