

PHÂN TÍCH CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN NHU CẦU THAM GIA XÂY DỰNG VÀ SỬ DỤNG NHÃN HIỆU TẬP THỂ TỎI THÁI THỤY CỦA HỘ TRỒNG TỎI TỈNH THÁI BÌNH

Nguyễn Văn Song^{1*}, Vũ Ngọc Huyền², Hồ Ngọc Cường¹
Nguyễn Văn Lượng³, Bùi Đức Hoàng³, Hoàng Thị Hằng¹

¹*Khoa Kinh tế và Phát triển Nông thôn, Học viện Nông nghiệp Việt Nam*

²*Khoa Kế toán và Quản trị Kinh doanh, Học viện Nông nghiệp Việt Nam*

³*Huyện ủy Thái Thụy và Trường trung cấp Nông nghiệp - Thái Bình*

Email*: nguyensonghua@gmail.com

Ngày gửi bài: 18.06.2014

Ngày chấp nhận: 01.09.2014

TÓM TẮT

Theo quyết định 68/2005/QĐ-TTg, vấn đề thương hiệu và nhãn hiệu đang được Nhà nước quan tâm và hỗ trợ. Trên cơ sở điều tra 80 hộ sản xuất tỏi và sử dụng phương pháp đánh giá ngẫu nhiên (CVM), nghiên cứu đã nêu được thực trạng sản xuất tỏi và phân tích được sự ảnh hưởng của một số yếu tố đến nhu cầu tham gia xây dựng và sử dụng nhãn hiệu tập thể (NHTT) tỏi Thái Thụy. Nghiên cứu đã phân tích 4 yếu tố bao gồm: giới tính, trình độ học vấn, thu nhập từ sản xuất tỏi và quy mô trồng tỏi. Hai biến thu nhập và quy mô trồng tỏi được xác định là có ảnh hưởng lớn đến nhu cầu và mức sẵn lòng chi trả để tham gia xây dựng và sử dụng NHTT tỏi Thái Thụy. Từ quá trình khảo sát, nghiên cứu cũng đề xuất một số giải pháp nhằm thu hút người dân tham gia xây dựng và sử dụng NHTT cho sản phẩm tỏi Thái Thụy.

Từ khóa: Hộ trồng tỏi, nhu cầu, nhãn hiệu tập thể, sẵn lòng chi trả.

Analysis of Factors Affecting the Needs for Participation and Use of The Collective Trademark “Thai Thuy Garlic” of Garlic Grown Household Farmers in Thai Binh Province

ABSTRACT

According to the decision No. 68/2005/QĐ-TTg, the trademark and collective trademark are of concern and support by the government. Based on survey data of 80 household farmers growing garlic and using contingent valuation method (CVM), the study clarified the status of garlic production and analyzed effect of some factors on the needs for participation and using collective trademark (CT) of Thai Thuy garlic. The four main factors included gender, education level, income generated from garlic production and scale of garlic production. Income and the scale of garlic production were considered to have great effect on the need and willingness to pay (WTP) level for participation and using CT. From the survey, the research has also suggested measures to increase the level of participation and use of collective trademark for Thai Thuy garlic product.

Keywords: Collective trademark, garlic, household farmers, willingness to pay.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong thời đại phát triển và xu thế hội nhập toàn cầu hóa hiện nay, vấn đề thương hiệu, nhãn hiệu ngày càng trở thành mối quan

tâm hàng đầu của các công ty, doanh nghiệp, các đơn vị sản xuất kinh doanh. Tỏi Thái Thụy lâu nay đã được biết đến với uy tín và chất lượng đảm bảo không chỉ trong và ngoài tỉnh mà còn xuất khẩu ra nước ngoài. Tuy nhiên, do quy

mô sản xuất đơn lẻ, chưa được chú trọng đầu tư phát triển đúng mức nên tỏi Thái Thụy có nguy cơ mất dần vị thế cạnh tranh trên thị trường. Đặc biệt là sự xuất hiện của tỏi Trung Quốc mang ưu điểm củ to và giá thành rẻ tràn ngập thị trường khiến người tiêu dùng không có nhiều lựa chọn (Lan Chi, 2011). Tỏi Trung Quốc đã từng bị phát hiện dư lượng thuốc trừ sâu khi nhập khẩu vào Mỹ hồi tháng 7/2007 (Tố Như, 2013). Nhãn hiệu tập thể là một vấn đề về thương hiệu được Nhà nước quan tâm và hỗ trợ theo chương trình 68 của Bộ Khoa học và Công nghệ. Việc xây dựng nhãn hiệu tập thể “Tỏi Thái Thụy” sẽ góp phần nâng cao giá trị, danh tiếng sản phẩm nhãn hiệu tập thể, đảm bảo việc xúc tiến thương mại có hiệu quả; góp phần nâng cao giá trị kinh tế - xã hội của địa phương; bảo tồn các giống tỏi truyền thống của địa phương có chất lượng và đặc trưng riêng.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Địa điểm nghiên cứu

Huyện Thái Thụy có sản phẩm tỏi chất lượng cao nhưng chưa có vị thế trên thị trường do chưa có nhãn hiệu. Tại địa bàn nghiên cứu, lựa chọn các hộ sản xuất và kinh doanh tỏi ở 3 xã có diện tích trồng tỏi lớn: Thụy An, Thụy Lương và Thụy Tân.

