

Số: 225/BC-SKHCHN

Đắk Nông, ngày 19 tháng 10 năm 2020

BÁO CÁO

Về thực trạng và giải pháp đẩy mạnh xây dựng nhãn hiệu, thương hiệu, chỉ dẫn địa lý các sản phẩm nông nghiệp trên địa bàn tỉnh

Thực hiện Kế hoạch số 607/KH-UBND ngày 06/10/2020 của Ủy ban nhân dân tỉnh về việc tổ chức Hội nghị quán triệt Kết luận số 809-KL/TU ngày 19/5/2020 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy và triển khai Kế hoạch số 433/KH-UBND ngày 13/8/2020 của UBND tỉnh về phát triển nông nghiệp bền vững theo chuỗi liên kết giai đoạn 2020 - 2025 trên địa bàn tỉnh Đắk Nông. Sở Khoa học và công nghệ báo cáo thực trạng và giải pháp đẩy mạnh xây dựng nhãn hiệu, thương hiệu, chỉ dẫn địa lý các sản phẩm nông nghiệp trên địa bàn tỉnh

1. Công tác tuyên truyền các văn bản pháp luật liên quan đến cơ chế chính sách hỗ trợ hoạt động sở hữu trí tuệ

Căn cứ Luật Sở hữu trí tuệ 2005, sửa đổi, bổ sung các năm 2009, 2019; Nghị định số 103/2006/NĐ-CP, ngày 22/9/2006 của Chính phủ; Thông tư số 01/2007/TT-BKHCHN ngày 14/2/2007 của Bộ Khoa học và Công Nghệ và các Thông tư sửa đổi, bổ sung, hướng dẫn thi hành Nghị định số 103/2006/NĐ-CP quy định chi tiết một số điều của Luật Sở hữu trí tuệ về sở hữu công nghiệp đã quy định chi tiết những vấn đề liên quan đến xác lập quyền bảo hộ đối với các đối tượng sở hữu trí tuệ

Ngày 19/8/2019 Sở Khoa học và Công nghệ, sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Sở Công thương tỉnh Đắk Nông đã ban hành Quy chế Phối hợp số 1934/QCPH-SNN-SKHCHN-SCT về việc phối hợp giữa Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, Sở khoa học và công nghệ và Sở Công thương về xây dựng và quản lý chỉ dẫn địa lý cho các sản phẩm chủ lực của địa phương.

Quá trình hội nhập sâu rộng của nền kinh tế đã đưa nông nghiệp Việt Nam nói chung và của tỉnh Đắk Nông nói riêng đã, đang và sẽ phải đối mặt với nhiều thách thức không nhỏ: yêu cầu của thị trường trong nước tăng cao, đòi hỏi những sản phẩm chế biến sâu, chất lượng, đồng thời chịu sự cạnh tranh gay gắt của các sản phẩm nông nghiệp nhập khẩu. Xuất khẩu nông sản phải đối mặt với sự gia tăng bảo hộ thông qua các tiêu chuẩn về quản lý chất lượng và an toàn vệ sinh thực phẩm của các nước là thị trường nông sản lớn của Việt Nam, bao gồm Mỹ, EU, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc... Trong khi đó, nông sản Việt Nam mới chỉ được tổ chức sản xuất ở quy mô nhỏ lẻ, liên kết chuỗi giá trị còn yếu, chất lượng nông sản chưa đồng đều, sản phẩm chưa có thương hiệu, mức độ tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu còn hạn chế, chủ yếu là công đoạn sản xuất các sản phẩm thô có giá trị gia tăng thấp.

Do đó, trong thời gian qua, việc xây dựng thương hiệu cho sản phẩm nông thôn (nông sản, thực phẩm, tiểu thủ công nghiệp) (sau đây gọi là thương hiệu cộng đồng) gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý như: chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận đã trở thành một định hướng quan trọng nhằm thúc đẩy sức cạnh tranh, giá trị của các nông sản đặc sản, góp phần tổ chức sản xuất, phát triển thị trường trên cơ sở lợi thế về điều kiện sản xuất, văn hóa bản địa. Thương hiệu cộng đồng đã từng bước khẳng định được vai trò, giá trị trong sản xuất, thương mại sản phẩm nông thôn, góp phần tích cực trong xây dựng nông thôn mới, thực hiện Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) của Chính phủ.

Tuy vậy, bên cạnh những kết quả tích cực, việc xây dựng thương hiệu cộng đồng còn nhiều khó khăn, hạn chế, từ chính sách, thể chế đến các hoạt động tổ chức quản lý, khai thác giá trị của thương hiệu trên thị trường. Thương hiệu cộng đồng chưa thực sự phát huy được hết giá trị so với tiềm năng, mong đợi trên thị trường. Vì vậy, rất cần những giải pháp, chính sách cụ thể nhằm thúc đẩy, nâng cao giá trị, hiệu quả của hoạt động xây dựng, quản lý và phát triển thương hiệu cộng đồng trong thời gian tới.

