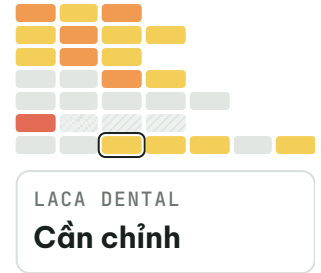


6.3



Nhãn hiệu

Cái tên anh chị đang bỏ tiền xây dựng đã thật sự thuộc về anh chị theo luật chưa?

Là gì?

Nhãn hiệu là dấu hiệu (chữ, logo hoặc kết hợp) giúp khách phân biệt dịch vụ, sản phẩm của anh chị với người khác. Ở Việt Nam, quyền với nhãn hiệu có được chủ yếu qua đăng ký và được Nhà nước cấp văn bằng; khi hai người cùng xin bảo hộ những tên giống nhau, đơn nộp trước thường được ưu tiên. Tên doanh nghiệp, tên miền hay tên trang mạng xã hội là chuyện khác, không thay được văn bằng. Ô này gồm: chốt tên, tra cứu, nộp đơn đúng nhóm và đúng người đứng tên, theo dõi đơn, gia hạn và canh người dùng trùng.

Vì sao cần?

Đổ tiền vào biển hiệu, đồng phục, website, quảng cáo trên một cái tên chưa nộp đơn là đặt cược: người khác có thể nộp trước, buộc anh chị đổi tên hoặc trả tiền mua lại. Khi mở chuỗi hay nhượng quyền, nhãn hiệu là tài sản anh chị cho người khác dùng – không có văn bằng thì khó định giá, khó ký hợp đồng. Văn bằng nhãn hiệu có hiệu lực 10 năm tính từ ngày nộp đơn và gia hạn được nhiều lần; chi phí nộp đơn nhỏ so với tiền làm thương hiệu. Nội dung ô này là định hướng, không phải ý kiến pháp lý. Đối chiếu bản hiện hành, hỏi luật sư/đại diện sở hữu công nghiệp trước khi làm.

Dấu hiệu ô này đang nóng

- Cùng một thương hiệu nhưng tài liệu, biển hiệu, mạng xã hội viết nhiều kiểu chính tả khác nhau.
- Đã in biển, làm logo, chạy quảng cáo nhưng chưa tra xem tên có trùng ai không.
- Tin rằng đăng ký tên công ty hoặc mua tên miền là đã “có tên”.
- Không ai biết đơn đăng ký (nếu có) đang ở bước nào, đứng tên ai, bao giờ hết hạn.

Làm thế nào?

1 Liệt kê mọi tên đang và sắp dùng

Thương hiệu chính, logo, tên gói dịch vụ, tên chương trình, khẩu hiệu. Đánh dấu tên nào là tài sản lâu dài, tên nào chỉ dùng một mùa.

2 Chốt một cách viết duy nhất

Chọn một chính tả cho thương hiệu chính, ghi lý do, khoá vào sổ tay nhận diện. Cách viết khác chỉ giữ làm tên dự phòng nếu luật sư khuyên nộp kèm.

3 Tra cứu trước khi nộp

Tự tra sơ bộ trên cơ sở dữ liệu nhãn hiệu công khai, rồi nhờ đại diện sở hữu công nghiệp tra chuyên sâu cả tên lẫn logo.

4 Chọn nhóm và người đứng tên

Dịch vụ nha khoa, y tế thuộc nhóm 44 theo Bảng phân loại Nice; nếu sau này bán sản phẩm mang tên mình thì cân nhắc thêm nhóm hàng hoá liên quan. Chọn đứng tên cá nhân hay công ty theo kế hoạch chuỗi, nhượng quyền.

5 Nộp đơn rồi mới in

Nộp đơn tên chính; giữ tên miền và tài khoản mạng xã hội cùng chính tả. Có số đơn rồi mới đặt in biển hiệu, đồng phục, ấn phẩm số lượng lớn.

6 Theo dõi và bảo vệ

Ghi lịch các mốc của đơn và hạn gia hạn; đặt cảnh báo khi có ai dùng tên giống hoặc gần giống.

