BỘ CÔNG CỤ SỞ HỮU TRÍ TUỆ SỐ 1 – BẢO HỘ NHÃN HIỆU & XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU SỐ VIỆT NAM

PHẦN C: CÁC CÂU HỎI THƯỜNG GẶP (FAQs)

MỤC 1: ĐĂNG KÝ / BẢO HỘ NHÃN HIỆU

1. Ý nghĩa của ký hiệu ™ và ® là gì, và khi nào tôi nên sử dụng các ký hiệu này?

- ™ = *Tuyên bố về nhãn hiệu*. Bạn có thể sử dụng ký hiệu™ bất cứ khi nào bạn muốn chỉ ra rằng một từ ngữ/ logo là thương hiệu của mình, ngay cả trước khi đăng ký.
- ® = *Nhãn hiệu đã được đăng ký*. Bạn chỉ được sử dụng ký hiệu ® sau khi nhãn hiệu của bạn đã đăng ký bảo hộ và được Cục Sở hữu trí tuệ (**"SHTT"**) cấp văn bằng bảo hộ.

⚠️ Việc sử dụng ký hiệu ® khi chưa đăng ký có thể gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng và có thể khiến doanh nghiệp của bạn bị xử phạt vi phạm hành chính.

---

2. Tôi có thể thực hiện đăng ký tên thương hiệu hoặc logo không nếu tôi chỉ bán hàng trực tuyến?

Ngay cả khi bạn không có cửa hàng thực tế, bạn vẫn có thể nộp đơn đăng ký nhãn hiệu tại Cục SHTT.

- Hãy sử dụng **tên gian hàng trực tuyến** của bạn (Shopee, Lazada, TikTok Shop) và các tài khoản mạng xã hội làm bằng chứng chứng minh cho việc sử dụng.
- Hàng hóa/dịch vụ của bạn cần được phân loại đúng theo **Bảng phân loại Nice** (ví dụ: Nhóm 35 cho dịch vụ bán lẻ trực tuyến).

⚠️ Lưu ý: Bạn nên tham vấn luật sư về SHTT hoặc đại diện sở hữu công nghiệp tại quốc gia sở tại trước khi nộp đơn để hạn chế nhầm lẫn trong việc phân loại hàng hóa/dịch vụ.

---

3. Chi phí đăng ký nhãn hiệu tại Việt Nam là bao nhiêu và thời gian thực hiện mất bao lâu?

- **Phí, lệ phí Nhà nước**:
  - Lệ phí nộp đơn: 150.000 VNĐ (khoảng 6.2 USD) cho một nhóm hàng hóa/ dịch vụ
  - Phí công bố thông tin Sở hữu công nghiệp: 120.000 VNĐ (khoảng 5 USD).
  - Phí tra cứu phục vụ thẩm định nội dung: 180.000 VNĐ (khoảng 7.5 USD) cho mỗi nhóm.
  - Phí tra cứu bổ sung (cho các hàng hóa/dịch vụ thứ 7 trở đi): 30.000 VNĐ (khoảng 1.3 USD) cho mỗi hàng hóa/ dịch vụ.
  - Phí thẩm định nội dung: 550.000 VNĐ (khoảng 22.5 USD) cho mỗi nhóm hàng hóa/ dịch vụ.
  - Phí thẩm định nội dung bổ sung (cho các hàng hóa /dịch vụ thứ 7 trở đi): 120.000 VNĐ (khoảng 5 USD) cho mỗi nhóm sản phẩm/ dịch vụ.

- **Thời gian xử lý**: Thông thường từ **12–18 tháng** nếu không có bất kỳ ý kiến phản đối hoặc từ chối nào.

---

4. Tôi có thể thực hiện thủ tục đăng ký nhãn hiệu nếu một người khác đã và đang sử dụng một cái tên tương tự trên mạng không?

Có, nếu người dùng đó chưa nộp đơn đăng ký nhãn hiệu cho tên tương tự đó, hoặc tên đó không phải là **nhãn hiệu nổi tiếng** hoặc **tên thương mại** được bảo hộ.

