

THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ SỬ DỤNG VÀ KHAI THÁC NHÃN HIỆU CHỨNG NHẬN “BÚN BÒ HUẾ” HIỆN NAY

NGUYỄN YẾN NHI

NGÔ THỊ THÚY HẰNG

NGUYỄN VĂN ANH*

Ngày nhận bài: 08/09/2021

Ngày phản biện: 15/09/2021

Ngày đăng bài: 30/12/2021

Tóm tắt:

“*Bún bò Huế*” được nhắc đến là đặc sản nổi tiếng của vùng đất Cố đô, đầu bếp nổi tiếng Anthony Bourdain đã từng nhận xét rằng đây là món “súp” ngon nhất thế giới mà ông đã từng thưởng thức.¹ “*Bún bò Huế*” sau khi được cấp văn bằng bảo hộ dưới dạng nhãn hiệu chứng nhận, vào ngày 13/7/2016, Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế đã ban hành Quyết định số 1623/QĐ-UBND ban hành “*Quy chế quản lý và sử dụng nhãn hiệu chứng nhận Bún bò Huế*”. Bài viết nghiên cứu khảo sát thực trạng sử dụng và khai thác nhãn hiệu chứng nhận “*Bún bò Huế*” ở thành phố Huế. Qua đó, đề xuất các giải pháp nâng cao hiệu quả trong công tác sử dụng và khai thác, hướng tới mục tiêu phát triển nhãn hiệu chứng nhận “*Bún bò Huế*” rộng khắp thị trường Việt Nam và trên thế giới. Nhằm bảo vệ và phát huy tiềm năng giá trị tài sản sở hữu trí tuệ mang yếu tố đặc sản vùng miền địa phương của Việt Nam.

Từ khóa:

Bún bò Huế, nhãn hiệu chứng nhận, tài sản trí tuệ.

Abstract:

“*Hue style beef noodles*” is one of the specialities of the ancient capital. A famous chef Anthony Bourdain once commented that this is the best “soup” in the world that he has ever enjoyed. After “*Hue style beef noodles*” has been protected under a certification mark, on 07/13/2016 People’s Committee of Thua Thien Hue province issued decision No.1623/QĐ-UBND on the “*Regulation on management and use of the certification mark of Hue style beef noodles*”. The article investigates the current status of using and exploiting the “*Hue Style beef noodles*” certification mark in Hue city; thereby proposing solutions to improve efficiency in the use and exploitation, towards the goal of developing the certified trademark “*Bun Bo Hue*” widely throughout Vietnam and around the world, in order to protect and promote the potential value of intellectual property with elements of local specialties of Vietnam..

Keyword:

Hue style beef noodles, certification mark, intellectual property.

* Sinh viên Trường Đại học Luật, Đại học Huế; Email: nguyenyenni112098@gmail.com

¹ Baothuahienhue.vn, “*Bún bò Huế chợ Đông Ba - điểm đến ẩm thực yêu thích của đầu bếp nổi tiếng Anthony Bourdain*”, <https://sdl.thuathienhue.gov.vn/?gd=20&cn=97&tc=85973>, ngày truy cập 15/10/2021.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh nước ta đang trong thời kỳ hội nhập kinh tế - quốc tế sâu rộng về mọi mặt cùng với xu hướng toàn cầu hóa, việc xây dựng và phát triển thương hiệu, nâng cao uy tín, chất lượng, danh tiếng, mở rộng thị trường cho sản phẩm mang yếu tố địa danh là vấn đề trọng yếu tại Việt Nam trong nhiều năm nay. Trong số đó, tài sản trí tuệ (TSTT) mang yếu tố địa danh thu hút sự quan tâm vô cùng lớn từ nhiều phía chủ thể khác nhau, nhất là ẩm thực xứ Huế - nơi được mệnh danh là Kinh đô ẩm thực Việt. Nhắc đến ẩm thực xứ Huế là nhắc đến món “Bún bò Huế”, nhưng nói đến nhãn hiệu chứng nhận (NHCN) “Bún bò Huế” nhiều người sẽ ngạc nhiên vì không phải ai cũng biết, Bún bò Huế đã được Cục Sở hữu trí tuệ cấp quyền bảo hộ TSTT mang yếu tố địa danh dưới dạng NHCN.

2. Khái quát về nhãn hiệu chứng nhận “Bún bò Huế”

Về Văn bằng bảo hộ: Ngày 25/11/2016, Cục Sở hữu trí tuệ chính thức cấp quyền bảo hộ TSTT dưới hình thức là một NHCN “Bún bò Huế”. Nhóm sản phẩm/dịch vụ: 30. Bún bò, 43. Nhà hàng ăn uống, dịch vụ cung cấp đồ ăn; nội dung khai thác: nhãn hiệu được bảo hộ tổng thể. Không bảo hộ riêng “Bún bò Huế”, hình chiếc bát, hình đôi đũa, hình sợi bún; logo “Bún bò Huế” này có chữ in hoa. Chữ u trong “bún” được cách điệu từ hình tô bún, đôi đũa tạo thành dấu sắc của chữ bún.

Về cơ quan tham gia quản lý: Hiệp hội Du lịch Thừa Thiên Huế làm chủ thể quản lý, theo Quyết định số 1623/QĐ-UBND về việc ban hành “Quy chế quản lý và sử dụng nhãn hiệu chứng nhận Bún bò Huế”, do Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế ban hành ngày 13/7/2016.

Về các tiêu chí chứng nhận đối với sản phẩm của tổ chức chứng nhận đã được ghi nhận trong quy chế quản lý sử dụng NHCN “Bún bò Huế”, bao gồm:

Một là, tiêu chí về nguồn gốc hàng hóa: Đối với tiêu chí này cơ sở sản xuất kinh doanh cung cấp dịch vụ ăn uống NHCN “Bún bò Huế” phải đáp ứng được yêu cầu về Bún tươi; Thịt heo, bò; các loại chả; rau sống; các phụ gia sử dụng trong quá trình chế biến được quy định chi tiết tại mục 2.3 Phụ lục 2 Quy chế quản lý và sử dụng nhãn hiệu chứng nhận “Bún bò Huế” (Ban hành kèm theo Quyết định số 1623/QĐ-UBND của Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế ngày 13/7/2016).