Đèn pháp lý

Ổn

Tên chính đã nộp đơn (hoặc có văn bằng) đúng nhóm dịch vụ, đúng người đứng tên; tên miền, mạng xã hội cùng chính tả; có lịch theo dõi đơn và gia hạn; chưa phát hiện ai dùng trùng.

Cần chỉnh

Đang dùng tên ổn định nhưng chưa nộp đơn, hoặc còn lẫn chính tả, hoặc nộp thiếu nhóm, sai người đứng tên. Chưa có tranh chấp, nhưng mỗi đồng chí cho thương hiệu đều đang chịu rủi ro.

Rủi ro cao

Tra ra đã có người nộp đơn hoặc được cấp văn bằng cho tên giống, gần giống trong cùng lĩnh vực; nhận thư cảnh báo; hoặc sắp mở rộng, nhượng quyền mà vẫn chưa có đơn. Dùng chỉ cho nhận diện, gấp luật sư ngay.

Thang chấm 1-5 VIÊN ĐẬM = MỨC CỦA LACA DENTAL

1 Chưa chốt tên; nhiều cách viết; chưa tra, chưa nộp đơn.

2 Có tên dùng ổn định, có thể đã có logo, tên miền, nhưng chưa nộp đơn hoặc chỉ tra sơ qua.

3 Đã nộp đơn cho tên chính đúng nhóm, đúng người đứng tên; tên miền và kênh cùng chính tả; có lịch theo dõi đơn. Chủ vẫn tự theo dõi.

4 Có văn bằng hoặc đơn đang xét không vướng; tên gói, chương trình quan trọng cũng đã nộp; đội tuân thủ quy tắc “chưa có số đơn thì chưa in, chưa quảng cáo”; có người canh vi phạm.

5 Danh mục nhãn hiệu quản lý như tài sản: có kho tên dự phòng, nhắc gia hạn tự động, hợp đồng cho phép sử dụng nhãn hiệu với từng cơ sở/đối tác; nhân bản thương hiệu không phải lo về tên.

Tự kiểm tra nhanh

- ☐ Thương hiệu chính có đúng một cách viết trên mọi tài liệu, biển hiệu, kênh không?
- ☐ Đã tra cứu tên và logo trước khi làm nhận diện chưa?
- ☐ Đã nộp đơn đăng ký nhãn hiệu cho nhóm dịch vụ chính chưa?
- ☐ Người đứng tên đơn có hợp với kế hoạch mở chuỗi hoặc nhượng quyền không?
- ☐ Tên miền và tài khoản mạng xã hội có cùng chính tả với nhãn hiệu đã nộp?
- ☐ Có lịch theo dõi các mốc của đơn và hạn gia hạn không?

Ví dụ

LACA Dental (case mẫu)

Bộ nhận diện “Nha khoa LACA” đã làm xong (Xanh LACA, Xanh Mint, Vàng Nụ Cười, font Be Vietnam Pro), có hệ kênh @nhakhoalaca và website lacadental.com. Nhưng tài liệu kế hoạch vẫn lẫn LACA, LAKA, LaKa, và nhãn hiệu chưa nộp đơn bảo hộ. Ô 6.3 vì thế đèn vàng: chưa có tranh chấp, nhưng càng làm kênh và biển hiệu thì càng nhiều tiền đặt lên một cái tên chưa thuộc về mình. Với kế hoạch 30 cơ sở, nhãn hiệu còn là tài sản để cấp quyền sử dụng cho từng cơ sở sau này.

Ví dụ minh họa: tiệm bánh (giả định)

Một tiệm bánh dùng tên tự đặt suốt 4 năm, có khoảng 20.000 người theo dõi. Khi chuẩn bị mở cửa hàng thứ hai mới đi tra, thì thấy một cơ sở ở tỉnh khác đã nộp đơn cho tên gần giống trong nhóm bánh kẹo. Tiệm phải đổi tên, làm lại bao bì, biển hiệu và mất một phần khách quen. Nếu nộp đơn ngay năm đầu, chi phí chỉ bằng một phần nhỏ.

