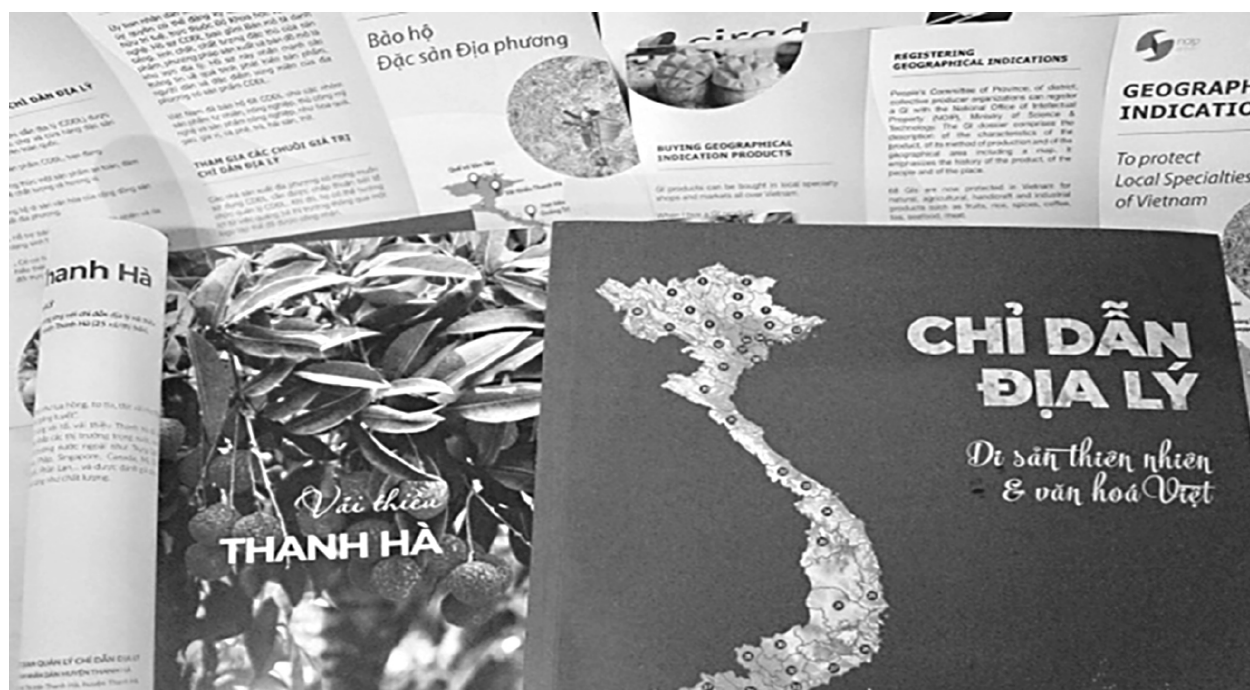


QUẢN LÝ⁽¹⁾ “CHỈ DẪN ĐỊA LÝ, NHÃN HIỆU TẬP THỂ, NHÃN HIỆU CHỨNG NHẬN CHO CÁC DẤU HIỆU CHỈ NGUỒN GỐC ĐỊA LÝ”⁽²⁾ TIẾP CẬN TỪ PHƯƠNG PHÁP “VÒNG TRÒN ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG”

■ ThS. Nguyễn Thị Phương Thảo
Trung tâm Thẩm định Chỉ dẫn địa lý và Nhãn hiệu quốc tế
Cục Sở hữu trí tuệ



