

ĐẠI HỌC HUẾ
TRƯỜNG ĐẠI HỌC LUẬT



PHAN NGỌC TUẤN

**PHÁP LUẬT VỀ TÊN THƯƠNG MẠI
CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN, QUA THỰC TIỄN TẠI
TỈNH GIA LAI**

Chuyên ngành: Luật Kinh Tế

Mã số: 8380107

TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ LUẬT HỌC

THỪA THIÊN HUẾ - năm 2022

Công trình được hoàn thành tại:
Trường Đại học Luật, Đại học Huế

Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS. Nguyễn Hữu Chí

Phản biện 1:

Phản biện 2:

Luận văn sẽ được bảo vệ trước Hội đồng chấm luận văn thạc sĩ
họp tại: Trường Đại học Luật

Vào lúc.....giờ.....ngày.....tháng.....năm.....

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	1
1. Tính cấp thiết của đề tài	1
2. Tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài.....	2
3. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu của luận văn.....	3
4. Phạm vi và đối tượng nghiên cứu của luận văn	4
5. Phương pháp luận và phương pháp nghiên cứu.....	4
6. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn của luận văn.....	5
7. Bố cục của luận văn	5
CHƯƠNG 1. MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN PHÁP LUẬT VỀ TÊN THƯƠNG MẠI CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN.....	6
1.1. Khái quát về tên thương mại của CTCP.....	6
1.1.1. Khái niệm về CTCP và tên thương mại	6
1.1.2. Khái niệm, đặc điểm về tên thương mại của CTCP.....	6
1.1.3. Phân biệt tên thương mại của CTCP với tên doanh nghiệp, nhãn hiệu và thương hiệu.....	7
1.1.4. Vai trò của tên thương mại đối với CTCP	8
1.2. Khái quát pháp luật về tên thương mại của CTCP	8
1.2.1. Khái niệm, đặc điểm pháp luật về tên thương mại của CTCP.....	8
1.2.2. Nội dung pháp luật về tên thương mại của CTCP	9
1.3. Kinh nghiệm pháp luật quốc tế về tên thương mại của CTCP và gợi mở cho Việt Nam.....	9
CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG PHÁP LUẬT VỀ TÊN THƯƠNG MẠI CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN VÀ THỰC TIỄN THỰC HIỆN PHÁP LUẬT TRÊN ĐỊA BÀN TẠI TỈNH GIA LAI.....	10
2.1. Thực trạng pháp luật về tên thương mại của CTCP.....	10
2.1.1. Quy định pháp luật hiện hành về tên thương mại của CTCP	10
2.1.2. Đánh giá thực trạng quy định pháp luật hiện hành về tên thương mại của CTCP	11

2.2. Thực tiễn thực hiện pháp luật về tên thương mại của CTCP trên địa bàn tỉnh Gia Lai.....	11
2.2.1. Thực tiễn xác lập tên thương mại của CTCP	11
2.2.2. Thực tiễn bảo vệ quyền SHTT đối với tên thương mại của CTCP.....	12
CHƯƠNG 3. ĐỊNH HƯỚNG; GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT VÀ NÂNG CAO HIỆU QUẢ THỰC HIỆN PHÁP LUẬT VỀ TÊN THƯƠNG MẠI CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN	14
3.1. Định hướng hoàn thiện pháp luật về tên thương mại của CTCP.....	14
3.1.1. Bảo vệ có hiệu quả lợi ích quốc gia trong quá trình hội nhập và tạo sự bình đẳng về lợi ích giữa các chủ thể kinh doanh	14
3.1.2. Đảm bảo cho các chủ thể kinh doanh được tiếp cận các quy định rõ ràng và cụ thể hơn về trình tự, thủ tục xác lập quyền.	14
3.1.3. Bảo đảm tính thống nhất, đồng bộ, minh bạch, khả thi, đầy đủ và hiệu quả của hệ thống pháp luật.....	15
3.2. Giải pháp hoàn thiện pháp luật về tên thương mại của CTCP	15
3.3. Giải pháp nâng cao hiệu quả thực hiện pháp luật về tên thương mại của CTCP	15
3.3.1. Giải pháp chung.....	15
3.3.2. Giải pháp cụ thể.....	16
KẾT LUẬN	17
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	18

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

STT	Cụm từ viết tắt	Cụm từ đầy đủ
1	BLHS	Bộ luật Hình sự
2	CTCP	Công ty cổ phần
3	LDN	Luật Doanh nghiệp
4	LSHTT	Luật Sở hữu trí tuệ
5	QLTT	Quản lý thị trường
6	SHCN	Sở hữu công nghiệp
7	SHTT	Sở hữu trí tuệ
8	TAND	Tòa án nhân dân
9	TANDTC	Tòa án nhân dân tối cao

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Suốt chiều dài lịch sử phát triển của xã hội loài người, tri thức luôn là một trong các yếu tố quyết định sự tồn tại và phát triển. Sự bùng nổ công nghệ thông tin và công nghệ kỹ thuật số với những ứng dụng to lớn của nó trong mọi mặt của đời sống xã hội hàng ngày khẳng định điều đó. Tuy nhiên, tài sản trí tuệ là tài sản vô hình, vì vậy sự hình thành, chuyển dịch và chấm dứt cũng như bảo hộ các quyền phát sinh từ tài sản vô hình có những điểm khác biệt so với tài sản hữu hình. Vấn đề bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp (SHCN) từ lâu đã trở thành mối quan tâm không chỉ của các tác giả sáng tạo ra các đối tượng SHCN, của các chủ sở hữu đối tượng đó mà còn là mối quan tâm lớn của các quốc gia trên thế giới, đặc biệt là ở những nơi, những khu vực có nền kinh tế thị trường phát triển. Do đó, hầu hết các nước trên thế giới đều ban hành những quy định pháp luật riêng biệt để điều chỉnh các quan hệ liên quan tới quyền SHCN. Trong các quyền SHCN thì tên thương mại lại có ý nghĩa rất lớn trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, nó là một trong những đối tượng cơ bản của quyền sở hữu trí tuệ (SHTT). Tên thương mại là tên gọi của công ty cổ phần (CTCP) trong hoạt động kinh doanh để phân biệt giữa các CTCP với nhau trong cùng lĩnh vực và khu vực kinh doanh. Tên thương mại của CTCP là một trong những yếu tố đầu tiên tạo lên sự thành công của doanh nghiệp trong quá trình hoạt động sản xuất, kinh doanh. Hiện nay, các quy định của pháp luật liên quan đến tên thương mại của CTCP đã được xây dựng và đang từng bước được hoàn thiện, các hoạt động bảo vệ quyền đối với tên thương cũng nỗ lực triển khai trên diện rộng (Bộ luật Dân sự năm 2015; Luật Doanh nghiệp năm 2020, Luật Thương mại năm 2005; Luật Sở hữu trí tuệ năm 2005 sửa đổi, bổ sung năm 2019 và các văn bản hướng dẫn thi hành).