2. Thực trạng xây dựng, quản lý và phát triển xác lập quyền sở hữu công nghiệp

2.1. Thực trạng xây dựng xác lập quyền sở hữu công nghiệp của Việt Nam

Tính đến 31/10/2019, Cục Sở hữu trí tuệ đã cấp 1.311 Giấy chứng nhận đăng ký chỉ dẫn địa lý (CDĐL), nhãn hiệu chứng nhận (NHCN), nhãn hiệu tập thể (NHHT) cho các sản phẩm nông thôn gắn với dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý, trong đó có 70 CDĐL (5,34%), 305 NHCN (23,3%) và 936 NHHT (71,36%). Đã có 1.096 sản phẩm nông sản (chiếm 83,6 %) và 215 sản phẩm nông thôn khác (chiếm 16,40%) được bảo hộ. Đặc điểm của các sản phẩm được đăng ký bảo hộ là: các sản phẩm đặc sản, tiểu thủ công nghiệp truyền thống của các địa phương, sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý, gắn với cộng đồng ở khu vực nông thôn.

Bảng 1. Số lượng CDĐL, NHHT, NHCN được cấp giấy chứng nhận đăng ký (tính đến 31/10/2019)

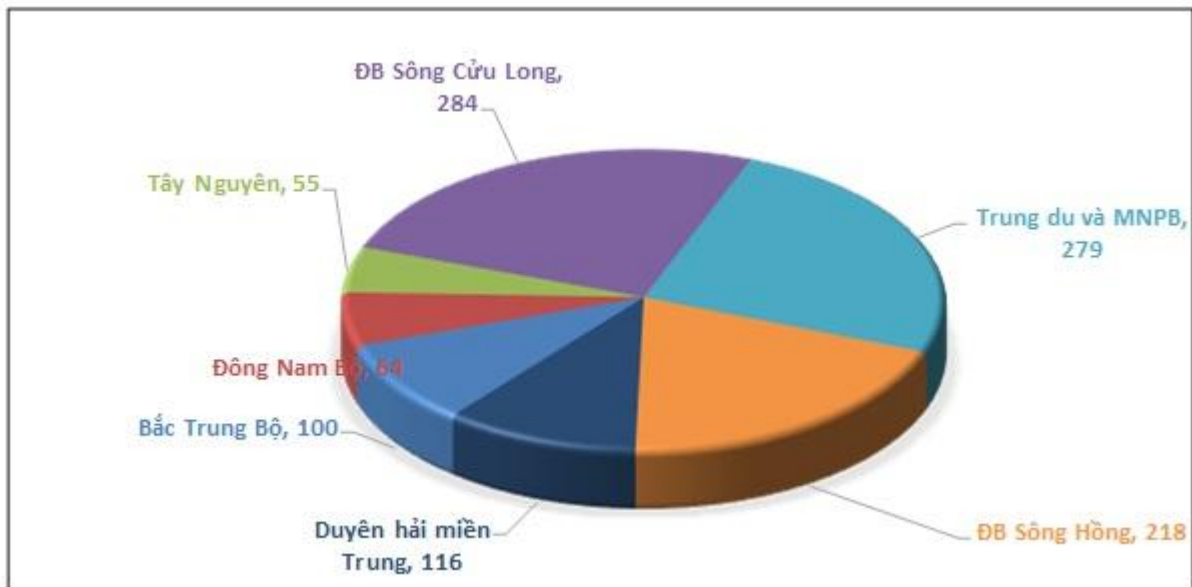
STT	Hình thức bảo hộ	Số lượng		
		Nông sản	Khác	Tổng cộng
1	Chỉ dẫn địa lý (*)	65	5	70
2	Nhãn hiệu chứng nhận	258	12	270
3	Nhãn hiệu tập thể	773	198	971
	Tổng cộng	1.096	215	1.311

Nguồn: Cục Sở hữu trí tuệ 2019

() tính đến 31/10/2019, có 76 CDĐL được bảo hộ, trong đó có 70 CDĐL của Việt Nam và 06 CDĐL của nước ngoài được bảo hộ tại Việt Nam*

Thống kê trên phạm vi cả nước, đã có 41 tỉnh/thành phố có sản phẩm được bảo hộ CDĐL, 61 tỉnh/thành phố có sản phẩm được bảo hộ NHTT và 51 tỉnh/thành phố có sản phẩm được bảo hộ NHCN. Đối với nông sản, vùng có số lượng nông sản được bảo hộ nhiều nhất tính đến tháng 10/2019 là Đồng bằng sông Cửu Long 284 sản phẩm (22,88%), tiếp đến là Trung du và miền núi phía Bắc với 279 sản phẩm (22,48%), Đồng bằng sông Hồng 218 sản phẩm (17,57%), Duyên hải Miền Trung 116 sản phẩm (9,35%), Bắc trung Bộ 100 sản phẩm (8,05%), Đông Nam Bộ 64 sản phẩm (5,15%) và Tây Nguyên là khu vực có số lượng nông sản được bảo hộ thấp nhất với 55 sản phẩm (4,43%).

