



BẢO HỘ VÀ KHAI THÁC QUYỀN SỞ HỮU TRÍ TUỆ ĐỐI VỚI NHÃN HIỆU CÓ NGUỒN GỐC TỪ TRI THỨC TRUYỀN THỐNG: THỰC TIỄN TẠI TỈNH THỪA THIÊN HUẾ

Nguyễn Văn Phúc

Trường Đại học Luật, Đại học Huế, Đường Võ Văn Kiệt, TP Huế, Việt Nam

* Tác giả liên hệ: **Nguyễn Văn Phúc** <nvphuc.dhl23@hueuni.edu.vn>

(Ngày nhận bài: 29-05-2024; Ngày chấp nhận đăng: 09-12-2024)

Tóm tắt. Tri thức truyền thống từ việc khai thác thương mại đến việc bảo hộ luôn nhận được sự quan tâm rất lớn của các quốc gia trên thế giới. Trong đó, bảo hộ tri thức truyền thống thông qua quyền sở hữu trí tuệ đối với nhãn hiệu được đánh giá phù hợp hơn cho cộng đồng bản địa bởi khía cạnh kinh tế và khả năng xác lập bảo hộ nhanh chóng. Nghiên cứu tập trung phân tích những cơ sở pháp lý cho việc bảo hộ nhãn hiệu có nguồn gốc từ tri thức truyền thống; đánh giá thực tiễn khai thác nhãn hiệu tại tỉnh Thừa Thiên Huế và làm sáng tỏ những vấn đề tồn tại cần giải quyết hiện nay đối với việc bảo hộ đối tượng này.

Từ khoá: Tri thức truyền thống, nhãn hiệu, quyền sở hữu trí tuệ

INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS PROTECTION AND EXPLOITATION FOR TRADE MARK ORIGINATED FROM TRADITIONAL: CRITICAL INFORMATION IN THE THUA THIEN HUE PROVINCE

Nguyen Van Phuc

University of Law, Hue University, Vo Van Kiet St., Hue City, Vietnam

Correspondence to **Nguyen Van Phuc** <nvphuc.dhl23@hueuni.edu.vn >

(Received: May 29, 2024; Accepted: December 09, 2024)

Abstract. Traditional knowledge, from commercial exploitation to protection always receives great attention from countries around the world. Because of its economic benefit and speedy establishment of protection, indigenous groups are thought to benefit more from the protection of traditional knowledge through intellectual property rights on trademarks. The study focuses on analyzing the legal basis for protecting trademarks originating from traditional knowledge; Evaluate the practice of trademark exploitation in Thua Thien Hue province and clarify the existing issues that need to be resolved currently regarding the protection of this subject.

Keywords: Traditional knowledge, trademark, intellectual property rights

1. Đặt vấn đề

Theo ước tính hơn 70% tài nguyên sinh học của thế giới nằm ở tri thức truyền thống (TTTT) của cộng đồng địa phương và bản địa [6], và 80% dân số ở các nước đang phát triển vẫn dựa vào các bài thuốc cổ truyền để chăm sóc sức khỏe cộng đồng [10]. Hệ thống pháp luật sở hữu trí tuệ (SHTT) quốc tế và các quốc gia trên thế giới đã thiết lập nhiều biện pháp nhằm bảo hộ cho các đối tượng TTTT trong nước với mục đích bảo hộ và ngăn chặn bên thứ ba sử dụng tri thức đó một cách không phù hợp. Trong số các biện pháp bảo hộ quyền SHTT đối với TTTT hiện nay, bảo hộ thông qua việc đăng ký nhãn hiệu đang được các cộng đồng bản địa ưu tiên lựa chọn bởi khả năng nhận diện và khai thác thương mại lớn sau khi xác lập bảo hộ. Ngoài ra, điều kiện về khả năng phân biệt của nhãn hiệu được đánh giá dễ dàng vượt qua hơn so với các điều kiện bảo hộ đối với sáng chế hay xác định tính nguyên gốc đối với quyền tác giả và yếu tố về thời gian bảo hộ nhãn hiệu được gia hạn không giới hạn cũng là một ưu điểm rất lớn khi cộng đồng bản địa, địa phương lựa chọn hình thức này.

Tại Việt Nam, tỉnh Thừa Thiên Huế được đánh giá là một trong những địa phương có lịch sử lâu đời với nhiều sắc thái văn hoá địa phương độc đáo tạo nên một nền TTTT đa dạng trên các lĩnh vực như: âm nhạc truyền thống (nhã nhạc cung đình, ca Huế...); ẩm thực truyền thống (ẩm thực cung đình); kỹ năng kỹ xảo (làng nghề gốm cổ Phước Tích, hoa giấy Thanh Tiên...); kiến trúc (hệ thống lăng tẩm, cung điện, đền chùa); nghi lễ văn hoá truyền thống... Vì vậy, trong những năm qua tỉnh Thừa Thiên Huế luôn quan tâm đến công tác bảo hộ và khai thác các nhãn hiệu địa phương có nguồn gốc từ TTTT tạo thế mạnh và động lực phát triển du lịch, phát triển kinh tế cho cộng đồng. Trong đó, nhiều sản phẩm, dịch vụ bản địa đã được biết rộng rãi tạo nên thương hiệu cho địa phương như: nhãn hiệu tập thể “Hoa giấy Thanh Tiên”, “Dòng A Lưới W”, “Phước Tích Gốm CERAMIC” hay nhãn hiệu chứng nhận “Huế Festival Nghề Truyền Thống”...

Nhưng việc bảo hộ và khai thác đối với đối tượng nhãn hiệu có nguồn gốc từ TTTT không phải là điều dễ dàng khi đặt ra nhiều vấn đề phức tạp liên quan đến việc làm dụng đăng ký bảo hộ nhãn hiệu nhằm chiếm đoạt TTTT hay việc sử dụng, kiểm soát và khai thác như thế nào cho hiệu quả sau khi đăng ký bảo hộ... Vì vậy, việc nghiên cứu dưới góc độ pháp lý và cả

thực tiễn khai thác nhãn hiệu tại tỉnh Thừa Thiên Huế có ý nghĩa rất lớn cho việc bảo tồn và phát triển bền vững TTTT hiện nay.