Trong những năm gần đây, cùng với xu thế hội nhập và toàn cầu hóa về kinh tế, đặc biệt là trong bối cảnh Việt Nam là thành viên của Tổ chức Thương

mại thế giới (WTO) và các Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới (CPTPP, EVFTA) thì nhận thức về SHTT nói chung và về tên thương mại nói riêng của các cơ quan nhà nước, doanh nghiệp và người tiêu dùng ở nước ta ngày càng được nâng cao. Bên cạnh những kết quả đã đạt được trong việc bảo hộ tên thương mại, thì vấn đề vi phạm tên thương mại còn xảy ra nhiều nơi trên đất nước ta, gây ra những ảnh hưởng tiêu cực đến hoạt động của doanh nghiệp trên thị trường. Để góp phần hoàn thiện pháp luật về tên thương mại và giúp các doanh nghiệp bảo vệ tài sản trí tuệ của mình phù hợp với xu hướng chung của quốc tế, tác giả đã lựa chọn vấn đề **“Pháp luật về tên thương mại của công ty cổ phần, qua thực tiễn tại tỉnh Gia Lai”** làm đề tài luận văn thạc sĩ luật học.

2. Tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài

Trong khoa học pháp lý thì *“bảo hộ tên thương mại”* được quan tâm nghiên cứu nhằm tăng cường sự bảo hộ đầy đủ và có hiệu quả quyền SHCN, đảm bảo hoạt động kinh doanh trung thực, bảo vệ lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng. Đã có nhiều công trình khoa học nghiên cứu về vấn đề này dưới nhiều góc độ khác nhau. Có thể kể đến các công trình tiêu biểu như:

- “Bảo hộ quyền SHCN đối với tên thương mại tại Việt Nam”, luận văn thạc sĩ Luật học của tác giả Đỗ Việt Hà, Đại học Luật Hà Nội năm 2018. Luận văn đã trình bày một số vấn đề lí luận về bảo hộ tên thương mại. Phân tích thực trạng bảo hộ quyền SHCN đối với tên thương mại tại Việt Nam; từ đó đưa ra phương hướng, giải pháp nhằm hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả hoạt động này trong thực tiễn.

- “Bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp đối với tên thương mại theo quy định của pháp luật Việt Nam”, luận văn thạc sĩ Luật học của tác giả Bùi Thị Huyền, Khoa Luật Đại học Quốc gia Hà Nội năm 2010. Luận văn đã các phân tích, đánh giá các quy định pháp luật Việt Nam về thương mại hóa quyền SHTT trong đó có sự so sánh với pháp luật quốc tế về thương mại hóa quyền SHTT và thực tiễn áp dụng các quy định pháp luật. Từ đó luận văn đưa ra các giải pháp để

hoàn thiện pháp luật nhằm khuyến khích việc thương mại hóa quyền SHTT ở Việt Nam hiện nay.

- “Bảo hộ tên thương mại trong môi trường Internet”, luận văn thạc sĩ luật học của tác giả Trần Hương Liên, Đại học Luật Hà Nội năm 2016. Luận văn đã trình bày những vấn đề lý luận về bảo hộ tên thương mại trong môi trường Internet. Phân tích thực trạng bảo hộ tên thương mại trong môi trường Internet tại Việt Nam, từ đó đưa ra các giải pháp nhằm hoàn thiện pháp luật về vấn đề này.

- “Điều kiện xác lập tên thương mại của CTCP ở Việt Nam” của tác giả Phạm Thị Thúy Liễu trên tạp chí Dân chủ và Pháp luật, Số 9/2016. Bài viết đã nêu các quan điểm về xác lập tên thương mại của CTCP; quy định của pháp luật Việt Nam về điều kiện xác lập tên thương mại của CTCP.

- “Biển hiệu - Bản chất và mối quan hệ với quyền sở hữu nhãn hiệu và tên thương mại” của tác giả Trần Lê Đăng Phương trên tạp chí Nghiên cứu lập pháp, Số 4/2016. Bài viết đã tìm hiểu pháp luật thực định về biển hiệu, điều kiện hình thành biển hiệu của cơ sở kinh doanh. Phân tích mối quan hệ giữa biển hiệu với quyền sở hữu nhãn hiệu và tên thương mại. Đề xuất bổ sung một số quy định điều chỉnh việc xác lập và sử dụng biển hiệu trong pháp luật nước ta.

3. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu của luận văn

3.1. Mục đích nghiên cứu

Trên cơ sở phân tích đánh giá thực trạng các quy định pháp luật hiện hành về tên thương mại của CTCP và thực tiễn thực hiện pháp luật trên địa bàn tỉnh Gia Lai. Từ đó đề xuất các giải pháp hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả thực hiện pháp luật về tên thương mại của CTCP để bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của doanh nghiệp, của nhà nước và người tiêu dùng.

3.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Thứ nhất, làm rõ các vấn đề lý luận pháp luật về tên thương mại của CTCP (Khái niệm, đặc điểm, nội dung...vvv).

Thứ hai, đánh giá thực trạng pháp luật về tên thương mại của CTCP ở Việt Nam hiện nay.

Thứ ba, đánh giá thực trạng thực hiện pháp luật về tên thương mại của CTCP trên địa bàn tỉnh Gia Lai; thông qua việc phân tích thực tiễn xác lập, bảo vệ, thực thi quyền SHTT đối với tên thương mại của CTCP.

Thứ tư, đề xuất định hướng, giải pháp hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả thực hiện pháp luật về tên thương mại của CTCP, nhằm phù hợp với tình hình trong nước và thế giới.

4. Phạm vi và đối tượng nghiên cứu của luận văn

4.1. Đối tượng nghiên cứu

Thứ nhất, các quy định pháp luật về tên thương mại của CTCP theo Luật Sở hữu trí tuệ (LSHTT) năm 2005 sửa đổi, bổ sung năm 2009, Luật doanh nghiệp (LDN) năm 2020 và các văn bản hướng dẫn thi hành.

Thứ hai, các số liệu, báo cáo, đánh giá thực tiễn thực hiện pháp luật về tên thương mại của CTCP trên địa bàn tỉnh Gia Lai.

4.2. Phạm vi nghiên cứu

Về nội dung nghiên cứu: Luận văn chỉ tập trung nghiên cứu các quy định pháp luật về tên thương mại của CTCP theo pháp luật Việt Nam hiện hành.

Về thời gian nghiên cứu: Từ năm 2016 đến năm 2021.

Về địa bàn nghiên cứu: Tỉnh Gia Lai.

5. Phương pháp luận và phương pháp nghiên cứu

5.1. Phương pháp luận

Trên cơ sở vận dụng phép duy vật biện chứng và duy vật lịch sử của chủ nghĩa Mác – Lênin, luận văn sử dụng các phương pháp phân tích, tổng hợp, so sánh, các quan điểm của Đảng về phát triển kinh tế thị trường trong thời kỳ này để nghiên cứu.

5.2. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu tổng hợp, hệ thống hóa, phân tích nhằm làm rõ cơ sở lý luận cũng như cơ sở thực tiễn của pháp luật về tên thương mại của CTCP ở Việt Nam, đánh giá các công trình nghiên cứu khoa học trong và ngoài nước về những vấn đề liên quan đến luận văn, các số liệu tổng hợp và sự kiện thực tế, phương pháp này được sử dụng trong luận văn.

