

## TẠO LẬP, QUẢN LÝ VÀ PHÁT TRIỂN NHÃN HIỆU CHỨNG NHẬN CHO SẢN PHẨM MẬT ONG RỪNG SÚ VỆT THÁI BÌNH

Vũ Thị Thu Hương<sup>1\*</sup>, Phan Văn Khải<sup>1</sup>, Vũ Việt Hà<sup>1</sup>, Trần Thị Thắm Hồng<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Trường Cao đẳng Nông Lâm Đông Bắc

\* Email: [vuhuongvfu@gmail.com](mailto:vuhuongvfu@gmail.com)

Ngày nhận bài: 04/09/2024

Ngày nhận bài sửa sau phản biện: 02/10/2024

Ngày chấp nhận đăng: 16/10/2024

### TÓM TẮT

Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình là một sản phẩm của địa phương có nguồn gốc xuất xứ trên địa bàn các xã: Thụy Trường, Thụy Xuân, Thụy Hải, Thái Thượng, Thái Đô thuộc huyện Thái Thụy và các xã: Nam Thịnh, Nam Hưng, Nam Phú thuộc huyện Tiền Hải, tỉnh Thái Bình. Vào năm 2024, “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình” được Cục Sở hữu trí tuệ cấp Giấy chứng nhận nhãn hiệu, do Chi cục Quản lý Chất lượng Nông lâm sản và Thủy sản Thái Bình làm chủ sở hữu. “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình” được bảo hộ là nhãn hiệu chứng nhận, được chính quyền địa phương các cấp hỗ trợ trong việc thực hiện thủ tục pháp lý, xây dựng và giám sát hoạt động khai thác, phát huy nâng cao hiệu quả. Bài báo phân tích và đánh giá khả năng đăng ký tạo lập nhãn hiệu chứng nhận “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình” theo quy định tại Luật Sở hữu trí tuệ năm 2005 (được sửa đổi, bổ sung năm 2009, 2019 và 2022). Trên cơ sở một số khó khăn trong quá trình thực hiện đăng ký, bảo hộ nhãn hiệu chứng nhận “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình”, tác giả đề xuất một số biện pháp khắc phục trong đăng ký bảo hộ nhãn hiệu chứng nhận và quản lý, phát triển có hiệu quả nhãn hiệu này, phát huy tiềm năng giá trị tài sản trí tuệ mang yếu tố đặc sản vùng miền địa phương của Việt Nam.

**Từ khóa:** mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình, nhãn hiệu chứng nhận, sở hữu trí tuệ.

### ESTABLISHING, MANAGING AND DEVELOPING THE CERTIFICATION MARK FOR THAI BINH MANGROVE FOREST HONEY

#### ABSTRACT

Thai Binh Mangrove Forest Honey is a local product originating from the communes of Thụy Trường, Thụy Xuân, Thụy Hải, Thái Thượng, and Thái Đô in Thái Thụy district and the communes of Nam Thịnh, Nam Hưng, and Nam Phú in Tiền Hải district, Thái Bình province. In 2024, the Department of Intellectual Property of Vietnam granted a Certification Mark for “Thai Binh Mangrove Forest Honey”, owned by the Sub-department of Agricultural, Forestry and Fishery Quality Assurance of Thái Bình Province. “Thai Binh Mangrove Forest Honey” is protected as a certification mark and is supported by local authorities at all levels in carrying out legal procedures, building and supervising exploitation activities to promote efficiency. This paper analyzes and evaluates the feasibility of registering the certification mark “Thai Binh Mangrove Forest Honey” under the provisions of the Intellectual Property Law of 2005 (amended and supplemented in 2009, 2019, and 2022). Based on some difficulties in the process of registering and protecting the certification mark “Thai Binh Mangrove Forest Honey”, the author proposes some solutions to improve the registration and protection process of the certification mark, as well as the effective management and development of this trademark, thereby promoting the potential value of the intellectual property associated with the elements of local specialties of Vietnam.

**Keywords:** certification mark, intellectual property, Thai Binh Mangrove Forest Honey.

## 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình được lấy từ nguồn hoa của cây Sú (*Aegiceras corniculatum* (L.) Blanco) và cây Vẹt (*Bruguiera gymnorrhiza* (L.) Savigny) từ rừng ngập mặn. Diện tích cây Sú, cây Vẹt chiếm tới 90% diện tích rừng ngập mặn tại khu vực huyện Thái Thụy và huyện Tiền Hải, tỉnh Thái Bình, khoảng 4.000 ha (UBND tỉnh Thái Bình, 2023).

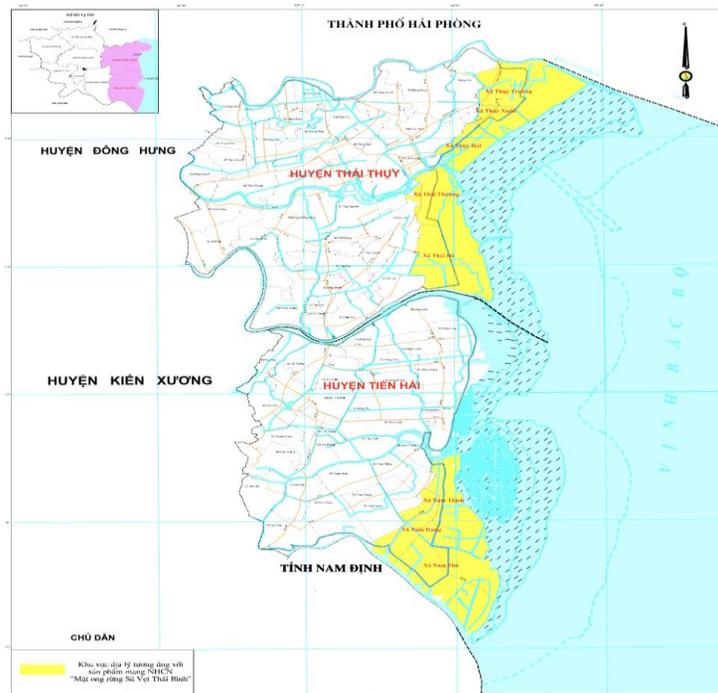
Sú vẹt là loại cây mọc ở ven biển, hoa sú vẹt nở tự nhiên, không bị ảnh hưởng bởi các loại hóa chất, thuốc bảo vệ thực vật nên ngoài đặc điểm sạch, thơm, mật ong hoa sú vẹt có hương vị thơm mát, bổ dưỡng, giàu vitamin và khoáng chất. Mật ong nguyên chất có màu vàng chanh, vị thanh nhẹ, hoàn toàn từ thiên nhiên, rất tốt cho sức khỏe con người.