2.2. Phương pháp thu thập số liệu

Nguồn số liệu thứ cấp được thu thập từ báo cáo kinh tế xã hội huyện Thái Thụy, phòng thống kê, phòng địa chính huyện qua 3 năm, từ năm 2011 đến 2013. Nguồn số liệu sơ cấp được thu thập qua 80 mẫu điều tra tại 3 xã trồng tỏi với số mẫu điều tra tại xã Thụy An là 30 mẫu, 2 xã Thụy Lương và Thụy Tân mỗi xã 25 mẫu. Tài liệu thu thập qua các tiêu thức phản ánh tình hình kinh tế - xã hội của người được điều tra như tuổi, giới tính, tình hình thu nhập, trình độ văn hóa, nghề nghiệp nhằm xác định những yếu tố này ảnh hưởng đến nhu cầu tham gia và xây dựng nhãn hiệu tập thể (NHTT) tỏi Thái Thụy. Số liệu điều tra thông tin về tình hình sản xuất tỏi và nhu cầu tham gia và xây dựng NHTT

được thu thập thông qua việc phỏng vấn các hộ trồng tỏi từ phiếu điều tra.

2.3. Phương pháp phân tích và xử lý số liệu

Để phân tích và xử lý số liệu, các phương pháp nghiên cứu truyền thống được sử dụng như phương pháp định lượng bao gồm: thống kê mô tả, phân tích so sánh, phương pháp định tính, tạo dựng thị trường trong phần phỏng vấn và sử dụng bộ câu hỏi bằng cách xếp hạng, cho điểm. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng sử dụng phương pháp phân tích mô hình hồi quy để đánh giá một số yếu tố ảnh hưởng như thế nào đến mức sẵn lòng chi trả cho việc tham gia xây dựng và sử dụng NHTT tỏi Thái Thụy.

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1. Thực trạng sản xuất tỏi của các hộ điều tra huyện Thái Thụy

Hiện nay, tại huyện Thái Thụy, người dân sử dụng phương thức trồng tập trung lẫn phân tán, trong đó trồng xen cây tỏi và cây hành là chủ yếu. Theo báo cáo của phòng thống kê huyện Thái Thụy, năm 2010 cả huyện có khoảng 600ha trồng hành và tỏi, trong đó diện tích trồng tỏi chiếm khoảng 90ha. Cùng với xu hướng diện tích đất nông nghiệp giảm do phải chuyển sang mục đích sử dụng khác, tập trung cao phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng và phát triển kinh tế nông thôn theo hướng công nghiệp hóa - hiện đại hóa, diện tích đất trồng màu giảm, từ đó diện tích trồng tỏi cũng có xu hướng giảm. Năm 2010 diện tích trồng tỏi là 90ha và giảm xuống còn 70ha năm 2012.

Kết quả điều tra cho thấy, sản lượng trồng tỏi hàng năm có xu hướng giảm. Năm 2012, người dân phải chịu ảnh hưởng của cơn bão số 8 nên sản xuất bị giảm, từ 10.250 tạ năm 2011 giảm còn 8.470 tạ năm 2012. Nhìn chung, năng suất tỏi không thay đổi nhiều qua các năm (khoảng 125 tạ/ha) do người dân sử dụng giống tự có để lại từ các mùa trước và sản xuất vẫn chủ yếu dựa vào kinh nghiệm tích lũy qua các năm.

Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến nhu cầu tham gia xây dựng và sử dụng nhãn hiệu tập thể tỏi Thái Thụy của hộ trồng tỏi tỉnh Thái Bình

Bảng 1. Tình hình sản xuất tỏi tại Thái Thụy qua 3 năm 2010-2012

Chỉ tiêu	ĐVT	Năm			Tốc độ phát triển (%)		
		2010	2011	2012	11/10	12/11	BQ
Diện tích	Ha	90	82	70	91,11	85,37	88,24
Sản lượng	Tạ	11250	10250	8470	91,11	82,63	86,87
Năng suất	Tạ/ha	125	125	121	100,00	96,80	98,40

Nguồn: Phòng thống kê huyện Thái Thụy

3.2. Phân tích một số yếu tố ảnh hưởng tới nhu cầu tham gia và xây dựng NHTT tỏi Thái Thụy

3.2.1. Mô hình hồi quy mức sẵn lòng chi trả để mua NHTT cho cây tỏi

Nghiên cứu đã sử dụng phương pháp ước lượng mô hình hồi quy để phân tích sự ảnh hưởng của một số yếu tố bao gồm: giới tính, trình độ học vấn, thu nhập từ sản xuất tỏi và quy mô trồng tỏi tới mức sẵn lòng chi trả để tham gia xây dựng và sử dụng NHTT tỏi Thái Thụy. Kết quả nghiên cứu được trình bày qua bảng 2.

