

BẢO HỘ TÊN THƯƠNG MẠI Ở VIỆT NAM VÀ MỘT SỐ KIẾN NGHỊ HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT VỀ BẢO HỘ TÊN THƯƠNG MẠI

Nguyễn Thị Quế Anh^(*)

Khái niệm tên thương mại (company's name, nom commercial) được biết đến trong pháp luật của nhiều nước trên thế giới. Tên thương mại cũng là một trong những đối tượng sở hữu công nghiệp được bảo hộ theo Công ước Pari 1883 về quyền sở hữu công nghiệp. Ở Việt Nam bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp đối với tên thương mại đang còn là một vấn đề khá mới mẻ: Nếu như hoạt động bảo hộ đối với sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu hàng hoá, tên gọi xuất xứ hàng hoá đã được tiến hành từ cách đây hàng chục năm thì đối với tên thương mại và một số đối tượng khác như chỉ dẫn địa lý, bí mật kinh doanh, quyền chống cạnh tranh không lành mạnh liên quan tới sở hữu công nghiệp hoạt động bảo hộ chỉ mới nằm trong giai đoạn khởi đầu. Trong bài viết này tác giả đề cập tới việc tìm hiểu cơ chế bảo hộ tên thương mại với tư cách là đối tượng quyền sở hữu công nghiệp theo pháp luật Việt Nam, trên cơ sở đó đưa ra một số kiến nghị nhằm hoàn thiện pháp luật về bảo hộ loại đối tượng này.

1. Bảo hộ tên thương mại theo pháp luật Việt Nam

Tại Việt Nam, cho đến trước khi Nghị định 54/2000/NĐ-CP ra đời ngày 03/10/2000 thì vấn đề bảo hộ tên thương mại được đề cập trong một số văn bản pháp luật như: Bộ luật Dân sự (Đ. 26 về quyền nhân thân; Đ. 27 về bảo vệ quyền nhân thân; Đ.28 về quyền đối với họ, tên; Đ.97 về tên gọi của pháp nhân), Luật Thương mại (Đ.20 về nội dung đăng ký kinh doanh; Đ.24 về tên thương mại, biểu hiệu; Đ. 32 về thuê, cho thuê, chuyển nhượng sản nghiệp thương mại; Đ. 8 về cạnh tranh trong thương mại); Luật Doanh nghiệp (Đ.24 về tên, trụ sở và con dấu của doanh nghiệp), Pháp lệnh bảo vệ người tiêu dùng (Đ.7 về nghiêm cấm một số hành vi cạnh tranh không lành mạnh); Nghị định 63/CP (Đ.6 về tiêu chí bảo hộ nhãn hiệu hàng hoá). Tuy nhiên việc bảo hộ tên thương mại thông qua các qui định nêu trên còn đạt hiệu quả thấp bởi những lý do sau:

Pháp luật chưa đưa ra một định nghĩa cụ thể về tên thương mại, do đó tên thương mại chỉ được bảo hộ gián tiếp thông qua những qui định về quản lý tên thương mại, tên gọi của pháp nhân, nội dung đăng ký kinh doanh của thương nhân, ...

Bên cạnh đó, mỗi văn bản pháp luật lại chỉ áp dụng cho một loại đối tượng nhất định: Bộ luật dân sự không đề cập tới vấn đề tên gọi của tổ hợp tác, hộ gia đình; Luật

^(*)TS, Khoa Luật, Đại học Quốc gia Hà Nội.

thương mại chỉ áp dụng cho các chủ thể kinh doanh thương mại (buôn bán hàng hoá), cung ứng dịch vụ thương mại và xúc tiến thương mại); Luật doanh nghiệp không áp dụng cho các doanh nghiệp nhà nước, doanh nghiệp của các tổ chức chính trị và các cá nhân, chủ thể kinh doanh nhỏ; Pháp lệnh bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng chỉ áp dụng cho việc tiêu dùng trong sinh hoạt chứ không áp dụng cho tiêu dùng trong sản xuất, dịch vụ.