Hai là, tiêu chí về chất lượng chứng nhận sản phẩm được quy định chi tiết tại Mục A Phụ lục 3 Quy chế quản lý và sử dụng nhãn hiệu chứng nhận “Bún bò Huế” (Ban hành kèm theo Quyết định số 1623/QĐ-UBND của Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế ngày 13/7/2016) cụ thể phải đáp ứng các tiêu chuẩn sau: Bún tươi; các loại thịt và sản phẩm thịt; nước dùng; rau và gia vị ăn kèm đều dựa trên phương pháp đánh giá cảm quan.

Ba là, tiêu chí về chứng nhận của hoạt động cung cấp dịch vụ ăn uống đối với sản phẩm “Bún bò Huế” được quy định chi tiết tại Mục B Phụ lục 3 Quy chế quản lý và sử dụng nhãn hiệu chứng nhận “Bún bò Huế” (Ban hành kèm theo Quyết định số 1623/QĐ-UBND của Ủy

ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế ngày 13/7/2016) cụ thể phải đáp ứng các tiêu chuẩn sau: Vị trí; không gian; dụng cụ phục vụ; chỉ dẫn thương mại; thái độ phục vụ; vệ sinh an toàn thực phẩm.

Bốn là, tiêu chí về kỹ thuật sản xuất, làm căn cứ để cơ sở chế biến, nghiệm thu và công bố sản phẩm phải đáp ứng theo các tiêu chuẩn TCVN 7046:2002; theo phương pháp chuyên gia được quy định chi tiết tại Mục 3 Phụ lục 2 Quy chế quản lý và sử dụng nhãn hiệu chứng nhận “Bún bò Huế” (Ban hành kèm theo Quyết định số 1623/QĐ-UBND của Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế ngày 13/7/2016).

Về mô hình quản lý NHCN “Bún bò Huế”: Mô hình quản lý NHCN “Bún bò Huế” được xác định gồm: Hệ thống tự quản lý, do các tổ chức, cá nhân được cấp quyền sử dụng NHCN tự tổ chức quản lý trong phạm vi của tổ chức mình; hoạt động quản lý của chủ NHCN và của tổ chức quản lý NHCN, trong đó Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế là chủ sở hữu, ban hành các quy định, quy chế về quản lý và sử dụng NHCN; Hiệp hội Du lịch Thừa Thiên Huế được Ủy ban nhân dân tỉnh ủy quyền trực tiếp thực hiện việc quản lý NHCN, tổ chức hoạt động kiểm tra thực tế, cấp, thu hồi quyền sử dụng NHCN, tổ chức các hoạt động nhằm nâng cao uy tín của NHCN, tổ chức phát triển chuỗi cửa hàng “Bún bò Huế” mang NHCN, thực hiện việc quảng bá cho NHCN “Bún bò Huế”.

3. Thực trạng sử dụng và khai thác phát triển nhãn hiệu chứng nhận “Bún bò Huế”

3.1. Tình hình sử dụng nhãn hiệu chứng nhận “Bún bò Huế” ở thành phố Huế, tỉnh Thừa Thiên Huế

Theo các tiêu chí chứng nhận đối với sản phẩm “Bún bò Huế”, nhóm tác giả đề cập ở mục 2 của bài viết và đối chiếu với quy định tại khoản 17 Điều 4 Luật Sở hữu trí tuệ hiện hành: *“Nhãn hiệu chứng nhận là nhãn hiệu mà chủ sở hữu nhãn hiệu cho phép tổ chức, cá nhân khác sử dụng trên hàng hóa, dịch vụ của tổ chức, cá nhân đó để chứng nhận các đặc tính về xuất xứ, nguyên liệu, vật liệu, cách thức sản xuất hàng hóa, cách thức cung cấp dịch vụ, chất lượng, độ chính xác, độ an toàn hoặc các đặc tính khác của hàng hóa, dịch vụ mang nhãn hiệu”*². Trên cơ sở đó, nhóm tác giả tiến hành khảo sát và đánh giá tình hình sử dụng NHCN “Bún bò Huế” ở thành phố Huế như sau:

Thứ nhất, về tình hình sử dụng NHCN “Bún bò Huế”

Năm 2016, tại thành phố Huế, tỉnh Thừa Thiên Huế, chủ sở hữu cùng với các cơ quan liên quan đến nhãn hiệu đã cho thí điểm 2 mô hình; tổ chức khai trương 2 gian hàng giới thiệu và quảng bá NHCN “Bún bò Huế”: Gian hàng thứ nhất khai trương ngày 24/4/2016 và được thực hiện bởi Công ty Trách nhiệm hữu hạn một thành viên Khách sạn Bờ sông Thanh Lịch (49 Lê Lợi, thành phố Huế); gian hàng thứ hai do Công ty Trách nhiệm hữu hạn Nhà nước một thành viên Đầu tư và Du lịch Huế (45 Lê Lợi, thành phố Huế) khai trương ngày 30/12/2016.

² Khoản 18 Điều 4 Luật Sở hữu trí tuệ năm 2005 sửa đổi bổ sung năm 2009, 2019.

Ngày 06/3/2018, trước thời điểm nghiệm thu giai đoạn 1 các cơ sở triển khai mô hình nhãn hiệu “Bún bò Huế” có chính thức 5 cơ sở đăng ký phục vụ khách theo tiêu chuẩn của nhãn hiệu; trong đó có 4 cơ sở tại các khách sạn và chỉ có duy nhất Quán Cẩm (địa chỉ 45 Lê Lợi, thành phố Huế) là có gắn logo NHCN “Bún Bò Huế” trên bảng hiệu của cửa hàng³.

Theo kết quả khảo sát ghi nhận⁴, từ 35 cơ sở kinh doanh cung cấp dịch vụ ăn uống “Bún bò Huế” ở thành phố Huế chỉ có 05 cơ sở sử dụng, khai thác NHCN “Bún bò Huế”, (chiếm tỷ lệ 14,5%) bao gồm khách sạn Mường Thanh, khách sạn Hùng Vương, khách sạn Thành Nội, khách sạn Century và quán Cẩm. Việc tiếp cận tìm hiểu các cơ sở kinh doanh được đề cập ở trên sử dụng và khai thác NHCN “Bún bò Huế” bắt đầu từ thời điểm và diễn ra cụ thể như thế nào rất khó khăn, bởi lẽ đây chỉ là hoạt động phụ của các đơn vị, tổ chức kinh tế này, ngoài ra do tình hình dịch bệnh Covid-19 diễn biến phức tạp, các cơ sở kinh doanh hầu hết chỉ bán mang về và cơ quan Nhà nước được giao quyền trực tiếp quản lý NHCN hạn chế tiếp xúc. Trong khi đó, Huế là một thành phố du lịch, có rất nhiều nhà hàng, khách sạn đáp ứng đủ các tiêu chí theo như Quy chế “Quản lý và sử dụng nhãn hiệu chứng nhận Bún bò Huế”; chưa kể đến Huế có hàng chục gánh bún bò vỉa hè, nhưng hoạt động sử dụng và khai thác phát triển NHCN “Bún bò Huế” không đề cao lợi ích tập thể, chưa đảm bảo và mang lại hiệu quả khi đã xác lập bảo hộ thành công từ nhiều năm nay.