1. Đặt vấn đề

Nhận thức được giá trị, vai trò của quyền sở hữu trí tuệ đối với các đặc sản địa phương, trong những năm vừa qua, các hoạt động hỗ trợ phát triển tài sản trí tuệ đã được thực hiện cả ở cấp độ quốc gia và cấp độ địa phương. Chương trình Phát triển tài sản trí tuệ của Chính phủ (CT 68), Chương trình Mỗi xã một sản phẩm (OCOP), các chương trình phát triển tài sản trí tuệ từ ngân sách địa phương đã hỗ trợ bảo hộ sở hữu trí tuệ cho hàng nghìn sản phẩm đặc sản của địa phương thuộc 63 tỉnh thành trên cả nước (Chương trình OCOP giai đoạn 2018-2020 hỗ trợ đăng ký quyền sở hữu trí tuệ cho 792 sản phẩm⁽³⁾, CT 68 giai đoạn 2011-2019 hỗ

trợ cho 118 sản phẩm nông nghiệp, chủ lực đặc thù của địa phương⁽⁴⁾). Bên cạnh những giá trị tích cực về mặt nhận thức được lan tỏa, góp phần phát triển kinh tế - xã hội và nâng cao thu nhập của người dân nông thôn, trên cơ sở phát huy tiềm năng, thế mạnh về sản vật, ngành nghề nông thôn và dịch vụ du lịch của các địa phương thông qua hoạt động hỗ trợ phát triển tài sản trí tuệ cho các đặc sản địa phương thì vẫn còn tồn tại nhiều khó khăn, vướng mắc cả về mặt phương pháp luận và thực tiễn triển khai.

Về mặt phương pháp, mặc dù các quy định về bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ cho các đặc sản địa phương dưới các hình thức: chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận đã tương đối hoàn chỉnh, tuy nhiên chưa có các nghiên cứu tổng thể cả về mặt lý luận và thực tiễn để đề xuất một khung thể chế phù hợp với bối cảnh kinh tế - xã hội của Việt Nam trong việc quản lý các tài sản sở hữu trí tuệ gắn với sản phẩm đặc thù của địa phương, dẫn đến trong thực tiễn có sự chông chéo về vai trò của các chủ thể (chính quyền địa phương, tổ chức tập thể), nhiều sản phẩm được bảo hộ sở hữu trí tuệ nhưng không được thương mại hóa, hiệu quả của việc khai thác tài sản trí tuệ chưa cao⁽⁵⁾...

2. Kinh nghiệm quốc tế

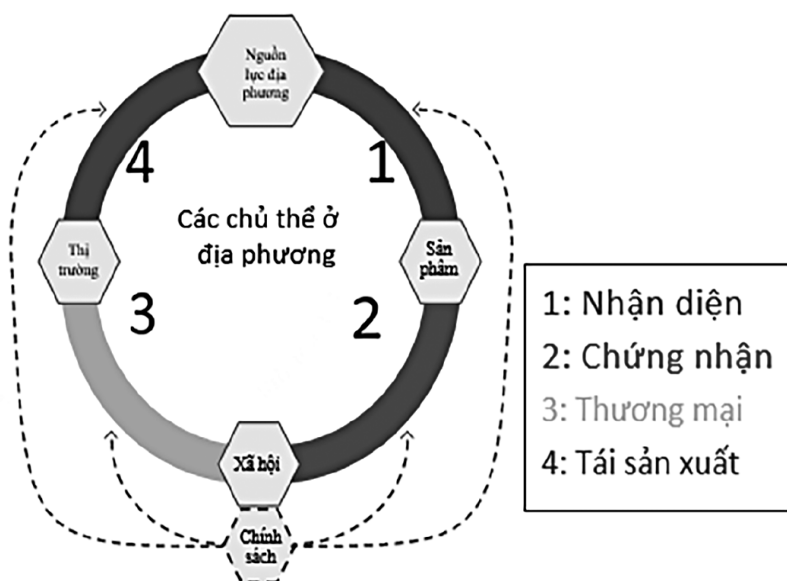
Nhật Bản là nước đã đạt được nhiều thành tựu kể từ khi tiên phong thực hiện chương trình “Mỗi làng một sản phẩm” (OVOP) vào năm 1979. Ba nguyên tắc cốt lõi của chương trình là: Sử dụng các nguồn lực địa phương để hội nhập toàn cầu; Độc lập và làm việc sáng tạo; Phát triển nguồn nhân lực. Bằng cách liên tục tạo ra giá trị gia tăng, các sản phẩm của chương trình không chỉ được sử dụng cho tiêu dùng trong nước và quốc gia mà còn đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế để cạnh tranh với các sản phẩm toàn cầu. Chương trình OVOP liên quan đến tất cả các giai đoạn từ quá trình sản xuất đến tiêu thụ. Nó khuyến khích các phương pháp sáng tạo, bao gồm nghiên cứu về thiết kế sản phẩm, vật liệu, bao bì; tiếp thị, khuyến mãi và cách gây ấn tượng với khách hàng. Chính quyền tỉnh đã thành lập các trung tâm nghiên cứu chuyên sâu để hỗ trợ nông dân. Họ được đào tạo chuyên nghiệp với kiến thức toàn diện về sản phẩm và có khả năng ứng dụng công nghệ mới vào quy trình sản xuất. Bên cạnh đó, họ được tạo điều kiện để tự xây dựng chiến lược kinh doanh. Trong 20 năm đầu (1979-1999), chương trình đã làm ra 329⁽⁶⁾ sản phẩm với doanh thu hàng năm là 141 tỷ Yên Nhật (tương đương 1,1 tỷ USD). Sau đó có khoảng 40 quốc gia đã học tập kinh nghiệm

