

GIẢI PHÁP KHAI THÁC VÀ PHÁT TRIỂN NHÃN HIỆU TẬP THỂ “THANH TRÀ HUẾ” TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH THỪA THIÊN HUẾ

NGUYỄN VĂN ANH*

NGUYỄN LAN ANH

ĐỖ TRẦN CÔNG THÀNH

Ngày nhận bài: 09/10/2023

Ngày phản biện: 12/11/2023

Ngày đăng bài: 31/12/2023

Tóm tắt:

“**Thanh trà Huế**” được xem như là đặc sản nổi tiếng của vùng Cố Đô, gây ấn tượng không chỉ với những người dân nơi đây mà còn cả những thực khách du lịch bởi vị thanh và vô cùng đượm vị. Vào năm 2007, “**Thanh trà Huế**” được Cục Sở hữu trí tuệ cấp Giấy chứng nhận nhãn hiệu tập thể (NHTT), do hợp tác xã (HTX) nông nghiệp Thủy Biều làm chủ sở hữu, “**Thanh trà Huế**” được bảo hộ là NHTT nhận được sự hỗ trợ từ chính quyền địa phương các cấp trong việc hỗ trợ thủ tục pháp lý, xây dựng và giám sát hoạt động khai thác phát huy nâng cao hiệu quả. Bài viết nghiên cứu khảo sát thực trạng sử dụng và khai thác nhãn hiệu tập thể “**Thanh trà Huế**” trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế; Đề xuất các giải pháp nâng cao hiệu quả trong công tác khai thác

Abstract:

“**Thanh trà Huế**” is considered a famous specialty of the Ancient Capital region, impressing not only for the people here but also for tourists because of its delicate and extremely rich taste. In 2007, “**Thanh tra Hue**” was granted a Collective Trademark Certificate (NHTT) by the Department of Intellectual Property (NHTT), owned by Thuy Bieu Agricultural Cooperative, “**Thanh tra Hue**” is protected. Households that are commercial banks receive support from local authorities at all levels in supporting legal procedures, building and supervising exploitation activities to promote efficiency. This article examines the current situation of using and exploiting the collective brand “**Thanh tra Hue**” in Thua Thien Hue province;

* Nhóm SV thực hiện đề tài nghiên cứu khoa học tại Trường Đại học Luật, Đại học Huế; Email: Anh20a5010289@hul.edu.vn

và phát triển nhãn hiệu tập thể “Thanh trà Huế” ở Việt Nam và trên thế giới, phát huy tiềm năng giá trị tài sản trí tuệ mang yếu tố đặc sản vùng miền địa phương của Việt Nam.

Proposing solutions to improve efficiency in the exploitation and development of the collective brand "Thanh tra Hue" in Vietnam and around the world, promoting the potential value of intellectual property with regional specialty elements Vietnamese locale.

Từ khóa:

Nhãn hiệu tập thể “Thanh trà Huế”, khai thác, phát triển, Thừa Thiên Huế.

Keyword:

Collective brand "Thanh tra Hue", exploit, develop, Thua Thien Hue.

1. Đặt vấn đề

Thừa thở xưa, Thanh trà được xem như là một loại trái cây nổi tiếng của phủ Thừa Thiên, được chọn là “đặc sản tiến vua” vì mang một hương vị ngọt thanh, mát lành lại đượm vị, được trồng ở nhiều nơi trên địa bàn tỉnh. Những năm qua, “Thanh trà Huế” đã có thương hiệu, trở thành món trái cây quý để làm quà tặng của người dân xứ Cố Đô, món hàng đặc sản để phục vụ khách du lịch, đồng thời sản phẩm này cũng được coi là món ăn biểu trưng của văn hóa ẩm thực Cố Đô. Vào năm 2007, Cục Sở hữu trí tuệ Việt Nam ban hành Quyết định số 5382/QĐ-SHTT cấp Giấy chứng nhận đăng ký NHTT cho sản phẩm “Thanh trà Huế”. Bên cạnh đó, NHTT “Thanh trà Huế” được Ủy ban nhân dân (UBND) tỉnh Thừa thiên Huế thông qua kế hoạch số 159/HK-UBND ngày 04 tháng 07 năm 2019 của UBND tỉnh Thừa Thiên Huế về phát triển vùng nguyên liệu bưởi thanh trà đến năm 2025. Trong quá trình khai thác và sử dụng nhãn hiệu tập thể “Thanh trà Huế” hiện nay vẫn còn tồn tại những mặt hạn chế trong công tác quản lý. Trong phạm vi bài viết này nhóm tác giả đánh giá thực trạng khai thác và phát triển NHTT “Thanh trà Huế” nhằm đề xuất các giải pháp nâng cao hiệu quả trong công tác khai thác và phát triển NHTT “Thanh trà Huế” tới người tiêu dùng trên khắp cả nước.

2. Khái quát về nhãn hiệu tập thể “Thanh trà Huế”

2.1. Giới thiệu về sản phẩm Thanh trà Huế

“*Thanh trà Huế*” là một giống bưởi được trồng ở nhiều nơi ở tỉnh Thừa Thiên – Huế, là một đặc sản của tỉnh Thừa Thiên Huế và được công nhận là 50 loại đặc sản quả nổi tiếng

ở Việt Nam¹, được người dân Cố Đô ví von là “miệt vườn xứ Huế”, với những ngôi nhà vườn thơ mộng nổi tiếng nhiều hoa thơm trái ngọt. Được biết, phường Thủy Biều dành 150 ha đất để trồng thanh trà, với khoảng hơn 1.000 hộ dân theo nghề, tập trung ở các thôn: Lương Quán, Trung Thượng, Đông Phước².

Nhận thức được giá trị nổi bật của sản phẩm “Thanh trà Huế”, năm 2007 Cục sở hữu trí tuệ cấp giấy chứng nhận đăng ký NHTT “Thanh trà Huế” do HTX nông nghiệp làm chủ sở hữu. Việc đăng ký bảo hộ cho “Thanh trà Huế” là NHTT nhằm mục đích thực hiện chức năng phân biệt sản phẩm của một tập thể, vùng miền với những sản phẩm khác, khuyến khích sản phẩm đặc trưng của một vùng, tạo danh tiếng, lợi thế cạnh tranh trên thị trường với các sản phẩm cùng loại

2.2. Nhãn hiệu tập thể “Thanh trà Huế”

Thứ nhất, Giấy chứng nhận đăng ký bảo hộ NHTT “Thanh trà Huế”:

Cuối tháng 4/2005 Sở Khoa học và Công nghệ tỉnh Thừa Thiên Huế cùng với UBND phường Thủy Biều, HTX nông nghiệp Thủy Biều đã tiến hành xây dựng Quy chế sử dụng NHTT “Thanh trà Huế” cho sản phẩm thanh trà tại tỉnh Thừa Thiên Huế. HTX đã thay mặt các đơn vị trồng thanh trà trên địa bàn toàn tỉnh Thừa Thiên Huế đại diện đứng ra đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ cho sản phẩm “Thanh trà Huế” là NHTT. UBND tỉnh Thừa Thiên Huế đã cho phép sử dụng địa danh “Huế” trong nhãn hiệu NHTT “Thanh trà Huế” tại văn bản số 2366/UBND-CN ngày 9/8/2005 của UBND tỉnh Thừa Thiên Huế về việc sử dụng địa danh “Huế” trên nhãn hiệu hàng hóa của HTX. Vào ngày 11/8/2005, HTX nông nghiệp Thủy Biều nộp đơn đăng ký NHTT “Thanh trà Huế” tại Cục Sở hữu trí tuệ (Số đơn: 4-2005-10107) và được Cục Sở hữu trí tuệ chấp nhận đơn hợp lệ. Trước đó, ngày 29/6/2005 HTX nông nghiệp Thủy Biều đã xây dựng hoàn thiện và công bố Quy chế sử dụng NHTT “Thanh trà Huế” cho sản phẩm thanh trà tại tỉnh Thừa Thiên Huế. Ngày 8/5/2007, Cục sở hữu trí tuệ Việt Nam ban hành Quyết định số 5382/QĐ-SHTT cấp Giấy chứng nhận đăng ký NHTT số 4-0081860 cho sản phẩm “Thanh trà Huế”. Vào ngày 9/7/2009 Bộ Khoa học và Công nghệ đã chứng nhận cho HTX nông nghiệp Thủy Biều

¹ Quang Nhật (2022), *Đế bời Thanh trà đi xa*, <https://nld.com.vn/thoi-su/de-buoi-thanh-tra-di-xa-20220920210543086.htm#:~:text=Nh%C3%A3n%20hi%E1%BB%87u%20b%C6%B0%E1%BB%9Fi%20tanh%20tr%C3%A0,%E1%BA%A9m%20th%E1%BB%B1c%20c%E1%BB%91%20C4%91%C3%B4%20Hu%E1%BA%BF>, truy cập ngày 10/11/2023.

² Thừa Thiên- Huế: *Dân làm giàu từ cây thanh trà*, <https://baotainguyenmoitruong.vn/thua-thien-hue-dan-lam-giau-tu-cay-thanh-tra-252271.html>, truy cập ngày 10/11/2023.

được quyền sử dụng mã số 8938503971 cho sản phẩm của “Thanh trà Huế”. Đến ngày 01/06/2015, Cục Sở hữu trí tuệ đã có Quyết định số 1314/QĐ-SHTT về việc cấp giấy chứng nhận nhãn hiệu lần 2 cho sản phẩm tập thể “Thanh trà Huế” ở tỉnh Thừa Thiên Huế. Ngày hết hạn bảo hộ được ghi nhận trong văn bằng vào tháng 8 năm 2025.

Cấp Giấy chứng nhận đăng ký bảo hộ NHTT “Thanh trà Huế” đã giúp cho sản phẩm thanh trà ở Thủy Biều là một sự tất yếu xuất phát từ thực tiễn. Mặt khác, Thanh trà được xem là cây trồng chủ lực tại địa phương, giúp tạo công ăn việc làm đồng thời mang lại nguồn thu nhập đáng kể cho các hộ gia đình tại phường Thủy Biều, góp phần vào việc xóa đói giảm nghèo và nâng cao đời sống cho người dân, có vị trí rất quan trọng trong phát triển kinh tế xã hội.

Thứ hai, về chủ sở hữu NHTT “Thanh trà Huế”:

Theo Giấy chứng nhận đăng ký NHTT “Thanh trà Huế” được biết HTX Thủy Biều là chủ sở hữu “Thanh trà Huế”, bởi đó HTX nông nghiệp Thủy Biều có các quyền sau:

Một là, HTX Thủy Biều có quyền đưa ra quy định về việc sản phẩm/dịch vụ của các thành viên phải đạt chất lượng nhất định của tổ chức mới có thể sử dụng NHTT.

Hai là, HTX nông nghiệp Thủy Biều được hưởng quyền lợi tương tự giống với chủ sở hữu nhãn hiệu hàng hóa thông thường, đều có quyền sử dụng độc quyền nhãn hiệu trên cơ sở tôn trọng sản phẩm đã đăng ký. Khi đó, dù quyền sở hữu nhãn hiệu thuộc về tổ chức nhưng chỉ có thành viên tổ chức đó mới được quyền sử dụng nhãn hiệu.

Thứ ba, về quy chế quản lý, sử dụng NHTT “Thanh trà Huế”:

Một là, về nghĩa vụ cấp quyền sử dụng NHTT giữa HTX nông nghiệp Thủy Biều và nhóm thành viên: Áp dụng đối với tổ chức quản lý nhãn hiệu trồng, sản xuất, bảo quản và kinh doanh thanh trà trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế sử dụng NHTT “Thanh trà Huế”. Tại Điều IV của quy chế sử dụng NHTT “Thanh trà Huế” những người có quyền sử dụng NHTT là các xã viên thuộc HTX Thủy Biều có hoạt động sản xuất kinh doanh sản phẩm Thanh trà Huế; những pháp nhân theo quy định tại mục 1.3 của quy chế và những pháp nhân chưa có tên trong danh sách theo mục 4.2 được bổ sung trong quá trình hoạt động và được thông báo cho toàn thể những người được quyền sử dụng NHTT trước đây đã biết³. Ngoài ra quy chế này thể hiện quy định điều kiện được cấp và sử dụng NHTT; chức năng

³ Điều IV quy chế sử dụng nhãn hiệu tập thể “Thanh trà Huế” cho sản phẩm Thanh trà tại tỉnh Thừa Thiên Huế.

nhệm vụ của cơ quan quản lý; quy trình xét và cấp quyền sử dụng NHTT; quyền và nghĩa vụ của tổ chức chứng nhận; quy định về kiểm soát chất lượng sản phẩm và các biện pháp xử lý vi phạm.

Hai là, về phối hợp quản lý việc cấp quyền sử dụng NHTT “Thanh trà Huế” và cấp phát tem, nhãn sản phẩm mang NHTT “Thanh trà Huế”: Trong đó có các quy định: Trách nhiệm của chủ sở hữu NHTT “Thanh trà Huế” và các thành viên; điều kiện được sử dụng NHTT “Thanh trà Huế”; quản lý nội bộ đối với NHTT; cơ cấu tổ chức quản lý; thống kê theo dõi hiện trạng canh tác thanh trà... Mặt khác, trong phần cấp quyền sử dụng NHTT “Thanh trà Huế” quy định về: Tổ chức kiểm soát chất lượng và cấp quyền sử dụng NHTT; Cấp mã số thành viên, lập hồ sơ thành viên; Từ chối cấp quyền sử dụng NHTT. Việc quản lý sử dụng và cấp phát tem, nhãn sản phẩm mang NHTT “Thanh trà Huế” có các quy định: Tem nhãn sản phẩm mang NHTT; Yêu cầu cấp tem nhãn, bao bì sản phẩm; Kiểm tra, xác nhận chất lượng; Công bố về số lượng tem nhãn được cấp; Cách sử dụng tem, nhãn, bao bì sản phẩm. Ngoài ra, nội hàm của quy chế này còn thể hiện các quy định về kiểm tra và xử lý vi phạm trong quá trình sử dụng nhãn hiệu.

Ba là, về quản lý hoạt động sản xuất, kinh doanh sản phẩm mang NHTT “Thanh trà Huế”: Áp dụng đối với HTX nông nghiệp Thủy Biều và các thành viên có sản xuất, kinh doanh NHTT “Thanh trà Huế” quy định về: Phương thức sản xuất tiêu thụ; Quyền lợi và nghĩa vụ của các tổ chức, cá nhân tham gia sản xuất NHTT “Thanh trà Huế”; Quyền lợi và nghĩa vụ của các tổ chức, cá nhân tham gia kinh doanh sản phẩm mang NHTT “Thanh trà Huế” đối với hình thức uỷ thác bán hàng/đại lý; Sản xuất sản phẩm mang NHTT “Thanh trà Huế”; Bán hàng uỷ thác; Đại lý thương mại (trung gian phân phối); Xử lý vi phạm.

Bốn là, về quy trình canh tác sản phẩm “Thanh trà Huế” là NHTT: Quy chế này chủ yếu thể hiện các yêu cầu về kỹ thuật trong quá trình sản xuất.

Như vậy, việc bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ cho các sản phẩm “Thanh trà Huế” ở tỉnh Thừa Thiên Huế là điều kiện tất yếu khách quan nhằm vừa bảo vệ giá trị truyền thống vừa bảo vệ nhà sản xuất và người tiêu dùng, tạo cơ sở pháp lý cho việc khai thác các đặc sản vùng miền trong kinh doanh và tìm kiếm lợi nhuận cho sản phẩm

3. Thực trạng khai thác và phát triển nhãn hiệu tập thể Thanh trà Huế

3.1. Thực trạng khai thác nhãn hiệu tập thể Thanh trà huế

Thứ nhất, về thực trạng cấp phép sử dụng: Theo quy định tại Điều VI Quy chế sử dụng NHTT “Thanh trà Huế” cho sản phẩm thanh trà tại tỉnh Thừa Thiên Huế về việc được cấp quyền sử dụng NHTT đối với tổ chức, cá nhân hoạt động nuôi trồng canh tác sản xuất và kinh doanh “Thanh trà Huế” mong muốn sử dụng NHTT “Thanh trà Huế” cần đáp ứng các điều kiện sau: “Tất cả những đối tượng được quy định tại các mục 4.1, 4.2, 4.3 thuộc quy chế này phải đủ các điều kiện sau: Có sản xuất kinh doanh hàng hóa, dịch vụ thuộc danh mục các sản phẩm, dịch vụ đã đăng ký cho nhãn hiệu tập thể; Sản phẩm dự kiến gắn NHTT phải đạt chất lượng tối thiểu theo quy định tại hồ sơ đăng ký NHTT kèm theo quy chế này; Phải chấp nhận quy chế về sử dụng NHTT này; Sử dụng mẫu NHTT phải đúng như nhãn hiệu đã đăng ký.”⁴ Khi đáp ứng đủ các điều kiện nêu trên đồng thời gửi đơn yêu cầu đến HTX nông nghiệp Thủy Biều hoặc có những đề xuất của phường Hương Vân hoặc xã Phong Thu thì mọi chủ thể đều có quyền yêu cầu đơn vị quản lý cấp giấy phép sử dụng NHTT “Thanh trà Huế” kèm theo logo của nhãn hiệu này. Ngoài ra, còn được phép sử dụng NHTT và logo nhãn hiệu “Thanh trà Huế” để quảng bá cùng với các sản phẩm/dịch vụ khác của mình nhưng không được ảnh hưởng xấu đến NHTT “Thanh trà Huế”. Các thành viên có sử dụng NHTT “Thanh trà Huế” phải cam kết tuân thủ quy định về quản lý chất lượng, tem nhãn mác, logo nhãn hiệu, nội bộ trong quá trình sử dụng NHTT “Thanh trà Huế”.

Ngày 09/06/2011, các hộ nông dân phường Thủy Biều được Cục Sở hữu trí tuệ tiếp tục được trao quyền sử dụng NHTT “Thanh trà Huế” với 53 hộ thuộc khu vực Lương Quán, Trung Thượng và Đông Phước. Chủ sở hữu NHTT “Thanh trà Huế” đã thực hiện có hiệu quả dự án “Mở rộng thành viên tham gia sử dụng NHTT Thanh trà Huế” thuộc Quyết định số 1746/QĐ-UBND của UBND tỉnh Thừa Thiên Huế ngày 6/9/2013 về việc phê duyệt chiến lược phát triển thương hiệu các đặc sản tỉnh Thừa Thiên Huế đến năm 2020. Sau 10 năm xây dựng và phát triển, đến nay đã có thêm hai địa phương trồng thanh trà trên địa bàn tỉnh đã được HTX nông nghiệp Thủy Biều “chia sẻ” quyền sở hữu NHTT “Thanh trà Huế”, đó là “Thanh trà Huế” - Hương Vân và “Thanh trà Huế” - Phong Thu. UBND xã

⁴ Điều VI Quy chế sử dụng nhãn hiệu tập thể “Thanh trà Huế” cho sản phẩm Thanh trà Huế tại tỉnh Thừa Thiên Huế.

Phong Thu đã Công bố và ra mắt câu lạc bộ thanh trà Phong Thu, mục đích hoạt động của câu lạc bộ là trao đổi, giao lưu học tập kinh nghiệm nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm thanh trà Phong Thu. Bước đầu, câu lạc bộ thanh trà Phong Thu đã có 38 hộ đăng ký thành viên. Trước đó, ngày 01/09/2017, UBND phường Hương Vân đã tổ chức Lễ Công bố NHTT “Thanh trà Huế” - Hương Vân⁵.

Tuy nhiên, dù số lượng đăng ký và được cấp quyền sử dụng NHTT “Thanh trà Huế” mỗi năm đều có dấu hiệu tăng, tuy nhiên để so với mặt bằng chung tổng diện tích trồng và kinh doanh sản phẩm thanh trà trên toàn địa bàn tỉnh vẫn còn hạn chế, chỉ tập trung vào một số vùng trọng điểm. Hầu như, sau khi đăng ký bảo hộ thành công và các chủ thể được cấp quyền sử dụng NHTT “Thanh trà Huế” sự gắn kết giữa chủ sở hữu với các cá nhân, tổ chức kinh tế, pháp nhân khác nằm ngoài HTX nông nghiệp Thủy Biều hay xã Phong Thu hoặc phường Hương Vân còn khá lỏng lẻo, chưa có sự xuất hiện của những “biện pháp mạnh” trong công tác vận động các cá nhân, pháp nhân khác tham gia sử dụng NHTT “Thanh trà Huế”.

Thứ hai, thực trạng về quản lý tem, nhãn, truy xuất nguồn gốc sản phẩm “Thanh trà Huế”: Từ khi xây dựng quy chế sử dụng NHTT “Thanh trà Huế” cho sản phẩm thanh trà ở tỉnh Thừa Thiên Huế, HTX nông nghiệp Thủy Biều đã thiết kế và thống nhất công khai công bố tem và logo nhãn hiệu đối với sản phẩm “Thanh trà Huế”. Logo và nhãn mác của nhãn hiệu “Thanh trà Huế” thể hiện đầy đủ các thông tin cần thiết và màu sắc hài hòa, phù hợp với nét đặc trưng của thức trái cây là đặc sản tiến vua và màu sắc của xứ Huế.

Mỗi đơn vị được trao quyền sử dụng NHTT “Thanh trà Huế” chủ động in tem, nhãn mác có gắn tên địa phương mình cùng với những nội dung chính bắt buộc phải có ở một logo, tem nhãn hiệu để cấp phát cho các thành viên được cấp quyền sử dụng, khai thác phát huy NHTT “Thanh trà Huế”. Mỗi đơn vị có một trưởng nhóm có trách nhiệm nắm toàn bộ doanh thu, sản lượng thu hoạch của các thành viên trong nhóm, theo dõi giám sát thường xuyên việc thực hiện quy chế sử dụng nhãn, kiểm tra quy trình, tập hợp các nhu cầu của thành viên chuyển cho đơn vị quản lý trước thu hoạch một tháng. Chủ thể khác mong muốn tham gia sử dụng NHTT “Thanh trà Huế” phải thông qua trưởng nhóm để được

⁵ Đức Thịnh (2017), *Lễ Công bố Nhãn hiệu Thanh trà Huế - Phong Thu*, <https://skhcn.thuathienhue.gov.vn/?gd=41&cn=1316&tc=10670>, truy cập ngày 10/11/2023.

hướng dẫn việc đăng ký và sử dụng tem logo NHTT “Thanh trà Huế”. Số tem, nhãn mác NHTT “Thanh trà Huế” được cấp hằng năm không giống nhau.

Vào những năm sẽ có lễ hội thanh trà số lượng tem, nhãn được cấp phát hơn 30.000. Năm nào không có lễ hội số lượng chỉ hơn 1.000 tem nhãn được cấp. Lý giải điều này, cán bộ HTX nông nghiệp Thủy Biều cho biết, hộ sản xuất chỉ tuân thủ việc gắn tem, nhãn mác khi có lễ hội và có cơ quan quản lý. Việc tiêu thụ sản phẩm qua thương lái hoặc tự hộ nông dân trực tiếp đem ra thị trường tiêu thụ, sản phẩm hầu như không được gắn bất kỳ tem, nhãn nào.⁶

Theo quy định trong quy chế: Ban giám đốc, Ban kiểm soát HTX nông nghiệp Thủy Biều kiểm tra và xác nhận chất lượng có thể kiểm tra định kỳ hoặc đột xuất việc sử dụng tem nhãn sản phẩm. Nếu phát hiện hành vi vi phạm sẽ bị xử lý theo một trong các hình thức sau: (i) Cảnh cáo; (ii) Xoá tên trong danh sách thành viên và chấm dứt cấp quyền sử dụng NHTT “Thanh trà Huế”, đồng thời thông báo bằng văn bản đến Cục Sở hữu trí tuệ; (iii) Đề nghị cơ quan có thẩm quyền xử phạt theo các quy định của pháp luật. Thực tế việc kiểm tra tem logo, nhãn mác NHTT “Thanh trà Huế” tại từng địa phương do đại diện nhóm thành viên kiểm tra các thành viên của mình. Nhiều năm nay, có xảy ra một số trường hợp chủ thể sử dụng NHTT “Thanh trà Huế” vi phạm về vấn đề gắn tem logo nhãn mác tuy nhiên các trường hợp vi phạm không quá nghiêm trọng nên các hình thức xử lý chỉ là cảnh cáo và nhắc nhở trực tiếp.

3.2. Thực trạng phát huy nhãn hiệu tập thể Thanh trà Huế hiện nay

Để khai thác lợi ích kinh tế hiệu quả gắn với việc phát huy và giữ gìn những giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc đặt ra nhiều vấn đề mang tính cấp thiết. Theo ông Ông Trần Lê Hồng, Phó Cục trưởng Cục Sở hữu trí tuệ, khẳng định “nhãn hiệu là một trong những đối tượng bị xâm phạm nhiều trên Internet và thương mại điện tử. Trong bối cảnh kinh doanh xuyên quốc gia, doanh nghiệp phải xác định việc đăng ký ra nước ngoài là vô cùng quan trọng và cần có chiến lược để bảo vệ nhãn hiệu của mình tại những thị trường đó. Các doanh nghiệp có nguồn lực hạn chế nhưng nếu không tính đến những yếu tố cạnh tranh, nhất là về sở hữu trí tuệ và nhãn hiệu, thì chỉ cần một vụ việc về pháp lý, chúng ta sẽ

⁶ Dương Thị Khánh Nhi (2020), *Tình hình quản lý thương hiệu thanh trà Huế của hợp tác xã Thủy Biều*, Khóa luận tốt nghiệp, trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế.

mất hoàn toàn khả năng hoạt động.”⁷. Xét cụ thể hoạt động khai thác phát huy NHTT “Thanh trà Huế” thời gian qua đã có những thành tựu đáng khích lệ. Cụ thể, nhóm tác giả dẫn chứng một số nội dung dưới đây nhằm minh chứng rõ thực trạng khai thác phát huy NHTT “Thanh trà Huế” ở tỉnh Thừa Thiên Huế hiện nay như sau:

Thứ nhất, về quảng bá thương hiệu cho NHTT “Thanh trà Huế” trên phương diện truyền hình, internet, website, các trang thông tin,...: Hàng năm, vào tháng 7 đến tháng 8 âm lịch, các vườn thanh trà ở Thủy Biều và một số vườn ở làng Hương Vân và Phong Thu thu hút nhiều người đến tham quan và thưởng thức loại trái ngon này.

Để tạo không gian quảng bá các sản vật địa phương, lễ hội “Thanh trà - hương vị xứ Huế” được tổ chức. Địa phương cùng với chủ sở hữu nhãn hiệu đã xây dựng và vận hành website quảng bá và giới thiệu sản phẩm mang NHTT “Thanh trà Huế” liên kết với trang thông tin điện tử của HTX nông nghiệp Thủy Biều để bảo đảm khả năng duy trì trang website. Đồng thời thực hiện giới thiệu thông tin về NHTT “Thanh trà Huế” trên Internet; các bài báo mạng, thiết kế tạo dựng các đoạn video giới thiệu trên đài phát thanh và truyền hình của địa phương; in logo NHTT “Thanh trà Huế” trên các banner, apphich, băng rôn lớn treo tại các điểm trọng yếu, nhiều người qua lại trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế nhằm thu hút sự quan tâm của mọi chủ thể tham gia. Đặc biệt vào năm 2018, lễ hội thanh trà có 2 hoạt động mới được tổ chức lần đầu tiên, đó là giới thiệu quy trình trồng và chăm sóc cây thanh trà và lễ cung tiến thanh trà. Lễ cáo Thành hoàng cung tiến “Thanh Trà” diễn ra tại 2 đình Lương Quán và Nguyệt Biều và nghi lễ “Cung tiến Thanh Trà” vào Đại Nội Huế.⁸

Tuy nhiên, hiện tại, trang website thông tin về NHTT “Thanh trà Huế” các kênh thông tin mạng xã hội như: Fanpage, Facebook, Youtube riêng dành cho quảng bá NHTT “Thanh trà Huế” chưa được quan tâm đúng mức. Khi tham khảo hay search thông tin trên mạng Internet hiện tại không tìm kiếm được bài “mới” chủ yếu là những trang báo mạng có thông tin đã cũ, chất lượng sơ sài. Công tác tổ chức giới thiệu NHTT “Thanh trà Huế” tại các triển lãm, hội chợ giới thiệu sản phẩm trên địa bàn tỉnh còn hạn chế, quảng bá tại các khu giải trí, địa điểm tham quan du lịch rất hiếm khi bắt gặp, có lẽ một phần do hơn hai

⁷ Phan Anh (2022), *Quyền sở hữu trí tuệ bị xâm phạm, doanh nghiệp nội dung số lao đao*, <https://vneconomy.vn/quyen-so-huu-tri-tue-bi-xam-pham-doanh-nghiep-noi-dung-so-lao-dao.htm>, truy cập ngày 10/11/2023.

⁸ VITIC (2018), *Thừa Thiên Huế khuyến khích người dân mở rộng diện tích trồng “Thanh trà Huế”, “Buổi do Hồ Hương”*, <https://sanphamvungmien.vn/su-kien/2018/9/thua-thien-hue-khuyen-khich-nguoi-dan-mo-rong-dien-tich-trong-thanh-tra-hue-buoi-do-ho-huong->, truy cập ngày 10/11/2023.

năm trở lên đây tình hình dịch bệnh toàn cầu Covid-19 đã ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động quảng bá, truyền thông và tổ chức các hội chợ, hội thi phục vụ công tác quảng bá NHTT “Thanh trà Huế” tiếp cận thu hút khách hàng bị bó hẹp có các các chương trình không được tổ chức, khi hàng loạt các văn bản chỉ đạo việc hạn chế tiếp xúc, tụ tập nơi đông người do Chính phủ và địa phương ban hành.

Thứ hai, về hoạt động khai thác phát huy NHTT “Thanh trà Huế” của chính các hộ dân sản xuất thanh trà ở tỉnh Thừa Thiên Huế: Trong thời gian qua, dự án “Quản lý và phát triển NHTT “Thanh Trà Huế” cho sản phẩm thanh trà tỉnh Thừa Thiên Huế” do Cục Sở hữu trí tuệ quản lý đã tiến hành khảo sát, lựa chọn các hộ có đủ điều kiện để trao quyền sử dụng NHTT “Thanh Trà Huế”. Thủy Biều là địa phương có các hộ trồng thanh trà được bảo hộ nhãn hiệu nhiều nhất, chiếm tỷ lệ 56% số hộ được bảo hộ trong tỉnh. Các địa phương khác ngoài Thủy Biều được cấp quyền sử dụng NHTT “Thanh Trà Huế” gồm có các xã, phường là Hương Vân, Hương Hồ, phường Thủy Bằng, xã Quảng Phú và xã Phong Thu. Đặc biệt, sau khi xây dựng thành công thương hiệu “Thanh trà Huế” đã được bán ở 14 đại lý, siêu thị tại Hà Nội; Thành phố Hồ Chí Minh và Đà Nẵng⁹.

Thứ ba, về hệ thống truy xuất nguồn gốc, logo, QR code NHTT “Thanh trà Huế”: Mới đây, có 65 hộ dân với khoảng 10ha thanh trà được phường Hương Vân thực hiện áp dụng chứng chỉ VietGAP và mã QR code cho sản phẩm. Việc ứng dụng công nghệ QR Code còn có tác dụng nâng cao uy tín cho trái cây thanh trà ở Hương Vân. Một điểm đáng lưu ý, thanh trà Hương Vân là sản phẩm thanh trà đầu tiên trên thị trường xây dựng hệ thống thông tin truy xuất nguồn gốc thông qua mã phản hồi nhanh (QR Code) nhằm phục vụ chuỗi cung ứng thông qua minh bạch về chất lượng; phục vụ người tiêu dùng về nguồn gốc và chất lượng sản phẩm; phục vụ cho cơ quan ban ngành liên quan về quản lý nguồn gốc, quy trình chất lượng. Việc ứng dụng công nghệ cao là một bước tiến mới góp phần khẳng định uy tín và thương hiệu thanh trà Hương Vân; đồng thời, là bước chuẩn bị để đưa đặc sản này vươn xa.

⁹ Báo công Thương (2011), “*Thương hiệu “Thanh trà Huế” được mùa, đầu ra*”, <https://congthuong.vn/thuong-hieu-quotthanh-tra-huequot-duoc-mua-dau-ra-29371.html>, truy cập ngày 10/11/2023

3.3. Nguyên nhân của những hạn chế trong quá trình khai thác và phát huy nhãn hiệu tập thể “Thanh trà Huế”

Đối với sản phẩm NHTT “Thanh trà Huế” trong quá trình tham gia khảo sát về khai thác, sử dụng NHTT “Thanh trà Huế”, nhóm tác giả nhận thấy việc quản lý, khai thác và sử dụng NHTT “Thanh trà Huế” hiện nay đã và đang tồn tại một số hạn chế bởi những nguyên nhân sau.

Thứ nhất, qua khảo sát thực tế cho thấy¹⁰, NHTT “Thanh trà Huế” như chủ sở hữu nhãn hiệu không phải là chủ sử dụng trực tiếp mà chủ thể sử dụng lại là thành viên của tổ chức tập thể đó, các thành viên chỉ được sử dụng khi đáp ứng đầy đủ các điều kiện và quy trình đánh giá được quy định trong Quy chế sử dụng. 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. Vì vậy, một số thành viên tập thể chưa có nhu cầu gắn NHTT lên sản phẩm để đưa ra thị trường. Tuy nhiên, nguyên nhân chủ yếu dẫn tới tỷ lệ NHTT “Thanh trà Huế” chưa được sử dụng hiệu quả là do chủ sở hữu nhãn hiệu chưa tìm ra mô hình quản lý, sử dụng và khai thác phát huy NHTT “Thanh trà Huế” thích hợp.

Thứ hai, thực trạng về vấn đề khai thác phát huy NHTT “Thanh trà Huế” 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 NHTT “Thanh trà Huế” không có 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, truy xuất nguồn gốc nhãn hiệu “Thanh trà Huế” về quy chế quản lý và sử dụng NHTT còn mang tính chất nghề nghiệp, trong xây dựng quy định của NHTT phải được đồng thuận của các chủ hộ đăng ký nhãn hiệu.

Thứ ba, về giống cây thanh trà trên địa bàn tỉnh Thừa thiên Huế đã được người nông dân sử dụng lâu đời với những giống cây thanh trà ghép gốc bưởi với hi vọng tỷ lệ sống của cây thanh trà sẽ cao hơn. Bên cạnh đó, sự du nhập của các giống bưởi Huế giảm về số lượng lẫn chủng loại, một số số dân vì lợi ích cá nhân đã sử dụng nhiều loại hóa chất gây ảnh hưởng đến sức khỏe người tiêu dùng cũng như ảnh hưởng đến chất lượng đầu ra của sản phẩm, làm mất đi bản chất hương vị vốn có của sản vật này.

¹⁰ Kết quả khảo sát của nhóm nghiên cứu được thực hiện vào năm 2023.

Thứ tư, hầu hết các chủ thể sử dụng và khai thác phát huy NHTT “Thanh trà Huế” hiện nay là các xã viên của HTX nông nghiệp Thủy Biều và số ít của xã Phong Thu và phường Hương Vân, có quy mô sản xuất nhỏ và vừa, còn gặp nhiều khó khăn về tài chính nên không có khả năng về mặt kinh phí đối ứng, nguồn giống cây trồng đạt chuẩn cũng như đáp ứng tiêu chuẩn trồng theo mô hình VietGAP, phần lớn thanh trà chưa đáp ứng được thị trường tiêu thụ, chủ yếu bán sản phẩm thô, bán tháo, giá cả đầu ra chưa ổn định song song bị tác động của tình hình đại dịch toàn cầu Covid-19, sức mua của người tiêu dùng giảm mạnh, không thể tổ chức các hội thi, lễ hội “Thanh trà Huế” như mọi năm.

Bên cạnh đó, nhận thức của tổ chức, doanh nghiệp và người dân trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế trong vấn đề khai thác và phát triển TSTT địa phương còn mơ hồ, do đó NHTT “Thanh trà Huế” sau khi được bảo hộ không thể phát huy hiệu quả kinh tế ngay, mà đòi hỏi phải có sự đầu tư về mặt kinh phí và chiếm một thời gian nhất định. Ngoài ra các cá nhân, tổ chức sản xuất NHTT “Thanh trà Huế” còn đang thiếu sự tập trung về mặt lợi ích sử dụng nhãn hiệu được đăng ký bảo hộ phục vụ cho hoạt động du lịch còn chưa rõ ràng, thậm chí là không thiết tha gì với NHTT “Thanh trà Huế”, bởi trong quá trình nhóm thực hiện khảo sát, Chị Lê Thị Ngọc Dung- Chủ tịch Hội đồng Quản Trị - Giám đốc HTX Thủy Biều cho biết: “Đa số ở đây hộ dân nào cũng trồng Thanh trà, một ký Thanh trà bình thường giá 30.000 đồng/kg mà một ký Thanh trà được gắn tem và logo cũng giá 30.000 đồng/kg. Mặt khác, việc thực hiện áp dụng chứng chỉ VietGap đối với sản phẩm Thanh trà là không khả thi, bởi không phải ai cũng có nhu cầu mua hàng ở siêu thị, chỉ cần ra ngoài thị trường, thậm chí đến tận vườn trồng Thanh trà thực khách cũng có thể tìm thấy một sản phẩm chính gốc”. Do đó, đa số hộ dân trồng Thanh trà đã được cấp quyền sử dụng NHTT cho sản phẩm này cũng không tha thiết gì với sản phẩm “Thanh trà Huế”.

Thứ năm, chưa có cơ chế quản lý và khai thác phù hợp đối với chủ thể quảng bá truyền thông cho NHTT “Thanh trà Huế” một cách rộng rãi. Thực tế cho thấy NHTT “Thanh trà Huế” chủ yếu được khai thác và quảng bá bởi chính chủ thể sử dụng nhãn hiệu này, bởi đó mà hiệu quả truyền thông về vật phẩm này không được tiếp cận cao, cách thức thực hiện không chuyên nghiệp, tiếp cận xu hướng còn non yếu. Mặt khác, với tốc độ phát triển chóng mặt của Khoa học – Công nghệ hiện nay, hoạt động quảng bá thương hiệu trên Facebook, youtube, instagram,.. rất thịnh hành mang lại hiệu quả cực kì lớn, song chủ sở hữu NHTT “Thanh trà Huế” chưa tận dụng được tài nguyên này. Quảng bá thương hiệu

cho NHTT “Thanh trà Huế: hiện nay chưa được mạnh, không có tính đặc thù riêng. Có thể nhận thấy đây là sự thiếu sót và bỏ lỡ cơ hội to lớn trong quá trình bảo tồn và thúc đẩy khai thác phát triển thương hiệu đặc sản mang yếu tố địa danh này.

4. Giải pháp nâng cao hiệu quả khai thác, quản lý và sử dụng nhãn hiệu tập thể “Thanh trà Huế”

Một là, đối với chủ sở hữu NHTT “Thanh trà Huế”. Chủ sở hữu NHTT “Thanh trà Huế” cần phải có một kế hoạch trong việc xây dựng cơ chế sử dụng và khai thác NHTT “Thanh trà Huế” thông qua hoạt động quảng bá truyền thông giới thiệu đầy đủ thông tin cần thiết như tình hình các hộ dân sử dụng NHTT “Thanh trà Huế”, khai thác nhãn hiệu, chất lượng sản phẩm, quyền lợi khi trở thành thành viên của NHTT “Thanh trà Huế”,...

Ngoài ra, chủ sở hữu cần phối hợp với cơ quan liên ngành hoạch định và thực hiện có hiệu quả các chính sách, chiến lược như: Tuyên truyền nhận thức về NHTT “Thanh trà Huế” là một TSTT của địa phương, phổ biến đề cập những mặt lợi ích khi tham gia sử dụng, khai thác NHTT “Thanh trà Huế”, trước mắt là lợi ích kinh tế; Hỗ trợ thủ tục đăng ký, hồ sơ theo mẫu cho các chủ thể mong muốn đăng ký sử dụng nhãn hiệu; Hỗ trợ kinh phí và cắt giảm các khoản chi phí không cần thiết như kinh phí kiểm định chất lượng, trợ giá nguồn nguyên liệu đầu vào phục vụ cho công tác nuôi trồng cây thanh trà,... nhằm tiết kiệm tài chính và thời gian cho các chủ thể đăng ký tham gia sử dụng NHTT “Thanh trà Huế”. Ngoài ra, chủ sở hữu cần phối hợp với cơ quan đơn vị chuyên ngành như Sở Văn hóa, thể thao và du lịch cùng các phòng ban trực thuộc xây dựng mô hình quản lý, sử dụng và khai thác phát triển, thương mại hóa NHTT “Thanh trà Huế” kết hợp với phát triển du lịch địa phương hoặc các sản phẩm đã được bảo hộ của tỉnh.

Hai là, đối với các chủ thể được cấp quyền sử dụng và khai thác NHTT “Thanh trà Huế”. Phải cam kết thực hiện đúng theo Quy chế quản lý và sử dụng NHTT “Thanh trà Huế”, mặt khác cần cam kết thực hiện theo đúng các quy trình, tiêu chí được quy định trong các Quy chế khác có liên quan đến việc sử dụng và khai thác NHTT “Thanh trà Huế”. Tận dụng tốt, toàn diện các đặc quyền dành riêng cho chủ thể được cấp quyền sử dụng, khai thác NHTT “Thanh trà Huế” để phát triển hoạt động sản xuất và kinh doanh riêng và phần lớn tập trung phát triển NHTT “Thanh trà Huế”. Bên cạnh đó, hàng quý hoặc cuối năm theo định kỳ chủ thể sử dụng NHTT “Thanh trà Huế” cần lập báo cáo kết quả

thực hiện quá trình sử dụng, khai thác NHTT “Thanh trà Huế” gửi đến cơ quan quản lý trực tiếp của nhãn hiệu.

Ba là, Sở Khoa học và Công nghệ tỉnh, chính quyền địa phương nhất là thành phố Huế, thị xã Hương Trà và huyện Phong Điền – đây là ba địa phương được cấp quyền sử dụng và khai thác thương mại trực tiếp NHTT “Thanh trà Huế” phối hợp với các đơn vị chuyên môn công khai thông tin “Thanh trà Huế” là một TSTT mang yếu tố địa danh lại một lần nữa, cụ thể phối hợp với Sở Thông tin và Truyền thông tỉnh, Đài Phát thanh và Truyền hình tỉnh (TRT) cùng với các phòng ban tổ chức khác thực hiện công tác hình thành cơ chế quản lý và chế tài xử lý đối với việc chậm trễ và trì hoãn trong công tác hình thành cơ chế quản lý, sử dụng và khai thác phát huy NHTT “Thanh trà Huế” phù hợp với tình hình thực tế.

Bên cạnh đó, chính quyền địa phương cùng với cơ quan chuyên môn cần tăng cường giám sát chất lượng sản phẩm “Thanh trà Huế” bởi chính những thành viên và xây dựng tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm tiên tiến áp dụng trong HTX nông nghiệp Thủy Biều. Tạo dựng các liên kết giữa các bên liên quan để hình thành chuỗi giá trị, chuỗi cung ứng đầy chuyên cho NHTT “Thanh trà Huế”. Quá trình giám sát chất lượng phải được thực hiện nghiêm túc và công tác cung ứng sản phẩm đến điểm bán được thực hiện khép kín trên cơ sở phải có chủ thể chịu trách nhiệm chính nhằm hạn chế tình trạng đan xen và trộn lẫn hàng kém chất lượng vào hệ thống phân phối sản phẩm “Thanh trà Huế” có gắn logo NHTT.

Bốn là, tuyên truyền, hỗ trợ cho các chủ thể tham gia sử dụng nhằm nâng cao nhận thức về NHTT “Thanh trà Huế”. Trong thời đại cách mạng công nghệ 4.0 phát triển vượt bậc thì hoạt động đẩy mạnh và quảng bá xúc tiến thương mại cho chính sản phẩm của mình cung ứng ra thị trường. Đồng thời, chủ thể sử dụng NHTT “Thanh trà Huế” cần nhanh chóng thiết lập một hệ thống nhận diện thương hiệu NHTT “Thanh trà Huế”, lập các Fanpage của riêng mình để chạy quảng cáo trên các nền tảng xã hội và cần thường xuyên cập nhật và duy trì tương tác với khách hàng, đặc biệt là khách du lịch để có thể dễ dàng quảng bá hình ảnh của TSTT mang yếu tố địa danh này.

5. Kết luận

Có thể khẳng định rằng, vấn đề bảo hộ, khai thác và thương mại hóa có hiệu quả các TSTT mang yếu tố địa danh, hướng tới mục tiêu đưa NHTT “Thanh trà Huế” có tiếng vang

và phủ sóng được rộng rãi và nhiều người biết đến và tin dùng. Trong việc khai thác và phát triển NHTT “Thanh trà Huế” còn nhiều sự mới mẻ, cần phải có sự cộng hưởng hài hòa của nhiều yếu tố khác nhau: từ con người cho đến điều kiện tự nhiên cũng như tình hình thực tiễn tại địa phương và xã hội. Bài viết đã đánh giá thực trạng quản lý, sử dụng và khai thác phát triển NHTT “Thanh trà Huế” trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế trong thời gian qua. Thông qua bài viết, nhóm tác giả đã đề xuất những giải pháp nhằm tháo gỡ những khó khăn, khai thác được những mặt tích cực, có tiềm năng của sản phẩm góp phần nâng cao hiệu quả công tác quản lý, sử dụng và khai thác phát triển NHTT “Thanh trà Huế” trong tương lai.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Lê Thị Thảo, Trần Cao Thành (2021), *Quản lý và khai thác Nhãn hiệu tập thể đối với sản phẩm mang yếu tố địa danh ở tỉnh Thừa Thiên Huế*, Hội thảo khoa học quốc gia, Trường Đại học Luật, Đại học Huế.
2. Báo công Thương (2011), “*Thương hiệu "Thanh trà Huế" được mùa, đầu ra*”, <https://congthuong.vn/thuong-hieu-quotthanh-tra-huequot-duoc-mua-dau-ra-29371.html>, truy cập ngày 10/11/2023
3. Thanh Thảo (2019), *Thừa Thiên Huế: Xây dựng thương hiệu cho các đặc sản địa phương*, <https://skhcn.thuathienhue.gov.vn/?gd=1&cn=28&tc=21549>, truy cập ngày 10/11/2023.
4. Dương Thị Khánh Nhi (2020), *Tình hình quản lý thương hiệu thanh trà Huế của hợp tác xã Thủy Biều*, Khóa luận tốt nghiệp, trường Đại học Kinh tế, Huế.
5. Đức Thịnh (2017), *Lẽ công bố nhãn hiệu Thanh trà Huế - Phong Thu*, <https://skhcn.thuathienhue.gov.vn/?gd=10&cn=96&tc=10670>, truy cập ngày 10/11/2023.
6. Hạnh Thủy (2013), *Dự án "Quản lý và phát triển nhãn hiệu tập thể Thanh Trà Huế"*, <https://skhcn.thuathienhue.gov.vn/?gd=8&cn=383&tc=9038>, truy cập ngày 10/11/2023.
7. Thụy Anh (2023), *Độc đáo Lễ hội thanh trà - Loại trái cây tiến vua của xứ Huế*, <https://mia.vn/cam-nang-du-lich/doc-dao-le-hoi-thanh-tra-loai-trai-cay-tien-vua-cua-xu-hue>, truy cập ngày 10/11/2023.
8. *Dự án quản lý và phát triển nhãn hiệu tập thể Thanh trà Huế*, <https://thuybieu.thuathienhue.gov.vn/?gd=38&cn=89&tc=19>, truy cập ngày 10/11/2023.