2. Thực trạng pháp luật về bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với nhãn hiệu có nguồn gốc từ tri thức truyền thống

2.1. *Pháp luật quốc tế về bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với nhãn hiệu có nguồn gốc từ tri thức truyền thống*

Tầm quan trọng của việc bảo hộ đối tượng TTTT đã sớm được các tổ chức quốc tế và hệ thống pháp luật quốc tế tiếp cận, công nhận trên phạm vi toàn cầu. Nguồn gốc việc bảo hộ các đối tượng TTTT xuất phát từ những năm 1978 khi Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới (World Intellectual Property Organization – WIPO) cùng với Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hoá Liên hợp quốc (UNESCO) trên cơ sở tiếp cận quyền SHTT đối với văn hoá dân gian đã có những nỗ lực trong việc ban hành Luật mẫu WIPO-UNESCO vào năm 1981 được các quốc gia trên thế giới sử dụng làm mô hình để tìm kiếm sự bảo hộ cho các tác phẩm văn học dân gian [12]. Trong giai đoạn từ năm 1998-1999 WIPO đã đề cập khái niệm và các biện pháp bảo hộ về TTTT trong Báo cáo các cuộc khảo sát về SHTT và TTTT đây là kết quả cho các thành viên WIPO vào năm 2000 đã thành lập một Ủy ban liên chính phủ về SHTT và tài nguyên di truyền, kiến thức truyền thống và văn hóa dân gian (IGC) và tổ chức họp lần đầu tiên vào tháng 4 năm 2001 với nhiệm vụ tạo ra công cụ pháp lý quốc tế để bảo vệ ba đối tượng: kiến thức truyền thống, các biểu hiện văn hóa truyền thống và nguồn gen. Các đối tượng SHTT được tiếp cận theo IGC đa dạng từ bảo hộ quyền tác giả đối với các biểu đạt văn hoá cho đến bảo hộ sáng chế, nhãn hiệu, chỉ dẫn địa lý TTTT và tài nguyên di truyền. Tuy nhiên, kể từ năm 2000 cho đến tận bây giờ IGC vẫn chưa thống nhất trong việc lựa chọn một công cụ bảo hộ toàn diện nhất đối với đối tượng TTTT [11].

Hiệp định về các khía cạnh liên quan tới thương mại của quyền sở hữu trí tuệ (TRIPS) không có quy định nào điều chỉnh trực tiếp bảo hộ các đối tượng TTTT thông qua hệ thống SHTT. Vì vậy, một đối tượng TTTT bản địa sẽ được bảo hộ nhãn hiệu chỉ cần thoả mãn điều kiện là một “*dấu hiệu, hoặc tổ hợp các dấu hiệu nào, có khả năng phân biệt hàng hoá hoặc dịch vụ của một doanh nghiệp với hàng hoá hoặc dịch vụ của các doanh nghiệp khác, đều có thể làm nhãn hiệu hàng hoá*”¹. Hiệp định đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) đã có quy định riêng áp dụng đối với bảo hộ đối tượng TTTT tại Chương 18, Điều 18.6. Theo đó CPTPP chỉ thừa nhận đối tượng TTTT gắn với nguồn gen và SHTT có mối liên quan với nhau, mỗi quốc gia thông qua cơ quan có thẩm quyền về SHTT tăng cường những hiểu biết các vấn đề liên quan tới TTTT gắn với nguồn gen. Quy định này khẳng định mối liên hệ giữa TTTT với hệ

¹ Xem thêm khoản 1, Điều 15 Hiệp định TRIPS.

thống SHTT, tuy nhiên chỉ tiếp cận đối tượng TTTT gắn với nguồn gen và thiếu các đối tượng đặc thù bảo hộ riêng cho TTTT.

Từ các phân tích nêu trên có thể nói, hệ thống pháp luật quốc tế đã có những tiếp cận làm cơ sở cho việc bảo hộ các đối tượng TTTT, tuy nhiên, ở thời điểm hiện tại vẫn chưa có văn bản pháp lý nào quy định bảo hộ một cách toàn diện đối tượng TTTT, kể cả bảo hộ dưới hình thức nhãn hiệu cho các đối tượng TTTT. Một đối tượng TTTT chỉ cần thoả mãn hai điều kiện là: một dấu hiệu và có khả năng phân biệt với hàng hoá, dịch vụ trên thị trường đã thoả mãn điều kiện để được bảo hộ nhãn hiệu. Điều này đồng nghĩa với việc sử dụng những nhãn hiệu là các dấu hiệu chứa đựng các biểu tượng văn hoá, kiến thức bản địa của một bên thứ ba bất kỳ cho sản phẩm của họ thường không thể bị ngăn cản theo luật nhãn hiệu quốc tế hay chính cộng đồng bản địa tạo ra các TTTT này. Vì vậy, mỗi quốc gia thành viên phải tự xây dựng những quy định pháp luật bảo hộ đặc thù đối với TTTT nhưng không được mâu thuẫn với những cam kết chung khi tham gia vào các văn kiện quốc tế.

2.2. *Pháp luật Việt Nam về bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với nhãn hiệu có nguồn gốc từ tri thức truyền thống*

Tại Việt Nam bảo hộ quyền SHTT đối với TTTT được quy định trong Luật SHTT Việt Nam năm 2005, ban đầu được tiếp cận và đề cập tại Điều 23 như một loại hình tác phẩm văn học, nghệ thuật dân gian được sáng tạo trên cơ sở nền tảng truyền thống lồng ghép trong nhiều loại hình nghệ thuật và văn hoá như: thể hiện bằng ngôn từ (truyện, thơ, câu đối dân gian...); thể hiện bằng âm nhạc (bài hát dân gian, nhạc cụ...); thể hiện bằng hành động (điệu múa, vở kịch, nghi lễ truyền thống); hay biểu đạt trong một vật thể (tranh, gốm, tác phẩm điêu khắc...). Qua các lần sửa đổi tiếp theo vào các năm 2009, 2019 và 2022, hiện nay bảo hộ quyền SHTT đối với TTTT đã có những sửa đổi nhằm tương thích với quy định trong các hiệp định quốc tế đặc biệt CPTPP (Điều 18.6) khi “tri thức truyền thống về nguồn gen” lần đầu tiên ghi nhận trong Luật SHTT trong các quy định liên quan đến bảo hộ đối tượng sáng chế tại các Điều 86, Điều 96, Điều 100, Điều 117. Ngoài ra, trước đây Thông tư số 01/2007/TT-BKHCN ngày 14 tháng 2 năm 2007 quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật SHTT về sở hữu công nghiệp (hiện nay được thay thế bởi Thông tư số 23/2023/TT-BKHCN ngày 30 tháng 11 năm 2023²) có hướng dẫn liên quan đến yêu cầu đối với đơn đăng ký sáng chế có nguồn gốc từ “tri thức truyền thống” phải nộp kèm các tài liệu thuyết minh về nguồn gốc TTTT.

