

**THỨC ĐẨY SẢN XUẤT, KINH DOANH, QUẢN LÝ VÀ SỬ DỤNG NHÃN HIỆU TẬP THỂ  
“TÁO BÀNG LA”: MỘT SỐ VẤN ĐỀ VÀ GIẢI PHÁP****Trần Thị Thu Huyền<sup>1\*</sup>, Lê Thị Thanh Bình<sup>1</sup>**<sup>1</sup>Viện Nghiên cứu Phát triển bền vững Vùng, Viện Hàn lâm Khoa học Xã hội Việt Nam*\*Tác giả liên hệ: thuhuyentrangkxh@gmail.com***TÓM TẮT**

Táo Bàng La là cây trồng đặc sản có giá trị kinh tế đóng góp to lớn vào thu nhập của các hộ dân ở phường Bàng La, quận Đồ Sơn, thành phố Hải Phòng. Nhãn hiệu tập thể “Táo Bàng La” đã được Cục Sở hữu trí tuệ cấp văn bằng bảo hộ 10 năm nay, song danh tiếng của sản phẩm vẫn chưa được phổ biến rộng rãi, kênh tiêu thụ chủ yếu bán trực tiếp cho các thương lái hoặc tự đem ra chợ, chưa vào được hệ thống cửa hàng thực phẩm sạch hay siêu thị do chưa có bao bì nhãn mác và truy suất nguồn gốc. Bên cạnh đó, quy chế quản lý và sử dụng nhãn hiệu tập thể “Táo Bàng La” nộp kèm theo hồ sơ đăng ký nhãn hiệu tập thể mới chỉ đáp ứng được yêu cầu về thủ tục theo Luật về đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ. Các cơ sở để quản lý và sử dụng nhãn hiệu tập thể chưa được hoàn thiện. Vì vậy, bài viết nhằm đánh giá tình hình sản xuất, kinh doanh, quản lý và sử dụng nhãn hiệu tập thể “Táo Bàng La” để cung cấp một cách nhìn tổng quan về hiện trạng đối với đặc sản táo quả đã được bảo hộ của phường Bàng La cũng như đề xuất các giải pháp phát triển sản phẩm và nâng cao hiệu quả quản lý và sử dụng nhãn hiệu tập thể “Táo Bàng La”.

*Từ khóa: Hải Phòng, nhãn hiệu tập thể, táo Bàng La.***PROMOTING PRODUCTION, BUSINESS, MANAGEMENT AND USE OF THE  
COLLECTIVE TRADEMARK “BANG LA APPLE”: ISSUES AND SOLUTIONS****ABSTRACT**

In addition, the regulations for managing and using the collective trademark “Bang La Apple” submitted along with the registration application, only meet procedural requirements under intellectual property protection laws. The bases for the management and use of collective trademarks have not been completed. Therefore, this article evaluates the production, business, management, and use of the collective trademark “Bang La Apple” to provide an overview of the current status of the protected apple specialty of Bang La Ward. Furthermore, it proposes solutions for product development and improving the effectiveness of managing and utilizing the “Bang La Apple” collective trademark.

*Keywords: Bang La apple, collective trademark, Hai Phong.**Ngày nhận bài: 03/12/2024 Ngày nhận bài sửa: 19/02/2025 Ngày duyệt đăng bài: 24/02/2025***1. ĐẶT VẤN ĐỀ**

Táo Bàng La là táo ta, được trồng chủ yếu ở phường Bàng La, quận Đồ Sơn, thành phố Hải Phòng. Cây táo sinh trưởng và phát triển tốt trên những gốc táo lai, đặc biệt là thích nghi và phát triển tốt trên vùng đất chua, mặn, cho năng suất và chất lượng tốt, trở thành cây trồng

chủ lực mang lại hiệu quả kinh tế cao và là đặc sản của địa phương. Vị táo ngọt thanh, chua nhẹ, giòn và mọng nước, ngon hơn nhiều giống táo khác, và có vị đậm khác biệt với táo trồng ở các địa phương khác.

Nhãn hiệu tập thể (NH TT) “Táo Bàng La” được Cục Sở hữu trí tuệ cấp văn bằng bảo hộ

ngày 07/10/2015 theo quyết định số 62185/QĐ-SHTT. Mặc dù sau khi được cấp văn bằng bảo hộ, sản phẩm được nhiều người tiêu dùng biết đến nhưng danh tiếng của sản phẩm chủ yếu trong phạm vi thành phố Hải Phòng, chưa được phổ biến rộng trong các thành phố lớn và cả nước. Do đó chưa thực sự phát huy được hết giá trị so với tiềm năng. Sản phẩm chưa được bao tiêu ổn định, chưa có ký kết hợp đồng tiêu thụ đến các siêu thị, cửa hàng thực phẩm sạch do chưa có bao bì, chưa gắn nhãn hiệu và chưa có truy xuất nguồn gốc xuất xứ. Bên cạnh đó, việc quản lý và lưu trữ văn bằng bảo hộ nhãn hiệu tập thể “Táo Bàng La” chưa được tốt nên đã bị thất lạc, trong khi văn bằng bảo hộ sắp đến thời kỳ gia hạn. Ngoài ra, quy chế quản lý và sử dụng NHTT “Táo Bàng La” chưa được triển khai trong thực tế.