Thứ hai, đánh giá tình hình sử dụng NHCN ‘Bún bò Huế’ ở thành phố Huế

Nhãn hiệu chứng nhận “Bún bò Huế” sau khi đăng ký bảo hộ thành công thì các hộ/cơ sở đang kinh doanh dịch vụ ăn uống “Bún bò Huế” nói riêng hầu hết họ đều không mặn mà sử dụng nhãn hiệu, thực tiễn tình hình sử dụng ở trên đã chứng minh điều này. Một số cơ sở còn tự đặt ra câu hỏi như “*Tôi được lợi ích gì khi sử dụng NHCN Bún bò Huế*” và đến hiện nay vẫn chưa có câu trả lời từ các nhà quản lý, chủ sở hữu NHCN “Bún bò Huế”. Thực tế, sự gắn kết giữa chủ sở hữu với các cá nhân, tổ chức kinh tế còn khá lỏng lẻo, chưa có sự xuất hiện của những “biện pháp mạnh” trong công tác vận động các tổ chức kinh tế (doanh nghiệp, nhà hàng khách sạn, hộ kinh doanh) tham gia sử dụng NHCN “Bún bò Huế”. Bởi lẽ bất kỳ chủ thể tham gia đăng ký cấp quyền sử dụng một sản phẩm nào đó đã được bảo hộ nói chung và đều có chung thắc mắc: “*Tôi được lợi ích gì khi tham gia*”.

Thực tế các cơ sở kinh doanh/bán bún trên địa bàn thành phố Huế từ chối sử dụng NHCN “Bún bò Huế”, vì lợi ích không đủ lớn để họ chấp nhận thay đổi từ khâu chế biến đến cơ sở vật chất cũng như việc họ phải tốn một khoản phí khi đăng ký tham gia và phải chịu sự giám sát chặt chẽ từ phía cơ quan Nhà nước.

Giải thích việc gắn logo vẫn chưa được nhiều, ông Đinh Mạnh Thắng - Chủ tịch Hiệp hội Du lịch tỉnh cho biết, có hai lý do khiến hiện nay chỉ có đúng 5 cơ sở đăng ký. *Thứ nhất,*

³ Đức Quang, “*Cần nhân rộng nhãn hiệu Bún bò Huế*”, <https://baothuatienhue.vn/can-nhan-rong-nhan-hieu-bun-bo-hue-a54653.html?fbclid=IwAR0VsKcIXF3A-I6PX9E9v9c6k3wmQ0lciev4OUcXuwBbhs2l8mknCfBR-tk>, truy cập ngày 15/10/2021.

⁴ Kết quả khảo sát do nhóm nghiên cứu thực hiện vào tháng 4/2021 trên địa bàn thành phố Huế.

lộ trình của đề án, 2015 bắt đầu triển khai, từ 2016 - 2017 là quá trình đánh giá, bảo vệ đề án, xin ý kiến từ các nhà nghiên cứu, chuyên gia ẩm thực. Cho đến đầu năm 2018 mới chính thức nghiệm thu đợt 1. Từ năm 2018 trở đi mới tiến hành các giải pháp để nhân rộng mô hình. Nguyên nhân thứ hai, vì yếu tố dân dã và rộng rãi của món ăn. Một quán bún xập xệ nhưng khách rất đông, dù đã khảo sát và góp ý nâng cấp quán bún, nhưng tâm lý kinh doanh đã quen thuộc, họ không muốn nâng cấp cơ sở vật chất. Do không đủ tiêu chuẩn nên không thể gắn nhãn hiệu⁵. Do vậy, công tác vận động tham gia sử dụng NHCN “Bún bò Huế” gặp nhiều khó khăn, thường bị từ chối thẳng vì lợi ích, chính sách hỗ trợ, quảng bá, cắt giảm thuế chưa được triển khai mạnh mẽ và đồng bộ.

Qua đây, cho thấy tình hình sử dụng NHCN “Bún bò Huế” vẫn còn hạn chế chủ yếu là các nhà hàng, khách sạn lớn mới đáp ứng đủ các tiêu chí mà Quy chế đã đề ra. Bởi các tiêu chí trong Quy chế quá khắt khe đối với phần lớn các cơ sở kinh doanh “Bún bò Huế”, mà đa số ở Huế là các gánh bún vỉa hè, có quy mô vừa và nhỏ khó có thể đáp ứng các tiêu chí để đăng ký tham gia sử dụng NHCN “Bún bò Huế”. Ngoài ra, nhận thức của một số chủ thể kinh doanh còn hạn chế về NHCN “Bún bò Huế”, mập mờ về TSTT mang yếu tố địa danh và tâm lý lo sợ khi có sự tham gia quản lý của Nhà nước.

Chính vì thế, cơ quan quản lý cần có những biện pháp căn cơ hơn trước nhằm thể hiện rõ ý chí đăng ký sử dụng nhãn hiệu không chỉ giúp cho các cá nhân, tổ chức sử dụng tăng uy tín cho thương hiệu nhà hàng, quán ăn của mình mà nó còn góp phần phòng ngừa hoặc thậm chí là mất thương hiệu, nhãn hiệu đặc sản Cố đô mang yếu tố địa phương của quốc gia.