Như vậy, hiện nay Luật SHTT 2005 sửa đổi bổ sung năm 2009, 2019 và 2022 đối tượng TTTT đã được tiếp cận bảo hộ liên quan đến đối tượng quyền tác giả và quyền đối với sáng chế. Đối với bảo hộ quyền SHTT với đối tượng nhãn hiệu không có hướng dẫn riêng đối với nhãn

² Xem thêm quy định tại Khoản 4, Điều 14 Thông tư 23/2023/TT-BKHCN hướng dẫn Luật Sở hữu trí tuệ và Nghị định 65/2023/NĐ-CP hướng dẫn Luật Sở hữu trí tuệ về sở hữu công nghiệp, bảo vệ quyền sở hữu công nghiệp, quyền đối với giống cây trồng và quản lý nhà nước về sở hữu trí tuệ liên quan đến thủ tục xác lập quyền sở hữu công nghiệp và bảo đảm thông tin sở hữu công nghiệp do Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ ban hành.

hiệu có nguồn gốc từ TTTT, điều này xuất phát từ bản chất của việc đăng ký nhãn hiệu chỉ là một chỉ dẫn thương mại nhằm phân biệt những hàng hoá dịch vụ với nhau không xét đến yếu tố nội dung hay nguồn gốc nhãn hiệu. Theo đó, một nhãn hiệu thông thường hay có nguồn gốc từ TTTT sẽ được bảo hộ nếu đáp ứng hai điều kiện: (i) là dấu hiệu nhìn thấy được hoặc dấu hiệu âm thanh; (ii) có khả năng phân biệt³. Trên cơ sở này, một dấu hiệu có nguồn gốc từ TTTT và có khả năng phân biệt trên cơ sở hàng hoá, dịch vụ của chủ sở hữu nhãn hiệu khác trên thị trường đều có thể đăng ký nhãn hiệu. Ví dụ như: tên gọi một sản phẩm truyền thống gắn với địa danh của địa phương; những hình ảnh truyền thống trong các biểu đạt văn hoá bản địa; những dấu hiệu tổng thể kết hợp gợi nhớ đến nguồn gốc truyền thống đều có thể đăng ký nhãn hiệu.

Tuy nhiên, để luật hóa cam kết trong Hiệp định CPTPP về nhãn hiệu cũng như thực hiện lộ trình theo Nghị quyết số 72/2018/QH14 ngày 12/11/2018 của Quốc hội phê chuẩn Hiệp định CPTPP cùng các văn kiện liên quan. Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật SHTT 2022 nhiều quy định mới được bổ sung, theo tác giả có ý nghĩa rất lớn trong việc bảo hộ các đối tượng TTTT, cụ thể:

Thứ nhất, bổ sung dấu hiệu âm thanh có thể được bảo hộ dưới danh nghĩa nhãn hiệu quy định tại Khoản 1, Điều 72 và Khoản 2 Điều 105 Luật SHTT 2005, sửa đổi bổ sung năm 2009, 2019, 2022. Điều này mở rộng đối tượng được đăng ký các nhãn hiệu có nguồn gốc từ TTTT bên cạnh những dấu hiệu truyền thống bằng thị giác, các dấu hiệu bằng thính giác có khả năng phân biệt tự thân và phân biệt với các nhãn hiệu khác như: giai điệu truyền thống từ các nhạc cụ dân tộc, âm nhạc cổ truyền cộng đồng... có thể xác lập đăng ký nhãn hiệu âm thanh cho một sản phẩm, dịch vụ có nguồn gốc từ TTTT.

Thứ hai, bổ sung các trường hợp dấu hiệu trùng hoặc tương tự đến mức gây nhầm lẫn với có yếu tố của quyền tác giả. *“Dấu hiệu trùng hoặc tương tự đến mức gây nhầm lẫn với tên gọi, hình ảnh của nhân vật, hình tượng trong tác phẩm thuộc phạm vi bảo hộ quyền tác giả của người khác đã được biết đến một cách rộng rãi trước ngày nộp đơn, trừ trường hợp được phép của chủ sở hữu tác phẩm đó.”* (Điều p, Khoản 2, Điều 74 Luật SHTT sửa đổi bổ sung năm 2009, 2019, 2022). Điều này là cơ sở loại trừ các trường hợp tự ý sử dụng các tác phẩm văn học, nghệ thuật dân gian có nguồn gốc từ TTTT trong việc đăng ký bảo hộ nhãn hiệu trái với ý muốn của cộng đồng nắm giữ TTTT. Tuy nhiên, việc xác định chủ sở hữu tác phẩm đối với loại hình TTTT là không dễ dàng nên việc thể hiện ý chí đồng ý hay phản đối cho phép sử dụng tác phẩm TTTT trên thực tiễn gặp không ít khó khăn.

³ Điều 72. Điều kiện chung đối với nhãn hiệu được bảo hộ

“Nhãn hiệu được bảo hộ nếu đáp ứng các điều kiện sau đây:

- 1. Là dấu hiệu nhìn thấy được dưới dạng chữ cái, từ ngữ, hình vẽ, hình ảnh, hình ba chiều hoặc sự kết hợp các yếu tố đó, được thể hiện bằng một hoặc nhiều màu sắc hoặc dấu hiệu âm thanh thể hiện được dưới dạng đồ họa;*
- 2. Có khả năng phân biệt hàng hóa, dịch vụ của chủ sở hữu nhãn hiệu với hàng hóa, dịch vụ của chủ thể khác”.* Luật Sở hữu trí tuệ 2005, sửa đổi bổ sung năm 2009, 2019, 2022.

Thứ ba, bổ sung quy định về “dùng ý xấu” khi thực hiện thủ tục đăng ký bảo hộ nhãn hiệu. Được bổ sung vào các Điều 96, Điều 117 Luật SHTT 2005 sửa đổi, bổ sung 2009, 2019, 2022, việc đăng ký nhằm “dùng ý xấu” được giải thích và hướng dẫn tại Khoản 2, Điều 34, Thông tư số 23/2023/TT-BKHCN nhằm tránh việc “đầu cơ nhãn hiệu” cũng như “lợi dụng danh tiếng, uy tín của nhãn hiệu đó để thu lợi”. Quy định tạo cơ sở cho việc từ chối cấp văn bằng bảo hộ nhãn hiệu khi việc tự ý đăng ký nhãn hiệu sử dụng các dấu hiệu truyền thống chưa được đăng ký và không được cộng đồng, địa phương cho phép nhằm lợi dụng danh tiếng, uy tín của cộng đồng để thu lợi hoặc đầu cơ nhãn hiệu để bán lại.