Ta có hệ số xác định của mô hình:

$R^2 = 47,71\%$ có ý nghĩa các biến đã đưa vào mô hình đã giải thích được 47,71% mức sẵn lòng trả để tham gia xây dựng và sử dụng NHTT tỏi Thái Thụy.

Từ bảng kết quả hồi quy ta viết được phương trình tuyến tính sau:

$$WTP = -32934,2 + 1127,053S + 7568,377Ed + 6132,271I + 33378,25A$$

Xét yếu tố quy mô trồng tỏi: nếu diện tích trồng tỏi tăng 1 sào thì mức sẵn lòng trả sẽ tăng lên 33.378,25 đồng/sào/năm; hệ số của biến có ý nghĩa thống kê tại mức độ tin cậy là 99%;

Xét yếu tố thu nhập từ sản xuất tỏi: nếu thu nhập từ trồng tỏi của hộ tăng 1 triệu đồng/tháng thì mức sẵn lòng trả sẽ tăng lên 6.132,27 đồng/sào/năm; hệ số của biến có ý nghĩa thống kê tại mức độ tin cậy là 95%;

Xét yếu tố trình độ học vấn: nếu trình độ học vấn thay đổi theo xu hướng tăng 1 cấp bậc thì mức sẵn lòng trả sẽ tăng lên 7.568,38 đồng/sào/năm; hệ số của biến có ý nghĩa thống kê tại mức độ tin cậy là 90%.

Bảng 2. Kết quả hồi quy hàm WTP phụ thuộc vào các biến giải thích

Các biến	Hệ số tương quan	Giá trị P (P- value)
C	-32934,20	0,00682***
S	1127,05	0,82118ns
Ed	7568,38	0,02442*
I	6132,27	0,06295**
A	33378,25	8,75E-09***
F-kđ	17,11	
R^2	0,4771	
R^2 điều chỉnh	0,4492	

Nguồn: Phân tích từ số liệu điều tra các hộ dân (2013)

Ghi chú: ***, **, *, ns: có ý nghĩa thống kê tại mức tin cậy là 99%, 95%, 90% và không có ý nghĩa thống kê tương ứng.

WTP: Mức sẵn lòng chi trả cho phí tham gia và xây dựng NHTT tỏi Thái Thụy (đơn vị: đồng/sào/năm); S: Biến giới tính; Ed:

Biến trình độ học vấn (đơn vị: số năm đi học); I: Biến thu nhập từ sản xuất tỏi (đơn vị: triệu đồng/tháng); A: Biến quy mô trồng tỏi (đơn vị: sào Bắc bộ).

Kết quả phân tích cho thấy: yếu tố giới tính không ảnh hưởng đến mức sẵn lòng trả; các yếu tố còn lại bao gồm: trình độ học vấn, thu nhập từ sản xuất tối, quy mô trồng tối có ảnh hưởng theo mức độ tăng dần.

3.2.2. Phân tích một số yếu tố ảnh hưởng tới nhu cầu tham gia và xây dựng NHTT tại Thái Thụy

a. Yếu tố giới tính

Để nghiên cứu sâu về các yếu tố ảnh hưởng của người dân về mức sẵn lòng chi trả đã được đưa ra trong khung phân tích thì trước tiên ta phân tích ảnh hưởng của yếu tố giới tính.

Trong 80 đối tượng được phỏng vấn có 71 hộ đồng ý chi trả để tham gia và xây dựng NHTT (31 nữ và 40 nam) và có 9 hộ không đồng ý (3 nữ và 6 nam). Do thời gian đi khảo sát là ban ngày

nên phụ nữ thường ra đồng làm việc hay bận việc nhà. Vì thế, việc trả lời phỏng vấn có xu hướng thiên về nam giới. Đồ thị 1, thể hiện rõ kết quả nghiên cứu mối quan hệ giữa giới tính và mức bằng lòng trả để tham gia xây dựng và sử dụng NHTT tại Thái Thụy.