3.2. Thực trạng khai thác phát triển nhãn hiệu chứng nhận “Bún bò Huế” ở thành phố Huế, tỉnh Thừa Thiên Huế

Tình hình sử dụng NHCN “Bún bò Huế” không mấy khả quan đã kéo theo tình hình khai thác NHCN “Bún bò Huế” cũng trì trệ, không xứng tầm với một thương hiệu có tiếng từ lâu đời. Qua một số nội dung dưới đây minh chứng rõ thực trạng khai thác NHCN “Bún bò Huế” ở thành phố Huế hiện nay như sau:

Thứ nhất, về quảng bá thương hiệu cho NHCN “Bún bò Huế” trên phương diện truyền hình, internet, website, các trang thông tin...: Trước khi NHCN “Bún bò Huế” được đăng ký bảo hộ thành công thì dự án “*Tạo lập, quản lý và phát triển nhãn hiệu chứng nhận cho sản phẩm Bún bò Huế của tỉnh Thừa Thiên Huế*” đã thành lập nên hệ thống các phương tiện nhận diện, quảng bá, khai thác NHCN “Bún bò Huế”. Có thể kể đến một số thành tựu nổi bật như: Nhằm quảng bá NHCN “Bún bò Huế”, dự án đã phối hợp với Đài Phát thanh và Truyền hình tỉnh Thừa Thiên Huế thực hiện phim phóng sự quảng bá về NHCN “Bún bò Huế” với nhan đề: “Bún bò Huế và kỷ lục châu Á” phát trên sóng Đài Phát thanh và Truyền hình tỉnh Thừa

⁵ Đức Quang, “*Cần nhân rộng nhãn hiệu Bún bò Huế*”, <https://baothuathienhue.vn/can-nhan-rong-nhan-hieu-bun-bo-hue-a54653.html?fbclid=IwAR0VsKcIXF3A-I6PX9E9v9c6k3wmQ0lciev4OUcXuwBbhs2l8mknCfBR-tk>, truy cập ngày 15/10/2021.

Thiên Huế - TRT, ngày 23/01/2016. Dự án đã xây dựng và vận hành website quảng bá và giới thiệu sản phẩm mang NHCN “Bún bò Huế” và sử dụng tên miền <http://bunhue.vn> liên kết với trang thông tin điện tử của Hiệp hội Du lịch Thừa Thiên Huế để bảo đảm khả năng duy trì trang web sau khi dự án kết thúc⁶. Xong, công tác quảng bá thương hiệu đối với NHCN “Bún bò Huế” tính đến thời điểm tháng 6/2021 chưa thật sự “mạnh”. Vào thời điểm hiện tại, trang website đăng ký cấp quyền sử dụng NHCN “Bún bò Huế” không thể truy cập, báo lỗi tạm thời toàn hệ thống. Các kênh thông tin mạng xã hội như: Fanpage, Facebook, Youtube riêng dành cho quảng bá NHCN “Bún bò Huế” chưa có, 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 xuất hiện vào thời điểm cuối năm 2016, đầu năm 2017. Tờ rơi giới thiệu sản phẩm mang NHCN “Bún bò Huế” như: nguồn gốc, quy trình chế biến, đặc trưng,... là những thông tin tương tác thu hút khách hàng hay chủ thể sản xuất kinh doanh chưa có. Công tác tổ chức giới thiệu NHCN “Bún bò Huế” tại các triển lãm, hội chợ giới thiệu sản phẩm trên địa bàn thành phố Huế còn hạn chế, quảng bá tại các nhà hàng, khu ẩm thực, nhà văn hóa rất hiếm khi bắt gặp, có lẽ một phần do dịch bệnh Covid-19 xuất hiện nên các hoạt động tổ chức tụ tập đông người bị hạn chế.

Thứ hai, mô hình quảng bá khách du lịch đến Huế cùng sự kết hợp liên kết với các nhà hàng, khách sạn lớn trên địa bàn thành phố Huế: Tính đến thời điểm hiện tại, đối với NHCN “Bún bò Huế” chỉ mới xây dựng mô hình tập trung cho công tác quản lý và khai thác NHCN thông qua dự án “*Tạo lập, quản lý và phát triển nhãn hiệu chứng nhận cho sản phẩm bún bò của tỉnh Thừa Thiên Huế*” được xác định gồm: Hệ thống tự quản lý, do các tổ chức, cá nhân được cấp quyền sử dụng NHCN tự tổ chức quản lý trong phạm vi của tổ chức mình; hoạt động quản lý của chủ NHCN và tổ chức quản lý NHCN, trong đó Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế là chủ sở hữu, ban hành các quy định, quy chế về quản lý và sử dụng NHCN; Hiệp hội Du lịch Thừa Thiên Huế được giao nhiệm vụ quản lý NHCN, tổ chức hoạt động kiểm tra thực tế, cấp, thu hồi quyền sử dụng NHCN, tổ chức các hoạt động nhằm nâng cao uy tín cho NHCN, tổ chức phát triển chuỗi cửa hàng sử dụng NHCN “Bún bò Huế”, thực hiện việc quảng bá cho NHCN⁷.

Hiện tại, chủ sở hữu hay chủ thể quản lý NHCN “Bún bò Huế” chưa có chương trình hay kế hoạch xây dựng phát triển NHCN “Bún bò Huế” theo mô hình tập thể hay mô hình chủ sở hữu đồng thời sử dụng và khai thác NHCN “Bún bò Huế” là các doanh nghiệp, tổ chức kinh tế. Các hàng quán kinh doanh dịch vụ ăn uống “Bún bò Huế” ở thành phố Huế nhìn chung phát triển một cách rời rạc không có sự cộng tác hỗ trợ cùng nhau phát triển nâng tầm thương hiệu ẩm thực Cố đô. Qua quá trình khảo sát⁸, cho thấy Huế chưa quan tâm đến vấn đề

⁶ Nguyễn Hân, “*Thương hiệu đặc sản của tỉnh Thừa Thiên Huế được cấp nhãn hiệu chứng nhận “Bún bò Huế, hình”*”, <https://skhcn.thuathienhue.gov.vn/?gd=1&cn=28&tc=10481>, truy cập ngày 28/7/2021.

⁷ Nguyễn Hân, “*Thương hiệu đặc sản của tỉnh Thừa Thiên Huế được cấp nhãn hiệu chứng nhận “Bún bò Huế, hình”*”, <https://skhcn.thuathienhue.gov.vn/?gd=1&cn=28&tc=10481>, truy cập ngày 15/10/2021.

⁸ Kết quả khảo sát do nhóm nghiên cứu thực hiện vào tháng 4/2021 trên địa bàn thành phố Huế.

này khi chưa hình thành nên chuỗi liên kết từ khâu sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm “Bún bò Huế” hầu hết các chủ thể kinh doanh phải tự tìm kiếm đầu ra cho sản phẩm của mình, làm giảm đi điểm mạnh vốn có của một vùng đất được mệnh danh là cái nôi ẩm thực Việt.

