

VẤN ĐỀ THƯƠNG HIỆU SẢN PHẨM NGHỀ NÔNG THÔN Ở TỈNH BÌNH DƯƠNG: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

● NGUYỄN VĂN THẮNG

TÓM TẮT:

Thương hiệu là một trong những điều kiện tiên quyết cho sự phát triển bền vững của các doanh nghiệp nói chung, trong đó có các hộ nghề, làng nghề. Trong nền kinh tế thị trường hiện đại, thương hiệu sẽ góp phần quyết định sự lựa chọn của khách hàng về việc sử dụng sản phẩm này hay là sản phẩm khác. Bài viết tập trung vào 2 nội dung chính, gồm: thực trạng hoạt động của ngành nghề nông thôn tỉnh Bình Dương; và đề xuất giải pháp xây dựng thương hiệu sản phẩm nghề nông thôn ở tỉnh Bình Dương.

Từ khóa: làng nghề, sản phẩm, thương hiệu, tỉnh Bình Dương.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng, thương hiệu là cách để các nghề, làng nghề thể hiện sức mạnh, tạo điều kiện xuất khẩu sản phẩm ra nhiều quốc gia trên thế giới. Trong đó, việc sử dụng công cụ sở hữu trí tuệ để xây dựng thương hiệu, định vị cho sản phẩm nghề nông thôn là một trong những giải pháp tốt, đang được nhiều địa phương khác trong cả nước thực hiện. Tuy vậy, tại tỉnh Bình Dương hiện nay, các hộ nghề, làng nghề chủ yếu mang quy mô nhỏ, vốn ít, kỹ năng quản lý yếu, do đó chất lượng sản phẩm thấp, mẫu mã đơn điệu, chậm đổi mới. Nhiều cơ sở sản xuất chưa chú trọng tới nâng cao trình độ tinh xảo và phát huy giá trị truyền thống của sản phẩm, đa số còn sử dụng công nghệ thấp,

thô sơ, đơn giản, máy móc chưa đồng bộ, công nghệ cũ, chất lượng chưa đều. Giữa các cơ sở sản xuất, hộ nghề, làng nghề còn thiếu sự liên kết, hợp tác, thậm chí có những trường hợp cạnh tranh không lành mạnh, vi phạm pháp luật, gây thiệt thòi cho những cơ sở làm ăn chân chính. Ngoài nguyên nhân do quy mô nhỏ lẻ, ngay bản thân một số hộ nghề, làng nghề đang ăn nên làm ra cũng không mặn mà mấy với việc xây dựng thương hiệu, chưa thực sự quan tâm đến vấn đề thương hiệu, nhãn hiệu hàng hóa, hay công tác quảng cáo, tiếp thị tìm kiếm thị trường,... Thậm chí, có những nghề, làng nghề đã xây dựng được thương hiệu tập thể, được Cục Sở hữu trí tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ công nhận, nhưng việc kêu gọi các hộ sản xuất, kinh doanh tham gia cũng

gặp khó khăn. Điều này đồng nghĩa với việc các hộ này chấp nhận sản phẩm của mình sẽ không được bảo hộ trong một thương hiệu chung. Là một trong những ngành xuất khẩu có thế mạnh, song các sản phẩm nghề nông thôn ở Bình Dương đến nay vẫn chưa tạo được thương hiệu riêng trên thị trường quốc tế. Kinh nghiệm phát triển sản phẩm và năng lực tài chính của các hộ nghề, làng nghề cũng còn hạn chế, càng khiến cho con đường xây dựng thương hiệu cho sản phẩm gian nan hơn.

