

THỨC ĐẨY XÂY DỰNG VÀ ĐĂNG KÝ BẢO HỘ NHÃN HIỆU TẬP THỂ CHO SẢN PHẨM SÂM KHOAI CỦA HUYỆN ĐỒNG VĂN, TỈNH HÀ GIANG

● TRẦN THỊ THU HUYỀN - VŨ TUẤN HƯNG
- HOÀNG THỊ HẢI YẾN - ĐINH XUÂN NGHIÊM

TÓM TẮT:

Kết quả trồng sâm khoai trên địa bàn huyện Đồng Văn thời gian qua đã đạt được nhiều thành tựu tích cực. Tuy nhiên, chính sách của huyện Đồng Văn mới chỉ tập trung hỗ trợ các biện pháp về sản xuất (giống, kỹ thuật canh tác,...) chưa chú trọng vào nhãn hiệu, thúc đẩy ở khâu tiêu thụ sản phẩm. Việc sử dụng các hình thức bảo hộ sở hữu trí tuệ như nhãn hiệu đối với sản phẩm sâm khoai đem lại hiệu quả to lớn thông qua các chức năng của nhãn hiệu. Để phát triển sản xuất nông nghiệp tỉnh Hà Giang nói chung, huyện Đồng Văn nói riêng theo hướng hàng hóa công nghệ cao, bền vững giai đoạn đến năm 2030, phát triển các sản phẩm chủ lực của địa phương không chỉ chú trọng đến sản xuất mà phải chú trọng đến việc đăng ký bảo hộ nhãn hiệu, quảng bá, tiếp thị sản phẩm cách đồng bộ, hiệu quả.

Từ khóa: sâm khoai, nhãn hiệu tập thể, huyện Đồng Văn, tỉnh Hà Giang.

1. Đặt vấn đề

Sở hữu trí tuệ là lĩnh vực ngày càng đóng vai trò quan trọng đối với sự phát triển kinh tế - xã hội của mỗi quốc gia. Vì vậy, Chính phủ đã xác định chủ trương “sử dụng công cụ sở hữu trí tuệ làm đòn bẩy thúc đẩy hoạt động đổi mới sáng tạo, nâng cao năng lực cạnh tranh, góp phần phát triển kinh tế, xã hội”. Để tiếp tục thực hiện mục tiêu đưa sở hữu trí tuệ thành công cụ quan trọng, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia trong tiến trình hội nhập, tạo môi trường khuyến khích đổi mới sáng tạo và thúc đẩy phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội, Thủ tướng

Chính phủ đã phê duyệt Chương trình Phát triển Tài sản trí tuệ (TSTT) đến năm 2030 (Thủ tướng Chính phủ, 2020). Chương trình này sẽ mở ra các hướng khai thác, phát huy hiệu quả TSTT của các chủ thể sản xuất, bao gồm chủ thể sản xuất nông nghiệp.

Trong thời gian qua, tỉnh Hà Giang đã ban hành nhiều chính sách nhằm hỗ trợ đăng ký bảo hộ và phát triển quyền sở hữu công nghiệp, phát triển các sản phẩm đặc sản địa phương và các TSTT, cụ thể như: Nghị quyết số 05-NQ/TU ngày 01/12/2020 của Tỉnh ủy Hà Giang về cải tạo vườn tạp, phát triển

kinh tế vườn hộ để tạo sinh kế cho người dân, giảm nghèo bền vững, giai đoạn 2021-2025; Kế hoạch 124/KH- UBND ngày 15/4/2021 của UBND tỉnh Hà Giang về việc đăng ký và phát triển quyền sở hữu công nghiệp tỉnh Hà Giang giai đoạn 2021-2025; Quyết định số 430/QĐ-UBND ngày 20/3/2023 của UBND tỉnh Hà Giang về việc phê duyệt Danh mục nhiệm vụ sở hữu trí tuệ thực hiện từ năm 2023 thuộc Kế hoạch 124/KH- UBND ngày 15/4/2021 của UBND tỉnh Hà Giang. Tính đến năm 2023 (UBND tỉnh Hà Giang, 2023), trên địa bàn tỉnh Hà Giang đã có 8 sản phẩm có tính chất đặc hữu được Cục Sở hữu trí tuệ cấp quyền bảo hộ Chỉ dẫn địa lý; 31 sản phẩm được cấp Giấy chứng nhận đăng ký bảo hộ nhãn hiệu chứng nhận và 11 sản phẩm được cấp Giấy Chứng nhận đăng ký nhãn hiệu tập thể.