Đồ thị trên cho thấy, mức sẵn lòng trả của nữ cao hơn của nam. Mức WTP bình quân của nữ là 37.742 đồng/sào/năm cao hơn so với nam giới là 37.500 đồng/sào/năm. Tuy nhiên, sự chênh lệch này không cao thể hiện không có khác biệt nhiều giữa sự chi tiêu của nam và nữ.

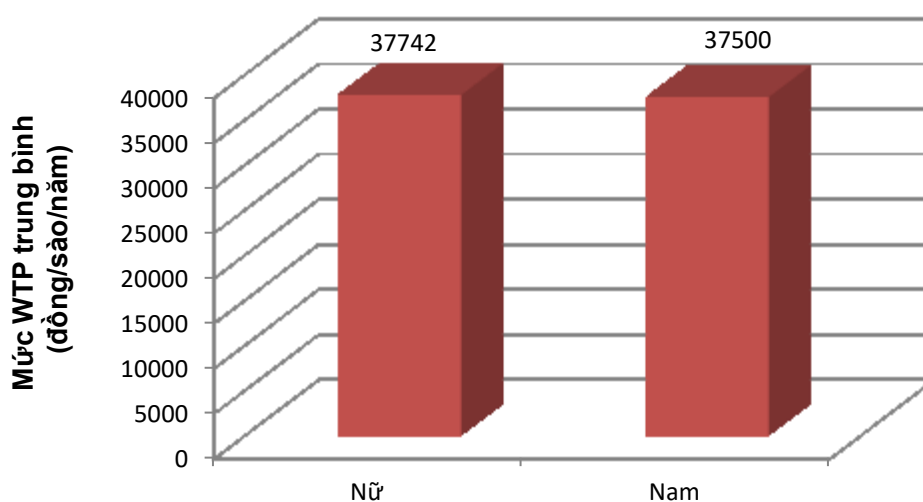
b. Yếu tố trình độ học vấn

Trình độ học vấn được chia theo 4 mức độ: dưới THPT, THPT, trung cấp - cao đẳng và đại học - trên đại học. Kết quả nghiên cứu về trình độ học vấn được thể hiện qua bảng 4.

Bảng 3. Ảnh hưởng của giới tính đến nhu cầu tham gia NHTT tại Thái Thụy

Chỉ tiêu	Có nhu cầu		Không có nhu cầu	
	Số lượng (hộ)	Cơ cấu (%)	Số lượng (hộ)	Cơ cấu (%)
Nữ	31	43,66	3	33,33
Nam	40	56,34	6	66,67
Tổng	71	100,00	9	100,00

Nguồn: Tổng hợp từ phiếu điều tra các hộ dân (2013)



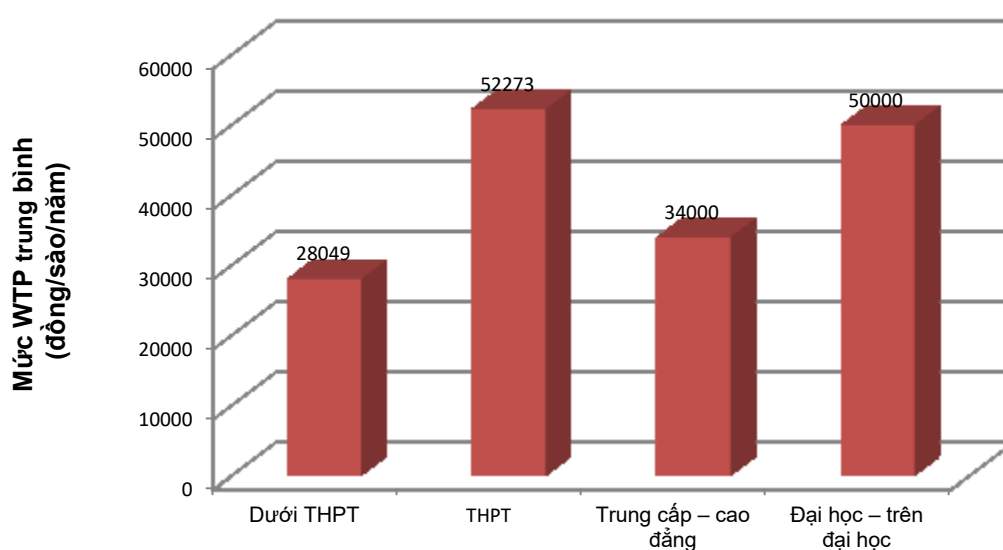
Đồ thị 1. Ảnh hưởng của yếu tố giới tính đến mức WTP

Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến nhu cầu tham gia xây dựng và sử dụng nhãn hiệu tập thể tỏi Thái Thụy của hộ trồng tỏi tỉnh Thái Bình