Ngoài ra, tập hợp tất cả các qui định tại các văn bản pháp luật nêu trên cũng chưa đề cập một cách đầy đủ, toàn diện việc bảo hộ tên thương mại. Cụ thể: không có qui định về nguyên tắc xác lập quyền đối với tên thương mại (tên thương mại chưa đăng ký hoàn toàn chưa được bảo hộ); không có qui định về nội dung quyền đối với tên thương mại; phạm vi bảo hộ tên thương mại còn rất hạn hẹp chưa bảo đảm ngăn cấm việc sử dụng bất kỳ chỉ dẫn thương mại nào xung đột với tên thương mại, kể cả việc sử dụng tên thương mại không đăng ký, nhãn hiệu hàng hoá không đăng ký (mới chỉ bảo đảm được các tên thương mại đăng ký sau không bị trùng với các tên thương mại đăng ký trước và nhãn hiệu hàng hoá đăng ký bảo hộ không được nhầm lẫn với tên thương mại đang được bảo hộ).

Để khắc phục tình trạng kém hiệu quả của việc bảo hộ tên thương mại đã nêu trên và nhất là đáp ứng nhu cầu hoàn thiện hệ thống pháp luật, trong đó có pháp luật về bảo hộ sở hữu trí tuệ trong tiến trình hội nhập khu vực và thế giới, Chính phủ đã ban hành Nghị định 54/CP ngày 10/3/2000 (NĐ 54/CP), trong đó đề cập tương đối đầy đủ và chi tiết vấn đề bảo hộ tên thương mại với tư cách là đối tượng quyền sở hữu công nghiệp.

Những qui định có liên quan trong Nghị định trên cho thấy việc bảo hộ tên thương mại của Việt Nam được tiến hành tương đối phù hợp với thông lệ của nhiều nước trong lĩnh vực này. Có thể nêu ra một số điểm chính của chế độ bảo hộ tên thương mại ở Việt Nam như sau:

- Tên thương mại ở Việt Nam được hình thành theo nguyên tắc “tự do lựa chọn”. Các cá nhân, tổ chức hoàn toàn tự do trong việc lựa chọn chỉ dẫn thương mại là tên thương mại mà dưới nó họ sẽ tiến hành hoạt động kinh doanh của mình. Tuy vậy, cũng tồn tại một số hạn chế nhất định đối với việc lựa chọn tên thương mại. Chẳng hạn: tên thương mại không được vi phạm truyền thống lịch sử, văn hoá, đạo đức và thuần phong mỹ tục của dân tộc; tên thương mại của doanh nghiệp Việt Nam phải được viết bằng tiếng Việt và có thể bổ sung thêm bằng một hoặc một số tiếng nước ngoài với khổ chữ nhỏ hơn; bắt buộc phải đưa vào thành phần tên thương mại những chỉ dẫn về tính chất, phạm vi trách nhiệm của chủ thể kinh doanh (Ví dụ: “trách nhiệm hữu hạn”, “cổ phần”, “hợp danh”, “tư nhân”)⁽¹⁾

- Quyền sở hữu công nghiệp đối với tên thương mại tự động được xác lập khi có đủ các điều kiện theo qui định của pháp luật mà không cần phải đăng ký tại cơ quan nhà

⁽¹⁾ Xem khoản 2, 3 Đ 24 Luật thương mại và mục b,c,d khoản1 Đ 24 Luật doanh nghiệp

nước có thẩm quyền (Đ.5 NĐ54/CP). Nói một cách khác, quyền đối với tên thương mại xuất hiện từ sự kiện sử dụng tên thương mại, không phụ thuộc vào việc tên thương mại đó có được đăng ký hay không. Bên cạnh đó cần phân biệt việc đăng ký xác lập quyền sở hữu công nghiệp và đăng ký kinh doanh là khác nhau. Việc đăng ký kinh doanh là thủ tục bắt buộc đối với mọi chủ thể có nhu cầu kinh doanh. Việc đăng ký kinh doanh được thực hiện tại cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền theo qui định của pháp luật. Trong đó, tên thương mại là một trong những nội dung đăng ký kinh doanh. Còn đăng ký xác lập quyền sở hữu công nghiệp đối với một đối tượng nào đó là thủ tục bắt buộc (ví dụ: đối với sáng chế, giải pháp hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu hàng hoá, nhãn hiệu dịch vụ, tên gọi xuất xứ hàng hoá) hoặc không bắt buộc (ví dụ: đối với chỉ dẫn xuất xứ, bí mật kinh doanh, tên thương mại) và chỉ liên quan đến việc bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp đối với đối tượng đó mà thôi.