Đồng Văn là huyện có nhiều sản phẩm đặc sản gắn với điều kiện khí hậu đặc trưng của vùng, sản phẩm có tính độc đáo riêng. Một trong số những sản phẩm đó có sâm khoai (UBND huyện Đồng Văn, 2022). Mặc dù, cây sâm khoai mang lại hiệu quả kinh tế cao, đầu ra được thu mua hết, giúp người dân vươn lên thoát nghèo bền vững, tuy nhiên hiện nay diện tích trồng trên địa bàn huyện còn phân tán, quy mô nhỏ lẻ. Do đó, Kế hoạch số 124/KH-UBND ngày 15/4/2021 của UBND tỉnh Hà Giang về việc đăng ký và phát triển quyền sở hữu công nghiệp tỉnh Hà Giang giai đoạn 2021-2025 đã đề ra nhiệm vụ triển khai thực hiện đăng ký bảo hộ và phát triển nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm “Sâm khoai cao nguyên đá Đồng Văn”, là nhiệm vụ có ý nghĩa thiết thực đối với phát triển cây trồng chủ lực của huyện Đồng Văn.

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, tỉnh Hà Giang... Số liệu sơ cấp về sản xuất kinh doanh sâm khoai được thực hiện thông qua điều tra khảo sát bằng hỏi, phỏng vấn sâu các cán bộ quản lý, cán bộ phụ trách chuyên môn ở huyện Đồng Văn, UBND các xã, các hộ trồng sâm khoai ở các xã, thị trấn của huyện Đồng Văn, như: Tả Lũng, Thài Phìn Tủng, Tả Phìn, thị trấn Đồng Văn, Phố Cáo (với số mẫu 100 hộ).

3. Kết quả thảo luận

3.1. Thực trạng sản xuất sâm khoai tại huyện Đồng Văn

- Về Quy mô sản xuất

Diện tích trồng sâm khoai trên địa bàn huyện Đồng Văn có xu hướng tăng trong vòng 3 năm trở lại đây, đặc biệt còn tăng vượt diện tích dự kiến trồng theo kế hoạch. Năm 2022, toàn Huyện trồng 11,6 ha/9 xã, thị trấn; năng suất trung bình đạt 31 tấn/ha; sản lượng 359 tấn. Năm 2023, toàn Huyện trồng 30 ha/12 xã, thị trấn năng suất trung bình đạt 25 tấn/ha. Thu nhập từ sâm khoai được đánh giá cao hơn so với các loại cây khác, có thể so sánh với một loại cây truyền thống ở đây là cây ngô thì sâm khoai đem lại giá trị kinh tế cao hơn 6,8 lần so với trồng ngô. Do đó, phần lớn các hộ kinh doanh sâm khoai trên địa bàn đều đánh giá rất cao tiềm năng phát triển của loại cây trồng này, thậm chí đánh giá đây là sản phẩm có thể trở thành sản phẩm mũi nhọn của đại phương (UBND huyện Đồng Văn, 2024).

Diện tích trồng sâm khoai lớn nhất tập trung ở xã Tả Lũng, Tả Phìn, diện tích trồng năm 2023 tăng gần gấp đôi so với năm 2022. Năm 2023, có thêm các xã bắt đầu trồng sâm khoai như Lũng Thầu, Sà Phìn, Phố Là, Phố Bàng, Phố Cáo. Trong đó đáng lưu ý xã Tả Lũng, Lũng Thầu là các xã có đông số hộ nghèo và cận nghèo nhất trong toàn huyện. (Hình 1)