Vì vậy, nghiên cứu thực trạng sản xuất, kinh doanh, quản lý và sử dụng NHTT “Táo Bàng La, phường Bàng La, quận Đồ Sơn, thành phố Hải Phòng cho sản phẩm táo quả nhằm nâng cao danh tiếng, khai thác và phát triển NHTT “Táo Bàng La” có ý nghĩa thiết thực đối với cây trồng chủ lực của vùng biển Bàng La, Đồ Sơn, Hải Phòng.

## 2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Dữ liệu thứ cấp được thu thập từ các công trình nghiên cứu có liên quan đến nhãn hiệu; các văn bản chính sách ban hành có liên quan đến sở hữu trí tuệ ở Trung ương, thành phố Hải Phòng. Số liệu sơ cấp về sản xuất kinh doanh, quản lý và sử dụng NHTT “táo Bàng La” được thực hiện thông qua điều tra khảo sát bảng hỏi, phỏng vấn sâu các cán bộ quản lý, cán bộ phụ trách chuyên môn, Hội nông dân phường Bàng

La và các hộ sản xuất, kinh doanh và sử dụng NHTT “táo Bàng La”.

## 3. KẾT QUẢ THẢO LUẬN

### 3.1. Thực trạng sản xuất, kinh doanh táo Bàng La

#### 3.1.1. Tình hình kinh tế xã hội của phường Bàng La

Bàng La xưa kia là một làng nghề truyền thống làm muối của Hải Phòng. Đến nay cùng với sự phát triển kinh tế và chuyển đổi cơ cấu nông nghiệp nên nghề làm muối không còn nữa, các thửa ruộng muối xưa được thay vào những ruộng trồng cà chua, táo và lạc. Vì vậy các sản phẩm nông sản của phường Bàng La thường sẽ có vị mặn của muối khoáng tự nhiên.

Kinh tế phường Bàng La trong 3 năm gần đây cho thấy xu hướng tăng tỷ trọng dịch vụ và công nghiệp, giảm dần tỷ trọng nông nghiệp (Bảng 1). Tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2021-2023 (theo giá so sánh 2010) của lĩnh vực doanh thu dịch vụ lưu trú và ăn uống là 31%, giá trị sản xuất công nghiệp (theo giá so sánh 2010) là 12%, giá trị sản xuất nông, lâm, thủy sản giảm 1%. Đây cũng là xu hướng chuyển dịch phù hợp với quá trình tái cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hóa.

Những năm gần đây với thế mạnh về các sản phẩm OCOP mang thương hiệu địa phương nên các chủ trương chính sách tập trung bảo vệ và phát triển thương hiệu các sản phẩm đặc sản như táo Bàng La, cà chua Bàng La, các sản phẩm dịch vụ tại địa phương. Với sản phẩm đặc sản Táo Bàng La chưa tham gia sâu vào chuỗi giá trị mà chủ yếu tập trung ở chuỗi sản xuất thấp nhất là dạng thô (bán tươi), chưa qua chế biến.

**Bảng 1. Một số chỉ tiêu về tình hình kinh tế của phường Bàng La giai đoạn 2021-2023**

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	Giá trị			TTBQ (%)
			2021	2022	2023	
1	Giá trị sản xuất công nghiệp (Giá SS 2010)	Nghìn đồng	28.000	31.000	35.400	12,4%
2	Giá trị sản xuất nông, lâm, thủy sản (Giá SS 2010)	Nghìn đồng	150.730	148.175	147.965	-0,9%

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	Giá trị			TTBQ (%)
			2021	2022	2023	
	<i>Nông nghiệp</i>		39.500	35.450	35.050	-0,58%
	<i>Lâm nghiệp</i>		2.000	2.100	2.290	7,0%
	<i>Thủy sản</i>		109.230	110.625	110.625	0.6%
3	Doanh thu dịch vụ lưu trú và ăn uống	Nghìn đồng	17.500	25.100	30.000	30,9%
4	Tổng mức bán lẻ hàng hóa	Nghìn đồng	210.000	253.400	300.000	19,5%

*Nguồn: Báo cáo kết quả thực hiện nhiệm vụ kinh tế, xã hội, an ninh quốc phòng các năm từ 2021 đến 2023*

- Về công tác quy hoạch đất trồng táo: Từ năm 2020 đến nay, diện tích đất trồng táo duy trì ổn định 120 ha với 800 hộ trồng táo, sản lượng đạt trên 2.000 tấn vào năm 2022, tăng 50% so với năm 2021, đạt giá trị khoảng 35 tỷ đồng; năm 2023 đạt gần 36 tỷ đồng. Diện tích trồng táo của mỗi hộ tối thiểu là 2 sào và nhiều nhất 12 sào. Mỗi sào trung bình trồng được 12-15 gốc táo. Theo quy hoạch của thành phố Hải Phòng, diện tích đất nông nghiệp của Đồ Sơn không được mở rộng, vì vậy diện tích táo bị hạn chế về quy mô.