Nếu người dùng đó đã nộp đơn hoặc đã đăng ký bảo hộ tên tương tự đó trước, bạn vẫn có thể nộp đơn đăng ký nhãn hiệu của mình. Khi đó, Cục SHTT sẽ tiến hành thẩm định và ra quyết định chấp nhận hoặc từ chối đơn của bạn. Kết quả thẩm định sẽ phụ thuộc vào mức độ tương tự của các nhãn hiệu, các sản phẩm/ dịch vụ liên quan, cũng như tình trạng bảo hộ của nhãn hiệu có trước.

---

5. Tôi có cần đăng ký bảo hộ cho tên doanh nghiệp và logo tách biệt hay không?

Có, nếu bạn muốn đảm bảo mức bảo hộ tối đa cho thương hiệu của mình:

- Đăng ký **nhãn hiệu chữ** (tên doanh nghiệp) giúp bảo hộ tên doanh nghiệp của bạn dù được trình bày dưới kiểu chữ hoặc thiết kế nào.
- Đăng ký **nhãn hiệu hình (logo)** để bảo vệ phần hình ảnh/ thiết kế.

💡 Nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ **(“SMEs”)** thường nộp cả hai.

---

6. Trong trường hợp tôi không thực hiện đăng ký thương hiệu, tôi có còn quyền ngăn người khác sao chép nhãn hiệu của mình không?

Về mặt lý thuyết là có, nhưng trên thực tế rất khó thực thi, và bạn sẽ phải dựa vào các căn cứ sau:

- **Nhãn hiệu nổi tiếng:** Pháp luật có cơ chế bảo hộ nhãn hiệu nổi tiếng ngay cả khi chưa đăng ký. Tuy nhiên, căn cứ này hiện chưa có quy định hướng dẫn rõ ràng và thực tiễn áp dụng trong quá trình thực thi thường gặp nhiều khó khăn.
- **Hành vi cạnh tranh không lành mạnh:** Bạn có thể lập luận rằng việc sử dụng dấu hiệu trùng hoặc tương tự gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng về nguồn gốc hàng hóa hoặc dịch vụ. Tuy nhiên, trên thực tế, hướng thực thi này thường khó dự đoán và ít được áp dụng.

Nhìn chung, việc thực thi quyền khi chưa đăng ký thường mất nhiều thời gian, tốn kém và khó dự đoán kết quả. Nghĩa vụ chứng minh cũng rất nặng. Vì vậy, đăng ký nhãn hiệu là cách thức đáng tin cậy nhất để bảo vệ thương hiệu của bạn.

---

7. Tôi nên làm gì nếu có người khác đăng ký trước tên tài khoản Instagram hoặc Shopee của tôi?

- **Đối với mạng xã hội:** Gửi khiếu nại/báo cáo tới nền tảng về việc **mạo danh tài khoản**, kèm theo tài liệu chứng minh quyền đối với nhãn hiệu của bạn.
- **Đối với sàn thương mại điện tử:** Gửi khiếu nại/báo cáo thông qua các **Cổng thông tin quyền SHTT** (IP Protection Portal) của các sàn thương mại điện tử.

💡 Nên **đăng ký trước tên tài khoản** trên các nền tảng lớn ngay từ sớm, kể cả khi bạn chưa bắt đầu kinh doanh/hoạt động trên nền tảng đó, để tránh bị chiếm dụng hoặc mạo danh.

---

8. Nếu tôi trả tiền cho một freelancer hoặc một agency để thiết kế logo, tôi có sở hữu quyền đối với logo đó không?

Bạn không mặc nhiên sở hữu quyền đối với logo đó. Tại Việt Nam:

- Bạn sẽ **sở hữu các quyền tài sản** đối với logo nếu có **thỏa thuận bằng văn bản** giữa bạn và freelancer.
- Freelancer vẫn giữ một số quyền nhân thân, bao gồm: quyền đặt tên cho tác phẩm, quyền được nêu tên (quyền tác giả được ghi nhận là người sáng tạo) và quyền bảo vệ sự toàn vẹn của tác phẩm (ngăn chặn việc sửa đổi, cắt xén, xuyên tạc tác phẩm gây ảnh hưởng xấu đến danh dự, uy tín của họ). Quyền công bố tác phẩm sẽ được chuyển giao cho bạn cùng với quyền tài sản.