Bảng 4. Ảnh hưởng của trình độ học vấn đến nhu cầu tham gia NHTT tỏi Thái Thụy

Chỉ tiêu	Có nhu cầu		Không có nhu cầu	
	Số lượng (hộ)	Cơ cấu (%)	Số lượng (hộ)	Cơ cấu (%)
Dưới THPT	42	59,15	5	55,56
THPT	22	30,99	3	33,33
Trung cấp - cao đẳng	5	7,04	1	11,11
Đại học - trên đại học	2	2,82	0	0,00
Tổng	71	100,00	9	100,00

Nguồn: Tổng hợp từ phiếu điều tra các hộ dân (2013)



Đồ thị 2. Ảnh hưởng của yếu tố trình độ học vấn đến mức WTP

Theo như nghiên cứu cho thấy, hầu hết người được phỏng vấn ít qua đào tạo chuyên nghiệp. Phần lớn người trả lời phỏng vấn đều có trình độ hạn chế, chỉ có 40,85% người phỏng vấn có trình độ từ THPT trở lên; phần nhiều từ THPT trở xuống chiếm tới 59,15%. Do cư dân địa phương sống tại khu vực nông thôn, sống chủ yếu dựa vào nông nghiệp nên họ thường chỉ học hết THCS. Đồ thị 2, thể hiện yếu tố trình độ học vấn ảnh hưởng đến mức WTP để tham gia NHTT tỏi Thái Thụy.

Từ kết quả điều tra, ta thấy rằng nhu cầu về tham gia xây dựng và sử dụng NHTT cho cây tỏi của các hộ có trình độ THPT cao hơn là những người có trình độ dưới THPT. Đối với trình độ THPT, mức trung bình được trả là 52.273 đồng/sào/năm và mức trả trung bình đối với nhóm hộ có trình độ dưới THPT là 28.049

đồng/sào/năm gần bằng mức trả của nhóm hộ trình độ THPT. Tuy nhiên, đối với những người phỏng vấn có trình độ cao hơn nữa là trung cấp - cao đẳng và đại học - sau đại học, họ có mức chi trả cho việc tham gia xây dựng và sử dụng NHTT là thấp hơn. Cụ thể là đối với nhóm hộ có trình độ trung cấp - cao đẳng có mức sẵn lòng trả là 34.000 đồng/sào/năm. Nhóm còn lại là 2 hộ có trình độ đại học - trên đại học sẵn lòng tham gia với mức phí là 50.000 đồng/sào/năm. Lý do là họ có thu nhập ổn định nhờ vào những công việc không liên quan đến nông nghiệp như công chức, công nhân,... Tuy nhiên, họ có sự hiểu biết về nhãn hiệu tập thể cũng như lợi ích của việc tham gia và sử dụng NHTT cho sản phẩm của mình. Vì thế, họ sẵn sàng trả một khoản phí lớn hơn các nhóm hộ khác với

mục đích là mong muốn dự án xây dựng NHTT thành công.

c. Yếu tố thu nhập từ sản xuất tỏi

Yếu tố thu nhập từ sản xuất tỏi được xác định là có ảnh hưởng lớn tới mức WTP. Bảng 5 thể hiện mối quan hệ giữa yếu tố thu nhập và mức WTP.

Phần lớn các đối tượng được phỏng vấn có mức thu nhập dưới 2 triệu đồng/tháng (trong đó có 42 hộ đồng ý tham gia NHTT và 8 hộ không đồng ý). Đây là mức thu nhập khá thấp do nhóm hộ này chủ yếu là các hộ làm nông nghiệp, không có thu nhập từ ngành nghề khác. Kết quả điều tra cũng cho thấy có 2 hộ (chiếm 2,82%) trong 71 hộ đồng ý tham gia có thu nhập trên 4 triệu đồng/tháng.

Đồ thị trên cho thấy, thu nhập tỷ lệ thuận với mức WTP. Mức WTP cao nhất là 65.000 đồng/sào/năm được cá nhân có mức thu nhập

trên 4 triệu đồng sẵn sàng chi trả, cao hơn nhiều lần so với những người có mức thu nhập thấp. Những hộ này thường sản xuất nhiều tỏi hoặc có nguồn thu nhập khác ngoài sản xuất tỏi.

Như vậy, thu nhập ngày càng tăng thì nhu cầu về nhãn hiệu tập thể cho cây tỏi cao hơn so với khi có mức thu nhập thấp. Những hộ có mức thu nhập thấp không phải là họ không có nhu cầu về nhãn hiệu tập thể, những hộ này cũng muốn tham gia nhưng với mức thu nhập thấp họ vẫn chưa đảm bảo cuộc sống nên mức WTP thường rất nhỏ.

