

**XÁC ĐỊNH NHU CẦU XÂY DỰNG NHÃN HIỆU TẬP THỂ  
CỦA HỘ TRỒNG CÀ PHÊ HUYỆN MƯỜNG ẮNG, TỈNH ĐIỆN BIÊN**

**Bùi Đình Hòa<sup>1</sup>, Lò Văn Tiến<sup>2</sup>  
Đỗ Xuân Luật<sup>3</sup>, Bùi Thị Thanh Tâm<sup>4</sup>**

**Tóm tắt**

Xây dựng nhãn hiệu tập thể được xem là phương thức hiệu quả để quảng bá nông sản ra thị trường, tăng sức cạnh tranh nông sản và nâng cao thu nhập cho nông dân. Ở nước ta, vấn đề xây dựng nhãn hiệu tập thể cho nông sản đã và đang được Nhà nước quan tâm và hỗ trợ, đặc biệt kể từ khi có luật Sở hữu trí tuệ năm 2005. Trên cơ sở kết quả điều tra 90 hộ sản xuất cà phê trên địa bàn huyện Mường Ảng và sử dụng phương pháp định giá ngẫu nhiên CVM (Contingent Valuation Method), nghiên cứu đã đánh giá thực trạng sản xuất và xác định nhu cầu xây dựng của hộ trồng cà phê ở huyện Mường Ảng. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng mức độ sẵn lòng đóng góp xây dựng nhãn hiệu tập thể bình quân của hộ trồng cà phê là 211.83 nghìn đồng/hộ/năm, mức thấp nhất là 112.05 nghìn đồng và cao nhất là 416.87 nghìn đồng. Trong các yếu tố ảnh hưởng tới mức sẵn lòng đóng góp của hộ, thu nhập từ cà phê và tuổi của vườn cà phê là hai yếu tố có ảnh hưởng lớn đến mức sẵn lòng đóng góp để tham gia xây dựng và sử dụng nhãn hiệu tập thể cà phê Mường Ảng. Kết quả nghiên cứu gợi ý rằng những hộ có kinh nghiệm trồng cà phê lâu năm và có mức thu nhập cao hơn thường sẵn lòng đóng góp nhiều hơn. Do đó, việc tuyên truyền vận động xây dựng nhãn hiệu tập thể (NHTT) trước hết nên hướng vào những nhóm hộ này để tạo ra sức lan tỏa trong triển khai xây dựng NHTT cho cà phê tại địa phương. Huyện nên triển khai các lớp tập huấn trao đổi về nhãn hiệu tập thể đối với sự phát triển sản xuất kinh doanh cà phê nhằm nâng cao nhận thức của hộ cà phê. Về lâu dài, quản lý nhãn hiệu tập thể sau khi đăng ký bảo hộ với cơ quan nhà nước có ý nghĩa quan trọng, tạo tiền đề quảng bá hiệu quả và bền vững NHTT cà phê Mường Ảng trên thị trường.

**Từ khoá:** Cà phê, Mức sẵn lòng chi trả; Mường Ảng; Nhãn hiệu tập thể.

**IDENTIFYING THE WILLINGNESS TO BUILD A COLLECTIVE BRAND OF COFFEE IN  
MUONG ANG DISTRICT, DIEN BIEN PROVINCE**

**Abstract**

Collective brand development is seen as an effective way to advertise agricultural products, increase farm competitiveness, and increase farm incomes. In Vietnam, the issue of brand development for agricultural products has received a great deal of attention and support from the State, as shown in the 2005 Intellectual Property Law. This paper used the data of 90 coffee households in Muong Ang district to examine the extent to which households are willing to contribute to build a collective brand for coffee products in the district. The Contingent Valuation Method (CVM) was used to estimate the willingness to pay (WTP) and analyze determinants of WTP. The results showed that the average willingness to contribute to the collective brand of coffee is 210.56 thousand VND per household per year, with a WTP range 110.98 thousand VND to 412.36 thousand. Among factors influencing the willingness of the household to contribute, the household's income from coffee and the age of the coffee plantation have a great influence on WTP. Based on research findings, some solutions are suggested to encourage coffee farmers to build and use the collective brand for Muong Ang coffee.

**Key words:** Collective brand, WTP, Muong Ang, coffee.

**1. Giới thiệu**

Nhãn hiệu tập thể nông sản là các dấu hiệu phân biệt nguồn gốc địa lý, nguyên vật liệu, mô hình sản xuất hoặc các đặc tính chung khác của hàng hóa hoặc dịch vụ của các nông hộ khác nhau cùng sử dụng nhãn hiệu tập thể (Gabriela Head & cs, 2013). Xây dựng thương hiệu nông sản là một trong những giải pháp then chốt để

nâng cao sức cạnh tranh và tăng giá trị nông sản (Vũ Thị Lộc, 2008)). Ở nước ta, mặc dù nông sản chiếm tỷ trọng lớn trong tổng lượng hàng xuất khẩu của Việt Nam nhưng giá xuất khẩu của các mặt hàng chủ lực như: Gạo, chè, cà phê, hạt tiêu, hạt điều,... của Việt Nam vẫn luôn ở mức thấp hơn so với các nước khác cùng xuất khẩu những mặt hàng này như Thái Lan, Indonesia,

