

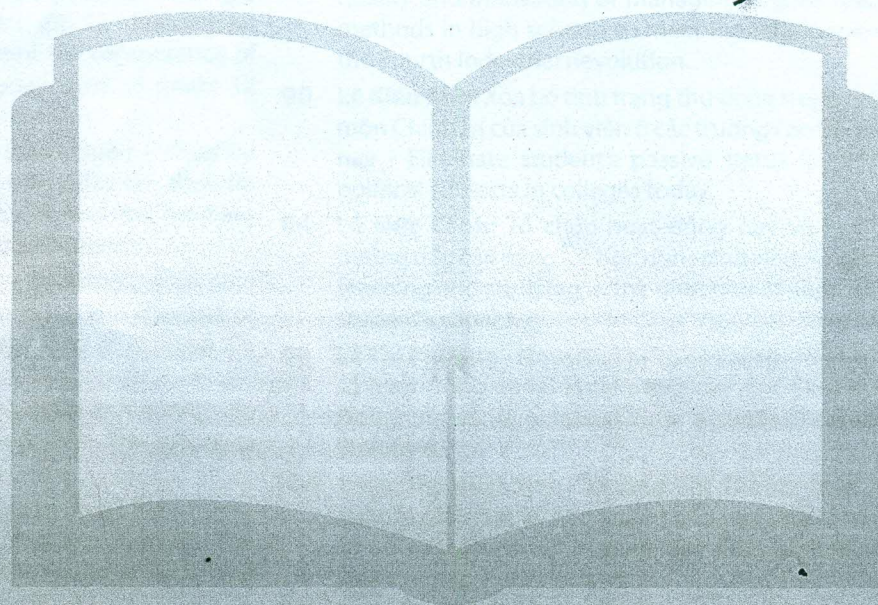
TẠP CHÍ

GIÁO DỤC VÀ XÃ HỘI

Journal of Education and Society

CƠ QUAN NGHIÊN CỨU, LÝ LUẬN, DIỄN ĐÀN GIÁO DỤC CỦA HIỆP HỘI
CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC, CAO ĐẲNG VIỆT NAM

ISSN 1859 - 3917



Số Đặc biệt kỳ 1 - Tháng 3/2019

MỤC LỤC - CONTENTS

NGHIÊN CỨU - TRAO ĐỔI - RESEARCH & DISCUSSION

- Nguyễn Hữu Hải:** Giá trị tư tưởng về luận điểm "Không ai có thể tiêu diệt được chúng ta, ngoài những sai lầm của bản thân chúng ta" của V.I.Lênin - The ideological value of the thesis "No one can destroy us, beyond our own mistakes" of V.I.Lenin.
- 8 Trương Thị Thanh:** Tư tưởng Hồ Chí Minh về trí thức - Ho Chi Minh's thought about intellectuals.
- 13 Võ Tá Tri - Nguyễn Thị Lan Phương:** Những yếu tố tác động đến quá trình đổi mới hệ thống chính trị Việt Nam hiện nay - Factors impacting on the improvement of Vietnam's political system.
- 17 Nguyễn Hồng Quý:** Nâng cao chất lượng đào tạo theo hướng phát triển chương trình CDIO và tiếp cận công nghệ 4.0 - Improve training quality towards CDIO program development and approach revolutionary 4.0.
- 22 Vi Hồng Thắm:** Phát triển chương trình đào tạo nhằm nâng cao chất lượng đội ngũ giảng viên đáp ứng yêu cầu đổi mới giáo dục - Developing training program to improve lecturers quality of meeting requirements of education reform.
- 28 Phạm Thị Thu Hiền - Ngô Thu Hà:** Xây dựng chuyên đề dạy học và kiểm tra, đánh giá năng lực đọc hiểu văn bản nhật dụng của học sinh lớp 12 - Building an unit for teaching and assessment the competence of reading comprehension everyday texts of grade 12 students.
- 31 Cao Thị Châu Thủy:** Khung tham chiếu - công cụ quản lý hoạt động giảng dạy trong đào tạo theo tín chỉ - Framework of reference - A tool for teaching management in credit-based training system.
- 38 Đậu Thị Hồng:** Quan niệm tâm, tài trong truyện Kiều của Nguyễn Du và giá trị giáo dục - The concept of good heart, talent in the Truyen Kieu of Nguyen Du and the educational value.
- 43 Đàm Thị Phượng - Nghiêm Thị Hiền:** Ảnh hưởng của văn học dân gian đối với văn học viết - The influence of folklore on writing literature.
- 47 Lưu Hồng Dung - Phạm Thị Cẩm Anh:** Biểu tượng núi đá và tiếng kèn Pí Lè trong thơ Lò Ngân Sủn - The symbol of the stone piles and the sound of Pí Lè in Lo Ngan Sun's poetry.
- 52 Trương Mỹ An Ngọc:** Kinh nghiệm khắc phục một số sai lầm khi giải các bài toán về nguyên hàm - tích phân trong môn Toán ở trung học phổ thông - Experiences to overcome some mistakes when solving math-integral problems in mathematics in high school.
- 57 Mai Thị Hiền:** Một số biện pháp rèn kĩ năng giải bài toán phân tích đa thức thành nhân tử cho học sinh trung học cơ sở - Some methods to practice skills of solving factorizing polynomials for high school students.
- 62 Lương Thị Thanh Hương:** Đổi mới phương pháp giảng dạy ở các trường đại học, cao đẳng trước tác động của cách mạng công nghiệp 4.0 - Innovating teaching method in colleges and universities under the impact of Industrial Revolution 4.0.
- 66 Ngô Phương Thủy:** Xây dựng mô hình tiếng Anh cộng đồng trong cơ sở giáo dục - Building model of community - based English in the educational institutions.
- 71 Bùi Thị Diên:** Ngữ nghĩa của tiểu từ "up" trong các động ngữ tiếng Anh - The semantics of the particle "up" in English phrasal verbs.
- 76 Nguyễn Văn Khanh:** Tích hợp World Englishes trong giảng dạy Tiếng Anh tại Việt Nam - Integrating World Englishes into English language teaching in Vietnam.
- 80 Hoàng Minh Nguyệt:** Khảo sát tính hiệu quả của hoạt động luyện từ vựng cho sinh viên không chuyên tiếng Anh trình độ sơ cấp tại Đại học Quốc gia Hà Nội - An investigation into some vocabulary practice activities for elementary non-English major students at Hanoi National University and some suggestions.
- 84 Nguyễn Thị Kim Phượng:** Nâng cao chất lượng và đổi mới quản lý phương pháp dạy học Tiếng Anh trong các trường trung học phổ thông, đáp ứng yêu cầu cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 - Improving the quality and innovation of managing English teaching methods in high schools to meet the requirements of the Fourth Industrial Revolution.
- 90 Lê Kiều Anh:** Xóa bỏ tình trạng thụ động trong học tập môn Chính trị của sinh viên ở các trường cao đẳng hiện nay - Eliminate student's passive status in studying political subjects in colleges today.
- 94 Lê Đức Cảnh:** Tổ chức hoạt động dạy và học theo hướng tiếp cận năng lực học sinh - sinh viên - Organizing teaching and studying in the direction of approaching student's capacity
- 98 Lê Thị Phượng - Nguyễn Thị Thùy Dung:** Thiết kế một số hoạt động ngoại khóa trong dạy học Sinh học 6 - Designing some extracurricular activities in teaching Biology 6.
- 104 Triệu Thị Hoài Thu - Dương Thị Thanh:** Biện pháp quản lý giáo dục kỹ năng sống cho học sinh trung học cơ sở - Measures to manage life skills education for junior high school students.
- 109 Nguyễn Thị Hải Yến - Ngô Thị Phương Thảo:** Một số biện pháp tổ chức trò chơi đóng vai theo chủ đề nhằm hình thành kỹ năng hợp tác cho trẻ mẫu giáo 3-4 tuổi ở trường mầm non - Some methods to organize role-playing game to form cooperative skills for 3-4 year olds in kindergarten.
- 114 Lê Thị Thanh Tâm:** Biện pháp giúp trẻ mẫu giáo hoạt động tích cực trò chơi đóng vai theo chủ đề tại trường mầm non - Methods to create kindergarten children's activeness in role-playing game in preschool.