của OVOP của Nhật Bản và khởi động chương trình một cách sáng tạo. Một trong những câu chuyện thành công là Thái Lan với One Tambon One Product, OTOP. Chương trình do Thủ tướng Thái Lan Thaksin Sinawatra khởi xướng bắt đầu từ năm 2000. Tất cả các sản phẩm OTOP đều do người dân địa phương sản xuất dựa trên kiến thức và kinh nghiệm của họ. Philippines và Đài Loan đã phát triển chương trình Mỗi thị trấn Một sản phẩm của riêng họ; Malaysia có chương trình Satu Kampung Satu Produk; Hàn Quốc ra mắt Thương hiệu One Village One của riêng mình; và Indonesia có chương trình Trở về Làng⁽⁷⁾. Nguyên tắc cốt lõi của các chương trình Mỗi làng một sản phẩm nói chung và hoạt động hỗ trợ phát triển tài sản trí tuệ cho các sản phẩm địa phương nói riêng tại các nước đã đạt được nhiều thành tựu, đó là lấy người dân địa phương làm trung tâm, đào tạo và nâng cao nhận thức cho họ để có thể tự xây dựng được chiến lược phát triển sản phẩm.

3. Phương pháp “Vòng tròn chất lượng đảm bảo dựa theo nguồn gốc”⁽⁸⁾

Nghiên cứu của các tác giả Emilie Vandecandelaere, Flippo Arfini, Andrea Marescotti và cộng sự năm 2009 đã chỉ ra rằng:

- Sản phẩm dựa theo nguồn gốc có thể trở thành tâm điểm của vòng tròn chất lượng đảm bảo trong phạm vi khu vực địa lý có thể mang lại những hiệu quả tích cực và vững chắc; cho phép bảo tồn lương thực nông nghiệp và các hệ thống xã hội khác có liên quan; cho phép các chủ thể địa phương theo đuổi



Sơ đồ 1. Vòng tròn đảm bảo chất lượng nhờ xuất xứ sản phẩm (nguồn: FAO, 2009)

sự ổn định kinh tế, văn hoá - xã hội và môi trường một cách bền vững.

- Vòng tròn chất lượng đảm bảo dựa theo nguồn gốc bị đe dọa bởi cả các nguy cơ từ bên ngoài lẫn sự thiếu hụt sự phối hợp giữa các chủ thể ở địa phương. Sự toàn cầu hoá thị trường và các công nghệ mới có thể làm mai một những đặc trưng của các hệ thống nông trại và các kỹ thuật chế biến truyền thống. Hơn nữa, danh tiếng và giá trị của một sản phẩm đặc sản địa phương thường thu hút những người làm hàng giả và người chiếm đoạt quyền cả bên trong lẫn bên ngoài khu vực sản xuất. Những hành động gây nhầm lẫn chủ yếu liên quan đến việc sử dụng tên gọi của sản phẩm và/hoặc trong một số trường hợp liên quan đến các nét đặc thù của sản phẩm.