Trung Quốc (Võ Tông Xuân, 2004). Sự thua thiệt về giá cả không chỉ do nông sản của ta mới ở dạng thô hoặc sơ chế mà còn do phần lớn các mặt hàng không có thương hiệu riêng (Ngô Thị Hoài Lam, 2010). Theo đánh giá của các chuyên gia, có tới 85 - 90 % lượng hàng nông sản của Việt Nam xuất khẩu ra thị trường thế giới phải thông qua các đầu mối trung gian hoặc bằng cách “núp bóng” các thương hiệu nước ngoài (Bàn Hữu Đạo, 2009). Trong điều kiện hội nhập, để góp phần nâng cao khả năng cạnh tranh của nông sản Việt Nam trên thị trường quốc tế, thì một trong những vấn đề cần quan tâm là xây dựng, đăng ký và phát triển nhãn hiệu tập thể (Trần Việt Hùng, 2011).

Huyện Mường Ảng là huyện có quy mô trồng và kinh doanh cây cà phê lớn nhất của tỉnh Điện Biên. Theo số liệu của Chi cục Thống kê Mường Ảng, tính đến 31/12/2016 diện tích cà phê trên địa bàn đạt 3.449,30 ha, trong đó trồng mới 56 ha, với năng suất ước đạt 18 tạ/ha; Sản lượng cà phê trâu ước đạt: 6.000 tấn (Chi Cục thống kê Mường Ảng, 2016). Về chất lượng cà phê Mường Ảng đã bước đầu được khẳng định trên thị trường trong nước và quốc tế. Việc tiêu thụ sản phẩm cà phê trên địa bàn huyện chủ yếu là cà phê trâu do các doanh nghiệp từ nơi khác đến thu mua, cùng với tư thương trên địa bàn huyện thu gom thông qua các đại lý nhỏ để bán cho các doanh nghiệp. Do đó giá cả, sản lượng cà phê tiêu thụ hoàn toàn phụ thuộc vào các doanh nghiệp. Việc quảng bá giới thiệu sản phẩm cà phê của huyện Mường Ảng gặp rất nhiều khó khăn, nguyên nhân chủ yếu là do cà phê Mường Ảng chưa được công nhận thương hiệu.

Để phát triển sản phẩm cà phê của huyện Mường Ảng, cần xây dựng nhãn hiệu tập thể (NHTT) nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh trong hội nhập kinh tế cũng như chống và ngăn chặn các hành vi xâm phạm thương hiệu cà phê của huyện. Để thực hiện được việc xây dựng thành công NHTT cho sản phẩm cà phê của huyện, trước hết cần phải nghiên cứu nhu cầu xây dựng NHTT của hộ trồng cà phê trên địa bàn huyện. Xuất phát từ những lý do trên, nghiên cứu này được thiết kế nhằm: (i) Đánh giá thực trạng sản xuất và tiêu thụ cà phê của huyện Mường Ảng; (ii) Xác định nhu cầu xây dựng NHTT của hộ trồng cà phê ở huyện Mường Ảng; (iii) Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến nhu cầu tham gia xây dựng NHTT cà phê huyện Mường Ảng của hộ trồng cà phê trên địa bàn huyện; (iv) Đề xuất giải pháp nhằm thúc đẩy quá trình xây dựng NHTT cho sản phẩm cà phê ở huyện Mường Ảng.

## **2. Phương pháp nghiên cứu**

### **2.1. Đánh giá nhận thức và sự sẵn lòng đóng góp xây dựng nhãn hiệu tập thể của hộ trồng cà phê huyện Mường Ảng, tỉnh Điện Biên**

Để đánh giá nhận thức của hộ cà phê về NHTT, nghiên cứu này sử dụng thang đo Likert với 3 cấp độ: (1) Chưa bao giờ nghe (2) Có biết nhưng chưa hiểu rõ (3) Hiểu rõ. Theo đó, thang đo này đo mức độ nhận thức của hộ cà phê về NHTT bằng cách sử dụng các lựa chọn trả lời để phân vùng phạm vi từ chưa bao giờ nghe đến hiểu rất rõ về NHTT. Thang đo Likert cho phép đánh giá mức độ nhận thức của nông hộ cà phê về NHTT. Kết quả đo lường nhận thức được thể hiện qua chỉ số tần số và tỷ lệ phần trăm số hộ có cùng mức đánh giá.