- Giống táo: Cây táo được trồng ở Bàng La từ rất lâu, chủ yếu là giống táo ta thuần chủng. Sau đó được các hộ phát triển, lai tạo và cấy ghép. Có nhiều giống táo khác nhau: như táo chua, táo Thiện Phiến ngọt, táo Gia Lộc, mới nhập vào giống táo Thái Lan. Một số giống chọn lọc trong nước như táo số 12, số 32, táo Đào Tiên, táo Đại...

Táo ở Bàng La có đặc trưng là đậm vị (có vị chua, ngọt, hơi chát và vị mặn của biển). Tuy nhiên, người dân cũng không có 1 cái tên nào để đặt tên cho từng loại táo mà chỉ gọi chung chung là Bàng La.

Hiện nay, bài toán năng suất và chất lượng táo đang được các hộ trồng táo rất quan tâm, trong đó kỹ thuật thụ phấn để cây đậu quả sai

mà vẫn đảm bảo chất lượng đang có nhiều tranh cãi. Nếu sử dụng phương pháp thụ phấn chéo thì sẽ cho tỷ lệ đậu quả cao và năng suất cao nhưng chất lượng táo lại giảm, còn nếu không sử dụng thụ phấn chéo thì tỷ lệ đậu quả thấp, chất lượng táo vẫn giữ nguyên bản. Có hộ trồng táo không thụ phấn chéo thì 1 gốc táo có khi chỉ thu được 2kg táo. Đây là vấn đề mà các hộ trồng táo rất trăn trở trong khâu kỹ thuật trồng táo. Vì vậy, ngoài tăng cường công tác khuyến nông đưa tiến bộ khoa học kỹ thuật đến với sản xuất của người dân thì việc lựa chọn kỹ thuật sao cho vừa đảm bảo năng suất vừa giữ được chất lượng nguyên bản, đặc trưng của táo Bàng La là điều quan trọng và cần thiết.

### 3.1.2. Hiệu quả kinh tế từ trồng táo

Kết quả khảo sát cho thấy, các hộ có quy mô lớn thì chi phí bỏ ra ít hơn, thu nhập cao hơn, từ đó sản xuất có hiệu quả hơn. Trong số các khoản chi, chi phí cho phân bón là lớn nhất. Hiện nay, quỹ đất nông nghiệp cho trồng táo ở phường Bàng La có giới hạn, các hộ đã bố trí trồng táo theo khả năng của từng hộ. Do đó việc mở rộng diện tích trồng táo hiện nay là khó thực hiện. Trên cơ sở diện tích của mỗi hộ, các hộ cần chú trọng đầu tư kỹ thuật trồng, chăm sóc sao cho mang lại năng suất và hiệu quả cao và đảm bảo chất lượng.

**Bảng 2. Hiệu quả kinh tế từ trồng táo trong năm 2023 (tính cho 1 sào Bắc Bộ)**

STT	Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Quy mô sản xuất		
			Lớn (n=13)	Vừa (n=28)	Nhỏ (n=19)
<b>1</b>	<b>Tổng chi phí</b>	<b>Nghìn đồng</b>	<b>7.970</b>	<b>8.297</b>	<b>10.074</b>
-	Giống	Nghìn đồng	320	402	387
-	Phân bón	Nghìn đồng	3.063	3.155	4.642
-	Thuốc bảo vệ thực vật	Nghìn đồng	809	840	1.064
-	Chi khác	Nghìn đồng	1.926	2.000	2.074
-	Công lao động	Nghìn đồng	1.852	1.900	1.907
<b>2</b>	<b>Tổng doanh thu</b>	<b>Nghìn đồng</b>	<b>20.305</b>	<b>17.596</b>	<b>21.272</b>
<b>3</b>	<b>Lợi nhuận</b>	<b>Nghìn đồng</b>	<b>12.335</b>	<b>9.299</b>	<b>11.198</b>

Nguồn: Kết quả khảo sát tháng 01 năm 2024

Ngoài mô hình trồng táo truyền thống, hiện nay trên địa bàn phường xuất hiện mô hình táo leo giàn – đây là mô hình đang được một hộ nông dân thử nghiệm tại địa phương có chi phí đầu tư ban đầu bỏ ra cao hơn so với phương pháp truyền thống. Do phải trồng mới hết từ đầu, đầu tư lưới, cột bê tông hàng rào và chi phí nhân công cho chăm sóc, tía cành, ép cành nhiều hơn. Chi phí đầu tư ban đầu khoảng 13-15 triệu đồng/sào. Các hộ khác chưa triển khai mô hình táo leo giàn bởi còn theo dõi, nếu mô hình mang lại hiệu quả cao hơn trong vài năm tới thì các hộ sẽ xem xét học tập theo mô hình này.

Tuy nhiên, tháng 9 năm 2024, do ảnh hưởng của cơn bão Yagi, phường Bàn La chịu thiệt hại nặng nề về tài sản và hoa màu. Tính

binh quân toàn phường, sản lượng táo thu hoạch năm 2024 chỉ đạt 5% so với năm 2023.