- Tên thương mại tại Việt Nam được bảo hộ theo “nguyên tắc sự thật”. Tên thương mại phải thể hiện đúng loại hình tổ chức kinh doanh, phạm vi trách nhiệm pháp lý của các chủ thể sử dụng tên thương mại đó.

- Tên thương mại được bảo hộ phải liên quan đến hoạt động kinh doanh.

- Phạm vi bảo hộ đối với tên thương mại được qui định như sau:

+ Về mặt đối tượng được bảo hộ: tên thương mại chỉ được bảo hộ nếu như nó không gây nhầm lẫn với tên thương mại của người khác đã được sử dụng từ trước, với nhãn hiệu hàng hoá của người khác đã được bảo hộ từ trước khi bắt đầu sử dụng tên thương mại đó.

+ Về mặt lãnh thổ: quyền đối với tên thương mại chỉ có hiệu lực trong phạm vi cùng một địa bàn hoạt động của các chủ thể kinh doanh.

+ Về mặt lĩnh vực kinh doanh: tên thương mại chỉ được bảo hộ trong những lĩnh vực kinh doanh cùng loại hoặc liên quan đến lĩnh vực kinh doanh mà tên thương mại đó được chủ sở hữu sử dụng.

- Pháp luật thừa nhận quyền đối với tên thương mại là quyền tài sản thuộc sở hữu của chủ nhân tên thương mại. Nội dung quyền sở hữu công nghiệp đối với tên thương mại bao gồm:

+ Chủ sở hữu tên thương mại có quyền sử dụng tên thương mại vào mục đích kinh doanh bằng cách dùng tên thương mại để xưng danh trong các hoạt động kinh doanh, thể hiện tên thương mại đó trong các giấy tờ giao dịch, biển hiệu, sản phẩm, hàng hoá, bao bì hàng hoá và quảng cáo.

+ Chủ sở hữu tên thương mại có quyền chuyển giao tên thương mại theo hợp đồng hoặc theo thừa kế cho người khác với điều kiện việc chuyển giao phải được tiến hành cùng với toàn bộ cơ sở kinh doanh và hoạt động kinh doanh dưới tên thương mại đó.

+ Chủ sở hữu tên thương mại có quyền yêu cầu cơ quan nhà nước có thẩm quyền buộc người thực hiện hành vi xâm phạm quyền của mình phải chấm dứt hành vi đó và

bồi thường thiệt hại. Thời hiệu thực hiện quyền yêu cầu này là một năm tính từ ngày phát hiện được hành vi xâm phạm nhưng không quá ba năm tính từ ngày hành vi xâm phạm xảy ra.

- Hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp đối với tên thương mại được xác định là mọi hành vi sử dụng bất kỳ chỉ dẫn thương mại nào trùng hoặc tương tự với tên thương mại của người khác 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.

2. Một số kiến nghị hoàn thiện pháp luật về bảo hộ tên thương mại ở Việt Nam

Tên thương mại ở Việt Nam được bảo hộ không qua thủ tục đăng ký. Theo đó về mặt nguyên tắc, bất cứ cá nhân, tổ chức nào hoạt động kinh doanh dưới một cái tên nhất định thì đều nhận được sự bảo hộ của pháp luật đối với tên đó. Pháp luật nhiều nước khác coi trọng bản chất thương mại của các giao dịch: có hành vi mua để bán lại, nhằm mục đích sinh lời, được tiến hành thường xuyên và độc lập trong những lĩnh vực nhất định thì được gọi là hành vi thương mại, không phụ thuộc vào điều kiện các chủ thể tham gia quan hệ đó có đăng ký kinh doanh hay chưa, đăng ký kinh doanh ở những nước này đôi khi chỉ có ý nghĩa công khai hoá hoạt động của thương nhân mà không thiết lập tư cách thương nhân [1, tr.59]. Tuy nhiên, theo pháp luật Việt Nam thì cá nhân và tổ chức không đăng ký kinh doanh thì không được phép hoạt động kinh doanh. Kinh doanh mà không đăng ký là hành vi vi phạm pháp luật, được xử lý theo các quy định về xử phạt hành chính trong lĩnh vực kinh doanh, thậm chí có thể bị xử lý theo pháp luật hình sự. Như vậy trên thực tế chủ thể kinh doanh chỉ có thể sử dụng tên thương mại sau khi đã đăng ký kinh doanh, trong đó có việc đăng ký tên thương mại là một nội dung đăng ký kinh doanh.

