

KHẢ NĂNG TIẾP CẬN THỊ TRƯỜNG CỦA NÔNG HỘ TRỒNG KHÓM Ở HUYỆN TÂN PHƯỚC, TỈNH TIỀN GIANG

Nguyễn Quốc Nghi¹ và Mai Văn Nam²

¹ Khoa Kinh tế & Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Cần Thơ

² Khoa Sau đại học, Trường Đại học Cần Thơ

Thông tin chung:

Ngày nhận: 16/08/2014

Ngày chấp nhận: 31/12/2014

Title:

Market accessibility of pineapples growing households at Tan Phuoc District in Tien Giang Province

Từ khóa:

Khả năng tiếp cận thị trường, mức độ tiếp cận thị trường, nông hộ trồng khóm

Keywords:

Market accessibility, level of the market accessibility, pineapples growing households

ABSTRACT

The research aims to determine factors that affect market accessibility and market accessibility levels of pineapples growing farmers in Tan Phuoc district, Tien Giang province. Research data were collected from 236 pineapples growing farmers in the district by direct interview questionnaire. Logistic regression and linear regression analysis were explored in this research. Results showed that production areas, age, experience, education, telephone and relationships were the factors positively impacted on market accessibility of pineapples growing farmers. Besides, production areas, education, training, telephone and relationship are the factors positively correlated with market accessibility levels of pineapples growing farmers. A number of recommendations are proposed to enhance the market accessibility and the level of the market accessibility for pineapples growing farmers.

TÓM TẮT

Mục tiêu của nghiên cứu này nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận thị trường và mức độ tiếp cận thị trường của nông hộ trồng khóm ở huyện Tân Phước, tỉnh Tiền Giang. Số liệu của nghiên cứu được phỏng vấn trực tiếp từ 236 nông hộ trồng khóm trên địa bàn nghiên cứu. Các phương pháp phân tích được sử dụng trong nghiên cứu là hồi qui logistic và hồi qui tuyến tính đa biến. Kết quả nghiên cứu cho thấy, các nhân tố diện tích sản xuất, tuổi tác, kinh nghiệm, trình độ học vấn, điện thoại và quen biết có tác động thuận chiều với khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ. Trong khi, nhân tố diện tích sản xuất, trình độ học vấn, tập huấn, điện thoại và quen biết tương quan thuận với mức độ tiếp cận thị trường của nông hộ trồng khóm. Một số kiến nghị được đề xuất nhằm nâng cao khả năng tiếp cận thị trường và mức độ tiếp cận thị trường cho nông hộ trồng khóm.

1 ĐẶT VẤN ĐỀ

Tiền Giang là tỉnh có diện tích trồng cây ăn trái lớn nhất cả nước, được mệnh danh là “vựa trái cây quốc gia”, với nhiều chủng loại đặc sản có giá trị kinh tế như xoài cát Hòa Lộc, khóm Tân Lập, vú sữa Lò Rèn Vĩnh Kim, thanh long Chợ Gạo, sớ ri Gò Công, sầu riêng Ngũ Hiệp, bưởi long Cổ Cò,...

Với giá trị kinh tế cao, cây ăn trái được xem là “cứu cánh” trong chiến lược xóa đói giảm nghèo của tỉnh Tiền Giang. Theo qui hoạch phát triển nông nghiệp, lâm nghiệp, thủy sản tỉnh Tiền Giang đến năm 2020, Tiền Giang đã và đang hình thành các vùng chuyên canh cây ăn trái, chẳng hạn như vùng chuyên canh xoài cát Hòa Lộc ở huyện Cái