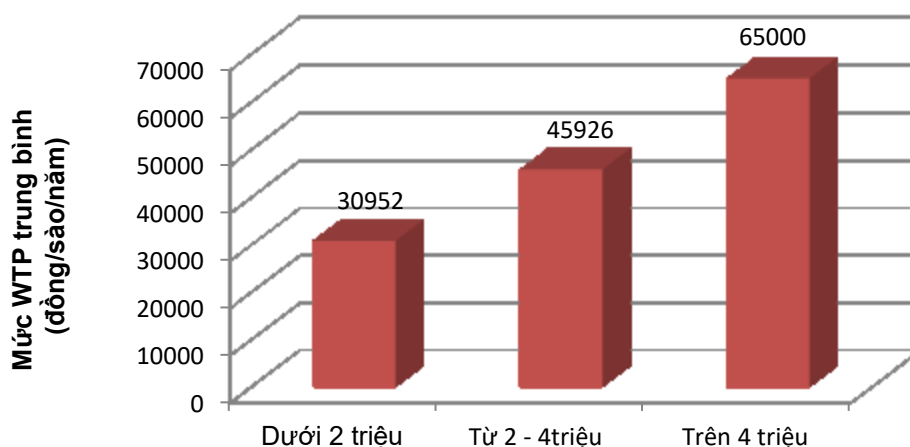
d. Yếu tố quy mô trồng tỏi

Kết quả điều tra cho thấy, đối với nhóm hộ có quy mô dưới 1 sào chỉ có 3 hộ đồng ý tham gia xây dựng và sử dụng NHTT tỏi Thái Thụy. Phần lớn nhóm hộ này cho rằng diện tích nhỏ nên với lượng sản phẩm ít họ dễ dàng bán cho người thân hay bạn bè trong một thời gian ngắn.

Bảng 5. Ảnh hưởng của yếu tố thu nhập từ sản xuất tỏi đến nhu cầu tham gia NHTT tỏi Thái Thụy

Chỉ tiêu	Có nhu cầu		Không có nhu cầu	
	Số lượng (hộ)	Cơ cấu (%)	Số lượng (hộ)	Cơ cấu (%)
Dưới 2 triệu	42	59,15	8	88,89
Từ 2 - 4 triệu	27	38,03	1	11,11
Trên 4 triệu	2	2,82	0	0,00
Tổng	71	100,00	9	100,00

Nguồn: Tổng hợp từ phiếu điều tra các hộ dân, năm 2013.



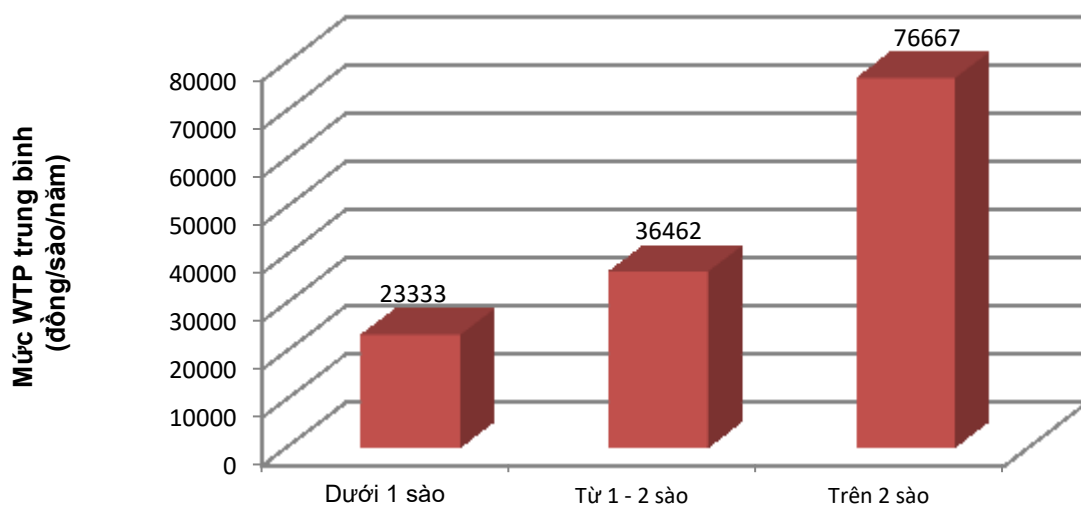
Đồ thị 3. Ảnh hưởng của yếu tố thu nhập từ sản xuất tỏi đến mức WTP

Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến nhu cầu tham gia xây dựng và sử dụng nhãn hiệu tập thể tỏi Thái Thụy của hộ trồng tỏi tỉnh Thái Bình

Bảng 6. Ảnh hưởng của quy mô trồng tỏi đến nhu cầu tham gia NHTT tỏi Thái Thụy

Chỉ tiêu	Có nhu cầu		Không có nhu cầu	
	Số lượng (hộ)	Cơ cấu (%)	Số lượng (hộ)	Cơ cấu (%)
Dưới 1 sào	3	4,23	7	77,78
Từ 1 - 2 sào	65	91,55	2	22,22
Trên 2 sào	3	4,23	0	0,00
Tổng	71	100,00	9	100,00

Nguồn: Tổng hợp từ phiếu điều tra các hộ dân (năm 2013)



Đồ thị 4. Ảnh hưởng của yếu tố quy mô trồng tỏi đến mức WTP

Đối với nhóm hộ quy mô trên 2 sào, có 3 hộ (tương ứng 100%) đồng ý tham gia xây dựng và sử dụng NHTT tỏi Thái Thụy.