Phương pháp so sánh luật học: Được sử dụng xuyên suốt luận văn nhằm đối chiếu quy định pháp luật qua các thời kỳ, với pháp luật các quốc gia để tìm ra những điểm hợp lý trong các quy định pháp luật về tên thương mại của CTCP, học hỏi kinh nghiệm xây dựng pháp luật để hoàn thiện pháp luật về tên thương mại.

Phương pháp phân tích, tổng hợp, thống kê được sử dụng để dự báo xu hướng phát triển của kinh tế xã hội, từ đó đưa ra các giải pháp hoàn thiện pháp luật về tên thương mại của CTCP.

6. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn của luận văn

6.1. Về lý luận

Luận văn đã nghiên cứu một cách có hệ thống những vấn đề lý luận về tên thương mại của CTCP và đánh giá tính hiệu quả quy định của pháp luật. Luận văn khẳng định vai trò của tên thương mại đối với sự phát triển của doanh nghiệp, luận văn cũng chỉ ra các nhân tố tác động đến việc bảo hộ tên thương mại đối với CTCP, qua đó đưa ra những nhận xét, đánh giá về thực trạng pháp luật về tên thương mại, chỉ ra nguyên nhân của một số hạn chế còn gặp phải trong thực tiễn.

6.2. Về thực tiễn

Luận văn là nguồn tài liệu tham khảo trong nghiên cứu và giảng dạy khoa học pháp lý, phục vụ cho việc hoạch định chính sách về bảo hộ tên thương mại của các doanh nghiệp ở Việt Nam.

7. Bố cục của luận văn

Ngoài phần mở đầu, kết luận và danh mục tài liệu tham khảo, nội dung của luận văn bao gồm 3 chương:

Chương 1: Một số vấn đề lý luận pháp luật về tên thương mại của công ty cổ phần

Chương 2: Thực trạng pháp luật về tên thương mại của công ty cổ phần và thực tiễn thực hiện pháp luật trên địa bàn tỉnh Gia Lai

Chương 3: Định hướng, giải pháp hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả thực hiện pháp luật về tên thương mại của công ty cổ phần

CHƯƠNG 1

MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN PHÁP LUẬT VỀ TÊN THƯƠNG MẠI CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN

1.1. Khái quát về tên thương mại của CTCP

1.1.1. Khái niệm về CTCP và tên thương mại

1.1.1.1. Công ty cổ phần

CTCP là loại hình duy nhất có vốn điều lệ được chia thành nhiều phần bằng nhau gọi là cổ phần. Vốn điều lệ CTCP là tổng giá trị mệnh giá cổ phần đã bán các loại. Vốn điều lệ của CTCP tại thời điểm đăng ký thành lập doanh nghiệp là tổng giá trị mệnh giá cổ phần các loại đã được đăng ký mua và được ghi trong Điều lệ công ty¹.

1.1.1.2. Tên thương mại

Theo quy định tại khoản 21 Điều 4 LSHTT năm 2005 sửa đổi bổ sung năm 2019 thì: tên thương mại là tên gọi của tổ chức, cá nhân sử dụng trong hoạt động kinh doanh, dùng để nhận biết và phân biệt chủ thể kinh doanh mang tên gọi đó với chủ thể kinh doanh khác trong cùng lĩnh vực.

1.1.2. Khái niệm, đặc điểm về tên thương mại của CTCP

1.1.2.1. Khái niệm về tên thương mại của CTCP

Từ các phân tích trên, có thể hiểu: Tên thương mại của CTCP là thành phần tên riêng của tên CTCP được sử dụng trong hoạt động sản xuất, kinh doanh để nhận biết và phân biệt giữa các chủ thể kinh doanh là CTCP với nhau trong cùng lĩnh vực kinh doanh.

1.1.2.2. Đặc điểm về tên thương mại của CTCP

Thứ nhất, về mặt đối tượng, một mặt tên thương mại của CTCP được xác định giống hoặc tương tự với nhãn hiệu mà CTCP đó sở hữu²;

¹ Luật doanh nghiệp 2020

² Nguyễn Thị Quế Anh (2002), Một số vấn đề bảo hộ quyền SHCN đối với tên thương mại trên thế giới, Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội, Kinh tế Luật – XVIII, số 2.

Thứ hai, về mặt không gian, quyền đối với tên thương mại của CTCP chỉ có hiệu lực trong một phạm vi không gian nhất định nơi tên thương mại được bảo hộ.

Thứ ba, về mặt thời gian, tên thương mại của CTCP không bị hạn chế về thời gian, *Thứ tư*, việc sử dụng tên thương mại không những là quyền mà còn là nghĩa vụ của chủ thể kinh doanh, nghĩa là chủ thể không những có quyền kinh doanh dưới tên thương mại mà còn có nghĩa vụ làm điều đó. Ví dụ: theo quy định tại Điều 17 của Bộ luật Thương mại Nhật Bản “khi một bên đã đăng ký một tên thương mại mà không sử dụng nó trong 2 năm mà không có lý do chính đáng thì tên thương mại đó bị coi là vô hiệu hóa³”

1.1.3. Phân biệt tên thương mại của CTCP với tên doanh nghiệp, nhãn hiệu và thương hiệu

1.1.3.1. Tên thương mại của CTCP và tên doanh nghiệp của CTCP

-Tên doanh nghiệp của CTCP là tên gọi để cá thể hóa CTCP này với CTCP khác trong cùng một lĩnh vực hoạt động, khái quát hóa loại hình tổ chức và lĩnh vực hoạt động của CTCP.

-Còn tên doanh nghiệp của CTCP muốn được bảo hộ thì phải đăng ký theo LDN. Tên doanh nghiệp của CTCP và những dấu hiệu của CTCP phải được đăng ký tại cơ quan nhà nước có thẩm quyền theo trình tự, thủ tục do pháp luật quy định và được Nhà nước bảo hộ, không một chủ thể nào khác được sử dụng những dấu hiệu riêng của CTCP đã đăng ký để hoạt động⁴.

1.1.3.2. Tên thương mại của CTCP và nhãn hiệu

Nhãn hiệu và tên thương mại của CTCP là hai đối tượng được bảo hộ bởi quyền SHTT. Do vậy, giữa chúng có những điểm giống nhau là đều dùng để phân biệt sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ giữa các CTCP với nhau. Tuy nhiên, tên thương mại của CTCP và nhãn hiệu

³ Matthew Senechal, Comment, Reforming the Japanese Commercial Code: A Step Towards an American-Style Executive Officer System in Japan?, 12 Pac. Rim L & Pol'y J. 535 (2003). Available at: <https://digitalcommons.law.uw.edu/wilj/vol12/iss2/8>

⁴ Đào Thị Thu Hằng (2016), Pháp luật về chủ thể kinh doanh. Nxb. Đại học Quốc gia, TP. Hồ Chí Minh

1.1.3.3. Tên thương mại của CTCP và thương hiệu

Thương hiệu là một trong các nhân tố quan trọng góp phần duy trì, mở rộng, phát triển thị trường trong và ngoài nước cho các doanh nghiệp, nâng cao văn minh thương mại, góp phần chống cạnh tranh không lành mạnh⁵. Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế của nước ta, các doanh nghiệp đứng trước việc cạnh tranh gay gắt, nhất là khi có nhiều hàng hóa của nước ngoài thâm nhập vào thị trường Việt Nam. Vì vậy, điều cần thiết là các doanh nghiệp phải xây dựng thương hiệu cho hàng hóa của mình. Hiện nay, thuật ngữ thương hiệu đang được sử dụng rộng rãi ở Việt Nam. Tuy nhiên đang tồn tại nhiều cách giải thích khác nhau xoay quanh thuật ngữ này. Trong văn bản pháp luật của Việt Nam không có thuật ngữ thương hiệu mà chỉ có các thuật ngữ liên quan khác trong đó có nhiều quan điểm nhãn hiệu hàng hóa, tên thương mại, tên gọi xuất xứ hàng hóa, chỉ dẫn địa lý, kiểu dáng công nghiệp⁶.