Thứ ba, về hệ thống cửa hàng sản xuất kinh doanh dịch vụ ăn uống “Bún bò Huế” ở thành phố Huế có sử dụng logo NHCN: Theo kết quả khảo sát⁹, từ 35 cơ sở sản xuất/kinh doanh “Bún bò Huế” trên địa bàn thành phố Huế duy nhất chỉ có 01 cửa hàng sử dụng biển hiệu có gắn logo NHCN “Bún bò Huế”. Ngoài ra, từ ngày công bố “Bún bò Huế” là TSTT mang yếu tố địa danh ngoài quán Cẩm có địa chỉ 45 Lê Lợi - thành phố Huế còn có khách sạn Century, khách sạn Mường Thanh, khách sạn Thành Nội, khách sạn Hùng Vương có sử dụng, khai thác NHCN “Bún bò Huế” cho nhà hàng của mình. Tuy nhiên đây chỉ là hoạt động phụ, phục vụ cho khách nghỉ dưỡng nếu có nhu cầu sử dụng, không công bố rộng rãi hay có biển hiệu quảng bá công khai. Có thể thấy, ở thành phố Huế số lượng hàng quán/cơ sở kinh doanh “Bún bò Huế” gắn logo nhãn hiệu vẫn còn hạn chế bởi nhiều nguyên nhân khác nhau. Mặc dù Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế đã triển khai các biện pháp, chính sách hỗ trợ để các chủ cơ sở kinh doanh “Bún bò Huế” tham gia sử dụng NHCN và gắn logo lên bảng hiệu nhằm công khai quảng bá thương hiệu ẩm thực Cố đô. Nhưng, việc quảng bá NHCN “Bún bò Huế” hiện nay, vẫn chưa đem lại hiệu quả tích cực trong việc thu hút số đông hàng quán/cơ sở kinh doanh “Bún bò Huế” tham gia sử dụng.

Thứ tư, sự khác biệt về quyền lợi giữa chủ thể tham gia sử dụng và chủ thể không tham gia sử dụng NHCN “Bún bò Huế”: Đối với việc tham gia sử dụng NHCN “Bún bò Huế” chủ thể được hưởng một số đặc quyền và lợi ích nhất định mà các chủ thể không tham gia sử dụng nhãn hiệu không thể có được. Cụ thể, trong Quy chế do Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế ban hành có nêu: Tổ chức, cá nhân được cấp quyền sử dụng NHCN “Bún bò Huế” hoàn toàn bình đẳng về quyền lợi và trách nhiệm liên quan và hưởng các quyền quy định chi tiết tại khoản 2 Điều 10 Quy chế quản lý và sử dụng NHCN “Bún bò Huế” (*Ban hành theo Quyết định số 1623/QĐ-UBND ngày 13/7/2016 Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế*). Mặt khác, khi tham gia sử dụng NHCN sẽ bảo đảm về mặt chất lượng cũng như an toàn vệ sinh thực phẩm, thu hút khách hàng, tạo lòng tin đối với khách hàng sẽ đem lại doanh thu “béo bở” cho chủ thể sử dụng, khai thác NHCN “Bún bò Huế”. Cùng với đó, khi tham gia sử dụng chủ thể có cơ hội tham gia vào các chương trình quảng bá, phát triển NHCN “Bún bò Huế” trên các phương tiện truyền thông chính thống của cơ quan quản lý và chủ sở hữu giúp mở rộng danh tiếng đem lại nguồn lợi lớn đối với chủ thể sử dụng.

Thứ năm, sự hiểu biết của hộ bán bún, người dân, nhà quản lý về NHCN “Bún bò Huế”: Sự quan tâm, hiểu biết của mỗi cá nhân đều ảnh hưởng trực tiếp đến sự tồn tại và phát triển của một nhãn hiệu và NHCN “Bún bò Huế” cũng vậy. Đặc biệt sự hiểu biết của những chủ thể sản xuất kinh doanh và người dân sinh sống tại địa phương nơi cội nguồn của NHCN “Bún bò Huế” là điều kiện hết sức quan trọng đối với sự tồn vong của nhãn hiệu. Theo kết

⁹ Kết quả khảo sát do nhóm nghiên cứu thực hiện vào tháng 4/2021 trên địa bàn thành phố Huế.

qua khảo sát ghi nhận¹⁰ sự nhận biết về NHCN “Bún bò Huế” của một số hộ kinh doanh “Bún bò Huế” còn hoang mang và có ý kiến cho rằng họ không biết “Bún bò Huế” được bảo hộ NHCN, cụ thể có 16/35 cơ sở được phỏng vấn ngẫu nhiên cho hay (chiếm tỷ lệ 45,7%), đây là thực trạng đáng suy ngẫm đối với những nhà quản lý, chủ sở hữu nhãn hiệu. Đối với người dân sinh sống trên địa bàn thành phố, là nơi thí điểm cho mô hình kinh doanh sử dụng NHCN “Bún bò Huế” và đây cũng là nơi những người quản lý thực hiện dự án xây dựng và phát triển NHCN “Bún bò Huế” cũng cho kết quả không mấy khả quan 67/100 người dân họ không biết “Bún bò Huế” là TSTT dưới dạng là một NHCN.

Tựu chung lại, thực trạng thực tế tại địa phương trong công tác sử dụng, phát triển khai thác NHCN “Bún bò Huế” tồn tại nhiều hạn chế, chưa xứng tầm với tiềm năng đối với một TSTT chủ lực của địa phương. Quả thật, đây là điều hoàn toàn không tương xứng với thế mạnh vốn có của thương hiệu có tiếng. Qua thực tế và tham luận góp ý kiến của một số chủ thể đã phân nào thấy được những hạn chế, nguyên nhân để từ đó như một hồi chuông cảnh tỉnh cho sự lơ là, bỏ sót của chủ thể quản lý, các cấp cơ quan ban ngành có liên quan đến công tác quản lý, sử dụng và thúc đẩy khai thác NHCN “Bún bò Huế” ở thành phố Huế.