- Về Chi phí sản xuất

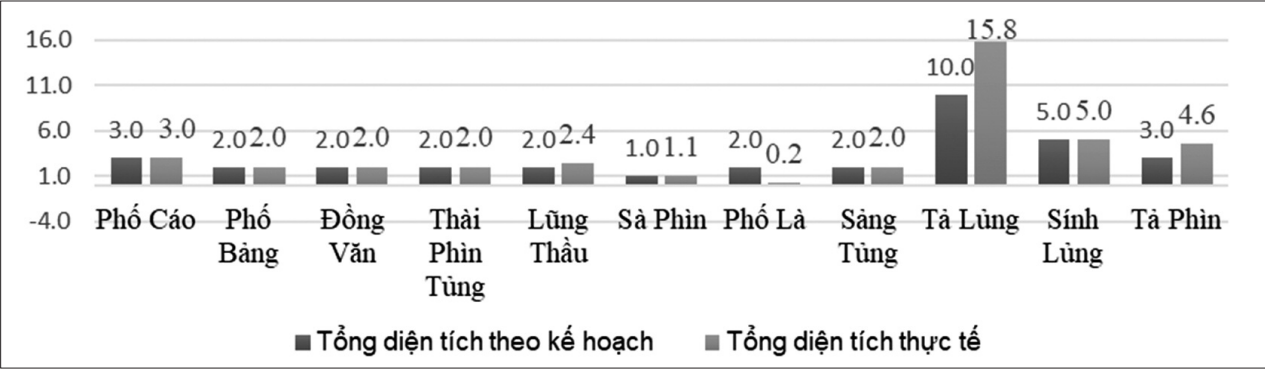
Kết quả điều tra cho thấy chi phí trồng một ha sâm khoai năm 2023 là 77,6 triệu đồng. Trong đó, các chi phí đầu vào, chi phí phân bón là khoản chi chiếm nhiều nhất, khoảng 48,3% tổng chi phí; tiếp đến công lao động chiếm khoảng 40,6%. Chi phí cho giống chiếm tỉ lệ nhỏ vì các hộ sản xuất được hỗ trợ từ bạn bè làng xóm và chương trình khuyến nông của huyện. Đáng lưu ý, 100% người sản xuất sâm khoai cho rằng họ không mất chi phí cho thuốc trừ sâu do cây phát triển theo tự nhiên ít sâu bệnh. (Bảng 1)

- Các yếu tố ảnh hưởng tới hoạt động sản xuất

Có nhiều yếu tố ảnh hưởng lớn tới hoạt động sản xuất sâm khoai. Tuy nhiên, yếu tố ảnh hưởng lớn nhất chủ yếu tập trung thiếu thông tin thị trường, giá đầu ra, thương lái, nhãn hiệu (với mức điểm

Hình 1: Diện tích trồng sâm khoai trên địa bàn huyện Đồng Văn năm 2023

(Đơn vị: ha)



Nguồn: UBND huyện Đồng Văn, 2023

Bảng 1. Hiệu quả sản xuất trồng sâm khoai ở huyện Đồng Văn (cho 1 hecta)

STT	Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Năm 2022	Năm 2023
1	Tổng chi chí	Nghìn đồng	76.550	77.600
	- Giống	Nghìn đồng	8.500	8.600
	- Phân bón	Nghìn đồng	37.500	37.500
	- Công lao động	Nghìn đồng	30.550	31.500
2	Tổng doanh thu	Nghìn đồng	155.000	150.000
3	Lợi nhuận	Nghìn đồng	78.450	72.400

Nguồn: Điều tra khảo sát, 2023

đánh giá trung bình từ 4 điểm trở lên) (Bảng 2). Bài toán được mùa mất giá vẫn là nỗi lo đặt ra của các hộ trong mỗi vụ thu hoạch, khi sản lượng nhiều giá giảm sẽ gây tâm lý chán nản cho người sản xuất và họ sẽ chuyển đổi mô hình cây trồng. Để giảm thiểu việc phụ thuộc vào thị trường, nâng cao tính cạnh tranh của sản phẩm, nhãn hiệu, huyện Đồng Văn cần chủ động hỗ trợ đăng ký bảo hộ cho sản phẩm sâm khoai của địa phương. Sau khi được bảo hộ nhãn hiệu, với quy trình sản xuất theo hướng an toàn được thực hiện, sản phẩm sâm khoai sẽ tăng uy tín đối với người tiêu dùng, ổn định thị trường tiêu thụ cho các hộ sản xuất.

