

MỘT SỐ VẤN ĐỀ VỀ BẢO HỘ QUYỀN SỞ HỮU CÔNG NGHIỆP ĐỐI VỚI TÊN THƯƠNG MẠI TRÊN THẾ GIỚI

Nguyễn Thị Quế Anh^(*)

Trong bối cảnh nền kinh tế thị trường với đặc tính cơ bản là cạnh tranh, vấn đề phân biệt các chủ thể kinh doanh có ý nghĩa hết sức quan trọng. Việc cá thể hoá chủ thể kinh doanh và hoạt động kinh doanh của họ là một trong những tiêu liên tiên quyết làm cơ sở cho việc hình thành và củng cố uy tín kinh doanh cũng như mở rộng phạm vi hoạt động của các chủ thể. Mặt khác, việc ngăn chặn các hành vi sử dụng uy tín kinh doanh của người khác một cách không lành mạnh cũng là một điều hết sức cần thiết. Trên thực tế tồn tại các công cụ pháp lý khác nhau nhằm giải quyết những vấn đề trên, trong đó có tên thương mại. Trong bài viết này tác giả đề cập tới việc bảo hộ tên thương mại với tư cách là đối tượng quyền sở hữu công nghiệp thông qua việc tìm hiểu những nét khái quát nhất của hệ thống pháp luật bảo hộ tên thương mại ở một số quốc gia, tìm hiểu việc bảo hộ tên thương mại theo Công ước Pari (1883) về Bảo hộ Quyền Sở hữu Công nghiệp- công ước quốc tế đa phương duy nhất đề cập trực tiếp tới vấn đề bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp đối với tên thương mại với số lượng thành viên tham gia là trên 100 quốc gia, trên cơ sở đó đưa ra một số nhận định về đặc trưng của chế độ pháp lý đối với tên thương mại.

1. Vài nét về pháp luật bảo hộ tên thương mại trên thế giới

Theo Điều 8 Công ước Pari thì tên thương mại được bảo hộ tại tất cả các nước thành viên. Tuy nhiên, Công ước này không đưa ra quy định cụ thể về việc tên thương mại phải được bảo hộ dưới hình thức nào. Do vậy, chế độ pháp lý đối với tên thương mại tại các quốc gia khác nhau rất đa dạng. Ở nhiều nước trên thế giới, các quy định pháp luật điều chỉnh vấn đề này thường được tìm thấy trong luật riêng về bảo hộ tên thương mại, luật dân sự, luật thương mại, luật về chống cạnh tranh không lành mạnh, luật về nhãn hiệu hàng hoá,... hoặc được tìm thấy trong các án lệ của các nước theo hệ thống thông luật. Ví dụ: Thụy Điển là một trong số ít các nước có luật riêng về tên thương mại; Philippines có Luật về nhãn hiệu hàng hoá, nhãn hiệu địa vị⁽¹⁾; các nước Trung Mỹ thực hiện thoả ước Trung Mỹ, một bộ luật chung của khu vực về nhãn hiệu, tên thương mại, nguồn gốc, quảng cáo hàng hoá và chống cạnh tranh không lành mạnh; Luật sở hữu công nghiệp (sở hữu trí tuệ) của các nước Tây Ban Nha, Mexico, các nước Mỹ Latinh, Srilanka đều có phần riêng về tên thương mại [5, tr.4-5]; ở Liên bang Nga, tên thương mại được bảo hộ trong khuôn khổ Bộ luật Dân sự Luật

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

⁽¹⁾ Phần 3 của Bộ Luật sở hữu trí tuệ có một điều khoản riêng về tên thương mại và nhiều điều khoản về nhãn hiệu áp dụng cho tên thương mại.

ề cạnh tranh và hạn chế độc quyền trên thị trường hàng hoá, Luật về bảo vệ người tiêu dùng⁽²⁾,...

Sự khác biệt trong việc điều chỉnh các quan hệ liên quan tới tên thương mại không chỉ thể hiện giữa hệ thống pháp luật của các nước khác nhau về bảo hộ tên thương mại mà còn thể hiện cả ở trong hệ thống pháp luật của từng nước, nhất là các nước liên bang. Ví dụ: tại Mỹ, việc điều chỉnh các quan hệ này không thuộc thẩm quyền của chính quyền liên bang mà được xác định bởi luật pháp của từng bang.