Biểu đồ 1: Số lượng nông sản được bảo hộ CDĐL, NHTT, NHCN theo vùng (tính đến 31/10/2019)



Nguồn: Cục Sở hữu trí tuệ 2019

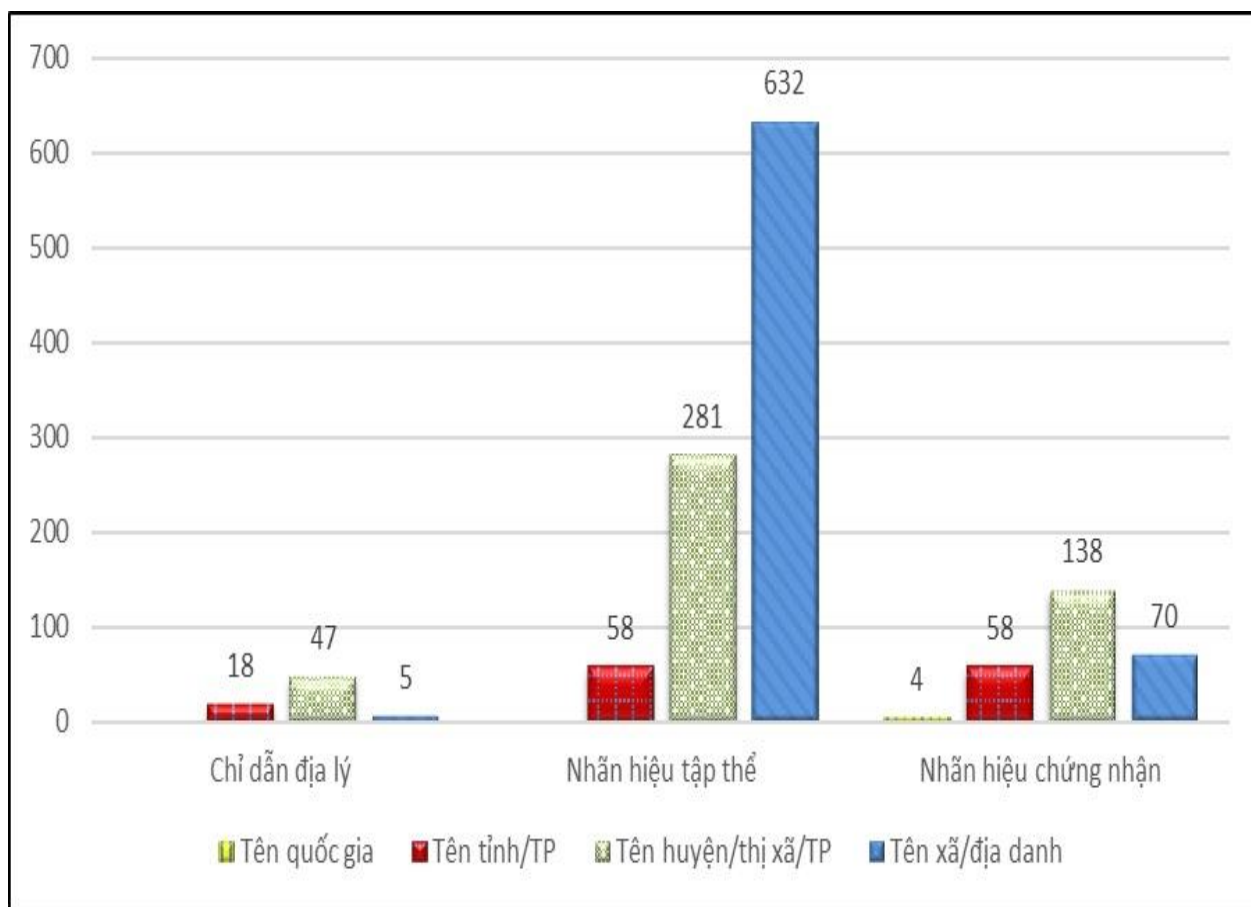
Thực tế cho thấy, hoạt động xây dựng thương hiệu cộng đồng được các địa phương tập trung chỉ đạo và có nhiều chính sách hỗ trợ, đặc biệt là các sản phẩm đặc sản, gắn liền với lợi thế về điều kiện địa lý (tự nhiên, con người). Điển hình như⁽¹⁾: Hải Phòng đã bảo hộ được 60 sản phẩm (54 NHTT, 4 NHCN và 2 CDĐL), Hà Nội bảo hộ 84 sản phẩm (64 NHTT, 20 NHCN), Tiền Giang với 45 sản phẩm (2 CDĐL, 39 NHTT và 4 NHCN)... Hoạt động xây dựng thương hiệu cộng đồng ở các địa phương mang những đặc điểm sau:

- Bảo hộ sản phẩm gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý

Đa số các sản phẩm nông thôn được bảo hộ CDĐL, NHCN và NHTT đều gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý, bao gồm: tên tỉnh, huyện, xã và địa danh khác, trong đó 0,30% sản phẩm được bảo hộ sử dụng tên quốc gia, 10,22% sản phẩm được bảo hộ sử dụng tên tỉnh, 35,55% sử dụng tên huyện và tương đương, 53,93% sử dụng tên xã và tương đương. Trên thực tế, đối với CDĐL và NHCN, có sự tương đồng khi chủ yếu sử dụng tên tỉnh, thành phố, huyện để đăng ký bảo hộ với tỷ lệ là 76,76% và xã là 22,05%. Trong khi đó, đối với NHTT thì đa số sử

dụng tên xã để đăng ký bảo hộ với 65,08%, qua đó cho thấy NHTT được sử dụng đăng ký bảo hộ chủ yếu cho các sản phẩm có quy mô cấp xã.