- 118 Nông Thị Huyền - Phạm Thị Thu Thủy:** Biện pháp giáo dục đạo đức cho trẻ mẫu giáo qua chế độ sinh hoạt hằng ngày ở trường mầm non - Methods of ethical education for kindergarten children via daily schedule at the school.
- 122 Đinh Thị Lương:** Nâng cao chất lượng hoạt động trải nghiệm cho trẻ mẫu giáo 5-6 tuổi ở các trường mầm non tỉnh Quyên Quang - Improving the quality of experience for 5-6 year olds in Tuyen Quang's preschools.
- 126 Phạm Diệp Huệ Hương:** Nâng cao nhận thức về di cư an toàn cho học sinh thông qua hoạt động giáo dục ngoài giờ lên lớp trong trường trung học - Raising awareness on safe migration for school students through extra-curricular activities in the secondary schools.
- 131 Đinh Thị Duyên - Ngô Thị Thùy Linh:** Tư tưởng Hồ Chí Minh về đạo đức người thầy - vận dụng trong việc nâng cao đạo đức nhà giáo hiện nay - Ho Chi Minh's thought on the morality of teachers - applying in improving morality of teachers today.
- 135 Nguyễn Thị Thu Hương:** Tư tưởng Hồ Chí Minh về đạo đức và sự vận dụng trong giáo dục đạo đức, lối sống cho sinh viên hiện nay - Ho Chi Minh's thought on ethics and the application in educating ethics and lifestyle for students today.
- 140 Vũ Đình Năm:** Quan điểm Hồ Chí Minh về phát triển kinh tế phải gắn liền với thực hiện nhiệm vụ văn hóa - Ho Chi Minh's view on economic development associated with the implementation of cultural tasks.
- 146 Nguyễn Thị Hiền:** "Giúp bạn là tự giúp mình" - tư tưởng xuyên suốt trong mối quan hệ bang giao Việt Nam - Campuchia - "Helping others to help yourself" - imbrued thought in diplomatic relationship between Vietnam - Cambodia.
- 150 Hoàng Diệu Thảo:** Một số giải pháp phát huy nhân tố con người trong thực hiện phát triển bền vững ở Việt Nam hiện nay theo tư tưởng Hồ Chí Minh - Solutions to promote human factor in Vietnam's sustainable development today according to Ho Chi Minh's thought.
- 154 Tạ Thị Bích Huệ - Trần Thị Phương Hạnh:** Tìm hiểu về nhân sinh quan người Việt - Learn about the Vietnamese conception of human.
- 157 Dương Thị Thu Hương - Lê Thị Như Quỳnh:** Giáo dục thế giới quan duy vật biện chứng cho sinh viên đại học, cao đẳng - Educating dialectical material world for university and college students.
- 162 Nguyễn Thị Hồng Nhi:** Đa dạng hóa dịch vụ thư viện ở các trường đại học Việt Nam trước yêu cầu đổi mới phương pháp dạy và học - Diversity of service library in Vietnamese universities in requirements for innovating teaching and study methods.
- 166 Nguyễn Thị Hồng Tinh:** Tổ chức hoạt động trải nghiệm sáng tạo qua môn Địa Lí 10 - Organizing creative experience activities in Grade 10 Geography.
- 169 Nguyễn Thị Thu:** Hoạt động âm nhạc ngoại khóa cho sinh viên góp phần nâng cao chất lượng giáo dục - Music extracurricular for students contributes on improving education quality.
- 173 Đinh Quang Quyết:** Giải pháp bảo tồn, phát huy âm nhạc dân tộc trong giai đoạn hiện nay - Solutions to preserve and promote national music in the current period.
- 176 Mai Đông:** Những giá trị âm nhạc trong cuộc sống - The values of music in life
- 179 Vũ Hồng Anh:** Tiếp cận phương pháp dạy học tích cực với môn Đàn phím điện tử cho sinh viên Sư phạm Âm nhạc - Access to positive teaching method with Electronic keyboard for music education students.
- 183 Nguyễn Thị Thanh Loan:** Tìm hiểu về nghệ thuật hát then - đàn Tính của người Tày ở huyện Chiêm Hóa, tỉnh Tuyên Quang - Learning about the art of Then singing - gourd lute of the Tay in Chiem Hoa district, Tuyen Quang province.
- 189 Đinh Thị Hạnh - Lê Xuân Hồng:** Xu hướng biến đổi của các giá trị văn hóa truyền thống Việt Nam hiện nay - Changing trend of Vietnam's traditional cultural values today.
- 193 Vũ Hoàng Cúc:** Tình yêu trong dân ca M'Nông - Love in M'Nong folk song.
- 197 Nguyễn Hoàng Viện:** Nét đặc trưng trong ca dao, dân ca Nam Bộ - Features in folk songs, Southern folk songs.
- 201 Nguyễn Thị Thanh Loan:** Nâng cao ý thức thẩm mỹ thông qua âm nhạc cho sinh viên ngành Sư phạm Tiểu học - Improve aesthetic awareness through music for elementary pedagogical students.
- 206 Đào Thị Thúy Loan:** Từ thực tiễn đổi mới đất nước đến nhận thức lý luận mới về dân chủ ở Việt Nam hiện nay - From the reality of national innovation to the awareness of the new theory of democracy in Vietnam today.
- 210 Nguyễn Thị Lãm:** Giải pháp nâng cao chất lượng đào tạo, bồi dưỡng cán bộ, công chức, viên chức từ thực tiễn tại Trường Chính trị tỉnh Cà Mau - Solutions to improve the quality of training and retraining public officials based on the practice at Ca Mau political schools.
- 214 Lưu Hoàng Tùng:** Sử dụng bài tập nhận thức trong dạy học theo học chế tín chỉ ở các nhà trường quân đội hiện nay - Using cognitive exercise in teaching credit system at military universities.
- 218 Vũ Thị Kim Liên:** Động lực học tập của sinh viên Trường Đại học Ngoại ngữ nhìn từ phía giảng viên - Learning motivation of ULLS students from perspectives of lecturers.
- 221 Bùi Xuân Chung - Nguyễn Viết Tiến:** Một số yêu cầu nâng cao chất lượng giảng dạy và nghiên cứu khoa học của đội ngũ giảng viên trẻ trước tác động của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư - Requirements for improving quality of teaching and scientific researching for young lecturers under the impact of the Fourth Industrial Revolution.
- 225 Phan Thị Chánh Lý - Huỳnh Đức Nguyên:** Trao đổi về quy định thư ký nghiệp vụ thừa phát lại có thể giúp thừa phát lại lập vi bằng - Discussing on the regulation "bailliff's secretary could help bailliff to prepare certificated written minutes".