💡 Hãy ký Thỏa thuận chuyển nhượng quyền SHTT trước khi thanh toán và đảm bảo hợp đồng dịch vụ với freelancer có điều khoản quy định rõ về quyền sở hữu trí tuệ.

---

9. Làm sao tôi có thể quản lý tất cả các phiên bản tên thương hiệu, logo và tên gian hàng trực tuyến ở một nơi?

Hãy lập một cơ sở dữ liệu/nhật ký để quản lý và theo dõi tài sản thương hiệu:

- Liệt kê tất cả tên thương hiệu, logo, tên miền, tên gian hàng và tài khoản mạng xã hội.
- Ghi lại ngày bạn bắt đầu sử dụng của từng tài sản đó.

💡 Nên lưu bảng này trong file Excel/ Google Sheet hoặc sử dụng phần mềm quản lý SHTT để dễ cập nhật và tra cứu.

---

10. Tôi nên làm gì đầu tiên nếu tôi không có đội ngũ chuyên trách về SHTT?

- Bắt đầu bằng việc **kiểm toán thương hiệu**: liệt kê tất cả những yếu tố nhận diện thương hiệu của bạn (tên, logo, tên miền, slogan/khẩu hiệu).
- Sau đó, quyết định yếu tố nào nên nộp đơn đăng ký trước, dựa trên tầm quan trọng **về ý nghĩa thương mại**.

---

11. Làm thế nào để một doanh nghiệp nhỏ có thể theo dõi và kiểm toán tài sản trí tuệ?

Hãy sử dụng một **bảng theo dõi tập trung** bao gồm các thông tin:

- Loại quyền SHTT (nhãn hiệu, quyền tác giả, tên miền, v.v.)
- Số bằng/giấy chứng nhận đăng ký và ngày hết hạn
- Lịch nhắc gia hạn

💡 Ngay cả một file Excel hoặc Google Sheet đơn giản cũng có thể hỗ trợ việc quản lý tài sản của thương hiệu.

---

12. Tôi có cần đăng ký nhãn hiệu tại các quốc gia khác nơi tôi muốn bán hàng không? Phương án nào tiết kiệm chi phí nhất?

Có — Quyền đối với nhãn hiệu mang tính lãnh thổ.

- Đối với các nước ASEAN: nộp đơn riêng tại từng quốc gia hoặc sử dụng **Hệ thống Madrid** thông quaCục SHTT Việt Nam.
- Cách tiết kiệm chi phí nhất: Gộp nhiều quốc gia vào một đơ đăng ký quốc tế theo **Hệ thống Madrid** (nhưng cần lựa chọn thị trường kỹ lưỡng để tối ưu chi phí)

MỤC 2: THỰC THI QUYỀN ĐỐI VỚI NHÃN HIỆU

1. Thế nào là hành vi xâm phạm nhãn hiệu?

Xâm phạm nhãn hiệu là hành vi một bên sử dụng tên thương hiệu, logo của bạn hoặc một dấu hiệu tương tự đến mức gây nhầm lẫn mà không có sự cho phép của bạn.