Tuy có những khác biệt nhất định, nhưng ở tất cả các nước pháp luật về bảo hộ tên thương mại đều tập trung điều chỉnh các vấn đề sau: nguyên tắc lựa chọn tên thương mại; trình tự xác lập quyền đối với tên thương mại; quyền và nghĩa vụ của người có tên thương mại; vấn đề bảo vệ và chấm dứt quyền đối với tên thương mại. Dưới đây, chúng tôi xin trình bày một số nội dung chủ yếu liên quan đến những vấn đề trên:

Nguyên tắc lựa chọn tên thương mại: Pháp luật nhiều nước qui định các nhà kinh doanh có quyền tự do lựa chọn bất cứ dấu hiệu nào làm tên thương mại cho mình. Nhà kinh doanh có thể sử dụng tên riêng của mình, nhưng cũng có thể lựa chọn một cái tên hư cấu nào đó. Nguyên tắc "tự do lựa chọn" này tồn tại ở Anh, Nhật, Mỹ và một loạt các nước có hệ thống pháp luật được xây dựng dưới ảnh hưởng của các quốc gia nêu trên. Tuy vậy, cũng có một số hạn chế nhất định đối với việc lựa chọn tên thương mại. Chẳng hạn như hạn chế hoặc không được sử dụng một số từ hay cụm từ (ví dụ: "hoàng gia", "quốc tế",...) hoặc bắt buộc phải đưa thêm 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" v.v.).

Theo luật của hầu hết các nước châu Âu và những nước chịu ảnh hưởng của hệ thống pháp luật này thì yêu cầu các chủ thể kinh doanh là cá nhân lựa chọn tên thương mại theo nguyên tắc "chân lý", không cho phép tự do lựa chọn tên thương mại, bắt buộc phải tiến hành công việc kinh doanh dưới tên riêng của chính mình. Bằng cách đó đã xuất hiện một số tên thương mại danh tiếng như: SIMENS, ERICSSON ... Những yêu cầu tương tự cũng được đưa ra đối với công ty hợp danh: tên thương mại của các chủ thể này cần phải bao gồm tên thật của tất cả các thành viên sáng lập công ty hoặc tên thật của ít nhất một thành viên với việc bổ sung thêm từ "... và công ty (company)".

Nguyên tắc "chân lý" không được nêu ra một cách nhất quán bởi khi công ty được chuyển giao cho một chủ sở hữu mới thì tên thương mại cũ cũng có thể được chuyển giao. Nguyên tắc "chân lý" không áp dụng đối với những liên kết tư bản khác như công ty cổ phần, công ty trách nhiệm hữu hạn, ... (tức là ngoài những loại hình công ty đã nêu trên), nhưng tên thương mại của chúng nhất thiết phải nêu được phạm

(2) Xem Điều 54, khoản 3; Đ. 69, k. 4; Đ. 82, k. 2; Đ. 87, k. 2; Đ. 95, k. 2; Đ. 96, k. 2; Đ. 107, k. 3; Đ. 113, k. 3; Đ. 115, Đ. 132; Đ. 138; Đ. 559; Đ. 656; Đ. 1027; Đ. 1032; Đ. 1039, ... Bộ luật dân sự; Đ. 10 Luật về cạnh tranh và hạn chế độc quyền trên thị trường hàng hóa; Đ. 9 Luật về bảo vệ người tiêu dùng.

vi hoạt động và loại hình tổ chức. Nếu tên thương mại không phù hợp với bản chất thực của công ty sử dụng tên thương mại đó thì công ty có thể bị yêu cầu thay đổi tên thương mại của mình.

Nguyên tắc xác lập quyền: ở nhiều nước, việc xác lập quyền đối với tên thương mại được hình thành trên những cơ sở pháp lý khác nhau:

- Sử dụng tên thương mại (ở đa số các nước)

- Đăng ký bắt buộc (ở một số nước XHCN cũ như Liên bang Nga, Séc,... khu vực Trung Mỹ, v.v.)