2. Thực trạng hoạt động ngành nghề nông thôn tỉnh Bình Dương

Tính đến năm 2022, toàn tỉnh Bình Dương có 32 làng nghề và 9 nghề truyền thống, với 55 loại ngành nghề nông thôn đang hoạt động (Chi cục Phát triển nông thôn tỉnh Bình Dương, 2022). Theo đánh giá của các địa phương trong tỉnh, các hộ nghề, làng nghề ở thời điểm hiện tại đang hoạt động rất khó khăn, đặc biệt do ảnh hưởng từ dịch Covid-19 từ năm 2020, nhiều cơ sở nghề, làng nghề đang bị thu hẹp sản xuất và số lao động theo nghề cũng bị sụt giảm đáng kể. Cụ thể, ở xã Lạc An, huyện Bắc Tân Uyên, làng nghề truyền thống

mây tre đan vào thời kỳ làm ăn được có trên 500 lao động tham gia, nhưng đến đầu năm 2022, con số này chỉ còn khoảng 200 lao động. Tại thành phố Thuận An, từ năm 2015, tại địa phương có hơn 300 hộ làm nghề heo đất nhưng hiện chỉ còn khoảng 20 hộ còn gắn bó với nghề (UBND thành phố Thuận An, 2022). Nguyên nhân, số hộ làm nghề này giảm là do phải cạnh tranh với các sản phẩm từ các địa phương khác, thị trường tiêu thụ giảm, cùng với đó một số hộ không đủ vốn để đầu tư công nghệ nung mới,... Tương tự, với ngành sơn mài, điêu khắc tại thành phố Thuận An và Thủ Dầu Một vào những thập niên 80 của thế kỷ XX có gần 1.000 hộ nghề, với khoảng trên 3.000 lao động thường xuyên tham gia, đem lại nguồn thu từ xuất khẩu rất lớn cho các địa phương này, nhưng đến nay chỉ còn khoảng trên dưới 30 hộ gắn bó với nghề. (Bảng 1)

Hầu hết các làng nghề ở Bình Dương hiện nay chính là kết quả của việc phát triển theo hướng tự phát, quy mô sản xuất nhỏ lẻ dưới dạng hộ gia đình chưa được đầu tư nhiều về công nghệ, dẫn đến năng suất, chất lượng thẩm mỹ của các sản

Bảng 1. Danh mục các ngành nghề nông thôn tại tỉnh Bình Dương thời điểm tháng 2/2022

Huyện, thị, thành	Các ngành nghề nông thôn đang hoạt động
TP. Thủ Dầu Một	Điêu khắc, sơn mài, mộc gia dụng, cơ khí, chế biến thực phẩm, dịch vụ đời sống, sinh vật cảnh, tư vấn dạy nghề,...
TP. Thuận An	Gốm, mộc gia dụng, guốc, cối chày, thớt, điêu khắc, cơ khí, vận tải, xây dựng, nhà trọ, dịch vụ đời sống, dịch vụ du lịch, sinh vật cảnh, tư vấn dạy nghề,...
TP. Dĩ An	May mặc, cơ khí, mộc, sinh vật cảnh, vận tải, xây dựng, nhà trọ, dịch vụ đời sống khác,...
Thị xã Bến Cát	Mộc gia dụng, bánh tráng, mây tre đan, sinh vật cảnh, chế biến cao su, thủ công mỹ nghệ, cơ khí, nhà trọ, dịch vụ thôn, dịch vụ du lịch,...
Thị xã Tân Uyên	Mây tre đan, gốm sứ, gạch, chế biến bảo quản rau quả, sinh vật cảnh, cơ khí, vật liệu xây dựng, dịch vụ nông thôn, dịch vụ du lịch,...
Huyện Bắc Tân Uyên	Mây tre đan, mộc gia dụng, sinh vật cảnh, chế biến cao su, thủ công mỹ nghệ, dịch vụ du lịch,...
Huyện Dầu Tiếng	Bánh tráng, chế biến cao su, cửa xẻ gỗ bao bì, cơ khí, làm nấm, dịch vụ nông thôn, dịch vụ du lịch,...
Huyện Phú Giáo	Chế biến cao su, cửa xẻ gỗ bao bì, cơ khí, làm nấm, dịch vụ nông thôn,...