Để ước lượng và phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến mức kinh phí bằng lòng đóng góp của các hộ sản xuất cà phê cho hoạt động xây dựng NHTT cà phê Mường Ảng, nghiên cứu này vận dụng *Phương pháp định giá ngẫu nhiên CVM (Contingent Valuation Method)*. Theo đó, CVM được sử dụng để xác định mức sẵn lòng đóng góp cho xây dựng NHTT của hộ dân trồng cà phê (WTP - Willingness to pay) trên địa bàn nghiên cứu thông qua mô hình được viết dưới dạng:

$$WTP_i = \beta_0 + \sum_{j=1}^n \beta_j X_{ji} + U_i$$

Trong đó:  $i$  là chỉ số các quan sát;  $j$  là chỉ số của các biến;  $WTP_i$  là mức sẵn lòng đóng góp của hộ thứ  $i$ ;  $\beta_0$  là hệ số chặn (hằng số);  $\beta_j$  là hệ số hồi quy;  $X_j$  là biến giải thích  $j$  có ảnh hưởng đến mức độ sẵn lòng đóng góp xây dựng NHTT của nông hộ cà phê;  $X_{ij}$  là các giá trị quan sát thứ  $i$  của biến  $X_j$ ;  $n$  là số biến giải thích và  $U_i$  là sai số ngẫu nhiên của ước lượng. Mô hình WTP được ước lượng bằng mô hình Tobit chặn dưới vì biến phụ thuộc nhận giá trị 0 đối với một số quan sát và các quan sát còn lại nhận giá trị dương.

Để xác định mức sẵn lòng đóng góp của các nông hộ cà phê, nghiên cứu này sử dụng phương pháp phỏng vấn với câu hỏi kết thúc mở (Open-Ended Method). Các hộ được phỏng vấn sẽ trả lời các câu hỏi như: ông/bà có sẵn lòng đóng góp kinh phí để xây dựng NHTT cho cà phê Mường Ảng không? Nếu có thì Ông bà sẵn sàng đóng góp là bao nhiêu tiền? Phương pháp Open-Ended Method được lựa chọn vì ưu điểm của phương pháp này là ít phụ thuộc vào một mức đóng góp cho trước và có sự linh động trong xác định mức đóng góp tùy vào nhận thức của hộ về tầm quan trọng của xây dựng NHTT. Các biến sử dụng trong mô hình WTP được diễn giải như trong Bảng 1.

**Bảng 1:** Diễn giải các biến trong mô hình nghiên cứu

STT	Tên biến X	Ký hiệu	Diễn giải	ĐVT	Kỳ vọng dấu
1	Biến phụ thuộc	WTP	Mức mức kinh phí bằng lòng đóng góp của các hộ sản xuất cà phê cho hoạt động xây dựng NHTT cà phê Mường Ảng	Nghìn đồng/năm	
2	Thu nhập	TN	Thu nhập từ sản xuất, kinh doanh cà phê của hộ	Triệu đồng/năm	+
3	Học vấn	HV	Trình độ học vấn chủ hộ sản xuất cà phê	Năm	+
4	Tuổi	TUỔI	Tuổi của vườn cà phê	Năm	+
5	Giới tính	GIỚI	Biến giả, đại diện cho giới tính chủ hộ	1 nếu là nam giới; 0 nếu là nữ giới	-/+
6	Diện tích	DT	Diện tích vườn cà phê của hộ	Ha	+

*Nguồn: Tổng quan tài liệu nghiên cứu và tham vấn ý kiến chuyên gia, cán bộ địa phương*

## 2.2 Thu thập số liệu điều tra

Trong nghiên cứu này, số liệu thứ cấp được thu thập và hệ thống hóa từ niên giám thống kê, sách báo, báo cáo sơ kết, tổng kết của các sở, ngành, địa phương; các số liệu thống kê của tỉnh, huyện, bài báo, đề tài, các tài liệu khác về phát triển cây cà phê nói chung và cà phê huyện Mường Ảng nói riêng. Số liệu sơ cấp được thu thập thông qua phỏng vấn sâu các hộ trồng cà phê, qua các bước chọn mẫu được tiến hành như sau:

Bước 1. Qua phỏng vấn cán bộ quản lý nhà nước tại địa phương, diện tích nông hộ cà phê dưới 0.5 ha được cho là quy mô nhỏ; quy mô 0.5-1 ha là quy mô vừa phải và những hộ có diện tích trên 1 ha được cho là quy mô lớn hơn. Đặc điểm sản xuất cà phê trên địa bàn khá tương đồng về điều kiện thổ nhưỡng, khí hậu, phương pháp cách tác, chủng loại giống, năng suất, sản lượng. Sự khác nhau giữa các hộ chủ yếu ở quy mô diện tích cà phê canh tác, do đó chúng tôi tiến hành lựa chọn mẫu phân tầng dựa trên cơ cấu tỷ lệ số hộ trồng cà phê theo các mức diện tích đã nêu. Vì số hộ trồng cà phê trên địa bàn là rất lớn nên tác giả không sử dụng các công thức chọn mẫu vì như vậy cỡ mẫu sẽ rất lớn, trong khi tính đồng nhất lại cao. Thay vào đó, chúng tôi lựa chọn cỡ mẫu 90 hộ cà phê theo phương pháp lựa chọn ngẫu nhiên phân tầng, trong đó quy mô dưới 0.5 ha là 42 hộ (46.67%); quy mô từ 0.5-1 ha là 33 hộ (36.67%) và trên 1.0 ha là 15 hộ (19.66%).

