

**ĐẠI HỌC HUẾ  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC LUẬT**



**LÊ ANH ĐỨC**

**BẢO HỘ NHÃN HIỆU VÀ TÊN THƯƠNG MẠI  
TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ**

**Chuyên ngành: Luật kinh tế**

**Mã số: 8 38 01 07**

**TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ LUẬT HỌC**

**THỪA THIÊN HUẾ - NĂM 2018**



## MỤC LỤC

<b>LỜI MỞ ĐẦU</b> .....	1
1. Tính cấp thiết của đề tài nghiên cứu .....	1
2. Tình hình nghiên cứu .....	1
3. Cơ sở phương pháp luận và phương pháp nghiên cứu .....	1
4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu .....	2
5. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu .....	2
6. Câu hỏi nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu. ....	3
7. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn.....	3
<b>CHƯƠNG 1. MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ BẢO HỘ NHÃN HIỆU VÀ TÊN THƯƠNG MẠI</b> .....	12
1.1. Khái niệm, chức năng, điều kiện bảo hộ và ý nghĩa của nhãn hiệu.12	
1.1.1. Nhãn hiệu.....	12
1.1.1.1. Khái niệm .....	12
1.1.1.2. Chức năng.....	12
1.1.1.3. Điều kiện bảo hộ .....	12
1.2. Khái quát về tên thương mại .....	13
1.2.1. Khái niệm tên thương mại.....	13
1.2.2. Đặc điểm của tên thương mại.....	14
1.2.3. Chức năng của tên thương mại.....	14
1.2.3.1 Chức năng thông tin.....	14
1.2.3.2 Chức năng phân biệt .....	14
1.2.3.3 Chức năng chỉ dẫn tên thương mại.....	15
1.2.3.4. Phân biệt tên thương mại với nhãn hiệu .....	15
1.2.3.5. Phân biệt tên thương mại với chỉ dẫn địa lý .....	17
1.2.3.6. Phân biệt tên thương mại với tên miền.....	17
1.3. Khái quát về bảo hộ tên thương mại .....	18
1.3.1. Khái niệm bảo hộ tên thương mại .....	18
1.3.2. Ý nghĩa của bảo hộ tên thương mại.....	18
1.3.3. Bảo hộ tên thương mại trong các Văn bản pháp luật quốc tế và ở một số quốc gia trên thế giới.....	19
1.3.3.1. Bảo hộ tên thương mại trong các điều ước quốc tế .....	19
1.3.3.2. Pháp luật về bảo hộ tên thương mại ở một số nước trên thế giới .....	19

<b>CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG PHÁP LUẬT VÀ THỰC TIỄN BẢO HỘ TÊN THƯƠNG MẠI VÀ NHÃN HIỆU TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TẠI VIỆT NAM.....</b>	<b>20</b>
2.1. Thực trạng pháp luật Việt Nam về bảo hộ tên thương mại.....	20
2.1.1. Quy định về căn cứ xác lập quyền đối với tên thương mại.....	20
2.1.2. Quy định về điều kiện bảo hộ tên thương mại.....	20
2.1.2.1. Tên thương mại trước hết phải là tên gọi của tổ chức, cá nhân trong hoạt động kinh doanh .....	20
2.1.2.2. Khả năng phân biệt của tên thương mại. ....	20
2.1.3. Quy định về quyền đối với tên thương mại .....	20
2.1.4. Quy định về xâm phạm quyền đối với tên thương mại.....	20
2.1.5. Quy định về các biện pháp bảo vệ quyền đối với tên thương mại .	21
<b>CHƯƠNG 3. CÁC GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ BẢO HỘ TÊN THƯƠNG MẠI VÀ NHÃN HIỆU TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TẠI VIỆT NAM.....</b>	<b>22</b>
3.1. Hoàn thiện các quy định pháp luật Việt Nam hiện hành về điều kiện bảo hộ tên thương mại, nhãn hiệu trong thương mại điện tử .....	22
3.2. Thống nhất cơ quan quản lý tên thương mại .....	23
3.3. Quy định yêu cầu doanh nghiệp tra cứu kỹ hệ thống đăng ký các chỉ dẫn thương mại khác trước khi thực hiện đặt tên doanh nghiệp ..	23
3.4. Quy định rõ về vấn đề pháp lý của tên thương mại, nhãn hiệu khi cải tổ pháp nhân.....	23
3.5. Quy định về xử lý vi phạm tên thương mại cụ thể và kịp thời ...	24
3.5.1. Trường hợp tên doanh nghiệp không thực hiện việc đổi tên theo quy định của pháp luật.....	24
3.5.2. Trong trường hợp tên miền vi phạm đối với tên thương mại...	24
<b>KẾT LUẬN .....</b>	<b>25</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO .....</b>	<b>26</b>

## LỜI MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của đề tài nghiên cứu

Tên thương mại được xem là một trong những thành tố góp phần vào sự phát triển và thành đạt của doanh nghiệp. Tên thương mại là tên gọi của tổ chức, cá nhân dùng trong hoạt động kinh doanh, đây là yếu tố đầu tiên và quan trọng trong chiến lược xâm nhập thị trường, và trong nhiều trường hợp quyết định sự thành bại của doanh nghiệp trên thị trường mới. Tên thương mại góp phần tạo ấn tượng, uy tín với các đối tác, khách hàng của doanh nghiệp. Vì vậy, việc bảo vệ tên thương mại có ý nghĩa quan trọng giúp cho doanh nghiệp bảo vệ tên tuổi của mình trước những đối thủ cạnh tranh không lành mạnh khác.

Đó cũng chính là lý do để chúng tôi lựa chọn đề tài "**BẢO HỘ NHÃN HIỆU VÀ TÊN THUWOWG ẠI TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ**" để làm Luận văn Thạc sĩ ngành Luật kinh tế.

### 2. Tình hình nghiên cứu

Ở Việt Nam hiện nay đã có nhiều công trình khác nhau nghiên cứu liên quan đến đề tài bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp trong đó có bảo hộ tên thương mại theo pháp luật sở hữu trí tuệ. Để nghiên cứu đề tài bảo hộ tên thương mại bằng pháp luật sở hữu trí tuệ, chúng tôi đã tham khảo các đề tài nghiên cứu khác nhau về bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp của các luận văn Tiến sĩ, thạc sĩ Luật học, các công trình khoa học các cấp, và các bài viết nghiên cứu, trao đổi của các tác giả liên quan đến vấn đề Bảo hộ bảo hộ tên thương mại. Nghiên cứu vấn đề bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ và cụ thể hơn là bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp đối với tên thương mại đã có các công trình nghiên cứu và các bài viết đăng trên các tạp chí cụ thể như sau: Bài viết "**Bảo hộ tên thương mại và một số kiến nghị hoàn thiện pháp luật về bảo hộ tên thương mại ở Việt Nam**" TS. Nguyễn Thị Quế Anh – Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội, năm 2002...