Nguồn: Tác giả khảo sát tổng hợp, tháng 2/2022

phẩm chưa cao, sức cạnh tranh thấp. Việc tổ chức sản xuất phụ thuộc nhiều vào trình độ tay nghề của từng người trong gia đình, quy mô nhỏ, khép kín. Tính tư hữu, bảo thủ nghề của từng gia đình, dòng họ được ưa chuộng hơn là việc tổ chức, phân công hợp tác sản xuất. Những mặt hàng truyền thống độc đáo được sản xuất thủ công tại các làng nghề Bình Dương thời gian qua vốn chưa được chú ý, đầu tư thích đáng. Chủng loại, kiểu dáng của sản phẩm thủ công trong hầu hết các làng nghề chưa phong phú, đa dạng (như các sản phẩm mộc gia dụng, guốc, cối chày, thớt,... ở Thành phố Thuận An; sinh vật cảnh, thủ công mỹ nghệ,... ở thị xã Bến Cát; mây tre đan, mộc gia dụng,... ở huyện Bắc Tân Uyên,...). Nguyên nhân chung nhất của vấn đề này là do trong suốt thời gian dài, các cơ sở ngành nghề nông thôn ít có cơ hội tham gia xuất khẩu trực tiếp, thường phải qua nhiều khâu trung gian nên không hoặc ít nắm bắt đầy đủ yêu cầu của khách hàng về mẫu mã, chất lượng, giá cả. Một số làng nghề, hộ nghề và các cơ sở sản xuất tiểu thủ công nghiệp còn thiếu thông tin về thị trường, giá cả, pháp luật của Nhà nước cũng như luật pháp quốc tế; chậm xây dựng thương hiệu, nhãn hiệu hàng hóa, sở hữu công nghiệp; công tác quảng cáo, tiếp thị chưa được quan tâm đúng mức. Bên cạnh đó, đối với các hộ nghề, làng nghề có đầu tư cho việc bảo hộ thương hiệu của mình cũng mới chỉ quan tâm tới việc đăng ký bảo hộ thương hiệu trong nước, mà chưa chú ý tới đăng ký ở nước ngoài.

3. Giải pháp xây dựng thương hiệu nghề nông thôn Bình Dương

Trong nền kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế như hiện nay, các hộ nghề, làng nghề nông thôn tỉnh Bình Dương bắt buộc phải xây dựng chiến lược phát triển thương hiệu phù hợp trong từng thời kỳ, giai đoạn kinh doanh nhất định của mình. Ngoài ra, các hộ nghề, làng nghề còn phải quan tâm, chú trọng thường xuyên đến các quy định của pháp luật sở hữu trí tuệ về việc bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ nói chung, bảo hộ thương hiệu nói riêng để đạt mục đích cuối cùng là được Nhà nước công nhận, pháp

luật bảo vệ, xa hơn còn để cho khách hàng trên thế giới biết đến. Để thực hiện được điều này, các hộ nghề, làng nghề nông thôn tỉnh Bình Dương cần triển khai một số giải pháp sau:

Thứ nhất, cần nâng cao nhận thức về tầm quan trọng của việc xây dựng bộ nhận diện Thương hiệu nghề: Bộ nhận diện Thương hiệu là các yếu tố hữu hình, nó đại diện cho thương hiệu một cách trực quan, truyền tải thông tin, bản sắc thương hiệu tới mọi người trải nghiệm. Một bộ nhận diện thương hiệu tốt sẽ giúp thương hiệu thuận tiện hơn, tạo ấn tượng sâu sắc đến khách hàng, giúp họ phân biệt và ghi nhớ hình ảnh thương hiệu của mình so với đối thủ cạnh tranh. Một ngành nghề hay một làng nghề dù truyền thống hay hiện đại, dù là lớn hay nhỏ, thì Bộ nhận diện thương hiệu là công cụ cực kì quan trọng giúp các khách hàng nhận biết và nhớ về thương hiệu, sản phẩm do hộ nghề hay làng nghề đó làm ra. Bộ nhận diện thương hiệu cũng là phương tiện giao tiếp giữa khách hàng và doanh nghiệp, là thông điệp mà doanh nghiệp muốn gửi tới đối tượng khách hàng của mình. Do đó chính bản thân các nghệ nhân, hộ gia đình, tổ hợp tác, doanh nghiệp, doanh nhân các nghề, làng nghề phải tự ý thức được việc xây dựng Bộ nhận diện thương hiệu, đăng ký bảo hộ thương hiệu cho chính cơ sở, sản phẩm, dịch vụ của mình, qua đó xây dựng được uy tín với khách hàng, thị trường.