1.1.4. Vai trò của tên thương mại đối với CTCP

Thứ nhất, đối với người tiêu dùng.

Thứ hai, đối với CTCP.

Thứ ba, đối với nền kinh tế quốc dân.

1.2. Khái quát pháp luật về tên thương mại của CTCP

1.2.1. Khái niệm, đặc điểm pháp luật về tên thương mại của CTCP

1.2.1.1. Khái niệm pháp luật về tên thương mại của CTCP

Từ các phân tích trên, có thể hiểu pháp luật về tên thương mại của CTCP là tổng hợp các quy phạm pháp luật điều chỉnh các quan hệ xã hội trong quá trình xác lập, thực hiện và bảo vệ đối với tên thương mại của CTCP.

1.2.1.2. Đặc điểm pháp luật về tên thương mại của CTCP

Thứ nhất, về chủ thể.

Thứ hai, về đối tượng điều chỉnh.

⁵ Nguyễn Anh Tuấn (2006), Điều kiện về thương hiệu quốc gia, Tạp chí Nhà nước và Pháp luật, Số 12/2006, tr. 43 - 46.

⁶ Ngô Tuấn Nghĩa (2006), Đảm bảo quan hệ lợi ích hài hòa về sở hữu trí tuệ trong hội nhập kinh tế của Việt Nam, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.

Thứ ba, về nguồn luật áp dụng.

Thứ tư, về cơ chế bảo vệ và giải quyết tranh chấp.

1.2.2. Nội dung pháp luật về tên thương mại của CTCP

Thứ nhất, điều kiện xác lập tên thương mại của CTCP.

Thứ hai, quyền của chủ sở hữu đối với tên thương mại của CTCP.

1.3. Kinh nghiệm pháp luật quốc tế về tên thương mại của CTCP và gợi mở cho Việt Nam

Thứ nhất, nguyên tắc lựa chọn tên thương mại:

Thứ hai, nguyên tắc xác lập quyền đối với tên thương mại.

CHƯƠNG 2
THỰC TRẠNG PHÁP LUẬT VỀ TÊN THƯƠNG MẠI CỦA CÔNG TY
CỔ PHẦN VÀ THỰC TIỄN THỰC HIỆN PHÁP LUẬT TRÊN ĐỊA BÀN
TẠI TỈNH GIA LAI

2.1. Thực trạng pháp luật về tên thương mại của CTCP

2.1.1. Quy định pháp luật hiện hành về tên thương mại của CTCP

2.1.1.1. Quy định pháp luật về xác lập tên thương mại của CTCP

Thứ nhất, tính phân biệt của tên thương mại.

Về mặt nguyên tắc, quyền đối với tên thương mại mang tính không hạn chế về mặt thời gian. Điều đó có nghĩa là sau khi đã xác lập quyền đối với tên thương mại, CTCP có thể sử dụng nó mà không bị bất cứ một hạn chế nào về mặt thời gian, khi mà CTCP còn tồn tại và tên thương mại còn thể hiện đúng hình thái tổ chức của chủ thể đó. Nếu địa vị pháp lý của CTCP thay đổi, ví dụ như do kết quả của việc tổ chức lại CTCP hay thay đổi chủ CTCP thì những thay đổi đó cần được đưa vào tên thương mại, đương nhiên quyền đối với tên thương mại sẽ chấm dứt khi CTCP chấm dứt sự tồn tại của mình.

2.1.1.2. Quy định pháp luật về quyền và nghĩa vụ của chủ sở hữu đối với tên thương mại của CTCP

Thứ nhất, quyền sử dụng tên thương mại được quy định tại Điều 123, Điều 124, Điều 125 LSHTT năm 2005 sửa đổi, bổ sung năm 2019 quy định về quyền của chủ sở hữu đối tượng SHCN như sau: (i) Sử dụng, cho phép người khác sử dụng đối tượng SHCN theo quy định tại Điều 124 và Chương X của Luật này; (ii) Ngăn cấm người khác sử dụng đối tượng SHCN theo quy định tại Điều 125 của Luật này; (iii) Định đoạt đối tượng SHCN theo quy định tại Chương X của Luật này.

Thứ hai, quyền định đoạt: Chủ sở hữu đối với tên thương mại có quyền định đoạt về tên thương mại theo các cách thức như sau:

2.1.1.3. Quy định pháp luật về các biện pháp bảo vệ quyền SHTT đối với tên thương mại của CTCP

Thứ nhất, biện pháp xử phạt vi phạm hành chính.

Thứ hai, biện pháp dân sự.

Thứ ba, truy cứu trách nhiệm hình sự.

Thứ tư, biện pháp tự bảo vệ.

2.1.2. Đánh giá thực trạng quy định pháp luật hiện hành về tên thương mại của CTCP

Hiện nay, Nhà nước ta đã thiết lập được một hệ thống pháp luật khá đầy đủ và căn bản phù hợp với các chuẩn mực quốc tế và đã phần nào phát huy được hiệu quả. Tên thương mại từ một đối tượng không phải là tài sản quan trọng, không được ghi nhận và bảo vệ. Sau khi được pháp luật ghi nhận và bảo hộ và đặc biệt trong nền kinh tế thị trường thì tên thương mại đã trở thành loại tài sản có giá trị của mỗi CTCP. Sự thành đạt của mỗi CTCP thường gắn liền với giá trị tên thương mại mà CTCP đó tạo ra. Để có một tên thương mại thành công, CTCP đã phải đầu tư rất nhiều nguồn lực, thời gian vào đó. Chính vì vậy, việc ghi nhận và bảo vệ quyền đối với tên thương mại là phù hợp với thực tiễn xã hội, sự phát triển kinh tế và thông lệ quốc tế.