Biểu đồ 2. Thực trạng sử dụng tên địa danh trong đăng ký bảo hộ SHTT (tính đến tháng 10/2019)

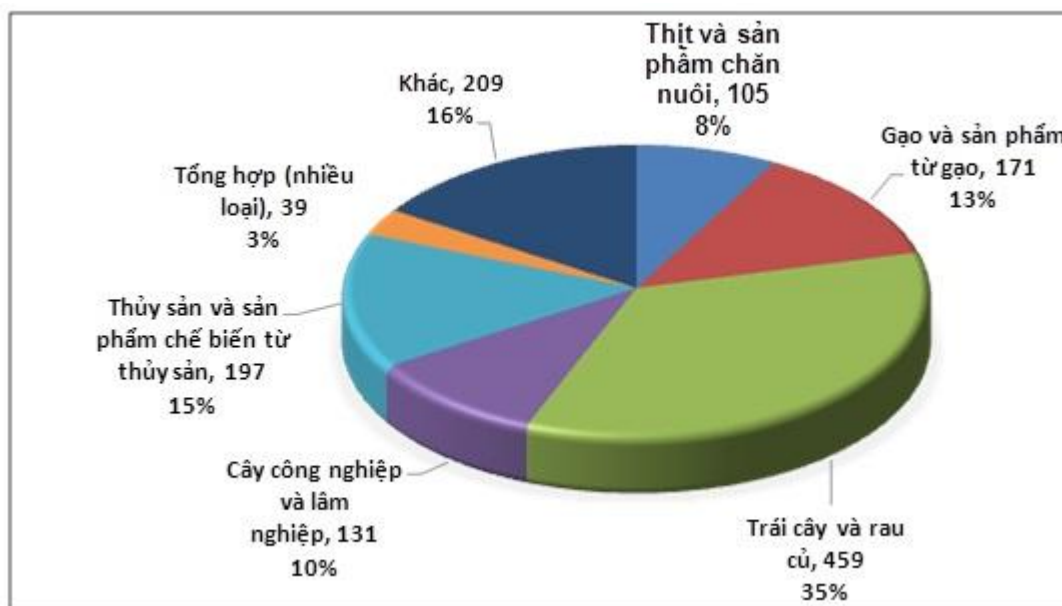


Nguồn: Cục Sở hữu trí tuệ 2019

- Cơ cấu sản phẩm được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ (SHTT)

Đối với sản phẩm, các địa phương đăng ký bảo hộ thương hiệu cộng đồng chủ yếu là cho nông sản và sản phẩm tiểu thủ công nghiệp, trong đó nông sản chiếm tỷ lệ chủ yếu với 81,08% (1.063 sản phẩm), còn lại 18,92% (248 sản phẩm) là các sản phẩm khác. Trong cơ cấu nông sản được bảo hộ, đa phần là nông sản tươi sống, sản phẩm thô và nguyên liệu, sản phẩm chế biến sâu còn hạn chế. Nhóm sản phẩm trái cây và rau củ chiếm tỷ lệ lớn nhất với 35%, tiếp đến là nhóm thủy sản và sản phẩm chế biến từ thủy sản với 15%. Nhóm các sản phẩm thịt và sản phẩm chăn nuôi chiếm tỷ lệ thấp với chỉ khoảng 8%, hay nhóm sản phẩm cây công nghiệp và lâm nghiệp cũng chỉ chiếm 10%, trong khi Việt Nam là một quốc gia có nhiều lợi thế về phát triển về các sản phẩm cây công nghiệp và lâm nghiệp.

Biểu đồ 3. Cơ cấu sản phẩm nông sản được bảo hộ quyền SHTT (tính đến tháng 10/2019)



Nguồn: Cục Sở hữu trí tuệ 2019

- Chủ sở hữu các thương hiệu cộng đồng

Các hình thức bảo hộ thương hiệu công đồng được quy định khác nhau về chủ sở hữu, theo đó đối với CDĐL thì chủ sở hữu thuộc về Nhà nước, Nhà nước cho phép các tổ chức/cá nhân nộp đơn đăng ký bảo hộ CDĐL, do vậy thường thì các CDĐL sẽ do các cơ quan nhà nước nộp hồ sơ đăng ký (Sở Khoa học và Công nghệ, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, UBND tỉnh, UBND huyện/thị xã...). Đối với NHCN thì chủ sở hữu phải là tổ chức có chức năng, năng lực chứng nhận, tuy nhiên, trên thực tế ít có tổ chức nào đáp ứng điều kiện này nên mặc nhiên coi UBND các cấp hoặc các cơ quan chuyên môn của UBND đủ điều kiện đăng ký NHCN. Do đó, chủ sở hữu các NHCN hiện nay chủ yếu là các UBND các cấp hoặc Phòng Kinh tế (hay Phòng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn) chiếm 71%, các Sở chiếm 14%, còn lại là các Chi cục, Trung tâm hoặc các chủ thể khác.