- Sử dụng hoặc đăng ký tên thương mại, trong đó khuyến khích hình thức đăng ký (ở một số nước như Thụy Điển, Srilanca, Tây Ban Nha) [5, tr.6]

Như vậy, tương tự như đối với nhãn hiệu hàng hoá, việc đăng ký tên thương mại có thể mang ý nghĩa làm phát sinh quyền, nhưng cũng có thể chỉ mang ý nghĩa chứng thực quyền. Có những nước, quyền đối với tên thương mại xuất hiện từ sự kiện sử dụng tên thương mại, còn việc đăng ký tên thương mại sau đó chỉ có ý nghĩa củng cố thêm quyền đã xuất hiện từ trước mà không phải là bắt buộc. Ví dụ, tại Achentina quyền đối với tên thương mại được xác lập trên cơ sở sự kiện sử dụng chứ không phải sự kiện đăng ký tên thương mại; trong một vụ việc được xem xét tại toà án thương mại thẩm sự kiện bắt đầu sử dụng tên thương mại được xem như tình tiết là cơ sở cho việc từ chối một người khác đăng ký nhãn hiệu hàng hoá trùng với tên thương mại đã được sử dụng trên, mặc dù tên thương mại đó chưa được đăng ký [2, tr.53]; theo pháp luật Tây Ban Nha, nếu tên thương mại là tên của chủ công ty thì quyền đối với tên thương mại xuất hiện không phụ thuộc vào việc đăng ký, còn nếu tên thương mại là tên hư cấu thì quyền đối với tên thương mại đó chỉ được công nhận sau khi nó đã được đăng ký với tư cách là nhãn hiệu hàng hoá [2, tr.54].

Bảo hộ tên thương mại theo Công ước Pari: Ngay từ văn bản đầu tiên của Công ước vào năm 1883 đã có điều khoản về bảo hộ tên thương mại, cho đến Hội nghị La Hay năm 1925, nội dung của điều khoản đã được sửa đổi cho phù hợp hơn với thực tiễn và với các điều khoản khác của Công ước [4, tr.152]. Theo Điều 8 của Công ước Pari (1967), vấn đề xác định quyền đối với tên thương mại ở nước ngoài có một điểm đáng chú ý: tên thương mại được bảo hộ ở tất cả các nước thành viên của Liên hiệp mà không bị bắt buộc phải nộp đơn hoặc đăng ký, bất kể tên thương mại đó có hay không là một phần của một nhãn hiệu hàng hoá.

Theo nguyên tắc “chế độ quốc gia” được qui định tại Điều 2 Công ước thì tên thương mại của nước ngoài được bảo hộ như những tên thương mại của công dân nước sở tại. G. Bôdehauzen, người Hà Lan, một chuyên gia có uy tín (đã từng là Giám đốc Văn phòng quốc tế về bảo hộ sở hữu trí tuệ trong giai đoạn từ 1/1963 đến 1/12/1973 và sau đó là Tổng giám đốc Tổ chức sở hữu trí tuệ thế giới WIPO) giải thích rằng: đối với trình tự xác lập quyền đối với tên thương mại thì Điều 8 Công ước Pari là một ngoại lệ so với Điều 2 của Công ước đó, cụ thể là: nếu như pháp luật quốc nội qui định tên thương mại của công dân nước mình bắt buộc phải đăng ký thì tên thương mại của

công dân nước ngoài vẫn được bảo hộ tại nước đó không phụ thuộc vào việc tên thương mại trên đã đăng ký hay chưa tại nước sở tại hay nước xuất xứ [4, tr.152].

Tuy nhiên, không phải ở tất cả các nước toà án đều xem xét các vụ việc dựa trên quan điểm như vậy. Trong thực tiễn xét xử những vụ kiện liên quan đến xác lập quyền đối với tên thương mại có nhiều trường hợp toà án của các nước không cho rằng Điều 8 Công ước Pari là trường hợp ngoại lệ so với Điều 2 của Công ước đó.

Ngoài ra, việc bảo hộ tên thương mại ở nước ngoài còn phải đề cập đến trường hợp khi pháp luật quốc nội qui định các chế độ bảo hộ khác nhau cho tên thương mại đã đăng ký và tên thương mại không đăng ký (ví dụ nhằm khuyến khích việc đăng ký) thì tên thương mại của người nước ngoài không đăng ký cũng chỉ được bảo hộ như tên thương mại không đăng ký của công dân nước sở tại.