- Nếu dấu hiệu đó được dùng cho hàng hóa/dịch vụ trùng hoặc tương tự, khách hàng có thể lầm tưởng đó là thương hiệu của bạn.
- Ví dụ: Một thương hiệu giày sử dụng tên “Nikey” kèm logo hình “swoosh”

---

2. Có phải mọi hành vi xâm phạm nhãn hiệu đều giống nhau không?

Không. Theo pháp luật Việt Nam, hành vi xâm phạm nhãn hiệu có thể dẫn đến các hậu quả pháp lý khác nhau, tùy theo mức độ và tính chất vi phạm:

- Trách nhiệm dân sự: Bạn có thể khởi kiện ra tòa để yêu cầu chấm dứt hành vi xâm phạm và yêu cầu bồi thường thiệt hại.
- Trách nhiệm hành chính: Bạn có thể gửi đơn khiếu nại đến các cơ quan thực thi như Quản lý thị trường, Hải quan, Thanh tra hoặc Cảnh sát Kinh tế. Các cơ quan này có thể ra quyết định xử phạt vi phạm hành chính, tịch thu và buộc tiêu hủy hàng hóa vi phạm.
- Trách nhiệm hình sự: Nếu hành vi vi phạm diễn ra trên quy mô lớn hoặc gây hậu quả nghiêm trọng (ví dụ: thuốc giả, thực phẩm giả), người vi phạm có thể bị xử lý hình sự theo Bộ luật Hình sự.

---

3. Hàng giả là gì?

Hàng giả là một hình thức xâm phạm nghiêm trọng hơn, khi một bên cố ý sản xuất hàng hóa giả mạo, giống hệt với sản phẩm của bạn và bán ra thị trường như là hàng chính hãng.

- Ví dụ: túi xách hàng hiệu giả, thiết bị điện tử giả hoặc thuốc giả được bán có gắn thương hiệu và bao bì y hệt sản phẩm của bạn.

---

4. Tại sao việc phân biệt hai khái niệm này lại quan trọng?

Xâm phạm nhãn hiệu = hành vi sử dụng trái phép thương hiệu của bạn (có thể là tương tự gây nhầm lẫn nhưng không nhất thiết giống y hệt).

Hàng giả = hành vi cố ý sao chép để tạo ra hàng giả giống hệt hàng thật.

Cả hai đều gây thiệt hại cho doanh nghiệp của bạn, nhưng hàng giả thường dễ bị xem xét xử lý theo hướng hình sự và được cơ quan chức năng ưu tiên xử lý hơn.

---

5. Tôi có thể làm gì nếu ai đó sao chép sản phẩm của tôi trên sàn thương mại điện tử?

- Thu thập chứng cứ (ảnh chụp màn hình, đường link (URL), thông tin người bán).
- Gửi **khiếu nại yêu cầu gỡ bỏ** thông qua Cổng bảo vệ quyền SHTT của sàn.

- Trong trường hợp khiếu nại không đạt hiệu quả, hãy cân nhắc **gửi thư khuyến cáo và/hoặc gửi khiếu nại, yêu cầu xử lý** đến các cơ quan thực thi.

---

6. Tôi phải liên hệ với ai để yêu cầu gỡ bỏ sản phẩm vi phạm?

- **Shopee** → Cổng thông tin bảo vệ Thương hiệu của Shopee (Shopee IPP)
- **Lazada** → Nền tảng Bảo vệ Quyền SHTT của Alibaba/ Biểu mẫu trực tuyến yêu cầu xử lý xâm phạm quyền SHTT.
- **Facebook/Instagram** → Biểu mẫu Báo cáo vi phạm SHTT của Meta (Meta IP Report Form)
- **TikTok Shop** → Trung tâm bảo vệ Quyền SHTT của TikTok Shop (Intellectual Property Protection Centre)

💡 Nhiều nền tảng có cổng thông tin riêng dành cho **chủ sở hữu quyền** để tiếp nhận và xử lý yêu cầu nhanh hơn.

---

7. Làm thế nào để gửi yêu cầu gỡ bỏ trên các nền tảng như Lazada, Shopee hoặc Facebook?

1. Tạo **tài khoản chủ sở hữu quyền** trên nền tảng.
2. Đăng tải thông tin về **nhãn hiệu** và các tài liệu chứng minh quyền sở hữu.
3. Cung cấp **đường dẫn và ảnh chụp màn hình** các tin đăng vi phạm.
4. Theo dõi quá trình xử lý của nền tảng — đa số các Nền tảng sẽ phản hồi trong khoảng 3–7 ngày làm việc.