Thứ hai, các sản phẩm nghề cần đăng ký bảo hộ chỉ dẫn địa lý: Các sản phẩm nông sản, điêu khắc, sơn mài, mộc gia dụng, mây tre đan, gổmsứ,... muốn có được danh tiếng là nhờ nguồn gốc xuất xứ. Các sản phẩm này được đặt tên theo địa danh sản xuất, sau đó, tên gọi này sẽ được pháp luật bảo hộ dưới dạng chỉ dẫn địa lý. Theo điều 22, Hiệp định về những vấn đề liên quan đến thương mại của Quyền Sở hữu trí tuệ, chỉ dẫn địa lý là chỉ dẫn về hàng hóa bắt nguồn từ lãnh thổ của một thành viên hoặc từ khu vực hay địa phương thuộc lãnh thổ đó. Những hàng hóa này có chất lượng, uy tín hoặc đặc tính nhất định và chủ yếu do xuất xứ địa lý quyết định (WTO, 1995). Điều này sẽ ngăn cấm những đối tượng không có thẩm quyền sử dụng chỉ dẫn địa lý

hoặc sử dụng những sản phẩm không có nguồn gốc từ khu vực địa lý đã nêu, hoặc loại trừ những mặt hàng thuộc cùng một khu vực địa lý nhưng sản phẩm không đáp ứng yêu cầu chất lượng. Mặt khác, bảo hộ chỉ dẫn địa lý còn giúp cho sản phẩm không trở thành một tên gọi chung, giữ được tính phân biệt với các loại hàng hóa thông thường khác.

Thứ ba, cần hợp tác xây dựng nhãn hiệu tập thể: Sản xuất nghề, làng nghề nông thôn ở Bình Dương chủ yếu mang tính thủ công, manh mún, nhỏ lẻ theo quy mô hộ gia đình, phần nhiều là kinh doanh theo kiểu “mạnh ai nấy làm” nên sự gắn kết giữa các hộ trong làng nghề chưa cao. Trong khi việc đầu tư máy móc thiết bị hiện đại và khâu giới thiệu, quảng bá sản phẩm phải mất nhiều chi phí. Giải pháp để đảm bảo và phát triển thương hiệu hộ nghề, làng nghề một cách sâu và rộng là xây dựng, đăng ký bảo hộ nhãn hiệu tập thể. Việc đăng ký bảo hộ nhãn hiệu tập thể bên cạnh việc thúc đẩy hoạt động quảng bá thương hiệu của cơ sở, doanh nghiệp còn tạo ra sự tin tưởng trong quan hệ với khách hàng; đồng thời hộ nghề, làng nghề còn có căn cứ pháp lý bảo vệ cho quyền lợi của mình khi có hành vi sử dụng trái phép nhãn hiệu đó. Ngoài ra, việc hợp tác xây dựng nhãn hiệu tập thể còn giúp các sản phẩm đặc thù gắn với địa danh, địa phương là những tài sản có giá trị như những thương hiệu mang tính cộng đồng.

Thứ tư, cần đẩy mạnh xúc tiến thương mại, quảng bá thương hiệu: Xây dựng thương hiệu cho các sản phẩm nghề nông thôn cần được đầu tư một cách bài bản từ việc đào tạo kiến thức về xây dựng, quảng bá, đặt tên thương hiệu cho đến thiết kế biểu tượng, hoặc hệ thống các dấu hiệu nhận diện thương hiệu của cơ sở doanh nghiệp, sản phẩm,... Các sản phẩm cần thường xuyên được các hộ nghề, làng nghề nghiên cứu thay đổi mẫu mã, nâng cao tính ổn định của chất lượng nhằm tạo lập một truyền thống vững chắc cho sự phát triển vững bền, cạnh tranh trong nước và hội nhập quốc tế.