Nếu như pháp luật ở nước thành viên của Công ước Pari coi nguy cơ làm cho người tiêu dùng bị nhầm lẫn là một trong những điều kiện bảo hộ của tên thương mại thì nước thành viên đó có thể đưa ra yêu cầu rằng tên thương mại nước ngoài được bảo hộ nếu như nó đã được sử dụng trên thực tế hoặc có được biết đến ở mức độ nhất định tại nước nói trên. Những qui định như vậy có trong pháp luật của Đức, Pháp, Áo, Thụy Sĩ và nhiều các nước khác [4, tr.154]. Tuy nhiên, tại nhiều nước thì tên thương mại tại nước ngoài lại được bảo hộ không phụ thuộc vào việc nó đã được sử dụng hoặc được biết đến ở mức độ nhất định tại nước sở tại; sự kiện mang ý nghĩa quyết định ở đây lại là việc tên thương mại đó đã được bảo hộ ở một trong các nước thành viên của Công ước Pari. Một ví dụ điển hình về thực tiễn trên: quyết định của toà án thành phố Trônkheim (Nauy) giải quyết vụ việc một công ty mỹ phẩm Nauy mang tên thương mại "ERRA A/C" (đã được đăng ký tại thành phố nói trên vào năm 1945) kiện công ty Thụy Điển "ERRA A/C", yêu cầu không được sử dụng thương hiệu này cho một cửa hàng buôn bán nước hoa của công ty được mở tại Trônkheim vào năm 1967. Toà án đã không thừa nhận đơn kiện của công ty Nauy vì cho rằng: tại Thụy Sĩ bị đơn từ năm 1930 đã sử dụng tên thương mại trên, do đó, việc từ năm 1964 bị đơn mở rộng phạm vi hoạt động của mình trên lãnh thổ Nauy và mới đăng ký thương hiệu đó tại thành phố Oxlô (Nauy) là không có ý nghĩa đối với việc công nhận sự bảo hộ cho thương hiệu trên tại Nauy [2, tr.55]. Theo Điều 8 Công ước Pari công ty Thụy Sĩ có quyền đối với tên thương mại nói trên.

2. Đặc trưng của chế độ pháp lý đối với tên thương mại

Bản chất quyền đối với tên thương mại là khả năng bảo đảm cho chủ thể tham gia vào các giao dịch dưới tên thương mại của mình. Trên cơ sở đó một đặc trưng quan trọng của chế độ pháp lý đối với tên thương mại là quyền đối với tên thương mại mang tính chất đặc quyền [1, tr.528]. Chủ thể có độc quyền khai thác tên thương mại của mình với điều kiện việc khai thác đó phải phù hợp với qui định của pháp luật. Nói một cách khác, không một ai khác ngoài chủ thể có thể thực hiện những hành vi được coi là đặc quyền đối với tên thương mại. Quyền đối với tên thương mại mang tính chất

tuyệt đối, tất cả mọi chủ thể khác có nghĩa vụ không vi phạm tên thương mại đó. Chủ sở hữu quyền sở hữu công nghiệp đối với tên thương mại đối lập với không phải mọi chủ thể cụ thể có nghĩa vụ thực hiện hoặc không thực hiện một hành vi nào đó, mà đối lập với tất cả những người thứ ba - những người có nghĩa vụ không vi phạm và không cản trở chủ sở hữu thực hiện các quyền của mình đối với tên thương mại.

Chế độ pháp lý đối với tên thương mại có những nét tương đồng với một số đối tượng quyền sở hữu công nghiệp khác như sáng chế, nhãn hiệu hàng hoá, quyền sở hữu công nghiệp đối với tên thương mại có những hạn chế nhất định về mặt đối tượng và không gian:

- *Về mặt đối tượng*: một mặt, được xác định là việc giống hoặc tương tự với dấu hiệu được dùng trong tên thương mại; mặt khác, là lĩnh vực hoạt động của các chủ thể kinh doanh sử dụng tên thương mại.

Vì dụ, tại Pháp trong một tranh chấp về tên thương mại "OPEC" giữa một công ty sản xuất và tiêu thụ giấy và các sản phẩm về giấy với một công ty khác hoạt động trong lĩnh vực in ấn và phát hành sách. Công ty thứ nhất bị công ty thứ hai kiện với lý do đã sử dụng tên thương mại "OPEC" trùng với chữ viết tắt những chữ cái đầu tiên trong tên đầy đủ của công ty thứ hai. Tòa án thành phố Macxây đã từ chối công nhận đơn kiện nói trên với lý do: *thứ nhất*, đối tượng bảo hộ ở đây phải là tên đầy đủ của công ty chứ không phải là những thành phần của nó; *thứ hai*, phạm vi hoạt động của bị đơn và nguyên đơn là khác nhau, do đó không thể nói đến vi phạm quyền lợi với tên thương mại trong trường hợp này [2, tr.55].