Như đã phân tích ở trên việc đăng ký xác lập quyền sở hữu công nghiệp và đăng ký kinh doanh là khác nhau. Tuy nhiên theo ý kiến của chúng tôi, mặc dù việc đăng ký tên thương mại không mang ý nghĩa khai sinh quyền đối với tên thương mại nhưng việc *thiết lập một hệ thống đặc biệt đăng ký tên thương mại vẫn là điều cần thiết*. Tuy việc đăng ký tên thương mại ở đây không mang ý nghĩa làm phát sinh quyền nhưng thủ tục đó cũng hoàn toàn không thể bị coi là vô nghĩa. Những thông tin về tên thương mại của tất cả các chủ thể kinh doanh được tập trung, sắp xếp theo hệ thống ở một vài trung tâm dữ liệu rõ ràng sẽ có giá trị không nhỏ, bởi chúng cho phép đơn giản hoá việc giải quyết một số vấn đề, ví dụ như: việc lựa chọn tên thương mại của các chủ thể kinh doanh, việc xác định tính mới của dấu hiệu trong đăng ký nhãn hiệu hàng hoá (nhãn hiệu hàng hoá không được trùng với tên thương mại của người khác đã được bảo hộ từ trước), v. v. Bên cạnh đó hệ đăng ký tên thương mại sẽ giảm bớt gánh nặng chứng minh cho chủ thể kinh doanh là chủ sở hữu của tên thương mại đó. Theo Đ.22 ND 54/CP, khi thực hiện quyền yêu cầu xử lý hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp đối với tên thương mại chủ sở hữu tên thương mại có nghĩa vụ chứng minh điều kiện xác lập quyền

và phạm vi quyền của mình. Nếu tên thương mại được đăng ký thì rõ ràng việc chứng minh quyền của chủ sở hữu đối với tên thương mại đó không còn là khó khăn. Nói một cách khác, ở đây sẽ tồn tại nguyên tắc suy đoán: chủ thể đầu tiên đăng ký tên thương mại là chủ sở hữu hợp pháp của tên thương mại đó. Do hệ thống tên thương mại được đăng ký sẽ là nguồn thông tin phổ cập nên tất cả mọi chủ thể kinh doanh khác đều được coi như là đã biết rằng một tên thương mại cụ thể nào đó đã có chủ sở hữu hợp pháp của mình. Điều đó có ý nghĩa đặc biệt quan trọng đối với những trường hợp tên thương mại có thành phần là những từ mới mang tính đặc sắc, độc đáo. Rõ ràng rằng sự kiện tên thương mại trên được đăng ký bởi một chủ thể kinh doanh cụ thể hoàn toàn chưa loại trừ được khả năng chỉ dẫn thương mại đó có thể được những chủ thể khác lựa chọn với điều kiện lợi ích kinh doanh của những người này nằm ở các lĩnh vực hoàn toàn khác nhau. Tuy nhiên họ cần hiểu rõ rằng vào bất cứ thời điểm nào chủ thể đầu tiên đăng ký tên thương mại có thể yêu cầu họ chấm dứt việc sử dụng tên thương mại đó nếu anh ta chứng minh được rằng quyền lợi của mình bị xâm phạm.

Sự kiện đăng ký tên thương mại không có ý nghĩa xác lập quyền nhưng điều đó không có nghĩa là việc đăng ký chỉ mang tính chất tự nguyện. Ngược lại, theo ý kiến chúng tôi nghĩ vụ đăng ký tên thương mại phải thuộc về tất cả các chủ thể kinh doanh của người Việt Nam và các chủ thể kinh doanh nước ngoài hoạt động trên lãnh thổ Việt Nam. Việc qui định nghĩa vụ trên thuộc về thẩm quyền bên trong của Việt Nam và không hề vi phạm những điều khoản có liên quan tới tên thương mại trong những điều ước quốc tế Công ước Pari về bảo hộ tên thương mại. Nhu cầu giải quyết vấn đề nâng cao hiệu quả của việc bảo hộ tên thương mại theo chiều hướng như trên rất hiển nhiên bởi nó bảo đảm được sự quản lý toàn diện của Nhà nước đối với những tên thương mại đang được sử dụng, điều mà cả Nhà nước và tất cả mọi thành viên trong xã hội đều quan tâm.