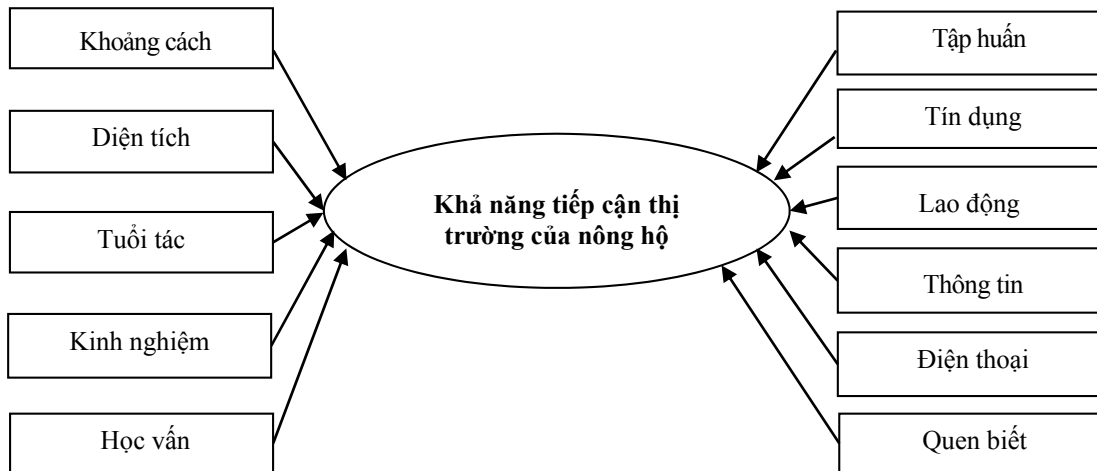
Bè, vùng chuyên canh thanh long ở huyện Chợ Gạo, đặc biệt là vùng chuyên canh khóm ở huyện Tân Phước với hơn 13.000 ha được xem là “vựa khóm quốc gia”. Trong những năm gần đây, thương hiệu khóm Tân Lập ngày càng được nhiều người tiêu dùng trong và ngoài nước biết đến. Khóm Tân Lập được xem là cây trồng xóa đói giảm nghèo của huyện Tân Phước nói riêng và tỉnh Tiền Giang nói chung. Tuy nhiên, một vấn đề rất quan trọng mà hầu hết nông hộ đang phải đối mặt đó chính là thị trường đầu ra bấp bênh, tiềm ẩn nhiều rủi ro. Vấn đề này xuất phát từ khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ còn nhiều hạn chế. Chính vì thế, nghiên cứu này được thực hiện nhằm tìm ra các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận thị trường, từ đó đề xuất các gợi ý chính sách nhằm nâng cao khả năng tiếp cận thị trường cho nông hộ sản xuất khóm ở huyện Tân Phước, tỉnh Tiền Giang.

2 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1 Mô hình nghiên cứu

Mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận thị trường

Chủ đề khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ được nhiều học giả trong và ngoài nước quan tâm, có thể kể đến một số tác giả ngoài nước như: Senyolo, Chaminuka, Makhura, Belete (2009), Takashi Yamano *et al.* (2010), Berahanu Kuma (2012), Sushil Pandey *et al.* (2001), Anteneh *et al.* (2011), Van Schalkwyk *et al.* (2007), Nadezda Amaya *et al.* (2011) và các tác giả trong nước như: Hùng (2009), Hưng (2011), Quyên (2012), Huyền (2010). Thông qua lược khảo tài liệu nghiên cứu có liên quan, kết hợp với khảo sát thực địa, tác giả đề xuất mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ trồng khóm ở huyện Tân Phước, tỉnh Tiền Giang như sau:



Hình 1: Mô hình khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ trồng khóm

Để kiểm định mô hình này, tác giả sử dụng phương pháp hồi qui logistic với phương trình được thiết lập như sau:

$$TIEPCANTT = \beta_0 + \beta_1KHOANGCACH + \beta_2DIENTICH + \beta_3TUOITAC + \beta_4KINHNGHIEM + \beta_5HOCVAN + \beta_6TAPHUAN + \beta_7TINDUNG + \beta_8LAODONG + \beta_9THONGTIN + \beta_{10}DIENTHOAI + \beta_{11}QUENBIET$$

Trong đó: TIEPCANTT là biến phụ thuộc đo lường khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ trồng khóm, biến này nhận giá trị 1 nếu nông hộ có khả năng tiếp cận thị trường tốt (thường xuyên cập nhật giá cả, thông tin thị trường đầu ra đầu vào, hiểu biết các tác nhân tham gia thị trường, nắm bắt chính sách thị trường) và ngược lại sẽ nhận giá trị 0. Các biến độc lập trong mô hình được giải thích cụ thể trong Bảng 1.

