

hơn 17,7 ngàn tỷ đồng. Kết quả cho thấy, ngân sách hỗ trợ 1 đồng vốn thì thu hút được 14 đồng vốn đầu tư của các thành phần kinh tế trong xã hội. Chương trình chế tạo thiết bị, sản phẩm thay thế nhập khẩu đã giúp các doanh nghiệp thuộc 4 lĩnh vực ưu tiên trên địa bàn TP. HCM từng bước ĐMCN. Các sản phẩm CN&TB của chương trình đã chuyển giao cho doanh nghiệp với giá bán trung bình rẻ hơn 20%-60% giá nhập khẩu. Giai đoạn 2011-2015, ước tính trung bình 1 đồng vốn ngân sách hỗ trợ doanh nghiệp nghiên cứu thiết kế thu hút 1,4 đồng vốn đầu tư của xã hội và tiết kiệm 7,8 đồng chi phí mua thiết bị ngoại nhập. Chương trình hỗ trợ doanh nghiệp sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả, giai đoạn 2011-2015 đã giúp doanh nghiệp tiết kiệm 3-4% tổng năng lượng tiêu thụ trong năm. Các giải pháp mang tính đầu tư thay đổi CN&TB luôn mang lại tỷ lệ tiết kiệm năng lượng cao (từ 10-50% năng lượng tiêu thụ). Chương trình phát triển các trung tâm ươm tạo doanh nghiệp công nghệ, một kênh phát triển doanh nghiệp KH&CN của TP. HCM, đã triển khai tại Đại học Nông Lâm, Đại học Bách Khoa, Khu Nông nghiệp Công nghệ cao theo hình thức hợp tác công-tư với tổng đầu tư từ ngân sách tính đến tháng 9/2014 gần 7,6 tỷ đồng. Đến nay, tổng số doanh nghiệp đã và đang được ươm tạo là 31, với 3 doanh nghiệp đã tốt nghiệp và 3 doanh nghiệp sẵn sàng tốt nghiệp.

Tuy nhiên, việc tiếp cận và triển khai các cơ chế chính sách, chương trình hỗ trợ như trên trong thực tế còn khá nhiều khó khăn, vướng mắc. Việc thể chế hóa và tổ chức thực hiện các chủ trương, chính sách về KH&CN tại các địa phương còn thiếu chủ động, quyết liệt. Sự phối hợp giữa các sở, ban, ngành và các địa phương thiếu chặt chẽ, chưa có cơ chế thực thi đồng bộ trong việc triển khai các cơ chế, chính sách phát triển KH&CN, hỗ trợ ĐMCN... Đặc biệt, quá trình ĐMCN trong các doanh nghiệp còn rất chậm. Hầu hết các doanh nghiệp gặp khó khăn về vốn, phải vay vốn với lãi suất cao nên khó có điều kiện đầu tư ĐMCN, thực hiện nghiên cứu phát triển hoặc nhận CGCN tiên tiến từ nước ngoài. Do đó, trình độ công nghệ của các doanh nghiệp chủ yếu là trung bình và thấp, dẫn đến chất lượng và khả năng cạnh tranh của các sản phẩm trên thị trường trong và ngoài nước chưa cao.

Theo ông Phạm Văn Sáng (Giám đốc Sở KH&CN tỉnh Đồng Nai), mặc dù nhận thức được lợi thế cạnh tranh sẽ thuộc về doanh nghiệp nào biết ứng dụng và đầu tư công nghệ mới vào sản xuất, kinh doanh, nhưng đến nay, việc nâng cao năng lực của doanh nghiệp vẫn còn nhiều khó khăn. Các chính sách của Nhà nước chưa thực sự hấp dẫn, thủ tục xin xét duyệt hỗ trợ còn rườm rà, mất thời gian, doanh nghiệp khó tiếp cận nguồn vốn ưu

đãi và các nguồn hỗ trợ khác... Vì vậy, nhiều doanh nghiệp chưa mặn mà với việc đầu tư cho KH&CN mà chủ yếu vẫn tận dụng các trang thiết bị công nghệ cũ, gây ô nhiễm môi trường.

TP. HCM tuy đạt được những thành quả nhất định nhưng hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp ĐMCN cũng còn nhiều bất cập như công tác tuyên truyền, quảng bá về hoạt động KH&CN nói chung và các chương trình hỗ trợ nói riêng chưa đi vào chiều sâu, doanh nghiệp chưa nhận thức đầy đủ về hiệu quả lâu dài của việc ĐMCN; các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp chưa có lộ trình phát triển công nghệ về lâu dài... Mặt khác, thị trường công nghệ mặc dù đã hình thành nhưng còn sơ khai, chủ yếu là hoạt động nhỏ lẻ giữa các doanh nghiệp, sự tác động hỗ trợ từ phía Nhà nước chưa tạo sự đột phá; chưa thực sự tạo ra động lực gắn kết chặt chẽ giữa nghiên cứu, ứng dụng và đào tạo với nhu cầu sản xuất, kinh doanh và quản lý.