Vấn đề tiếp theo mà chúng tôi muốn đề cập ở đây liên quan tới việc định đoạt quyền đối với tên thương mại. Mục a khoản 1 Đ.806 Bộ Luật Dân sự có nêu một trong số những loại đối tượng của hợp đồng chuyển giao công nghệ là “các đối tượng sở hữu công nghiệp có hoặc không có kèm theo máy móc mà pháp luật cho phép chuyển giao”. Theo qui định của Luật Thương mại, tên thương mại là một phần sản phẩm thương mại của thương nhân (Đ.5 Luật Thương mại) và thương nhân có quyền thuê, cho thuê, chuyển nhượng sản phẩm thương mại (Đ.32 Luật Thương mại). Đ.23, 24 Luật Doanh nghiệp tư nhân cũng có qui định về quyền thuê hoặc chuyển nhượng sản phẩm thương mại. Tuy nhiên, Bộ luật Dân sự, Luật Thương mại và Luật Doanh nghiệp tư nhân chưa hề có qui định cụ thể về việc sử dụng tên thương mại trong khi thuê hoặc sau khi chuyển nhượng Bên cạnh đó, từ qui định tại khoản 2 Đ.16 ND54/CP có thể hiểu rằng theo pháp luật Việt Nam quyền đối với tên thương mại không thể dịch chuyển, trừ trường hợp việc chuyển giao tên thương mại được tiến hành cùng với toàn bộ cơ sở kinh doanh và hoạt động kinh doanh dưới tên thương mại đó. Theo ý kiến chúng tôi, liên quan tới vấn đề định đoạt quyền đối với tên thương mại cần phân biệt rõ hai trường hợp sau đây:

- Chuyển nhượng tên thương mại: Tên thương mại không những là một bộ phận sản nghiệp mà còn là đối tượng của quyền nhân thân gắn bó hữu cơ với danh dự, uy tín kinh doanh của chủ thể kinh doanh. Bên cạnh đó dưới con mắt của các bạn hàng và người tiêu dùng thì tên thương mại luôn gắn liền với một chủ thể kinh doanh, nhất là một cơ sở kinh doanh có uy tín nhất định cho nên họ đã lựa chọn hàng hoá, dịch vụ của chính cơ sở kinh doanh đó. Xuất phát từ nhu cầu bảo vệ quyền lợi cho những người tiêu thụ sản phẩm, dịch vụ nói trên thì điều kiện mà pháp luật đưa ra là việc chuyển nhượng tên thương mại phải được tiến hành cùng với toàn bộ cơ sở kinh doanh và hoạt động kinh doanh là hoàn toàn hợp lý. Mặt khác, không phải bất cứ trường hợp chuyển giao toàn bộ cơ sở kinh doanh và hoạt động kinh doanh nào cũng tự động dẫn đến việc chuyển giao tên thương mại, kể cả trong trường hợp này việc chuyển giao tên thương mại cũng chỉ có thể tiến hành với sự đồng ý của chủ sở hữu tên thương mại đó. Trong một số trường hợp, ngoài sự đồng ý của chủ sở hữu cần thiết phải bổ sung vào tên thương mại đó chỉ dẫn về mối quan hệ kế tục giữa chủ sở hữu cũ và chủ sở hữu mới của cơ sở kinh doanh được chuyển giao.