3.2. Tình hình kinh doanh, tiêu thụ sâm khoai ở Đồng Văn

Số liệu khảo sát người kinh doanh sâm khoai trên địa bàn tại Hình 2 cho thấy: thông thường, mỗi hộ kinh doanh sâm khoai lãi khoảng 30 triệu

đồng/năm (chiếm 80%), một số hộ có doanh thu từ 31 tới 60 triệu đồng/năm (chiếm 14%), có khoảng 5% hộ có doanh thu cao hơn, từ 61 tới 90 triệu đồng/năm. Đáng lưu ý có hộ đạt doanh thu trên 91 triệu đồng/năm (tuy chỉ chiếm 1%). (Hình 3)

Kênh tiêu thụ sâm khoai của các hộ kinh doanh hiện nay chủ yếu bán cho các thương lái, các tiểu thương ở chợ, các hộ kinh doanh nhỏ lẻ khác hoặc hợp tác xã, chưa có ở các siêu thị. Do vậy, các hộ kinh doanh đều mong muốn sản phẩm sâm khoai của Đồng

Văn được bày bán ở các siêu thị, cửa hàng thực phẩm sạch như ở Hà Nội và gần nhất là Hà Giang.

Kết quả điều tra cho thấy, phần lớn các hộ sản xuất mới chỉ bán sâm khoai trong địa bàn huyện (chiếm tới 50%), trong địa bàn tỉnh (chiếm 32%). Một số rất ít bán sản phẩm của mình sang các tỉnh lân cận hoặc bán về Hà Nội (chỉ chiếm 3%). Do đó, theo người sản xuất, danh tiếng của sản phẩm sâm khoai cao nguyên đá Đồng Văn mới chỉ tập trung trong tỉnh và một số tỉnh lân cận. (Hình 4, 5)

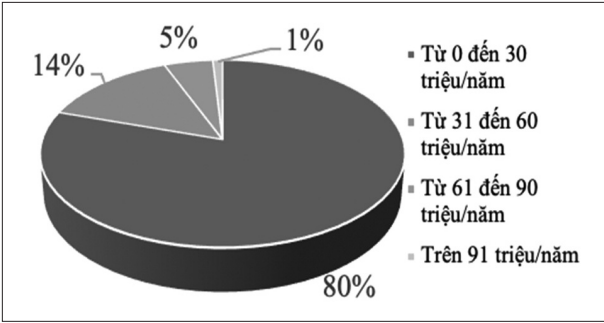
Mặc dù, việc bán sâm khoai về cơ bản khách hàng chưa có yêu cầu cung cấp bản sao giấy chứng nhận chất lượng sản phẩm nên người sản xuất và kinh doanh chưa chú trọng đến. Tuy nhiên, việc cấp giấy chứng nhận chất lượng sâm khoai Đồng Văn là nhu cầu tất yếu của thị trường. Bên cạnh 6% hộ kinh doanh được khảo sát cho rằng khách hàng đòi hỏi gia tăng về số lượng sản phẩm, có 74% hộ kinh

