



Đồi chè Mộc Châu, Sơn La.

# QUẢN LÝ VÀ PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU SẢN PHẨM CHỦ LỰC MANG ĐỊA DANH CỦA SƠN LA

ThS Nguyễn Trung Hiếu<sup>1</sup>, TS Nguyễn Minh Đức<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Cục Sở hữu Trí tuệ, Bộ Khoa học và Công nghệ

<sup>2</sup>Phó Chủ tịch Liên hiệp Các hội Khoa học và Kỹ thuật tỉnh Sơn La



Trong thời gian qua, công tác quản lý và phát triển thương hiệu sản phẩm chủ lực mang địa danh của tỉnh Sơn La đã góp phần định hướng cho hoạt động sản xuất kinh doanh các sản phẩm chủ lực của tỉnh phát triển theo hướng gia tăng giá trị và bền vững. Tuy nhiên, công tác này còn bộc lộ một số hạn chế, cần có giải pháp đồng bộ, khả thi để khắc phục trong thời gian tới.



## Một số kết quả đạt được

Giai đoạn 2017-2023, tỉnh Sơn La đã tập trung đẩy mạnh việc xây dựng thương hiệu các sản phẩm nông sản chủ lực, lựa chọn các sản phẩm đáp ứng yêu cầu xuất khẩu để đăng ký bảo hộ tại nước ngoài. Tính đến hết tháng 12/2023, Sơn La đã có 26 nông sản chủ lực được cấp văn bằng bảo hộ dưới hình thức chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận và nhãn hiệu tập thể. Cụ thể là: 03 sản phẩm được bảo hộ dưới hình thức chỉ dẫn địa lý (cà phê Sơn La, chè Shan tuyết Mộc Châu, xoài tròn Yên Châu); 03 sản phẩm được bảo hộ dưới hình thức nhãn hiệu tập thể (chè Tà Xùa Bắc Yên, mật ong Sơn La, khoai sọ Cù Cang); 20 sản phẩm nông sản được bảo hộ dưới hình thức nhãn hiệu chứng nhận như: chè Olong Mộc Châu, rau an toàn Mộc Châu, nhãn Sông Mã, cam Phù Yên, táo Sơn tra Sơn La, bơ Mộc Châu, na Mai Sơn, chè Phổng Lái, nếp Mường, chanh leo Sơn La...

Sản phẩm chè Shan tuyết Mộc Châu được bảo hộ tại thị trường Thái Lan năm 2017. Đây là nông sản đầu tiên của tỉnh đăng ký bảo hộ tại thị trường nước ngoài. Bên cạnh đó, theo cam kết tại Hiệp định Thương mại tự do giữa Việt Nam - Liên minh châu Âu (EVFTA), sản phẩm chè Shan Tuyết và xoài tròn Yên Châu được bảo hộ tại thị trường châu Âu.



Về kết quả quản lý và phát triển thương hiệu các sản phẩm nông nghiệp chủ lực mang địa danh ở Sơn La, có thể đánh giá khái quát như sau: 1) Nâng cao nhận thức và sự quan tâm của các cấp, các ngành, tạo sự chuyển biến tích cực trong nhận thức của doanh nghiệp và người dân đối với các sản phẩm chủ lực của địa phương; 2) Nhiều sản phẩm chủ lực của tỉnh sau khi được cấp văn bằng bảo hộ đã phát huy được giá trị, mở rộng vùng sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm, thu hút nhiều doanh nghiệp, tập đoàn lớn đến xây dựng nhà máy, đầu tư dây chuyền công nghệ tiên tiến chế biến sâu sản phẩm; 3) Việc xây dựng thương hiệu cho sản phẩm chủ lực của tỉnh đã hỗ trợ hình thành và thúc đẩy hoạt động ứng dụng tiến bộ khoa học và công nghệ (KH&CN) trong sản xuất, thu hoạch và bảo quản sản phẩm; 4) Tỉnh Sơn La đã và đang triển khai nhiều giải pháp xúc tiến thương mại, tiếp cận và mở rộng thị trường các sản phẩm mang địa danh của tỉnh được bảo hộ thông qua các kênh bán lẻ hiện đại, hệ thống siêu thị trong và ngoài nước; 5) Bộ máy quản lý nhà nước đối với hoạt động sở hữu trí tuệ từng bước được kiện toàn; 6) Công tác thanh tra, kiểm tra đối với hoạt động sử dụng thương hiệu các sản phẩm chủ lực mang địa danh được duy trì, góp phần ổn định thị trường, giữ gìn kỷ cương pháp luật trong hoạt động bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ.