- nh Giới:** Tự do giao dịch vốn trong khuôn khổ tác động đối với các hoạt động đầu tư theo luật Việt Nam - Free flow of capital in ASEAN - the impacts on investing activities under Vietnam laws.
- Dương Thị Mỹ Ngọc - Châu Ngọc Cẩm:** Bảo hộ nhãn hiệu Việt trong hoạt động mua bán và sáp nhập doanh nghiệp (M&A) - Vietnamese trademark protection in M&A activities.
- Hồ Thanh Giang:** Chính sách hình sự đối với người nước ngoài phạm tội trong Bộ Luật Hình sự năm 2015: Sự phù hợp với quy định của pháp luật quốc tế - The criminal policies applied to foreign offenders in 2015 Criminal Code: The consistency with the international regulations.
- Trần Thị Bích Nga:** Bảo đảm quyền của người lao động nước ngoài bằng các hình thức pháp lý hành chính ở Việt Nam hiện nay - Ensuring the rights of foreign workers in the current administrative legal forms in Vietnam today.
- Nguyễn Thanh Nga:** Đổi mới tổ chức bộ máy chính quyền địa phương ở Việt Nam hiện nay - Renovating the organization of local government apparatus in Vietnam today.
- Nguyễn Mạnh Cường:** Một số yếu tố ảnh hưởng đến quản lý nhà nước về địa giới hành chính cấp huyện ở Việt Nam hiện nay - Some factors affecting state management on the district-level administrative division in Vietnam today.
- Thái Thị Phương Lan:** Đạo đức công vụ của công chức theo quy định pháp luật Việt Nam - The public morality of the civil servant under the regulation of law in Vietnam.
- Nguyễn Công Lập:** Tác phẩm "Đạo đức cách mạng" của Chủ tịch Hồ Chí Minh với vai trò của chủ thể lãnh đạo, quản lý việc hoạch định và thực thi chính sách xã hội ở Việt Nam - "Revolutionary Morality" of Ho Chi Minh President and the role of leadership, planning and enforcing social policies in vietnam.
- Xayyadeth Vichitlasy:** Kinh nghiệm quốc tế về chính sách đãi ngộ đối với công chức hành chính ở một số nước trên thế giới và bài học kinh nghiệm đối với Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Lào - International experience on living policy for administrative offices at some countries in the world and lessons learned with Lao people's democratic republic.
- Nguyễn Việt Đức:** Một số giải pháp nâng cao vị trí, vai trò của mặt trận Tổ quốc Việt Nam Thành phố Hải Phòng trong công tác tôn giáo hiện nay - Some solutions to improve the position and role of Hai Phong Fatherland Front in religious affairs today.
- Nguyễn Thị Nhung:** Xác định mối tương quan giữa các test đánh giá trình độ thể lực nam vận động viên karatedo đội tuyển quốc gia Việt Nam - Determine the correlation between test of fitness level of male national athlete Karatedo Vietnam.
- Ngô Quốc Hưng:** Lựa chọn test đánh giá sức bền tốc độ cho nam vận động viên chạy cự ly ngắn giai đoạn chuyên môn hóa ban đầu - Choose a speed strength test for male athletes who run short distances in the initial specialization stage.
- 285 Nguyễn Thị Luyến:** Vai trò của đạo đức nghề nghiệp đối với cán bộ, viên chức ngành Tài nguyên và Môi trường - The role of professional ethics to cadres, officials in Natural Resources and Environment branch.
- 289 Đặng Văn Công:** Biện pháp phát triển trí tuệ cảm xúc cho học viên trong nhà trường quân đội - Intellectual development measures for students in military schools.
- 293 Mai Trọng An Vinh:** Một số triết lý nhân sinh trong nghi lễ vòng đời của người Êđê ở Buôn Ma Thuột - Humanistic philosophies in Ede's life-cycle ceremony in Buon Ma Thuot.
- 298 Dương Xuân Quyên:** Ấn tượng nghệ thuật tạo hình trong lễ hội đường phố trung thu ở Tuyên Quang - Impression of visual arts in the Mid-Autumn Festival in Tuyen Quang.
- 303 Phạm Thái Huynh:** Nâng cao hiệu quả đào tạo nghề cho lao động nông thôn đáp ứng yêu cầu xã hội trong giai đoạn hiện nay - Improving vocational training efficiency for rural labor meeting social requirements in current period.
- 308 Hà Ngọc Ninh:** Tìm hiểu về tình hình kinh tế - xã hội tỉnh Phú Thọ từ khi hợp nhất tỉnh năm 1968 đến khi tái lập tỉnh năm 1996 - Studying on Phu Tho's social and economic situation from merging in 1968 to re-establishing in 1996.
- 313 Lưu Trần Phương Thảo - Phạm Thị Nhận:** Vấn đề nhà ở cho lao động nữ trong độ tuổi từ 18 đến 35 lên các thành phố lớn làm việc - Housing issue for 18 to 35 year old female workers in big city.
- 318 Trương Thị Ngọc Lan:** Giải pháp giảm thiểu lao động trẻ em ở Việt Nam hiện nay - Solutions to reduce child labor in Viet Nam today.
- 323 Nguyễn Thị Mỹ Dung:** Dạy học tích hợp liên môn đối với môn Phân tích hệ thống hướng đối tượng - Interdisciplinary integration teaching in Object Oriented Systems Analysis.
- 327 Lê Văn Dương:** Nâng cao tự học của sinh viên Văn hóa - Nghệ thuật - một số biện pháp tự học để đạt hiệu quả trong giai đoạn hiện nay - Improving self-studying for arts and culture students - some methods for effective self-study.
- 331 Nguyễn Thị Thu Hà - Trịnh Thị Ngọc Anh - Nguyễn Thị Ngân:** Quan hệ giới trong gia đình nông thôn Việt Nam - Gender relations in rural Vietnamese families.
- 335 Trịnh Tố Anh:** Đấu tranh chống chủ nghĩa cá nhân trong cán bộ, đảng viên theo tư tưởng Hồ Chí Minh - Fighting against individualism in cadres and Party members on Ho Chi Minh's thought.
- 341 Nguyễn Thị Ngọc:** Phạm trù "trung", "hiếu" trong Nho giáo và "trung", "hiếu" theo quan điểm của Chủ tịch Hồ Chí Minh - Category "loyalty", "filialness" in Confucianism and "loyalty", "filialness" in the President Ho Chi Minh's viewpoint.
- 346 Đỗ Thị Minh Nguyệt - Đặng Thị Quyên:** Một số yếu tố tác động đến quá trình tự đánh giá năng lực bản thân của giảng viên ở nhà trường quân đội hiện nay - Some factors impacting on the self-assessment of lecturers in military schools today.

BẢO HỘ NHÃN HIỆU VIỆT TRONG HOẠT ĐỘNG MUA BÁN VÀ SÁP NHẬP DOANH NGHIỆP (M&A)

DƯƠNG THỊ MỸ NGỌC
CHÂU NGỌC CẨM
Trường Đại học Trà Vinh

Nhận bài ngày 12/02/2019. Sửa chữa xong 28/02/2019. Duyệt đăng 03/3/2019.

Abstract

This article clarifies some issues of Vietnamese trademark protection in M&A activities based on the provisions of Intellectual Property law and related laws such as the concept of trademarks national law and international. It then puts more focus analyzes the situation through a number of specific cases, since then proposed some recommendations to protect, maintain and develop Vietnamese brands in the market in the M&A activities of enterprises.

Keywords: Trademark protection; Mergers and Acquisitions, Business merger and acquisition; enterprise.