Bảng 2. Mô tả mức độ ảnh hưởng của các yếu tố tới sản xuất sâm khoai

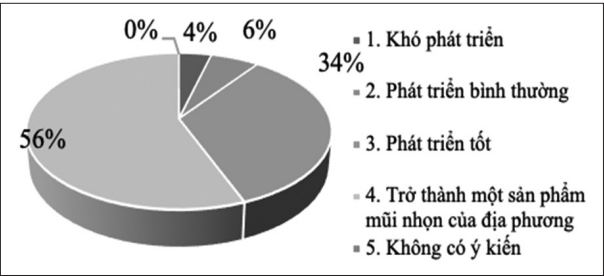
TT	Chỉ tiêu	Giá trị			Mức ý nghĩa
		Thấp nhất	Cao nhất	Trung bình	
1	Vốn sản xuất	2	5	2,98	Không
2	Diện tích	1	5	2,68	Không
3	Chi phí giống	2	5	2,11	Thấp
4	Giá cả đầu vào	1	5	2,75	Không
5	Giá nhân công	2	4	2,59	Không
6	Giá cả đầu ra	1	5	4,02	Cao
7	Quy trình trồng	1	5	3,02	Không
8	Quy trình chăm sóc	2	4	2,94	Không
9	Quy trình bảo quản sau thu hoạch	1	5	2,71	Không
10	Thời tiết bất thường	1	5	4,01	Cao
11	Dịch bệnh	2	4	2,85	Không
12	Thông tin thị trường	1	5	4,40	Cao
13	Nhãn hiệu nhận diện	2	5	4,00	Cao
14	Thương lái	1	5	4,54	Rất cao

Nguồn: Điều tra khảo sát, 2023

Hình 2: Kết quả kinh doanh sâm khoai năm 2023



Hình 3: Đánh giá của các hộ kinh doanh về triển vọng kinh doanh của các sản phẩm sâm khoai (kể cả chế biến) có xuất xứ tại huyện Đồng Văn



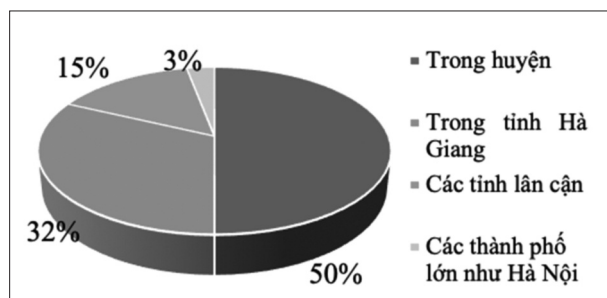
Nguồn: UBND huyện Đồng Văn, 2023

doanh được khảo sát cho rằng khách hàng có nhu cầu bản sao giấy chứng nhận chất lượng sản phẩm và lượng khách hàng này chủ yếu đến từ các cửa hàng thực phẩm sạch.

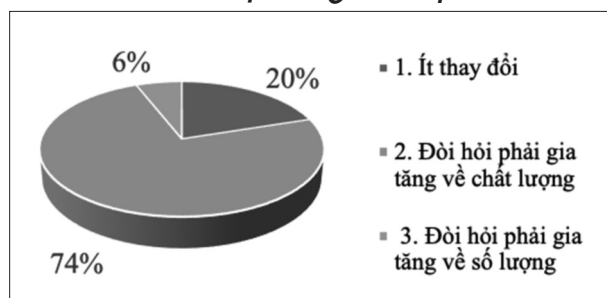
Theo người sản xuất, giá sâm khoai ở Đồng Văn đang bị thấp hơn các địa phương khác. Có tới gần 40% người sản xuất không có thông tin về giá bán sản phẩm này ở các địa phương khác nên không so sánh được (Hình 6). Đây cũng là một vấn đề đáng lưu tâm để tìm nguyên nhân. Bởi lẽ, theo các hộ kinh doanh, chất lượng sản phẩm sâm khoai của huyện Đồng Văn được đánh giá ngon hơn ở các địa phương khác.

Các yếu tố tác động tới giá thu mua của các nhà kinh doanh sâm khoai chủ yếu bao gồm: mẫu mã, chất lượng sản phẩm và giá bán trên thị trường ngày hôm trước. Điều này đồng nghĩa với việc các hộ sản xuất cần quan tâm tới kỹ thuật bảo quản, đóng gói sản phẩm cũng như tính toán tới khả năng cạnh tranh với các sản phẩm tương tự từ các tỉnh thành khác hoặc từ các thị trường nước ngoài như Trung Quốc. Trong khi đó, các hộ kinh doanh cho rằng yếu tố quan trọng nhất quyết định đến khả năng tiêu thụ các sản phẩm là thương hiệu “sâm