Nghề nuôi ong lấy mật trên địa bàn huyện Thái Thụy và huyện Tiền Hải, tỉnh Thái Bình xuất hiện từ thập niên 80 của thế kỉ XX. Giai đoạn từ 1980 đến 1995 bắt đầu có một số hộ gia đình tại địa phương và các hộ di chuyển đàn ong từ nơi khác đến để nuôi và khai thác mật ong rừng Sú Vẹt. Số lượng đàn ong vào

thời điểm này duy trì từ 1.000 – 2.000 đàn, sản lượng khai thác từ 10 – 20 tấn/vụ/năm (Vũ Thị Thu Hương & Phan Văn Khải, 2024).

Giai đoạn từ năm 1996 đến nay, hoạt động khai thác mật ong rừng Sú Vẹt tại khu vực huyện Thái Thụy và huyện Tiền Hải, tỉnh Thái Bình đã tăng lên, khai thác theo quy mô hộ gia đình và doanh nghiệp. Bên cạnh đó, nhu cầu của người tiêu dùng đối với sản phẩm mật ong rừng Sú Vẹt tăng cao đã tạo động lực cho hoạt động nuôi ong tại khu vực phát triển với quy mô lớn (Vũ Thị Thu Hương & Phan Văn Khải, 2024).

Hoạt động khai thác mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình hàng năm diễn ra tại các xã ven biển thuộc huyện Thái Thụy và huyện Tiền Hải, tỉnh Thái Bình. Theo kết quả điều tra, vào mùa hoa Sú, hoa Vẹt các chủ thể nuôi ong di chuyển đàn ong của mình đến sát bờ rừng ngập mặn ven biển thuộc các xã: Thụy Trường, Thụy Xuân, Thụy Hải, Thái Thượng, Thái Đô, huyện Thái Thụy và các xã: Nam Thịnh, Nam Hưng, Nam Phú, huyện Tiền Hải, tỉnh Thái Bình để thuận tiện cho việc khai thác mật (Hình 1).



(Nguồn: Số liệu điều tra của nhóm nghiên cứu, 2023)

Hình 1. Khu vực khai thác mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình (khu vực màu vàng)

Nhằm khai thác tiềm năng lợi thế sản phẩm của địa phương, UBND tỉnh Thái Bình đã phê duyệt đề tài nghiên cứu khoa học về: “Tạo lập, quản lý và phát triển sản phẩm mang nhãn hiệu chứng nhận “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình”. Việc tạo lập, quản lý và phát triển nhãn hiệu chứng nhận (NHCN) cho sản phẩm “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình” sẽ góp phần khẳng định các đặc tính về nguồn gốc xuất xứ, cách thức sản xuất hàng hoá và các đặc tính khác của sản phẩm mang NHCN. Điều này sẽ góp phần nâng cao giá trị và tính cạnh tranh trên thị trường của sản phẩm Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình. Bên cạnh đó, việc xây dựng các quy chế, quy định về quản lý và sử dụng sản phẩm mang NHCN sẽ góp phần nâng cao nhận thức trách nhiệm cho các hộ khai thác, kinh doanh và các bên liên quan trong việc quản lý, sử dụng NHCN “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình” cũng như hỗ trợ phát triển thương mại, nâng cao chất lượng cho sản phẩm.

Trong những năm qua, số lượng sản phẩm OCOP tại các địa phương ngày càng tăng. Vấn đề cần đặt ra là làm sao bảo hộ về sở hữu trí tuệ cho các sản phẩm mang đặc trưng của địa phương, hỗ trợ cho các hộ gia đình, cá nhân, chủ cơ sở, doanh nghiệp nuôi, khai thác và kinh doanh sản phẩm bảo vệ nhãn hiệu sản phẩm trong dài hạn, từ đó, nâng cao giá trị sản phẩm và tăng thu nhập cho hộ, chủ cơ sở khai thác và kinh doanh sản phẩm Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình. Mặt khác, việc xây dựng và hoàn thiện các quy trình khai thác, sơ chế và bảo quản sản phẩm, xây dựng bộ nhận diện thương hiệu và phát triển các phương tiện quảng bá sản phẩm Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình sẽ góp phần đưa sản phẩm này tiến ra các thị trường lớn trong nước và quốc tế. Đồng thời, giúp người dân ý thức hơn trong việc gìn giữ ngành nghề truyền thống của địa phương cũng như bảo tồn hệ sinh thái rừng ngập mặn bền vững.

Mặc dù sản phẩm được công nhận về lợi ích và người tiêu dùng đánh giá cao về chất lượng, tuy nhiên, để khẳng định vị thế, thương hiệu trên thị trường thì việc xây dựng và phát triển NHCN là yêu cầu cấp thiết. Việc công nhận NHCN góp phần khẳng định một phần giá trị sản phẩm, giúp người tiêu dùng biết đến nhiều hơn về sản phẩm, đảm bảo sản phẩm có nguồn gốc xuất xứ và chất lượng, được bảo hộ và lưu

thông trên thị trường. Do đó, một sự chứng nhận từ cơ quan chức năng về nguồn gốc và chất lượng của sản phẩm sẽ tạo động lực để người tiêu dùng tin tưởng và lựa chọn các sản phẩm có NHCN “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình” trên phạm vi cả nước. Bài báo tập trung phân tích những quy định pháp lý của Việt Nam về NHCN, khả năng được bảo hộ của Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình dưới hình thức NHCN, cùng một số khuyến nghị nhằm tháo gỡ các khó khăn chung trong bảo hộ NHCN ở Việt Nam.