Bảng 1: Diễn giải các biến độc lập trong mô hình logistic

Tên biến	Đơn vị tính	Định nghĩa	Nguồn tham khảo	Kỳ vọng
KHOANGCACH	km	Khoảng cách từ nhà của nông hộ đến đường giao thông chính, nhận giá trị là số km tương ứng.	Senyolo <i>et al.</i> (2009); Takashi Yamano <i>et al.</i> (2010), Berahanu Kuma (2012)	-
DIENTICH	Ha	Diện tích, nhận giá trị tương ứng với số ha đất trồng khóm tại thời điểm nghiên cứu.	Berahanu Kuma (2012); Sushil Pandey và Nguyễn Tri Khiêm (2001)	+
TUOITAC	Năm	Năm tuổi, nhận giá trị tương ứng số tuổi của người trực tiếp sản xuất chính tính đến thời điểm nghiên cứu.	Berahanu Kuma(2012); Anteneh, <i>et al.</i> (2011)	+
KINHNGHIEM	Năm	Kinh nghiệm, nhận giá trị tương ứng với số năm trồng khóm của người trực tiếp sản xuất chính tính đến thời điểm hiện tại.	Berahanu Kuma (2012); Anteneh <i>et al.</i> (2011)	+
HOCVAN	Năm	Trình độ học vấn, nhận giá trị tương ứng với số năm đi học của người trực tiếp sản xuất chính tính đến thời điểm hiện tại.	Berahanu Kuma (2012); Takashi Yamano <i>et al.</i> (2010); Anteneh <i>et al.</i> (2011)	+
TAPHUAN	0/1	Tập huấn, nông hộ có tham gia tập huấn kỹ thuật trồng khóm sẽ nhận giá trị 1 và ngược lại sẽ nhận giá trị 0.	A. Anteneh, Muradian, Ruben (2011)	+
TINDUNG	0/1	Tiếp cận tín dụng, nông hộ có tiếp cận nguồn tín dụng chính thức để sản xuất khóm sẽ nhận giá trị 1 và ngược lại sẽ nhận giá trị 0.	Anteneh <i>et al.</i> (2011); Van Schalkwyk <i>et al.</i> (2007)	+
LAODONG	Tỷ lệ	Tỷ lệ lao động, nhận giá trị là tỷ lệ lao động trực tiếp tham gia sản xuất/tổng số nhân khẩu của hộ.	Berahanu Kuma (2012); Anteneh <i>et al.</i> (2011)	+
THONGTIN	0/1	Tiếp cận thông tin qua internet. Nếu nông hộ biết sử dụng internet để truy cập thông tin sẽ nhận giá trị 1 và ngược lại sẽ nhận giá trị 0.	Van Schalkwyk <i>et al.</i> (2007)	+
DIENTHOAI	Người	Số người có khả năng cung cấp các thông tin liên quan đến sản xuất và tiêu thụ khóm có trong danh bạ điện thoại của nông hộ.	Nadezda Amaya, Jeffrey Alwang (2011)	+
QUENBIET	0/1	Nông hộ có người thân làm việc trong các cơ quan hành chính địa phương, hội đoàn thể sẽ nhận giá trị 1 và ngược lại sẽ nhận giá trị 0.	Biến do tác giả đề xuất từ thực tế nghiên cứu	+

Mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ tiếp cận thị trường

Để đánh giá rõ hơn và có cái nhìn toàn diện hơn về các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ trồng khóm, tác giả thiết lập thêm 1 mô hình nghiên cứu xác định các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ tiếp cận thị trường của nông hộ trồng khóm. Mô hình này được phát triển

trên cơ sở khoa học của mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận thị trường. Tuy nhiên, sự khác biệt quan trọng là ở biến phụ thuộc, biến phụ thuộc của mô hình này được đo lường bằng mức độ tiếp cận thị trường theo thang đo likert 5 mức độ, với 1 là mức độ tiếp cận rất không tốt và tăng dần đến 5 là mức độ rất tốt. Chính vì thế, mô hình phân tích hồi qui tuyến tính đa biến được sử dụng để kiểm định phương trình sau:

$$MDTIEPCANTT = \beta_0 + \beta_1KHOANGCACH + \beta_2DIENTICH + \beta_3TUOITAC + \beta_4KINHNGHIEM + \beta_5HOCVAN + \beta_6TAPHUAN + \beta_7TINDUNG + \beta_8LAODONG + \beta_9THONGTIN + \beta_{10}DIENTHOAI + \beta_{11}QUENBIET + u_i$$