### 3. Cơ sở phương pháp luận và phương pháp nghiên cứu

#### 3.1. Phương pháp luận nghiên cứu

Vận dụng phương pháp luận khoa học duy vật lịch sử và duy vật biện chứng của chủ nghĩa Mác - Lênin, phép biện chứng của chủ nghĩa Mác - Lê nin, quan điểm tư tưởng Hồ Chí Minh để làm rõ những vấn đề đã được giải quyết, những bất cập tồn tại và đưa ra giải pháp hoàn thiện. Vận dụng các quan điểm, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước về sở hữu trí tuệ và bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, về

nhiệm vụ phát triển đất nước qua từng giai đoạn phát triển các Nghị quyết, báo cáo chính trị,...

### **3.2. Phương pháp nghiên cứu**

Trong quá trình nghiên cứu chúng tôi sử dụng các phương pháp cụ thể như sau:

Phương pháp nghiên cứu pháp lý truyền thống;

Phương pháp so sánh;;

Phương pháp thu thập, tổng hợp, phân tích;

Phương pháp đánh giá, quy nạp: được sử dụng ở chương II để đánh giá những tác động của các quy định pháp luật trong thực tế hoạt động của doanh nghiệp và trong quá trình bảo hộ tên thương mại, cũng như giải quyết những tranh chấp về tên thương mại. Từ đó đưa ra những kết luận về ý nghĩa tích cực và hạn chế của pháp luật thực định về bảo hộ tên thương mại nhằm đề xuất giải pháp hoàn thiện.

## **4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

### **4.1. Đối tượng nghiên cứu**

Tập trung chủ yếu những vấn đề lý luận, thực trạng và thực tiễn liên quan đến bảo hộ tên thương mại, các quy định của pháp luật sở hữu trí tuệ cũng như các công ước, hiệp ước quy định về vấn đề bảo hộ tên thương mại. Thực tiễn thực hiện quyền bảo hộ tên thương mại, từ đó đánh giá thực trạng và đưa ra các giải pháp hoàn thiện. Nhìn tổng thể các khái niệm, quy định của pháp luật đến đi sâu phân tích thực trạng, tình hình để đưa ra các giải pháp hoàn thiện.

### **4.2. Phạm vi nghiên cứu**

*Về phạm vi thời gian:* nghiên cứu trong đề tài từ năm 2005 đến năm 2016. Tập trung nghiên cứu các văn bản pháp luật từ khi Luật thương mại năm 2005 và Luật sở hữu trí tuệ năm 2005 có hiệu lực về quyền bảo hộ tên thương mại, có đối chiếu so sánh với các văn bản quy phạm pháp luật trước đó và có liên hệ các công ước, hiệp định quốc tế Việt Nam tham gia,...

*Phạm vi không gian:* Thực trạng bảo hộ tên thương mại ở Việt Nam theo pháp luật sở hữu trí tuệ Việt Nam và thực tiễn giải quyết các tranh chấp về quyền sở hữu trí tuệ liên quan đến tên thương mại ở Việt Nam.

## **5. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu**

### **5.1. Mục đích nghiên cứu**

Trên cơ sở tìm hiểu những vấn đề lý luận về bảo hộ tên thương mại, các quy định của pháp luật sở hữu trí tuệ Việt Nam về bảo hộ tên

thương mại; nghiên cứu đánh giá thực trạng áp dụng các quy định pháp luật trên về bảo hộ tên thương mại ở Việt Nam hiện nay.

## **5.2. Nhiệm vụ nghiên cứu:**

Để đạt được những mục tiêu đặt ra ở trên, luận văn cần thực hiện một số nhiệm vụ sau:

- Xây dựng, làm rõ một số khái niệm về tên thương mại, bảo hộ tên thương mại và quy định của pháp luật về bảo hộ tên thương mại.

- Phân tích cơ sở lý luận về bảo hộ tên thương mại, đồng thời phân tích đáng giá những quy định pháp luật sở hữu trí tuệ hiện hành về bảo hộ tên thương mại.

- Phân tích, đánh giá thực trạng bảo hộ tên thương mại ở Việt Nam hiện nay và việc áp dụng quy định của pháp sở hữu trí tuệ để bảo hộ tên thương mại hiện nay.

- Nêu lên những bất cập, tồn tại, hạn chế trong quy định của pháp luật sở hữu trí tuệ và một số các văn bản pháp luật liên quan cũng như thực tế áp dụng pháp luật bảo hộ tên thương mại ở Việt Nam hiện nay.

- Đề xuất các giải pháp hoàn thiện pháp luật sở hữu trí tuệ về nâng cao hiệu quả bảo hộ tên thương mại ở Việt Nam.

## **6. Câu hỏi nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu.**

### **6.1. Câu hỏi nghiên cứu**

- Pháp luật thương mại và pháp luật sở hữu trí tuệ hiện hành quy định về bảo hộ tên thương mại như thế nào?

- Thực trạng áp dụng quy định của pháp sở hữu trí tuệ về bảo hộ tên thương mại ở Việt Nam hiện nay như thế nào? Đã đáp ứng được yêu cầu thực tiễn đặt ra hay chưa?

- Cần phải quy định trong Luật hữu trí tuệ và đưa ra giải pháp như thế nào để hoàn thiện quy định của pháp luật thương mại và pháp luật sở hữu trí tuệ về bảo hộ tên thương mại?

### **6.2. Giả thuyết nghiên cứu**

- Tìm hiểu các quy định của pháp luật sở hữu trí tuệ hiện hành về bảo hộ tên thương mại.

- Đánh giá những ưu điểm, hạn chế của pháp luật hiện hành về bảo hộ tên thương mại (chú ý pháp luật sở hữu trí tuệ)...

## **7. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn**

### **7.1. Ý nghĩa về khoa học**

Góp phần hoàn thiện quy định của pháp luật thương mại và luật sở hữu trí tuệ về bảo hộ tên thương mại thông qua việc đánh giá những bất cập, hạn chế được rút từ thực tiễn phân tích, đánh giá hệ

thống các quy định của pháp luật hiện hành về bảo hộ tên thương mại theo pháp luật thương mại và pháp luật sở hữu trí tuệ và thực trạng bảo hộ tên thương mại hiện nay từ đó đề ra những giải pháp kiến nghị nhằm hoàn thiện các quy định pháp luật có liên quan.