2.2. Thực tiễn thực hiện pháp luật về tên thương mại của CTCP trên địa bàn tỉnh Gia Lai

2.2.1. Thực tiễn xác lập tên thương mại của CTCP

Gia Lai là tỉnh miền núi, nằm ở vị trí trung tâm của khu vực, là cửa ngõ đi ra biển của phần lớn các tỉnh trong khu vực, nên đây là điều kiện để cùng các tỉnh bạn đẩy mạnh hợp tác phát triển và phát huy các lợi thế vốn có của mình nhằm tăng năng lực sản xuất và hạ tầng kinh tế - xã hội, nâng cao năng lực cạnh tranh của nền kinh tế, tạo khâu đột phá để thúc đẩy nền kinh tế phát triển đúng hướng, tạo lợi thế cho Gia Lai trở thành vùng kinh tế động lực trong khu vực thúc đẩy các tỉnh khác trong vùng cùng phát triển.

Kết thúc năm 2019 có 21/21 chỉ tiêu mà Nghị quyết của Hội đồng nhân dân tỉnh đề ra có khả năng đạt và vượt kế hoạch. Trong đó: GRDP đạt 8,2%, tổng sản phẩm trong tỉnh (theo giá so sánh 2010) tăng 8,16% so với năm 2018 (Nông - lâm nghiệp - thủy sản tăng 5,35%, công nghiệp - xây dựng tăng 10,47%, dịch vụ tăng 8,79%, thuế sản phẩm tăng 9,56%). Cơ cấu kinh tế chuyên dịch phù hợp; trong đó nông lâm nghiệp - thủy sản chiếm 37,34%, công nghiệp - xây dựng chiếm 28,41%, dịch vụ chiếm 34,25%. Thu ngân sách nhà nước năm 2019 trên địa bàn đạt 4.908 tỷ đồng, bằng 109% dự toán trung ương giao, bằng 100,06% dự toán Hội đồng nhân dân tỉnh giao (bằng 98,16% kế hoạch phân đầu), tăng 8,86% so với cùng kỳ⁷.

2.2.2. Thực tiễn bảo vệ quyền SHTT đối với tên thương mại của CTCP

Trên thực tiễn trong thời gian qua các hành vi xâm phạm đến quyền SHTT của tên thương mại rất đa dạng, có thể kể đến một số hành vi sau đây:

Một là, hành vi sản xuất hàng hóa, sản phẩm xâm phạm tên thương mại của CTCP. Đây là hành vi xâm phạm trực tiếp đến quyền và lợi ích hợp pháp của chủ sở hữu tên thương mại, làm giảm sút về lợi ích kinh tế, ảnh hưởng uy tín của CTCP. Tình trạng sản xuất hàng nhái sản phẩm đã được bảo hộ của CTCP khác diễn ra rất phức tạp, ngoài ra còn ảnh hưởng trực tiếp đến quyền lợi của người tiêu dùng

Hai là, hành vi sử dụng tên CTCP đã được bảo hộ gắn lên nhãn hàng hóa của CTCP mình nhằm mục đích gây nhầm lẫn cho chủ thể khác, hành vi vi phạm trong việc dán “nhãn hàng hóa” là bản viết, bản in, bản vẽ, bản chụp của chữ, hình vẽ, hình ảnh được dán, in, đính, đục, chạm, khắc trực tiếp trên hàng hóa, bao bì thương phẩm của hàng hoá hoặc trên các chất liệu khác được gắn trên hàng hoá, bao bì thương phẩm của hàng hóa thể hiện nội dung cơ bản, cần thiết về hàng hóa để người tiêu dùng nhận biết, làm căn cứ lựa chọn, tiêu thụ và

⁷ Hứa Thị Quỳnh Hoa (2020), Một số nội dung về tình hình đăng ký doanh nghiệp và cải cách thủ tục hành chính, cải thiện môi trường kinh doanh tại tỉnh Gia Lai 6 tháng đầu năm 2020, [<https://dangkykinhdoanh.gov.vn/vn/tin-tuc/597/5154/mot-so-noi-dung-ve-tinh-hinh-dang-ky-doanh-nghiep-va-cai-cach-thu-tuc-hanh-chinh--cai-thien-moi-truong-kinh-doanh-tai-tinh-gia-lai.aspx>]

sử dụng; để nhà sản xuất, kinh doanh quảng bá cho hàng hoá của mình và để các cơ quan chức năng thực hiện việc kiểm tra, kiểm soát.

Ba là, hành vi vi phạm “khẩu hiệu kinh doanh” là một nhóm từ ngữ xuất hiện bên cạnh tên CTCP hoặc nhãn hiệu của sản phẩm của CTCP nhằm nhấn mạnh mục đích hoặc tiêu chí kinh doanh của CTCP hoặc đối tượng khách hàng mà sản phẩm hướng tới.

Bốn là, hành vi vi phạm “biểu tượng kinh doanh” là ký hiệu, chữ viết, hình vẽ, hình khối được thiết kế một cách độc đáo và được coi là biểu tượng của CTCP sử dụng trong hoạt động kinh doanh.

Năm là, hành vi vi phạm “kiểu dáng bao bì hàng hóa” là thiết kế, trang trí bao bì hàng hóa, gồm hình dạng, đường nét, hình vẽ, chữ, số, màu sắc, cách trình bày, cách phối hợp màu sắc, cách bố trí, kết hợp giữa các yếu tố nói trên tạo nên ấn tượng riêng hay nét đặc trưng của bao bì hàng hóa.

Sáu là, hành vi gắn chỉ dẫn thương mại trùng hoặc tương tự tới mức gây nhầm lẫn với phần phân biệt (tên riêng) của tên thương mại được bảo hộ. Chủ thể sở hữu quyền yêu cầu xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh được sử dụng cho hàng hóa, dịch vụ trùng hoặc tương tự.

CHƯƠNG 3

ĐỊNH HƯỚNG; GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT VÀ NÂNG CAO HIỆU QUẢ THỰC HIỆN PHÁP LUẬT VỀ TÊN THƯƠNG MẠI CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN

3.1. Định hướng hoàn thiện pháp luật về tên thương mại của CTCP

3.1.1. Bảo vệ có hiệu quả lợi ích quốc gia trong quá trình hội nhập và tạo sự bình đẳng về lợi ích giữa các chủ thể kinh doanh

Do sự hiểu biết của toàn xã hội đối với vấn đề bảo hộ SHTT còn hạn chế: chưa hình thành tập quán tôn trọng quyền SHTT, các chủ thể quyền chưa chủ động thực hiện việc bảo vệ quyền và tài sản của mình mà còn mang nặng tâm lý trông chờ, ỷ lại vào Nhà nước. Ngoài ra, đây còn là lĩnh vực mới với đa số cán bộ, công chức nhà nước và doanh nghiệp, nhất là các doanh nghiệp nhỏ và vừa, thông tin SHTT đang là một trong các khâu yếu của hoạt động SHTT. Đặc biệt, sau khi Việt Nam ra nhập các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới (CPTPP, EVFTA...vvv) thì đòi hỏi chúng ta phải có sự thay đổi cho phù hợp từ chính sách pháp luật đến nhận thức xã hội. Ví dụ: Để thực thi cam kết trong CPTPP thì phải điều chỉnh, sửa đổi một số quy định pháp luật về thương mại, đầu tư, đấu thầu, SHTT, lao động, môi trường;

3.1.2. Đảm bảo cho các chủ thể kinh doanh được tiếp cận các quy định rõ ràng và cụ thể hơn về trình tự, thủ tục xác lập quyền.