3.3. Nguyên nhân

Việc sử dụng, khai thác NHCN “Bún bò Huế” đã và đang tồn tại một số hạn chế bởi những nguyên nhân sau:

Thứ nhất, tiêu chí để tham gia sử dụng NHCN “Bún bò Huế” là quá cao. Các cá nhân, tổ chức, cơ sở sản xuất kinh doanh dịch vụ ăn uống “Bún bò Huế” cho rằng “khó” có thể đáp ứng đủ các điều kiện, tiêu chí theo quy định của Quy chế đã ban hành. Nếu ai đã từng xem qua Quy chế quản lý và sử dụng NHCN “Bún bò Huế” do cơ quan có thẩm quyền ban hành đều dễ dàng nhận thấy các điều kiện và tiêu chí đặt ra rất khắt khe, nghiêm ngặt đối với một bát “Bún bò Huế” khi cung ứng ra thị trường, kể cả chủ thể kinh doanh nó cũng có những ràng buộc nhất định khi tham gia sử dụng nhãn hiệu. Bên cạnh đó, phần lớn các chủ thể sản xuất kinh doanh lo ngại vấn đề “bảo tồn hương vị gia truyền, bí kíp riêng” của họ bị thay đổi, làm mất nét đặc trưng, hương vị riêng để thu hút khách hàng, có thể mất đi những khách quen. Nên họ không “mặn mà” với việc đăng ký sử dụng NHCN “Bún bò Huế”.

Thứ hai, nhận thức của tổ chức, doanh nghiệp và người dân trên địa bàn thành phố Huế trong vấn đề xác lập, sử dụng và khai thác phát triển NHCN “Bún bò Huế” còn mơ hồ, do NHCN “Bún bò 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 tài chính (kinh phí) và chiếm một khoảng thời gian nhất định. Ngoài ra, các cá nhân, tổ chức sản xuất, kinh doanh dịch vụ ăn uống “Bún bò Huế”, nhất là ở các điểm bán nhỏ lẻ, vỉa hè,... 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 hoài nghi, không thiết tha gì với NHCN “Bún bò Huế”.

¹⁰ Kết quả khảo sát do nhóm nghiên cứu thực hiện vào tháng 4/2021 trên địa bàn thành phố Huế.

Thứ ba, chưa có cơ chế quản lý, khai thác đối với chủ thể quảng bá truyền thông cho NHCN “Bún bò Huế” rộng rãi và thường xuyên: Thực tế cho thấy NHCN “Bún bò Huế” được khai thác và quảng bá bởi chính chủ thể sử dụng nhãn hiệu. Điều này làm cho hiệu quả truyền thông không cao, cách thức thực hiện không chuyên nghiệp, tiếp cận xu hướng còn non yếu. Với tốc độ phát triển của công nghệ số, hoạt động quảng bá truyền thông trên các phương tiện như: Facebook, Instagram, Youtube,... rất thịnh hành mang lại hiệu quả cực kỳ lớn, xong chủ sở hữu hay cơ quan quản lý NHCN “Bún bò Huế” chưa tận dụng được tài nguyên nhân tạo sẵn có này. Quảng bá thương hiệu cho NHCN “Bún bò Huế” hiện nay chưa được mạnh, không có tính đặc thù riêng. Website bị lỗi, báo khóa tạm thời; tờ rơi, banner giới thiệu kèm theo không được xuất hiện nhiều. Tổ chức các buổi hội chợ, triển lãm riêng cho thương hiệu này vốn không xảy ra. Có thể nhận định đây là sự thiếu sót và bỏ lỡ cơ hội to lớn trong quá trình bảo tồn và thúc đẩy khai thác, phát triển NHCN “Bún bò Huế” của cơ quan chủ quản đối với thương hiệu ẩm thực lòng danh này.

Bên cạnh đó, sự hỗ trợ về đăng ký hồ sơ, thủ tục hành chính, kinh phí chưa liên tục; không tập trung vào nội dung sử dụng, thúc đẩy khai thác chỉ chú trọng vào giai đoạn bảo hộ cho sản phẩm; phát triển rộng rãi trên thị trường đầu ra cho sản phẩm còn hạn chế, chưa đủ mạnh và triệt để, không mang lại hiệu quả như mong muốn. Mặt khác, năng lực và vai trò tổ chức của cơ quan quản lý hời hợt, thiếu chuyên nghiệp thực hiện chức năng kiêm nhiệm; thiếu nguồn lực tổ chức, thúc đẩy phát triển NHCN “Bún bò Huế”.

4. Giải pháp nâng cao hiệu quả trong khai thác, sử dụng và phát triển nhãn hiệu chứng nhận “Bún bò Huế”

Từ thực tiễn sử dụng, khai thác phát huy NHCN “Bún bò Huế” ở thành phố Huế cho thấy, trong thời gian tới, việc sử dụng và khai thác phát triển NHCN “Bún bò Huế” cần tập trung thực hiện đồng bộ vào một số giải pháp cho từng đối tượng cụ thể sau:

4.1. Đối với chủ sở hữu và cơ quan quản lý nhãn hiệu chứng nhận “Bún bò Huế”

Một là, giao quyền sử dụng NHCN “Bún bò Huế” cho các tổ chức kinh tế (nhà hàng, khách sạn) cá nhân kinh doanh dịch vụ ăn uống “Bún bò Huế” ở thành phố Huế: Thực tế cho thấy, NHCN “Bún bò Huế” có chủ sở hữu và cơ quan quản lý nhãn hiệu đều là cơ quan Nhà nước. Nhưng cơ quan Nhà nước thì không thể là chủ thể trực tiếp tiến hành sử dụng và khai thác nhãn hiệu buộc phải giao quyền sử dụng cho các cá nhân, tổ chức kinh tế khác sử dụng và khai thác chúng. Tuy nhiên, hiện nay số lượng chủ thể được giao quyền sử dụng còn khá hạn chế. Điều này đồng nghĩa với việc đăng ký bảo hộ cho NHCN “Bún bò Huế” không làm tăng thương hiệu cho nó. Như vậy, chủ sở hữu và cơ quan quản lý cần mở rộng, triển khai mạnh mẽ công tác vận động, giao quyền sử dụng và khai thác NHCN “Bún bò Huế” cho các thành viên khác để phát huy tiềm năng của thương hiệu ẩm thực Cố đô. Tăng cường sự liên kết giữa chủ sở hữu nhãn hiệu và các thành viên thuộc tổ chức của mình với chính quyền địa

phương trong việc thúc đẩy khai thác NHCN “Bún bò Huế”. Xây dựng chính sách thu hút, khuyến khích đông đảo cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ ăn uống “Bún bò Huế” truyền thống chuyển sang sử dụng, khai thác NHCN “Bún bò Huế”, trước mắt triển khai mạnh mẽ tại thành phố Huế.