## **7.2. Ý nghĩa về mặt thực tiễn**

Luận văn sẽ góp phần đánh giá thực trạng bảo hộ TTM của các doanh nghiệp ở Việt Nam, từ đó chứng minh được tầm quan trọng của công tác bảo hộ TTM trong tiến trình phát triển kinh tế và hội nhập quốc tế, để các doanh nghiệp nhận thức được.



# CHƯƠNG 1

## MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ BẢO HỘ NHÃN HIỆU VÀ TÊN THƯƠNG MẠI

### 1.1. Khái niệm, chức năng, điều kiện bảo hộ và ý nghĩa của nhãn hiệu.

#### 1.1.1. Nhãn hiệu

##### 1.1.1.1. Khái niệm

Khoảng 4000 năm về trước, nhãn hiệu đã được sử dụng để nhận biết nguồn gốc của sản phẩm. Vào thời xa xưa đó, các thợ thủ công ở Trung Quốc, Ấn Độ, Ba tư đã sử dụng chữ ký của họ hoặc một biểu tượng riêng để phân biệt sản phẩm của họ. Việc sử dụng nhãn hiệu trong thời Trung cổ đã được gắn với phát triển và tăng trưởng của thương mại, từ đó mới xuất hiện thuật ngữ “Nhãn hiệu hàng hoá” [23, tr.149]. Ngày nay, nhãn hiệu đã phát triển thành công cụ để nhận biết sản phẩm của các công ty khác nhau. Trên thế giới hiện có nhiều cách định nghĩa khác nhau về nhãn hiệu. Theo Khoản 1 Điều 15 Hiệp định về các khía cạnh liên quan đến thương mại của Quyền sở hữu trí tuệ - Hiệp định TRIPs:

##### 1.1.1.2. Chức năng

Chỉ khi nhãn hiệu cho phép người tiêu dùng phân biệt được sản phẩm/dịch vụ mang nhãn hiệu đó với sản phẩm/dịch vụ của doanh nghiệp khác trên thị trường thì lúc đó chức năng của nhãn hiệu mới đầy đủ. Điều này cho thấy chức năng phân biệt và chức năng chỉ dẫn nguồn gốc là hai chức năng không thể tách rời tạo thành nhãn hiệu. Tuy nhiên không phải bất cứ dấu hiệu nào cũng thực hiện được cả hai chức năng đề cập trên để có thể thực hiện vai trò là một nhãn hiệu. Cần có những điều kiện cần và đủ để một dấu hiệu có thể đóng vai trò như một nhãn hiệu đặc biệt là một nhãn hiệu được bảo hộ cho riêng một chủ thể nào đó và thực hiện được chức năng của nhãn hiệu. Các điều kiện cần và đủ đó chính là điều kiện bảo hộ một nhãn hiệu được đề cập dưới đây.

##### 1.1.1.3. Điều kiện bảo hộ

Một dấu hiệu để được bảo hộ như một nhãn hiệu cần đáp ứng hai điều kiện, điều kiện cần là dấu hiệu đó thuộc trong các đối tượng được bảo hộ với danh nghĩa nhãn hiệu và điều kiện đủ là dấu hiệu đó phải có khả năng phân biệt.

(i) Các dấu hiệu được bảo hộ dưới danh nghĩa nhãn hiệu:

- *Dấu hiệu là chữ cái, chữ số*: Đây là dạng dấu hiệu phổ biến được bảo hộ như một nhãn hiệu bởi tính đơn giản, dễ nhận biết và dễ

ghi nhớ của nó.

- *Dấu hiệu hình vẽ, hình ảnh*: Để được bảo hộ như một nhãn hiệu, dấu hiệu hình vẽ phải được trình bày một cách đặc biệt, tạo ra ấn tượng và có khả năng nhận biết cho người tiêu dùng. Các hình, hình học hai chiều đơn giản như hình chữ nhật, hình vuông, hình tam giác... hoặc hình quá rắc rối, phức tạp, khó ghi nhớ và khó nhận biết thì cũng không đảm bảo điều kiện được bảo hộ như một nhãn hiệu. Điều này được quy định tại pháp luật của hầu hết các nước trong đó có Việt Nam.

- *Dấu hiệu kết hợp giữa các yếu tố chữ và hình được thể hiện dưới một hoặc nhiều màu sắc*. Ngay cả trường hợp các yếu tố chữ và hình tách biệt không đáp ứng đủ điều kiện về tính phân biệt nhưng sự kết hợp của hai hay nhiều dấu hiệu hình và dấu hiệu chữ đó tạo thành một tổng thể ấn tượng, dễ nhận biết và có khả năng phân biệt thì vẫn có thể được bảo hộ như một nhãn hiệu.

- *Dấu hiệu phi truyền thống như hình ba chiều, màu sắc, âm thanh hay mùi vị*: Hình ba chiều được hiểu như một dạng hình ảnh đặc biệt thông qua kỹ thuật xử lý hình ảnh, làm cho hình ảnh trở nên sắc nét, sống động hơn. Khi nhìn vào hình ảnh đó, người ta có thể cảm nhận được vật thể một cách rõ ràng hơn so với hình vẽ và hình ảnh thông thường.

bảo hộ như một nhãn hiệu, pháp luật của các quốc gia cũng cụ thể hóa các đối tượng không được phép bảo hộ như nhãn hiệu căn cứ theo Điều 6 của Công ước Paris, bao gồm:

- Các dấu hiệu trùng/tương tự gây nhầm lẫn với các quốc huy, quốc kỳ hoặc các biểu tượng quốc gia khác của các nước thành viên của Liên minh, các dấu hiệu kiểm tra xác nhận hoặc bảo đảm chính thức được các nước đó chấp nhận, và bất cứ sự bắt chước nào mang đặc điểm huy hiệu;

## **1.2. Khái quát về tên thương mại**

### **1.2.1. Khái niệm tên thương mại**

Một hay nhiều nhãn hiệu khác nhau có thể được sở hữu và sử dụng bởi các doanh nghiệp để phân biệt hàng hóa dịch vụ của họ với các doanh nghiệp cạnh tranh. Tuy nhiên làm thế nào để phân biệt hàng hóa dịch vụ của chính bản thân doanh nghiệp đó với doanh nghiệp cạnh tranh khác. Đó chính là lý do tên thương mại được sử dụng.

Theo cách hiểu trong thực tế, tên thương mại có thể hiểu là tên gọi (đó có thể là tên chủ doanh nghiệp, công ty, tên viết tắt của doanh nghiệp, công ty...) nhằm phân biệt một doanh nghiệp và hoạt động

kinh doanh của doanh nghiệp đó với hoạt động kinh doanh của một doanh nghiệp khác (bao gồm cả cá nhân, pháp nhân, hộ gia đình, tổ hợp tác có đăng ký kinh doanh).