1. Đặt vấn đề

Trong giai đoạn hội nhập và tự do hóa nền kinh tế như hiện nay, làn sóng sáp nhập, mua bán doanh nghiệp (M&A) đang diễn ra sôi nổi, đặc biệt ở một số nước phát triển vì đây là con đường ngắn nhất để doanh nghiệp tiếp cận thị trường mới. Tại Việt Nam, M&A tuy diễn ra khá nhộn nhịp nhưng đứng từ góc độ quản lý nhà nước mà nói, đây vẫn còn là một hiện tượng kinh tế, pháp lý khá mới và những quy định về mua bán, sáp nhập doanh nghiệp và pháp luật bảo hộ nhãn hiệu trong hoạt động này dường như còn hạn chế. Chúng ta vẫn chưa có khung pháp lý điều chỉnh riêng mà nó được quy định rải rác ở các Bộ luật, luật hoặc văn bản dưới luật và thiếu sự phân tích kỹ lưỡng về sự ảnh hưởng của các M&A lành mạnh, những hành vi thâm tóm, và những chế tài đối với những hành vi này. Trước thực trạng trên, vừa giữ được giá trị nhãn hiệu của doanh nghiệp trên thị trường, vừa đảm bảo cho sự phát triển bền vững, lành mạnh của các hoạt động M&A tại Việt Nam là vấn đề cần thiết.

2. Hoạt động M&A và bảo hộ nhãn hiệu Việt trong hoạt động M&A

2.1. Hoạt động M&A

Mua bán, sáp nhập doanh nghiệp là một thuật ngữ mới xuất hiện ở Việt Nam trong những năm gần đây, đặc biệt là khi nền kinh tế đang trên đà phát triển. Thuật ngữ M&A, viết tắt của Mergers (sáp nhập) và Acquisitions (mua lại/thâu tóm) được nhắc tới khá nhiều ở các tài liệu trong và ngoài nước với những quan điểm khác nhau. Theo quan điểm của Andrew J. Sherman và Milledge A. Hart [12,15] hoạt động mua bán và sáp nhập sẽ bao gồm hoạt động sáp nhập/hợp nhất và hoạt động mua lại/thâu tóm.

Ở Việt Nam, hoạt động M&A đã có sự phát triển nhất định, song những quy định của pháp luật liên quan đến M&A vẫn chưa được nhiều người biết đến. Dưới sự điều chỉnh của Luật Doanh nghiệp 2014 thì M&A được hiểu là một trong những hoạt động tổ chức lại doanh nghiệp dưới hình thức hợp nhất hoặc sáp nhập. Theo Khoản 1 Điều 194 Luật này thì hợp nhất là "Hai hoặc một số công ty (sau đây gọi là công ty bị hợp nhất) có thể hợp nhất thành một công ty mới (sau đây gọi là công ty hợp nhất), đồng thời chấm dứt tồn tại của các công ty bị hợp nhất." Tương tự đối với sáp nhập được định nghĩa tại Khoản 1 Điều 195 Luật này "Một hoặc một số công ty (sau đây gọi là công ty bị sáp nhập) có thể sáp nhập vào một công ty khác (sau đây gọi là công ty nhận sáp nhập) bằng cách chuyển toàn bộ tài sản, quyền, nghĩa vụ và lợi ích hợp pháp sang công ty nhận sáp nhập, đồng thời chấm dứt sự tồn tại của công ty bị sáp nhập."

Theo Luật Cạnh tranh 2004 thì hoạt động M&A được hiểu là quyền chi phối hoặc kiểm soát doanh nghiệp thông qua việc sở hữu tài sản hay phần vốn góp của doanh nghiệp đó dưới hình thức tập trung kinh tế, theo đó "Tập trung kinh tế là hành vi của doanh nghiệp bao gồm: 1) Sáp nhập doanh nghiệp; 2) Hợp nhất doanh nghiệp; 3) Mua lại doanh nghiệp; 4) Liên doanh giữa các doanh nghiệp; và 5)

Các hành vi tập trung kinh tế khác theo quy định của pháp luật"⁽¹⁾. Cách định nghĩa về M&A trong Luật cạnh tranh còn rất đơn giản và chưa phản ánh hết tính chất kinh tế của hoạt động này. Và thật chất, khi tìm hiểu thấy rằng mối quan tâm của Luật cạnh tranh là hậu quả kinh tế của các hoạt động M&A hơn là chính khái niệm về M&A. Hoạt động M&A cũng được quy định tại Luật Đầu tư 2014 dưới dạng chuyển nhượng một phần hoặc toàn bộ dự án đầu tư khi đáp ứng một số điều kiện nhất định.⁽²⁾

Từ đó, có thể nói M&A theo quy định của pháp luật Việt Nam chưa được thống nhất trong một văn bản cụ thể mà nằm rải rác ở các luật, văn bản hướng dẫn khác nhau. Nhưng dù hiểu theo góc độ nào thì hoạt động M&A thực chất vẫn là hoạt động hợp nhất, sáp nhập doanh nghiệp hay còn được gọi là hoạt động mua lại, thu tóm. Đó là việc một doanh nghiệp (gọi là doanh nghiệp thu tóm) tìm cách nắm giữ quyền kiểm soát đối với doanh nghiệp khác (gọi là doanh nghiệp mục tiêu) thông qua việc mua lại toàn bộ hoặc một tỷ lệ cổ phần hoặc tài sản của doanh nghiệp mục tiêu đủ để khống chế toàn bộ các quyết định của doanh nghiệp. Có 2 cách mua lại, bao gồm: 1) Mua lại tài sản (Acquisition of Assets), nghĩa là mua lại toàn bộ hoặc một phần tài sản và/hoặc nợ của công ty mục tiêu (target company) 2) Mua lại cổ phiếu (Acquisition of shares), khi đó, công ty mục tiêu tiếp tục tồn tại và các tài sản của nó không bị ảnh hưởng [10]. Ngoài ra, hoạt động M&A còn diễn ra dưới hình thức liên doanh giữa các doanh nghiệp. M&A được thực hiện dựa trên nguyên tắc cơ bản là phải tạo ra giá trị mới cho các cổ đông mà việc duy trì tình trạng cũ không đạt được. Hoạt động M&A không chỉ làm thay đổi tình trạng sở hữu của doanh nghiệp mà còn làm thay đổi cả hoạt động quản trị cũng như điều hành của doanh nghiệp. Tuy nhiên, mức độ thay đổi thế nào và được thực hiện đến đâu còn tùy thuộc vào nhiều yếu tố như: quy định của pháp luật, điều lệ doanh nghiệp và sự thỏa thuận giữa các bên trong thương vụ.

Hiện nay, có nhiều cách phân loại hoạt động M&A phụ thuộc vào những góc độ khác nhau. Dựa theo mối quan hệ cạnh tranh giữa các bên, có thể phân loại M&A thành ba hình thức sau: M&A ngang (horizontal M&A), M&A dọc (Vertical M&A) và sáp nhập tổ hợp (Mixed M&A) [9], cụ thể:

- Sáp nhập theo chiều ngang: là sự sáp nhập hoặc hợp nhất giữa hai công ty kinh doanh và cạnh tranh trên cùng một dòng sản phẩm, trong cùng một thị trường.

- Sáp nhập theo chiều dọc: là sự sáp nhập hoặc hợp nhất giữa hai công ty nằm trên cùng một chuỗi giá trị, dẫn tới sự mở rộng về phía trước hoặc phía sau của công ty sáp nhập trên chuỗi giá trị đó.

- M&A tổ hợp (tập đoàn): Mục đích của sáp nhập theo hình thức này là nhằm giảm thiểu rủi ro nhờ đa dạng hóa, cắt giảm chi phí và cải tiến hiệu quả. Sáp nhập tổ hợp được phân thành 3 nhóm nhỏ: 1) Sáp nhập tổ hợp thuần túy: trường hợp này khi hai doanh nghiệp không có mối quan hệ nào với nhau; 2) Sáp nhập bành trướng về địa lý: hai doanh nghiệp cùng sản xuất một loại sản phẩm nhưng tiêu thụ trên hai thị trường hoàn toàn cách biệt về địa lý; 3) Hợp nhất đa dạng hóa sản phẩm: hai doanh nghiệp sản xuất hai loại sản phẩm khác nhau nhưng cùng ứng dụng một công nghệ sản xuất hoặc tiếp thị gần giống nhau.

