

PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG KINH TẾ - XÃ HỘI NÔNG THÔN QUA BẢO HỘ CHỈ DẪN ĐỊA LÝ

TS. Vũ Tuấn Hưng*
Th.S. Vũ Thị Phương Giang**

Tóm tắt: Có nhiều cách tiếp cận khác nhau trong phát triển bền vững kinh tế xã hội nông thôn. Bảo hộ và khai thác các giá trị của quyền sở hữu trí tuệ đối với chỉ dẫn địa lý là một trong những hướng đi đúng. Việc đầu tư xây dựng, quản lý và phát triển các chỉ dẫn địa lý của Việt Nam là đòi hỏi bức thiết góp phần tạo giá trị của hoạt động sản xuất nông nghiệp và phát huy triệt để các thế mạnh và lợi thế của Việt Nam. Bài học của Pháp, cũng như thực tiễn bảo hộ chỉ dẫn địa lý ở Việt Nam là một trong những minh chứng thực tiễn để khẳng định cần coi bảo hộ chỉ dẫn địa lý ở Việt Nam là một trong những yếu tố quan trọng trong phát triển bền vững kinh tế - xã hội khu vực nông thôn.

Từ khóa: Chỉ dẫn địa lý; phát triển bền vững; nông nghiệp; nông thôn.

Đặt vấn đề

Chỉ dẫn địa lý là một đối tượng của quyền sở hữu trí tuệ được dùng để chỉ sản phẩm có nguồn gốc từ một khu vực, địa phương, vùng lãnh thổ hay quốc gia cụ thể. Việc sản phẩm mang một chỉ dẫn địa lý đồng nghĩa với việc người tiêu dùng được bảo đảm sản phẩm có nguồn gốc địa lý (sản xuất) tại vùng địa lý nhất định và có chất lượng, danh tiếng hoặc những đặc tính riêng, khác với sản phẩm cùng loại ở các vùng khác. Việt Nam là một quốc gia mà tỉ trọng nông nghiệp chiếm tỉ lệ cao trong cơ cấu kinh tế đất nước. Cư dân sinh sống và tham gia sản xuất trong lĩnh vực nông nghiệp từ trong lịch sử đến ngày nay đã tạo ra được nhiều sản phẩm đặc sản vùng miền có giá trị. Song, thực tế ở Việt Nam các sản vật gắn với chỉ dẫn địa lý vẫn chưa được đánh giá, bảo hộ, quản lý và khai thác đúng với những giá trị tiềm ẩn trong nó. Do đó, việc nhận thức, tiến hành bảo hộ và

quản lý, khai thác các chỉ dẫn địa lý của Việt Nam sẽ góp phần quan trọng trong việc tăng cường hiệu quả kinh tế - xã hội nói chung và phát triển nông nghiệp, nông thôn nói riêng.

1. Chỉ dẫn địa lý và phát triển bền vững

Chỉ dẫn địa lý là dấu hiệu (từ ngữ, tên gọi, biểu tượng, hình ảnh,...) dùng để chỉ sản phẩm có nguồn gốc từ khu vực, địa phương, vùng lãnh thổ hay quốc gia cụ thể. Chỉ dẫn địa lý được bảo hộ và được sử dụng cho một sản phẩm cụ thể nếu sản phẩm đó có nguồn gốc địa lý tại vùng lãnh thổ có danh tiếng, chất lượng hoặc có các đặc tính đặc thù riêng biệt do điều kiện tự nhiên hoặc con người của vùng địa lý đó quyết định.

Lịch sử phát triển chỉ dẫn địa lý xuất phát từ chỗ các Chính phủ cần phải bảo vệ thương hiệu cho các sản phẩm của địa phương. Từ cuối thế kỷ XIX, một số bộ luật về chống cạnh tranh không lành mạnh đã được ban hành nhằm mục đích chống lại việc quảng cáo về chất lượng và nguồn gốc sản phẩm không đúng sự thật. Mặc dù việc bảo hộ chỉ dẫn địa lý có thể tạo ra hạn chế đối với tự do cạnh

* Ban Quản lý Khoa học, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam.