### ***Mối quan hệ giữa tên thương mại và tên doanh nghiệp***

Theo Điều 4 Luật Doanh nghiệp 2014 thì: “*Doanh nghiệp là tổ chức kinh tế có tên riêng...*”. Điều này cho thấy tên doanh nghiệp là một thành tố quan trọng cấu thành doanh nghiệp.

Hiện nay, theo quy định của Luật Doanh nghiệp, doanh nghiệp được đăng ký ba tên: tên bằng tiếng Việt; tên bằng tiếng nước ngoài (thường gọi là tên giao dịch hay tên đối ngoại); và tên viết tắt.

Tên thương mại mà một doanh nghiệp sử dụng thông thường cũng là tên doanh nghiệp đó đăng ký theo thủ tục thành lập doanh nghiệp tại Sở Kế hoạch đầu tư địa phương. Nhưng cũng chính từ đây mà vấn đề bảo hộ tên thương mại trở nên khó khăn do có sự điều chỉnh của hai luật chuyên ngành: Luật Sở hữu trí tuệ và Luật Doanh nghiệp.

### ***1.2.2. Đặc điểm của tên thương mại***

Tên thương mại là một đối tượng của sở hữu công nghiệp, vì vậy nó mang những đặc điểm chung của đối tượng quyền sở hữu công nghiệp như tính vô hình, đặc tính thương mại, bảo hộ có tính giới hạn... Ngoài ra nó còn mang những đặc trưng cơ bản sau:

*Thứ nhất*, tên thương mại là tên trong hoạt động kinh doanh.

*Thứ hai*, tên thương mại dùng để phân biệt chủ thể kinh doanh này với chủ thể kinh doanh khác trong cùng lĩnh vực và khu vực kinh doanh.

### ***1.2.3. Chức năng của tên thương mại***

#### ***1.2.3.1 Chức năng thông tin***

Tên thương mại có thể hiểu là tên gọi của doanh nghiệp hình thành trong quá trình doanh nghiệp sử dụng trong các hoạt động kinh doanh. Tên thương mại có thể là tên đầy đủ của doanh nghiệp như ghi trong Giấy đăng ký kinh doanh. Tuy nhiên, tên thương mại không luôn luôn là tên doanh nghiệp.

#### ***1.2.3.2 Chức năng phân biệt***

Tên thương mại cũng giống như nhãn hiệu ở chức năng phân biệt nhưng nó phân biệt chính bản thân chủ thể kinh doanh với các chủ thể kinh doanh khác trong cùng lĩnh vực và khu vực kinh doanh chứ không phải sản phẩm/dịch vụ mà chủ thể kinh doanh đó cung cấp. Mặc dù chức năng này xuất phát từ đặc tính cung cấp thông tin, tuy nhiên đây lại là chức năng chính của tên thương mại. Chức năng này

chính là tiêu chí chính để phân biệt tên thương mại với các chỉ dẫn thương mại khác như nhãn hiệu và chỉ dẫn địa lý.

#### *1.2.3.3 Chức năng chỉ dẫn tên thương mại*

Tên thương mại là tên gọi của tổ chức, cá nhân dùng trong hoạt động kinh doanh vì vậy tên thương mại gắn liền với sự tồn tại của tổ chức, cá nhân có hoạt động kinh doanh và đó chính là phương tiện giao tiếp đầu tiên giữa các doanh nghiệp và các chủ thể.

#### *Phân biệt tên thương mại với các chỉ dẫn thương mại và tên miền*

Pháp luật quốc tế cũng như pháp luật của phần lớn quốc gia trên thế giới đều thừa nhận nhãn hiệu, tên thương mại, chỉ dẫn địa lý đều là những chỉ dẫn thương mại được sử dụng trên hàng hoá, bao bì hàng hoá, biển hiệu, phương tiện kinh doanh, phương tiện dịch vụ, giấy tờ giao dịch, trong quảng cáo, tiếp thị... nhằm mục đích cung cấp thông tin cho người tiêu dùng về nguồn gốc của các sản phẩm hàng hóa. Mặc dù mỗi đối tượng có điều kiện bảo hộ khác nhau, nhưng cùng có điểm chung là dấu hiệu được sử dụng đều phải có khả năng phân biệt, không gây nhầm lẫn với các chỉ dẫn thương mại còn lại, bao gồm nhãn hiệu, tên thương mại, chỉ dẫn địa lý của người khác đã được xác lập trước. Không là đối tượng của quyền SHTT nhưng tên miền cũng là những dấu hiệu chữ cái, chữ số giúp định danh chủ thể sản xuất kinh doanh có liên quan mật thiết đến tên thương mại. Thông thường tên thương mại có thể cấu thành một nội dung của tên miền.

#### *1.2.3.4. Phân biệt tên thương mại với nhãn hiệu*

##### ***Thứ nhất***, về khái niệm:

Tên thương mại là tên gọi của tổ chức, cá nhân dùng trong hoạt động kinh doanh để phân biệt chủ thể kinh doanh mang tên gọi đó với chủ thể kinh doanh khác trong cùng lĩnh vực và khu vực kinh doanh (khoản 21 Điều 4 Luật Sở hữu trí tuệ).

##### ***Thứ hai***, về thành phần cấu tạo:

Cấu tạo tên thương mại là tập hợp các chữ cái có thể kèm theo chữ số phát âm được, có thể chứa một hoặc hai thành phần, đó là thành phần mô tả và thành phần phân biệt.

##### ***Thứ ba***, về điều kiện bảo hộ:

Luật Sở hữu trí tuệ 2005 đề cập đến vấn đề điều kiện bảo hộ tên thương mại và nhãn hiệu như sau:

Tên thương mại được bảo hộ nếu “*có khả năng phân biệt chủ thể kinh doanh mang tên thương mại đó với chủ thể kinh doanh khác trong cùng lĩnh vực và khu vực kinh doanh*” (Điều 76). Khả năng phân

biệt nếu đáp ứng các điều kiện sau đây: “*Chứa thành phần tên riêng, trừ trường hợp đã được biết đến rộng rãi do sử dụng; Không trùng hoặc tương tự đến mức gây nhầm lẫn với tên thương mại mà người khác đã sử dụng trước trong cùng lĩnh vực và khu vực kinh doanh; Không trùng hoặc tương tự đến mức gây nhầm lẫn với nhãn hiệu của người khác hoặc với chỉ dẫn địa lý đã được bảo hộ trước ngày tên thương mại đó được sử dụng*” (Điều 78).