### 3.1.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động trồng táo

Cây táo đặc biệt nhạy cảm với thời tiết và dịch bệnh, chất lượng táo phụ thuộc rất nhiều vào yếu tố khách quan là thời tiết. Các yếu tố như giá cả đầu vào (phân bón, thuốc trừ sâu), giá cả đầu ra, quy trình bảo quản, thông tin về thị trường, nhãn hiệu nhận diện và thương lái có ảnh hưởng ở mức độ cao đến rất cao, với tỷ lệ người trả lời lựa chọn từ 60% trở lên. Đây là các yếu tố liên quan đến đầu ra, giúp cho táo được nhận diện thương hiệu, có độ ngon và đảm bảo chất lượng thì bán được giá cao và thị trường tiêu thụ được ổn định.

**Bảng 3. Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động trồng táo tại phường Bàn La**

TT	Yếu tố	Giá trị trung bình	Mức độ ảnh hưởng
1	Vốn sản xuất	2,96	Không ảnh hưởng
2	Diện tích	3,33	Ảnh hưởng tương đối
3	Giống	2,98	Không ảnh hưởng
4	Giá cả đầu vào	3,10	Ảnh hưởng tương đối
5	Giá nhân công	2,80	Không ảnh hưởng
6	Giá cả đầu ra	3,60	Ảnh hưởng cao
7	Quy trình trồng	3,28	Ảnh hưởng tương đối
8	Quy trình chăm sóc	3,23	Ảnh hưởng tương đối
9	Quy trình bảo quản sau thu hoạch	3,38	Ảnh hưởng tương đối
10	Thời tiết bất thường	4,21	Ảnh hưởng rất cao
11	Dịch bệnh	3,30	Ảnh hưởng tương đối
12	Thông tin về thị trường	2,91	Không ảnh hưởng
13	Nhãn hiệu nhận diện	3,71	Ảnh hưởng cao
14	Thương lái/các nhà buôn	3,38	Ảnh hưởng tương đối

Nguồn: Kết quả khảo sát tháng 01 năm 2024

(Ghi chú: Mức độ ảnh hưởng như sau: 1,0-1,79 = Rất thấp, 1,8-2,59 = Thấp; 2,6-3,19 = Không ảnh hưởng; 3,20-3,59 = Ảnh hưởng tương đối; 3,6-4,19 Ảnh hưởng cao; 4,2-5 = Ảnh hưởng rất cao)

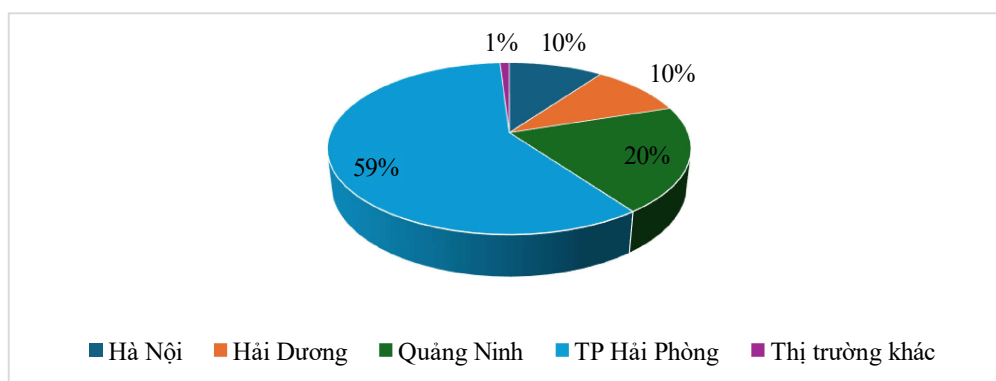
- Chất lượng táo ở phường Bàn La có được nhờ điều kiện tự nhiên (thổ nhưỡng đất mặn) và kỹ thuật thụ phấn, chăm sóc, chăm bón cây táo. Phần lớn các hộ cho rằng giống táo mà họ trồng có thể cho quả to, ngọt, đậm vị mang lại cảm giác khi ăn quả táo có chất lượng và đặc trưng riêng, khác xa với táo trồng ở các vùng khác.

- Nguồn nhân lực: Theo khảo sát, hầu hết các hộ gia đình trồng táo chủ yếu là người lớn tuổi (phổ biến từ 45 tuổi trở lên), ngoài độ tuổi đi làm công ty, hoặc những người có sức khỏe yếu không xin được việc ở ngoài nên họ ở nhà, bám vào mảnh đất nông nghiệp và chăm sóc vườn táo. Với nguồn lao động ở độ tuổi này họ có kinh nghiệm trồng táo song việc tìm hiểu kiến thức và áp dụng các quy trình kỹ thuật mới

vào chăm sóc cây còn chậm. Các hộ có diện tích trồng quy mô lớn thì thuê lao động theo thời vụ và tập trung chủ yếu thuê vào thời điểm thu hoạch táo.