Tăng cường các hoạt động dịch vụ thông tin về SHTT, đồng thời củng cố và nâng cao vai trò của các hội về SHTT trong việc nâng cao nhận thức của xã hội về SHTT. Cần mở rộng đội ngũ những người tham gia hoạt động này. Tiếp tục cải cách hệ thống thông tin SHTT với mục tiêu nâng cao năng lực tài nguyên thông tin và năng lực vận hành của cả hệ thống, tạo sự gần gũi, hấp dẫn đối với toàn xã hội. Các hội SHTT cần phối kết hợp với các cơ quan quản lý nhà nước và các cơ quan thông tin đại chúng để tuyên truyền, phổ biến kiến thức, pháp

luật và thông tin, hướng dẫn nhận thức bằng những vụ việc cụ thể trong hoạt động thực thi quyền SHTT⁸.

3.1.3. Bảo đảm tính thống nhất, đồng bộ, minh bạch, khả thi, đầy đủ và hiệu quả của hệ thống pháp luật

Sắp xếp lại và tăng cường năng lực của các cơ quan thực thi, từ Tòa án đến các cơ quan bảo đảm thực thi nội địa: Thanh tra (nhà nước và chuyên ngành), ủy ban nhân dân các cấp, cơ quan QLTT, cảnh sát kinh tế phải được tạo điều kiện áp dụng các biện pháp nhằm thực thi có hiệu quả, khắc phục sự chồng chéo, phân công rõ ràng chức năng quyền hạn của từng cơ quan.

3.2. Giải pháp hoàn thiện pháp luật về tên thương mại của CTCP

Thứ nhất, hoàn thiện các quy định về tên công ty

Thứ hai, hoàn thiện các quy định về xử phạt hành chính trong lĩnh vực SHTT.

Thứ ba, quy định về hành vi xâm phạm quyền đối với tên thương mại.

Thứ tư, cần sửa đổi khoản 21 điều 4 LSHTT năm 2005 (sửa đổi, bổ sung năm 2019).

Thứ năm, cần bổ sung quy định mới quy định cụ thể điều kiện để bảo hộ nhãn hiệu từ tên thương mại và tên công ty.

Thứ sáu, ban hành các chuẩn mực định giá.

Thứ bảy, sửa đổi quy định biện pháp hình sự.

Thứ tám, cần nhắc thành lập Tòa án chuyên trách về quyền SHTT trong đề án đổi mới tổ chức Tòa án.

3.3. Giải pháp nâng cao hiệu quả thực hiện pháp luật về tên thương mại của CTCP

3.3.1. Giải pháp chung

Chính phủ cần hướng dẫn cụ thể cho việc thiết lập hệ thống cơ sở dữ liệu quốc gia về thông tin doanh nghiệp trên phạm vi toàn quốc. Hệ thống này cần

⁸ Phùng Trung Tập (2021), "Quyền sở hữu trí tuệ, bảo vệ và chuyển giao", Nxb. Công an Nhân dân,

cập nhật thông tin của doanh nghiệp trong cả nước hoạt động theo LDN và các luật chuyên ngành khác. Theo đó, doanh nghiệp được cấp tên theo nguyên tắc cụ thể, thống nhất, theo một quy chuẩn chỉ gồm ba tiêu chí: loại hình, tên riêng và một ngành nghề chính để phân biệt tên trùng và gây nhầm lẫn.

3.3.2. Giải pháp cụ thể

Thứ nhất, cần xác lập quyền sở hữu đối với tài sản trí tuệ là tên thương mại.

Thứ hai, nâng cao nhận thức của doanh nghiệp về quyền SHTT.

KẾT LUẬN

Trong nền kinh tế thị trường hiện nay, quyền SHCN nói chung và tên thương mại nói riêng được coi là tài sản quý giá của chủ thể kinh doanh trên thị trường. Tên thương mại của CTCP là một trong những yếu tố đầu tiên thể hiện sự thành công của chủ thể kinh doanh trong quá trình hoạt động sản xuất, kinh doanh. Sự thành đạt của mỗi CTCP thường gắn liền với giá trị tên thương mại mà chủ thể kinh doanh đó đã tạo ra. Thậm chí với một số CTCP, tên thương mại có thể là tài sản có giá trị nhất mà họ sở hữu. Lý do khi khách hàng đã quen với tên thương mại của CTCP; họ đánh giá cao nhãn hiệu, danh tiếng, hình ảnh hoặc một số phẩm của chủ thể kinh doanh đó, họ sẽ trung thành với sản phẩm đó và sẵn sàng trả nhiều tiền hơn để mua sản phẩm mang nhãn hiệu mà họ thừa nhận và đáp ứng kỳ vọng của họ. Đồng thời, bảo hộ tên thương mại là một công cụ pháp lý hữu hiệu nhằm cá thể hóa hoạt động kinh doanh, chủ thể kinh doanh và ngăn chặn các hành vi sử dụng uy tín kinh doanh của người khác một cách không lành mạnh.

Hiện nay, hệ thống pháp luật về tên thương mại của CTCP được xây dựng tương đối hoàn chỉnh, đáp ứng chuẩn mực quốc tế như: Hiệp định về các khía cạnh liên quan tới thương mại của quyền SHTT; Thỏa ước Madrid về đăng ký quốc tế nhãn hiệu; Hiệp định CPTPP; EVFTA..vvv. Các thành tựu đạt được là đáng trân trọng, nó là kết quả của hoạt động lập pháp, thực thi pháp luật và chính sách hội nhập quốc tế của Đảng và Nhà nước. Tuy nhiên, xét về tính hiệu quả, hệ thống pháp luật về tên thương mại của CTCP đang đứng trước những thách thức và đòi hỏi lớn, cần được tiếp tục hoàn thiện. Việc đổi mới tổ chức, cơ chế và phương thức bảo hộ đối với những tài sản vô hình của CTCP như tên thương mại, nhãn hiệu; cần được giải quyết trên cơ sở phân tích một cách khách quan thực trạng pháp luật hiện có, đánh giá các ưu điểm, nhược điểm và chỉ ra những nguyên nhân tồn tại cần khắc phục, đồng thời kết hợp với học tập kinh nghiệm quốc tế để từ đó đề xuất các giải pháp nâng cao và hoàn thiện pháp luật về tên thương mại của CTCP nói riêng và hệ thống pháp luật về SHTT nói chung.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