Ngược lại, nhãn hiệu được bảo hộ nếu đáp ứng các điều kiện sau: “*Là dấu hiệu nhìn thấy được dưới dạng chữ cái, từ ngữ, hình vẽ, hình ảnh, kể cả hình ba chiều hoặc sự kết hợp các yếu tố đó, được thể hiện bằng một hoặc nhiều màu sắc; Có khả năng phân biệt hàng hóa, dịch vụ của chủ sở hữu nhãn hiệu với hàng hóa, dịch vụ của chủ thể khác*” (Điều 72).

**Thứ tư**, về căn cứ xác lập quyền:

Quyền sở hữu công nghiệp đối với tên thương mại được xác lập trên cơ sở “*sử dụng hợp pháp tên thương mại đó*” (Điều 6.3 Nghị định 103/2006/NĐ-CP). Còn “*quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu được xác lập trên cơ sở quyết định cấp văn bằng bảo hộ của cơ quan nhà nước có thẩm quyền theo thủ tục đăng ký quy định tại Luật này hoặc công nhận đăng ký quốc tế theo quy định của điều ước quốc tế mà Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam là thành viên; đối với nhãn hiệu nổi tiếng, quyền sở hữu được xác lập trên cơ sở sử dụng, không phụ thuộc vào thủ tục đăng ký*” (Trích Điều 6.3 Nghị định 103/2006/NĐ-CP). Như vậy, sự khác biệt về căn cứ xác lập quyền sở hữu công nghiệp là bản thân tên thương mại có thể tự động được bảo hộ (nếu đáp ứng các tiêu chí đã được quy định) mà không cần làm thủ tục đăng ký, còn nhãn hiệu thì bắt buộc phải trải qua thủ tục nộp đơn đăng ký (trừ trường hợp nhãn hiệu nổi tiếng) và thẩm định.

**Thứ năm**, về phạm vi bảo hộ và thời hạn bảo hộ:

Phạm vi bảo hộ của tên thương mại: trong một địa bàn, cùng một lĩnh vực; Phạm vi bảo hộ của nhãn hiệu: trên toàn quốc. Như vậy, phạm vi bảo hộ của tên thương mại, xét theo một khía cạnh là có thể hẹp hơn phạm vi bảo hộ của nhãn hiệu (phạm vi bảo hộ nhãn hiệu là trên phạm vi toàn quốc, phạm vi bảo hộ của tên thương mại lại chỉ giới hạn trên phạm vi địa phương) nhưng trong một số trường hợp sẽ là tương đương như nhãn hiệu.

Thời hạn bảo hộ của tên thương mại: không hạn chế, đến khi nào doanh nghiệp còn sử dụng tên thương mại ấy; Thời hạn bảo hộ của nhãn hiệu: 10 năm (có thể gia hạn nhiều lần, mỗi lần gia hạn 10 năm).

### 1.2.3.5. Phân biệt tên thương mại với chỉ dẫn địa lý

Sự khác biệt giữa tên thương mại và chỉ dẫn địa lý tương đối rõ ràng.

**Thứ nhất**, về khái niệm:

Khác với tên thương mại, chỉ dẫn địa lý là “*dấu hiệu dùng để chỉ sản phẩm có nguồn gốc từ khu vực, địa phương, vùng lãnh thổ hay quốc gia cụ thể*” (khoản 22 Điều 4 Luật Sở hữu trí tuệ).

**Thứ hai**, về điều kiện bảo hộ:

Chỉ dẫn địa lý được bảo hộ là đối tượng sở hữu công nghiệp nếu đáp ứng được các điều kiện sau (Điều 79 Luật Sở hữu trí tuệ):

Như vậy, điều kiện bảo hộ chỉ dẫn địa lý cũng khác với điều kiện bảo hộ tên thương mại.

**Thứ ba**, về căn cứ xác lập quyền:

Căn cứ xác lập quyền đối với tên thương mại là do hoạt động thực tế sử dụng tên thương mại đó trong hoạt động kinh doanh. Còn đối với chỉ dẫn địa lý thì phải đăng ký. Quyền đăng ký chỉ dẫn địa lý của Việt Nam thuộc về nhà nước. Nhà nước cho phép tổ chức, cá nhân sản xuất sản phẩm mang chỉ dẫn địa lý, tổ chức tập thể đại diện cho các tổ chức, cá nhân đó hoặc cơ quan quản lý hành chính địa phương nơi có chỉ dẫn địa lý thực hiện quyền đăng ký chỉ dẫn địa lý. Người thực hiện quyền đăng ký chỉ dẫn địa lý không trở thành chủ sở hữu chỉ dẫn địa lý đó.

**Thứ tư**, về phạm vi bảo hộ và thời hạn bảo hộ:

Nếu tên thương mại chỉ bảo hộ ở phạm vi địa phương (lĩnh vực và khu vực kinh doanh) thì phạm vi bảo hộ của chỉ dẫn địa lý được xác định tại Quyết định đăng bạ, được bảo hộ trên phạm vi cả nước. Về thời hạn bảo hộ chỉ dẫn địa lý thì Giấy chứng nhận đăng ký chỉ dẫn địa lý có hiệu lực vô thời hạn kể từ ngày cấp

### 1.2.3.6. Phân biệt tên thương mại với tên miền

Việc phân biệt tên thương mại và tên miền có thể dựa vào một số tiêu chí sau:

**Thứ nhất**, về khái niệm:

**Thứ hai**, về thành phần cấu tạo:

Cấu tạo tên miền cũng khác tên thương mại: tên miền gồm hai thành phần, phần đầu có thể có nghĩa hoặc không có nghĩa, phần đuôi bao gồm tên miền các cấp. Tên miền được chia thành 2 cấp độ cao nhất: tên miền quốc tế và tên miền quốc gia.

**Thứ ba**, về điều kiện bảo hộ:

*Thứ tư*, về thời hạn bảo hộ và phạm vi bảo hộ:

### **1.3. Khái quát về bảo hộ tên thương mại**

#### **1.3.1. Khái niệm bảo hộ tên thương mại**

Bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp bao gồm ba nội dung:

- Thứ nhất, là ban hành các quy định của pháp luật về quyền sở hữu công nghiệp;

- Thứ hai, là cấp văn bằng bảo hộ các đối tượng sở hữu công nghiệp cho các chủ thể khác nhau khi đáp ứng các yêu cầu theo quy định (xác lập quyền);

- Thứ ba, là bằng các phương thức, biện pháp khác nhau bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp của chủ văn bằng (bảo vệ quyền).