- *Về mặt không gian*: quyền đối với tên thương mại chỉ có hiệu lực trong một phạm vi không gian nhất định (bang, vùng, tỉnh,...) nơi tên thương mại được đăng ký. Tuy nhiên, ở nhiều nước, nếu việc bảo hộ tên thương mại dựa trên cơ sở sự kiện sử dụng thì được bảo hộ trên toàn bộ lãnh thổ của nước đó không phụ thuộc vào mức độ được biết đến của tên thương mại tại các vùng lãnh thổ khác nhau trong nước. Như vậy, tùy thuộc vào pháp luật của các nước, tên thương mại có thể được bảo hộ trên toàn bộ lãnh thổ hoặc chỉ trong phạm vi một vùng nhất định của một quốc gia, nơi mà tên thương mại được đăng ký hoặc trở nên phổ biến đối với mọi người. Những điều kiện bảo hộ đối với tên thương mại của công dân nước sở tại (tên thương mại nói đó cũng được áp dụng với tên thương mại của người nước ngoài (trừ điều kiện về đăng ký) Nếu tại nước sở tại tên thương mại nội địa được bảo hộ trên cơ sở nó đã được biết đến trên toàn bộ lãnh thổ hoặc một vùng lãnh thổ nhất định thì tên thương mại nước ngoài cũng chỉ được bảo hộ nếu như đã có danh tiếng tại nước đó. Và ngược lại, nếu như ở nước sở tại điều kiện tên thương mại đã được biết đến không phải là một trong các tiêu chí bảo hộ thì tên thương mại nước ngoài sẽ được bảo hộ không phụ thuộc vào mức độ được biết đến của nó tại nước này. Do đó có thể tồn tại những trường hợp nghịch cảnh khi tại nước xuất xứ tên thương mại chỉ được bảo hộ trên một phần lãnh thổ (nơi nó đã được biết đến), nhưng tại một nước khác, nơi không đưa ra điều kiện về tên thương mại phải được biết đến, thì tên thương mại đó lại được bảo hộ trên toàn bộ lãnh thổ (mặc dù nó chưa hề được biết đến tại nước này).

Bên cạnh đó, nếu như pháp luật thường dành sự bảo hộ cao hơn đối với nhãn hiệu hàng hoá nổi tiếng, thì trong khoa học pháp lý không tồn tại khái niệm tên thương mại nổi tiếng và cũng không tồn tại chế độ bảo hộ cao hơn đối với những tên thương mại được biết đến một cách rộng rãi, có uy tín hơn.

Trong khoa học pháp lý còn tồn tại quan điểm cho rằng quyền đối với tên thương mại như một loại quyền nhân thân không mang tính tài sản. Theo ý kiến của chúng tôi thì cũng không thể không đồng ý với cách nhìn nhận như vậy về bản chất pháp lý của loại quyền này. Bởi, quyền đối với tên thương mại luôn gắn bó một cách hữu cơ với uy tín kinh doanh, với quyền bảo vệ danh dự, uy tín, v. v. của các chủ thể. Vì vậy, mối liên quan, thậm chí phụ thuộc của tình trạng kinh tế của người kinh doanh vào mức độ nổi tiếng của tên thương mại, vào cách nhìn nhận của người tiêu dùng, bản thân về tên thương mại cũng mang tính chất rất hiển nhiên và rõ ràng. Do đó tên thương mại thường nhận được đánh giá cụ thể trong thành phần những tài sản về hình của chủ thể kinh doanh, còn những vi phạm đối với tên thương mại thì có thể là căn cứ xác lập trách nhiệm bồi thường thiệt hại.

Về mặt nguyên tắc, quyền đối với tên thương mại mang tính không hạn chế về mặt thời gian (khác với quyền trong lĩnh vực luật sáng chế). Điều đó có nghĩa là sau khi đã xác lập quyền đối với tên thương mại chủ thể kinh doanh có thể sử dụng nó mà không bị bất cứ một hạn chế nào về mặt thời gian, khi mà chủ thể kinh doanh 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 chủ thể kinh doanh thay đổi, ví dụ: do kết quả của việc tổ chức lại doanh nghiệp hay thay đổi chủ doanh nghiệp thì những thay đổi đó cần được đưa vào tên thương mại.