---

8. Tôi cần cung cấp tài liệu gì để chứng minh thương hiệu là của tôi?

- **Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu** (nếu đã đăng ký bảo hộ nhãn hiệu)
- **Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp** (nếu chưa đăng ký bảo hộ nhãn hiệu)

💡 Việc thực thi quyền sẽ khó và chậm hơn nếu bạn chưa đăng ký bảo hộ nhãn hiệu, vì vậy hãy đăng ký sớm với Cục SHTT Việt Nam.

---

9. Tôi có cần thuê luật sư để hỗ trợ báo cáo người bán hàng giả không, hay tôi có thể tự làm?

- Bạn hoàn toàn có thể tự thực hiện thông qua các cổng báo cáo/khiếu nại tự phục vụ dành cho chủ sở hữu quyền trên hầu hết các nền tảng.
- Luật sư hoặc các chuyên gia tư vấn SHTT có thể hỗ trợ thêm nếu bạn cần xử lý nhanh hoặc vi phạm liên quan đến **nhiều quốc gia/khu vực**.

---

10. Tôi có thể theo dõi thương hiệu của mình có bị sử dụng trái phép trên môi trường trực tuyến như thế nào?

- Thực hiện tìm kiếm hàng tháng tên thương hiệu của bạn trên Google, Shopee, Lazada, TikTok Shop.
- Sử dụng **Google Alerts** để theo dõi từ khóa liên quan đến thương hiệu.
- Cân nhắc sử dụng các công cụ trả phí như **BrandShield** hoặc **Red Points** để quét tự động.

---

11. Tôi nên thu thập những ảnh chụp màn hình/chứng cứ nào trước khi gửi khiếu nại?

- **Ảnh chụp màn hình toàn trang**, thể hiện thông tin về sản phẩm vi phạm, giá bán và tên người bán
- **Đường link (URL)** dẫn đến trang sản phẩm vi phạm
- **Ngày, giờ** chụp màn hình/tài liệu
- **Tài liệu so sánh đối chiếu** giữa sản phẩm thật của bạn và sản phẩm bị nghi là giả/vi phạm (nếu có)

---

12. Tôi nên làm gì nếu ai đó sử dụng trái phép thương hiệu của tôi ở môi trường trực tiếp (ví dụ: tại cửa hàng hoặc trên ấn phẩm in)?

Việc sử dụng trái phép thương hiệu ngoài môi trường thực tế cũng gây thiệt hại nghiêm trọng như hành vi xâm phạm trên mạng. Nếu bạn phát hiện nhãn hiệu của mình bị sao chép tại cửa hàng, biển hiệu, bao bì sản phẩm hoặc quảng cáo in ấn, bạn có thể thực hiện các bước sau:

- Thu thập chứng cứ: chụp ảnh hàng hóa vi phạm, hóa đơn, biển hiệu cửa hàng, tờ quảng cáo, (nếu có thể)
- Báo cáo đến cơ quan thực thi, chẳng hạn như Cơ quan Quản lý thị trường, Hải quan, Thanh tra hoặc Cảnh sát Kinh tế để yêu cầu xử lý.
- Cân nhắc gửi thư cảnh báo/yêu cầu chấm dứt hành vi vi phạm thông qua luật sư của bạn.
- Đối với các trường hợp vi phạm nghiêm trọng hoặc tái phạm nhiều lần, có thể xem xét khởi kiện dân sự về hành vi xâm phạm nhãn hiệu. Tuy nhiên, thủ tục này thường khá phức tạp và đòi hỏi kinh nghiệm chuyên môn, vì vậy bạn nên tham vấn ý kiến luật sư SHTT.

💡 **Gợi ý:** Kết hợp giám sát thực tế (ví dụ: nhà phân phối, đối tác báo cáo hàng giả ngoài chợ, cửa hàng) với giám sát trực tuyến sẽ giúp bảo vệ thương hiệu toàn diện hơn.