## 2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Bài báo nghiên cứu một số vấn đề lí luận về pháp luật xác lập, quản lý sử dụng NHCN và thực tiễn thực hiện pháp luật về xác lập, quản lý sử dụng NHCN.

Để thực hiện mục tiêu nghiên cứu, tác giả kết hợp sử dụng một số phương pháp được áp dụng trong nghiên cứu khoa học như: phương pháp tổng hợp, phương pháp phân tích tài liệu, phương pháp hệ thống hoá pháp luật, phương pháp thống kê, phương pháp so sánh sách luật. Tác giả tập trung nghiên cứu về xác lập, quản lý sử dụng NHCN ở Việt Nam, phạm vi thời gian nghiên cứu từ năm 2023 đến năm 2024 tại tỉnh Thái Bình.

## 3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

### 3.1. Quy định của pháp luật Việt Nam về nhãn hiệu chứng nhận

#### 3.1.1. Khái niệm và quy định của pháp luật về nhãn hiệu chứng nhận

Khoản 18 Điều 4 Luật Sở hữu trí tuệ năm 2005, sửa đổi, bổ sung năm 2022 quy định về khái niệm NHCN: “NHCN là nhãn hiệu mà chủ sở hữu nhãn hiệu cho phép tổ chức, cá nhân khác sử dụng trên hàng hóa, dịch vụ của tổ chức, cá nhân đó để chứng nhận các đặc tính về xuất xứ, nguyên liệu, vật liệu, cách thức sản xuất hàng hoá, cách thức cung cấp dịch vụ, chất lượng, độ chính xác, độ an toàn hoặc các đặc tính khác của hàng hoá, dịch vụ mang nhãn hiệu” (Văn phòng Quốc hội, 2022).

Về đặc điểm của NHCN:

Thứ nhất, NHCN có đặc điểm dễ nhận biết, ghi nhớ. Do đó, nó phải chứa đựng những đặc điểm nổi bật, dễ nhận dạng về mặt hình ảnh. NHCN có thể là sự kết hợp sáng tạo của hình ảnh, từ ngữ, hình vẽ để thể hiện về

độc đáo, gây ấn tượng với người tiêu dùng. Chúng thường được thể hiện ở những vị trí nổi trội, dễ nhìn thấy như ở trên sản phẩm, bao bì sản phẩm, tờ rơi hoặc các ấn phẩm truyền thông khác.

Ví dụ, Logo NHCN Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình (Hình 2) là một logo hình tròn, bao gồm từ “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình” màu nâu, màu sắc logo: màu vàng, vàng cam, vàng nhạt, nâu, trắng.



(Nguồn: Mẫu Logo NHCN “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình” được Cục Sở hữu trí tuệ phê duyệt với số đơn 4-2023-46495)

## Hình 2. Mẫu Logo NHCN “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình”

Mô tả: Nhân hiệu đăng kí gồm phần hình và phần chữ.

Phần hình: Hai vòng tròn được cách điệu uốn lượn, vòng tròn ngoài nét đậm và vòng tròn trong nét mảnh; trên nền hình tròn trong cùng là các hình lục giác xếp cạnh nhau tượng trưng cho lỗ tổ ong xếp cạnh nhau, tạo thành hình bánh tổ ong; hai bông hoa tượng trưng cho hoa Sú, Vẹt gồm cánh hoa, thân nhụy, nhụy và cành; trên cánh hoa bên phải có một con ong đang hút mật từ nhụy; dải dưới cành hoa, bo theo đường tròn trong cùng tượng trưng cho dải rừng ngập mặn.

Phần chữ: Phần chữ nằm bo nửa cung trên là: “MẬT ONG RỪNG SÚ VẾT THÁI BÌNH” viết in hoa với hai chấm hình lục giác đặt đầu cuối; phần chữ nằm bo nửa cung dưới “100% Natural”, chữ “N” được viết in hoa và có nghĩa là “100% Tự nhiên”, kết nối với 02 nét uốn cong tạo thành nửa cung tròn nằm dưới.

Thứ hai, nhân hiệu hàng hóa, dịch vụ là tài sản vô hình, phi vật chất, giá trị của NHCN có khả năng tăng lên theo thời gian thông qua sự uy tín, danh tiếng của sản phẩm hay của dịch vụ. NHCN được sử dụng để chứng nhận nhiều tiêu chí khác nhau như: nguồn gốc xuất xứ, nguyên vật liệu sử dụng, cách thức chế biến – sản xuất, chất lượng... của sản phẩm.

Thứ ba, NHCN là nhân hiệu được một chủ thể đăng kí để chứng nhận cho hàng hóa và dịch vụ của các chủ thể khác. Chủ thể nộp hồ sơ đăng kí NHCN phải có khả năng quản lí, giám sát để đảm bảo các cơ sở kinh doanh đáp ứng đúng các điều kiện để sử dụng nhân hiệu, qua đó bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng, hạn chế được các hành vi không trung thực từ phía người bán.

Đối với NHCN Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình, chủ thể nộp hồ sơ đăng kí NHCN là Chi cục Quản lí Chất lượng Nông lâm sản và Thủy sản, thuộc Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn tỉnh Thái Bình có khả năng quản lí, giám sát để đảm bảo cho các cơ sở nuôi ong, kinh doanh mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình đáp ứng đúng các điều kiện để sử dụng nhân hiệu sản phẩm.