Hai là, tuyên truyền, hỗ trợ cho các chủ thể tham gia sử dụng nhằm nâng cao nhận thức về NHCN “Bún bò Huế”: Việc trông chờ vào sự “tự giác” tham gia sử dụng NHCN “Bún bò Huế” rất khó xảy ra, thậm chí ngày càng giảm dần đơn đăng ký sử dụng nhãn hiệu. Chính vì thế, chủ sở hữu phối hợp với cơ quan quản lý nhãn hiệu cần hoạch định đưa ra các chính sách, chiến lược như: Tuyên truyền nhận thức về NHCN “Bún bò Huế” là một TSTT của địa phương, phổ biến đề cập những mặt lợi ích khi tham gia sử dụng, khai thác NHCN “Bún bò 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, giá thuê đất, trợ giá nguồn nguyên vật liệu đầu vào,... nhằm tiết kiệm tài chính và thời gian cho các chủ thể đăng ký tham gia sử dụng NHCN “Bún bò Huế”. Ngoài ra, chủ sở hữu cùng cơ quan quản lý NHCN “Bún bò Huế” hỗ trợ tìm đầu ra cho sản phẩm/dịch vụ ăn uống NHCN “Bún bò Huế” tới người tiêu dùng thông qua các kênh phân phối trực tiếp và online.

Ba là, xây dựng cơ chế sử dụng và khai thác NHCN “Bún bò Huế” thông qua hoạt động quảng bá truyền thông: Hoạt động lại hoặc thành lập mới Website đăng ký sử dụng NHCN “Bún bò Huế”; Fanpage giới thiệu đầy đủ thông tin cần thiết như: Cơ sở sử dụng, khai thác nhãn hiệu, chất lượng sản phẩm, quyền lợi khi tham gia sử dụng NHCN “Bún bò Huế”... Bên cạnh đó, đầu tư nghiêm túc các video, clip, hình ảnh chất lượng phát sóng trên Đài Phát thanh và Truyền hình (TRT), công bố trên trang thông tin của chủ sở hữu và cơ quan quản lý, thiết lập kênh Youtube riêng quảng bá cho NHCN “Bún bò Huế”. Ngoài ra, tổ chức các cuộc thi tìm hiểu về NHCN “Bún bò Huế”, chọn lọc các bài viết đạt yêu cầu sau đó tổng hợp biên soạn và phát hành rộng rãi những ấn phẩm thông tin có chất lượng cao tại nhà ga, sân bay, các nhà hàng, khách sạn và các điểm du lịch ở hai đầu Bắc, Nam của tỉnh.

4.2. Đối với chủ thể sử dụng và khai thác nhãn hiệu chứng nhận “Bún bò Huế”

Một là, cam kết thực hiện đúng theo Quy chế quản lý và sử dụng NHCN “Bún bò Huế” được ban hành kèm theo Quyết định số 1623/QĐ-UBND tỉnh Thừa Thiên Huế ngày 13/7/2016. Chủ thể tham gia sử dụng NHCN “Bún bò Huế” hiện nay là các doanh nghiệp, tổ chức lớn ở thành phố Huế đây là nhóm chủ thể vừa có hoạt động sản xuất và phân phối sản phẩm hoặc một chủ thể thực hiện cả hai chức năng trên. Chính vì thế, điều kiện tiên quyết đối với mọi chủ thể sử dụng, khai thác NHCN “Bún bò Huế” phải cam kết thực hiện theo đúng các quy trình, tiêu chí được quy định trong Quy chế.

Hai là, tận dụng tốt, toàn diện các đặc quyền dành riêng cho chủ thể được cấp quyền sử dụng NHCN “Bún bò Huế” để phát triển hoạt động kinh doanh riêng của cửa hàng và phần

lớn tập trung phát triển NHCN “Bún bò Huế”: Chủ thể sử dụng NHCN “Bún bò Huế” sẽ được hưởng các đặc quyền riêng khác so với các chủ thể kinh doanh truyền thống. Ngoài được sự hỗ trợ trong giai đoạn đầu, ưu đãi về giá thuê đất, mặt bằng,... chủ thể sử dụng NHCN còn được hỗ trợ trong công tác đánh giá kiểm định chất lượng, được giám sát chất lượng định kỳ và hàng năm. Từ đó tạo sự uy tín, lòng tin cho người tiêu dùng mà hiện nay vấn đề an toàn thực phẩm đang được quan tâm, chú trọng và đề cao hiệu quả rất lớn.

Ba là, xúc tiến thương mại và phát triển NHCN “Bún bò Huế”: Trong cuộc cách mạng công nghệ 4.0 vượt bậc thì hoạt động đẩy mạnh quảng bá và xúc tiến thương mại cho chính sản phẩm của mình cung ứng ra thị trường được chú trọng hơn bao giờ hết. Nhưng thực tế các chủ thể sử dụng NHCN “Bún bò Huế” chưa tận dụng tốt yếu tố này, rất hiếm tìm thấy cơ sở công khai quảng bá trên trang Fanpage cá nhân của mình việc sử dụng NHCN “Bún bò Huế”. Do đó, chủ thể sử dụng cần nhanh chóng thiết lập một hệ thống nhận diện thương hiệu NHCN “Bún bò Huế”, lập Fanpage chạy quảng cáo trên phương tiện truyền thông như: Facebook, Instagram, Youtube,... thường xuyên cập nhật và duy trì tương tác với khách hàng. Chủ động liên kết với các dịch vụ giao hàng tận nơi như: Foody, Now, GrabFood, Beamin,... để tiếp cận gần hơn với khách hàng, đặc biệt trong tình hình hạn chế tiếp xúc trực tiếp bởi dịch bệnh như hiện nay.