Thứ năm, cần có định hướng giúp hộ nghề, làng nghề phát triển thương hiệu: Theo đó, cần phát triển các nghề và làng nghề truyền thống phù hợp với quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh và của các địa phương trong tỉnh. Cần có sự kết hợp giữa kinh nghiệm truyền thống trong sản xuất với không ngừng ứng dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật nhằm nâng cao chất lượng mẫu mã sản phẩm, từ đó nâng cao sức cạnh tranh trên thị trường. Đồng thời, chính quyền, ngành chức năng tỉnh cần trở thành cơ quan chủ quản trong việc nghiên cứu bài học kinh nghiệm về xây dựng, phát triển thương hiệu sản phẩm làng nghề ở một số nước trên thế giới và một số làng nghề điển hình trong nước. Cần thiết phải có sự liên kết giữa các hộ sản xuất trong làng nghề với nhau để xây dựng một thương hiệu chung.

4. Kết luận

Trong xu thế nền kinh tế hội nhập toàn cầu, môi trường tự do mậu dịch được hình thành qua các hiệp định thương mại tự do như cộng đồng ASEAN, Hiệp định thương mại tự do FTA giữa ASEAN và các đối tác, Hiệp định đối tác xuyên Thái Bình Dương TPP,... không chỉ các doanh nghiệp cần chú trọng tới xây dựng, phát triển, bảo hộ thương hiệu để cạnh tranh cùng các doanh nghiệp trên toàn cầu mà ngay cả các sản phẩm nghề, làng nghề truyền thống ở nông thôn cũng cần phải coi đó là điều kiện tiên quyết cho sự phát triển bền vững của hộ nghề, làng nghề mình. Trong nền kinh tế thị trường hiện đại, bản thân thương hiệu không phải là một sản phẩm nhưng thương hiệu tự thân nó lại có tính định hướng và xác định giá trị của mình theo thời gian và không gian. Nó chứa đựng một sức mạnh to lớn khi có thể gián tiếp quyết định sự lựa chọn của khách hàng về việc sử dụng sản phẩm này hay là sản phẩm khác. Trong nhiều trường hợp, nó còn có ý nghĩa quyết định đối với uy tín, danh tiếng của doanh nghiệp trong lòng khách hàng ■

Lời cảm ơn:

Nghiên cứu này được tài trợ bởi Trường Đại học Thủ Dầu Một trong đề tài mã số DT.20.1-019.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Chi cục Phát triển nông thôn - Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn tỉnh Bình Dương (2022). *Hội nghị Tổng kết hoạt động năm 2021 và phương hướng hoạt động năm 2022*.
2. UBND thành phố Thuận An (2022). *Tổng kết Tình hình kinh tế - xã hội năm 2021 và phương hướng hoạt động năm 2022*.
3. WTO (1995). *Hiệp định về những vấn đề liên quan đến thương mại của Quyền Sở hữu trí tuệ (TRIPS)*, được thông qua tại Marrakesh ngày 15/4/1994 và có hiệu lực từ ngày 01/1/1995.

Ngày nhận bài: 11/1/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 11/2/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 21/2/2022

Thông tin tác giả:

TS. NGUYỄN VĂN THẮNG

Trường Đại học Thủ Dầu Một

BUILDING BRANDS FOR RURAL INDUSTRIES IN BINH DUONG PROVINCE: CURRENT SITUATION AND SOLUTIONS

● **PhD. NGUYEN VAN THANG**
Thu Dau Mot University

ABSTRACT:

Brand name is one of the prerequisites for the sustainable development of enterprises in general including traditional craft households and traditional craft villages. In the modern market economy, the brand will contribute to impact how customers decide to use a product or service. This paper focuses on two main contents. Firstly, the current development of rural industries in Binh Duong province. Secondly, solutions to build brand names for rural industries in Binh Duong province.

Keywords: traditional craft village, trademark, Binh Duong province.