Tại huyện Thái Thụy, số hộ có quy mô từ 1 sào đến 2 sào chiếm tỷ lệ lớn nhất là 67 hộ (chiếm 83,75%). Trong đó có 65 hộ (chiếm 91,55%) trong 71 hộ đồng ý tham gia. Nhóm hộ này có mức sẵn lòng chi trả là 36.462 đồng/sào/năm. Kết quả điều tra cũng cho thấy, nhóm hộ có quy mô lớn nhất trên 2 sào có mức sẵn lòng chi trả cao nhất là 76.667 đồng/sào/năm (chiếm 4,23%) do đây là những hộ làm nông nghiệp là chính, có thu nhập từ trồng tỏi là chủ yếu, nên họ quan tâm nhiều đến tiêu chuẩn về chất lượng, quy trình kỹ thuật cũng như các cách thức quảng bá sản phẩm của mình.

3.3. Giải pháp nhằm thu hút người dân tham gia xây dựng và sử dụng NHTT tỏi Thái Thụy

3.3.1. Giải pháp nâng cao nhận thức cộng đồng

Kết quả điều tra cho thấy trong 80 hộ phỏng vấn có 9 hộ không đồng ý tham gia xây dựng và sử dụng NHTT vì họ cho rằng họ không nhận được nhiều lợi ích tham gia. Có 55,56% số không đồng ý tham gia xây dựng và sử dụng NHTT có trình độ dưới THPT. Vì thế cần nâng cao nhận thức của người dân về vấn đề tham gia xây dựng NHTT thông qua các hình thức tuyên truyền khác nhau như: cung cấp kiến thức đầy đủ về vai trò, lợi ích NHTT, khuyến khích người dân chủ động hơn trong việc tìm hiểu các chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về phát triển sản phẩm tỏi theo hướng xây dựng NHTT thông

qua hệ thống pano, áp phích, băng rôn, phát thanh của địa phương. Bên cạnh đó cần tổ chức các buổi tập huấn, thảo luận nhằm nâng cao nhận thức và kỹ thuật trồng tỏi cho cán bộ và nhân dân địa phương; lồng ghép tuyên truyền về NHTT vào các hoạt động của thôn, xóm như các buổi họp xóm, họp thôn.

3.3.2. Thành lập Hiệp hội Quản lý NHTT tỏi Thái Thụy

Theo kết quả nghiên cứu, hiện nay chưa có Hiệp hội Quản lý NHTT tỏi Thái Thụy vì thế để khuyến khích người dân tham gia NHTT trước hết cần thành lập Hiệp hội Sản xuất và kinh doanh tỏi. Hiệp hội cần được thành lập dưới sự chỉ đạo của UBND tỉnh Thái Bình và đăng ký bảo hộ bởi Cục sở hữu trí tuệ và các cơ quan chức năng; Hiệp hội cần có quy định, quy chế rõ ràng về đối tượng tham gia vào Hiệp hội; đối tượng, điều kiện, tiêu chuẩn được cấp phép sử dụng NHTT, quy định về xử phạt đối với đối tượng làm giả, làm nhái hay không đáp ứng chất lượng sản phẩm mang nhãn hiệu Tỏi Thái Thụy; quy định về mức phí đóng góp đối với các thành viên của Hiệp hội; Hiệp hội cần có những buổi tập huấn, tuyên truyền cho các thành viên của Hiệp hội về quy trình trồng tỏi, vai trò, lợi ích và quyền lợi khi tham gia để người dân có thể hiểu rõ về NHTT từ đó đáp ứng được các quy định của Hiệp hội, góp phần phát triển và nâng cao danh tiếng sản phẩm tỏi Thái Thụy.