Ví dụ minh họa: thương hiệu nội thất (giả định)

Một xưởng nội thất đặt tên dòng sản phẩm mới, tra cứu và nộp đơn trước khi in catalogue. Họ nộp cả tên thương hiệu mẹ và hai tên dòng sẽ ra trong 2 năm tới. Khi văn bằng được cấp và có đối thủ dùng tên gần giống trên sàn thương mại điện tử, xưởng có căn cứ để yêu cầu gỡ. Tiền đăng ký trở thành bảo hiểm cho toàn bộ tiền marketing.

LACA Dental · 90 ngày ở ô này

HIỆN TRẠNG

Đã có bộ nhận diện “Nha khoa LACA”, tên miền lacadental.com và hệ kênh @nhakhoalaca (Facebook, TikTok, YouTube, Instagram, Zalo OA, Google Business Profile). Tài liệu kế hoạch dùng lẫn LACA / LAKA / LaKa. Nhãn hiệu chưa nộp đơn bảo hộ.

KHOẢNG TRỐNG

Chưa chốt một chính tả, chưa tra cứu, chưa nộp đơn, chưa quyết định người đứng tên – trong khi kế hoạch có nhiều tên gói và chương trình (LACA Smile Care, LACA Family Club, Chia Sẻ Nụ Cười LACA...) dựng trên nền tên chính.

VIỆC TRONG 90 NGÀY

- Trước 31/10/2026: chủ phòng khám chốt chính tả LACA hay LAKA (tên miền và nhận diện hiện dùng LACA), ghi lý do; tạm dùng đặt in mới đến khi nộp đơn.
- Trước 10/11/2026: đại diện sở hữu công nghiệp tra cứu chuyên sâu tên và logo trong nhóm 44 và các nhóm liên quan.
- Trước 20/11/2026: quyết định người đứng tên (cá nhân hay pháp nhân – gắn với ô 6.1) và nộp đơn cho tên chính; lưu số đơn.
- Trước 10/12/2026: chọn 1–2 tên gói quan trọng nhất (ví dụ tên gói chăm sóc trả trước sẽ bán trong đợt này) để tra và nộp tiếp nếu luật sư khuyên.
- Trước 09/01/2027: rà toàn bộ website, kênh, biển, tài liệu về một chính tả; ghi lịch theo dõi đơn vào sổ pháp lý.

Từ đèn vàng (cần chỉnh) hướng tới đèn xanh: có số đơn cho tên chính, một chính tả trên mọi điểm chạm, có lịch theo dõi. Đèn chuyển xanh khi đơn qua thẩm định mà không bị phản đối.

Checklist triển khai

- ☐ Danh sách mọi tên đang và sắp dùng
- ☐ Một chính tả cho thương hiệu chính, ghi trong sổ tay nhận diện
- ☐ Kết quả tra cứu tên và logo (có bản lưu)
- ☐ Đơn đăng ký nhãn hiệu đã nộp, có số đơn
- ☐ Quyết định người đứng tên ghi bằng văn bản
- ☐ Tên miền và tài khoản mạng xã hội cùng chính tả, đúng tên doanh nghiệp hoặc chủ
- ☐ Lịch theo dõi mốc đơn và hạn gia hạn 10 năm
- ☐ Quy tắc nội bộ: chưa có số đơn thì không đặt in, không chạy quảng cáo với tên mới

Chỉ số đo

CHỈ SỐ	CÁCH ĐO	THẾ NÀO LÀ TỐT
Tên quan trọng đã nộp đơn	Số tên đã nộp ÷ số tên quan trọng đang dùng để bán	100% với tên chính; tên phụ theo ưu tiên
Số ngày từ chốt tên đến nộp đơn	Ngày nộp – ngày chốt	Dưới 30 ngày; càng ngắn càng tốt
Điểm chạm sai chính tả	Đếm trên website, kênh, biển, tài liệu	0
Trường hợp dùng trùng được xử lý	Số trường hợp phát hiện mỗi quý và đã có hướng xử lý	Mọi trường hợp có hướng xử lý trong 30 ngày