#### **1.3.2. Ý nghĩa của bảo hộ tên thương mại**

- *Đối với doanh nghiệp:*

Các quyền được hệ thống sở hữu trí tuệ tạo ra cho phép chủ sở hữu quyền có được sự độc quyền đối với tên thương mại trong phạm vi khu vực và lĩnh vực kinh doanh của mình và từ đó (i) làm giảm khả năng sao chép hoặc bắt chước của đối thủ cạnh tranh, bảo vệ tên tuổi của mình trước những đối thủ cạnh tranh không lành mạnh khác...

- *Đối với người tiêu dùng:*

Một trong những công cụ để người tiêu dùng có thể tìm đến nguồn cung hợp lý một cách nhanh chóng nhất đó chính là thông qua tên thương mại. Ví dụ: Khi bước vào một cửa hàng điện tử gia dụng tìm mua tivi, nhân viên cửa hàng sẽ hỏi bạn tìm sản phẩm của nhà cung cấp nào: Samsung, Sony, Toshiba, hay LG, đến một đại lý vé máy bay, họ sẽ hỏi bạn lựa chọn hãng hàng không nào và ngay lập tức những cái tên thương mại sẽ được đưa ra: Vietnam Airlines, Jetstar Pacific hay Vietjet Air. Hay khi tìm mua sản phẩm điện thoại di động thì cái tên Apple, Samsung, Sony hay HTC luôn là lựa chọn hàng đầu của những người tiêu dùng “thông thái”. Đó chính là những tên thương mại mà thông qua đó, người tiêu dùng có thể dễ dàng phân biệt được chất lượng hàng hoá, dịch vụ, phạm vi, quy mô hoạt động kinh doanh của chủ thể kinh doanh đó.

*Đối với xã hội:*

Đối với toàn bộ nền kinh tế, bảo hộ quyền SHCN đối với tên thương mại là điều kiện và nền tảng để tạo một môi trường cạnh tranh lành mạnh, tạo cơ sở cho Việt Nam tham gia vào thị trường quốc tế, thu hút đầu tư và công nghệ nước ngoài thúc đẩy nền kinh tế phát triển. Trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế một trong những cam kết được đòi hỏi đầu tiên đó chính là xây dựng cơ chế bảo hộ Quyền

sở hữu công nghiệp nói chung và bảo hộ quyền SHCN đối với tên thương mại nói riêng.

### ***1.3.3. Bảo hộ tên thương mại trong các Văn bản pháp luật quốc tế và ở một số quốc gia trên thế giới***

#### ***1.3.3.1. Bảo hộ tên thương mại trong các điều ước quốc tế***

Các Điều ước quốc tế được xem là một nguồn quan trọng trong việc thực thi quyền sở hữu trí tuệ ở Việt Nam. Với việc gia nhập Công ước Paris và Hiệp định Trips, Việt Nam đã tiến thêm một bước trong tiến trình hội nhập, nhưng cũng mở ra nhiều thách thức, vì những quy định chặt chẽ của hai điều ước này.

*Công ước thành lập Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới (WIPO)*

*Công ước Parri*

*Hiệp định TRIPS*

#### ***1.3.3.2. Pháp luật về bảo hộ tên thương mại ở một số nước trên thế giới***

Luật SHTT Pháp quy định: “Tên thương mại là tên mà dựa vào đó, một cơ sở thương mại tiến hành khai thác kinh doanh và được khách hàng biết đến”.



## CHƯƠNG 2

### THỰC TRẠNG PHÁP LUẬT VÀ THỰC TIỄN BẢO HỘ TÊN THƯƠNG MẠI VÀ NHÃN HIỆU TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TẠI VIỆT NAM

#### **2.1. Thực trạng pháp luật Việt Nam về bảo hộ tên thương mại**

##### **2.1.1. Quy định về căn cứ xác lập quyền đối với tên thương mại**

Theo quy định tại Khoản 3, Điều 6, Nghị định 103/2006/NĐ-CP thì: *“Quyền sở hữu công nghiệp đối với tên thương mại được xác lập trên cơ sở thực tiễn sử dụng hợp pháp tên thương mại đó tương ứng với khu vực (lãnh thổ) và lĩnh vực kinh doanh mà không cần thực hiện thủ tục đăng ký”*.

Điều này là phù hợp với quy định của Công ước Paris cũng như pháp luật của nhiều nước trên thế giới: *“Tên thương mại được bảo hộ trong tất cả các nước thành viên mà không bắt buộc phải đăng ký, tên thương mại có thể là hoặc không là một bộ phận của nhãn hiệu hàng hóa”*.

##### **2.1.2. Quy định về điều kiện bảo hộ tên thương mại**

**2.1.2.1. Tên thương mại trước hết phải là tên gọi của tổ chức, cá nhân trong hoạt động kinh doanh**

Quy định về tên thương mại trong Luật Sở hữu trí tuệ (khoản 21 Điều 4), Luật thương mại (khoản 6 Điều 5, Điều 24) đều chỉ rõ tên thương mại phải là *“tên gọi của tổ chức, cá nhân dùng trong hoạt động kinh doanh”*, đây là điểm đặc thù đầu tiên để nhận diện tên thương mại.

Vậy điều kiện bảo hộ tên thương mại trước hết phải là tên gọi của chủ thể kinh doanh và phải dùng trong hoạt động kinh doanh. Mục đích của quy định này là loại trừ khả năng nhầm lẫn từ phía người tiêu dùng đối với thương nhân mang tên thương mại và chủ thể không liên quan đến hoạt động kinh doanh.

**2.1.2.2. Khả năng phân biệt của tên thương mại.**

##### **2.1.3. Quy định về quyền đối với tên thương mại**

Chủ sở hữu tên thương mại là tổ chức, cá nhân sử dụng hợp pháp tên thương mại đó trong hoạt động đăng ký kinh doanh (Khoản 2, Điều 121, Luật sở hữu trí tuệ). Quyền sở hữu đối với tên thương mại tự động phát sinh khi tên thương mại đáp ứng các điều kiện do pháp luật quy định mà không cần phải qua thủ tục đăng ký.

##### **2.1.4. Quy định về xâm phạm quyền đối với tên thương mại**

Pháp luật sở hữu trí tuệ quy định các trường hợp sử dụng tên chỉ

dẫn thương mại trùng hoặc tương tự đến mức gây nhầm lẫn với tên thương mại của chủ thể kinh doanh khác đã được người khác sử dụng trước cho cùng loại sản phẩm, dịch vụ hoặc sản phẩm tương tự dẫn đến nhầm lẫn về chủ thể kinh doanh thì xâm phạm quyền đối với tên thương mại. Theo Điều 129 khoản 2 Luật SHTT quy định “*Mọi hành vi sử dụng chỉ dẫn thương mại trùng hoặc tương tự với tên thương mại của người khác đã được sử dụng trước cho cùng loại sản phẩm, dịch vụ hoặc cho sản phẩm, dịch vụ tương tự, gây nhầm lẫn về chủ thể kinh doanh, cơ sở kinh doanh, hoạt động kinh doanh dưới tên thương mại đó đều bị coi là xâm phạm quyền đối với tên thương mại*”.