Một đặc trưng nữa là việc sử dụng tên thương mại không những là quyền lợi mà đồng thời còn là nghĩa vụ của chủ thể kinh doanh. Nói một cách khác, chủ thể không những có quyền tham gia vào giao lưu dân sự dưới tên thương mại của mình mà còn có nghĩa vụ phải làm điều đó. Quy định này của pháp luật nhằm bảo đảm cho quyền của các chủ thể khác và người tiêu dùng được phép biết mình đang xác lập giao dịch với ai.

Mối liên quan giữa việc hiểu rõ chế độ pháp lý đối với tên thương mại sẽ là hữu ích nếu chúng ta tiến hành làm rõ mối tương quan giữa đối tượng đang được xem xét với nhãn hiệu hàng hoá, bởi lý do một dấu hiệu phân biệt có thể đồng thời hoặc ở các thời điểm khác nhau được bảo hộ vừa với tư cách là nhãn hiệu hàng hoá, vừa với tư cách là tên thương mại.

Các đối tượng nêu trên có những khác biệt cơ bản về điều kiện xác lập và phạm vi quyền, về phạm vi áp dụng và về nội dung quyền của các chủ thể.

Ở nhiều nước trên thế giới, quyền đối với nhãn hiệu hàng hoá chỉ xuất hiện trên cơ sở đăng ký nhãn hiệu, còn quyền đối với tên thương mại được xác lập dựa trên sự kiện sử dụng mà không đòi hỏi bất kỳ thủ tục đăng ký nào (hoặc ngược lại). Ví dụ: tại Thụy Điển, Tây Ban Nha, Argentina, ... quyền đối với nhãn hiệu hàng hoá xuất hiện

trên cơ sở đăng ký [3, tr.66-68] còn quyền đối với tên thương mại xuất hiện trên cơ sở sử dụng. Theo nguyên tắc chung, quyền đối với nhãn hiệu hàng hoá được bảo hộ trên phạm vi lãnh thổ quốc gia nơi nó được đăng ký hay được sử dụng trên thực tế còn quyền đối với tên thương mại được bảo hộ không những chỉ trong phạm vi quốc gia nơi chủ thể tiến hành hoạt động kinh doanh mà còn tại tất cả các nước thành viên Công ước Pari (với điều kiện tuân thủ những qui định của pháp luật nước sở tại nhưng không cần phải qua thủ tục đăng ký).

Quyền đối với nhãn hiệu hàng hoá chủ yếu buộc các chủ thể khác không sử dụng dấu hiệu trùng hoặc tương tự trên hàng hoá, còn quyền đối với tên thương mại thường không tạo cho chủ sở hữu khả năng đó. Mặt khác quyền đối với tên thương mại có tác dụng hạn chế những hình thức cạnh tranh của các chủ thể khác - như hình thức mà quyền đối với nhãn hiệu hàng hoá thường không tác động tới được.

Quyền đối với nhãn hiệu hàng hoá có thể có phạm vi rộng hơn khi nó được công nhận là nhãn hiệu hàng hoá nổi tiếng và được bảo hộ với chế độ bảo hộ nâng cao. Còn quyền đối với tên thương mại thì luôn luôn bị hạn chế bởi lĩnh vực kinh doanh của chủ thể.

Quyền đối với nhãn hiệu hàng hoá cùng với sự luân chuyển của thời gian luôn có xu hướng bị "hao mòn", ví dụ như do quá trình biến từ nhãn hiệu hàng hoá thành tên gọi chung cho một chủng loại hàng hoá. Trong bất kỳ trường hợp nào để duy trì hiệu lực bảo hộ cần tiến hành thủ tục đăng ký lại qua từng thời gian nhất định và trả lệ phí. Ở nhiều nước hiệu lực bảo hộ nhãn hiệu hàng hoá phụ thuộc vào việc nhãn hiệu đó có được sử dụng tại các quốc gia đó hay không. Quyền đối với tên thương mại thì tại không bị hạn chế về mặt thời gian, không có xu hướng bị "hao mòn", không phụ thuộc vào việc nộp lệ phí hay sử dụng dấu hiệu là tên thương mại.