2.2 Dữ liệu nghiên cứu

Bảng 2: Cỡ mẫu nghiên cứu theo địa bàn khảo sát

Địa bàn	Tần suất (hộ)	Tỷ lệ (%)
Xã Thạnh Mỹ	60	25,42
Xã Thạnh Tân	53	22,46
Xã Hưng Thạnh	63	26,69
Xã Tân Lập 2	60	25,42
Tổng cộng	236	100,00

Nguồn: Số liệu khảo sát thực tế của tác giả, 2013

Số liệu sơ cấp được thu thập bằng phương pháp chọn mẫu thuận tiện có điều kiện, tác giả tiến hành phỏng vấn trực tiếp các nông hộ trồng khóm tại huyện Tân Phước, tỉnh Tiền Giang thông qua bảng câu hỏi đã được soạn trước. Theo Tabachinick & Fidell (1991), khi sử dụng các phương pháp hồi qui, kích thước mẫu cần thiết được tính theo công thức: $n \geq 50 + 8p$. Trong đó: n là kích thước mẫu tối thiểu cần thiết, p là số lượng biến độc lập trong mô hình. Do đó, 11 biến độc lập trong mô hình nghiên cứu được đề xuất thì cỡ mẫu cần điều tra là

Bảng 3: Một số đặc điểm của nông hộ trồng khóm

Chỉ tiêu	Đvt	Nhỏ nhất	Lớn nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Tuổi tác đáp viên	Năm	21	84	48,26	11,29
Trình độ học vấn	Năm	0	14	6,62	3,35
Diện tích sản xuất	1.000m ²	2,5	140	24,95	20,06
Kinh nghiệm sản xuất	Năm	1	27	11,49	5,85
Số nhân khẩu trong hộ	Người	9	1	4,32	1,38
Số lao động sản xuất khóm	Người/hộ	7	1	2,19	0,93
- Số lao động nam	Người	5	0	1,25	0,64
- Số lao động nữ	Người	3	0	0,93	0,55

Nguồn: Số liệu khảo sát thực tế của tác giả, 2013

3.2 Khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ

3.2.1 Nguồn tiếp cận thông tin thị trường

Theo kết quả khảo sát, phần lớn nông hộ trồng khóm tìm hiểu thông tin thị trường từ người thân, hàng xóm, chiếm 87,3%, vì đây là kênh thông tin rất dễ tiếp cận. Ngoài ra, tìm hiểu giá cả từ thương lái và thu gom cũng được nhiều nông hộ lựa chọn, với tỷ lệ tương ứng là 64%. Gần đến thời điểm thu hoạch, nông hộ thường gọi điện thoại hoặc hỏi trực tiếp người bán mua để so sánh giá cả rồi sau đó quyết định bán cho tác nhân có mức giá tốt hơn. Bên cạnh đó, thông tin từ các phương tiện truyền hình, truyền thanh vẫn được nông hộ quan tâm với

$n \geq 50 + 8 \cdot 11 = 138$ quan sát. Vậy với cỡ mẫu 236 quan sát, dữ liệu đã đảm bảo thực hiện kiểm định mô hình nghiên cứu.

3 KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1 Một số đặc điểm của nông hộ trồng khóm

Dựa vào kết quả khảo sát cho thấy, tuổi đời của nông hộ trồng khóm khá cao, cao nhất là 84 tuổi và thấp nhất là 21 tuổi, với độ tuổi trung bình là 48,26 tuổi. Đa phần, nông hộ tham gia sản xuất khóm ở độ tuổi trung niên chiếm 47,5% (từ 36-50 tuổi). Trình độ học vấn của nông hộ sản xuất khóm ở mức thấp, trung bình số năm đi học của nông hộ khoảng 7 năm. Nông hộ có trình độ học vấn cao nhất là đại học (chỉ chiếm 2,1%), thấp nhất là mù chữ (chiếm 4,2%). Diện tích canh tác của nông hộ là khá lớn, trung bình mỗi hộ có khoảng 25.000 m², thấp nhất là 2.500 m² và cao nhất là 140.000 m² (bao gồm đất thuê). Nông hộ có diện tích lớn hơn 10.000 m² chiếm khoảng 80,7%. Kinh nghiệm sản xuất khóm của nông hộ tương đối cao với số năm tham gia sản xuất khóm trung bình là 12 năm. Trung bình một hộ gia đình trồng khóm có khoảng 4 nhân khẩu, trong đó có 50% người trực tiếp tham gia sản xuất khóm, còn lại phần lớn là người phụ thuộc.