#### ***2.1.5. Quy định về các biện pháp bảo vệ quyền đối với tên thương mại***

Bảo vệ quyền sở hữu công nghiệp được hiểu là việc Nhà nước và chủ các văn bằng sở hữu công nghiệp sử dụng các phương thức pháp lý để bảo vệ quyền sở hữu các đối tượng sở hữu công nghiệp của mình, chống lại mọi sự xâm phạm để giữ nguyên vẹn quyền sở hữu các đối tượng này. Quyền sở hữu công nghiệp được bảo vệ bằng các biện pháp hành chính, dân sự và hình sự. Trong đó, chủ sở hữu công nghiệp có thể tự bảo vệ (Điều 198 Luật sở hữu trí tuệ) hoặc bằng hoạt động của cơ quan nhà nước thông qua việc khởi kiện lại Tòa án hoặc tố cáo với các cơ quan Nhà nước có thẩm quyền khác như Thanh tra khoa học và Công nghệ, Cơ quan cảnh sát điều tra tội phạm về trật tự quản lý kinh tế và chức vụ, Hải quan, quản lý thị trường (Điều 199, Luật Sở hữu trí tuệ).

***\* Các biện pháp bảo vệ tên thương mại bao gồm:***

- *Biện pháp dân sự*
- *Biện pháp hình sự*
- *Biện pháp hành chính*

### CHƯƠNG 3

## CÁC GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ BẢO HỘ TÊN THƯƠNG MẠI VÀ NHÃN HIỆU TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TẠI VIỆT NAM

Từ những phân tích và dẫn chứng đã nêu ở phần trên, chúng ta có thể thấy rõ những bất cập trong quy định của pháp luật vấn đề bảo hộ tên thương mại ở Việt Nam hiện nay.

### **3.1. Hoàn thiện các quy định pháp luật Việt Nam hiện hành về điều kiện bảo hộ tên thương mại, nhãn hiệu trong thương mại điện tử**

*Thứ nhất*, Luật Sở hữu trí tuệ phải được sửa đổi để làm rõ hơn khái niệm “khu vực kinh doanh” trong điều kiện bảo hộ tên thương mại. Quy định về “lĩnh vực kinh doanh” cũng cần tính đến trường hợp các doanh nghiệp hoạt động đa ngành nghề như ví dụ về Vinconstec. Luật Doanh nghiệp cũng phải sửa đổi, mà cụ thể là phần quy định về tên doanh nghiệp để các quy định này không gây thêm khó khăn phức tạp khi áp dụng trong thực tế và không gây ảnh hưởng đến chế định bảo hộ tên thương mại theo Luật Sở hữu trí tuệ như hiện nay.

*Thứ hai*, như đã phân tích, doanh nghiệp hiện ít có sự chọn lựa trong việc đặt tên theo Luật Doanh nghiệp, vì vậy, cần thiết phải mở rộng quy định về đặt tên theo Luật Doanh nghiệp để đáp ứng nhu cầu hợp lý của thực tiễn. Hơn nữa, quy định về tên của doanh nghiệp được quy định trong cả Luật Doanh nghiệp và Luật Sở hữu trí tuệ và do hai hệ thống này là tách biệt, chắc chắn phát sinh mâu thuẫn trong việc đặt, sử dụng tên doanh nghiệp và tên thương mại, vì thế cần có văn bản liên kết và thống nhất các quy định về tên doanh nghiệp và tên thương mại nhằm giúp doanh nghiệp tránh rắc rối khi sử dụng các loại tên của mình.

*Thứ ba*, điều kiện tên thương mại được bảo hộ là không trùng, gây nhầm lẫn với tên thương mại đã sử dụng hoặc nhãn hiệu, chỉ dẫn địa lý đã được bảo hộ, vậy cần có cơ quan chuyên trách xác định phạm vi tên trùng, tên gây nhầm lẫn. Bên cạnh việc lập hệ thống tra cứu riêng của từng cơ quan xác lập quyền nhãn hiệu (Cục SHTT) và cơ quan cấp đăng ký (Phòng đăng ký kinh doanh – Công nhận tên doanh nghiệp), cần có sự liên thông tra cứu khi công nhận tên riêng của tên thương mại của doanh nghiệp. Đó là cơ quan cấp đăng ký kinh doanh cần tra cứu phần tên riêng của tên thương mại với nhãn hiệu đã

được bảo hộ trước thời điểm đăng ký của các doanh nghiệp khác trong trường hợp cùng lĩnh vực và khu vực kinh doanh.

**Thứ tư,** Cần có quy định pháp luật về phạm vi bảo hộ của tên thương mại. Việc thiếu sót quy định này trong hệ thống pháp luật về bảo hộ các đối tượng sở hữu công nghiệp đã gây những khó khăn không hề nhỏ trong việc áp dụng pháp luật nhằm giải quyết xung đột giữa nhãn hiệu và tên thương mại trong cả xác lập, khai thác và bảo vệ quyền SHCN đối với nhãn hiệu.

**Thứ năm,** cần có quy định về việc bắt buộc tra cứu cơ sở dữ liệu quốc gia về doanh nghiệp trong xác lập quyền đối với tên thương mại. Để giảm thiểu tình trạng xung đột giữa nhãn hiệu và tên thương mại, cơ chế ngăn ngừa xung đột này trong giai đoạn xác lập quyền SHCN đối với tên thương mại cần phát huy triệt để vai trò của mình là doanh nghiệp phải tiến hành tra cứu hệ thống dữ liệu quốc gia về nhãn hiệu, tên thương mại đã được bảo hộ.

### **3.2. Thống nhất cơ quan quản lý tên thương mại**

Cục Sở hữu trí tuệ và Sở Kế hoạch đầu tư là hai cơ quan có thẩm quyền trong việc quản lý tên thương mại. Trong khi Cục sở hữu trí tuệ quản lý trong phạm vi toàn quốc, thì Sở Kế hoạch đầu tư lại chỉ chịu trách nhiệm trong phạm vi một tỉnh. Chính điều này đã dẫn đến những mâu thuẫn trong việc giải quyết tranh chấp. Vì vậy, câu hỏi đặt ra là nếu thống nhất cơ quan quản lý thì đó phải là cơ quan nào? Nếu phạm vi “khu vực địa lý” chưa có định nghĩa rõ ràng, thì cách tốt nhất, việc bảo hộ tên thương mại cần để cơ quan cấp trung ương quản lý, và cụ thể là Bộ Kế hoạch đầu tư.