Bước 2. Chọn xã đại diện cho vùng trồng cà

phê quy mô lớn của huyện. Các xã được chọn phải là các xã có diện tích trồng cà phê lớn của huyện. Với tiêu chí đó chúng tôi đã chọn 3 xã là: Xã Ảng Nưa, xã Ảng Cang và thị trấn Mường Ảng để khảo sát.

Bước 3. Chọn hộ khảo sát: Như đã phân tích, hộ được chọn theo phương pháp ngẫu nhiên phân tầng, tiêu chí chọn là quy mô diện tích cà phê của các hộ theo các mức: Quy mô  $\leq 0,5$  ha; Quy mô 0,5-1,0 ha; Quy mô  $\geq 1,0$  ha. Thông tin được thu thập bằng nhiều công cụ khác nhau như phỏng vấn bằng bảng câu hỏi soạn sẵn, phỏng vấn trực tiếp và ghi chép lại các thông tin định tính, phỏng vấn chuyên gia.

## 2.3 Xử lý số liệu

Số liệu sau khi khảo sát được nhập, làm sạch và mã hóa trong excel. Các thông kê mô tả và ước lượng mô hình WTP sử dụng mô hình Tobit được thực hiện bằng phần mềm SPSS 19.0.

## 3. Kết quả và thảo luận

### 3.1. Thực trạng sản xuất cà phê huyện Mường Ảng

#### 3.1.1. Diện tích cà phê của huyện Mường Ảng

Đến thời điểm năm 2016 diện tích cây cà phê đạt 3449.30 ha, trong đó trồng mới 56 ha, phát triển tập trung ở các xã: Ảng Cang, Ảng Nưa, Ảng Tờ, Búng Lao, Mường Đàng, Ngồi Cáy và thị trấn Mường Ảng. Cây cà phê đã được khẳng định là cây thế mạnh của huyện, giúp người dân giải quyết được tương đối nguồn lao động nông nghiệp nhàn rỗi, tăng thu nhập cho người dân, từng bước cải thiện đời sống, xoá đói, giảm nghèo.

**Bảng 2:** Diện tích trồng cà phê phân theo xã, thị trấn

		Đơn vị: Ha				
STT	Địa phương	Năm 2012	Năm 2013	Năm 2014	Năm 2015	Năm 2016
1	Thị trấn Mường Ảng	166.00	196.00	227.70	211.00	210.00
2	Xã Mường Đăng	243.00	260.00	243.85	276.00	276.00
3	Xã Ngòi Cáy	177.70	188.70	243.50	205.00	206.00
4	Xã Ảng Tờ	627.70	671.70	620.51	725.00	727.00
5	Xã Búng Lao	438.60	456.60	434.79	400.00	401.00
6	Xã Xuân Lao	100.60	105.60	132.63	90.00	90.00
7	Xã Ảng Nưa	714.50	738.50	745.21	776.00	784.00
8	Xã Ảng Cang	446.20	493.20	482.19	562.00	572.00
9	Xã Nậm Lịch	158.20	160.20	171.24	134.00	134.00
10	Xã Mường Lạn	45.70	47.70	47.38	49.00	49.30
<b>Tổng số</b>		<b>3 118.20</b>	<b>3 318.20</b>	<b>3 349.00</b>	<b>3 428.00</b>	<b>3 449.30</b>

Nguồn: Niên giám thống kê huyện Mường Ảng năm 2016

**Bảng 3:** Sản lượng cà phê phân theo xã, thị trấn

		Đơn vị: Tấn				
STT	Địa phương	Năm 2012	Năm 2013	Năm 2014	Năm 2015	Năm 2016
1	Thị trấn Mường Ảng	454.00	475.00	358.24	316.00	235.00
2	Xã Mường Đăng	278.00	288.00	186.27	463.00	208.00
3	Xã Ngòi Cáy	276.00	256.00	212.93	338.00	112.60
4	Xã Ảng Tờ	1 195.00	1 210.00	592.16	1 191.00	671.00
5	Xã Búng Lao	163.00	598.00	391.98	720.00	318.00
6	Xã Xuân Lao	7.50	55.00	204.87	156.00	70.00
7	Xã Ảng Nưa	1 093.00	1 090.00	823.53	1 357.00	886.00
8	Xã Ảng Cang	590.00	631.00	402.54	848.00	493.00
9	Xã Nậm Lịch	302.50	337.00	18.24	224.00	72.60
10	Xã Mường Lạn	30.00	25.00	9.24	87.00	28.60
<b>Tổng số</b>		<b>4 389.00</b>	<b>4 965.00</b>	<b>3 200.00</b>	<b>5700.00</b>	<b>3 094.80</b>

Nguồn: Niên giám thống kê huyện Mường Ảng năm 2016

### 3.1.2. Sản lượng cà phê của huyện Mường Ảng

Qua Bảng 3 cho thấy sản lượng cà phê của huyện không ổn định và biến động trong khoảng từ 3 000 tấn đến gần 6 000 tấn trên năm; Năng suất trung bình ước đạt 10 tấn cà phê tươi/ha. Về chất lượng cà phê Mường Ảng bước đầu đã được khẳng định trên thị trường trong nước và quốc tế.