Đối với NHTT, quyền sở hữu, quản lý và sử dụng NHTT thuộc về tổ chức tập thể nộp đơn. Chính vì vậy, vai trò của các tổ chức tập thể đóng vai trò nền tảng, quyết định đến sự phát triển của các NHTT này. Tùy theo đặc điểm của từng sản phẩm, quy mô, phạm vi sản xuất mà các tổ chức được lựa chọn làm chủ sở hữu đăng ký NHTT khác nhau. Trên phạm vi cả nước, tỷ lệ hợp tác xã (HTX) làm chủ sở hữu NHTT chiếm 40%, 34% là các tổ chức chính trị-xã hội (Hội Nông dân, Hội Phụ nữ), 16% là các Hội nghề nghiệp, còn lại là các đối tượng khác (tổ hợp tác, trạm khuyến nông).

2.2. Thực trạng xây dựng xác nhận bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp tại tỉnh Đắk Nông

Theo kết quả thống kê từ Cục Sở hữu trí tuệ, số lượng đơn đăng ký xác lập quyền sở hữu công nghiệp tỉnh Đắk Nông trong giai đoạn 2015-2020 là 160

đơn, số lượng văn bằng bảo hộ được cấp là 60 bằng (bao gồm 01 sáng chế; 05 giải pháp hữu ích; 54 nhãn hiệu). Trong đó, Sở Khoa học và Công nghệ đã hướng dẫn thủ tục đăng ký xác lập quyền sở hữu công nghiệp (Nhãn hiệu, kiểu dáng công nghiệp, Sáng chế/giải pháp hữu ích) cho 38 đơn của các đơn vị, tổ chức, cá nhân và doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Đắk Nông, trong đó có 01 Giải pháp hữu ích, 37 nhãn hiệu.

Các sản phẩm nông nghiệp (rau, củ, quả, cà phê, tiêu, khoai lang, sầu riêng, bơ, xoài...) được đăng ký bảo hộ cho các cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp đã đăng ký bảo hộ nhãn hiệu, nhãn hiệu tập thể.

Đến nay, một số sản phẩm sau khi được bảo hộ đã phát triển tốt như: Nhãn hiệu “Tất Thắng” cho sản phẩm đậu nành, đậu phụng của Công ty Công nghiệp Thực phẩm Tất Thắng và Nhãn hiệu “DANO COFFEE” của Công ty Cổ phần xuất nhập khẩu An Phong Đắk Nông sản phẩm đã phát triển lan rộng trong nước và một số nước khác; Nhãn hiệu “Sầu riêng Gia Trung” của Trang Trại Gia Trung, Nhãn hiệu “Măng cụt Gia Ân” của Trang trại Gia An, “Tiêu hữu cơ Đồng Thuận” của Hợp tác xã Hữu cơ Đồng Thuận, “Tiêu năm màu Hà Phát” của HTX Thương mại Nông nghiệp Thuận Phát...các sản phẩm này đã được phát triển và mang lại lợi nhuận tăng trưởng hàng năm, riêng “Tiêu hữu cơ Đồng Thuận” và “Tiêu năm màu Hà Phát” ở huyện Đắk Song thực hiện quy trình hữu cơ để trồng và chăm sóc nên sản phẩm được bán với giá tăng gấp đôi so với thị trường. Để đạt được điều này, đòi hỏi các cá nhân, doanh nghiệp phải thực hiện các quy trình chuẩn và áp dụng các hệ thống tiêu chuẩn HACCP, Gap, VietGap, Global Gap...để nâng cao chất lượng và giá trị sản phẩm, chuẩn từ khâu đầu vào đến đầu ra được kiểm soát chặt chẽ, cụ thể là trong quy trình trồng trọt thì phải kiểm soát chặt chẽ từ các bước: chọn giống, trồng, chăm sóc, thu hoạch, chế biến và bảo quản để đến tay người tiêu dùng sản phẩm đạt tiêu chuẩn trong nước hoặc quốc tế và được người tiêu dùng ưa chuộng. Qua đó, thấy rằng đối với việc đăng ký bảo hộ và phát triển Nhãn hiệu, Nhãn hiệu tập thể của Doanh nghiệp, Hợp tác xã và cá nhân ngoài nhà nước phát triển mạnh mẽ khi được cấp Văn bằng bảo hộ, còn đối với các chủ thể đăng ký thuộc quản lý của nhà nước thì phát triển chậm, thậm chí còn để tự phát, không có một hướng đi tốt và bền vững chẳng hạn như: Nhãn hiệu tập thể “Khoai lang Tuy Đức” của Hội khoai lang huyện Tuy Đức, “Hồ tiêu Đắk Song” của Hội hồ tiêu huyện Đắk Song... cụ thể là Khoai lang Tuy Đức đến nay đã được bảo hộ và được nhiều địa phương biết đến. Tuy nhiên, việc quản lý và phát triển còn chậm và chưa đi vào quy chuẩn để phát triển xứng tầm với thương hiệu đã có và còn nhiều đối tượng khác chỉ dừng lại ở việc đăng ký chưa thực sự quan tâm đến việc phát triển thương

hiệu của mình, do đó vẫn hoạt động cầm chừng chưa phát triển và vươn xa thị trường trong nước và ngoài nước.