Tóm lại, hiện nay Luật SHTT năm 2005 sửa đổi, bổ sung năm 2009, 2019, 2022 và pháp luật quốc tế đã có những sửa đổi quan trọng làm cơ sở pháp lý cho việc bảo hộ quyền SHTT đối với nhãn hiệu có nguồn gốc từ TTTT tại Việt Nam. Tuy nhiên, pháp luật về bảo hộ quyền SHTT đối với nhãn hiệu có thể vừa để sử dụng để bảo vệ hoặc làm suy yếu quyền lợi của cộng đồng nắm giữ TTTT vì quy định về pháp luật nhãn hiệu tại Việt Nam không giới hạn bất kỳ bên thứ ba nào tiếp cận, đăng ký bảo hộ nhãn hiệu từ TTTT, cộng đồng bản địa phải dựa vào các quy định sẵn có để tự bảo vệ quyền lợi chính đáng TTTT của mình. Vì vậy, việc tiếp tục hoàn thiện các cơ chế pháp lý về nhãn hiệu tại Việt Nam liên quan đến khả năng phân biệt của nhãn hiệu và mục đích đăng ký nhãn hiệu có ý nghĩa quan trọng trong thời gian tới.

3. Thực tiễn thực hiện pháp luật Việt Nam về bảo hộ và khai thác quyền sở hữu trí tuệ đối với nhãn hiệu có nguồn gốc từ tri thức truyền thống tại tỉnh Thừa Thiên Huế

Thừa Thiên Huế đã triển khai nhiều chương trình phát triển tài sản trí tuệ hàng năm gắn với phát triển du lịch tại địa phương bước đầu đem lại những kết quả tích cực. Nhiều sản phẩm, dịch vụ tại địa phương đã tạo dựng thương hiệu thành công trên cơ sở xác lập quyền SHTT, theo thống kê từ Cục SHTT tính đến tháng 6 năm 2024 Thừa Thiên Huế có 4 chỉ dẫn địa lý, 74 nhãn hiệu tập thể và 8 nhãn hiệu chứng nhận đã được cấp [1]. Trong số các nhãn hiệu được đăng ký bảo hộ, những nhãn hiệu có nguồn gốc từ TTTT tại tỉnh Thừa Thiên Huế chủ yếu được bảo hộ và khai thác trên cơ sở nhãn hiệu tập thể và nhãn hiệu chứng nhận, nhằm mục đích kiểm soát về chủ thể sử dụng và khai thác nhãn hiệu cũng như đảm bảo chia sẻ lợi ích cho cộng đồng nắm giữ TTTT tại tỉnh Thừa Thiên Huế. Vì vậy, trong nội dung này tác giả tập trung vào thực tiễn bảo hộ và khai thác chủ yếu hai loại nhãn hiệu này tại tỉnh Thừa Thiên Huế.

3.1. Bảo hộ và khai thác đối với nhãn hiệu chứng nhận có nguồn gốc từ tri thức truyền thống tại tỉnh Thừa Thiên Huế

Trong tổng số 8 nhãn hiệu chứng nhận được cấp văn bằng bảo hộ tại tỉnh Thừa Thiên Huế, có đến 6/8 nhãn hiệu chứng nhận có liên quan đến đối tượng TTTT về các lĩnh vực như: nhãn hiệu Bún Bò Huế (ẩm thực); nhãn hiệu Thủ Công Mỹ Nghệ Huế CRAFTED IN HUE, hình

(sản phẩm thủ công truyền thống); nhãn hiệu Huế Festival Nghệ Truyền Thống, hình (lễ hội nghệ truyền thống), nhãn hiệu Hương Xưa Làng Cổ Phước Tích, hình (du lịch cộng đồng và thủ công mỹ nghệ), nhãn hiệu Chợ quê Cầu ngói Thanh Toàn (thủ công mỹ nghệ và du lịch cộng đồng); nhãn hiệu Huế KINH ĐÔ ẩm thực Gastronomy Capital (các món ăn truyền thống, ẩm thực du lịch).

Bảng 1. Các nhãn hiệu chứng nhận được cấp bằng bảo hộ tại tỉnh Thừa Thiên Huế tính đến tháng 06/2024 [1]

 Nhãn hiệu chứng nhận: <i>Giải Thưởng Cổ Đô Khoa Học & Công Nghệ, hình</i> Số bằng: 4-0228832-000 cấp ngày 25.07.2014; Chủ văn bằng: Sở KH&CN tỉnh Thừa Thiên Huế	 Nhãn hiệu chứng nhận: <i>Bún Bò Huế</i> Số bằng: 4-272400-000 cấp ngày 27.02.2017; Chủ văn bằng: UBND tỉnh Thừa Thiên Huế
 Nhãn hiệu chứng nhận: <i>Thủ Công Mỹ Nghệ Huế CRAFTED IN HUE, hình</i> Số bằng: 4-276886-000 cấp ngày 27.02.2017; Chủ văn bằng: UBND tỉnh Thừa Thiên Huế	 Nhãn hiệu chứng nhận: <i>Huế Festival Nghệ Truyền Thống, hình</i> Số bằng: 4-299264-000 cấp ngày 08.05.2018; Chủ văn bằng: UBND thành phố Huế
 Nhãn hiệu chứng nhận: <i>Nông Sản Nam Đông, hình</i> Số bằng: 4-393105-000 cấp ngày 19.07.2021; Chủ văn bằng: UBND huyện Nam Đông	 Nhãn hiệu chứng nhận: <i>Hương Xưa Làng Cổ Phước Tích, hình</i> Số bằng: 4-447140-000 cấp ngày 13.03.2023; Chủ văn bằng: UBND huyện Phong Điền
 Nhãn hiệu chứng nhận: <i>Chợ quê Cầu ngói Thanh Toàn</i> Số bằng: 4-0483603-000 cấp ngày 18.03.2024; Chủ văn bằng: UBND thị xã Hương Thủy	 Nhãn hiệu chứng nhận: <i>Huế KINH ĐÔ ẩm thực Gastronomy Capital</i> Số bằng: 4-0492669-000 cấp ngày 23.05.2024; Chủ văn bằng: Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế

Nguồn: Cục sở hữu trí tuệ

Sau thời gian đăng ký bảo hộ, tỉnh Thừa Thiên Huế đã triển khai đồng bộ các giải pháp để khai thác và phát huy hiệu quả những nhãn hiệu chứng nhận có nguồn gốc từ TTTT này, thu được một số kết quả nhất định:

Nhãn hiệu chứng nhận “Thủ Công Mỹ Nghệ Huế CRAFTED IN HUE, hình”, được cấp vào năm 2017 cho UBND tỉnh Thừa Thiên Huế. Với nhãn hiệu nhận diện theo Quy chế quản lý và sử dụng “Con dấu nhận diện sản phẩm thủ công mỹ nghệ Huế” ban hành kèm theo Quyết định số 1410/QĐ-UBND ngày 23/6/2016 của UBND tỉnh. Đến nay, đã có 23 đơn vị sản xuất kinh doanh sản phẩm thủ công mỹ nghệ được cấp quyền sử dụng “Con dấu nhận diện sản phẩm thủ công mỹ nghệ Huế” với 547 mẫu của 57 sản phẩm/bộ sản phẩm; qua đó các sản phẩm sử dụng “Con dấu nhận diện sản phẩm thủ công mỹ nghệ Huế” đã dần tạo được uy tín trên thị trường, góp phần phân biệt sản phẩm TCMN có nguồn gốc từ Thừa Thiên Huế với các sản phẩm TCMN của các địa phương khác [8].

Nhãn hiệu chứng nhận “Huế Festival Nghề Truyền Thống” là một nhãn hiệu được cấp cho UBND thành phố Huế vào năm 2018 nhằm chứng nhận cho một lễ hội truyền thống thường niên tại tỉnh Thừa Thiên Huế nhằm tôn vinh các làng nghề truyền thống tại địa phương. Tỉnh Thừa Thiên Huế đã có những chính sách trong khai thác và phát triển, quảng bá nhãn hiệu chứng nhận như một thương hiệu thường niên tại tỉnh Thừa Thiên Huế kết hợp với hàng loạt các chuỗi hoạt động văn hóa, nghệ thuật, lễ hội dân gian, lễ hội cung đình và các hoạt động hưởng ứng, hoạt động cộng đồng. Thông qua việc cấp sử dụng nhãn hiệu chứng nhận cho các làng nghề truyền thống tham gia Festival, nhiều sản phẩm thủ công mỹ nghệ tại địa phương được quảng bá và biết đến rộng rãi như: tranh làng Sình, hoa giấy Thanh Tiên, nón lá Huế... Ngoài ra còn mở rộng cho các làng nghề truyền thống cả nước và quốc tế tham gia. Qua đó đem lại lợi ích lớn cho người dân địa phương, phát triển du lịch và quảng bá văn hoá truyền thống.

Nhãn hiệu chứng nhận “Hương Xưa Làng Cổ Phước Tích, hình” cấp vào năm 2023 cho UBND huyện Phong Điền trong khuôn khổ dự án “Tạo lập, quản lý và phát triển nhãn hiệu chứng nhận “Hương xưa Làng cổ Phước Tích” đối với nhóm sản phẩm thủ công mỹ nghệ và dịch vụ kinh doanh, du lịch cộng đồng. Làng cổ Phước Tích được biết đến với 38 ngôi nhà rường cổ còn khá nguyên vẹn có tuổi thọ trên 100 năm với lối kiến trúc truyền thống độc đáo, kết hợp với làng nghề làm gốm và các di tích tín ngưỡng, tôn giáo. Hiện nay, UBND huyện Phong Điền đã ban hành mô hình tổ chức quản lý, điều hành, khai thác và phát triển nhãn hiệu chứng nhận; kết hợp với các website và nền tảng đa phương tiện để quảng bá và khai thác nhãn hiệu chứng nhận truyền thống [9]⁴.

⁴ Hiện nay đã xây dựng được 01 Website quảng bá hình ảnh dịch vụ mang nhãn hiệu chứng nhận đáp ứng yêu cầu được sử dụng thực tiễn <https://huongxualangcophuocrich.com.vn/huong-xua-lang-co-phuoc-tich/>, 01 trang Fanpage được tạo lập tại địa chỉ: <https://www.facebook.com/huongxuaphuocrich>, 01 kênh Youtube được tạo lập tại địa chỉ: <https://www.youtube.com/channel/UCpk0VhkOpmbnBVtmZlOwqQg>.

Nhãn hiệu chứng nhận “Huế KINH ĐÔ ẩm thực *Gastronomy Capital*” cấp vào tháng 5/2024 cho Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế trong khuôn khổ dự án “*Tạo lập, quản lý và phát triển nhãn hiệu chứng nhận “Huế – Kinh đô ẩm thực” cho các đặc sản ẩm thực Huế*” đối với nhóm các sản phẩm thức ăn truyền thống của Huế, dịch vụ du lịch và ẩm thực... Ẩm thực Huế được định hình như một loại di sản văn hoá dựa trên nền tảng địa lý và các yếu tố lịch sử văn hoá bản địa giao thoa ba miền tạo nên một hệ thống ẩm thực đa dạng hơn 1700 món ăn, bao gồm ba loại hình chính: ẩm thực dân gian, ẩm thực cung đình và ẩm thực chay. Mặc dù mới được cấp nhãn hiệu chứng nhận nhưng Sở Du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế đã xây dựng kế hoạch mở rộng bảo hộ đăng ký nhãn hiệu chứng nhận cho 22 món ăn đặc trưng của ẩm thực Huế như: bún hến, bánh canh Nam Phổ, bánh xèo, chè hạt sen... Bên cạnh đó còn triển khai thúc đẩy các dịch vụ du lịch trải nghiệm ẩm thực Huế như: ẩm thực về đêm, ẩm thực đường phố, ẩm thực đậm phá... [4]

Tuy nhiên, đối với nhãn hiệu chứng nhận về ẩm thực truyền thống “Bún Bò Huế” cấp năm 2017 cho UBND tỉnh Thừa Thiên Huế theo quy chế quản lý và sử dụng nhãn hiệu số 1623/QĐ-UBND ngày 13 tháng 7 năm 2016, mặc dù được biết đến là một món ăn truyền thống lâu đời của địa phương nhưng việc khai thác nhãn hiệu chứng nhận này vẫn chưa phát huy hiệu quả. Trong tổng số 05 cơ sở sử dụng, khai thác nhãn hiệu chứng nhận “Bún bò Huế” tại tỉnh Thừa Thiên Huế, nguyên nhân đến từ việc khó đáp ứng các tiêu chuẩn bảo hộ nhãn hiệu chứng nhận, cũng như việc quảng bá, khai thác chưa phát huy hiệu quả [7].