### 3.2 Nhận thức và sự sẵn lòng đóng góp xây dựng nhãn hiệu tập thể của hộ trồng cà phê huyện Mường Ảng, tỉnh Điện Biên.

#### 3.2.1. Nhận thức của hộ sản xuất cà phê huyện Mường Ảng về NHHT

**Bảng 4:** Nhận thức của hộ sản xuất về nhãn hiệu tập thể

STT	Diễn giải	Số người được hỏi	Mức độ đánh giá					
			Chưa bao giờ nghe		Có biết nhưng chưa hiểu rõ		Hiểu rõ	
			Số lượng (Người)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (Người)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (Người)	Tỷ lệ (%)
1	Tổng số	90	38	42.22	45	50.00	7	7.78
2	Quy mô ≤ 0.5 ha	42	20	47.61	19	45.23	3	7.16
3	Quy mô 0.5-1.0 ha	33	14	42.42	17	51.51	2	6.07
4	Quy mô ≥ 1.0 ha	15	4	26.67	9	60.00	2	13.33

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu điều tra của tác giả

Trong tổng số 90 người được hỏi hiểu biết của họ về NHHT thì có 38 người, tương đương với 42.22% tổng số người được hỏi gần như

không biết gì về NHHT, họ chưa bao giờ nghe về NHHT. Có 45 người được hỏi tương đương với 50.00% tổng số người được hỏi có biết về NHHT

nhưng lại không hiểu rõ về bản chất của NHTT, chỉ hiểu lờ mờ và cũng không dành sự quan tâm nhiều. Số người thật sự hiểu về NHTT chỉ có 7 người chiếm 7.78% tổng số người được hỏi, đa phần những người này là những chủ hộ sản xuất ở quy lớn, là những người trẻ năng động, luôn trăn trở tìm hướng phát triển sản xuất.

Bảng 5 tổng hợp những ý kiến của các hộ về vấn đề xây dựng NHTT cà phê Mường Ảng. Qua bảng 5 cho thấy 76 trong tổng số 90 người được hỏi cho rằng cần thiết phải xây dựng NHTT cho

sản phẩm Cà phê Mường Ảng chiếm 84.44%. Có 9 người có quan điểm chưa rõ ràng về xây dựng NHTT cho Cà phê Mường Ảng do nhận thức của họ chưa rõ ràng về tầm quan trọng của NHTT mang lại. Khi được hỏi về việc đóng góp kinh phí xây dựng, quản lý, phát triển NHTT Cà phê Mường Ảng có 83 ý kiến đồng ý đóng góp chiếm 92.22% số người được hỏi. Đây là tín hiệu tốt để địa phương xem xét sớm triển khai đăng ký bảo hộ cho sản phẩm chủ lực và có thể mạnh của mình.

**Bảng 5: Tổng hợp ý kiến hộ sản xuất về xây dựng NHTT cà phê Mường Ảng**

STT	Chỉ tiêu	Số ý kiến (người)	Tỷ lệ (%)
	Xây dựng thương hiệu Cà phê Mường Ảng theo NHTT	90	100.00
1	- Cần thiết	76	84.44
	- Không cần thiết	5	5.56
	- Khác	9	10.00
	Tham gia mô hình xây dựng quản lý, phát triển NHTT Cà phê Mường Ảng	100	100.00
2	- Có tham gia	72	72.00
	- Không	4	4.00
	- Khác	14	14.00
	Đóng góp kinh phí xây dựng, quản lý, phát triển NHTT Cà phê Mường Ảng		100.00
3	- Đồng ý	83	92.22
	- Không đồng ý	7	7.78

**3.2.2. Sự sẵn lòng đóng góp của các hộ trồng cà phê**

Khi phân tích số liệu, đối với các biến mà hệ số ước lượng của biến đó có mức ý nghĩa (Sig.) >

*Nguồn: Tổng hợp từ số liệu điều tra của tác giả*  
 $\alpha = 0.05$  thì hệ số ước lượng của biến này không có ý nghĩa thống kê và ngược lại. Thống kê mô tả các biến sử dụng trong mô hình WTP được thể hiện qua Bảng 6.