Nhận xét, đánh giá:

Tỉnh Đắk Nông đa số là doanh nghiệp nhỏ và vừa nên các tổ chức, cá nhân vẫn chưa nhận thức được hết vai trò của các đối tượng sở hữu công nghiệp. Khi đăng ký bảo hộ chỉ tập trung vào việc đăng ký tên cơ sở, hộ kinh doanh của mình. Số lượng các tổ chức, cá nhân đăng ký bảo hộ SHCN chủ yếu là nhãn hiệu, các đối tượng khác còn rất ít.

Nhìn chung, được sự hỗ trợ hướng dẫn kịp thời từ cơ quan quản lý, trực tiếp là Sở Khoa học và Công nghệ và đồng thời làm tốt công tác tuyên truyền như Tập huấn về công tác xác lập quyền sở hữu công nghiệp, Hội nghị, Hội thảo về hoạt động quản lý sở hữu trí tuệ và các văn bản pháp quy về Sở hữu trí tuệ, từ đó nâng cao nhận thức của các tổ chức, cá nhân và doanh nghiệp trong việc đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với các sản phẩm nông sản tại địa phương. Từ đó, một số cá nhân, đơn vị đã nhận thức việc đăng ký bảo hộ là rất quan trọng trong hoạt động và phát triển của đơn vị, do đó đã sớm tiến hành bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ cho các sản phẩm của mình.

2.3. Thực trạng hỗ trợ bảo hộ, phát triển tài sản trí tuệ cho các sản phẩm chủ lực địa phương

Đối với các sản phẩm nông sản đặc thù của địa phương hiện tại, đã được đăng ký bảo hộ nhãn hiệu, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận như: măng cụt, sầu riêng, khoai lang, hồ tiêu, cà phê, xoài, rau củ quả... cụ thể đã được Cục Sở hữu trí tuệ cấp văn bằng gồm: Nhãn hiệu “Nguyễn Trùng Thảo + logo” cho sản phẩm đông trùng hạ thảo của Công ty TNHH TMSX Thảo Nguyễn huyện Tuy Đức; Nhãn hiệu “Cà phê Minh Khôi” của ông Châu Minh Quang huyện Tuy Đức và Kiểu dáng công nghiệp “Bao gói cà phê” của bà Vũ Thị Hương huyện Cư Jút; Nhãn hiệu “Sơn Phát + logo” cho sản phẩm miến dong của bà Nguyễn Hải Hồng ở xã Đắk Nia; Nhãn hiệu “Hoa trà Tây Nguyên + hình” của bà Nguyễn Thị Đào, xã Năm N’Jang, huyện Đắk Song; “Gia Ân + hình” cho sản phẩm măng cụt của ông Trần Quang Đông, xã Đắk Nia, thị xã Gia Nghĩa; Nhãn hiệu “Sầu riêng Gia Trung”;

Nhãn hiệu tập thể “Khoai lang Tuy Đức”, “Tiêu Đắk Song”, “Hồ tiêu hữu cơ Đồng Thuận”, “Hồ tiêu năm màu Hà Phát” và một số sản phẩm đã nộp đơn đăng ký bảo hộ Nhãn hiệu tập thể đang chờ Cục Sở hữu trí tuệ cấp văn bằng như: Rau Đắk R’Lấp, Cà phê Đắk Mil, Sầu riêng Đắk Mil, Xoài Đắk Mil, Lúa + gạo Krông Nô, Khoai lang Đắk Glong. Qua đó, thấy rằng mỗi huyện đã chọn có 01 đến 03 sản phẩm đặc thù để tiến hành đăng ký bảo hộ.

Đối với sản phẩm Bơ là sản phẩm tiềm năng của tỉnh và đã được thực hiện Chương trình “Đất Nông – Mùa bơ chín” năm 2018 nhằm xây dựng một thương hiệu cho nó để xứng tầm với tên gọi và phát triển trong thời gian tới. UBND tỉnh đã đồng ý cho Trung tâm Dịch vụ kỹ thuật Nông nghiệp huyện Krông Nô sử dụng địa danh “Krông Nô” trong xây dựng đăng ký bảo hộ nhãn hiệu chứng nhận “Bơ Núi lửa Krông Nô + hình”.

Nhận xét đánh giá:

- Các địa phương và chủ sở hữu các nhãn hiệu chưa chủ động, còn lúng túng và gặp nhiều khó khăn trong việc xây dựng và thực hiện kế hoạch quản lý, phát triển nhãn hiệu vì nhiều nguyên nhân như: đây là vấn đề mới; đa phần các đơn vị được giao làm chủ sở hữu nhãn hiệu là các đơn vị quản lý nhà nước, thực hiện công tác quản lý nhãn hiệu theo chế độ kiêm nhiệm, chưa có kinh nghiệm; phụ thuộc rất nhiều vào các đơn vị tư vấn;...