Hình 4: Thị trường bán sâm khoai hiện nay của các hộ sản xuất ở huyện Đồng Văn



Hình 5: Nhu cầu thị trường tiêu thụ sâm khoai



Nguồn: UBND huyện Đồng Văn, 2023

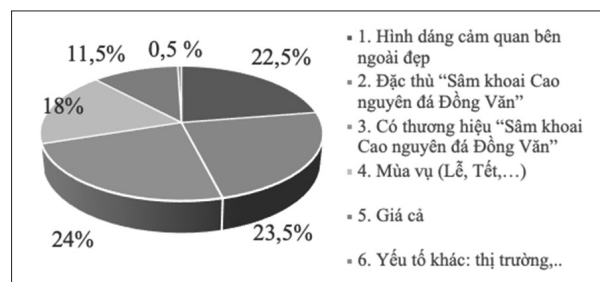
khoai cao nguyên đá Đồng Văn”, tiếp đến là các yếu tố về cảm quan bên ngoài và đặc thù của loại sâm này. Các yếu tố khác về giá cả, thị trường, mùa vụ cũng có tác động nhưng không nhiều (Hình 6).

Kết quả khảo sát về khó khăn trong kinh doanh sản phẩm sâm khoai (Hình 7) cho thấy các ý kiến phản hồi cho điểm trung bình gần với thể hiện yếu tố đó ảnh hưởng lớn đến tình hình kinh doanh sản phẩm sâm khoai. Yếu tố chưa có giấy chứng nhận thương hiệu có điểm trung bình thấp nhất là 1,58; tiếp đến là khó tìm kiếm thị trường đầu ra cho sản phẩm với 2,26 điểm và khách hàng trả tiền chậm với 2,5 điểm. Như vậy, khó khăn lớn nhất hiện nay trong kinh doanh sâm khoai chính là việc chưa có nhãn hiệu.

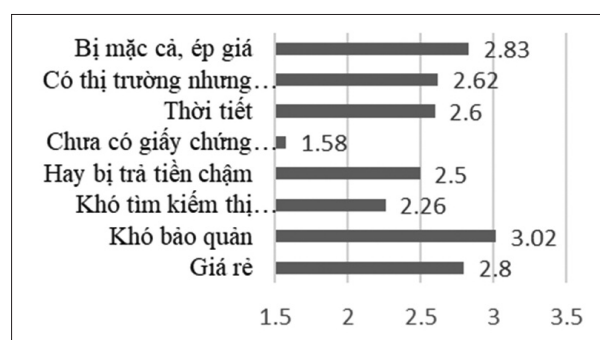
3.3. Hệ thống nhận diện

Kết quả khảo sát của nhóm nghiên cứu cho thấy 100% các hộ sản xuất và 96% hộ kinh doanh sâm khoai trên địa bàn huyện Đồng Văn không sử dụng nhãn hiệu, tem mác riêng cho sản phẩm của mình. Sản phẩm sâm khoai của địa phương hiện nay chưa có nhãn hiệu riêng. Phần lớn các hộ sản xuất đều cho biết họ không có điều kiện để làm, tốn kém về mặt chi phí. Trong khi có một số ít hộ (chiếm 10,9%) cho rằng việc sử dụng nhãn hiệu, tem mác

Hình 6: Các yếu tố quan trọng quyết định đến khả năng tiêu thụ các sản phẩm “sâm khoai Cao nguyên đá Đồng Văn”



Hình 7: Các khó khăn trong kinh doanh sâm khoai



Nguồn: UBND huyện Đồng Văn, 2023

riêng cho sản phẩm là không cần thiết. Việc đăng ký nhãn hiệu riêng cũng không được các hộ sản xuất triển khai, lý do phần lớn họ cho biết quy trình thực hiện, tốn kém về chi phí. Một số ít trong đó cho rằng việc đăng ký nhãn hiệu riêng là không cần thiết (chiếm 12,8%). Như vậy, việc thiếu tem, nhãn hiệu cũng có thể là nguyên nhân lý giải vì sao sâm khoai của huyện Đồng Văn được đánh giá “ngon hơn” sản phẩm của các địa phương khác nhưng giá bán lại thấp hơn. Các đặc điểm mang tính khác biệt của sản phẩm khó có thể nhận ra nếu không có hệ thống nhận diện như nhãn hiệu. Các hộ kinh doanh sâm khoai cũng cho rằng họ muốn có nhãn hiệu cho sản phẩm của mình vì yêu cầu về nguồn gốc xuất xứ của các cửa hàng sạch và một số đơn vị kinh doanh có nhãn hiệu thì mới tiếp cận được thị trường khó tính ở các thành phố lớn như TP. Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh.