** Cục Sở hữu trí tuệ, Bộ Khoa học và Công nghệ.

tranh bởi việc cho phép một số đối tượng độc quyền sử dụng chỉ dẫn địa lý, nhưng điều quan trọng hơn là nó đảm bảo lợi ích cho người tiêu dùng và tạo ra cơ hội để phát triển sản phẩm đặc sản của địa phương. Ở nhiều nước, chỉ dẫn địa lý được bảo hộ bởi một đạo luật tương tự như đối với nhãn hiệu. Luật này chống lại một cách nghiêm ngặt việc sử dụng nhãn hiệu mang chỉ dẫn địa lý cho sản phẩm khi sản phẩm đó có xuất xứ từ một vùng cụ thể hoặc đáp ứng những tiêu chuẩn nhất định. Luật về chỉ dẫn địa lý của một số nước còn có quy định sản phẩm mang chỉ dẫn địa lý phải đáp ứng những yêu cầu kiểm tra chất lượng do Hiệp hội quản lý chỉ dẫn địa lý quy định.

Phát triển bền vững (PTBV) là thuật ngữ được sử dụng phổ biến trong thời gian gần đây. Các lý thuyết về PTBV đã được manh nha từ rất lâu trong lịch phát triển của xã hội loài người, tuy nhiên chỉ đến những năm gần đây các lý thuyết về PTBV mới được xây dựng hệ thống hơn mặc dù chưa thật hoàn chỉnh: Năm 1971 Maurice Strong tổ chức hội thảo với chủ đề “Phát triển và môi trường”; tháng 6/1972, Tuyên bố Stockholm về “môi trường con người”; năm 1987, trong báo cáo “Tương lai chung của chúng ta” của Ủy ban Môi trường và Phát triển của Ngân hàng Thế giới, thuật ngữ PTBV chính thức được định nghĩa.

Có thể hiểu “PTBV là sự phát triển có thể đáp ứng được những nhu cầu hiện tại mà không ảnh hưởng, tổn hại đến những khả năng đáp ứng nhu cầu của các thế hệ tương lai” (WECD, 1987). PTBV là đích để phấn đấu và đạt đến của bất cứ quốc gia nào, và là một trong những mục tiêu quan trọng của Liên hợp quốc. Việc hiểu rõ khái niệm này sẽ được phân tích sâu hơn trong từng lĩnh vực cụ thể.

2. Các phương thức bảo hộ chỉ dẫn địa lý

Hiện nay trên thế giới tồn tại rất nhiều phương thức bảo hộ chỉ dẫn địa lý khác nhau, nhưng có thể chia thành ba nhóm chính: i) Bảo hộ chỉ dẫn địa lý bằng hệ thống pháp luật riêng; ii) Bảo hộ chỉ dẫn địa lý bằng pháp luật về nhãn hiệu tập thể và nhãn hiệu chứng nhận;

iii) Bảo hộ chỉ dẫn địa lý bằng pháp luật chống cạnh tranh không lành mạnh.

2.1. Bảo hộ chỉ dẫn địa lý bằng hệ thống pháp luật riêng

Cộng hoà Pháp là nước điển hình trong việc bảo hộ chỉ dẫn địa lý bằng một luật riêng. Đạo luật của Pháp ban hành ngày 6/5/1919 thừa nhận sự tồn tại của các tên gọi xuất xứ và quy định các tiêu chuẩn bảo hộ tên gọi xuất xứ. Theo luật này thì tên gọi xuất xứ có thể là tên gọi của một nước, vùng hoặc địa phương dùng để chỉ xuất xứ của sản phẩm từ khu vực tương ứng, mà sản phẩm này có chất lượng đặc thù khác với các sản phẩm cùng loại ở nơi khác. Tính chất đặc thù này do môi trường địa lý (kể cả yếu tố tự nhiên và con người) của khu vực địa lý đó quyết định. Như vậy, chỉ có các sản phẩm xuất xứ từ một khu vực địa lý đặc biệt và có những phẩm chất đặc thù do môi trường địa lý của khu vực địa lý đó mang lại mới được bảo hộ bằng một tên gọi xuất xứ ở Pháp. Để đảm bảo rằng các sản phẩm có những phẩm chất đặc thù, các cơ quan có thẩm quyền đã xây dựng một cơ chế kiểm tra chất lượng chặt chẽ và thường xuyên tiến hành kiểm tra chất lượng sản phẩm được bảo hộ. Ban đầu, tên gọi xuất xứ chỉ bảo hộ cho rượu vang và rượu mạnh, sau đó được mở rộng sang cho các sản phẩm khác như bơ, pho mát, thịt gia cầm và các chế phẩm từ thực vật. Hệ thống đăng ký và một loạt khái niệm trong luật của Pháp đã có ảnh hưởng lớn và lan rộng trong các nước có truyền thống luật La Mã ở châu Âu và châu Mỹ La tinh.