### **3.3. Quy định yêu cầu doanh nghiệp tra cứu kỹ hệ thống đăng ký các chỉ dẫn thương mại khác trước khi thực hiện đặt tên doanh nghiệp**

Các chỉ dẫn thương mại ở đây được hiểu nhãn hiệu và chỉ dẫn địa lý. Hai đối tượng này được bảo hộ thông qua hệ thống bảo hộ, dưới sự quản lý của Cục Sở hữu trí tuệ. Trong khi đó, khi đăng ký doanh nghiệp, doanh nghiệp lại không có nghĩa vụ tra cứu nhãn hiệu và chỉ dẫn địa lý được bảo hộ trước đó. Gần như khi đi vào hoạt động kinh doanh trên thực tế, tên riêng của doanh nghiệp trở thành tên thương mại gắn liền với doanh nghiệp đó.

### **3.4. Quy định rõ về vấn đề pháp lý của tên thương mại, nhãn hiệu khi cải tổ pháp nhân**

- Có thể kết hợp các tên thương mại của mình thành tên thương mại chung.

- Lựa chọn một tên thương mại hoàn toàn mới mà các bên chưa sử dụng.

- Tiếp tục sử dụng tên thương mại của một trong những pháp nhân được cải tổ (trong trường hợp sáp nhập pháp nhân thì đó là tên của pháp nhân sáp nhập).

### **3.5. Quy định về xử lý vi phạm tên thương mại cụ thể và kịp thời**

*3.5.1. Trường hợp tên doanh nghiệp không thực hiện việc đổi tên theo quy định của pháp luật*

*3.5.2. Trong trường hợp tên miền vi phạm đối với tên thương mại*

## KẾT LUẬN

Trong hệ thống pháp luật Việt Nam nói chung, và pháp luật về sở hữu trí tuệ nói riêng đều có sự mâu thuẫn về lợi ích của các chủ thể tham gia quan hệ pháp luật. Nhiệm vụ đặt ra là pháp luật phải đưa ra các quy định nhằm dung hòa lợi ích của các bên. Đối với luật sở hữu trí tuệ thì điều này có ý nghĩa hơn cả. Bởi khách thể trong quan hệ này là trí tuệ. Nó là một tài sản vô hình, và nó ảnh hưởng đến sự phát triển, nền văn minh của một xã hội, một đất nước. Chính vì đặc thù đó, luật sở hữu trí tuệ coi việc dung hòa lợi ích giữa các chủ thể được xem là đặc trưng cơ bản của ngành luật này.

Một cách khách quan thì kể từ khi gia nhập tổ chức thế giới WTO đến nay, Việt Nam đã ban hành nhiều văn bản quy phạm pháp luật về sở hữu trí tuệ. Tuy nhiên, với sự phát triển của xã hội, với mục đích kinh doanh, nhằm tìm kiếm lợi nhuận, nhiều chủ thể đã vô tình hoặc cố ý xâm phạm đến quyền bảo hộ sở hữu trí tuệ nói chung và tên thương mại nói riêng. Từ những phân tích trên đây, phần nào chúng ta đã nhìn nhận một cách rõ ràng và toàn diện hơn về những bất cập trong hệ thống pháp luật về bảo hộ tên thương mại ở Việt Nam hiện nay. Cùng với việc đưa ra những ý kiến đánh giá, kiến nghị về việc này, chúng tôi hy vọng rằng trong tương lai, việc bảo hộ tên thương mại ở Việt Nam sẽ càng được chú trọng hơn nữa, để nó có thể làm đúng vai trò của nó trong sự phát triển của một doanh nghiệp trong giai đoạn hiện nay.

Với những vấn đề lý luận và thực tiễn nêu ra trong Luận văn, chúng tôi hy vọng sẽ góp phần hệ thống hóa lại các quy định của pháp luật Việt Nam về bảo hộ tên thương mại, phân tích mức độ tiến bộ, phù hợp với các quy định quốc tế có liên quan, nêu thực trạng bảo hộ tên thương mại ở Việt Nam, đánh giá thực trạng, hiệu quả hoạt động của các cơ quan thực thi pháp luật về bảo hộ TTM. Từ đó đề xuất một số kiến nghị, giải pháp để tiếp tục hoàn thiện pháp luật, đồng thời góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động của các cơ quan thực thi pháp luật về bảo hộ tên thương mại ở Việt Nam.

Trên cơ sở quy định pháp luật và phân tích thực trạng, chúng tôi đưa ra những ý kiến kiến nghị, đây là những ý kiến cá nhân nên có thể có những điểm chưa phù hợp và thuyết phục. Chúng tôi mong nhận được sự góp ý của quý Thầy, Cô giáo cũng như của các bạn học viên, đồng nghiệp để Luận văn được hoàn thiện hơn. Xin chân thành cảm ơn!

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

### I. VĂN BẢN PHÁP LUẬT:

1. Quốc hội, 2005, Bộ luật dân sự năm 2005.
2. Quốc hội, 2005, Luật sở hữu trí tuệ năm 2005.
3. Quốc hội, 2009, Luật sửa đổi bổ sung một số điều của Luật sở hữu trí tuệ năm 2009.
4. ...

### II. VĂN BẢN PHÁP LUẬT NƯỚC NGOÀI:

1. Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks (Thỏa ước Madrid về đăng ký quốc tế nhãn hiệu hàng hóa).
2. Paris Convention for the Protection of Industrial Property (Công ước Paris Bảo hộ sở hữu công nghiệp).
3. ...

### III. SÁCH CHUYÊN KHẢO:

1. TS Lê Trung Đạo (2009) – *Giáo trình Bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ*.
2. TS Lê Đình Nghị - TS Vũ Thị Hải Yến (2012) – *Giáo trình luật sở hữu trí tuệ*, Nxb Giáo dục Việt Nam.
3. PGS.TS Đoàn Đức Lương (chủ biên), Khoa Luật – Đại học Huế (2013) - *Giáo trình Pháp luật Sở hữu trí tuệ*, Nxb Chính trị quốc gia.
4. ...

### IV. LUẬN ÁN, LUẬN VĂN:

1. Nguyễn Thị Thu, 2012, Luận văn Thạc sỹ: *Xung đột giữa nhãn hiệu và tên thương mại trong bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu theo quy định của pháp luật Việt Nam*, Khoa Luật Đại học Quốc gia Hà Nội.
2. Bùi Thị Huyền, 2010, Luận văn thạc sỹ “*Bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp đối với tên thương mại theo quy định của pháp luật Việt Nam*.”
- 3.