Thứ tư, NHCN không được sử dụng bởi chủ nhân hiệu. Người được quyền gắn NHCN lên sản phẩm phải đáp ứng các tiêu chuẩn của NHCN được ghi nhận trong quy chế sử dụng nhân hiệu và được sự cho phép của chủ nhân hiệu.

### 3.1.2. Hồ sơ và thủ tục đăng kí nhân hiệu chứng nhận

Thành phần hồ sơ theo quy định tại khoản 1 Điều 100, 101 và Điều 105 Luật Sở hữu trí tuệ năm 2005, sửa đổi, bổ sung năm 2022 và Nghị định số 65/2023/NĐ-CP ngày 23/08/2023 quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành 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 lí nhà nước về sở hữu trí tuệ (Chính phủ, 2023) quy định, bao gồm:

- Tờ khai đăng kí nhân hiệu (02 bản);
- Mẫu nhân hiệu (05 mẫu kích thước 80 x 80 mm) và danh mục hàng hóa, dịch vụ mang nhân hiệu;

Đối với đơn đăng ký NHCN phải có:

- Quy chế quản lý và sử dụng NHCN;
- Bản thuyết minh về tính chất, chất lượng đặc trưng (hoặc đặc thù) của sản phẩm mang nhãn hiệu (nếu nhãn hiệu được đăng ký là NHCN chất lượng của sản phẩm hoặc là NHCN nguồn gốc địa lý);
- Bản đồ khu vực địa lý (nếu nhãn hiệu đăng ký là NHCN có chứa địa danh hoặc dấu hiệu khác chỉ nguồn gốc địa lý của đặc sản địa phương);
- Văn bản của Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương cho phép đăng ký nhãn hiệu (nếu nhãn hiệu đăng ký là NHCN có chứa địa danh hoặc dấu hiệu khác chỉ nguồn gốc địa lý của đặc sản địa phương).

### 3.1.2. Thời hạn bảo hộ nhãn hiệu chứng nhận

Theo Điều 93 Luật Sở hữu trí tuệ năm 2005, được bổ sung bởi khoản 29 Điều 1 Luật Sở hữu trí tuệ sửa đổi năm 2022 (có hiệu lực từ ngày 01/01/2023) quy định về hiệu lực của văn bằng bảo hộ như sau: “*Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu có hiệu lực từ ngày cấp đến hết mười năm kể từ ngày nộp đơn, có thể gia hạn nhiều lần liên tiếp, mỗi lần mười năm*”. Ngoài ra, chủ văn bằng bảo hộ phải nộp phí gia hạn hiệu lực và có thể gia hạn nhiều lần, mỗi lần có giá trị 10 năm. Mức phí và thủ tục gia hạn được quy định tại Quyết định.

## 3.2. Tạo lập nhãn hiệu chứng nhận “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình”

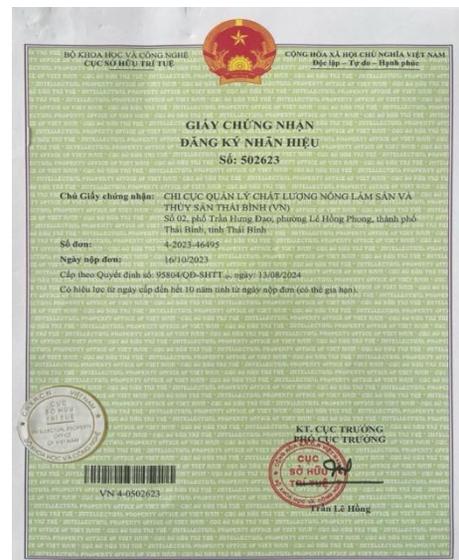
### 3.2.1. Giới thiệu về sản phẩm Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình

Hiện nay, rất nhiều cơ sở kinh doanh trên địa bàn tỉnh Thái Bình có bán Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình. Tuy nhiên, không phải sản phẩm nào cũng đảm bảo đúng nguồn gốc, thời hạn sử dụng và đảm bảo an toàn cho người tiêu dùng. Nhu cầu sử dụng và mua Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình làm quà ngày càng cao, việc đưa ra thị trường sản phẩm Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình có NHCN “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình” với quy trình khai thác sản phẩm đảm bảo các tiêu chuẩn khắt khe là vô cùng cần thiết. Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình là loại mật khai thác từ loài hoa của cây Sú, Vẹt từ cánh rừng ngập mặn có nguồn gốc trên địa bàn xã Thụy Trùng, xã Thụy Xuân, xã Thụy Hải, xã Thái Thượng, xã Thái Đô, huyện Thái Thụy và xã Nam Thịnh, xã Nam Hưng, xã Nam Phú, huyện Tiền Hải, tỉnh

Thái Bình. Mật ong rừng Sú Vẹt có màu vàng nhạt, hương vị thơm mát, bổ dưỡng, nguyên chất có vị thanh nhẹ, hoàn toàn từ thiên nhiên, không chất bảo quản rất tốt cho sức khỏe con người.

### 3.2.1. Tạo lập hồ sơ bảo hộ nhãn hiệu chứng nhận “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình”

Việc xây dựng NHCN “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình” cần tuân thủ các quy định về điều kiện bảo hộ đối với nhãn hiệu được quy định tại Điều 72 Luật Sở hữu trí tuệ năm 2005, sửa đổi, bổ sung năm 2022 và các văn bản hướng dẫn. Chi cục Quản lý Chất lượng Nông lâm sản và Thủy sản tỉnh Thái Bình là chủ đơn đăng ký NHCN và trực tiếp quản lý NHCN (Hình 3).