I. Tiếng Việt

1. Phạm Duy Nghĩa (2013),” Giáo trình Luật Kinh tế”, NXB Công an nhân dân, tr.229
2. Ngô Huy Cương (2013), Giáo trình Luật thương mại. Nxb, Đại học Quốc gia Hà Nội
3. WIPO (1883), Công ước Paris về bảo hộ quyền SHCN
4. Nguyễn Thái Cường (2020), Bình luận bản án quyền SHCN góc nhìn pháp luật Hoa Kỳ, Pháp, Nhật Bản, Hàn Quốc, Nxb, Hồng Đức
5. Cẩm Thuỳ Linh (2011), Bảo hộ nhãn hiệu, tên thương mại, tên miền theo pháp luật Việt Nam hiện hành, Luận văn tốt nghiệp cử nhân, Trường Đại học Luật Hà Nội
6. Lê Anh Tuấn (2019), Bảo hộ tên thương mại theo pháp luật Việt Nam hiện nay, Luận văn thạc sĩ Luật Kinh tế, Học viện Khoa học xã hội
7. Báo điện tử CAND (2010), Cty CP Vincom khởi kiện Cty CP đầu tư Tài chính và Bất động sản Vincon, Dẫn nguồn tại: <https://cand.com.vn/Kinh-te/Cty-CP-Vincom-khoi-kien-Cty-CP-dau-tu-Tai-chinh-va-Bat-dong-san-Vincon-i102899/>, truy cập lần cuối tháng 1/2022
8. Nguyễn Thị Quế Anh (2002), Một số vấn đề bảo hộ quyền SHCN đối với tên thương mại trên thế giới, Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội, Kinh tế Luật – XVIII, số 2.
9. Bùi, Thị Huyền (2010), Bảo hộ quyền SHCN đối với tên thương mại theo quy định của pháp luật Việt Nam, Luận văn thạc sĩ, Khoa Luật ĐHQGHN
10. Lê Thị Nam Giang (2013), Xung đột quyền trong bảo hộ nhãn hiệu và tên thương mại, Tạp chí Khoa học pháp lý, Số 03 (76), tr.54- 62
11. Đào Thị Thu Hằng (2016), Pháp luật về chủ thể kinh doanh. Nxb. Đại học Quốc gia, TP. Hồ Chí Minh

12. Hoàng Thế Liên (2010), Bình luận khoa học Bộ luật Dân sự năm 2005, tập 1,2,3, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
13. Phạm Quang, Một số vấn đề pháp lý cần lưu ý về tên thương mại, tên doanh nghiệp, Học viện Tòa án, dẫn nguồn: http://hvta.toaan.gov.vn/portal/page/portal/hvta/27676686/27677461?p_page_id=27677461&pers_id=28346379&folder_id=&item_id=141384808&p_details=1
14. Hiệp định về các khía cạnh liên quan tới thương mại của quyền sở hữu trí tuệ
15. Thỏa ước Madrid về đăng ký quốc tế nhãn hiệu
16. Nguyễn Anh Tuấn (2006), Đôi điều về thương hiệu quốc gia, Tạp chí Nhà nước và Pháp luật, Số 12/2006, tr. 43 - 46.
17. Ngô Tuấn Nghĩa (2006), Đảm bảo quan hệ lợi ích hài hòa về sở hữu trí tuệ trong hội nhập kinh tế của Việt Nam, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
18. Nguyễn Thị Khế (2003), Nhãn hiệu hàng hoá và danh hiệu thương mại, Tạp chí Luật học. Số 5/2003, tr. 36 – 39
19. Lê Hồng Hạnh (2003), Thương hiệu hay nhãn hiệu hàng hoá?, Tạp chí Luật học. Số 6/2003, tr. 19 - 25.
20. Đinh Nguyễn Thu Trang (2002), Thương hiệu và vấn đề xây dựng, bảo vệ thương hiệu cho hàng hoá Việt Nam, Tạp chí Kinh tế đối ngoại. Số 2/2002, tr. 80 - 84.
21. Nguyễn Bá Điển (2010), Thực thi quyền Sở hữu trí tuệ trong tiến trình hội nhập quốc tế những vấn đề lý luận và thực tiễn, Nxb Đại học quốc gia, Hà nội.
22. Nguyễn Thị Quế Anh (2000), Bảo hộ tên thương mại ở Việt Nam và một số kiến nghị hoàn thiện pháp luật về bảo hộ tên thương mại, Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội, Chuyên san Kinh tế - Luật.
23. Trịnh Quang Đức (2002), Pháp luật về bảo hộ tên thương mại ở Việt Nam, Luận văn thạc sĩ luật, Khoa Luật Đại học Quốc gia Hà Nội

24. Đỗ Việt Hà (2018), Bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp đối với tên thương mại tại Việt Nam, Luận văn thạc sĩ luật, Trường Đại học Luật Hà Nội
25. Nguyễn Ngọc Điện (2017), “Quyền tự bảo vệ - điểm mới trong Bộ luật Dân sự năm 2015”, *Tạp chí Nghiên cứu Lập pháp*, Số 1+2 (329+330),
26. Nguyễn Thị Hồng Nhung (2015), *Quyền tác giả trong không gian ảo*, Nxb. Đại học quốc gia Tp. HCM,
27. Vương Thanh Thúy (2011), Dấu hiệu mang chức năng trong pháp luật về nhãn hiệu – Quy định của pháp luật và thực tiễn áp dụng tại Hoa Kỳ, Châu Âu và Việt Nam, Luận án tiến sĩ luật học, Trường Đại học Luật Hà Nội
28. Lê Anh Tuấn (2019), Bảo hộ tên thương mại theo pháp luật Việt Nam hiện nay, Luận văn thạc sĩ luật học, Học viện Khoa học xã hội
29. Hoàng Lan Phương (2011), “Pháp luật Việt Nam về thương mại hóa quyền Sở hữu trí tuệ”, Luận văn thạc sĩ luật học, Khoa Luật Đại học Quốc gia Hà Nội
30. Lê Anh Đức (2018), Bảo hộ nhãn hiệu và tên thương mại trong thương mại điện tử, Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Luật, Đại học Huế
31. Hòa An (2017), Vụ kiện về nhãn hiệu X-men ở Việt Nam, [<https://khoahocphattrien.vn/khoa-hoc/chao-mua-xuan-cai-cach-va-sang-tao/202201211124199p1c160.htm>]
32. Bò Xuân Tuấn (2013), Khía cạnh pháp lý về mối quan hệ giữa nhãn hiệu và tên thương mại, Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Luật Tp. Hồ Chí Minh
33. Võ Trung Hậu (2020), “Pháp luật về bảo hộ quyền tác giả trong môi trường Internet”, *Luận án tiến sĩ luật học, Trường Đại học Kinh tế Luật, Đại học Quốc gia Tp. HCM*
34. Mai Hương (2014), Quy định không đặt tên doanh nghiệp trùng tên danh nhân: Nụ cười và phi văn hóa, [<https://nhipsongdoanhnghiep.cuocsongantoan.vn/kinh-doanh/quy-dinh-khong->

dat-ten-doanh-nghiep-trung-ten-danh-nhan-nuc-cuoi-va-phi-van-hoa-517937.html]

35. Hứa Thị Quỳnh Hoa (2020), Một số nội dung về tình hình đăng ký doanh nghiệp và cải cách thủ tục hành chính, cải thiện môi trường kinh doanh tại tỉnh Gia Lai 6 tháng đầu năm 2020, [<https://dangkykinhdoanh.gov.vn/vn/tin-tuc/597/5154/mot-so-noi-dung-ve-tinh-hinh-dang-ky-doanh-nghiep-va-cai-cach-thu-tuc-hanh-chinh--cai-thien-moi-truong-kinh-doanh-tai-tinh-gia-lai.aspx>]