- Vì tất cả những lý do trên, một hệ thống các quy tắc chung⁽⁹⁾ ở địa phương cần phải được xây dựng nhằm ngăn chặn sự mai một những đặc thù của sản phẩm, tránh việc sử dụng bất hợp pháp và củng cố niềm tin cho người tiêu dùng.

Sau đó, các dấu hiệu chỉ nguồn gốc địa lý có thể được bảo hộ sở hữu trí tuệ dưới hình thức: chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận. Việc xác định một danh sách những tổ chức, cá nhân được phép

sử dụng dấu hiệu chỉ nguồn gốc địa lý cần đến sự nỗ lực chung của cả cấp có thẩm quyền và người dân địa phương.

- Quản lý các chuỗi giá trị dựa trên dấu hiệu chỉ nguồn gốc địa lý: đối với bất kỳ sản phẩm nào có liên quan đến nguồn gốc địa lý, việc xây dựng một hệ thống lợi nhuận bền vững dựa trên các nguồn tài nguyên đặc trưng của địa phương và hệ thống các quy tắc được quy định trong Quy chế đòi hỏi cần xây dựng một hệ thống quản lý và tổ chức phù hợp với các đặc thù của địa phương. Thực tế, việc đạt được sự bảo hộ pháp lý không phải là một thành tựu nhưng đó là cột mốc quan trọng trong tiến trình duy trì một hệ thống sinh lợi và bền vững cho các chủ thể và khu vực địa lý. Thành tựu này đòi hỏi cần phải quảng bá sản phẩm, truy xuất nguồn gốc chuỗi cung ứng cũng như yêu cầu cao về trách nhiệm và sự giải trình của các nhà sản xuất, các nhà chế biến.

- Vòng tròn chất lượng đảm bảo: phương pháp luận cho sự phát triển. Việc

quản lý dấu hiệu chỉ nguồn gốc địa lý ở cấp độ địa phương bao gồm các hoạt động và yêu cầu khác nhau. Vòng tròn chất lượng đảm bảo dựa theo nguồn gốc có thể được dùng làm phương pháp luận để hỗ trợ các chủ thể ở địa phương trong việc giải quyết các vấn đề khác nhau liên quan đến sự phát triển của một hệ thống sản xuất chỉ dẫn địa lý và nâng cao tiềm năng cho sự phát triển bền vững. Vòng tròn chất lượng dựa theo nguồn gốc được đề cập tại đây bao gồm các yếu tố:

1. Nhận diện: nhận thức và đánh giá về các tiềm năng của sản phẩm ở địa phương;

2. Chứng nhận sản phẩm: xây dựng các quy định cho quy trình tạo ra giá trị và bảo tồn các nguồn tài nguyên của địa phương (bao gồm các bước xây dựng quy chế quản lý và sử dụng, tiến hành các bước để được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ);