tỷ lệ 39%. Theo đa số nông hộ, thông tin từ truyền hình, truyền thanh chỉ mang tính tham khảo về xu hướng biến động giá cả thị trường, vì giá khóm mua tại ruộng và giá cả được đăng tải luôn có sự chênh lệch khá lớn. Chỉ có 4,7% nông hộ tìm hiểu thông tin qua báo, tạp chí vì vùng chuyên canh khóm thuộc khu vực vùng sâu vùng xa nên việc cập nhật tin tức từ kênh này rất khó khăn. Cuối cùng là kênh thông tin từ cán bộ khuyến nông, kênh thông tin này ít được nông hộ tiếp cận nhất (2,5%), vì nông hộ cho rằng một số cán bộ khuyến nông chưa thật sự hoạt động năng nổ, nhiệt tình trong quá trình công tác.

Bảng 4: Nguồn tiếp cận thông tin thị trường của nông hộ trồng khóm

Nguồn thông tin	Tần suất (hộ)	Tỷ lệ (%)
Người thân, hàng xóm	206	87,3
Thương lái, thu gom	151	64,0
Truyền hình, truyền thanh	92	39,0
Báo, tạp chí	11	4,7
Cán bộ khuyến nông	6	2,5

Nguồn: Số liệu khảo sát thực tế của tác giả, 2013

Nhìn chung, phương tiện tiếp cận thông tin thị trường của nông hộ khá đa dạng nhưng nông hộ trồng khóm ở huyện Tân Phước tiếp cận thông tin thị trường chủ yếu từ người thân, hàng xóm, thương lái và thu gom. Khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ thông qua các phương tiện thông tin đại chúng còn rất thấp.

3.2.2 Mức độ hiểu biết về đối tượng cung ứng đầu vào và đối tượng thu mua khóm

Dựa vào kết quả khảo sát cho thấy, mức độ hiểu biết của nông hộ về đối tượng cung ứng phân bón và thuốc BVTV là rất rõ. Vì phần lớn đối tượng cung ứng phân bón và thuốc BVTV là người địa phương, có mối quan hệ tốt với cộng đồng. Trong khi đó, mức độ hiểu biết về đối tượng cung ứng giống của nông hộ là không cao (mức trung bình). Đa số nông hộ tự tìm các nguồn giống từ nhiều nguồn khác nhau hay thông qua sự giới thiệu của người quen. Ngoài ra, mức độ hiểu biết về đối tượng cung ứng máy móc cũng ở mức trung bình, vì đây là sản phẩm có thời hạn sử dụng lâu dài nên chỉ cần sự đảm bảo từ giấy bảo hành và uy tín thương hiệu là được nông hộ chấp nhận.

Bảng 5: Mức độ hiểu biết đối tượng cung ứng đầu vào và đối tượng thu mua

	Điểm trung bình	Xếp hạng mức độ
Đối tượng cung ứng		
Cây giống	2,94/5,00	Trung bình
Phân bón	3,44/5,00	Biết rõ
Thuốc BVTV	3,44/5,00	Biết rõ
Máy móc, thiết bị	2,97/5,00	Trung bình
Đối tượng thu mua		
Thương lái, thu gom	4,16/5,00	Biết rõ

Nguồn: Số liệu khảo sát thực tế của tác giả, 2013

Sau khi nông hộ thu hoạch khóm, thương lái và thu gom sẽ chủ động đến tận ruộng khóm để thu mua, họ có thể đến từ các tỉnh thành khác, thậm chí là các thương lái đến từ Trung Quốc. Đa số các nông hộ có tìm hiểu và biết rõ thông tin về các

thương lái và thu gom. Chỉ trừ một số trường hợp nông hộ có giao dịch với thương lái Trung Quốc thì mức độ hiểu biết về đối tượng này còn nhiều hạn chế.