3.2. Bảo hộ và khai thác đối với nhãn hiệu tập thể có nguồn gốc từ tri thức truyền thống tại tỉnh Thừa Thiên Huế

Theo thống kê của Cục Sở hữu trí tuệ, tỉnh Thừa Thiên Huế có 74 nhãn hiệu tập thể được cấp văn bằng bảo hộ tính đến tháng 6 năm 2024. Trong số đó nhiều nhãn hiệu tập thể được cấp cho các sản phẩm làng nghề truyền thống tại địa phương như: nhãn hiệu “Huế Đúc Đồng Truyền Thống, hình” cấp cho sản phẩm đúc đồng truyền thống Huế; nhãn hiệu tập thể “Dèng A Lưới W, hình” cấp cho làng nghề dệt Dèng A Lưới; nhãn hiệu “Hoa Giấy Thanh Tiên, hình” cho làng nghề truyền thống hoa giấy Thanh Tiên; nhãn hiệu “Phước Tích Gốm CERAMIC, hình” cho sản phẩm của làng nghề truyền thống gốm Phước Tích... [1].

Kể từ khi được bảo hộ, nhiều nhãn hiệu tập thể có nguồn gốc từ các TTTT tại tỉnh Thừa Thiên Huế đã được khai thác, quảng bá và đầu tư một cách bài bản trên các kênh quảng bá, kinh doanh sản phẩm như cửa hàng, trang web quảng bá, gian hàng trên các trang thương mại điện tử, hội chợ thông qua các hình thức đa dạng như: kinh doanh dưới hình thức sản phẩm truyền thống (như dầu trầm Lộc Thủy, rượu Làng Chuồn...); kinh doanh thông qua các hình thức làng nghề du lịch trải nghiệm, du lịch cộng đồng (làng nghề Hoa giấy Thanh Tiên; dệt Dèng A Lưới, Làng nghề chổi đót Thanh Lam, gốm Phước Tích)... Một số mô hình bảo hộ và khai thác nhãn hiệu tập thể có nguồn gốc từ TTTT địa phương thành công có thể kể đến:

Nhãn hiệu tập thể “Dèng A Lưới W, hình” cấp cho Hội Liên hiệp phụ nữ huyện A Lưới vào năm 2019 đối với sản phẩm dệt Dèng tại huyện A Lưới, tỉnh Thừa Thiên Huế⁵. Để bảo tồn và khai thác hiệu quả nhãn hiệu tập thể từ TTTT thủ công này huyện A Lưới và tỉnh Thừa Thiên Huế đã tiến hành nhiều chính sách tổng thể để phục hồi và phát triển sản phẩm truyền thống như: (i) Ban hành đề án phục hồi nghề dệt Dèng, các chương trình tập huấn hỗ trợ về kỹ thuật và tìm đầu ra cho sản phẩm được xây dựng; (ii) quảng bá, xúc tiến thương mại thông qua các hội chợ triển lãm, festival làng nghề trong và ngoài nước; (iii) thành lập các hợp tác xã sản xuất quy mô lớn; (iv) phát triển gắn với du lịch cộng đồng [5]... trên cơ sở đó, đời sống của cộng đồng dân tộc tại A Lưới được cải thiện và ngày càng phát triển.

Nhãn hiệu tập thể “Hoa Giấy Thanh Tiên, hình” được cấp cho Hội Làng nghề truyền thống hoa giấy Thanh Tiên vào năm 2019⁶. Việc khai thác hiệu quả nhãn hiệu tập thể hoa giấy Thanh Tiên thông qua hai hình thức chủ yếu: quảng bá xúc tiến thông qua các hội chợ truyền thống, Festival Huế, lễ hội áo dài, các chương trình giao lưu văn hóa nghệ thuật...; gắn với việc phát triển du lịch cộng đồng trải nghiệm; xây dựng quảng bá trên nền tảng mạng xã hội và trang thương mại điện tử (trang web <http://www.hoasengiythanhtien.com>, facebook) [3].

Bên cạnh đó, hiện nay nhằm tạo kênh quảng bá và tiêu thụ các sản phẩm mang nhãn hiệu truyền thống địa phương, UBND tỉnh Thừa Thiên Huế đã xây dựng một trang web thông qua địa chỉ trực tuyến <http://sanphamhue.vn>. Nội dung bao gồm danh mục các sản phẩm chủ lực của tỉnh Thừa Thiên Huế thuộc nhóm đặc sản địa phương, làng nghề truyền thống, ngành nghề nông thôn, sản phẩm tiểu thủ công nghiệp và dịch vụ giai đoạn 2022-2025.

Qua việc nghiên cứu thực tiễn khai thác và bảo hộ nhãn hiệu có nguồn gốc từ TTTT tại tỉnh Thừa Thiên Huế, tác giả có một số nhận xét như sau: (i) Thứ nhất, việc bảo hộ và khai thác đối tượng quyền SHTT đối với các sản phẩm, dịch vụ có nguồn gốc từ TTTT hoàn toàn có cơ sở và có hiệu quả về khía cạnh kinh tế và bảo tồn TTTT; (ii) Thứ hai, muốn khai thác nhãn hiệu từ TTTT hiệu quả phải có sự phối hợp đồng thuận giữa chính quyền, cộng đồng địa phương; (iii) Thứ ba, khai thác nhãn hiệu từ TTTT song hành với phát triển du lịch là hướng đi đúng đắn trong bảo tồn và phát triển bền vững đối tượng TTTT.

Có thể nói, so với thế mạnh sẵn có về du lịch và hệ thống TTTT đa dạng, Thừa Thiên Huế vẫn còn nhiều tiềm năng trong việc khai thác TTTT và việc cân nhắc bảo hộ thông qua đối tượng nhãn hiệu sẽ là một sự lựa chọn phù hợp với đối tượng TTTT hiện nay. Tuy nhiên, việc

⁵ Dệt Dèng là một loại hình sản xuất thủ công độc đáo của đồng bào dân tộc Tà Ôi, Pa Kô, Vân Kiều tại huyện miền núi A Lưới, tỉnh Thừa Thiên Huế. Nghề dệt Dèng đã có từ xa xưa, truyền từ đời này sang đời khác với nguyên liệu và kỹ năng dệt truyền thống mang đậm bản sắc dân tộc miền núi bản địa.