3. Hưởng lợi từ sản phẩm: bao gồm cả quản lý, vận hành hệ thống;

4. Tái sản xuất các nguồn tài nguyên địa phương để củng cố sự bền vững của hệ thống;

5. Các chính sách công tạo ra khung pháp lý và sự hỗ trợ tích cực cho tất cả các giai đoạn của vòng quay.

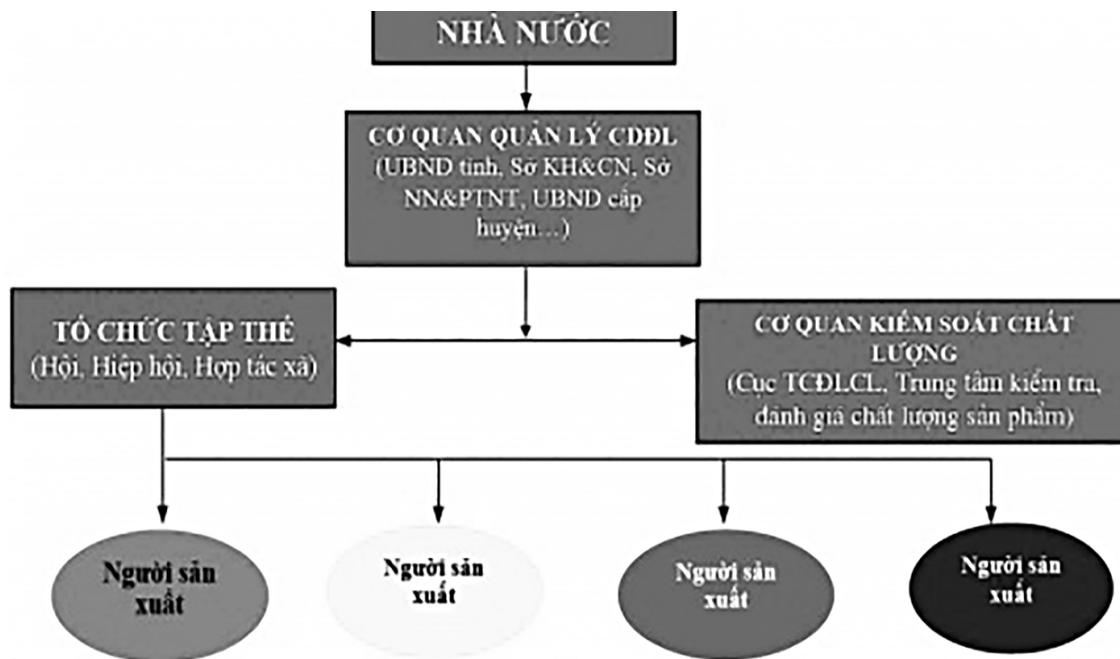
Trong vòng tròn này, vai trò của các chủ thể ở địa phương và các tác nhân bên ngoài (các nhà hoạt động xã hội, các Tổ chức phi chính phủ, các trung tâm nghiên cứu và phát triển...) đóng vai trò then chốt tại tất cả các giai đoạn.

Các chính sách công có thể đóng vai trò quan trọng trong vòng tròn này nhằm đưa ra được khung pháp lý thoả đáng và hỗ trợ các tác động tích cực tiềm năng của sản phẩm dựa trên cơ sở nguồn gốc đối với sự phát triển nông thôn.

4. Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả quản lý chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận - tiếp cận từ phương pháp “vòng tròn đảm bảo chất lượng”

- Xác định vai trò của các chủ thể địa phương trong “vòng tròn đảm bảo chất lượng”:

+ Cần xác định các nhà sản xuất, kinh doanh sản phẩm tại khu vực địa lý đóng vai trò then chốt trong vòng tròn đảm bảo chất lượng, cần lấy họ làm trung tâm để xây dựng các chính sách hỗ trợ, đào tạo, nâng cao nhận thức để họ có thể tự xây dựng chiến lược và thực hiện các biện pháp để bảo vệ tài sản trí tuệ của cộng đồng. Các chủ thể kinh doanh sản phẩm đặc thù tại khu vực địa lý phải được tuyên truyền, đào tạo để nhận thức được tầm quan trọng của hành động tập thể, trực tiếp tham gia vào quá trình đề nghị bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ cho sản phẩm do mình sản xuất ngay từ những bước đầu tiên. Chính họ phải là người nhận diện ra các đặc thù của sản phẩm, tham gia và quá trình xây dựng các tài liệu như bản mô tả chỉ dẫn địa lý, quy chế quản lý chỉ dẫn địa lý, quy chế sử dụng nhãn hiệu tập thể/nhãn hiệu chứng nhận. Số liệu khảo sát năm 2016 cho thấy, trong số các chỉ dẫn địa lý được bảo hộ, tổ chức quản lý chỉ dẫn địa lý là Sở Khoa học và Công nghệ chiếm tỷ trọng chính với 63%; 34% do Ủy ban nhân dân huyện là chủ thể; chỉ có 1 chỉ dẫn địa lý có chủ thể quản lý là Hội. Trong số 1.649 nhãn hiệu tập thể được bảo hộ tính đến tháng 5/2020, có 450 nhãn hiệu tập thể do các tổ chức chính trị xã hội (Hội Nông dân, Hội Liên hiệp phụ nữ ở địa phương là chủ sở hữu giấy chứng nhận, chiếm 27,28%); 863 giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu tập thể ghi nhận các hợp tác xã, tổ hợp tác là chủ sở hữu, chiếm 52,33%; hơn 20% số giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu tập thể còn lại do các hội nghề nghiệp là chủ sở hữu