**Hình 3. Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình”**

Để được công nhận là NHCN, chủ sở hữu NHCN “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình” phải cung cấp một văn bản đặc biệt là Quy chế Quản lý và sử dụng NHCN sản phẩm mang NHCN. Trong đó, bao gồm các tiêu chí về cảm quan chất lượng sản phẩm, xuất xứ nguyên liệu được miêu tả chi tiết, nhằm hướng dẫn các tổ chức, cá nhân nuôi, khai thác Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình cách thức hoạt động phù hợp. Bên cạnh đó, nó là cơ sở pháp lý cho hoạt động kiểm tra, giám sát việc sử dụng NHCN của cơ quan quản lý. Tác giả đưa ra kết quả một số chỉ tiêu của bộ tiêu chí sản phẩm về cảm quan, đặc điểm sản phẩm; tiêu chí thành phần dinh dưỡng, an toàn vệ sinh thực phẩm Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình được gửi phân tích tại Bảng 1 và Bảng 2.

*Tiêu chí cảm quan:*

- Trạng thái: Dạng lỏng – sánh, trong
- Màu sắc: Màu vàng chanh đến vàng đậm cánh gián
- Mùi, vị: Thơm mùi đặc trưng hoa Sú Vẹt, vị ngọt, thanh nhẹ.

*Đặc điểm sản phẩm:*

Mật ong được khai thác khi đạt tỉ lệ vút nắp từ 60 – 80%, hàm lượng nước từ 18% – 23%. Mật được khai thác từ các cầu ong bằng dụng cụ thủ công (thùng quay ly tâm hoặc hướng tâm), mật được lọc tạp chất, đóng gói, dán nhãn mác và bảo quản theo tiêu chuẩn (Chi cục Quản lý Chất lượng Nông lâm sản và Thủy sản, 2023).

*Tiêu chí thành phần dinh dưỡng:*

**Bảng 1. Chỉ tiêu thành phần dinh dưỡng Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình**

TT	Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Giá trị
1	Độ ẩm	%	$\leq 23$
2	Sacarozo	%	$\leq 5$
3	Hàm lượng chất rắn không tan trong nước	%	$\leq 0,5$
4	Hydroxymethylfurfur -al (HMF)	mg/kg	$\leq 35$

(Nguồn: Quy chế quản lý và sử dụng NHCN “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình”)

*Tiêu chí an toàn vệ sinh thực phẩm:*

**Bảng 2. Tiêu chí an toàn vệ sinh thực phẩm Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình**

TT	Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Giá trị
1	E. coli	CFU/g	Không phát hiện
2	Coliform	CFU/g	Không phát hiện
3	C. perfringens	CFU/g	Không phát hiện
4	S. aureus	CFU/g	Không phát hiện
5	Salmonella spp	/25g	Không phát hiện
6	Chì	mg/kg	Tuân thủ các quy định hiện hành

(Nguồn: Quy chế quản lý và sử dụng NHCN “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình”)

Chỉ tiêu vi sinh vật, kim loại nặng, dư lượng thuốc thú y, thuốc bảo vệ thực vật theo quy định hiện hành.

**3.2.3. Cấp và thu hồi sử dụng Nhãn hiệu chứng nhận “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình”**

Tổ chức, cá nhân được trao quyền sử dụng NHCN “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình” phải đáp ứng đầy đủ các điều kiện sau đây: (i) Có hoạt động khai thác, kinh doanh mật ong có nguồn gốc trên địa bàn xã Thụy Trường, xã Thụy Xuân, xã Thụy Hải, xã Thái Thượng, xã Thái Đô, huyện Thái Thụy và xã Nam Thịnh, xã Nam Hưng, xã Nam Phú, huyện Tiền Hải, tỉnh Thái Bình; (ii) Tuân thủ các quy trình kỹ thuật về khai thác và kinh doanh đối với sản phẩm mật ong mang NHCN “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình”; (iii) Đáp ứng các đặc tính về chất lượng của sản phẩm mang NHCN “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình”; (iv) Cơ chế đề nghị và có giấy cam kết thực hiện đầy đủ các nội dung trong Quy chế quản lý và sử dụng NHCN “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình” theo Quyết định 118/QĐ-CCQLCL ngày 12/7/2024 (Chi cục Quản lý Chất lượng Nông lâm sản và Thủy sản, 2024).

Hồ sơ đăng ký cấp quyền sử dụng NHCN “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình” được lập thành 02 bộ và nộp tại Chi cục Quản lý Chất lượng Nông lâm sản và Thủy sản Thái Bình.

**3.2.4. Kiểm soát chất lượng sản phẩm, dịch vụ mang Nhãn hiệu chứng nhận**

Việc ban hành Quy định Kiểm soát chất lượng sản phẩm mang NHCN là: việc kiểm soát sự tuân thủ các quy định trong quá trình khai thác và kinh doanh sản phẩm mang NHCN nhằm đảm bảo các đặc tính và tiêu chuẩn chất lượng của sản phẩm mang NHCN; kiểm soát về: (i) Nguồn gốc, xuất xứ sản phẩm; (ii) Sự tuân thủ các quy định về kỹ thuật khai thác và bảo quản sản phẩm; (iii) Chất lượng sản phẩm mang nhãn hiệu chứng nhận trước và/hoặc trong khi lưu thông trên thị trường; (iv) Hoạt động sử dụng nhãn hiệu chứng nhận và hệ thống nhận diện nhận diện nhãn hiệu chứng nhận “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình” theo Quyết định số 119/QĐ-CCQLCL ngày 12/7/2024 (Chi cục Quản lý Chất lượng Nông lâm sản và Thủy sản, 2024).