⁶ Nghề làm hoa giấy Thanh Tiên xuất phát từ tín ngưỡng dân gian có lịch sử hơn 300 năm tuổi, khi vào dịp tết hoa giấy được trang trọng tôn trí ở ban thờ tổ tiên, ông táo. Với sự kết hợp độc đáo của nguyên liệu có sẵn tại địa phương cộng với kỹ năng của các nghệ nhân lâu đời tạo nên một sản phẩm mang đậm bản sắc văn hoá truyền thống và có thể sử dụng để trang trí nhà cửa.

quản lý và khai thác nhãn hiệu từ TTTT tại tỉnh Thừa Thiên Huế hiện nay còn đặt ra một số vướng mắc cần được giải quyết trong thực tiễn như:

(1) Việc khai thác nhãn hiệu theo chuỗi liên kết các đối tượng TTTT chưa được chú trọng. Hiện nay, việc khai thác nhãn hiệu vẫn theo chiều hướng độc lập và phụ thuộc vào các nguồn lực của chủ sở hữu nhãn hiệu, tại tỉnh Thừa Thiên Huế mỗi nhãn hiệu xây dựng riêng theo các chính sách khác nhau của chủ sở hữu nhãn hiệu dẫn đến một số nhãn hiệu khai thác rất hiệu quả và ngược lại nhiều nhãn hiệu truyền thống tại địa phương không phát huy hiệu quả sau khi đăng ký bảo hộ. Điều này phản ánh thiếu sự liên kết chuỗi nhãn hiệu trong phát triển các sản phẩm truyền thống của địa phương.

(2) Thiếu các mô hình quản lý và khai thác hiệu quả các nhãn hiệu truyền thống. Mặc dù các nhãn hiệu tập thể hay nhãn hiệu chứng nhận đều có các quy chế về quản lý và sử dụng nhãn hiệu, nhưng thông thường chỉ quy định vai trò, nhiệm vụ quyền hạn các chủ thể sử dụng và quản lý nhãn hiệu chưa phát huy hiệu quả sau bảo hộ. Vì vậy, cần xây dựng một chiến lược quản lý và khai thác bài bản các nhãn hiệu này trong thời gian tới, tận dụng nguồn lực sẵn có trong phát triển du lịch tại tỉnh Thừa Thiên Huế.

4. Một số kiến nghị nhằm hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả thực hiện pháp luật về bảo hộ và khai thác quyền sở hữu trí tuệ đối với nhãn hiệu có nguồn gốc từ tri thức truyền thống tại tỉnh Thừa Thiên Huế

4.1. Kiến nghị hoàn thiện về pháp luật về bảo hộ nhãn hiệu có nguồn gốc từ tri thức truyền thống tại Việt Nam

Không thể phủ nhận cơ chế nhãn hiệu rất phù hợp cho việc bảo hộ, khai thác các sản phẩm từ TTTT. Tuy nhiên, quy định về pháp luật nhãn hiệu hiện nay không giới hạn bất kỳ bên thứ ba nào sử dụng đăng ký nhãn hiệu như một phương tiện khai thác TTTT và theo đuổi các mục đích thương mại. Điều này có thể chống lại cộng đồng bản địa vì họ mất quyền kiểm soát các dấu hiệu và biểu tượng truyền thống của mình vào tay các chủ sở hữu nhãn hiệu theo các mục đích sử dụng được đăng ký. Theo quan điểm của tác giả, cần bổ sung và vận dụng linh hoạt các quy định Luật SHTT hiện có để phản đối và bảo vệ quyền lợi cho cộng đồng nắm giữ các TTTT:

Thứ nhất, cần sớm có hướng dẫn bổ sung tiêu chí đánh giá khả năng phân biệt nhãn hiệu tại Điều 74 Luật SHTT, nhãn hiệu bị coi là không có khả năng phân biệt nếu nhãn hiệu đó là dấu hiệu thuộc trường hợp sau: “*dấu hiệu trùng hoặc tương tự các dấu hiệu và biểu tượng truyền thống nhưng không được cộng đồng hoặc chủ sở hữu hợp pháp TTTT đó đồng ý bằng văn bản*”.

Thứ hai, cần giải thích và vận dụng quy định về “*dùng ý xấu*” khi thực hiện thủ tục đăng ký bảo hộ nhãn hiệu tại Điều 96, Điều 117 Luật SHTT 2005 sửa đổi, bổ sung 2009, 2019, 2022, và

hướng dẫn tại Khoản 2, Điều 34, Thông tư số 23/2023/TT-BKHCN làm cơ sở cho việc từ chối cấp văn bằng bảo hộ nhãn hiệu khi việc tự ý đăng ký nhãn hiệu sử dụng các dấu hiệu truyền thống chưa được đăng ký và không được cộng đồng, địa phương cho phép nhằm lợi dụng danh tiếng, uy tín của cộng đồng để thu lợi hoặc dấu cơ nhãn hiệu để bán lại.

4.2. Giải pháp nâng cao hiệu quả thực hiện pháp luật về khai thác quyền sở hữu trí tuệ đối với nhãn hiệu có nguồn gốc từ tri thức truyền thống

Trên cơ sở phân tích các quy định pháp luật về SHTT và thực tiễn bảo hộ, khai thác nhãn hiệu tại tỉnh Thừa Thiên Huế, tác giả xin đề xuất một số giải pháp cụ thể nhằm khai thác hiệu quả nhãn hiệu có nguồn gốc từ TTTT tại tỉnh Thừa Thiên Huế trong thời gian tới:

Thứ nhất, cần tiếp cận liên kết nhãn hiệu truyền thống tại tỉnh Thừa Thiên Huế phát triển theo các hướng:

(1) Xác định chuỗi liên kết nhãn hiệu theo đơn vị hành chính: lấy nhãn hiệu sản phẩm truyền thống chủ lực ở mỗi địa phương làm trọng tâm và lan toả kết nối với các đơn vị hành chính trong tỉnh cũng như liên kết vùng. Ví dụ: huyện Phú Vang trọng tâm nhãn hiệu “hoa giấy Thanh Tiên”; huyện Phong Điền nhãn hiệu “Phước Tích Gốm CERAMIC”; huyện A Lưới nhãn hiệu “Dèng A Lưới W, hình”...