### 3.1.4. Tình hình tiêu thụ táo Bàn La

Thị trường tiêu thụ táo quả của phường Bàn La chủ yếu tập trung ở thành phố Hải Phòng (chiếm 59%), tiếp đến là các địa phương lân cận như Quảng Ninh (chiếm 20%), Hải Dương (10%), Hà Nội (10%), và 1% tiêu thụ ở các tỉnh khác và qua con đường tiểu ngạch sang các nước như: Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan, qua các kênh giới thiệu người quen xách tay mang đi làm quà biếu như đặc sản của quê hương (Biểu đồ 1). Như vậy có thể thấy, thị trường tiêu thụ của táo Bàn La chưa được biết đến nhiều ở thị trường lớn như Hà Nội.



Biểu đồ 1. Thị trường tiêu thụ sản phẩm táo quả của phường Bàn La (%)

Nguồn: Kết quả khảo sát tháng 01 năm 2024

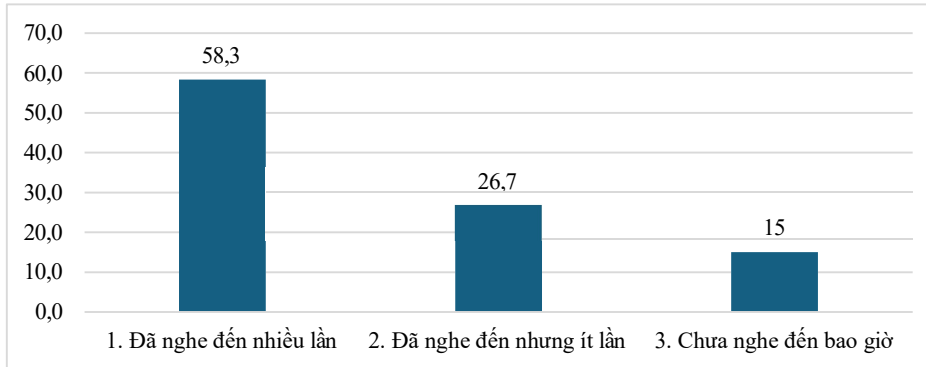
Kênh phân phối sản phẩm táo Bàn La có sự tham gia của nhiều tác nhân như: người sản xuất, người bán buôn, người bán lẻ. Táo Bàn La cũng chịu sự cạnh tranh về giá với các loại táo quả ở các tỉnh thành phía Bắc khác khi vào chính vụ, như táo ngọt của các tỉnh Bắc Giang, Hải Dương, Hưng Yên với giá táo ở các tỉnh này thấp hơn, chỉ 10.000-15.000 đồng/kg, trong khi giá Táo Bàn La tại vườn vào lúc chính vụ là 25.000-30.000 đồng/kg. Các hộ trồng táo chưa ký kết hợp đồng tiêu thụ sản

phẩm với HTX hay doanh nghiệp nào nên việc tiêu thụ chưa ổn định.

Trong cuộc khảo sát về danh tiếng “táo Bàn La” được người tiêu dùng biết đến, kết quả cho thấy rằng tỷ lệ người đã nghe nói đến Táo Bàn La nhiều lần chiếm 58,3%, có 26,7% đã nghe đến nhưng ít lần và 15% chưa nghe đến bao giờ (Biểu đồ 2). Người trả lời có ấn tượng và nhớ đến táo Bàn La là mùi vị đặc trưng của táo với sự đậm vị, kết hợp chua, ngọt, mặn và hơi chát trong quả táo. Đó là đặc trưng

riêng mà chỉ có ở táo Bàng La, táo trồng ở nơi khác không có vị này. Có người cho rằng “đã ăn táo Bàng La rồi thì sẽ không thích ăn táo nào

khác” để nhấn mạnh độ ngon và sự khác biệt của táo Bàng La với táo trồng ở các vùng khác.



**Biểu đồ 2. Tỷ lệ người trả lời khảo sát phân theo mức thu nhập bình quân**

*Nguồn: Kết quả khảo sát tháng 01 năm 2024*

- Về kênh tiêu thụ táo Bàng La: Có 26,7% khách hàng mua táo Bàng La qua các kênh mạng xã hội (như facebook, tiktok), vì họ nhìn thấy các bài viết về táo Bàng La được người bán hàng giới thiệu; có 20% mua tại cửa hàng hoa quả thường và 20% mua từ người bán rong có đề biển táo Bàng La; chỉ có 10% mua tại cửa hàng thực phẩm sạch. Điều này cho thấy khách hàng sử dụng các thông tin trên mạng xã hội nhiều hơn là mua trực tiếp. Từ việc người trả lời thấy thông tin quảng cáo về táo Bàng La, họ tò mò lên mạng tìm kiếm “tên Táo Bàng La” và đặt hàng. Tuy nhiên khi quyết định mua hàng lâu dài và thường xuyên, người trả lời muốn tìm mua thực phẩm an toàn và tin tưởng vào mua hàng của người quen, những người bán hàng uy tín, các cửa hàng thực phẩm sạch và siêu thị, thậm chí họ xuống trực tiếp các hộ trồng là người quen của họ để mua hàng hơn là mua sản phẩm trôi nổi trên thị trường.