Vì NHCN gắn liền với nguồn gốc xuất xứ và chất lượng của sản phẩm, cơ quan quản lý có trách nhiệm trong việc giám sát và điều chỉnh hoạt động sử dụng nhãn hiệu của các cơ sở khai thác, kinh doanh. Để kiểm soát chất lượng sản

phẩm, cơ quan quản lý cần tổ chức kiểm tra định kỳ chất lượng sản phẩm, dịch vụ mang NHCN. Trong trường hợp có nghi ngờ sản phẩm mật ong có mùi vị hoặc màu sắc lạ, bao bì và quy trình sản xuất không đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm..., cơ quan quản lý nhãn hiệu có thể phối hợp với các cơ quan chức năng kiểm tra đột xuất. Nếu kết quả kiểm tra chứng minh có hành vi vi phạm quy chế quản lý và sử dụng NHCN, cơ sở kinh doanh có thể bị thu hồi quyền sử dụng NHCN “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình” và có các biện pháp xử phạt khác theo quy định tại Quy chế quản lý và sử dụng NHCN. Cơ chế này sẽ giúp ổn định, kiểm soát chất lượng của sản phẩm và dịch vụ, bảo đảm an toàn vệ sinh thực phẩm và tạo niềm tin trong người tiêu dùng.

### 3.3. Một số khó khăn và biện pháp khắc phục trong đăng ký bảo hộ nhãn hiệu chứng nhận “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình”

#### 3.2.1. Một số khó khăn trong đăng ký bảo hộ nhãn hiệu chứng nhận “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình”

*Thứ nhất*, việc tiếp cận của người dân tại địa phương với các khái niệm mới liên quan đến sở hữu trí tuệ, đặc biệt là NHCN thường gặp khó khăn do người dân chưa tiếp cận kiến thức và thông tin: Các khái niệm về sở hữu trí tuệ và NHCN thường khá phức tạp và mới mẻ đối với nhiều người dân ở các vùng nông thôn hoặc khu vực có trình độ dân trí thấp. Thông tin về những vấn đề này thường không được phổ biến rộng rãi hoặc dễ tiếp cận. *Còn thiếu sự hỗ trợ từ chính quyền và tổ chức địa phương*: Ở nhiều nơi, các cơ quan chức năng hoặc tổ chức địa phương chưa có đủ nguồn lực hoặc không chú trọng đến việc đào tạo, tuyên truyền về sở hữu trí tuệ và NHCN. *Kinh phí và thời gian hạn chế*: Người dân, đặc biệt là những người làm nông nghiệp hoặc kinh doanh nhỏ lẻ, thường không có nhiều thời gian và kinh phí để tham gia các chương trình đào tạo hoặc hội thảo về sở hữu trí tuệ. *Thiếu sự quan tâm hoặc không thấy lợi ích*: Nhiều người dân có thể không thấy rõ lợi ích trực tiếp của việc đăng ký và bảo vệ NHCN, dẫn đến sự thờ ơ hoặc thiếu quan tâm.

*Thứ hai*, công tác quản lý NHCN tại địa phương chưa có nhiều kinh nghiệm nên việc lập hồ sơ đăng ký NHCN và triển khai mô hình tổ chức quản lý giai đoạn đầu gặp nhiều khó khăn. Cơ quan có thẩm quyền cần kiểm tra về

khả năng bảo hộ của sản phẩm đăng ký NHCN, tránh tình trạng trùng lặp, vi phạm bản quyền. Bên cạnh đó, hiện chưa có các quy định cụ thể về việc thiết lập bộ máy quản lý, vấn đề thiếu nhân sự, kinh phí hoạt động đã gây ra những khó khăn nhất định trong việc vận hành, tổ chức chứng nhận.

*Thứ ba*, đề tài chỉ được áp dụng các định mức của việc thực hiện các nội dung khoa học công nghệ. Tuy nhiên, ngoài nội dung xác lập quyền thì công tác quản lý và hoạt động khai thác, quảng bá nhằm phát triển NHCN là nội dung đòi hỏi kinh phí cao. Do vậy, việc áp dụng các định mức khoa học công nghệ là chưa thật sự phù hợp, gây ra những khó khăn nhất định trong việc bố trí nguồn tài chính.

*Thứ tư*, lợi ích kinh tế đem lại do sử dụng NHCN còn thực sự chưa rõ ràng, dẫn đến tâm lý nghi ngờ, e ngại từ phía cá nhân, tổ chức sản xuất khi đăng ký tham gia sử dụng nhãn hiệu. Việc sản xuất sản phẩm vẫn ở phạm vi manh mún và nhỏ lẻ, kinh doanh sản phẩm vẫn theo phương thức truyền thống, hàng hoá chủ yếu tiêu thụ trong phạm vi hẹp, chưa tìm ra mô hình quản lý, sử dụng và khai thác phát huy NHCN thích hợp. Các cơ sở sản xuất, kinh doanh sản phẩm mang NHCN là các hộ gia đình, cá nhân nhỏ lẻ, sản xuất quen với sản xuất theo kinh nghiệm, còn ngại với việc thay đổi tập quán sản xuất, kinh doanh cũ. Do đó, việc đăng ký sử dụng NHCN với những tiêu chuẩn khắt khe, nghiêm ngặt và có phần tốn kém khiến còn e ngại với việc đăng ký sử dụng NHCN.

*Thứ năm*, thực trạng về vấn đề tạo lập, quản lý và khai thác phát huy NHCN “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình” hiện nay chưa có sự liên kết, thống nhất về quy trình sản xuất tạo ra sản phẩm giữa các thành viên được cấp quyền sử dụng nhãn hiệu dẫn đến ảnh hưởng chất lượng đầu ra và uy tín của sản phẩm. Việc sử dụng, khai thác phát huy NHCN sau khi được bảo hộ chưa thu hút được sự tham gia của các doanh nghiệp, tổ chức kinh tế lớn có tiềm lực tài chính vững mạnh, có thể tự trang bị máy móc, thiết bị, bao bì để duy trì Nhãn hiệu đã được xây dựng; việc kiểm soát nguồn gốc NHCN theo quy chế quản lý và sử dụng NHCN còn mang tính chất nghề nghiệp, trong khi các quy định của NHCN phải được đồng thuận của các chủ thể đăng ký sử dụng nhãn hiệu; Chưa có cơ chế quản lý và khai thác phù hợp đối với chủ thể

quảng bá truyền thông cho NHCN “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình” một cách rộng rãi. Thực tế cho thấy NHCN mới chỉ chủ yếu được khai thác và quảng bá bởi chính thủ thể sử dụng nhãn hiệu này, do đó hiệu quả truyền thông về sản phẩm này chưa được tiếp cận cao, cách thức thực hiện và việc tiếp cận xu hướng còn non yếu.