3.3.3. Xây dựng khung pháp lý để tạo điều kiện phát triển sản xuất và kinh doanh tỏi

Do có một số hộ có ý định không trồng tỏi hoặc giảm diện tích trồng tỏi chuyển sang trồng loại cây khác nên để chương trình xây dựng NHTT thành công UBND tỉnh Thái Bình kết hợp với UBND huyện Thái Thụy cần tạo điều kiện cho các hộ tiếp tục sản xuất kinh doanh tỏi bằng cách: có vùng quy hoạch riêng cho trồng tỏi để thuận tiện cho việc tưới tiêu cũng như chăm bón cho cây tỏi; Chuyển đổi loại cây trồng có năng suất không cao hoặc ít đem lại lợi nhuận sang sản xuất tỏi; Tạo điều kiện vay vốn, cung cấp giống cũng như kỹ thuật trồng tỏi tốt

nhất cho các hộ trồng tỏi; Áp dụng khoa học kỹ thuật vào sản xuất tỏi để nâng cao chất lượng sản phẩm tỏi, giảm chi phí, tăng năng suất từ đó nâng cao danh tiếng tỏi Thái Thụy.

4. KẾT LUẬN

Việc xây dựng NHTT Tỏi Thái Thụy góp phần vào việc gìn giữ, duy trì và phát triển một nghề truyền thống của địa phương, tạo thêm công ăn việc làm cho người lao động, tăng thêm thu nhập, nâng cao đời sống cho người dân địa phương.

Diện tích trồng tỏi qua các năm có xu hướng giảm từ 90ha năm 2010 xuống còn 70ha năm 2012.

Sử dụng các số liệu đã thu thập phân tích, ước lượng được mô hình hồi quy tuyến tính, các biến đưa vào mô hình đã giải thích 47,71% sự thay đổi của mức WTP và các biến có ý nghĩa thống kê là biến trình độ học vấn, quy mô trồng tỏi và biến thu nhập.

Phân tích số liệu cũng cho thấy, mức sẵn lòng chi trả TB để tham gia xây dựng và sử dụng NHTT tỏi của nữ cao hơn nam nhưng sự khác biệt không nhiều. Phân tích yếu tố trình độ học vấn ta thấy được nhu cầu đóng phí để tham gia xây dựng và sử dụng NHTT của các hộ sản xuất và kinh doanh tỏi ở trình độ THPT cao hơn những người dưới THPT nhưng đối với đối tượng phỏng vấn có trình độ từ trung cấp trở lên lại có mức WTP ít hơn. Yếu tố thu nhập được xác định là có ảnh hưởng lớn tới mức WTP. Thu nhập càng cao thì người dân có xu hướng sẵn lòng trả càng nhiều. Đối với mức thu nhập trên 4 triệu, mức bằng lòng trả để tham gia xây dựng và sử dụng NHTT là 65.000 đồng/sào/năm cao hơn nhiều so với nhóm hộ có thu nhập dưới 2 triệu là 30.952 đồng/sào/năm. Yếu tố quy mô trồng tỏi cũng có ảnh hưởng nhất định đến mức sẵn lòng chi trả cho việc tham gia xây dựng và sử dụng NHTT của người dân. Nhóm hộ có quy mô càng lớn thì mức WTP càng cao.

Để thu hút người dân tham gia xây dựng và sử dụng NHTT sản phẩm tỏi Thái Thụy, bài viết đã đưa ra các giải pháp: Một là, chính quyền địa phương có các biện pháp nhằm nâng cao nhận thức cộng đồng bao gồm cả cán bộ và người dân

Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến nhu cầu tham gia xây dựng và sử dụng nhãn hiệu tập thể tỏi Thái Thụy của hộ trồng tỏi tỉnh Thái Bình

thông qua các hình thức tuyên truyền hoặc các buổi tập huấn. Hai là, thành lập Hiệp hội Quản lý NHTT tỏi Thái Thụy dưới sự chỉ đạo của UBND tỉnh Thái Bình và sự bảo hộ của Cục Sở hữu trí tuệ và các cơ quan chức năng. Ba là, xây dựng khung pháp lý để tạo điều kiện phát triển sản xuất và kinh doanh tỏi như quy hoạch vùng sản xuất tỏi, chuyển đổi loại cây trồng có năng suất không cao hoặc ít lợi nhuận sang sản xuất tỏi, tạo điều kiện vay vốn, cung cấp giống cũng như kỹ thuật trồng tỏi tốt nhất cho các hộ trồng tỏi.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Phòng thống kê (2012). Báo cáo tổng kết 3 năm 2010-2012 huyện Thái Thụy, tỉnh Thái Bình.
- Lan Chi (2011). Nghịch lý tỏi Trung Quốc lấn sân tỏi nội. Truy cập ngày 6/4/2013 tại <http://www.baomoi.com/Nghich-ly-toi-Trung-Quoc-lan-san-toi-noi/84/6751068.epi>.
- Tổ Như (2013). Gia vị Trung Quốc có dư thuốc trừ sâu: Âm thầm “tấn công”. Truy cập ngày 12/6/2013 tại <http://dddn.com.vn/thi-truong/gia-vi-trung-quoc-co-du-luong-thuoc-tru-sau-am-tham-tan-cong-20130515102641983.htm>.