Trên cơ sở những điểm vừa phân tích ở trên, có thể khẳng định rằng trong trường hợp tên thương mại trùng với nhãn hiệu hàng hoá thì quyền đối với các đối tượng đó luôn bổ sung cho nhau và góp phần củng cố, mở rộng quyền năng cho người nắm giữ chúng khi chúng cùng thuộc về một chủ thể. Do đó rất nhiều nhà kinh doanh đã đưa tên thương mại của mình vào thành phần nhãn hiệu hàng hoá mà chủ thể đó đăng ký bảo hộ; hoặc thậm chí đăng ký dấu hiệu là từ ngữ trùng với tên thương mại làm nhãn hiệu hàng hoá của mình.

Xung đột giữa tên thương mại và nhãn hiệu hàng hoá có dấu hiệu trùng với nó sẽ tồn tại trong trường hợp quyền đối với nhãn hiệu hàng hoá được thủ đắc bởi một chủ thể khác, không phải là chủ thể có quyền đối với tên thương mại nói trên. Trong những trường hợp như vậy quyền đối với tên thương mại có thể bị bác bỏ nếu quyền đối với nhãn hiệu hàng hoá được xác lập sớm hơn. Và ngược lại quyền đối với nhãn hiệu hàng hoá sẽ bị coi là không hợp lệ nếu chứng minh được rằng việc đăng ký nhãn hiệu đó là vi phạm quyền đối với tên thương mại đã được xác lập từ trước đó.

Hiện nay, vấn đề bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ nói chung và quyền sở hữu công nghiệp đối với tên thương mại nói riêng ngày càng mang tính toàn cầu sâu sắc. Bởi

vậy, việc nghiên cứu cơ chế pháp lý đối với tên thương mại ở các nước trên thế giới có ý nghĩa quan trọng trong việc xây dựng và hoàn thiện hệ thống pháp luật về bảo hộ loại đối tượng này, đặc biệt là trong bối cảnh Việt Nam đang đẩy mạnh quá trình hội nhập kinh tế quốc tế.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. A.I. Cergeep, *Quyền sở hữu trí tuệ ở Liên bang Nga*, Giáo trình, NXB “Проспект”, Матxcova, 1996 (tiếng Nga).
2. G. I. Гіixkaia, *Bảo hộ nhãn hiệu hàng hoá, tên thương mại, chỉ dẫn xuất xứ hàng hoá và tên gọi xuất xứ hàng hoá ở các nước tư bản và các nước đang phát triển*, NXB “ЦНИИПИ”, Матxcova, 1985 (tiếng Nga).
3. И. I Xviadoxo, *Bảo hộ nhãn hiệu hàng hoá ở các nước tư bản*, NXB “ЦНИИПИ”, Матxcova, 1969 (tiếng Nga).
4. G. Bodehauzen, *Bình luận Công ước Pari về bảo hộ sở hữu công nghiệp (1967)*, NXB “Проспект”, Матxcova, 1977, (sách dịch từ tiếng Pháp sang tiếng Nga).
5. Nguyễn Thị Thanh Hà, *Bảo hộ tên thương mại*, Báo cáo tại Hội thảo về bảo hộ các đối tượng sở hữu công nghiệp mới ở Việt nam do Cục sở hữu công nghiệp và tổ chức xúc tiến thương mại Nhật bản (JETRO) tổ chức ngày 13.1.2000 tại Hà Nội.

INJ. JOURNAL OF SCIENCE, ECONOMICS – LAW, T. XVIII, N₀2, 2002

SOME SKETCHES ON THE PROTECTION OF INDUSTRIAL PROPERTY REGARDING TRADE NAMES IN THE WORLD

Dr. Nguyen Thi Que Anh

Faculty of Law - Vietnam National University, Hanoi

In Part 1, the author presents the issue of the legal protection of trade names in the world, focusing on the legal systems concerning the protection of trade names, the principles of the selection of trade names, the principles of formation of industrial property rights of trade names, and especially, the protection of trade names under the Paris Convention for the Protection of Industrial Property.

Part 2 of the article presents studies on the mechanism of the protection of trade names as an object of industrial property. In particular, the author makes a comparison between trade names and trademarks, a kind of industrial property object which has some similarities to trade names. Based on those studies, the author points out the main characteristics of the legal regime of trade names.