*Thứ sáu*, công tác tạo lập và quản lý NHCN liên quan đến nhiều lĩnh vực chuyên môn khác nhau, bao gồm: lĩnh vực nông nghiệp (quy trình kỹ thuật), lĩnh vực khoa học công nghệ, vấn đề lưu thông, lĩnh vực vệ sinh an toàn thực phẩm, ... Trong khi đó, các nội dung này trong công tác tạo lập, quản lý và sử dụng NHCN chưa có các quy định cụ thể về trách nhiệm của các bên liên quan nên việc thực hiện sẽ gặp nhiều khó khăn.

### 3.3.2. Một số biện pháp khắc phục trong đăng ký bảo hộ nhãn hiệu chứng nhận “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình”

*Thứ nhất*, tăng cường nhận thức và thực hiện công tác đào tạo, tập huấn về sở hữu trí tuệ, NHCN tại địa phương: Để cải thiện việc tiếp cận, cần có sự phối hợp giữa chính quyền, các tổ chức và các đơn vị liên quan trong hoạt động bảo hộ NHCN tại địa phương. Các đơn vị chủ trì tổ chức, phối hợp có hiệu quả hoạt động của đề tài, tăng cường công tác đào tạo, tập huấn về sở hữu trí tuệ, NHCN; công tác tuyên truyền, giải thích pháp luật cho người tiêu dùng tại địa phương là một nhiệm vụ trọng tâm. Nếu người tiêu dùng nhận thức đúng về giá trị pháp lý và ý nghĩa của NHCN, họ sẽ có thái độ hợp tác, ủng hộ các sản phẩm mang NHCN “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình”. Để làm được điều này, các cơ quan quản lý nên tổ chức các cuộc thi, phong trào tìm hiểu về đặc sản tỉnh Thái Bình nói chung và Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình nói riêng, qua đó lồng ghép các kiến thức về NHCN, vai trò của NHCN đối với quyền lợi của người tiêu dùng và kinh tế địa phương. Cùng với đó, tổ chức các hoạt động tuyên truyền tại các nơi đông khách du lịch như khu du lịch, vui chơi, khách sạn, nhà hàng, chợ, trung tâm bán đặc sản địa phương, ...

*Thứ hai*, tiến hành đánh giá tính khả thi và khả năng bảo hộ của sản phẩm khi tiến hành đăng ký NHCN: Sau khi xác định được mục tiêu xây dựng hồ sơ đăng ký NHCN, chủ đơn cần tiến hành kiểm tra trên hệ thống của Cục Sở

hữu trí tuệ nhãn hiệu dự định đăng ký, tránh tình trạng có sự trùng lặp nhãn hiệu và nhầm lẫn về các dấu hiệu sử dụng để làm NHCN. Bên cạnh đó, nhãn hiệu đăng ký không được xung đột với quyền sở hữu trí tuệ đã xác lập trước đó của cá nhân, tổ chức khác.

*Thứ ba*, xây dựng dự toán kinh phí thực hiện hoạt động phục vụ công tác tạo lập, quản lý và phát triển NHCN đảm bảo và phù hợp với thực tế các hoạt động đề tài: Các cá nhân, tổ chức có liên quan thực hiện các biện pháp tiết kiệm, tránh lãng phí, thực hiện đúng các nội dung nhiệm vụ theo nguồn kinh phí đã được phê duyệt.

*Thứ tư*, đẩy mạnh hoạt động tổ chức thực hiện cấp quyền sử dụng NHCN cho tổ chức, cá nhân có nhu cầu sử dụng NHCN: Chính quyền, các tổ chức và các đơn vị liên quan trong hoạt động bảo hộ NHCN tại địa phương cần tuyên truyền, hỗ trợ cho các chủ thể tham gia đăng ký sử dụng NHCN, nâng cao nhận thức về vai trò và lợi ích của việc sử dụng NHCN “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình”; tăng cường hoạt động quảng bá, tuyên truyền tầm quan trọng của các quy định, quy chế khai thác, sản xuất và kinh doanh sản phẩm; khuyến khích, tạo điều kiện và hỗ trợ hộ gia đình, cá nhân tham gia mô hình chuỗi liên kết sản xuất; tổ chức triển khai chiến lược phát triển NHCN “Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình” một cách dài hạn bằng cách khai thác, phát triển NHCN theo hướng gắn liền hoạt động sản xuất và dịch vụ du lịch, đầu tư phát triển ngành nghề nuôi ong truyền thống quanh các khu du lịch sinh thái như khu bảo tồn thiên nhiên rừng ngập mặn Thái Bình, Cồn Đen, Cồn Vành..., tạo thuận lợi cho hoạt động sản xuất – kinh doanh lâu dài cho các chủ thể sản xuất – kinh doanh có đăng ký sử dụng NHCN.

*Thứ năm*, tăng cường việc khai thác NHCN mang lại lợi ích kinh tế đối với cá nhân, tổ chức có nhu cầu đăng ký sử dụng NHCN: Chủ sở hữu NHCN cần cung cấp cho các chủ thể sản xuất, kinh doanh Mật ong rừng Sú Vẹt Thái Bình một phương án hỗ trợ rõ ràng, tạo động lực để họ tin tưởng và tham gia đăng ký sử dụng NHCN; hỗ trợ chi phí kiểm định chất lượng sản phẩm, dịch vụ và đăng ký NHCN; thực hiện các chiến dịch truyền thông qua báo đài, mạng xã hội để quảng bá các sản phẩm có sử dụng NHCN, đảm bảo đầu ra của sản phẩm, tính cạnh tranh trên thị trường của Mật ong rừng Sú

Vệ Thái Bình. Từ đó, các chủ thể sản xuất và kinh doanh sản phẩm Mật ong rừng Sú Vệ Thái Bình sẽ nhận thức được tầm quan trọng của NHCN và ngày càng hưởng ứng việc sử dụng nhãn hiệu này.