- Thuê và cho thuê tên thương mại: Cho đến hiện nay chưa có văn bản pháp luật nào qui định cụ thể về vấn đề thuê và cho thuê tên thương mại. Tuy nhiên trên thực tế, việc thuê và cho thuê tên thương mại, dưới một góc độ nhất định, đã tồn tại trong đời sống giao lưu thương mại của chúng ta hiện nay. Chuyển nhượng quyền kinh doanh, cho thuê thương hiệu là những hình thức đã xuất hiện ở Việt Nam từ đầu những năm 90. Đầu tiên là sự thành lập hệ thống nhà hàng thức ăn nhanh Buger, sau đó là hàng loạt cửa hàng thức ăn nhanh mang tên Texas, Chicken, Carvel, Baskin & Robin, Lotteria Humburger, Kentucky Fried Chicken ..., trong các lĩnh vực khác như phim ảnh, dịch vụ cung cấp và bảo trì thiết bị văn phòng ..., đặc biệt là một số nhãn hiệu nội địa như Thời trang Maxx, Cà phê Trung Nguyên cũng đã tham gia vào việc chuyển nhượng thương hiệu của mình trong nước và cả ở nước ngoài. Tại thị trường Việt Nam Trung Nguyên có tất cả hơn 400 cửa hàng mang thương hiệu của Công ty này tại 61 tỉnh thành trong cả nước, chỉ riêng tại Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh đã có đến 150 cửa hàng. Ngoài ra, Công ty này có ký kết hợp đồng thương hiệu với nhiều đối tác quốc tế ở Trung Quốc, Nhật Bản, Singapor, Mỹ, ... [2, tr. 16]. Rõ ràng đây là một lĩnh vực kinh doanh không còn xa lạ gì trên thế giới, song đối với Việt Nam thì nó lại hoàn toàn mới mẻ và ẩn chứa nhiều tiềm năng. Đặc biệt là trong xu hướng hội nhập kinh tế khu vực và toàn cầu thì việc điều chỉnh mối quan hệ trên lại càng mang ý nghĩa thiết thực hơn. Ở nhiều nước với nền kinh tế phát triển hoạt động cho thuê một số đối tượng tài sản vô hình thường được điều chỉnh bởi một loại hợp đồng mang tên "franchising". Loại hợp đồng này xuất hiện đầu tiên ở Mỹ vào thế kỷ XIX và đã được phổ biến ở nhiều nước trên thế giới, đây được coi là một công cụ pháp lý đặc biệt bảo đảm được sự kết hợp giữa đường lối kinh doanh của các công ty lớn với khả năng năng động, sáng tạo của các công ty hoạt động với phạm vi nhỏ hơn [3, tr. 629]. Ý nghĩa chính của hợp đồng "franchising" là ở chỗ phát triển ảnh hưởng của các công ty sản xuất, kinh doanh, dịch vụ nổi tiếng tới những doanh nghiệp khác, đặc biệt là hệ thống những doanh nghiệp hoạt động

trong lĩnh vực bán lẻ, dịch vụ. Đối tượng của hợp đồng “franchising” có thể là tổng thể các dấu hiệu dùng để phân biệt hàng hoá, dịch vụ, chủ thể kinh doanh như: nhãn hiệu hàng hoá, nhãn hiệu dịch vụ, bí mật kinh doanh, tên thương mại,... Điều đó hoàn toàn phù hợp với bản chất của loại hợp đồng này cho phép chủ thể kinh doanh tham gia vào các giao dịch dưới tên của chủ thể khác. Tất nhiên là nội dung của hợp đồng “franchising” rộng hơn nhiều so với phạm vi bảo hộ loại đối tượng được xem xét ở đây (bởi nó đề cập không chỉ tới việc sử dụng tên thương mại mà cả các loại đối tượng khác của quyền sở hữu công nghiệp và một số quyền tài sản khác) [4, tr. 627-629]. Tuy nhiên trong khuôn khổ bài viết này, trên cơ sở nghiên cứu một số khía cạnh liên quan tới tên thương mại trong hình mẫu hợp đồng “franchising”, chúng tôi xin được đề cập một số kiến nghị về việc điều chỉnh vấn đề cho thuê tên thương mại như sau:

+ Thứ nhất, hợp đồng cho thuê tên thương mại cần xác định rõ đối tượng là tên thương mại được giao cho chủ thể kinh doanh khác sử dụng. Thông thường đối tượng cho thuê có thể không phải là toàn bộ tên thương mại mà chỉ là thành phần phân biệt (tên riêng của chủ thể kinh doanh). Người sử dụng được phép sử dụng thành phần phân biệt đó cùng với tên thương mại riêng của mình. Điều đó đủ để thông báo cho bạn hàng và người tiêu dùng rằng đơn vị kinh doanh trên nằm trong hệ thống kinh doanh dưới một tên thương mại duy nhất và bảo đảm một chuẩn mực nhất định về chủng loại, giá cả chất lượng.