Cơ chế, chính sách phát triển KH&CN nói chung, hỗ trợ ĐMCN nói riêng đã tương đối đầy đủ theo hướng đổi mới căn bản, toàn diện và đồng bộ, được kỳ vọng sẽ tạo điều kiện thuận lợi hơn cho doanh nghiệp và các nhà khoa học. Song, vẫn cần có những giải pháp vận dụng phù hợp với thực tiễn, để chủ trương, chính sách về KH&CN thực sự đi vào cuộc sống. □

Quyền sở hữu trí tuệ trong hội nhập quốc tế

◇ MINH ANH

Để nhanh chóng hội nhập với thế giới, Việt Nam đã và đang tiến hành gia nhập nhiều tổ chức và điều ước quốc tế, gần đây nhất là TPP. Việc mở rộng mối quan hệ giao lưu thương mại với các nước, các tổ chức là cơ hội giúp kinh tế Việt Nam phát triển. Nhưng, bên cạnh đó cũng đặt ra những yêu cầu rất khắt khe, liên quan đến quyền sở hữu trí tuệ (SHTT), đòi hỏi doanh nghiệp phải thích ứng.

Cho đến nay, Việt Nam đã tham gia nhiều điều ước quốc tế quan trọng về SHTT như: Công ước Berne về bảo hộ các tác phẩm văn học, nghệ thuật và khoa học; Công ước Paris về bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp; Công ước Rome về bảo hộ người biểu diễn, nhà sản xuất bản

ghi âm, tổ chức phát sóng; Thỏa ước Madrid về đăng ký quốc tế nhãn hiệu hàng hóa và Nghị định thư liên quan đến Thỏa ước Madrid; Hiệp ước Hợp tác Patent (PCT); Thỏa ước Lahay về Đăng ký quốc tế kiểu dáng công nghiệp; Hiệp ước luật nhãn hiệu hàng hoá; Hiệp

ước Budapest về sự công nhận quốc tế đối với việc nộp lưu chủng vi sinh; Công ước quốc tế về bảo hộ giống cây trồng mới (Công ước UPOV); Hiệp ước Washington về sở hữu trí tuệ đối với bố trí mạch tích hợp; Hiệp định thương mại về Quyền SHTT (TRIPS); các hiệp định của WTO; Công ước thành lập Tổ chức SHTT Thế giới (WIPO),... Việc tham gia các điều ước quốc tế, một trong những điều kiện để hội nhập kinh tế quốc tế, chính là cam kết của Việt Nam, cả phía chính quyền lẫn khối doanh nghiệp, về việc tuân thủ những yêu cầu rất chặt chẽ trong thực thi các quy định có liên quan đến SHTT. Tuy nhiên, ý thức về SHTT, nhất là nhãn hiệu hàng hóa, của các doanh nghiệp (và cả người tiêu dùng) Việt Nam hiện còn nhiều vấn đề.

Quyền SHTT chưa thực sự được coi trọng

Theo số liệu của Cục SHTT, trong số các nhãn hiệu đăng ký bảo hộ tại Cục SHTT chỉ có khoảng 20% là của doanh nghiệp Việt Nam. Trong đó, đa số nhãn hiệu đăng ký là của các doanh nghiệp tư nhân. Rất ít doanh nghiệp nhà nước tham gia. Điều này cho thấy, việc coi trọng, quan tâm đúng mức đến SHTT của doanh nghiệp Việt Nam là một vấn đề cần được quan tâm sâu sắc hơn, đặc biệt là khối doanh nghiệp nhà nước, vì đây là khối đóng góp khá lớn (khoảng 40%) trong tổng GDP của cả nước.

Bên cạnh việc ít quan tâm xây dựng nhãn hiệu hàng hóa cho mình, nhiều doanh nghiệp còn sẵn sàng vi phạm quyền SHTT đối với hàng hoá hay sản phẩm bán chạy cùng loại. Theo TS. Nguyễn Như Quỳnh, Thanh tra Bộ Khoa học và Công nghệ, rất nhiều trường hợp có dấu hiệu vi phạm quyền SHTT về nhãn hiệu hàng hóa có thể kể đến như sản phẩm mì Hảo Tôm (công ty Đ.N.), có bao bì tương tự như mì Hảo Hảo của công ty Acecook; sản phẩm kẹo Applebe của công ty T.T.P. có tên và bao bì có màu sắc giống sản phẩm kẹo Alpenliebe của công ty Perfetti Van Melle SPA (Italy); sản phẩm E-Nat của công ty H.K. có tên giống với sản phẩm Enat 400 của công ty Mega Lifecences Ltd. (Thái Lan),...