(2) Xác định chuỗi liên kết nhãn hiệu theo từng nhóm ngành. Ví dụ: liên kết nhóm ngành nhãn hiệu thủ công mỹ nghệ truyền thống (Dèng A Lưới, gốm Phước Tích...); nhóm ngành dịch vụ và du lịch truyền thống (Hương Xưa Làng Cổ Phước Tích; Huế Festival Nghề Truyền Thống; Bún Bò Huế)... trong đó xác định các nhãn hiệu chủ lực trong từng nhóm ngành, liên kết quảng bá các nhãn hiệu mới. Việc liên kết theo chuỗi đối với nhãn hiệu truyền thống có vai trò cộng hưởng rất lớn cho việc sử dụng các nguồn lực sẵn có để hỗ trợ phát triển nhãn hiệu và khai thác, quản lý có hiệu quả các đối tượng TTTT tại tỉnh Thừa Thiên Huế.

Thứ hai, có chiến lược phát triển và khai thác bền vững các nhãn hiệu truyền thống tại địa phương: (1) Định vị rõ hướng phát triển cho từng nhãn hiệu thông qua việc xác định khách hàng, thị trường và loại hình TTTT được bảo hộ; (2) Xây dựng câu chuyện thương hiệu kết hợp quảng bá, xúc tiến thương mại các sản phẩm truyền thống ra thị trường trong nước và thế giới; (3) Tạo kênh phân phối bền vững cho các sản phẩm mang nhãn hiệu có nguồn gốc từ TTTT; (4) Xây dựng mô hình kiểm soát và quản lý chất lượng nhãn hiệu chứng nhận và nhãn hiệu tập thể kết hợp kiểm soát nội bộ, kiểm soát ngoại vi đối với chủ thể sử dụng nhãn hiệu [2] ...

5. Kết luận

Phải thừa nhận rằng hệ thống pháp luật SHTT hiện hành về nhãn hiệu không hoàn toàn tương thích với các đối tượng TTTT, nhưng bảo hộ TTTT bằng nhãn hiệu là một lựa chọn phù hợp vừa để bảo tồn và vừa phát triển các khía cạnh thương mại truyền thống ở giai đoạn hiện

nay. Việc đi tìm một giải pháp bảo hộ phù hợp nhất đối với TTTT vẫn tiếp tục nhưng điều này luôn phải đảm bảo cân bằng được hai khía cạnh: quyền lợi cho cộng đồng bản địa và chia sẻ tri thức cho thế hệ tiếp theo.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Cổng thông tin điện tử Cục sở hữu trí tuệ (2024), “Danh sách đơn đăng ký và văn bằng bảo hộ (Sáng chế/Giải pháp hữu ích, Kiểu dáng công nghiệp, Nhãn hiệu) của 63 tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương trên Công báo sở hữu công nghiệp”, truy cập tại: <https://ipvietnam.gov.vn/web/guest/danh-sach-sang-che-kieu-dang-cong-nghiep-nhan-hieu-cua-63-tinh-thanh>, truy cập ngày 25 tháng 7 năm 2024.
2. Lê Thị Diệu Chi, Nguyễn Văn Phúc (2023), “Xây dựng mô hình quản lý và khai thác chỉ dẫn địa lý tỏi Lý Sơn: Kinh nghiệm từ một số mô hình thành công”, *Tạp chí Pháp luật và thực tiễn*, (56).
3. Võ Văn Dân (2022), “Triển vọng phát triển du lịch của làng nghề hoa giấy Thanh Tiên”, *Tạp chí Văn học nghệ thuật*, số 504, tháng 7-2022.
4. Bảo Hoà (2024), “Huế – Kinh đô ẩm thực được cấp bảo hộ nhãn hiệu chứng nhận”, *Tạp chí điện tử Sở hữu trí tuệ & Sáng tạo*, truy cập tại: <https://sohuutritue.net.vn/hue--kinh-do-am-thuc-duoc-cap-bao-ho-nhan-hieu-chung-nhan-d221270.html>, truy cập ngày 05 tháng 4 năm 2024.
5. My Nguyễn (2023), “Dệt Dèng A Lưới di sản phi vật thể quốc gia”, *Tạp chí Công thương*, truy cập tại: <https://tapchicongthuong.vn/magazine/det-dzeng-a-luoi-di-san-phi-vat-the-quoc-gia-109044.htm>, truy cập ngày 05 tháng 4 năm 2024.
6. Oguamanam, Chidi (2004), “Protecting Indigenous Knowledge in International Law: Solidarity Beyond the Nation-State”, *Law Text Culture* 8 (10) 2004, pp. 191–230.
7. Đức Quang (2018), “Cần nhân rộng nhãn hiệu Bún bò Huế”, truy cập tại: <https://baothuathienhue.vn/can-nhan-rong-nhan-hieu-bun-boI6PX9E9v9c6k3wmQ0lciev4OUcXuW>, truy cập ngày 05 tháng 4 năm 2024.
8. Trung tâm Xúc tiến thương mại tỉnh Thừa Thiên Huế (2020), “Thông tin đăng ký cấp quyền sử dụng ”Con dấu nhận diện sản phẩm TCMN Huế”, truy cập tại: <http://sct.thuathienhue.gov.vn/desktopmodules/DNNTinBai/PrintTinBai.aspx?>, truy cập ngày 12 tháng 4 năm 2024.
9. Nhật Trinh (2023), “Tạo lập, quản lý và phát triển nhãn hiệu chứng nhận “Hương xưa Làng cổ Phước Tích” cho Làng cổ Phước Tích, xã Phong Hòa, huyện Phong Điền, tỉnh Thừa Thiên Huế”, truy cập tại: <https://skhcn.thuathienhue.gov.vn/hoat-dong-kh-cn-dia-phuong/tao->

lap-quan-ly-va-phat-trien-nhan-hieu-chung-nhan-huong-xua-lang-co-phuoc-tich-cho-lang-co-phuoc-tich-xa-phong-hoa-huyen-phong-dien-tinh-thua-thien-hue.html, truy cập ngày 12 tháng 4 năm 2024.

10. WHO (2013), “*WHO traditional medicine strategy: 2014-2023*”, <https://iris.wpro.who.int/handle/10665.1/11340>, accessed on April 13, 2024.
11. WIPO (2015), “*Traditional Knowledge and Intellectual Property – Background Brief*”, wipo.int, https://www.wipo.int/pressroom/en/briefs/tk_ip.html, accessed on April 13, 2024.
12. Zappalaglio Andrea (2013), “*Traditional Knowledge: Emergence and History of the Concept at International Level*” (December 13, 2013), <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2554132>, accessed on April 10, 2024.