Các tiêu chí lựa chọn khi mua táo: người trả lời tập trung nhất vào sản phẩm có nhãn hiệu được bảo hộ, vị riêng đặc biệt của táo và có truy xuất nguồn gốc rõ ràng. Đó là những đặc điểm tạo nên niềm tin cho khách hàng gắn bó lâu dài. Mặc dù giá táo Bàng La cao hơn so với giá táo khác cùng loại, thu hoạch cùng thời điểm nhưng có đến 95,3% người trả lời vẫn tiếp tục mua. Người trả lời cho rằng chất lượng, sự độc đáo khác biệt về vị, giòn thơm, đảm bảo

an toàn thực phẩm và có gắn nhãn hiệu tập thể được bảo hộ luôn tương xứng với giá tiền họ bỏ ra nên dù giá cao họ vẫn quyết định mua.

### 3.2. Thực trạng quản lý và sử dụng nhãn hiệu tập thể “Táo Bàng La”

Phường Bàng La xưa kia vốn là vựa muối nổi tiếng của Hải Phòng, người dân nơi đây phần lớn sống dựa vào nghề làm muối và đi biển. Tuy nhiên, do điều kiện tự nhiên thay đổi, càng ngày lượng phù sa của sông Văn Úc bồi lắng càng nhiều nên người dân gặp khó trong việc “bám nghề” và đã dần chuyển sang trồng cây ăn quả và nuôi trồng thủy sản. Từ đó, người dân phường Bàng La đã biến nơi đây thành vùng đất trồng táo đặc hữu. Người dân thường gọi với cái tên dân già là táo muối, để nhấn mạnh rằng cây táo được trồng ở Bàng La là trồng trên vùng đất muối ngày xưa.

Táo Bàng La được cấp văn bằng bảo hộ nhãn hiệu tập thể đến nay đã được 10 năm, là cơ sở để sản phẩm được định vị trên thị trường. Chủ sở hữu nhãn hiệu tập thể “Táo Bàng La” là Hội Nông dân phường Bàng La, đây là tổ chức chính trị xã hội của người nông dân trên địa bàn phường Bàng La. Hội Nông dân đại diện cho những người nông dân nói chung và người trồng táo nói riêng. Chủ sở hữu có mạng lưới tổ chức rộng và sâu đến từng thôn xóm nên có đủ nguồn nhân lực để thực hiện việc quản lý

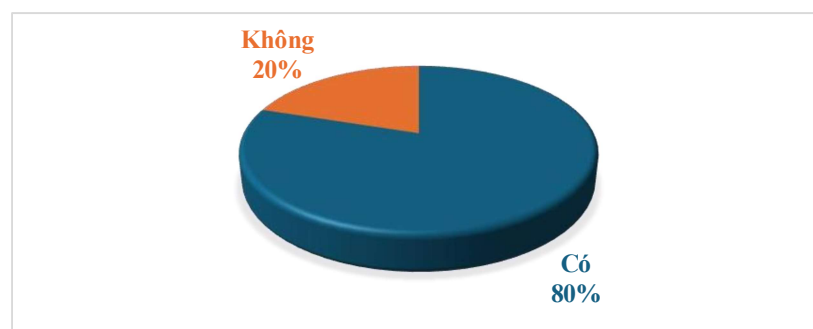
chất lượng sản phẩm và sử dụng nhãn hiệu đến từng hộ. Bên cạnh đó, Hội Nông dân có vai trò làm nòng cốt tổ chức các phong trào nông dân phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội, xây dựng nông thôn mới, chăm lo đời sống vật chất và tinh thần của hội viên, nông dân nên đây cũng là điều kiện để đảm bảo tính công bằng và khách quan đối với những người tham gia sử dụng nhãn hiệu.

Tuy nhiên, sau 10 năm kể từ khi được nhà nước cấp văn bằng bảo hộ NHTT, công tác quản lý nhãn hiệu chưa được triển khai thực hiện. Nhãn hiệu mới chỉ đăng ký bảo hộ biểu tượng của sản phẩm (logo), chưa được phổ biến đưa vào trong quá trình thương mại để giúp người tiêu dùng nhận diện. Các quy định cụ thể của logo về màu sắc, chữ viết, hình ảnh chưa được quy định rõ ràng. Ngoài ra, trải qua nhiều nhiệm kỳ của Ban chấp hành Hội và công tác lưu trữ không chặt chẽ dẫn đến thất lạc văn bằng bảo hộ. Vì vậy, nguy cơ làm giả, làm nhái nhãn hiệu rất dễ xảy ra hoặc nguy cơ sử dụng sai các dấu hiệu của logo sẽ dẫn tới sự hiểu nhầm của khách hàng và thị trường đối với sản phẩm mang nhãn hiệu. Điều này sẽ ảnh hưởng tiêu cực đến uy tín, danh tiếng của sản phẩm.