MỤC 3: THƯƠNG MẠI HÓA NHÃN HIỆU

1. Hoạt động chuyển quyền sử dụng (li-xăng) nhãn hiệu là gì, và hoạt động này khác gì với nhượng quyền thương mại?

- **Chuyển quyền sử dụng nhãn hiệu** = Bạn cho phép một bên khác sử dụng thương hiệu của bạn cho một số sản phẩm/ dịch vụ nhất định theo các điều kiện đã thỏa thuận. Bạn có thể thu phí, nhưng sẽ không chuyển toàn bộ giao hệ thống kinh doanh của mình cho họ.
- **Nhượng quyền thương mại** = Bạn chia sẻ cho bên nhận nhượng quyền toàn bộ mô hình kinh doanh, bao gồm thương hiệu, quy trình vận hành, sổ tay hướng dẫn hoạt động, đào tạo, hỗ trợ thường xuyên. Hoạt động này yêu cầu phải đăng ký hoặc báo cáo với cơ quan có thẩm quyền theo quy định pháp luật về thương mại ở Việt Nam.

---

2. Tôi có thể cho phép người bán khác sử dụng thương hiệu của mình trên mạng không? Tôi cần loại thỏa thuận nào?

Có — nhưng luôn phải có **Hợp đồng sử dụng nhãn hiệu** (Hợp đồng li-xăng).

Hợp đồng sử dụng nhãn hiệu phải có các nội dung chủ yếu sau đây:

- Tên và địa chỉ đầy đủ của bên chuyển quyền và bên được chuyển quyền;
- Căn cứ chuyển giao quyền sử dụng;
- Dạng hợp đồng;
- Phạm vi chuyển giao, gồm giới hạn quyền sử dụng, giới hạn lãnh thổ;
- Thời hạn hợp đồng;
- Giá chuyển giao quyền sử dụng;
- Quyền và nghĩa vụ của bên chuyển quyền và bên được chuyển quyền.

---

3. Nếu một người có sức ảnh hưởng (“influencer”) sử dụng thương hiệu của tôi để quảng bá, tôi có nên đưa nội dung đó vào hợp đồng không?

Có. Hãy sử dụng **Hợp đồng hợp tác với influencer** để:

- Xác định phạm vi sử dụng thương hiệu của bạn
- Quy định cách thức quảng bá thương hiệu của bạn
- Quy định quyền phê duyệt nội dung trước khi đăng tải
- Bổ sung điều khoản không làm ảnh hưởng uy tín thương hiệu và không đưa ra tuyên bố sai lệch/gây hiểu nhầm về thương hiệu

---

4. Làm sao để biết thương hiệu của tôi đủ “mạnh” để cấp phép hoặc hợp tác với bên khác?

Hãy tự hỏi:

- Thương hiệu đã được **đăng ký** hoặc **ít nhất là đã nộp đơn đăng ký nhãn hiệu** chưa?
- Thương hiệu đã được khách hàng biết đến và tin tưởng hay chưa?
- Thương hiệu có **khả năng phân biệt không** (không quá chung chung, mô tả)?
- Thương hiệu đã có một **bộ nhận diện thương hiệu rõ ràng và sử dụng nhất quán** trên các nền tảng chưa?

---

5. Những sai lầm thường gặp của SMEs khi chuyển quyền sử dụng thương hiệu là gì?

- Chưa đăng ký nhãn hiệu trước khi thỏa thuận chuyển quyền sử dụng;
- Không có hợp đồng bằng văn bản, chỉ thỏa thuận bằng miệng;
- Cho phép đối tác cung cấp sản phẩm/ dịch vụ kém chất lượng dưới danh nghĩa thương hiệu của mình;
- Không theo dõi/giám sát việc sử dụng thương hiệu của bên được cấp phép;
- Điều khoản phí sử dụng quá thấp hoặc không rõ ràng.