36. Mỹ Tiến, Phi Long (2020), Cảnh giác với hàng giả nhãn hiệu, hàng vi phạm sở hữu trí tuệ, Đài Phát thanh - Truyền hình Gia Lai, [<http://gialaitv.vn/tin-tuc/tin-dia-phuong/canh-giac-voi-hang-gia-nhan-hieu-hang-vi-pham-so-huu-tri-tue/>]

37. TAND Tỉnh Gia Lai (2019), Bản án về tranh chấp quyền sở hữu trí tuệ tên miền số 28/2019/KDTM-PT

38. Trang thông tin điện tử Đảng bộ Tỉnh Gia Lai (2020), Gia Lai phát hiện hơn 1.000 sản phẩm giả mạo nhãn hiệu nổi tiếng, [<https://tinhuygialai.org.vn/phap-luat--noi-chinh/gia-lai-phat-hien-hon-1000-san-pham-gia-mao-nhan-hieu-noi-tieng/vi-vn-40127-360.html>]

39. Hải Bằng (2020), Gia Lai: Xử phạt cơ sở bán sản phẩm giấy vệ sinh xâm phạm bản quyền nhãn hiệu, [<https://tuoitrethudo.com.vn/gia-lai-xu-phat-co-so-ban-san-pham-giay-ve-sinh-xam-pham-ban-quyen-nhan-hieu-88894.html>]

40. Nguyễn Tùng, Hoàng Dương (2021), Gia Lai: Kinh doanh hàng hoá giả mạo nhãn hiệu trên mạng xã hội, 1 cá nhân bị xử phạt 18 triệu đồng”, [<https://thuonghieucongluan.com.vn/gia-lai-kinh-doanh-hang-hoa-gia-mao-nhan-hieu-tren-mang-xa-hoi-1-ca-nhan-bi-xu-phat-18-trieu-dong-a135080.html>]

41. Tạp chí điện tử QLTT (2020), Quản lý thị trường Gia Lai tiếp tục đánh mạnh vào các vi phạm trên thương mại điện tử, [<https://qltt.vn/quan-ly-thi-truong-gia-lai-tiep-tuc-danh-manh-vao-cac-vi-pham-tren-thuong-mai-dien-tu-92764.html>]

42. Phùng Trung Tập (2021), Quyền sở hữu trí tuệ, bảo vệ và chuyên giao”, Nxb. Công an Nhân dân,

43. Trường Đại học Luật Hà Nội (2012), Thực trạng thương mại hóa và bảo vệ tài sản trí tuệ của các doanh nghiệp Việt Nam, Tài liệu hội thảo khoa học

44. Lê Thị Nam Giang, Phạm Vũ Khánh Toàn (2013), Bảo hộ nhãn hiệu và tên thương mại, Tạp chí Khoa học pháp lý. Số 6/2013, tr. 69 - 79.

45. Nguyễn Xuân Quang (2015), “Xử lý vi phạm nhãn hiệu theo pháp luật Việt Nam”, Luận án tiến sĩ luật học, Học viện Khoa học xã hội, Viện hàn lâm Khoa học xã hội

46. Nguyễn Thị Phương Thảo (2021), Góp vốn thành lập công ty bằng quyền sở hữu trí tuệ theo pháp luật Việt Nam hiện nay, Luận án tiến sĩ luật học, Học viện Khoa học xã hội

47. Trường Đại học Luật, Đại học Huế (2021), "Xác lập, quản lý và khai thác tài sản trí tuệ mang tên địa danh để phát triển kinh tế - xã hội địa phương ở Việt Nam", Kỷ yếu hội thảo khoa học quốc gia, [https://hul.edu.vn/upload/phong-khcn-htqt/2021-K%E1%BB%B6-Y%E1%BA%BEU-H%E1%BB%98I-TH%E1%BA%A2O-QU%E1%BB%90C-GIA(1).pdf]

48. Trần Mạnh Hùng, Nguyễn Tuấn Linh, Cần thành lập tòa án chuyên trách về sở hữu trí tuệ, Báo điện tử Đầu tư, tại <https://baodautu.vn/can-thanh-lap-toa-an-chuyen-trach-ve-so-huu-tri-tue-d144711.html>,

49. *Vụ Hợp tác quốc tế TANDTC, Nghiên cứu hệ thống tòa án một số nước và khuyến nghị đối với hệ thống Tòa án nhân dân Việt Nam, Tạp chí TAND số 15/2021, tr. 55.*

50. Tạ Đình Tuyên (2021), Mô hình Tòa chuyên trách về sở hữu trí tuệ của một số quốc gia trên thế giới và khuyến nghị đối với Việt Nam, Tạp chí TAND điện tử

51. Nguyễn Văn Luật, *Nhu cầu thành lập Tòa sở hữu trí tuệ ở Việt Nam, Tạp chí Nghiên cứu Lập pháp số 15 (391), tháng 8/2019, bản điện tử tại: <http://lapphap.vn/Pages/tintuc/tinchitiet.aspx?tintucid=210379>,*

52. Đào Đức Hạnh (2021), *Cần nhắc thành lập Tòa án chuyên trách về quyền sở hữu trí tuệ trong đề án đổi mới tổ chức Tòa án*”, Tạp chí Tòa án nhân dân điện tử

53. Vũ Thị Hải Yến (2012), *Bảo vệ tài sản trí tuệ trong các doanh nghiệp Việt Nam - Thực trạng và giải pháp*, Đề tài khoa học cấp Bộ Tư pháp.

54. Trần Hương Liên (2016), *Bảo hộ tên thương mại trong môi trường Internet*, Luận văn thạc sĩ luật học, Trường Đại học Luật Hà Nội

II. Tiếng nước ngoài

55. How to Register a Trade Mark in Australia, Dẫn nguồn: <https://founddlegal.com/blogs/legal-resources/how-to-register-a-trademark-australia>, truy cập lần cuối tháng 1/2022

56. Matthew Senechal, Comment, Reforming the Japanese Commercial Code: A Step Towards an American-Style Executive Officer System in Japan?, 12 Pac. Rim L & Pol'y J. 535 (2003). Available at: <https://digitalcommons.law.uw.edu/wilj/vol12/iss2/8>

57. Alan B. Morrison(2007), *Fundamentals of American Law*, Oxford University Press

58. Ian McClure (2009), *Economy Pulse Check: Valuation, Finance and Exchange of Intellectual Property*, Tạp chí The Federal Lawyer, tập 56, số 4 năm 2009, trang 18-19&23

59. Daryl Martin & David Drews (2006), *Intellectual Property Valuation Techniques*, Tạp chí Licensing tháng 10/2006.

60. Jonh R Olesen – Spyros M Maniatis – Cristina Garrigues (2015), *Trade marks - world law and practice*, UK

61. *Accord sur les ADPIC*, Daniel GERVAIS, (2009), Nxb. Larcier (tái bản lần 2).

62. www.dbd.go.th.

63. www.acra.gov.sg.

64. <http://asic.gov.au/>.

65. *Company limited and Parntnership registration according to the Civil and Commercial Code* http://www.dbd.go.th/dbdweb_en/ewt_news.php?nid=3966&filename=index.