- Về nhận diện nhãn hiệu tập thể “Táo Bàng La”:

Theo kết quả khảo sát, phần lớn người dân địa phương chưa nghe nói đến và chưa nhìn thấy hình ảnh NHTT “Táo Bàng La” bao giờ (chiếm 70%). Người dân địa phương chưa nhìn thấy, chưa nghe nói đến sẽ kéo theo việc sử dụng NHTT “Táo Bàng La” là rất ít. Chỉ có số ít người trước đây là cán bộ ở xã, có nghe nói đến và có nhìn thấy NHTT “Táo Bàng La”. Lý do người dân chưa sử dụng và chưa nghe nói đến là vì chưa được phổ biến. Do đó, quy chế quản lý và sử dụng NHTT “Táo Bàng La” đã được ban hành kèm với thủ tục cấp văn bằng bảo hộ từ năm 2014 nhưng chưa được triển khai thực hiện vào thực tế. Vì vậy, việc tập huấn, tuyên truyền về quy chế quản lý và sử dụng NHTT “Táo Bàng La” là cần thiết, nhằm phổ biến rộng rãi tới người sản xuất và kinh doanh táo Bàng La, từ đó quản lý và sử dụng NHTT được hiệu quả.

Khi các hộ trồng táo được hỏi về mong muốn tìm hiểu về NHTT “Táo Bàng La” thì có tới 80% người trả lời đồng ý (Biểu đồ 3). Các hộ mong muốn tìm hiểu để sử dụng NHTT thường là các hộ có diện tích trồng táo lớn, còn các hộ có diện tích trồng táo nhỏ không muốn sử dụng do sản lượng ít, nếu sử dụng NHTT thì phải tuân thủ theo quy trình tiêu chuẩn, họ cảm thấy phức tạp nên không tham gia sử dụng NHTT.



**Biểu đồ 3. Mong muốn tìm hiểu nhãn hiệu tập thể “Táo Bàng La”**

*Nguồn: Kết quả khảo sát tháng 01 năm 2024*

Nhận định của người trả lời khi được hỏi về lợi ích kinh tế của việc sử dụng nhãn hiệu tập thể “Táo Bàng La” mang lại trong tương lai, hầu hết mọi người đều cho rằng NHTT giúp giá bán cao hơn, tìm đầu ra tốt hơn và mang lại

thu nhập từ trồng táo cao hơn. Với niềm tin vào NHTT “Táo Bàng La” đã được bảo hộ, người sản xuất, kinh doanh có trách nhiệm với việc sử dụng NHTT và chú trọng đầu tư vào chất lượng hơn. Kết quả khảo sát nhận định của các

hộ là đồng ý và đồng ý ở mức cao và rất cao còn ở hiện tại NHTT chưa thực sự ảnh hưởng đến thu nhập của họ vì đa số họ chưa sử dụng NHTT này.

- Về nội dung quy chế và các công cụ quản lý

Quy chế quản lý và sử dụng NHTT “Táo Bàng La” được ban hành năm 2014 đến nay có nhiều điểm chưa phù hợp với Luật Sở hữu trí tuệ hiện hành (Luật số 07/2022/QH15 ngày 16/6/2022), do đó cần chỉnh sửa, bổ sung một số điều cho phù hợp. Chủ sở hữu nhãn hiệu tập thể là Hội nông dân – là tổ chức chính trị xã hội nên bị hạn chế về về chức năng và nhiệm vụ trong khai thác và phát triển nhãn hiệu. Các công cụ quản lý nội bộ NHTT “Táo Bàng La” vẫn còn thiếu một số văn bản như quy chế kiểm soát NHTT, trình tự, thủ tục, hồ sơ cấp và thu hồi quyền sử dụng NHTT; chưa có tài liệu hướng dẫn kỹ thuật sản xuất sản phẩm mang NHTT, và hệ thống sổ sách theo dõi việc quản lý và sử dụng nhãn hiệu; Sổ tay hướng dẫn quản lý và sử dụng NHTT “Táo Bàng La”.



**Hình 1. Táo Bàng La có nhãn mác nhưng không có tem truy xuất nguồn gốc**

*Nguồn: Kết quả khảo sát tháng 01 năm 2024*

Trong khi yêu cầu của thị trường và quản lý nhà nước ngày càng cao về nguồn gốc xuất xứ, an toàn thực phẩm, chứng nhận. NHTT “Táo Bàng La” là minh chứng cho việc đã xác lập quyền sở hữu trí tuệ để đáp ứng các yêu cầu này. Tuy nhiên, việc nhận diện và minh bạch hóa trong tiêu dùng còn thiếu các công cụ như:

+ Chưa xây dựng tiêu chuẩn cơ sở cho sản phẩm Táo Bàng La;

Điều này dẫn đến chưa có tổ chức, cá nhân sản xuất kinh doanh táo sử dụng NHTT theo đúng quy định, hoạt động kiểm soát NHTT “Táo Bàng La” chưa thực hiện được.

- Về sử dụng nhãn hiệu trên bao bì đóng gói

Từ khi NHTT “Táo Bàng La” đã được Cục Sở hữu trí tuệ cấp văn bằng bảo hộ đến nay, NHTT hầu như chưa được đưa vào sử dụng trong sản xuất kinh doanh. Hầu hết các hộ sản xuất kinh doanh trên địa bàn phường Bàng La đều trao đổi mua bán táo tươi không sử dụng NHTT “Táo Bàng La”.