---

6. Làm sao để đảm bảo thương hiệu vẫn được bảo vệ khi chuyển quyền cho người khác sử dụng?

- Đưa điều khoản kiểm soát chất lượng vào hợp đồng li-xăng;
- Yêu cầu cung cấp mẫu thử hoặc kiểm duyệt trước khi họ đưa sản phẩm/ dịch vụ ra thị trường;
- Giám sát thường xuyên các bài đăng và tài liệu tiếp thị trực tuyến
- Quy định quyền chấm dứt hợp đồng nếu bên được cấp phép sử dụng sai hoặc gây ảnh hưởng đến thương hiệu.

---

7. Doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa nên đăng ký nhãn hiệu cho tên thương hiệu hoặc logo của mình ở giai đoạn nào trong quá trình phát triển kinh doanh?

Giai đoạn hình thành thương hiệu (Lên ý tưởng & tra cứu)

- Thời điểm: Ngay khi bạn đã chọn được tên/ logo và thực hiện tra cứu sơ bộ để tránh trùng lặp.

Giai đoạn trước khi ra mắt / thử nghiệm

- Thời điểm: Trước khi bắt đầu các hoạt động truyền thông, giới thiệu bao bì, hoặc ra mắt website.

Giai đoạn tăng trưởng & mở rộng

- Thời điểm: Trước khi mở rộng sang ngành hàng mới, kênh bán mới, hoặc xuất khẩu sang thị trường khác.

Trước khi chuyển quyền hoặc nhượng quyền

- Thời điểm: Trước khi cho đối tác sử dụng thương hiệu.

Giai đoạn tốt nhất để thực hiện thủ tục đăng ký nhãn hiệu: Giai đoạn trước khi ra mắt

Ngay sau khi bạn đã chọn và tra cứu tên/ logo, nhưng trước khi chính thức công bố rộng rãi ra thị trường (website, bao bì, chiến dịch marketing) bởi các lý do sau:

- Giúp bạn nắm giữ các quyền pháp lý trước khi đối thủ cạnh tranh nhìn thấy thương hiệu của bạn;
- Hạn chế rủi ro phải đổi thương hiệu sau khi đã đầu tư vào bao bì, quảng cáo, truyền thông;
- Bạn có thể dùng ký hiệu ™ ngay lập tức và ký hiệu ® sau khi được cấp văn bằng bảo hộ - tăng độ tin cậy với khách hàng ngay từ khi thương hiệu mới ra thị trường.
- Tạo nền tảng pháp lý vững chắc khi mở rộng, chuyển quyền sử dụng hoặc nhượng quyền sau này.

💡 Các giai đoạn khác (như tăng trưởng, nhượng quyền hoặc mở rộng) vẫn là những cột mốc quan trọng, nhưng giai đoạn trước khi ra mắt là thời điểm chiến lược và tiết kiệm chi phí nhất để đăng ký nhãn hiệu.

---

8. Làm sao để kiếm tiền từ thương hiệu mà không cần trực tiếp bán sản phẩm?

- **Chuyển quyền sử dụng** thương hiệu cho các nhà sản xuất hoặc người bán hàng trực tuyến
- **Nhượng quyền** mô hình kinh doanh của mình
- **Hợp tác** với một thương hiệu khác để ra mắt sản phẩm chung
- **Hợp tác trực tuyến** (ví dụ như sản xuất nội dung mang thương hiêu, chương trình tiếp thị liên kết)
- Bán các **sản phẩm có gắn** tên thương hiệu hoặc logo của bạn

📊 **Bảng so sánh – Chuyển quyền sử dụng (Li-xăng), Nhượng quyền và Hợp tác thương hiệu**