2.2. Bảo hộ chỉ dẫn địa lý bằng pháp luật về nhãn hiệu tập thể/nhãn hiệu chứng nhận

Nhãn hiệu tập thể hoặc nhãn hiệu chứng nhận, có thể dùng để chỉ xuất xứ địa lý của sản phẩm hoặc dịch vụ và như vậy ở một mức độ nhất định có thể thích hợp cho việc bảo hộ một chỉ dẫn địa lý.

Một chỉ dẫn địa lý có được bảo hộ như một nhãn hiệu tập thể hay không hoàn toàn phụ thuộc vào luật quốc gia của từng nước. Một số nước không chấp nhận bảo hộ chỉ dẫn địa lý

dưới dạng nhãn hiệu tập thể. Bảo hộ chỉ dẫn địa lý bằng pháp luật về nhãn hiệu tập thể và nhãn hiệu chứng nhận thường thấy ở các nước có truyền thống luật Anh - Mỹ. Khi một chỉ dẫn địa lý được đăng ký như một nhãn hiệu tập thể, thì Hiệp hội với tư cách là chủ nhãn hiệu tập thể có quyền ngăn cấm những người không phải là thành viên của Hiệp hội được sử dụng nhãn.

Khác với nhãn hiệu tập thể, chủ của nhãn hiệu chứng nhận không phải là Hiệp hội của các nhà sản xuất, mà là chủ thể có khả năng chứng nhận - có thể là Hội đồng ở địa phương hoặc hiệp hội không tiến hành sản xuất và kinh doanh sản phẩm được chứng nhận. Chủ thể này phải đảm bảo rằng, sản phẩm mang nhãn hiệu chứng nhận có một chất lượng đúng như đã được chứng nhận. Nhãn hiệu chứng nhận có thể dùng để xác nhận xuất xứ của sản phẩm hoặc dịch vụ. Chủ nhãn hiệu chứng nhận đã được đăng ký có quyền ngăn cấm những người mà sản phẩm của họ không đáp ứng các yêu cầu quy định trong quy chế sử dụng nhãn chứng nhận. Nhìn chung, phạm vi bảo hộ của một chỉ dẫn địa lý thông qua đăng ký như một nhãn hiệu chứng nhận ngang bằng với phạm vi bảo hộ nhận được thông qua đăng ký như một nhãn hiệu tập thể.

2.3. Bảo hộ chỉ dẫn địa lý bằng pháp luật chống cạnh tranh không lành mạnh

Việc sử dụng một chỉ dẫn địa lý cho sản phẩm hoặc dịch vụ không xuất xứ từ vùng mang tên địa lý tương ứng có thể gây nhầm lẫn hoặc lừa dối người tiêu dùng. Hơn thế nữa, việc sử dụng như vậy có thể bị coi là hành vi chiếm đoạt danh tiếng của người thật sự có quyền sử dụng chỉ dẫn địa lý này. Theo luật chống cạnh tranh không lành mạnh của một số nước (luật thành văn hay luật án lệ), có thể ngăn chặn các đối thủ cạnh tranh không được sử dụng các cách thức này trong thương mại.

Để được bảo hộ theo luật chống cạnh tranh không lành mạnh, chỉ dẫn địa lý phải đáp ứng hai điều kiện:

Một là, chỉ dẫn địa lý phải có được một danh tiếng hoặc uy tín nhất định. Nói cách

khác, người mua sản phẩm này phải nghĩ ngay đến xuất xứ của sản phẩm khi nhìn thấy chỉ dẫn địa lý;

Hai là, việc sử dụng chỉ dẫn địa lý trên sản phẩm/dịch vụ không xuất xứ từ vùng mang tên địa lý tương ứng làm cho người tiêu dùng bị nhầm lẫn về xuất xứ thật của sản phẩm/dịch vụ. Ngoài ra, theo luật của một số nước, bằng chứng của thiệt hại hoặc có nguy cơ thiệt hại phải trình cho cơ quan xét xử.