- Một số nông sản do vùng sản xuất vượt diện tích theo quy hoạch, điều kiện sản xuất thay đổi, chất lượng con giống, cây giống không đảm bảo nguồn gốc xuất xứ, năng suất, chất lượng không ổn định và có chiều hướng gia tăng theo nhu cầu của thị trường, giá nông sản bấp bênh, dịch bệnh lây lan... gây ảnh hưởng đến công tác đăng ký bảo hộ.

- Việc thiếu thông tin cần thiết, phá vỡ quy hoạch, chảy theo nhu cầu của thị trường đối với các nông sản địa phương đề xuất đăng ký nhãn hiệu gây khó khăn cho Sở Khoa học và Công nghệ trong công tác tham mưu Ủy ban nhân dân tỉnh cho phép đăng ký bảo hộ.

- Nhận thức của một bộ phận người sản xuất, kinh doanh nông sản, nhất là người dân ở những vùng có chỉ dẫn địa lý gắn liền với đặc sản, về lợi ích của việc đăng ký còn chưa rõ ràng, thậm chí là hoài nghi. Một phần là do thói quen, một phần là do khâu quản lý chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận ở một số nơi chưa đáp ứng yêu cầu, lợi ích sau khi đăng ký cũng còn hạn chế, nên không mặn mà với cái gọi là “sở hữu tập thể”.

- Cơ chế phối hợp, cung cấp thông tin giữa các cơ quan thực thi chưa được các cơ quan, đơn vị có chức năng quan tâm đúng mức.

3. Một số kiến nghị, đề xuất về xây dựng, quản lý thương hiệu, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể, chỉ dẫn địa lý tại địa phương

Sự phát triển của thị trường nông sản trong giai đoạn vừa qua đã cho thấy vị trí, vai trò và tiềm năng rất lớn của các sản phẩm nông nghiệp với sự hỗ trợ của các thương hiệu cộng đồng trong việc đáp ứng các nhu cầu của người tiêu dùng trong nước cũng như hội nhập kinh tế quốc tế. Có thể thấy, đối với các sản

phẩm đặc sản địa phương, ngoài những lợi thế về chất lượng, yếu tố sản xuất, tiêu dùng mang tính văn hóa, truyền thống... thì hương phát triển gắn với thương hiệu cộng đồng là một hướng đi phù hợp, trở thành công cụ hiệu quả trong phát triển bền vững sản xuất và thị trường, đưa nông sản Việt Nam tiến xa hơn ra thế giới. Tuy vậy, trước bối cảnh sự phát triển các thương hiệu cộng đồng còn gặp nhiều khó khăn, cần những giải pháp để thúc đẩy hoạt động xây dựng và quản lý trong thời gian tới.

Tăng cường công tác đào tạo, nâng cao năng lực: trong đó cần xây dựng và bổ sung các nội dung đào tạo, tập huấn về quản trị và phát triển thương hiệu trong các chương trình tập huấn, nâng cao năng lực cho các HTX, cán bộ quản lý HTX, làng nghề, đào tạo nghề nông thôn. Xác định năng lực quản trị và phát triển thương hiệu nông sản là một nội dung chính trong chương trình đào tạo, nhằm thúc đẩy và nâng cao hiệu quả hoạt động của các HTX, Hội/hiệp hội, đặc biệt là năng lực thương mại.

Công tác tạo lập, quản lý và phát triển các nhãn hiệu nông sản sở hữu cộng đồng đã đạt được một số kết quả nhất định. Để đạt được những kết quả đó là do có được một số thuận lợi như: Cùng với các nhãn hiệu phải đăng ký theo Chương trình nhãn hiệu nông sản đặc thù của tỉnh, việc các địa phương chủ động đề xuất, kiến nghị đăng ký các nhãn hiệu nông sản thế mạnh của địa phương mình cho thấy sự quan tâm và định hướng tốt của lãnh đạo Tỉnh, lãnh đạo các địa phương; Sự hỗ trợ của Cục Sở hữu trí tuệ, các đại diện sở hữu công nghiệp trong giải quyết hồ sơ đăng ký giúp đẩy nhanh tiến độ đăng ký bảo hộ nhãn hiệu; Nhận thức của tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh về vai trò và tầm quan trọng của nhãn hiệu ngày một nâng cao.

Về chính sách hỗ trợ của nhà nước, địa phương còn tồn tại một vấn đề như: i) tập trung chủ yếu vào nội dung xây dựng hồ sơ đăng ký, hoạt động hỗ trợ quản lý và phát triển còn nhiều hạn chế, dẫn đến các sản phẩm được bảo hộ chưa thực sự phát huy được giá trị như mong đợi; ii) có nhiều nguồn lực hỗ trợ ở các nội dung khác nhau, tập trung ở ba ngành là: Khoa học và Công nghệ, Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Công Thương, nhưng sự phối hợp và tập trung nguồn lực còn rất hạn chế, dẫn đến nguồn lực bị phân tán, chưa phát huy được hết hiệu quả.