Hoạt động quản lý chỉ dẫn địa lý ở Việt Nam

giấy chứng nhận⁽¹⁾. Chủ sở hữu các nhãn hiệu chứng nhận về nguồn gốc địa lý cho các sản phẩm đặc thù của địa phương chủ yếu là Ủy ban nhân dân cấp huyện/thị xã/thành phố hoặc các sở chuyên ngành (Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Sở Khoa học và Công nghệ) các tổ chức trực thuộc chính quyền địa phương (Chi cục Tiêu chuẩn - Đo lường - Chất lượng, Chi cục Phát triển nông thôn, phòng Kinh tế hạ tầng...). Điều này cho thấy vai trò mờ nhạt của các nhà sản xuất, kinh doanh sản phẩm, các doanh nghiệp địa phương trong tiến trình khai thác quyền sở hữu trí tuệ đối với các sản phẩm của địa phương. Thực tế cũng cho thấy việc giao quyền sở hữu tài sản trí tuệ gắn với dấu hiệu chỉ nguồn gốc địa lý cho các tổ chức chính trị - xã hội là không hiệu quả, vì vậy cần chuyển hướng giao quyền cho các hợp tác xã, các hội nghề nghiệp gắn với các điều kiện ràng buộc trách nhiệm của các chủ thể này với cộng đồng vùng sản xuất để tránh nguy cơ độc quyền của một nhóm người.

+ Cần xác định rõ vai trò của chính quyền địa phương trong tiến trình là vai trò của cơ quan hoạch định chính sách ở cấp địa phương, điều phối nhằm

đảm bảo hài hòa lợi ích của cộng đồng các nhà sản xuất ở địa phương, thực hiện, đánh giá và điều chỉnh các chính sách, không nên trực tiếp thực hiện vai trò là chủ sở hữu quyền đối với tài sản trí tuệ liên quan đến các sản phẩm đặc sản của địa phương.

- Cần nghiên cứu, đánh giá và thực hiện đầy đủ các bước của “vòng tròn chất lượng” đối với các sản phẩm đặc sản của địa phương. Việc thiếu các nghiên cứu tiền khả thi trong xác định sản phẩm, loại hình đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ sẽ dẫn đến các nguy cơ rủi ro sản phẩm được bảo hộ không thương mại hóa được do không có tiềm năng thị trường, không có tiềm năng sản xuất, không dựa trên nhu cầu của người sản xuất, không được cấp giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận, chỉ dẫn địa lý do không đáp ứng các điều kiện bảo hộ theo quy định./.

Chú thích:

⁽¹⁾ Trong phạm vi bài viết này, tác giả tiếp cận khái niệm “Quản lý” như là “quá trình chủ thể quản lý tác động đến khách thể quản lý thông qua công cụ và phương pháp quản lý để đạt được mục tiêu”. Bài viết cũng giới hạn phạm vi nghiên cứu của “không gian quản lý” là ở cấp độ địa phương (bao gồm các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương).

⁽²⁾ Nghiên cứu của nhóm tác giả Trịnh Văn Tuấn, Bùi Kim Đồng (2018) sử dụng thuật ngữ “thương hiệu cộng đồng/nhãn hiệu cộng đồng” để chỉ các dấu hiệu chỉ nguồn gốc địa lý được đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ dưới hình thức chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận. Tuy nhiên, để tránh nhầm lẫn với khái niệm “nhãn hiệu cộng đồng” (CTM - Community Trademarks) được Cộng đồng chung Châu Âu sử dụng để chỉ các nhãn hiệu được đăng ký và bảo hộ trên lãnh thổ Cộng đồng chung Châu Âu, do đó bài viết sử dụng thuật ngữ “chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận cho các dấu hiệu chỉ nguồn gốc địa lý”.