4.3. Đối với cơ quan nhà nước có thẩm quyền ở địa phương

Một là, triển khai mạnh mẽ và kịp thời các biện pháp phục vụ công tác sử dụng và khai thác NHCN “Bún bò Huế”: Việc cần hành động ngay bây giờ của chủ sở hữu, cơ quan quản lý nhãn hiệu, Sở Khoa học và Công nghệ tỉnh,... là công khai thông tin “Bún bò Huế” là một TSTT mang yếu tố địa danh dưới dạng NHCN lại một lần nữa phối với với Sở Thông tin và Truyền thông tỉnh, Đài Phát thanh và Truyền hình tỉnh (TRT) thực hiện công tác trên. Nhằm thu hút sự quan tâm của người tiêu dùng khi họ đã dần lãng quên câu chuyện “Bún bò Huế” là một TSTT được chính quyền địa phương tỉnh Thừa Thiên Huế đăng ký bảo hộ thành công từ nhiều năm nay. 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 NHCN “Bún bò Huế” sau khi được bảo hộ phù hợp với tình hình thực tế. Sở Khoa học và Công nghệ tỉnh thiết lập xây dựng một Quy chế riêng đảm bảo tiến hành áp dụng mô hình quản lý, khai thác phù hợp và nhanh chóng đối với NHCN “Bún bò Huế” tránh sự bỏ sót, chậm trễ làm giảm đi tiềm năng thế mạnh vốn có của thương hiệu. Qua đó, phát huy giá trị của NHCN “Bún bò Huế” góp phần nâng cao chất lượng thương hiệu cho sản phẩm và phát triển kinh tế - xã hội cho địa phương.

Hai là, Sở Khoa học và Công nghệ tỉnh tiếp tục đồng hành và mở rộng liên kết với các cơ quan, doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh cụ thể là thành phố Huế nhằm tạo ra sự chuyển biến về nhận thức NHCN “Bún bò Huế” của các cấp, ban ngành, tổ chức, cá nhân, nhà hàng khách sạn trong công tác quản lý, sử dụng và thúc đẩy khai thác NHCN “Bún bò Huế” phục vụ phát triển kinh tế - xã hội, hoàn thành mục tiêu “Huế - Kinh đô ẩm thực”, song song đáp ứng yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng, bảo hộ thành công trong khối các nước ASEAN như

mục tiêu ban đầu đã đề ra sau khi bảo hộ NHCN “Bún bò Huế” trong nước thành công. Cần thiết xây dựng mô hình kết hợp bởi nhiều yếu tố như du lịch cộng đồng, du lịch khám phá văn hóa ẩm thực và tham quan di tích lịch sử. Chẳng hạn, hình thành và triển khai kế hoạch xây dựng và phát triển du lịch địa phương gắn với phát triển NHCN “Bún bò Huế”- TSTT chủ lực của địa phương.

Bên cạnh đó, chính quyền địa phương và cơ quan chuyên môn cần phối hợp với chủ sở hữu và cơ quan quản lý NHCN “Bún bò Huế” đưa ra các chính sách và chiến lược phù hợp với tiến trình của cam kết sau khi bảo hộ cho sản phẩm “Bún bò Huế”. Xây dựng, ban hành quy định về các gói hỗ trợ khai thác NHCN “Bún bò Huế” dành cho các chủ sở hữu và cơ quan quản lý nhãn hiệu. Xem xét, hỗ trợ kinh phí cho các Ban quản lý triển khai các hoạt động như: Đào tạo, tập huấn để khai thác phát huy hiệu quả NHCN “Bún bò Huế”; Tuyên truyền vận động, giám sát chất lượng sản phẩm, sơ - tổng kết, đặc biệt duy trì hoạt động trên Website để giới thiệu, quảng bá sản phẩm, công khai danh sách cơ sở được phép sử dụng NHCN đến người tiêu dùng nhằm đảm bảo được mục đích cốt lõi của việc bảo hộ và phát huy thế mạnh ẩm thực của vùng đất Cố đô, trong đó “Bún bò Huế” là món ăn trứ danh mà ai cũng mong muốn thưởng thức khi đến với Huế.

5. Kết luận

Hoạt động sử dụng và thúc đẩy khai thác NHCN “Bún bò Huế” ở thành phố Huế đã có những kết quả đáng khích lệ góp phần nâng cao được năng suất, chất lượng, danh tiếng của sản phẩm, các cơ sở sản xuất kinh doanh sử dụng NHCN “Bún bò Huế” đã rất thành công trong việc xây dựng và khai thác thương hiệu của mình, đem lại hiệu quả kinh tế to lớn. Trên cơ sở phân tích số liệu đã điều tra, thu thập nguyên nhân tạo nên thuận lợi, khó khăn, bất cập,... bài viết đã đánh giá thực trạng sử dụng và khai thác phát triển NHCN “Bún bò Huế” ở thành phố Huế trong thời gian vừa qua. Thông qua đó, nhóm tác giả đề xuất giải pháp nhằm tháo gỡ khó khăn, khai thác triệt để các mặt thuận lợi, tiềm năng sẵn có của sản phẩm góp phần nâng cao hiệu quả công tác sử dụng và khai thác phát triển NHCN “Bún bò Huế” ở thành phố Huế trong tương lai - hướng đến mục tiêu bảo tồn danh tiếng và phát triển NHCN “Bún bò Huế” xứng tầm với tiềm năng và thế mạnh vốn có của món ăn mang đậm nét thương hiệu xứ Cố đô.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Baothuathienhue.vn, “*Bún bò Huế chợ Đông Ba - điểm đến ẩm thực yêu thích của đầu bếp nổi tiếng Anthony Bourdain*”, <https://sdl.thuathienhue.gov.vn/?gd=20&cn=97&tc=85973>, ngày truy cập 15/10/2021.

2. Đức Quang, “*Cần nhân rộng nhãn hiệu Bún bò Huế*”, <https://baothuathienhue.vn/can-nhan-rong-nhan-hieu-bun-bo-hue-a54653.html?fbclid=IwAR0VsKcIXF3A-I6PX9E9v9c6k3wmQ0lciev4OUcXuwBbhs2l8mknCfBR-tk>, truy cập ngày 15/10/2021.

3. Nguyễn Hân, “*Thương hiệu đặc sản của tỉnh Thừa Thiên Huế được cấp nhãn hiệu chứng nhận Bún bò Huế, hình*”, <https://skhcn.thuathienhue.gov.vn/?gd=1&cn=28&tc=10481> truy cập ngày 15/10/2021.

4. Quy chế Quản lý và sử dụng nhãn hiệu chứng nhận “Bún bò Huế” (*Ban hành theo Quyết định số 1623/QĐ-UBND ngày 13/7/2016 của Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế*).

5. Quyết định số 1623/QĐ-UBND của Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế ngày 13/7/2016 về việc “*Ban hành quy chế quản lý và sử dụng nhãn hiệu chứng nhận Bún bò Huế*”.

6. Quốc hội Việt Nam (2019), Luật Sở hữu trí tuệ năm 2005 (sửa đổi, bổ sung năm 2009; 2019).