Theo báo cáo của Chi cục Quản lý thị trường TP.HCM, từ 13-18/3/2015, cơ quan quản lý thị trường thành phố đã kiểm tra và phát hiện khoảng 2.400 sản phẩm quần tây nhái, do một công ty tại quận 6 sản xuất, gắn nhãn hiệu Owen mua trôi nổi trên thị trường để bán. Tại Hội chợ Triển lãm Hàng thật - Hàng giả tổ chức tại TP.HCM, ông Ngô Đức Hòa, Phó tổng giám đốc Tổng Công ty Dệt may Thăng Lợi chia sẻ, không chỉ nhãn hàng Thăng Lợi mà rất nhiều sản phẩm của các thương hiệu dệt may uy tín trong nước đã bị làm giả, thậm chí những người kinh doanh hàng giả còn công khai mở cả cửa hàng để phân phối sản phẩm giả, với giá chỉ bằng 1/3-1/2 giá hàng thật. Không chỉ dừng lại ở việc bày bán công khai, một số nơi còn rao nhận gia công các sản phẩm giả, nhái nhãn hiệu cho các tiểu thương có nhu cầu.

Nhận thức sai lệch của người tiêu dùng đã tạo điều kiện cho nhiều loại hàng giả, hàng nhái, hàng sao chép, hàng lậu phát triển trên thị trường. Do giá bán các loại hàng này chỉ bằng 1/10 đến 1/3 giá hàng thật, nên nhiều người tiêu dùng dù biết là hàng giả nhưng vẫn mua để sử dụng. Theo ông Phan Hoàn Kiếm, Chi cục trưởng Chi cục Quản lý thị trường TP.HCM, “Sở dĩ hàng nhái, hàng giả liên tục được nhập lậu vào Việt Nam với số lượng lớn, một phần là do người tiêu dùng thích xài hàng hiệu giá rẻ”.

Cần quan tâm hơn về quyền SHTT

Theo đàm phán TPP hiện nay, thời hạn bảo hộ đối với các sáng chế về dược phẩm sẽ tăng lên 25 năm (thay vì quy định hiện tại của Việt Nam và WTO là 20 năm), do cân nhắc đến khoản bù 5 năm cho thời gian từ khi tiến hành đăng ký cho đến lúc sản phẩm được phép lưu hành trên thị trường. Việc thực thi quyền SHTT, theo cam kết cũng phải chặt chẽ hơn. Ví dụ, thời hạn bảo hộ nhãn hiệu vẫn là 10 năm, nhưng việc tiến hành các biện pháp ngăn chặn nhãn hiệu bị làm giả, làm nhái phải thực hiện triệt để hơn.

Theo TS. Nguyễn Thanh Tú, Vụ Pháp luật Quốc tế (Bộ Tư pháp), hiện nay hàng xuất khẩu ít bị xem xét khía cạnh vi phạm quyền SHTT. Tuy nhiên, sau khi gia nhập TPP thì việc kiểm soát các vi phạm về quyền SHTT cần phải tiến hành chặt chẽ, đặc biệt là đối với hàng xuất khẩu sang khu vực EU, Mỹ. Ví dụ, các doanh nghiệp gia công hàng xuất khẩu nhãn hiệu Nike, Adidas phải xác định rõ người đặt hàng gia công có quyền sở hữu hợp pháp hoặc có ủy quyền đối với các nhãn hiệu này hay không.

Hàng hoá nhập khẩu và lưu thông trên thị trường sẽ phải kiểm soát gắt gao hơn, thậm chí cần phải tiến hành hình sự hóa một số vi phạm. Hiện nay, việc hình sự hóa vi phạm quyền SHTT chỉ tiến hành khi vi phạm ở quy mô thương mại lớn. Trong khi đó, theo các thương thảo TPP hiện nay, khi xảy ra một vụ vi phạm quyền SHTT, không chỉ quy mô thương mại của vi phạm, mà mức độ thường xuyên của vi phạm cũng sẽ được xem xét để chuyển sang xử lý hình sự.

Rõ ràng, bên cạnh các biện pháp nhằm tuyên truyền nâng cao nhận thức và thái độ, hành vi của người tiêu dùng trong xã hội, bản thân các doanh nghiệp trong thời kỳ hội nhập hiện nay cũng cần nâng cao nhận thức về SHTT. Hiểu rõ quyền SHTT giúp doanh nghiệp có thể khai thác tối đa những lợi ích mà SHTT mang lại cho doanh nghiệp, cho cộng đồng. Thực tiễn cho thấy, nhiều công ty, nhiều doanh nghiệp trên thế giới đã rất thành công và trở nên nổi tiếng nhờ khai thác có hiệu quả quyền SHTT. Hiểu rõ về SHTT còn giúp doanh nghiệp tránh bị chế tài, không chỉ về tiền bạc mà còn cả khả năng bị truy tố hình sự khi xâm phạm quyền SHTT của người khác. □