**Bảng 6: Thống kê mô tả các biến sử dụng trong mô hình WTP**

Tên biến	Số quan sát	Giá trị tối thiểu	Giá trị tối đa	Giá trị bình quân	Độ lệch chuẩn
Thu nhập (triệu đồng/năm)	90	9	85	36.040	22.450
Mức WTP (1000đồng/năm)	90	0	450	210.560	98.720
Tuổi vườn cà phê (năm)	90	5	24	11.310	4.926
Trình độ học vấn (năm)	90	4	15	7.870	3.339
Giới tính (1=Nam/0=Nữ)	90	0	1	0.560	0.500
Diện tích cà phê (ha)	90	0.200	2.600	0.890	0.580

Bảng 7 trình bày kết quả phân tích các nhân tố ảnh hưởng và ước lượng mức sẵn lòng đóng góp của hộ sản xuất cho xây dựng NHTT cà phê huyện Mường Ảng. Kết quả ước lượng cho thấy mức ý nghĩa (Prob>chi2) = 0.0000 <  $\alpha = 0.01$ , mô

*Nguồn: Phân tích thống kê mô tả của tác giả*  
 hình hoàn toàn phù hợp và có ý nghĩa. Hay nói cách khác, các biến độc lập có tương quan tuyến tính với biến phụ thuộc với mức độ tin cậy là 99%.

**Bảng 7: Kết quả ước lượng Tobit các yếu tố ảnh hưởng đến WTP**

Tên biến	Hệ số ước lượng		Thông kê t	Mức ý nghĩa (Sig.)
	Hệ số	Sai số chuẩn		
Hệ số chặn	42.729	21.539	1.98	0.051*
Thu nhập (triệu đồng/năm)	1.558	0.683	2.28	0.02**
Tuổi vườn cà phê (năm)	8.346	2.918	2.86	0.005**
Trình độ học vấn (năm)	3.268	3.893	0.84	0.404
Giới tính (1-Nam/0-Nữ)	-18.317	12.941	-1.42	0.161
Diện tích cà phê (ha)	4.670	19.804	0.24	0.814
Giá trị sigma	60.299	4.812		
Số quan sát	90			
LR chi2 (5)	92.79			
Prob>chi2	0.0000			
Pseudo R2	0.0902			

Nguồn: Kết quả ước lượng mô hình WTP của tác giả. Biến phụ thuộc: Mức WTP (nghìn đồng/năm)

Chú thích: \*\* Có ý nghĩa thống kê ở mức 5%; \* có ý nghĩa thống kê ở mức 10%

Như vậy, các nhân tố ảnh hưởng đến mức sẵn lòng đóng góp cho xây dựng và quản lý NHTT cà phê Mường Ảng được diễn giải như sau:

*(i) Yếu tố thu nhập từ trồng cà phê:*

Biến thu nhập được xác định là biến có ảnh hưởng lớn tới mức WTP cho việc xây dựng, phát triển và quản lý NHTT cà phê Mường Ảng. Hệ số ước lượng của biến này có giá trị dương và có ý nghĩa thống kê ở mức 5%. Với các điều kiện khác không đổi nếu thu nhập của hộ tăng thêm 1 triệu đồng/năm thì mức sẵn sàng đóng góp của hộ cho xây dựng NHTT là 1.558 nghìn đồng/năm. Điều này hoàn toàn phù hợp với thực tế là các hộ có thu nhập cao từ cây cà phê đều là các hộ có kinh tế khá và giàu vì vậy các hộ sản xuất này sẵn sàng chi trả để được sử dụng NHTT cà phê Mường Ảng.

Đây là một trong những yếu tố rất quan trọng xác định một trong những nhiệm vụ hàng đầu bên cạnh việc nâng cao uy tín, danh tiếng, thương hiệu sản phẩm thì việc đầu tiên cần làm đó là làm sao để tăng thu nhập cho các hộ sản xuất cà phê Mường Ảng.

*(ii) Yếu tố Tuổi của vườn cà phê:*

Hệ số ước lượng của biến này có giá trị dương và có ý nghĩa thống kê ở mức 1%. Tuổi của vườn cà phê tăng thêm 1 năm tuổi thì mức sẵn lòng đóng góp của hộ tăng thêm 8.346 nghìn đồng. Đối với loại cây trồng dài ngày như cây cà phê thì tuổi vườn cây là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến nhu cầu về xây dựng, quản lý và phát triển NHTT. Các hộ có vườn cây cà phê lâu năm

cho thu hoạch ổn định sẽ sẵn sàng chi trả cao hơn so với các hộ có vườn cây ít năm hơn.

*(iii) Trình độ học vấn:*

Hệ số ước lượng của biến này có giá trị dương, phản ánh mối tương quan thuận giữa trình độ học vấn của chủ hộ và mức sẵn lòng đóng góp cho xây dựng NHTT. Tuy nhiên, hệ số ước lượng của biến này không có ý nghĩa thống kê ở mức 5%, do đó không có cơ sở để khẳng định rằng trình độ học vấn có ảnh hưởng thuận đến mức đóng góp của hộ.