3. Các lợi ích của chỉ dẫn địa lý cho PTBV kinh tế - xã hội nông thôn

Chỉ dẫn địa lý đang ngày càng trở thành loại tài sản trí tuệ có giá trị, đặc biệt là đối với các nước đang phát triển vì nó có khả năng trở thành công cụ kiểm soát và thúc đẩy phát triển hệ thống kinh tế - xã hội, đặc biệt là đối với khu vực nông nghiệp, nông thôn. Điều này có thể xem xét hiệu quả kinh tế - xã hội của việc xác lập và quản lý thương hiệu là chỉ dẫn địa lý qua kinh nghiệm của Cộng hòa Pháp.

3.1. Bảo hộ chỉ dẫn địa lý mang lại giá trị kinh tế lớn cho người dân và đất nước

Ví dụ điển hình cho thấy, tại nước Pháp hiện có khoảng 580 sản phẩm (chủ yếu là nông sản và thực phẩm) mang chỉ dẫn địa lý được bảo hộ và trong đó có 12.000 cơ sở sản xuất nông nghiệp tham gia sản xuất các sản phẩm này. Hàng năm sản phẩm mang chỉ dẫn địa lý đạt doanh thu ròng là 19 tỷ Euro, chiếm 15 % doanh thu của toàn ngành thực phẩm. Sản phẩm mang chỉ dẫn địa lý được xuất khẩu chiếm 30% tổng số sản phẩm của toàn ngành thực phẩm. Theo thống kê, số nông dân Pháp sản xuất sản phẩm mang chỉ dẫn địa lý tăng 14% từ năm 1997 đến 2001, trong khi số nông dân nói chung giảm 4% cùng kỳ (Elizabeth Barham, 2007). Điều này cho thấy, giá trị kinh tế lớn mà chỉ dẫn địa lý mang lại cho các sản phẩm nông nghiệp của nước Pháp.

3.2. Bảo hộ hiệu quả góp phần tạo ra các giá trị gia tăng cho sản phẩm

Điều này được minh chứng bằng các cuộc điều tra thực địa tại Pháp trong những năm gần đây. Kết quả điều tra vùng Nyons của Pháp

cho thấy, giá bán đất ở vùng sản xuất sản phẩm mang chỉ dẫn địa lý cao hơn so với giá bán đất ở vùng sản xuất sản phẩm cùng loại nhưng không được mang chỉ dẫn địa lý (Elizabeth Barham, 2007). Tính từ năm 1999 đến 2003, giá đất ở vùng sản xuất sản phẩm mang chỉ dẫn địa lý có xu hướng tăng nhanh hơn (9,5%) so với mức tăng (7,4%) của vùng đất sản xuất sản phẩm cùng loại nhưng không được mang chỉ dẫn địa lý. Giá bán sản phẩm mang chỉ dẫn địa lý cao hơn và có xu thế tăng nhanh hơn so với giá bán sản phẩm cùng loại không mang chỉ dẫn địa lý được bảo hộ. Giá pho-mát Comte (chỉ dẫn địa lý) cao hơn giá bán pho mát Emmental (không phải là chỉ dẫn địa lý) là 20% và 46% (tương ứng với năm 1993 và năm 2002) (Elizabeth Barham, 2007). Điều này đã cho chúng ta thấy rõ, nếu các sản vật của Việt Nam biết cách khai thác bảo hộ hợp lý, chuyên sâu và chuyên nghiệp sẽ mang lại các giá trị và giá trị kinh tế - xã hội lớn cho Việt Nam.