### Một số vấn đề đặt ra

Bên cạnh những kết quả đạt được, công tác quản lý và phát triển thương hiệu sản phẩm chủ lực mang địa danh của tỉnh Sơn La cũng đặt ra một số vấn đề. Cụ thể:

*Thứ nhất*, chất lượng công tác xây dựng và triển khai thực hiện kế hoạch phát triển thương hiệu sản phẩm chủ lực của tỉnh giai đoạn 2017-2022 còn nhiều hạn chế. Cụ thể là mới tập trung ở việc hỗ trợ đăng ký bảo hộ thương hiệu sản phẩm; chưa có các giải pháp hữu hiệu cho việc quảng bá, xúc tiến thương mại để thúc đẩy và nâng cao giá trị cho các sản phẩm mang thương hiệu của tỉnh ở thị trường trong và ngoài nước.

*Thứ hai*, số lượng sản phẩm chủ lực mang địa danh của tỉnh chủ yếu là đăng ký bảo hộ dưới hình thức nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận (23/26 sản phẩm). Trong khi các sản phẩm xuất khẩu muốn nâng cao giá trị thương mại phải là các sản phẩm được đăng ký bảo hộ dưới hình thức Chỉ dẫn địa lý.

*Thứ ba*, chưa có cơ chế riêng trong việc sử dụng nguồn vốn ngân sách địa phương để hỗ trợ cho các dự án xây dựng, quản lý và phát triển thương hiệu sản phẩm mang địa danh của tỉnh.

*Thứ tư*, việc ứng dụng các tiến bộ KH&CN mới trong sản xuất, thu hoạch, bảo quản và tiêu thụ sản phẩm còn hạn chế. Điều này dẫn đến nhiều sản phẩm chưa đảm bảo các tiêu chí chất lượng theo hồ sơ đăng ký bảo hộ thương hiệu. Một số sản phẩm xuất khẩu chưa đáp ứng được các tiêu chuẩn của nước nhập khẩu.

*Thứ năm*, hoạt động quản lý vẫn tập trung vào việc kiểm tra, kiểm soát, chưa chuyển sang tư duy phục vụ hoạt động phát triển và quảng bá thương hiệu cho các sản phẩm. Việc hỗ trợ để thành lập các tổ chức quản lý bên trong (tự quản lý) của từng sản phẩm theo chuỗi giá trị chưa được quan tâm. Một số tổ chức hội đã được thành lập nhưng kém hiệu quả. Chưa có cơ chế để tạo nguồn kinh phí hoạt động cho các tổ chức hội, các hợp tác xã kiểu mới để tăng cường sự giám sát quy trình sản xuất của các tổ chức cá nhân được quyền sử dụng thương hiệu sản phẩm, dẫn đến sự bất bình đẳng về chất lượng sản phẩm mang thương hiệu.

*Thứ sáu*, công tác tuyên truyền, phổ biến, giáo dục pháp luật, chính sách về sở hữu trí tuệ và bảo vệ thương hiệu sản phẩm chưa được quan tâm đúng mức. Nhiều tổ chức, cá nhân trên địa bàn tỉnh chưa nhận thức được tầm quan trọng của việc tạo dựng, phát triển thương hiệu các sản phẩm của chính mình.