*(iv) Giới tính của chủ hộ:*

Hệ số ước lượng của biến này có giá trị âm. Những hộ mà chủ hộ là nam giới có mức sẵn lòng đóng góp thấp hơn những hộ mà chủ hộ là nữ giới bình quân 18.317 nghìn đồng/năm. Tuy nhiên, sự khác biệt này không có ý nghĩa thống kê ở mức 5% nên không có cơ sở để khẳng định giới tính của chủ hộ có ảnh hưởng đến mức độ đóng góp của hộ.

*(v) Quy mô diện tích cà phê:*

Hệ số ước lượng của biến này có giá trị dương. Những hộ có diện tích cà phê càng lớn thì mức đóng góp càng cao. Nếu diện tích cà phê tăng thêm 1 ha, mức sẵn lòng đóng góp của hộ tăng thêm 4.67 nghìn đồng. Tuy nhiên, hệ số ước lượng của biến này không có ý nghĩa thống kê ở mức 5% nên không có cơ sở để khẳng định diện tích cà phê có ảnh hưởng thuận chiều đến mức sẵn lòng đóng góp của hộ

Tóm lại, trong số các biến giải thích đưa vào mô hình, tuổi của vườn cà phê và mức thu nhập của hộ là có ảnh hưởng có ý nghĩa thống kê tới

mức sẵn lòng đóng góp cho xây dựng NHTT cà phê. Từ kết quả ước lượng của mô hình, ta có thể viết lại hàm hồi quy như sau:

$$WTP_{NHTT} = 42.729 + 1.558 TN + 8.346 TUOI + 3.268 HV - 18.317 GIOI + 4.670 DT + U$$

Kết quả từ mô hình cũng cho ta biết mức độ sẵn lòng đóng góp bình quân ước lượng ở mức 211.83 nghìn đồng/hộ/năm, mức thấp nhất là 112.05 nghìn đồng và cao nhất là 416.87 nghìn đồng (Bảng 8).

**Bảng 8: Giá trị ước lượng WTP**

Chỉ tiêu	Giá trị tối thiểu	Giá trị tối đa	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Số quan sát
Giá trị ước lượng mức sẵn sàng đóng góp cho xây dựng NHTT (nghìn đồng/hộ/năm)	112.05	416.87	211.83	83.09	90

**Tóm lại:** Dựa trên điều tra 90 hộ, bằng phương pháp định giá ngẫu nhiên đã xác định được mức sẵn lòng đóng góp của hộ dân cho xây dựng NHTT cà phê Mường Ảng, mức sẵn lòng đóng góp giữa các hộ khác nhau do ảnh của các yếu tố khác nhau. Mức sẵn lòng đóng góp bình quân là 211.83 nghìn đồng/hộ/năm. Các nhân tố ảnh hưởng chủ yếu đến mức sẵn lòng đóng góp này là thu nhập hộ và tuổi của vườn cây cà phê, còn các yếu tố khác ảnh hưởng không rõ ràng.

#### **4. Kết luận và kiến nghị**

Việc xây dựng NHTT cà phê Mường Ảng góp phần vào việc giữ gìn và phát triển một cây trồng đặc sản của địa phương nhằm nâng cao thu nhập cho người trồng cà phê trên địa bàn huyện trọng điểm cà phê của tỉnh Điện Biên. Nghiên cứu này sử dụng phương pháp CVM, trên cơ sở số liệu khảo sát 90 hộ trồng cà phê để ước lượng mức sẵn lòng đóng góp xây dựng NHTT và các yếu tố ảnh hưởng đến mức sẵn lòng đóng góp này.

Qua nghiên cứu mức sẵn lòng đóng góp của các hộ sản xuất và kinh doanh cho hoạt động xây dựng quản lý NHTT cà phê Mường Ảng thấy rằng đa số các hộ đã ý thức được trách nhiệm trong vấn đề này. Tuy nhiên do năng lực, nên các mức sẵn lòng đóng góp có sự khác nhau. Kết quả từ mô hình cho biết mức độ sẵn lòng đóng góp bình quân ước lượng ở mức 211.83 nghìn đồng/hộ/năm, mức thấp nhất là 112.05 nghìn đồng và cao nhất là 416.87 nghìn đồng.