AI và tự động hoá

VIỆC	CÔNG CỤ	AI LÀM – NGƯỜI LÀM
Rà chính tả thương hiệu trên mọi tài liệu	Claude/ChatGPT	AI đọc tài liệu, nội dung website, bài đăng và liệt kê chỗ viết sai; người phụ trách marketing sửa.
Gợi ý kho tên dự phòng	Claude/ChatGPT	AI đề xuất tên theo tiêu chí; chủ chọn, đại diện sở hữu công nghiệp tra cứu – AI không biết tình trạng pháp lý của tên.
Theo dõi mốc đơn và gia hạn	Lark Base hoặc Google Sheets + n8n	Máy nhắc trước mỗi mốc; người phụ trách liên hệ đại diện.
Canh người dùng tên giống	Google Alerts + tìm kiếm định kỳ trên mạng xã hội	Máy gom kết quả hàng tuần; người đánh giá và chuyển luật sư nếu nghiêm trọng.

Sai lầm hay gặp

- Làm nhận diện trước, nộp đơn sau – tra và nộp đơn trước khi chi tiền in ấn lớn.
- Tưởng mua tên miền là xong – tên miền chỉ là địa chỉ trang web; muốn ngăn người khác mở cơ sở cùng tên thì cần văn bằng.
- Chọn người đứng tên tùy tiện – người đứng tên quyết định ai được cho phép cơ sở khác dùng tên; chọn theo kế hoạch chuỗi.
- Nộp xong rồi quên – lỡ mốc trả lời, bỏ qua phản đối hay quên gia hạn đều có thể mất quyền; ghi lịch.

Khái niệm gốc

TRUY VÊ NGUỒN NGUYÊN BẢN

KHÁI NIỆM	NGUỒN GỐC	CAS DÙNG THỂ NÀO
Đăng ký nhãn hiệu, nguyên tắc nộp đơn đầu tiên, hiệu lực văn bằng 10 năm CÓ NGUỒN	Quốc hội – Luật Sở hữu trí tuệ số 50/2005/QH11 – 2005 (sửa đổi 2009, 2019, 2022)	Căn cứ cho việc nộp đơn sớm, chọn người đứng tên và lịch gia hạn 10 năm.
Thời hạn thẩm định, công bố, phản đối đơn nhãn hiệu (bản mới) CÓ NGUỒN	Quốc hội – Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Sở hữu trí tuệ số 131/2025/QH15 – thông qua 10/12/2025, hiệu lực 01/04/2026	Luật mới công khai đơn sớm và đặt lại thời hạn thẩm định; CAS nhắc hỏi đại diện thời gian thực tế thay vì đoán.
Nhóm hàng hoá, dịch vụ khi đăng ký nhãn hiệu CÓ NGUỒN	WIPO – Thỏa ước Nice về Phân loại quốc tế hàng hoá và dịch vụ nhằm đăng ký nhãn hiệu – ký tại Nice ngày 15/06/1957	Dùng để chọn nhóm: dịch vụ y tế, nha khoa thuộc nhóm 44.
Quy tắc “có số đơn rồi mới in”; thang 5 mức và 3 đèn của ô 6.3 QUY ƯỚC CAS	CAS – Bộ tài liệu Doanh nghiệp 2030 – 2026	Quy tắc vận hành do CAS đặt ra để chặn việc chi tiền nhận diện trước khi nộp đơn.

Ô liên quan

1.1 Thị trường, khách hàng, định vị · 6.1 Thành lập, cấu trúc · 5.1 Mở rộng doanh nghiệp · 6.5 Quảng cáo, người tiêu dùng

Tài liệu là gợi ý quản trị, không phải tư vấn pháp lý, thuế hay y khoa. Số liệu minh hoạ đã được ghi rõ. Trước khi áp dụng các nội dung về pháp lý, thuế, quảng cáo dịch vụ y tế, hãy đối chiếu văn bản hiện hành và hỏi luật sư, kế toán.