+ Thứ hai, hợp đồng cho thuê tên thương mại phải xác định lĩnh vực kinh doanh, phương thức sử dụng tên thương mại của người có quyền sử dụng. Thông thường, người sử dụng tên thương mại theo hợp đồng chỉ có thể sử dụng tên thương mại trong một số lĩnh vực nhất định và dưới những hình thức nhất định. Hợp đồng có thể xem xét điều khoản loại trừ một số lĩnh vực kinh doanh mà người được chuyển giao quyền sử dụng tên thương mại không được phép hoạt động dưới tên thương mại đó.

+ Thứ ba, việc sử dụng tên thương mại bởi một chủ thể khác có thể dẫn tới những nhân lực của những người thứ ba, đặc biệt là người tiêu dùng về nhân thân người trực tiếp tiêu thụ sản phẩm hoặc cung cấp dịch vụ. Do vậy pháp luật phải đặc biệt cân nhắc đến việc bảo vệ lợi ích hợp pháp của những người này. Những qui định có liên quan tới vấn đề này phải mang tính chất mệnh lệnh và không thể bị thay đổi bởi sự thoả thuận của các bên. Pháp luật có thể xem xét nghĩa vụ của người sử dụng tên thương mại (cũng như các chủ thể khác) cho bạn hàng của mình về việc anh ta đang sử dụng tên thương mại (cũng như những dấu hiệu phân biệt khác) theo hợp đồng. Ngoài ra, quyền lợi của người tiêu dùng có thể được bảo đảm bằng một loạt các qui định khác như: trách nhiệm liên đới của chủ sở hữu tên thương mại đối với những khiếu nại của khách hàng về chất lượng hàng hoá, dịch vụ; quyền và nghĩa vụ của chủ sở hữu tên thương mại đối với việc kiểm tra chất lượng hàng hoá, dịch vụ được sản xuất, cung cấp bởi người được phép sử dụng tên thương mại theo hợp đồng.

Vấn đề xác định số phận pháp lý của tên thương mại khi cải tổ pháp nhân cũng có nhiều điều đáng chú ý.

Trong trường hợp hợp nhất hay sáp nhập pháp nhân quyền và nghĩa vụ của các pháp nhân được cải tổ được chuyển giao cho pháp nhân mới thành lập (hợp nhất hoặc một trong những pháp nhân được cải tổ (pháp nhân sáp nhập)). Trong trường hợp này các chủ thể có thể tự lựa chọn các phương án sau đây về tên thương mại: thứ nhất, họ có thể kết hợp các tên thương mại của mình thành một tên thương mại chung; thứ hai, lựa chọn một tên thương mại hoàn toàn mới mà các bên chưa hề sử dụng; thứ ba 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 thương mại của pháp nhân sáp nhập).

Những vấn đề phức tạp hơn sẽ phát sinh liên quan đến tên thương mại trong trường hợp chia pháp nhân (khi quyền và nghĩa vụ của pháp nhân ban đầu được phân chia cho các pháp nhân mới thành lập) và tách pháp nhân (khi cùng với pháp nhân cũ xuất hiện một pháp nhân mới có năng lực chủ thể hoàn toàn không phụ thuộc vào pháp nhân cũ). Tình huống gây tranh cãi có thể xảy ra do pháp luật hoặc sự thoả thuận của các bên không điều chỉnh vấn đề quyền đối với tên thương mại, khi các pháp nhân đều muốn sử dụng tên thương mại cũ. Dựa trên cơ sở ý nghĩa của các quy phạm pháp luật hiện hành điều chỉnh quan hệ liên quan đến tên thương mại chúng tôi xin phép được nêu ra ở đây một số phương hướng chung để giải quyết vấn đề này như sau:

Trong trường hợp chia pháp nhân, quyền đối với tên thương mại cũ có thể được thừa nhận cho bất cứ pháp nhân nào mới được thành lập do kết quả của quá trình chia nhỏ pháp nhân cũ, nếu như điều đó không dẫn tới việc gây nhầm lẫn của các bên và người tiêu dùng. Các bên tham gia cải tổ pháp nhân cũ có thể tự mình thoả thuận về việc pháp nhân mới nào có quyền sử dụng tên thương mại cũ. Nếu không đạt được thoả thuận thì có thể được đưa ra xem xét tại tòa án như là một tranh chấp về quyền dân sự. Về mặt nguyên tắc có thể chấp nhận việc hai hay nhiều pháp nhân (được hình thành trong quá trình cải tổ dưới hình thức chia pháp nhân) tham gia vào giao dịch dân sự, kinh tế dưới cùng một tên thương mại do pháp nhân cũ đã sử dụng (cho đến trước khi tiến hành chia pháp nhân đó). Tuy nhiên, điều đó chỉ có thể xảy ra với các điều kiện sau: thứ nhất, nếu như các pháp nhân này sẽ hoạt động trong các lĩnh vực kinh doanh hoặc trên các lãnh thổ hoàn toàn khác nhau; thứ hai, việc sử dụng tên thương mại cũ sẽ không gây nhầm lẫn cho những người thứ ba có liên quan. Do đó phương án sử dụng tên thương mại này chỉ là một trường hợp ngoại lệ của nguyên tắc chung quyền đối với tên thương mại được thừa nhận cho một trong số những pháp nhân mới được thành lập.

Trong trường hợp tách pháp nhân từ thành phần của pháp nhân đang tồn tại tại hình thành một vài pháp nhân mới, ví dụ: việc cải tổ chi nhánh, đại diện thương mại độc lập. Về mặt nguyên tắc các pháp nhân mới hình thành phải lựa chọn cho mình tên thương mại mới, bởi lý do tên thương mại cũ vẫn được thuộc về pháp nhân đã tồn tại từ trước đó. Tương tự như trường hợp trên, ở đây cũng tồn tại trường hợp ngoại lệ phụ thuộc vào lĩnh vực, địa bàn hoạt động và việc bảo đảm lợi ích hợp pháp của các bên hàng và người tiêu dùng.

Vấn đề chế độ pháp lý của những tên thương mại cũ không còn là đối tượng quyền sở hữu công nghiệp của các chủ thể cũng có ý nghĩa thực tiễn nhất định. Về mặt nguyên tắc những tên thương mại này có thể lại một lần nữa được các chủ thể quan tâm lựa chọn làm chỉ dẫn thương mại cho mình. Tuy nhiên ở đây cũng không thể quan niệm một cách hình thức thuần túy rằng: khi không có chủ sở hữu cụ thể thì bất cứ người nào cũng có thể lấy tên thương mại đó làm chỉ dẫn thương mại cho mình. Trong một số trường hợp, đặc biệt là đối với những tên thương mại độc đáo của những chủ thể kinh doanh nổi tiếng trong quá khứ đã chấm dứt tồn tại (hoặc vì một lý do nào đó đã thay đổi tên thương mại) thì việc sử dụng tên thương mại cũ của các chủ thể này bởi những người thứ ba luôn tiềm ẩn trong mình nguy cơ gây ra nhầm lẫn nhất định cho bạn hàng hay người tiêu dùng. Do đó, những hành vi này cần được xem xét như là việc lạm dụng quyền và cạnh tranh không lành mạnh.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Phạm Duy Nghĩa, *Tìm hiểu Luật Thương mại Việt Nam*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội, 1999, tr. 59
2. *Thời báo kinh tế Việt Nam*, Số 156 ngày 28/12/2001.
3. AP.Cergeep, Iu. K. Tolxtôi, *Giáo trình Luật Dân sự Liên bang Nga*, NXB “Проспект”, Matxcova, 2000.
4. E. A. Xukhanôp, *Giáo trình Luật Dân sự Liên bang Nga*, NXB “Бек”. Matxcova, 2000.

VNU JOURNAL OF SCIENCE, ECONOMICS – LAW, T.XVIII, N_o4, 2002

THE PROTECTION OF TRADE NAMES IN VIETNAM - PROPOSALS FOR COMPLETING THE TRADE NAME LEGISLATION

Dr. Nguyen Thi Que Anh

Faculty of Law, Vietnam National University, Hanoi

The protection of trade names is an effective legal instrument for identifying business activities, business entities and helps to prevent unfair use of the other's business reputation. In the article, the author presents the main contents of the protection of trade names under the concerned laws in Vietnam. Based on the studies of present situation of trade name protection in Vietnam with the reference of the world's experiences, the author gives out the solutions for completing the legislation on the protection of trade names, namely: establishment of the registration system for trade names, completion of the legislation on transfer and rent of trade names, and supplement the regulations concerning the determination of the legal status of trade names in case of restructure and termination of legal entities.