Nhìn chung, mức bằng lòng đóng góp còn thấp do phần lớn các hộ không hiểu rõ về ý nghĩa của việc xây dựng NHTT. Vì vậy huyện cần có giải pháp tuyên truyền vận động các hộ tham gia xây dựng NHTT cà phê Mường Ảng nhằm nâng cao nhận thức của người sản xuất, kinh doanh cà phê về xây dựng NHTT cà phê Mường Ảng. Việc tổ chức các buổi tập huấn, trao đổi về NHTT, vai trò của xây dựng và phát triển NHTT đối với sự phát triển sản xuất cho các hộ sản

*Nguồn: Kết quả ước lượng WTP sử dụng mô hình Tobit của tác giả xuất, kinh doanh là hết sức cần thiết. Kết quả nghiên cứu cũng gợi ý rằng những hộ có kinh nghiệm lâu năm và có mức thu nhập cao hơn thường sẵn lòng đóng góp mức cao hơn. Do đó, việc tuyên truyền vận động trước hết nên hướng vào những nhóm hộ này để tạo ra sức lan tỏa về ý nghĩa triển khai xây dựng NHTT cho cà phê tại địa phương. Về lâu dài, cần có biện pháp quản lý NHTT sau khi đăng ký bảo hộ với cơ quan nhà nước. Điều này có ý nghĩa quan trọng, tạo tiền đề quảng bá có hiệu quả thương hiệu mang NHTT cà phê Mường Ảng trên thị trường. Việc quản lý NHTT cà phê Mường Ảng trên thị trường sẽ thông qua quy chế sử dụng NHTT cà phê Mường Ảng với các nội dung cần đưa vào quy chế để quản lý NHTT cà phê Mường Ảng như: Kết hợp với các cơ quan chuyên môn và Hiệp hội cà phê tỉnh Điện Biên xây dựng quy trình sản xuất chuẩn cho cây cà phê; Các tổ chức cá nhân đủ điều kiện đáp ứng tiêu chuẩn sản xuất, kinh doanh mới mới được tham gia sử dụng NHTT cà phê Mường Ảng; Tên gọi và lôgô NHTT cà phê Mường Ảng được in trên bao bì sản phẩm sẽ giúp quảng bá rộng rãi về hình ảnh cà phê Mường Ảng như là một trung tâm sản xuất cà phê có chất lượng cao. Đồng thời phải có mã số trên bao bì đối với từng cơ sở để đảm bảo truy xuất nhanh nguồn gốc hàng hóa khi có phát hiện vi phạm nhái sản phẩm, sản phẩm không đảm bảo chất lượng nhưng cũng mang NHTT cà phê Mường Ảng; Các thành viên phải đảm bảo các sản phẩm mang NHTT cà phê Mường Ảng đạt tiêu chuẩn chung của tổ chức quản lý NHTT cà phê Mường Ảng; và kêu gọi sự ủng hộ tài chính và pháp luật từ phía cơ quan nhà nước và các tổ chức tài chính khi xây dựng, quản lý và phát triển NHTT cà phê Mường Ảng để đảm bảo xây dựng thành công NHTT cho sản phẩm cà phê truyền thống của huyện.*

**TÀI LIỆU THAM KHẢO**

- [1]. Chi cục thống kê huyện Mường Ảng. (2016). *Niên giám thống kê huyện Mường Ảng năm 2016*.
- [2]. Bùi Hữu Đạo. (3.9.2009). *Vai trò của xây dựng thương hiệu đối với doanh nghiệp*. Truy cập ngày 26/12/2017, từ <https://thongtinphapluatdansu.edu.vn/2009/09/03/3733/>.
- [3]. Head, G., Schau, H. J., & Thompson, K. (2013). Facilitating collective brand engagement and collaborative production through cultural marketing. In *Marketing Management: A Cultural Perspective* (pp. 194-211). Taylor and Francis. DOI: 10.4324/9780203357262
- [4]. Ngô Thị Hoài Lam. (2010). *Thương hiệu với các doanh nghiệp Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế*. NXB Trường Đại học Kinh tế Quốc dân.
- [5]. Trần Việt Hùng. (2011). Định hướng phát triển bảo hộ tài sản trí tuệ cho nông sản tỉnh Hà Giang. *Hội thảo Khoa học và diễn đàn đầu tư “Vì Hà Giang Phát triển”*. Hà Giang, ngày 21/4/2011.
- [6]. Vũ Thị Lộc. (2008). *Xây dựng và phát triển thương hiệu*. NXB Thống kê.
- [7]. Võ Tòng Xuân. (2004). Làm sao để nông sản Việt Nam xâm nhập thị trường Thế giới. *Báo Pháp luật*, Bộ Tư pháp.

---

**Thông tin tác giả:**

**1. Bùi Đình Hòa**

-Đơn vị công tác: Khoa Kinh tế & PTNT – Trường ĐH Nông Lâm  
Thái Nguyên  
- Địa chỉ email: [bdhoa1955@gmail.com](mailto:bdhoa1955@gmail.com)

**2. Lò Văn Tiến**

-Đơn vị công tác: Ủy Ban Nhân Dân tỉnh Điện Biên

**3. Đỗ Xuân Luận**

-Đơn vị công tác: Khoa Kinh tế & PTNT – Trường ĐH Nông Lâm  
Thái Nguyên

**4. Bùi Thị Thanh Tâm**

-Đơn vị công tác: Khoa Kinh tế & PTNT – Trường ĐH Nông Lâm  
Thái Nguyên

Ngày nhận bài: 18/12/2017

Ngày nhận bản sửa: 26/12/2017

Ngày duyệt đăng: 15/01/2018