3.3. Tác động tích cực đối với nông nghiệp và phát triển nông thôn

Việc bảo hộ chỉ dẫn địa lý hiệu quả sẽ tác động tích cực đối với nông nghiệp và phát triển nông thôn: Tạo ra *việc làm* trực tiếp và gián tiếp từ đó hạn chế việc di dân khỏi khu vực nông thôn; việc sản xuất sản phẩm mang chỉ dẫn địa lý sẽ góp phần *giữ gìn truyền thống* của ngành sản xuất sản phẩm bằng cách duy trì chất lượng, uy tín, danh tiếng của sản phẩm và các bí quyết, quy trình sản xuất truyền thống; *môi trường, cảnh quan, đa dạng sinh học* vùng nông thôn cũng được gìn giữ do phải duy trì các điều kiện tự nhiên, giống cây, giống con và quy trình công nghệ truyền thống để sản xuất sản phẩm mang chỉ dẫn địa lý.

Khi chỉ dẫn địa lý đã được thừa nhận và biết đến một cách rộng rãi trên thị trường, nó sẽ là phương tiện nâng cao thu nhập, cải thiện đời sống cho không chỉ người sản xuất của địa phương mà cả những nhà kinh doanh, nhà sản xuất nguyên liệu thô, phụ phẩm, các công ty vận tải,... Ngoài ra, địa phương có chỉ dẫn địa lý được bảo hộ còn có thể phát triển ngành

công nghiệp du lịch sinh thái nhằm đem lại nguồn lợi kinh tế cao cho cư dân địa phương không chỉ trước mắt mà còn dài lâu.

3.4. Góp phần khẳng định chủ quyền của các khu vực nông thôn biên giới

Với Việt Nam hiện nay, ngoài các giá trị trên, việc bảo hộ thành công và hiệu quả các thương hiệu là chỉ dẫn địa lý nói chung sẽ góp phần quan trọng trong việc khẳng định chủ quyền và khai thác bền vững các thế mạnh sẵn có của Việt Nam trong cuộc cạnh tranh trên thương trường quốc tế. Việc bảo hộ các sản vật gắn với địa danh, vùng địa lý ở nông thôn các tỉnh biên giới, ngoài các ý nghĩa kinh tế thì hiện nay nó còn là bài toán khẳng định chủ quyền với nhiều ý nghĩa sâu sắc. Việc bảo hộ và quảng bá các sản vật gắn với truyền thống lâu đời khai thác, sản xuất, chế biến của Việt Nam tại các vùng biên, đảo, vùng biên giới,.. sẽ giúp thế giới biết đến sâu sắc hơn, ghi đậm hơn về Việt Nam và chủ quyền gắn với tên gọi địa lý của mình. Ví dụ: Bảo hộ các sản phẩm tỏi Lý Sơn, nước mắm Phú Quốc, cá thu Hoàng Sa, tôm hùm Trường Sa, chè Shan Tuyết Mộc Châu,... rõ ràng đây là một hàm ý không hề nhỏ trong bối cảnh chính trị, an ninh khu vực và chủ quyền quốc gia hiện nay.

3.5. Khẳng định qua các chỉ dẫn địa lý đã triển khai ở Việt Nam

Thực tế, các sản vật mang chỉ dẫn địa lý đã bảo hộ và khai thác cũng đã phần nào khẳng định về giá trị của hoạt động sản xuất nông nghiệp:

Nước mắm Phú Quốc: Sau khi được đăng bạ, nước mắm Phú Quốc được nhiều người tiêu dùng biết đến. Các Công ty nước ngoài (như Unilever, Chinsu) đã quan tâm và đầu tư phát triển các sản phẩm nước mắm Phú Quốc. Sản lượng nước mắm tăng, giá bán tăng mặc dù chưa ổn định. Đặc biệt gần đây, khi chỉ dẫn địa lý đăng kí thành công tại các quốc gia cộng đồng châu Âu chắc chắn sẽ mang lại các giá trị kinh tế và ý nghĩa chính trị to lớn cho Việt Nam nói chung và Phú Quốc nói riêng.

Chè Shan Tuyết Mộc Châu: Sau 3 năm được đăng bạ, Chè Shan Tuyết Mộc Châu đã thu hút được sự quan tâm đặc biệt của thị trường. Diện tích chè tăng từ 520ha (năm 2001) lên 650ha (năm 2004) với sản lượng tăng từ 10.000 tấn lên 12.000 tấn. Giá thành sản phẩm tăng 15% (Cục Sở hữu trí tuệ, 2006).