Trong hai năm gần đây có một số hộ sản xuất đã xây dựng bao bì riêng, có gắn nhãn hiệu NHTT “Táo Bàng La” do Hội Nông dân là chủ sở hữu, đồng thời gắn nhãn hiệu Táo Bàng La của Hợp tác xã nông nghiệp Thủy sản Bàng La chưa được cấp văn bằng bảo hộ trên cùng một bao bì. Các thông tin trên bao bì chưa tuân thủ các quy định về nội dung bắt buộc thể hiện trên nhãn hàng hóa.

+ Quy trình sản xuất chưa theo tiêu chuẩn chứng nhận nào nên chưa có cơ sở đánh giá chất lượng sản phẩm đầu ra.

+ Thiếu hệ thống truy xuất nguồn gốc cho sản phẩm

+ Chưa xây dựng hệ thống sổ sách theo dõi việc quản lý và sử dụng NHTT

+ Chưa có hệ thống nhận diện, quảng bá, giới thiệu sản phẩm

Sự hiểu biết về quản lý, khai thác và phát triển tài sản trí tuệ NHTT của chủ sở hữu, người sản xuất, kinh doanh và một số cán bộ địa phương còn hạn chế, do chủ đề về sở hữu trí tuệ còn mới và chưa được phổ biến rộng rãi. Chính vì vậy chưa phát huy được hiệu quả của NHTT đã được bảo hộ mang lại.

#### 4. KẾT LUẬN

Táo Bàng La có vai trò quan trọng trong phát triển kinh tế phường Bàng La, giúp giải quyết việc làm và tăng thu nhập cho người dân. Với vị đặc trưng riêng của sản phẩm nhờ trồng ở vùng đất làm muối, táo Bàng La có nhiều tiềm năng để phát triển và vươn xa ra thị trường trong thời gian tới. Để phát triển sản phẩm “Táo Bàng La” cần thiết phải thực hiện một số giải pháp sau:

- Đổi mới phương pháp canh tác, áp dụng những tiến bộ khoa học kỹ thuật và phương pháp canh tác an toàn theo tiêu chuẩn VietGap nhằm đảm bảo sản lượng đạt chất lượng, giảm bớt thiệt hại do sâu bệnh, bảo vệ môi trường sinh thái bền vững. Tăng cường phát huy và nâng cao vai trò của Chủ sở hữu NHTT và các bên liên quan trong quản lý và sử dụng NHTT. Đặc biệt cần có sự tham gia của chính quyền địa phương, sự tham gia tích cực của người dân trong tuyên truyền, quảng bá sản phẩm và NHTT “Táo Bàng La”.

- Xây dựng và vận hành mô hình tổ chức quản lý, khai thác và phát triển NHTT “Táo Bàng La” phù hợp với tình hình thực tế địa phương. Thực hiện cấp quyền sử dụng NHTT cho các hộ sản xuất, kinh doanh để các hộ có căn cứ cơ sở đưa vào bao bì nhãn mác, quảng bá danh tiếng của đặc sản Đồ Sơn và xây dựng các kênh phân phối ở cấp cao cho sản phẩm.

- Xây dựng các chương trình tập huấn nhằm tuyên truyền để người sản xuất, kinh doanh sản phẩm táo Bàng La hiểu và nắm được các quyền và nghĩa vụ khi sử dụng NHTT “Táo

Bàng La” nhận diện và sử dụng NHTT, giúp họ hiểu vai trò và trách nhiệm của họ trong mô hình quản lý và sử dụng NHTT “Táo Bàng La”.

- Phát triển mô hình du lịch sinh thái và trải nghiệm nông trại: Thay vì chỉ bán sản phẩm táo quả, mô hình du lịch kết hợp trải nghiệm hái táo để tận dụng vườn táo làm du lịch, tăng thu nhập và quảng bá hình ảnh của địa phương.

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2003). *Thông tư 21/2010/TT-BNNPTNT về việc ban hành Danh mục thuốc bảo vệ thực vật được phép sử dụng, hạn chế sử dụng, cấm sử dụng và danh mục bổ sung giống cây trồng được phép sản xuất, kinh doanh ở Việt Nam*. Ban hành ngày 17 tháng 4 năm 2013.
- Hân Minh (2016). Trồng táo trên đất chua mặn. *Tạp chí Nông nghiệp Việt Nam*. Truy cập ngày 03/04/2016 từ <https://nongnghiep.vn/trong-tao-tren-dat-chua-man-d158174.html>.
- Phạm Lượng (2016). *Hỗ trợ người dân sản xuất, quảng bá sản phẩm*. Truy cập ngày 18/1/2016 từ <http://tamhaiphong.vn>
- Trần Thế Tục, & Phạm Văn Côn (2001). *Cây táo và kỹ thuật trồng*. Hà Nội: NXB Lao động.
- UBND phường Bàng La (2021). *Báo cáo Kết quả thực hiện nhiệm vụ kinh tế - xã hội, quốc phòng - an ninh*. Hải Phòng.
- UBND phường Bàng La (2022). *Báo cáo Kết quả thực hiện nhiệm vụ kinh tế - xã hội, quốc phòng - an ninh*. Hải Phòng.
- UBND phường Bàng La (2023). *Báo cáo Kết quả thực hiện nhiệm vụ kinh tế - xã hội, quốc phòng - an ninh*. Hải Phòng.