3.2.3 Cam kết cung ứng yếu tố đầu vào và thu mua khóm

Trong sản xuất nông nghiệp, sự cam kết cung ứng yếu tố đầu vào và thu mua sản phẩm đầu ra có ý nghĩa rất quan trọng đối với nông hộ, điều này sẽ giúp nông hộ tận dụng tốt nguồn vốn, kinh nghiệm và ứng dụng các tiến bộ kỹ thuật mới. Đối với cam kết đầu vào, trong cung ứng giống, nông hộ không có cam kết thương mại chiếm tỷ lệ rất cao (93,2%) vì đa số nông hộ sử dụng các nguồn giống tự phát từ nhiều nguồn khác nhau. Ngoài ra, đối với máy móc, thiết bị phục vụ sản xuất, tỷ lệ nông hộ nhận được sự cam kết thương mại rất thấp (14,8%). Tuy nhiên, đối với thuốc BVTV và phân bón thì nông hộ nhận được cam kết thương mại với tỷ lệ khá cao, lần lượt là 38,1% và 50,8%. Còn đối với cam kết thu mua, số nông hộ nhận được cam kết thương mại từ các tác nhân thu mua chiếm tỷ lệ khá quan, với 55,9%.

Bảng 6: Cam kết cung ứng yếu tố đầu vào và thu mua khóm

Tiêu chí	Không có cam kết thương mại	Có cam kết thương mại
Cung ứng cây giống		
- Tần số (hộ)	220	16
- Tỷ lệ (%)	93,2	6,8
Cung ứng phân bón		
- Tần số (hộ)	116	120
- Tỷ lệ (%)	49,2	50,8
Cung ứng thuốc BVTV		
- Tần số (hộ)	146	90
- Tỷ lệ (%)	61,9	38,1
Cung ứng máy móc, thiết bị		
- Tần số (hộ)	201	35
- Tỷ lệ (%)	85,2	14,8
Thu mua sản phẩm		
- Tần số (hộ)	104	132
- Tỷ lệ (%)	44,1	55,9

Nguồn: Số liệu khảo sát thực tế của tác giả, 2013

Nhìn chung, khả năng liên kết giữa nông hộ trồng khóm với các tác nhân cung ứng đầu vào và thu mua sản phẩm đầu ra chưa rõ rệt, chưa có sự đảm bảo hay ràng buộc chắc chắn. Trong khi đó, quá trình sản xuất khóm luôn tiềm ẩn các rủi ro, chính vì thế nông hộ rất cần sự liên kết chặt chẽ từ khâu đầu vào đến khâu đầu ra.

3.3 Nhân tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ trồng khóm

Nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ trồng khóm ở huyện Tân Phước, tác giả tiến hành kiểm định hai mô hình hồi qui logistic và hồi qui đa biến đã được thiết lập. Kết quả phân tích hồi qui logistic cho thấy, mức ý nghĩa (hệ số Sig.) của mô hình rất cao (1%), tỷ lệ dự báo đúng của mô hình là 82,2%. Như vậy, mô hình được chấp nhận và được sử dụng để xác định các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ trồng khóm.

Bên cạnh đó, kết quả phân tích hồi qui đa biến cũng cho thấy mô hình có mức ý nghĩa cao (1%), các biến đưa vào mô hình đều có độ phóng đại phương sai (VIF) nhỏ hơn nhiều so với 10, cho thấy các biến đưa vào mô hình không có hiện tượng đa cộng tuyến (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008). Hệ số Durbin-Waston của mô hình là 1,888 chứng tỏ mô hình không có hiện tượng tự tương quan (Mai Văn Nam, 2008). Hệ số R² hiệu chỉnh của mô hình là 35,7%, chứng tỏ các biến độc lập trong mô hình giải thích được sự thay đổi của mức độ tiếp cận thị trường là 35,7%.