⁽³⁾ Phạm Tuấn Anh, Một số kết quả cơ bản của chương trình Mỗi xã một sản phẩm (OCOP) sau 4 năm triển khai thực hiện, Tạp chí Công Thương, 2022.

⁽⁴⁾ Ipvietnam.gov.vn, 2021

⁽⁵⁾ Tính đến tháng 5/2022, Cục Sở hữu trí tuệ đã cấp 106 chỉ dẫn địa lý của Việt Nam, 560 nhãn hiệu chứng nhận, 1.649 nhãn hiệu tập thể. Trong đó số liệu tính đến 31/10/2019 cho thấy, các sản phẩm nông sản chiếm trên 80% số lượng sản phẩm được cấp giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể. Tuy nhiên, một số khảo sát chỉ ra rằng nhiều chỉ dẫn địa lý được

bảo hộ không được thương mại trong thực tế hoặc không được thương mại dưới tên/dấu hiệu được bảo hộ chỉ dẫn địa lý.

⁽⁶⁾ So sánh với kết quả thực hiện OCOP Việt Nam: giai đoạn 2018-2020, đã có 2.961 chủ thể đăng ký tham gia Chương trình với 6.210 sản phẩm. Các chủ thể đã được hỗ trợ nâng cao chất lượng, phát triển sản phẩm, nâng cao năng lực, đã có 874 sản phẩm được hỗ trợ chuẩn hóa về chất lượng; 792 sản phẩm được hỗ trợ về đăng ký sở hữu trí tuệ; 1.266 sản phẩm được hỗ trợ về bao bì, nhãn mác; 1.098 doanh nghiệp, hợp tác xã được hỗ trợ nâng cao năng lực; 1.552 chủ thể được hỗ trợ xúc tiến thương mại và giới thiệu sản phẩm. Theo kết quả đánh giá, phân hạng cho các sản phẩm, cả nước có 4.759 sản phẩm OCOP được công nhận đạt 3 sao trở lên. Trong đó, đồng bằng sông Hồng dẫn đầu cả nước với 1.759 sản phẩm (chiếm 37,16%), miền núi phía Bắc chiếm 20,56%, tiếp đến là đồng bằng sông Cửu Long với 15%, thấp nhất là vùng Đông Nam Bộ với 88 sản phẩm (chiếm 1,85%). Sản phẩm đạt 3 sao chiếm 62,05%; sản phẩm đạt 4 sao chiếm 36,2% và sản phẩm tiềm năng 5 sao chiếm 1,72%. Hội đồng OCOP quốc gia đang tổ chức đánh giá, phân hạng cho 43 sản phẩm OCOP tiềm năng 5 sao được các địa phương đăng ký. (Phạm Tuấn Anh, Một số kết quả cơ bản của chương trình Mỗi xã một sản phẩm (OCOP) sau 4 năm triển khai thực hiện, Tạp chí Công Thương, 2022).

⁽⁷⁾ IOVOP, Viện Nghiên cứu và Liên kết phát triển “Mỗi làng một sản phẩm” quốc tế”.

⁽⁸⁾ Emilie Vandecandelaere, Flippo Arfini, Andrea Marescotti, 2009.

⁽⁹⁾ Các quy tắc này có thể được hiểu là Quy chế quản lý và sử dụng chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận.

Tài liệu tham khảo:

1. Phạm Tuấn Anh(2022), Một số kết quả cơ bản của chương trình Mỗi xã một sản phẩm (OCOP) sau 4 năm triển khai thực hiện.
2. Emilie Vandecandelaere, Filippo Arfini, Giovane Belletti, Andrea Mares Cotti (2009), *Linking People, Places and Products*.
3. Trịnh Văn Tuấn, Bùi Kim Đồng (2018), *Xây dựng và phát triển thương hiệu cộng đồng - từ kinh nghiệm trong nước và quốc tế*.