*Thứ bảy*, công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát đối với hoạt động sử dụng thương hiệu sản phẩm chưa được tiến hành thường xuyên, hiệu quả chưa cao. Việc tổ chức thanh tra, kiểm tra bộc lộ nhiều hạn chế. Công tác hậu kiểm sau khi các doanh nghiệp, hợp tác xã và các hộ gia đình được cấp quyền sử dụng thương hiệu sản phẩm còn bị buông lỏng. Sự phối hợp hoạt động giữa các cơ quan quản lý thương hiệu các sản phẩm chủ lực mang địa danh ở một số lĩnh vực chưa thường xuyên và chưa mang lại hiệu quả thiết thực.

### Giải pháp

Để góp phần hoàn thiện công tác quản lý và phát triển thương hiệu sản phẩm chủ lực mang địa danh của tỉnh Sơn La, trong giai đoạn 2024-2030 và các năm tiếp theo, cần tập trung thực hiện một số giải pháp sau:

*Một là*, nâng cao chất lượng công tác kế hoạch phát triển thương hiệu các sản phẩm chủ lực của tỉnh. Trong đó cần tập trung đáp ứng các yêu cầu: (i) Xác định rõ phương hướng, mục tiêu xây dựng và phát triển thương hiệu sản phẩm chủ lực của tỉnh cần đạt được; (ii) Xác định rõ danh mục các sản phẩm chủ lực có tiềm năng xuất khẩu; (iii) Đề ra được các giải pháp để tổ chức triển khai thực hiện kế hoạch; (iv) Xác định được nguồn kinh phí thực hiện kế hoạch.



*Hai là*, xác định được danh mục các sản phẩm chủ lực của tỉnh Sơn La cần chuyển sang đăng ký bảo hộ Chỉ dẫn địa lý. Các sản phẩm đã có thương hiệu, đang được bảo hộ dưới hình thức nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể của tỉnh Sơn La cần được nâng cấp lên thương hiệu mang Chỉ dẫn địa lý để phục vụ xuất khẩu trong giai đoạn 2023-2030 là: mật ong Sơn La, xoài Sơn La, chè Phòng Lái, táo Sơn tra Sơn La.

*Ba là*, ban hành cơ chế riêng về sử dụng ngân sách địa phương để hỗ trợ việc xây dựng và quảng bá thương hiệu sản phẩm chủ lực mang địa danh của tỉnh. Luật Ngân sách Nhà nước quy định việc sử dụng ngân sách địa phương và nguồn vượt thu được để lại thuộc thẩm quyền của chính quyền cấp tỉnh (hàng năm, tỉnh Sơn La đều vượt thu trên 100 tỷ đồng). Vì vậy, HĐND tỉnh cần ban hành cơ chế sử dụng nguồn vượt thu, được để lại hỗ trợ việc xây dựng và quảng bá thương hiệu sản phẩm chủ lực mang địa danh của tỉnh.

*Bốn là*, đẩy mạnh xã hội hóa trong việc huy động nguồn lực trong và ngoài tỉnh cho việc quản lý và phát triển thương hiệu cho các sản phẩm chủ lực của tỉnh theo hướng sau: 1) Nguồn vốn Trung ương hỗ trợ đăng ký bảo hộ Chỉ dẫn địa lý cho sản phẩm xuất khẩu của tỉnh; 2) Nguồn vốn chi sự nghiệp KH&CN của tỉnh hỗ trợ việc quảng bá thương hiệu cho các sản phẩm chủ lực; 3) Nguồn vốn của các doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh tập trung vào việc đầu tư phát triển vùng nguyên liệu, nâng cao chất lượng, công suất các nhà máy chế biến nông sản xuất khẩu, đầu tư hình thành các trung tâm dịch vụ logistic để kết nối tiêu thụ sản phẩm đến các siêu thị ngoài tỉnh và phục vụ xuất khẩu; 4) Nguồn vốn của các hợp tác xã, các hộ gia đình đầu tư vào việc ứng dụng các tiến bộ KH&CN trong sản xuất để đáp ứng các tiêu chuẩn xuất khẩu...