2.2. Bảo hộ nhãn hiệu Việt trong hoạt động M&A

Từ khi Cộng đồng ASEAN được thành lập, sự xâm nhập của hàng hóa các nước trong khu vực vào Việt Nam ngày càng sâu rộng. Hiện không chỉ hàng hóa của Thái Lan, Malaysia mà hàng hóa của các nước Lào, Campuchia cũng đã bắt đầu vào Việt Nam. Làn sóng thu tóm doanh nghiệp của các đại gia nước ngoài tiêu biểu là Thái Lan đang là dấu hiệu cảnh báo cho Việt Nam trong việc xây dựng, bảo hộ và phát triển thương hiệu quốc gia.

Bảo hộ nhãn hiệu Việt trong hoạt động M&A là việc các cơ quan có thẩm quyền sử dụng công cụ pháp lý và quyền lực Nhà nước nhằm bảo đảm cho nhãn hiệu không bị xâm phạm khi các chủ sở hữu (doanh nghiệp) thực hiện mua bán, sáp nhập doanh nghiệp. "Không bị xâm phạm" ở đây được hiểu theo nghĩa là bảo vệ nguyên vẹn và phát triển theo hướng tích cực, đảm bảo việc khai thác nhãn hiệu một cách hợp lý, đưa nhãn hiệu ngày càng vươn xa hơn trên thị trường. Nhãn hiệu Việt cũng là một tài sản trí tuệ dưới dạng vô hình, cho nên có thể nói rằng bảo hộ nhãn hiệu Việt trong hoạt động mua

1) Điều 16 Luật Cạnh tranh 2004.

2) Theo quy định tại Khoản 1 Điều 45 Luật Đầu tư 2014.

bán, sáp nhập doanh nghiệp thực chất là bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ. Hoạt động M&A hiện đang là xu hướng chung của nền kinh tế thế giới và những nước đang phát triển như Việt Nam. Thời gian vừa qua, thị trường bán lẻ Việt Nam đã chứng kiến sự thâm nhập mạnh mẽ và nhanh chóng của các nhà đầu tư nước ngoài thông qua con đường mua bán, sáp nhập doanh nghiệp, tiêu biểu như: Nhật Bản, Hàn Quốc, Thái Lan, ... Hiện tượng này trở thành đề tài đáng bàn luận, nghiên cứu giữa các chuyên gia thuộc Hiệp hội, Doanh nghiệp cũng như cơ quan quản lý Nhà nước. M&A có thể là quá trình chủ động từ hai phía hoặc ý định đơn phương từ một bên nhằm đạt được mục đích trong kinh doanh. Vì vậy, hoạt động này có tính hai mặt tích cực và tiêu cực.

Về tích cực:

M&A góp phần làm tăng nguồn vốn đầu tư từ nước ngoài vào Việt Nam. Bởi một quốc gia đang phát triển cần có một nguồn vốn mạnh cho hoạt động phát triển kinh tế. Nhưng việc huy động vốn đối với nước ta còn gặp nhiều khó khăn khi mà Ngân sách Nhà nước còn eo hẹp không có khả năng hỗ trợ vốn cho doanh nghiệp, bản thân doanh nghiệp lại không thể tự mình xoay vòng vốn để đầu tư, nên nguồn vốn từ hoạt động M&A của các doanh nghiệp nước ngoài là sự cứu cánh cần thiết cho nền kinh tế Việt Nam nói chung và doanh nghiệp nói riêng.

M&A còn là cách thức để doanh nghiệp Việt Nam cải tiến, phát triển công nghệ trong sản xuất. So với thế giới, nước ta vẫn còn thua kém với nhiều nước xét trên phương diện khoa học kỹ thuật. Khi hợp tác với các nhà đầu tư nước ngoài, chúng ta không những có được nguồn vốn mạnh mà còn tiếp nhận được một khoản đầu tư về công nghệ, đưa trình độ sản xuất của Việt Nam phát triển hơn.

Ngoài ra, M&A còn góp phần tạo cơ hội cho doanh nghiệp nội địa mở rộng thị trường, nhất là trong trường hợp đối tác là công ty đa quốc gia. Hơn nữa, đây còn là dấu hiệu nhằm thức tỉnh một số doanh nghiệp còn lơ là, chủ quan với những đối thủ cạnh tranh, trước nguy cơ bị thôn tóm doanh nghiệp đã bắt đầu ý thức được rủi ro và bắt đầu có sự thay đổi trong chiến lược kinh doanh của mình.

Về tiêu cực: Bên cạnh những yếu tố tích cực của hoạt động M&A mang lại cũng tồn tại nhiều rủi ro, tiêu cực gây ảnh hưởng đến sự phát triển lâu dài của nền kinh tế Việt. Biểu hiện rõ rệt nhất trong những năm gần đây đó là sự biến mất của một số nhãn hiệu thuần Việt được dày công xây dựng sau khi các doanh nghiệp thực hiện M&A. Bài học đắt giá cho doanh nhân Việt cũng như các cơ quan chức năng đáng suy ngẫm đó là thương hiệu kem đánh răng Dạ Lan (Công ty TNHH Hóa mỹ phẩm Sơn Hải). Đây là một thương hiệu thuần Việt từng làm mưa làm gió trên thị trường nội địa nhưng khi được bán cho Colgate Palmolive năm 1995, với giá trị hơn 3 triệu USD thì Dạ Lan chỉ tồn tại được vài tháng. Năm 2009, chủ thương hiệu Dạ Lan, ông Trịnh Thành Nhơn - Tổng giám đốc Công ty Hóa mỹ phẩm Quốc tế (ICC) quyết định đưa thương hiệu này quay trở lại sau gần 15 năm mai danh ẩn tích. Nhưng sự trở lại của Dạ Lan được cho là khá chật vật khi Unilever (với 2 thương hiệu P/S và Close-Up) và Colgate Palmolive (thương hiệu Colgate) đã chiếm tới 90% thị phần kem đánh răng tại Việt Nam [13].

3. Thực trạng bảo hộ nhãn hiệu Việt trong hoạt động M&A

3.1. Thực trạng nhãn hiệu Việt bị thôn tóm thông qua hoạt động M&A

Sự hình thành Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC) và chính sách mở cửa thị trường là dấu hiệu cho thấy Việt Nam đang hòa mình theo xu hướng hội nhập sâu rộng của thế giới đã tạo điều kiện cho các doanh nghiệp Việt Nam ngày càng lớn mạnh và nhạy bén hơn với môi trường kinh doanh quốc tế. Tuy nhiên, không ít doanh nghiệp nước ta hiện vẫn chưa am hiểu tường tận vấn đề khai thác, sử dụng và đánh giá đúng tầm quan trọng của thương hiệu mà mình đã tốn nhiều thời gian và công sức xây dựng nên. Cộng thêm sự thâm nhập và phát triển mạnh mẽ của hoạt động M&A từ các nhà đầu tư nước ngoài đã khiến thị trường Việt Nam thay đổi rõ rệt và có nhiều biến động trong thời gian tới. Những hoạt động M&A đầu tiên tại Việt Nam gắn liền với làn sóng đầu tư trực tiếp của doanh nghiệp nước ngoài. Các công ty đa quốc gia trên thế giới dựa vào những ưu thế như: tiềm lực lớn về vốn, khoa học công nghệ, trình độ quản lý đã triển khai và thực hiện thành công kế hoạch thôn tóm hàng loạt thương hiệu Việt đình đám thuộc nhiều lĩnh vực như:

MỘT SỐ THƯƠNG HIỆU VIỆT NAM BIẾN MẤT HOẶC BỊ THẦU TÓM

| TT | Thương hiệu | Sản phẩm | Chủ thể thầu tóm |
|----|-------------|---------------|---------------------------|
| 1 | P/S | Kem đánh răng | Unilever (Anh, Hà Lan) |
| 2 | Dạ Lan | Kem đánh răng | Colgate Palmolive (Mỹ) |
| 3 | Diana | Vệ sinh | Unicharm (Nhật Bản) |
| 4 | Viso | Bột giặt | Unilever (Anh, Hà Lan) |
| 5 | Phở 24 | Thực phẩm | Highlands Coffee |
| 6 | Bibica | Bánh kẹo | Lotte (Hàn Quốc) |
| 7 | Tribeco | Đồ uống | Uni- President (Đài Loan) |
| 8 | Vietronic | Điện tử | Sony, Panasonic |

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

Nguồn: M&A có tính chất thầu tóm tại Việt Nam và một số khuyến nghị [11]

3.2. Khó khăn của việc bảo hộ nhãn hiệu Việt trong hoạt động M&A

Pháp luật là nền tảng để xây dựng, duy trì sự ổn định và phát triển đất nước. Từ khi mở cửa hội nhập cho đến nay, Việt Nam luôn phấn đấu, nỗ lực từ phát triển kinh tế đi đôi với xây dựng pháp luật để đuổi kịp xu hướng toàn cầu. Có thể nói, pháp luật Việt Nam nói chung và Luật về Sở hữu trí tuệ nói riêng là khá tương thích với pháp luật của một số quốc gia tiên tiến trên thế giới cũng như Luật Quốc tế. Nhưng trong thời kỳ hội nhập và sự đổ bộ nhanh chóng của hoạt động M&A từ nước ngoài vào Việt Nam khiến nhiều nhãn hiệu Việt bị thầu tóm một cách dễ dàng, cho thấy việc hoàn thiện pháp luật về bảo hộ nhãn hiệu đã không đuổi kịp tốc độ thay đổi của tình hình thực tế, tạo ra một thách thức lớn cho Việt Nam.

3.3. Chính sách xây dựng và bảo hộ nhãn hiệu (thương hiệu quốc gia)

Việt Nam hiện tại vẫn chưa có một chính sách rõ ràng và cụ thể trong việc phát triển các thương hiệu quốc gia mà chỉ chú trọng đến xuất khẩu nông sản thô và hạn chế doanh nghiệp tham gia. Khi tình trạng nhiều nhãn hiệu Việt nổi tiếng rơi vào tay nước ngoài tương tự như thương vụ M&A của P/S, Dạ Lan, thì vấn đề xây dựng thương hiệu quốc gia mới được quan tâm nhưng có vẻ hơi muộn hơn so với sự chuyển biến của thị trường.

3.4. Mặt pháp lý

Pháp luật là công cụ quản lý Nhà nước hiệu quả nhất, duy trì và ổn định kinh tế - xã hội. Hiện nay, đối với hầu hết các quốc gia trên thế giới, đặc biệt là các quốc gia phát triển, cơ sở pháp lý cho việc bảo vệ quyền Sở hữu trí tuệ đã ở mức hoàn thiện. Tuy nhiên, văn bản pháp luật Sở hữu trí tuệ của Việt Nam được ban hành khá muộn và những quy định pháp luật hiện hành còn bộc lộ nhiều thiếu sót, hạn chế, cụ thể:

+ Quy định của pháp luật Việt Nam về bảo hộ nhãn hiệu trong hoạt động M&A còn tản mạn, chưa thống nhất.

+ Pháp luật Việt Nam còn thiếu các quy định hướng dẫn về vấn đề định giá tài sản trí tuệ. Đây là một vấn đề rất mới và phức tạp ở nước ta, ngay cả với các cơ quan quản lý Sở hữu trí tuệ lẫn doanh nghiệp. Pháp luật không quy định thì kéo theo doanh nghiệp không ý thức được tầm quan trọng của nó và thường bỏ sót trong chiến lược phát triển thương hiệu cũng như khi thực hiện M&A.

3.5. Mặt nhận thức

Từ khi Việt Nam ban hành Luật Sở hữu trí tuệ đầu tiên, một số doanh nghiệp đã bắt đầu quan tâm đến việc xây dựng và bảo hộ thương hiệu bằng cách đăng ký sở hữu công nghiệp đối với thương hiệu của mình. Tuy nhiên, phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam chưa có nhận thức đúng đắn về vấn đề thương hiệu do đó còn gặp nhiều khó khăn trong việc xây dựng hình ảnh, giữ gìn uy tín và khai thác

thương hiệu. Trong một cuộc khảo sát do Hội Doanh nghiệp hàng Việt Nam chất lượng cao thực hiện mới đây, chỉ có 4,2% doanh nghiệp cho rằng thương hiệu là vũ khí trong cạnh tranh; 5,4% cho rằng thương hiệu là tài sản của doanh nghiệp và 30% doanh nghiệp cho rằng thương hiệu sẽ giúp bán hàng được giá cao hơn và đem lại niềm tự hào cho người tiêu dùng.³

4. Kiến nghị

Trên cơ sở một số thực trạng về bảo hộ nhãn hiệu Việt trong hoạt động M&A, tác giả kiến nghị một số giải pháp góp phần hoàn thiện, cụ thể:

4.1. Xây dựng chính sách hỗ trợ doanh nghiệp bảo vệ và phát triển thương hiệu quốc gia

Chính sách xây dựng thương hiệu quốc gia cần được lên kế hoạch và thực hiện trong một thời gian dài, phải có sự phối hợp chặt chẽ của Nhà nước và doanh nghiệp Việt Nam, trong đó Nhà nước đóng vai trò hỗ trợ còn doanh nghiệp có trách nhiệm xây dựng nên thương hiệu đạt chuẩn quốc gia theo như yêu cầu đã được đặt ra trước đó.

Về phía Nhà nước: Để thực hiện tốt vai trò hỗ trợ cho doanh nghiệp vươn lên, Chính phủ cần đề ra một chương trình quốc gia tổng thể về nâng cao khả năng cạnh tranh cho các thương hiệu Việt Nam trên thị trường trong nước và thị trường xuất khẩu trọng điểm.

Về phía doanh nghiệp: Để tiết kiệm thời gian, chi phí và mang lại hiệu quả cao hơn trong việc xây dựng và phát triển thương hiệu của mình trên thị trường quốc tế, thay vì tập trung xây dựng từng thương hiệu nhỏ lẻ thì cộng đồng doanh nghiệp nên hợp tác với Nhà nước hướng tới thực hiện tốt chương trình xây dựng, quảng bá hình ảnh chung cho hàng hóa Việt Nam thông qua thương hiệu quốc gia. Thương hiệu này sẽ là sự bảo trợ cho những sản phẩm của doanh nghiệp mang thương hiệu có uy tín, đáp ứng được các yêu cầu về chất lượng, thị phần, hệ thống phân phối,...