Gạo Tám Hải Hậu: Việc phát triển chỉ dẫn địa lý Gạo Tám Hải Hậu đã đem lại những lợi ích đáng kể: Đã tập hợp được những hộ nông dân sản xuất quy mô nhỏ (437 hộ xã viên) tham gia vào thị trường với khối lượng sản phẩm lớn và ổn định (sản xuất 54ha theo một quy trình, hộ nông dân sản xuất và thương mại cùng chia sẻ rủi ro và lợi nhuận) (Cục Sở hữu trí tuệ, 2006); một tổ chức của các hộ nông dân sản xuất, kinh doanh Gạo Tám Hải Hậu được thành lập (Hội Gạo Tám Hải Hậu). Các hộ nông dân sản xuất gạo được Hội hỗ trợ về vốn, kỹ thuật, thị trường; giá bán sản phẩm cao hơn giá bán các sản phẩm cùng loại nhưng không theo kênh phân phối của Hội là 8.000 đồng/kg. Gạo Tám truyền thống được phục hồi và duy trì chất lượng; lợi ích kinh tế của nông dân sản xuất gạo được nâng cao; các hộ nông dân được tham gia vào quá trình giám sát chất lượng, định giá sản phẩm của mình trên thị

trường; một kênh phân phối hàng mới được hình thành, cung cấp sản phẩm có chất lượng, nguồn gốc được kiểm soát và bảo đảm; tạo điều kiện cho các hộ nông dân và người chế biến tham gia vào thị trường.

Kết luận

Qua phân tích về chỉ dẫn địa lý, các phương thức bảo hộ cũng như các giá trị mà chỉ dẫn địa lý mang lại cho sự phát triển kinh tế - xã hội và bảo vệ chủ quyền của đất nước nói chung, cũng như khẳng định ý nghĩa của nó trong việc PTBV nông nghiệp, nông thôn nói riêng. Việc đầu tư xây dựng, quản lý và phát triển các chỉ dẫn địa lý của Việt Nam là đòi hỏi bức thiết góp phần tạo ra giá trị của hoạt động sản xuất nông nghiệp theo hướng chuyên nghiệp hóa, chuyên môn hóa, phát huy triệt để các thế mạnh và lợi thế của Việt Nam trong cuộc cạnh tranh kinh tế thế giới. Bài học của Pháp, cũng như thực tiễn bảo hộ chỉ dẫn địa lý ở Việt Nam là một trong những chứng minh thực tiễn để khẳng định cần coi bảo hộ chỉ dẫn địa lý ở Việt Nam là một trong những yếu tố quan trọng trong PTBV kinh tế - xã hội khu vực nông thôn.

Tài liệu tham khảo

1. Cục Sở hữu trí tuệ (2006). *Báo cáo kết quả thực hiện đề án nghiên cứu xây dựng mô hình chung về đăng ký và quản lý chỉ dẫn địa lý cho nông sản của Việt Nam*, Hà Nội.
2. Elizabeth Barham (2007). *The global challenge of French AOC labeling*. Đại học Missouri.
3. Vũ Tuấn Hưng (2013). Mô hình quản lý thương hiệu là chỉ dẫn địa lý ở châu Âu và bài học kinh nghiệm cho Việt Nam. *Tạp chí Nghiên cứu châu Âu*, Số 05, Hà Nội, tr.30-39.
4. Vũ Tuấn Hưng (2015). *Xây dựng và phát triển thương hiệu chỉ dẫn địa lý ở Việt Nam, nghiên cứu trường hợp nhãn lồng Hưng Yên*, Hà Nội.
5. Vũ Tuấn Hưng và Đỗ Phóng Viên (2014). Bảo hộ thương hiệu là chỉ dẫn địa lý ở Thái Lan và những gợi mở cho Việt Nam. *Tạp chí Doanh nghiệp - Doanh nhân và Thương hiệu*, Số 08, Hà Nội, tr.32-33.
6. Vũ Tuấn Hưng và Vũ Thị Phương Giang (2007). Các biện pháp bảo vệ quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu. *Bản tin Sở Hữu trí tuệ - Hội SHTT Việt Nam*, Số 67, Hà Nội, tr.4-7.
7. Organization for Economic Cooperation and Development - WECD (1987). *Our common future*. Oxford University Press, New York.