Kết quả khảo sát về nhận thức của người sản xuất và kinh doanh sản phẩm sâm khoai có gắn nhãn hiệu, bao bì so với sản phẩm không có bao bì, nhãn hiệu cho thấy, 100% hộ kinh doanh đánh giá

rằng khả năng tiêu thụ sẽ tốt hơn và 100% hộ sản xuất và hộ kinh doanh đều thể hiện mong muốn đăng ký nhãn hiệu cho sản phẩm sâm khoai tại địa phương, bởi họ cho rằng đây là điều cần thiết để thúc đẩy thương mại đối với sản phẩm này. Tuy nhiên, phần lớn người trả lời như đã chỉ ra ở trên đều cho thấy họ chưa rõ quy trình, thủ tục để làm hoặc không đủ kinh phí để làm điều này. 100% hộ sản xuất và kinh doanh sâm khoai của huyện Đồng Văn đồng ý sử dụng nhãn hiệu tập thể “sâm khoai Cao nguyên đá Đồng Văn” nếu nhãn hiệu này được bảo hộ.

Bên cạnh đó, thực tế hiện nay cho thấy sản phẩm sâm khoai ở Đồng Văn cũng chưa có QRcode để truy xuất nguồn gốc xuất xứ sản phẩm. Việc xây dựng hệ thống mã QR để giúp người tiêu dùng nhận biết sản phẩm và là mong muốn của hầu hết hộ kinh doanh sản phẩm này trên địa bàn.

Một điều đáng chú ý, hiện nay, hầu hết các hộ sản xuất và kinh doanh sâm khoai trên địa bàn huyện Đồng Văn chưa được tham gia các khóa học tập huấn về tiếp thị sản phẩm, xây dựng thương hiệu hàng năm. Số lượng đã từng tham gia tập huấn thì mỗi năm cũng chỉ có 1 lần và họ chưa biết cách để quảng bá sản phẩm của mình theo các phương thức marketing hiện đại. Vì vậy, khi khảo sát về sự sẵn sàng tham gia các buổi tập huấn nâng cao kiến thức, kỹ năng sử dụng và sản xuất - kinh doanh thương mại hóa sản phẩm mang nhãn hiệu tập thể “sâm khoai cao nguyên đá Đồng Văn”, thì 100% hộ sản xuất và kinh doanh đều muốn tham gia và

họ sẵn sàng tham gia đóng góp ý kiến để hoàn thiện các công cụ quản lý, vận hành, sử dụng và quản lý nhãn hiệu hiệu quả.

4. Kết luận

Sâm khoai là sản phẩm đang có hướng phát triển tốt, chi phí thấp, ít bị dịch bệnh, sản phẩm có chất lượng tốt, đặc biệt phù hợp với điều kiện tự nhiên, đang được trồng nhiều và mang lại thu nhập cao cho người dân huyện Đồng Văn.

Thực tế hiện nay, sản xuất và kinh doanh sản phẩm sâm khoai trên địa bàn huyện Đồng Văn về cơ bản vẫn theo phương pháp truyền thống, manh mún, nhỏ lẻ nên chưa phát huy hết được tiềm năng và giá trị thương mại của sản phẩm. Sản phẩm chủ yếu được bán dưới dạng củ tươi, chưa qua sơ chế, đóng gói, gắn nhãn, bán thẳng cho các thương lái hoặc tự đem ra chợ tiêu thụ nên sản lượng tiêu thụ không nhiều, giá bán thấp. Sản phẩm chưa vào được hệ thống cửa hàng thực phẩm sạch hay siêu thị. Do vậy, việc thực hiện cấp chứng nhận nhãn hiệu tập thể “sâm khoai cao nguyên Đồng Văn” có ý nghĩa thiết thực để người tiêu dùng nhận diện sản phẩm, đồng thời hỗ trợ các hộ sản xuất - kinh doanh sâm khoai ở Đồng Văn tiếp cận thị trường tốt hơn và bán được giá cao hơn.