Về chủ thể đăng ký bảo hộ SHTT: đối với các NHTT, nhiều địa phương lựa chọn các tổ chức chính trị - xã hội (Hội nông dân, Hội phụ nữ), hoặc các Hội làm vườn... làm chủ sở hữu, gây khó khăn trong công tác quản lý, phát triển bởi NHTT không gắn với mục tiêu hoạt động, chức năng, nhiệm vụ được giao của tổ chức. Đối với NHCN thì chủ yếu là các cơ quan quản lý nhà nước, đặc biệt là UBND huyện, các phòng chuyên môn, thiếu chức năng và năng lực về chứng nhận sản phẩm, chưa có sự tách biệt giữa quản lý nhà nước và mối quan hệ dân sự theo quy định của Luật SHTT. Đối với các CDĐL, đây là một đối tượng đặc biệt, yêu cầu cao về chuyên môn SHTT, do đó nhiều địa phương giao cho

UBND huyện, Chi cục thuộc Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn làm chủ sở hữu gây khó khăn cho các chủ thể trong hoạt động xây dựng hồ sơ, quy định và tổ chức bộ máy quản lý các CDĐL.

Vấn đề lựa chọn sản phẩm để bảo hộ chưa gắn với thực tiễn và yêu cầu sản xuất, kinh doanh ở địa phương cũng như nhu cầu của thị trường. Sản phẩm bảo hộ thường là các sản phẩm nguyên liệu thô, rất ít sản phẩm chế biến, hoặc những sản phẩm không gắn với truyền thống hay sản phẩm không gắn với giống truyền thống Điều này hạn chế gia tăng giá trị cho sản phẩm tương xứng với tiềm năng và danh tiếng của các đặc sản địa phương.

Đối với quản lý và phát triển các NHTT: Do đặc thù về điều kiện sản xuất phân tán, nhỏ lẻ, nên nhiều địa phương không xây dựng và thành lập được các HTX, hoặc các HTX hoạt động chưa hiệu quả, do đó việc phát triển thương hiệu cho nông sản không lựa chọn được HTX mà phải giao cho các hội nghề nghiệp hoặc tổ chức chính trị-xã hội làm chủ sở hữu. Điều này dẫn đến những khó khăn trong quản lý và phát triển NHTT, đó là: i) năng lực, vai trò tổ chức, phát triển thương mại, tham gia trực tiếp vào các kênh phân phối còn hạn chế, thiếu sự liên kết trong sản xuất do đó ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất của cộng đồng; ii) các tổ chức chính trị nghề nghiệp thực hiện chức năng kiêm nhiệm, thiếu nguồn lực để tổ chức, thúc đẩy các NHTT; iii) nếu lựa chọn HTX thì quy mô và khả năng mở rộng thành viên của các HTX là yếu tố làm ảnh hưởng đến quyền lợi của các cá nhân khác trong cộng đồng... Ngoài ra, việc giải thể, sắp xếp lại tổ chức của địa phương dẫn đến vấn đề chuyển đổi chủ sở hữu NHTT cũng gây ra những khó khăn trong quản lý và phát triển bền vững các đặc sản địa phương dưới hình thức NHTT.

Sự hỗ trợ của Nhà nước chưa liên tục và chỉ tập trung hỗ trợ các nội dung đăng ký bảo hộ, còn các nội dung về quản lý, phát triển thị trường còn hạn chế, chưa đủ để thúc đẩy và nâng cao năng lực của đơn vị quản lý, đặc biệt là các tổ chức tập thể. Bên cạnh đó, sự đồng hành của các doanh nghiệp thành viên cho các hoạt động phát triển thương hiệu cộng đồng cùng với thương hiệu của từng doanh nghiệp còn chưa cao, trong khi để tiếp cận và phát triển được thị trường thì các tổ chức tập thể cần sự hỗ trợ, đồng hành thường xuyên, liên tục, đặc biệt là các vấn đề về xây dựng sản phẩm, quảng bá và phát triển thị trường.

Tiếp tục triển khai thực hiện *Nghị quyết số 54/2019/NQ-HĐND ngày 11/12/2019 của Hội đồng nhân dân về việc ban hành về Quy định chính sách hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo và thông qua chủ trương thực hiện hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa khởi nghiệp sáng tạo trên địa bàn tỉnh Đắk Nông đến năm 2025; Quyết định 3018/QĐ-UBND ngày 31/12/2019 của UBND tỉnh Đắk Nông về việc hướng dẫn thực hiện Chính sách hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo trên địa bàn tỉnh Đắk Nông đến năm 2025; Quyết định số 3019/QĐ-UBND ngày 31/12/2019 của UBND tỉnh, phê duyệt Đề án “Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa khởi nghiệp sáng tạo tỉnh Đắk Nông đến năm 2025”*

trong đó nội dung hỗ trợ tư vấn về Sở hữu trí tuệ, khai thác và phát triển tài sản trí tuệ cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa tham gia Hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo nhằm triển khai thực hiện.

Trên đây là báo cáo thực trạng và giải pháp đẩy mạnh xây dựng nhãn hiệu, thương hiệu, chỉ dẫn địa lý các sản phẩm nông nghiệp trên địa bàn tỉnh. Đề nghị Sở Nông nghiệp và phát triển nông thôn xem xét, tổng hợp./.

Nơi nhận:

- Sở NN&PTNT;
- Giám đốc, Phó GD Sở;
- Lưu: VT, CN-SHTT.

**KT. GIÁM ĐỐC
PHÓ GIÁM ĐỐC**

Nguyễn Viết Thuật