Tiêu chí	Li-xăng	Nhượng quyền	Hợp tác thương hiệu
Những gì bạn chuyển giao	Quyền sử dụng nhãn hiệu của bạn cho một số sản phẩm/dịch vụ nhất định	Toàn bộ mô hình kinh doanh + nhãn hiệu + quy trình vận hành	Cùng sử dụng thương hiệu cho một dự án hoặc một sản phẩm cụ thể
Mức độ kiểm soát	Trung bình – chủ yếu giới hạn ở nguyên tắc sử dụng nhãn hiệu	Cao – bạn kiểm soát toàn bộ hoạt động kinh doanh	Thấp – chủ yếu phối hợp, bảo đảm sự nhất quán về hình ảnh thương hiệu
Yêu cầu đăng ký	Nên có đăng ký nhãn hiệu (không bắt buộc)	Phải báo cáo/ đăng ký hoạt động nhượng quyền theo Luật Thương mại + đăng ký nhãn hiệu	Nên có đăng ký nhãn hiệu
Cơ chế lợi nhuận	Phí sử dụng hoặc phí cố định	Phí nhượng quyền + tiền bản quyền	Chia sẻ doanh thu hoặc chia sẻ chi phí
Chi phí đầu vào (đối với SME)	Thấp đến trung bình	Cao	Thấp
Phù hợp nhất với	SME muốn kiếm tiền từ thương hiệu nhưng không trực tiếp vận hành toàn bộ hoạt động kinh doanh	Doanh nghiệp đã có mô hình kinh doanh hiệu quả và sẵn sàng nhân rộng	Các chiến dịch ngắn hạn, marketing hợp tác, sản phẩm phiên bản giới hạn
Thời hạn	Linh hoạt (thường 1–5 năm)	Thường là dài hạn (5–10 năm)	Ngắn hạn đến trung hạn
Ví dụ	Một tiệm bánh địa phương cấp quyền sử dụng tên thương hiệu/nhãn hiệu của mình cho một nhà sản xuất bánh đông lạnh để phân phối	Thương hiệu trà sữa địa phương nhượng quyền các cửa hàng của mình	Thương hiệu thời trang hợp tác với một nghệ sĩ để ra mắt thiết kế phiên bản giới hạn

---

📝 **Checklist: Doanh nghiệp đã sẵn sàng thương mại hoá thương hiệu chưa?**

Bạn có thể tự đánh giá qua các tiêu chí sau:

1. **Bảo hộ pháp lý**
   - ✓ Nhãn hiệu của tôi đã được đăng ký (hoặc ít nhất đã nộp đơn đăng ký) tại Việt Nam.

- ✓ Logo/ nhãn hiệu chữ của tôi đã được bảo hộ tại các thị trường trọng điểm mà tôi dự định mở rộng.

2. **Sức mạnh thương hiệu**
   - ✓ Khách hàng nhận diện và tin tưởng thương hiệu của tôi.
   - ✓ Thương hiệu của tôi có khả năng khác biệt, không chỉ mang tính chung chung.
3. **Tính nhất quán**
   - ✓ Tôi sử dụng thương hiệu một cách nhất quán trên tất cả các nền tảng.
   - ✓ Tôi có kho lưu trữ bộ nhận diện (logo, font chữ, mã màu) cập nhật.
4. **Nhu cầu thị trường**
   - ✓ Tôi đã nhận được đề nghị hợp tác từ doanh nghiệp/influencer hoặc đối tác tiềm năng.
   - ✓ Thương hiệu của tôi phù hợp để hợp tác với sản phẩm hoặc dịch vụ của các đối tác.
5. **Sẵn sàng vận hành**
   - ✓ Tôi có khả năng kiểm soát chất lượng khi có bên khác sử dụng thương hiệu của mình.
   - ✓ Tôi đã có (hoặc có thể soạn thảo) hợp đồng li-xăng hoặc hợp đồng hợp tác với các điều khoản rõ ràng.

Hướng dẫn chấm điểm:

- ✅ 10–12 tích → Đã sẵn sàng thương mại hóa thương hiệu
- ✅ 7–9 tích → Nên ưu tiên củng cố thêm tính nhất quán và mức độ hiện diện thương hiệu trên thị trường trước
- ✅ 0–6 tích → Nên tập trung xây dựng và bảo hộ thương hiệu trước khi thương mại hóa