Bảng 7: Các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận thị trường

Biến số	Mô hình logistic		Mô hình hồi qui đa biến		
	Hệ số B	Mức ý nghĩa	Hệ số B	Mức ý nghĩa	VIF
Hằng số	-7,064	0,000	0,663	0,083	
KHOANGCACH	0,061	0,572	0,033	0,353	1,107
DIENTICH	0,016	0,090	0,006	0,051	1,125
TUOITAC	0,031	0,086	0,007	0,218	1,264
KINHNGHIEM	0,062	0,062	0,009	0,362	1,113
TRINHDO	0,221	0,002	0,078	0,000	1,406
TAPHUAN	0,292	0,454	0,299	0,017	1,160
TINDUNG	-0,011	0,977	0,059	0,619	1,089
LAODONG	0,398	0,620	-0,198	0,446	1,095
THONGTIN	0,792	0,320	0,051	0,247	1,048
DIENTHOAI	0,144	0,000	0,034	0,000	1,191
QUENBIET	1,343	0,001	0,520	0,000	1,230
Số quan sát (N)		236	Số quan sát (N)		236
Mức ý nghĩa (Sig.)		0,000	Mức ý nghĩa (Sig.)		0,000
-2 Log likelihood		200,564	Hệ số R ² hiệu chỉnh		0,357
Tỷ lệ dự báo đúng		82,200	Hệ số Durbin-Watson		1,888

Nguồn: Số liệu khảo sát thực tế của tác giả, 2013

Ngoài các biến không có ý nghĩa thống kê (khoảng cách, tín dụng, tỷ lệ lao động và sử dụng internet), các nhân tố còn lại đều có ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận thị trường và mức độ tiếp cận thông tin thị trường của nông hộ trồng khóm. Mức độ tác động của từng biến được diễn giải cụ thể như sau:

Biến diện tích đất trồng khóm của nông hộ đều có ý nghĩa ở cả hai mô hình với hệ số β lần lượt là 0,016 và 0,006, biến này tác động thuận chiều đến khả năng tiếp cận thị trường và mức độ tiếp cận thị trường của nông hộ. Điều này cho thấy, khi diện tích đất sản xuất của nông hộ càng lớn thì khả năng tiếp cận thị trường và mức độ tiếp cận thị trường của nông hộ càng cao. Diện tích sản xuất lớn nên chi phí đầu tư cũng như sản lượng khóm càng lớn nên nông hộ phải cố gắng, chủ động tiếp cận với thông tin thị trường để tiết giảm chi phí đầu tư và bán được khóm với giá cao hơn ở mức có thể.

Biến trình độ học vấn của người trực tiếp sản xuất ở cả hai mô hình đều có ý nghĩa ở mức 1% cùng với hệ số β lần lượt là 0,221 và 0,078. Điều này cho thấy trình độ học vấn có tác động cùng chiều với khả năng tiếp cận thị trường và mức độ tiếp cận thị trường của nông hộ. Khi người trực tiếp sản xuất khóm có trình độ học vấn càng cao thì khả năng tiếp cận thị trường và mức độ tiếp cận thị trường càng tốt. Trình độ học vấn cao sẽ giúp nông hộ dễ dàng tiếp cận các kênh thông tin từ các phương tiện truyền thông và biết cách sử dụng các công cụ hiện đại để tiếp cận thị trường.

Biến kinh nghiệm sản xuất và biến tuổi tác của người sản xuất chính có sự khác biệt giữa hai mô hình. Nếu ở mô hình hồi qui logistic, kinh nghiệm và tuổi tác của người sản xuất chính lần lượt có ý nghĩa ở mức 0,062 và 0,068 với hệ số tác động $\beta=0,062$ và $\beta=0,031$ thì hai biến này lại không có

ý nghĩa ở mô hình hồi qui đa biến. Từ đó cho thấy, kinh nghiệm và tuổi tác của người sản xuất chính có tác động đến khả năng tiếp cận thị trường nhưng không tác động đến mức độ tiếp cận thị trường. Thực tế cho thấy, người trực tiếp sản xuất có tuổi đời càng cao và có nhiều kinh nghiệm sản xuất thì mối quan hệ với các tác nhân trong chuỗi cung ứng sẽ tốt hơn, đồng thời sự tham gia vào các hội đoàn thể và tổ nhóm hợp tác sản xuất cũng là nguyên nhân dẫn đến khả năng tiếp cận thị trường tốt.