*Năm là*, đẩy mạnh việc ứng dụng các tiến bộ KH&CN trong sản xuất, thu hoạch, bảo quản và tiêu thụ sản phẩm mang thương hiệu. Để làm được điều này, cần tập trung vào một số nội dung sau: (i) Khuyến khích các hộ gia đình ứng dụng tiến bộ kỹ thuật để tạo giống mới, thâm canh nâng cao năng suất, chất lượng; (ii) Khuyến khích hình thành vùng sản xuất hàng hóa nông sản an toàn tập trung, xây dựng liên kết giữa khu vực sản xuất, sơ chế, chế biến, bảo quản và khu vực phân phối, bán lẻ; (iii) Khuyến khích các doanh nghiệp, hợp tác xã đầu tư nâng cao chất lượng các sản phẩm mang thương hiệu theo tiêu chuẩn xuất khẩu; (iv) Khuyến khích các hộ gia đình ứng dụng các tiến bộ KH&CN để tạo ra các sản phẩm trái vụ (chín sớm, chín muộn) nhằm phát huy lợi thế cạnh

tranh với các sản phẩm cùng loại của các tỉnh bạn; (v) Hỗ trợ áp dụng các tiến bộ KH&CN trong sản xuất và bảo quản sản phẩm chủ lực mang thương hiệu.

*Sáu là*, tiếp tục kiện toàn bộ máy quản lý Nhà nước về sở hữu trí tuệ và quản lý các sản phẩm mang thương hiệu của tỉnh. Việc này cần tập trung theo hướng sau: (i) Xây dựng bộ máy quản lý nhà nước đối với thương hiệu sản phẩm trên địa bàn một cách hợp lý, phân công chức năng, nhiệm vụ giữa các sở, ngành, UBND các huyện, thành phố một cách rõ ràng để tránh chồng chéo; (ii) Tiếp tục củng cố, nâng cao vai trò hoạt động của các hội, hiệp hội trên địa bàn tỉnh để phối hợp quản lý; (iii) Tăng cường việc tổ chức bồi dưỡng, tập huấn nâng cao kiến thức, nhận thức, kỹ năng tự quản lý thương hiệu cho các hợp tác xã và các hộ gia đình; (iv) Tổ chức đoàn cán bộ, doanh nghiệp, hợp tác xã, các hộ gia đình đang tham gia chuỗi giá trị của các sản phẩm mang thương hiệu của tỉnh đi học tập kinh nghiệm phát triển và liên kết tiêu thụ sản phẩm trong nước và quốc tế.

*Bảy là*, tiếp tục đẩy mạnh công tác tuyên truyền, phổ biến, giáo dục pháp luật, chính sách về sở hữu trí tuệ và bảo vệ thương hiệu sản phẩm cho các tổ chức và cá nhân trên địa bàn tỉnh. Đổi mới các hình thức tuyên truyền, phổ biến pháp luật, các quy định của Nhà nước về sở hữu trí tuệ và thương hiệu sản phẩm; tập trung phổ biến các cơ chế, chính sách khuyến khích đầu tư phát triển thương hiệu sản phẩm theo chiều sâu đến các tổ chức, doanh nghiệp và cộng đồng để họ tự giác tham gia chấp hành và có định hướng đầu tư phát triển phù hợp. Tổ chức vận động người dân tự bảo vệ thương hiệu sản phẩm; nâng cao ý thức trong sản xuất, thu hoạch và bảo quản sản phẩm có chất lượng cao theo các tiêu chuẩn và yêu cầu của các đơn vị tiêu thụ và các nước nhập khẩu.

*Tám là*, tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra hoạt động sản xuất và kinh doanh các sản phẩm chủ lực mang thương hiệu trên địa bàn tỉnh. Thanh tra, kiểm tra, giám sát và xử lý sai phạm là một nội dung quan trọng trong công tác quản lý nhà nước, nhằm phát hiện và kịp thời chấn chỉnh các tổ chức, cá nhân vi phạm các quy định của pháp luật. Đồng thời, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp, hợp tác xã, các hộ gia đình thực hiện quyền sử dụng thương hiệu sản phẩm một cách thuận lợi, đúng pháp luật, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội