PHÁT TRIỂN TÀI SẢN TRÍ TUỆ Ở BẮC GIANG: KẾT QUẢ VÀ BÀI HỌC KINH NGHIỆM

ThS Nguyễn Đức Kiên
Giám đốc Sở KH&CN Bắc Giang

Giai đoạn 2011-2015, Sở Khoa học và Công nghệ (KH&CN) tỉnh Bắc Giang đã đề xuất và được Bộ KH&CN phê duyệt cho thực hiện một số dự án thuộc Chương trình hỗ trợ phát triển tài sản trí tuệ như: Quản lý và phát triển chỉ dẫn địa lý Lục Ngạn cho sản phẩm vải thiều của huyện Lục Ngạn (pha 2); Tạo lập, quản lý và phát triển nhãn hiệu chứng nhận "Gà đồi Yên Thế" cho sản phẩm gà đồi của huyện Yên Thế; Xây dựng, quản lý và phát triển nhãn hiệu tập thể "Gạo thơm Yên Dũng" cho sản phẩm gạo thơm của huyện Yên Dũng... Các dự án đã có tác động tích cực đối với sự phát triển nông nghiệp, nông dân và nông thôn tỉnh Bắc Giang. Bài viết điểm lại một số kết quả nổi bật và bài học kinh nghiệm rút ra thông qua việc thực hiện các dự án hỗ trợ phát triển tài sản trí tuệ của tỉnh trong giai đoạn này.

Kết quả

Thời gian vừa qua, với sự chỉ đạo sát sao, quyết liệt của Tỉnh ủy, HĐND, UBND tỉnh, sự quan tâm đặc biệt của Cục Sở hữu trí tuệ (Bộ KH&CN), sự tích cực, chủ động của các địa phương và nỗ lực của ngành KH&CN, tỉnh Bắc Giang đã có 363 nhãn hiệu, 42 kiểu dáng công nghiệp, giải pháp hữu ích và sáng chế được cấp văn bằng bảo hộ. Trong đó có 18 sản phẩm nông nghiệp (vải thiều, mật ong, cam Lục Ngạn; bưởi, rau cần Hiệp Hòa; na dai, dứa Lục Nam; gà đồi Yên Thế; lạc, vải sớm Tân Yên; gạo thơm Yên Dũng...) và 6 sản phẩm tiểu thủ công nghiệp, làng nghề (rượu làng Vân; mây tre đan Tăng Tiến; mỳ, bánh đa Kế...).

Đối với sản phẩm vải thiều Lục Ngạn, Sở KH&CN Bắc Giang đã hỗ trợ Hội làm vườn huyện Lục Ngạn xây dựng nhãn hiệu tập thể "Vải thiều Lục Ngạn" và đã được Cục Sở hữu trí tuệ cấp Giấy chứng nhận đăng ký bảo hộ nhãn hiệu tập thể số 62801 (theo Quyết định số 4930/QĐ-ĐK ngày 17.5.2005). Tiếp đó, sản phẩm vải thiều Lục Ngạn được cấp Giấy chứng nhận đăng ký chỉ dẫn địa lý (năm 2008). Sau khi xây dựng được thương hiệu, nhiều nhà phân phối sản phẩm trong nước đã đến khảo sát, tìm hiểu khả năng phối hợp với địa phương để đưa sản phẩm đúng nguồn gốc, xuất xứ ra thị trường, đặc biệt là thị trường nước ngoài như Trung Quốc, Nhật Bản, các nước ASEAN...; từ đó nâng cao hiệu quả kinh tế của ngành, mang lại lợi ích cho người trồng vải, góp phần phát triển kinh tế nông nghiệp, nông thôn của tỉnh. Giá bán sản phẩm vải thiều Lục Ngạn bình quân trong nước năm 2008 là 8.000 đồng/kg, năm 2009: 10.000 đồng/kg, năm 2010: 13.000 đồng/kg, năm 2015: 30.000 đồng/kg. Giá bán xuất khẩu sang Trung Quốc năm 2008: 4 NDT/kg, năm 2009: 4,3 NDT/kg, năm 2010: 6,0 NDT/kg, năm 2015: 12 NDT/kg. Giá bán vải thiều Lục Ngạn luôn cao hơn các địa phương khác 1,33-2,0 lần, cá biệt, đầu vụ thu hoạch 2011, giá bán vải thiều của Lục Ngạn cao hơn các địa phương khác 1,63-2,16 lần. Rõ ràng, giá trị gia tăng của vải thiều Lục Ngạn là

Vải thiều Lục Ngạn

nhờ vào danh tiếng do được bảo hộ thương hiệu, hay nói khác đi là nhờ có thương hiệu mà giá của vải thiều Lục Ngạn cao hơn hẳn so với sản phẩm cùng loại không được bảo hộ.

Để tiếp tục phát huy giá trị và uy tín của thương hiệu, nâng cao giá trị xuất khẩu, đồng thời tránh bị mất hoặc lợi dụng thương hiệu, UBND tỉnh Bắc Giang đã giao cho Sở KH&CN làm thủ tục đăng ký chỉ dẫn địa lý vải thiều Lục Ngạn tại 5 quốc gia: Trung Quốc, Lào, Campuchia, Nhật Bản và Hàn Quốc. Đến thời điểm này, sản phẩm đã được Nhật Bản và Campuchia cấp văn bằng bảo hộ, các nước còn lại đang trong quá trình xét nghiệm đơn.

Gà đồi Yên Thế là giống gà ta quý hiếm, được nông dân huyện Yên Thế (Bắc Giang) nuôi trên đồi cao. Đặc điểm ngoại hình gà đồi Yên Thế là: chân rất vàng, lông mượt, thịt chắc không bị khô, da vàng, đùi rất to do leo đồi nhiều. Thịt thơm ngon, có nét đặc trưng mà không một giống gà nào có được. Để phát triển giống gà này, trong 2 năm (2010-2011), Sở KH&CN Bắc Giang đã triển khai dự án "Tạo lập, quản lý và phát triển nhãn hiệu chứng nhận 'gà đồi Yên Thế' cho sản phẩm gà đồi của huyện Yên Thế, tỉnh Bắc Giang". Kết quả, dự án đã xác định phạm vi địa lý bảo hộ của sản phẩm mang Nhãn hiệu chứng nhận tại 21/21 xã, thị trấn của huyện Yên Thế; đăng ký và đã được Cục Sở hữu trí tuệ cấp Giấy chứng nhận; quản lý và phát triển nhãn hiệu chứng nhận "Gà đồi Yên Thế". Nhờ dự án này mà gà đồi Yên Thế được biết đến rộng rãi và tiêu thụ tại một số siêu thị ở Hà Nội, đem lại giá trị gia tăng cao… Giá bán bình quân của sản phẩm không ngừng tăng lên: năm 2008: 30.000 đồng/kg, năm 2009: 40.000 đồng/kg, năm 2010: 50.000 đồng/kg, năm 2015: 80.000 đồng/kg. Với giá bán này, hàng năm nhân dân Yên Thế có doanh thu từ nghề nuôi gà khoảng 950-1.000 tỷ đồng/năm, tương đương với thu nhập trung bình của mỗi hộ là 39-40 triệu đồng/năm. Để mở rộng thị trường và bảo vệ thương hiệu, hiện nay, Sở KH&CN Bắc Giang đang tiến hành các thủ tục, hoàn thiện hồ sơ đăng ký bảo hộ nhãn hiệu chứng nhận gà đồi Yên Thế sang các nước Thái Lan, Lào, Trung Quốc, Campuchia và Singapore.

Gà đồi Yên Thế

Trên thị trường, gạo thơm Yên Dũng được người tiêu dùng đánh giá cao vì cơm dẻo, thơm ngon, dễ chế biến, có thể sánh ngang với gạo tám thơm Hải Hậu (Nam Định) và một số loại gạo cao cấp được sản xuất tại Điện Biên hay của Thái Lan. Để quảng bá và mở rộng thị trường cho loại gạo này, năm 2010-2011, Sở KH&CN Bắc Giang đã chủ trì "Xây dựng và đề xuất hệ thống quản lý nhãn hiệu tập thể gạo thơm Yên Dũng". Năm 2011, nhãn hiệu tập thể "Gạo thơm Yên Dũng" được Cục Sở hữu trí tuệ cấp Văn bằng số 171948 theo Quyết định số 34327/QĐ-SHTT ngày 16.9.2011 cho chủ sở hữu là Hội sản xuất và tiêu thụ gạo thơm Yên Dũng gồm 80 hội viên của 10 xã/thị trấn có sản lượng gạo thơm cao là Tân An, Hương Gián, Quỳnh Sơn, Cảnh Thụy, Tư Mại, Đức Giang, Tiến Dũng, Yên Lư, Nham Sơn, Đồng Phúc. Để hỗ trợ mở rộng quy mô và vận hành hệ thống tổ chức, Hội sản xuất và tiêu thụ gạo thơm Yên Dũng đã xây dựng và hoàn thiện hệ thống các văn bản hướng dẫn quản lý và sử dụng nhãn hiệu tập thể; nghiên cứu thị trường, quảng bá

Gạo thơm Yên Dũng

giới thiệu sản phẩm mang nhãn hiệu tập thể và dịch vụ hỗ trợ kết nối thị trường; thử nghiệm triển khai mô hình quản lý và phát triển nhãn hiệu tập thể "Gạo thơm Yên Dũng". Hiện nay, Sở KH&CN đang triển khai thực hiện pha tiếp theo của dự án: "Xây dựng, quản lý và phát triển nhãn hiệu tập thể gạo thơm Yên Dũng dùng cho sản phẩm Gạo thơm của huyện Yên Dũng, tỉnh Bắc Giang".

Thông qua việc triển khai các dự án về phát triển tài sản trí tuệ, đã giúp cho người dân hiểu biết cơ bản về bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, nhất là đối với hàng hóa đặc sản của địa phương. Phát triển thương hiệu đã có tác động tích cực đối với phát triển nông nghiệp, nông dân và nông thôn như: tạo ra việc làm trực tiếp (26.160 lao động), từ đó hạn chế việc di dân khỏi khu vực nông thôn, hạn chế nạn chặt phá rừng. Việc phát triển chăn nuôi, trồng trọt, góp phần giữ gìn truyền thống của ngành nông nghiệp là ngành kinh tế mũi nhọn của địa phương bằng cách duy trì chất lượng, uy tín, danh tiếng của sản phẩm và các kinh nghiệm, quy trình chăn nuôi, trồng trọt truyền thống. Đây cũng là cơ hội đẩy mạnh sự phát triển các ngành kinh tế khác như công nghiệp chế biến, du lịch sinh thái miệt vườn, giải quyết công ăn việc làm cho người lao động và cuối cùng là tăng thu nhập cho nhân dân địa phương. Có

thể nói, việc xây dựng thương hiệu, đăng ký nhãn hiệu, chỉ dẫn địa lý… là một giải pháp quan trọng nhằm xây dựng các vùng sản xuất hàng hóa, chuyên canh, phục vụ tốt hơn nhu cầu của người tiêu dùng và góp phần nâng cao thu nhập, cải thiện cuộc sống cho người nông dân.

Việc quản lý và phát triển thương hiệu có ý nghĩa lớn về kinh tế - xã hội như vậy, nhưng việc phát triển thương hiệu lại không phải là vấn đề đơn giản, nó đòi hỏi sự nỗ lực và đầu tư lớn về trí tuệ, công sức và thời gian cũng như sự tham gia phối hợp của nhiều chủ thể. Phát triển thương hiệu không chỉ đồng nghĩa với việc xác định và công nhận danh tiếng, tính đặc thù, bí quyết truyền thống, sự ổn định về chất lượng sản phẩm… mà còn là việc xây dựng và duy trì hệ thống kiểm soát, xác nhận chất lượng để đảm bảo duy trì chất lượng, uy tín và danh tiếng vốn có của sản phẩm. Bên cạnh những kết quả đạt được, cũng còn tồn tại một số hạn chế như: nhận thức của một số cấp ủy đảng, chính quyền, doanh nghiệp về vị trí, vai trò của KH&CN nói chung, của việc xây dựng và bảo hộ thương hiệu cho sản phẩm của mình chưa đầy đủ, nên chưa quan tâm đúng mức đến hoạt động KH&CN, chưa thực sự coi KH&CN là động lực phát triển kinh tế - xã hội; một số ngành, huyện và doanh nghiệp chưa quan tâm đúng mức, chưa có sự đầu tư thỏa đáng để tạo ra những sản phẩm mũi nhọn mang tính đột phá và đầu tư kinh phí để xây dựng, bảo hộ thương hiệu cho những sản phẩm này; công tác tuyên truyền, phổ biến kiến thức về sở hữu trí tuệ được quan tâm và mang lại nhiều kết quả tích cực, song còn chưa đồng bộ...

Bài học kinh nghiệm

Từ thực tế xây dựng và phát triển thương hiệu một số nông sản trên địa bàn tỉnh, có thể rút ra một số bài học kinh nghiệm như sau:

Một là, cần tăng cường công tác phổ biến, tuyên truyền. Tiếp tục triển khai rộng rãi và hiệu quả các chương trình tuyên truyền trên các phương tiện truyền thông đại chúng về các chủ trương, chính sách phát triển nông nghiệp hàng hóa, các tiến bộ KH&CN, các mô hình sản xuất nông nghiệp có hiệu quả kinh tế cao. Tăng cường tuyên truyền các chính sách của Nhà nước về sở hữu trí tuệ, vai trò và tầm quan trọng của việc xây dựng thương hiệu sản phẩm trong sản xuất kinh doanh thời kỳ hội nhập kinh tế quốc tế.

Hai là, hoàn thiện một số cơ chế, chính sách phát triển nông nghiệp hàng hóa và hỗ trợ bảo hộ sở hữu trí tuệ. Các sở/ngành có liên quan tiếp tục tham mưu cho UBND tỉnh ban hành các chính sách phát triển ngành, lĩnh vực, sản phẩm hàng hóa phù hợp với điều kiện của từng địa phương trong tỉnh; các chính sách nhân rộng kết quả đề tài/dự án KH&CN, chính sách hỗ trợ các tổ chức, cá nhân đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ... Nghiên cứu, đổi mới về nội dung, hình thức, phương pháp liên kết giữa nhà khoa học - nhà quản lý - nhà nông - doanh nghiệp trong việc ứng dụng tiến bộ KH&CN trong nông nghiệp.

Ba là, duy trì, giữ vững thương hiệu nông sản hàng hóa đã được bảo hộ thông qua việc tăng cường công tác kiểm tra, giám sát chất lượng sản phẩm nông nghiệp đã được bảo hộ thông qua các cơ quan chức năng có liên quan, phối hợp kiểm định chất lượng, tem, nhãn, mác sản phẩm, không để những sản phẩm không đạt tiêu chuẩn đã công bố lưu hành ngoài thị trường. Ứng dụng tiến bộ KH&CN nhằm tăng năng suất, chất lượng, uy tín của thương hiệu các đặc sản trên địa bàn tỉnh. Hỗ trợ bảo vệ quyền lợi của doanh nghiệp, người dân trong trường hợp có tranh chấp về sở hữu trí tuệ.

Bốn là, không ngừng xây dựng và phát triển một số thương hiệu mới thông qua hợp tác với các viện nghiên cứu, trường đại học, lựa chọn giống cây/con phù hợp với điều kiện tự nhiên của tỉnh, đưa những tiến bộ KH&CN vào ứng dụng trên địa bàn tỉnh để tạo bước chuyển biến rõ rệt về năng suất, chất lượng, sức cạnh tranh của nông sản hàng hóa. Trên cơ sở đó, tạo ra những sản phẩm đủ mạnh để xây dựng, đăng ký bảo hộ, quảng bá... nhằm hình thành các thương hiệu, nhãn hiệu uy tín trên thị trường.

Năm là, đẩy mạnh hoạt động quảng bá và xúc tiến thương mại cho các đặc sản của địa phương. Xây dựng trang web giới thiệu và quảng bá đặc sản cho các tổ chức sử dụng, quản lý, khai thác nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận, chỉ dẫn địa lý hoặc đưa nội dung giới thiệu và quảng bá đặc sản vào trang web của tổ chức quản lý, khai thác nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận, chỉ dẫn địa lý. Tích cực tham gia các hội chợ, triển lãm; trưng bày, giới thiệu và bán các đặc sản ở hai đầu cửa ngõ thành phố Bắc Giang, gắn kết với điểm dừng chân theo quy hoạch của ngành giao thông.

Sáu là, tăng cường huy động nguồn vốn hỗ trợ xây dựng thương hiệu cho đặc sản bằng việc tranh thủ nguồn kinh phí của Chương trình hỗ trợ phát triển tài sản trí tuệ cũng như các chương trình quốc gia có liên quan và từ ngân sách của địa phương cho việc xây dựng thương hiệu, huy động nguồn lực của tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước tham gia phát triển thương hiệu đặc sản tỉnh Bắc Giang ✍