4.2. Hoàn thiện hệ thống pháp luật về M&A

4.2.1. Thống nhất các quy định có liên quan đến hoạt động M&A nhằm kiểm soát có hiệu quả hoạt động mua bán, sáp nhập doanh nghiệp tại Việt Nam. Bởi trong tiến trình hội nhập, Việt Nam phải mở cửa cho các tập đoàn đa quốc gia tiến vào thị trường nội địa. Với sức mạnh kinh tế vượt trội cùng với những lợi thế khác, các tập đoàn này hoàn toàn có khả năng thôn tính các doanh nghiệp Việt Nam, nhất là các doanh nghiệp sở hữu những thương hiệu nổi tiếng là đối tượng sáng giá cho kế hoạch của họ, hệ quả là thương hiệu Việt dần bị phai mờ và được thay thế bằng những cái tên của nước ngoài.

4.2.2. Ban hành các văn bản hướng dẫn cụ thể về chuyển nhượng quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu. Việc làm rõ các quy định pháp luật sẽ phần nào giúp cho doanh nghiệp Việt Nam có ý thức hơn trong việc xây dựng và phát triển nhãn hiệu, chống lại được âm mưu thâm độc của nhà đầu tư nước ngoài, hỗ trợ cơ quan thực thi về sở hữu trí tuệ kiểm soát và giải quyết nhanh chóng các yêu cầu liên quan đến chuyển nhượng quyền sở hữu công nghiệp.

4.2.3. Xây dựng hành lang pháp lý cho việc định giá nhãn hiệu, cụ thể như ban hành hệ thống thủ tục cũng như đưa ra các tiêu chuẩn cho việc định giá, trao quyền cho một cơ quan nhất định chuyên trách trong lĩnh vực này với đội ngũ cán bộ thực thi chuyên nghiệp để hỗ trợ doanh nghiệp phần nào về khoản vốn thu được từ nhãn hiệu mà mình đã vất vả xây dựng nên đang đứng trước khả năng bị thâm tóm. Bên cạnh đó, các cơ quan chức năng cần phải tham khảo ý kiến của những chuyên gia trong ngành để đưa ra phương pháp định giá đúng đắn, hiệu quả.

4.3. Nâng cao nhận thức của doanh nghiệp về M&A

Pháp luật là công cụ để điều chỉnh các vấn đề bất cập trong xã hội, nhưng đây không phải là biện pháp duy nhất. Ngoài sự bảo vệ nhãn hiệu của Nhà nước bằng việc thiết lập khuôn khổ pháp lý chung, các doanh nghiệp Việt Nam cũng phải có sự phối hợp với các cơ quan thực thi trong việc xây dựng và phát triển thương hiệu của mình. Trong đó, thay đổi tư duy và nhận thức vấn đề đúng đắn là một trong những biện pháp tối ưu cần được triển khai sâu rộng, cụ thể:

3) *Doanh nghiệp vẫn chưa nhận thức đúng về thương hiệu.* Nguồn: <http://enternews.vn/doanh-nghiep-van-chua-nhan-thuc-dung-ve-thuong-hieu.html>.

4.3.1. Doanh nghiệp cần thay đổi nhận thức về giá trị nhãn hiệu

Để làm được điều này, trước tiên bản thân doanh nghiệp cần chủ động hơn nữa trong việc trao đổi kinh nghiệm từ thực tế, thường xuyên tham gia các buổi tọa đàm, hội thảo khoa học có liên quan đến tài sản trí tuệ. Triển khai thực hiện nghiên cứu về xu hướng của thị trường, nghiên cứu thị hiếu của người tiêu dùng để định giá thương hiệu thuộc sở hữu của doanh nghiệp một cách khách quan. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cũng cần phải cân nhắc trước khi đưa ra quyết định có bán hay không bán nhãn hiệu của mình. Khi ở vị trí là bên bán thì cần chủ động nắm được chiến lược thương hiệu của bên mua trước khi bắt tay vào ký kết hợp đồng M&A để có thể đàm phán được một mức giá hợp lý.

4.3.2. Doanh nghiệp cần nâng cao ý thức về việc bảo hộ nhãn hiệu trong hoạt động M&A

Các doanh nghiệp cần chú trọng và đầu tư hơn nữa cho vấn đề xây dựng và bảo vệ thương hiệu của mình. Đừng vội vàng đưa ra quyết định bán nhãn hiệu cho doanh nghiệp khác khi gặp khó khăn về tài chính. Chỉ cần doanh nghiệp khai thác nhãn hiệu của mình đúng cách, tạo dựng được hình ảnh thương hiệu có uy tín gắn với chất lượng sản phẩm tốt thì tất nhiên sẽ mang lại hiệu ứng kinh doanh tốt. Xây dựng chiến lược phát triển nhãn hiệu hợp lý, doanh nghiệp cần phải có ý thức tự bảo vệ nhãn hiệu mà mình đang sở hữu bằng cách thường xuyên theo dõi các thông tin đăng ký nhãn hiệu trên Công báo sở hữu công nghiệp.

4.3.3. Thiết lập bộ phận nghiên cứu, đánh giá chiến lược phát triển nhãn hiệu của doanh nghiệp

Hầu hết, các doanh nghiệp Việt Nam không có bộ phận riêng biệt chuyên trách về xây dựng và phát triển nhãn hiệu, nếu có thì bộ phận này cũng thuộc phòng quảng cáo tiếp thị hoặc phòng Marketing. Thiết nghĩ để có thể tăng thị phần của doanh nghiệp cũng như bước ra thị trường quốc tế, mỗi doanh nghiệp nên thành lập một bộ phận riêng về quản lý xây dựng thương hiệu, bộ phận này sẽ chịu trách nhiệm nghiên cứu tất cả các vấn đề có liên quan đến thương hiệu của mình, từ đó đưa ra đánh giá, hoạch định chiến lược bảo vệ và phát triển thương hiệu trong tương lai.

5. Kết luận

Vấn đề xây dựng một nhãn hiệu mạnh là yêu cầu bức bách đối với sự tồn tại và phát triển của mọi doanh nghiệp Việt Nam trong thời kỳ hội nhập. Nhãn hiệu được xem là tài sản quý giá của doanh nghiệp, là một công cụ cạnh tranh có hiệu quả. Bởi nó không chỉ đơn giản là những dấu hiệu để phân biệt hàng hóa, dịch vụ của các chủ thể kinh doanh mà còn là yếu tố hình thành sự tin tưởng của khách hàng đối với các sản phẩm của doanh nghiệp, tăng thị phần, mở rộng hệ thống phân phối và là tiền đề quan trọng để doanh nghiệp gia tăng hiệu quả của chiến lược giá cả. Một nhãn hiệu nổi tiếng còn có thể phát triển thành Thương hiệu quốc gia, là niềm tự hào của đất nước, khẳng định uy tín, chủ quyền của Việt Nam trong nền kinh tế quốc tế. Những quy định về bảo hộ nhãn hiệu trong Luật Sở hữu trí tuệ 2005, sửa đổi bổ sung năm 2009 và các luật có liên quan cùng với hệ thống các văn bản hướng dẫn thi hành hiện nay là cơ sở pháp lý chủ yếu trong việc bảo vệ và phát triển thương hiệu Việt trong hoạt động M&A. Những quy định này tuy đã tương đối đầy đủ nhưng chưa thống nhất, vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế cần được bổ sung, hoàn thiện. Từ thực trạng bảo hộ nhãn hiệu Việt trong hoạt động M&A tại Việt Nam cho thấy mọi thứ đều có tính chất hai mặt, M&A sẽ có tác động tích cực cho nền kinh tế nước nhà nếu doanh nghiệp nội nắm được thế chủ động, và xấu đi khi chúng ta trở nên bị động dẫn đến mất dần một số thương hiệu mạnh, mất đi cơ hội, mất đi thị phần, lợi nhuận của doanh nghiệp Việt Nam. Những kiến nghị mà tác giả đề xuất sẽ góp phần cải thiện tình hình hiện tại, nâng cao nhận thức của các chủ thể kinh doanh, tạo tiền đề để các nhà làm luật, cơ quan chức năng cũng như doanh nghiệp Việt Nam có thể cùng nhau tìm ra những giải pháp hiệu quả hơn về bảo hộ nhãn hiệu Việt trong hoạt động M&A.

Tài liệu tham khảo

1. Thoả ước Madrid về đăng ký quốc tế Nhãn hiệu hàng hoá.
2. Hiệp định TRIPS – Hiệp định về các khía cạnh thương mại liên quan đến quyền sở hữu trí tuệ năm 1994.
3. Hiệp ước về Luật Nhãn hiệu (TLT).

4. Quốc hội, *Luật Sở hữu trí tuệ Việt Nam năm 2005*, Luật số: 50/2005/QH11 ngày 29 tháng 11 năm 2005 (sửa đổi bổ sung năm 2009).
5. Quốc hội, *Luật Cạnh tranh năm 2004*, Luật số: 27/2004/QH11 ngày 03 tháng 12 năm 2004
6. Quốc hội, *Luật Đầu tư 2014*, Luật số: 67/2014/QH13 ngày 26 tháng 11 năm 2014
7. Quốc hội, *Luật Doanh nghiệp 2014*, Luật số: 68/2014/QH13 ngày 26 tháng 11 năm 2014
8. Đào Minh Đức, *Tài sản vô hình và tài sản trí tuệ trong kinh doanh*, Tạp chí Phát triển kinh tế, số 11/2006.
9. Nguyễn Đình Cung - Lưu Minh Đức, *Thâu tóm và hợp nhất nhìn từ khía cạnh quản trị công ty: Lý luận, kinh nghiệm quốc tế và thực tiễn Việt Nam*, Tạp chí Quản lý kinh tế, số 7+8/2007, tr. 38-44.
10. Chu Thị Lê Dung, *Mua bán, sáp nhập doanh nghiệp và những lợi ích mang lại*, Tạp chí Tài chính kỳ 2 tháng 4/2016, tr. 96-97.
11. Trần Thị Thu Nhung, *M&A có tính chất thâu tóm tại Việt Nam và một số khuyến nghị*, Tạp chí Tài chính kỳ 01 tháng 7/2016, tr. 62-63.
12. Andrew J. Sherman - Milledge A. Hart, *Mua lại và Sáp nhập: Từ A đến Z*, NXB Tri thức, Hà Nội, 2006.
13. Bảo hộ thương hiệu, *Lũng lạo số phận thương hiệu Việt sau các thương vụ M&A*. Nguồn: <http://baohothuonghieu.com/banquyen/tin-chi-tiet/lung-lo-so-phan-thuong-hieu-viet-sau-cac-thuong-vu-ma/811.html>.
14. A&S Law Việt Nam, *Công ước Paris về bảo hộ nhãn hiệu*. Nguồn: <http://www.lawfirms.vn/so-huu-tri-tue/cong-uoc-paris-ve-bao-ho-nhan-hieu.html>.
15. Hồng Minh, *Thâu tóm và sáp nhập doanh nghiệp tại Việt Nam sẽ xác lập kỷ lục mới 6 tỷ USD*. Nguồn: <http://cafef.vn/thau-tom-va-sap-nhap-doanh-nghiep-tai-viet-nam-se-xac-lap-ky-luc-moi-6-ty-usd-20160725162249023.chn>.
16. Phương Mai, *Hoạt động M&A tại Việt Nam 2011 - 2012: Năm của kỷ lục và cảm xúc*, ngày 14/7/2012. Nguồn: <http://cafef.vn/thi-truong-chung-khoan/hoat-dong-ma-tai-viet-nam-2011-2012-nam-cua-ky-luc-va-cam-xuc-20120714091740278.chn>
17. Imaa Institute, *Giai đoạn 2016-2020, hoạt động M&A tại Việt Nam sẽ bùng nổ*. Nguồn: <https://imaa-institute.org/giai-doan-2016-2020-hoat-dong-ma-tai-viet-nam-se-bung-no/>.
18. Nha khoa quốc tế Á châu, *Thương vụ M&A: Kem đánh răng P/S*. Nguồn: <http://www.nhakhoaquocteachau.vn/thuong-vu-ma-kem-danh-rang-ps.html>, ngày 15/10/2013.
19. Nguyễn Thành, Bích Ngọc Nguyễn, *Doanh nghiệp vẫn chưa nhận thức đúng về thương hiệu*. Nguồn: <http://enternews.vn/doanh-nghiep-van-chua-nhan-thuc-dung-ve-thuong-hieu.html>.

TRAO ĐỔI VỀ QUY ĐỊNH THƯ KÝ NGHIỆP VỤ THỪA PHÁT LẠI...

Tiếp theo trang 227

Đối với việc bảo vệ quyền lợi hợp pháp của người dân. Khi được lập vi bằng về những sự kiện, hành vi, hiện trạng có liên quan, người dân đã tạo lập được bằng chứng hợp pháp, nên sẽ chủ động hơn trong việc tham gia các quan hệ dân sự, cũng như quan hệ pháp lý khác.

Đối với việc phát triển kinh tế - xã hội. Ngoài việc là chứng cứ cho việc xét xử, vi bằng còn giúp người dân giảm thiểu được việc tốn kém chi phí khi giải quyết tranh chấp tại tòa cho người dân, cũng như tốn kém chi phí của nhà nước, của xã hội.

Với giá trị của vi bằng được thể hiện cụ thể như trên, tác giả đồng tình với quan điểm: TPL phải trực tiếp lập vi bằng, do chưa thể khẳng định thừa phát lại có thể kiểm soát hết nội dung được ghi các dữ thảo vi bằng do mình giao cho thư ký nghiệp vụ lập giúp, cũng như không thể chắc chắn rằng các thư ký nghiệp vụ sẽ thể hiện một cách trung thực, khách quan, đầy đủ sự kiện, hành vi mà thừa phát lại trực tiếp chứng kiến vào nội dung vi bằng khi giúp TPL lập vi bằng.

Tài liệu tham khảo

1. Vũ Hoài Nam, *Tổ chức và hoạt động của Thừa phát lại ở Việt Nam hiện nay*, NXB Tư pháp, Hà Nội, 2013.
2. Lê Thị Hoàng Thanh, *“Chế định Thừa phát lại lịch sử hình thành ở Việt Nam”*, Tạp chí Dân chủ và Pháp luật (số chuyên đề Chế định Thừa phát lại), Hà Nội, 2014.
3. Tổng Cục Thi hành án dân sự, *Sổ tay Thừa phát lại*, NXB Thời đại, Hà Nội, 2010.
4. Ủy ban nhân dân thành phố Hồ Chí Minh, *Báo cáo Tổng kết, đánh giá kết quả thí điểm chế định Thừa phát lại tại Thành phố Hồ Chí Minh*, 2015.
5. Nguyễn Như Ý (chủ biên), *Đại từ điển tiếng Việt*, NXB Văn hóa - Thông tin, TP. Hồ Chí Minh, 1999.
6. Chính phủ, *Báo cáo Tổng kết việc triển khai tiếp tục thực hiện thí điểm chế định Thừa phát lại theo Nghị quyết số 36/2012/QH13 ngày 23 tháng 11 năm 2012 của Quốc hội*, Hà Nội, 2015.
7. Nguồn: <http://moj.gov.vn/Pages/home.aspx>; <http://www.sotuphap.hochiminhcity.gov.vn/pages/tpl.aspx>; <http://www.thuaphatlai24h.com.vn/>.