*Thứ sáu, cần huy động sự hỗ trợ, tham gia đề tài từ phía các UBND các cấp địa phương tỉnh, huyện, xã; các đơn vị cấp sở, ban ngành chuyên môn thực hiện nhiệm vụ đăng ký NHCN nhanh chóng, hiệu quả:* Xây dựng đề xuất các nhiệm vụ phát triển tài sản trí tuệ ở địa phương nhằm huy động sự hỗ trợ hỗ trợ tài chính từ ngân sách nhà nước và địa phương, sự tham gia đề tài từ phía các UBND các cấp địa phương tỉnh, huyện, xã; các đơn vị cấp sở, ban ngành chuyên môn như Sở Khoa học và Công nghệ, Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn,... phối hợp thực hiện, tạo điều kiện về thủ tục pháp lý cho đơn vị thực hiện nhiệm vụ đăng ký NHCN, đồng thời, tạo cơ sở pháp lý và cơ sở thực tiễn cho xây dựng, sử dụng và quản lý có hiệu quả NHCN này trong tương lai.

#### 4. KẾT LUẬN

Bài báo đã trình bày quá trình tạo lập, quản lý và phát triển NHCN cho sản phẩm Mật ong rừng Sú Vệ Thái Bình. Trên cơ sở các quy định của pháp luật Việt Nam về NHCN, tác giả đã làm rõ các quy định chung về NHCN, về hồ sơ và thủ tục đăng ký NHCN cũng như thời hạn bảo hộ NHCN. Từ đó, vận dụng đối với quy trình đăng ký NHCN cho sản phẩm Mật ong rừng Sú Vệ Thái Bình. Kết quả là sản phẩm mang NHCN “Mật ong rừng Sú Vệ Thái Bình” đã được bảo hộ thành công.

Qua quá trình thực hiện đăng ký bảo hộ NHCN “Mật ong rừng Sú Vệ Thái Bình”, tác giả đã nêu lên một số khó khăn và đưa ra một số biện pháp nhằm tháo gỡ, khắc phục khó khăn, góp phần nâng cao hiệu quả tạo lập, quản lý và phát triển NHCN sau bảo hộ như: Tăng cường nhận thức và thực hiện công tác đào tạo, tập huấn về sở hữu trí tuệ, NHCN tại địa phương; Tiến hành đánh giá tính khả thi và khả năng bảo hộ của sản phẩm khi tiến hành đăng ký NHCN; Xây dựng dự toán kinh phí thực hiện hoạt động phục vụ công tác tạo lập, quản lý và phát triển NHCN; Đẩy mạnh hoạt động tổ chức thực hiện cấp quyền sử dụng NHCN cho tổ chức, cá nhân có nhu cầu sử dụng NHCN; Tăng cường khả năng khai thác Nhãn hiệu sử dụng

sau khi được cục SHTT cấp giấy chứng nhận đăng ký NHCN; Cần huy động sự hỗ trợ, tham gia đề tài từ phía các UBND các cấp địa phương tỉnh, huyện, xã; các đơn vị cấp sở, ban ngành chuyên môn thực hiện nhiệm vụ đăng ký NHCN nhanh chóng, hiệu quả.

Xây dựng và khai thác NHCN là một quá trình phức tạp và đòi hỏi sự chú ý đặc biệt đến nhiều yếu tố, đặc biệt là cơ chế quản lý, sự tham gia của các bên liên quan và giám sát chất lượng sản phẩm. Việc giải quyết những vấn đề này không chỉ góp phần nâng cao giá trị của NHCN mà còn tạo ra niềm tin cho người tiêu dùng, từ đó thúc đẩy sự phát triển bền vững của thị trường và các sản phẩm đạt chuẩn.

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Chi cục Quản lý Chất lượng Nông lâm sản và Thủy sản. (2023). Quyết định số 162/QĐ-CCQLCL ngày 03/10/2023 về ban hành Quy chế quản lý và sử dụng nhãn hiệu chứng nhận “Mật ong rừng Sú Vệ Thái Bình”.
- Chi cục Quản lý Chất lượng Nông lâm sản và Thủy sản. (2024). Quyết định 118/QĐ-CCQLCL ngày 12/7/2024 về ban hành Quy chế cấp và thu hồi sử dụng Nhãn hiệu chứng nhận “Mật ong rừng Sú Vệ Thái Bình”.
- Chi cục Quản lý Chất lượng Nông lâm sản và Thủy sản. (2024). Quyết định 119/QĐ-CCQLCL ngày 12/7/2024 về ban hành Quy định kiểm soát chất lượng sản phẩm mang Nhãn hiệu chứng nhận “Mật ong rừng Sú Vệ Thái Bình”.
- Chính phủ. (2023). Nghị định số 65/2023/NĐ-CP ngày 23/8/2023 quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành 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.
- UBND tỉnh Thái Bình. (2023). Quyết định số 484/QĐ-UBND ngày 13/3/2023 về việc công bố hiện trạng rừng năm 2022 tỉnh Thái Bình.
- Văn phòng Quốc hội. (2022). Luật Sở hữu trí tuệ số 11/VBHN-VPQH ngày 08/7/2022.
- Vũ Thị Thu Hương & Phan Văn Khải. (2024). Thực trạng và giải pháp phát triển hoạt động khai thác và kinh doanh mật ong rừng Sú Vệ Thái Bình. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ lâm nghiệp*, 13(2), 155–164.