Bên cạnh đó, các hạn chế về kênh tiếp thị sản phẩm cũng còn là một điểm yếu lớn tác động tới hiệu quả kinh doanh sản phẩm. Điều cho thấy sâm khoai ở Đồng Văn nếu muốn có được giá bán cao hơn và sản lượng bán nhiều hơn, cần có chiến lược xây dựng và phát triển thương hiệu ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. UBND huyện Đồng Văn (2024). Báo cáo số 27/BC-UBND ngày 11/01/2024 về Kết quả thực hiện trồng cây sâm khoai trên địa bàn huyện Đồng Văn.
2. Ủy ban nhân dân tỉnh Hà Giang (2021). Kế hoạch số 124/KH-UBND ngày 15/4/2021 về việc đăng ký và phát triển quyền sở hữu công nghiệp tỉnh Hà Giang giai đoạn 2021-2025.
3. UBND huyện Đồng Văn (2022). Kế hoạch số 36/KH-UBND ngày 8/02/2022 về phát triển các chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp đặc trưng hàng hóa chất lượng cao trên địa bàn huyện Đồng Văn, năm 2022.
4. Thủ tướng Chính phủ (2020). Quyết định số 2205/QĐ-TTg ngày 24/12/2020 phê duyệt Chương trình Phát triển tài sản trí tuệ đến năm 2030.
5. UBND tỉnh Hà Giang (2023). Quyết định số 430/QĐ-UBND ngày 20/3/2023 về việc Phê duyệt Danh mục nhiệm vụ sở hữu trí tuệ thực hiện từ năm 2023.

Ngày nhận bài: 15/8/2024

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 30/8/2024

Ngày chấp nhận đăng bài: 17/9/2024

Thông tin tác giả:

1. ThS. TRẦN THỊ THU HUYỀN^{1*}

2. PGS.TS. VŨ TUẤN HÙNG²

3. TS. HOÀNG THỊ HẢI YẾN³

4. TS. ĐINH XUÂN NGHIÊM⁴

¹Viện Nghiên cứu Phát triển bền vững Vùng

²Viện Khoa học xã hội vùng Nam Bộ

³Trường Đại học Khoa học xã hội và nhân văn

⁴Viện Nghiên cứu Quản lý kinh tế Trung ương

PROMOTING THE DEVELOPMENT AND REGISTRATION OF COLLECTIVE TRADEMARK PROTECTION FOR DONG VAN DISTRICT'S YACÓN PRODUCTS, HA GIANG PROVINCE

● Master. **TRAN THI THU HUYEN**¹

● Assoc. Prof. Dr. **VU TUAN HUNG**²

● Ph.D **HOANG THI HAI YEN**³

● Ph.D **DINH XUAN NGHIEM**⁴

¹Institute of Regional Sustainable Development

²Southern Institute of Social Sciences

³University of Social Sciences and Humanities

⁴Central Institute for Economic Management

ABSTRACT:

Recent efforts to cultivate Yacón in Dong Van district have yielded positive results; however, the district's policies primarily focus on production support (such as seed distribution and farming techniques) and do not address branding or product promotion. The application of intellectual property protection, such as trademarks, has proven to be highly effective in enhancing the value and marketability of Yacón products. To promote sustainable agricultural development in Ha Giang province, and Dong Van district specifically, between 2020-2025 with a vision toward 2030, it is essential to not only concentrate on production but also prioritize trademark registration, product promotion, and marketing. This integrated approach will help position local agricultural products for long-term success in the market.

Keywords: Yacón, collective trade mark, Dong Van district, Ha Giang province.