Biến số người trong danh bạ điện thoại có khả năng cung cấp các thông tin liên quan đến sản xuất và tiêu thụ khóm của nông hộ ở mô hình logistic có ý nghĩa ở mức 1% với hệ số $\beta=0,144$. Từ đó cho thấy, khi nông hộ càng có nhiều người cung cấp thông tin liên quan đến sản xuất và tiêu thụ khóm thì khả năng tiếp cận thị trường càng cao. Bên cạnh đó, yếu tố này ở mô hình hồi qui đa biến cũng có tác động cùng chiều đến mức độ tiếp cận thị trường của nông hộ. Biến này có ý nghĩa ở mức 1% với hệ số $\beta=0,034$. Thực tế tại địa bàn nghiên cứu, các nông hộ thường ở cách xa nhau nên việc liên lạc bằng điện thoại sẽ hiệu quả hơn so với phương thức gặp mặt trực tiếp. Bên cạnh đó, khi nông hộ biết nhiều số điện thoại của các địa điểm cung cấp vật tư nông nghiệp và đối tượng thu mua thì nông hộ sẽ tiếp cận thông tin về giá vật tư cũng như giá khóm thuận lợi hơn, giúp nông hộ hạn chế rủi ro thị trường.

Biến quen biết được đưa vào hai mô hình từ thực tế khảo sát tại địa bàn nghiên cứu. Theo kết quả phân tích cho thấy, biến này có ý nghĩa ở mức 1% và có hệ số β khá lớn ở cả hai mô hình lần lượt là 1,343 và 0,52. Như vậy, biến có tác động cùng chiều và tác động mạnh đến khả năng tiếp cận thị trường cũng như mức độ tiếp cận thị trường của nông hộ trồng khóm. Tại địa bàn nghiên cứu, khi phổ biến, triển khai các chính sách, chương trình hỗ trợ thường phải thông qua các hội đoàn thể nên khi nông hộ có người thân làm việc tại các cơ quan, hội đoàn thể sẽ nhanh chóng nắm bắt thông tin chính sách tốt hơn. Bên cạnh đó, những người làm việc tại các cơ quan, hội đoàn thể thường tiếp cận các thông tin trên các phương tiện thông tin đại chúng nhiều hơn nên khả năng tiếp cận thị trường cũng như mức độ tiếp cận thị trường sẽ tốt hơn.

Các chương trình tập huấn kỹ thuật sản xuất khóm ở địa phương được tổ chức rộng rãi và phổ biến. Vì Tân Phước là huyện được quy hoạch thành vùng chuyên canh khóm nên vấn đề tập huấn kỹ thuật canh tác khóm cho nông hộ rất được chính quyền địa phương quan tâm. Các buổi tập huấn về

kỹ thuật trồng khóm thường được tổ chức bởi Hệ thống khuyến nông tỉnh Tiền Giang, Viện Cây ăn quả miền Nam, Trường Đại học Cần Thơ,... từ đó giúp nông hộ không những nâng cao kỹ thuật canh tác còn tạo điều kiện cho nông hộ tiếp cận thị trường. Điều này được thể hiện rõ trong kết quả của mô hình hồi qui đa biến, biến tập huấn có ý nghĩa ở mức 5% với hệ số tác động $\beta=0,299$.

4 KẾT LUẬN VÀ ĐỀ XUẤT

Nhìn chung, kết quả nghiên cứu đã xác định được các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận thị trường và mức độ tiếp cận thông tin thị trường của nông hộ. Các nhân tố diện tích sản xuất, tuổi tác, kinh nghiệm, trình độ học vấn, điện thoại và quen biết có tác động thuận chiều với khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ. Trong khi, nhân tố diện tích sản xuất, trình độ học vấn, tập huấn, điện thoại và quen biết tương quan thuận với mức độ tiếp cận thị trường của nông hộ trồng khóm. Từ kết quả nghiên cứu này, tác giả đề xuất một số khuyến nghị nhằm nâng cao khả năng tiếp cận thị trường và mức độ tiếp cận thị trường cho nông hộ sản xuất khóm như sau:

Thứ nhất, thúc đẩy tổ chức liên kết sản xuất theo liên kết ngang và dọc trong sản xuất khóm. Nếu nông hộ tăng cường liên kết ngang theo hình thức tổ hợp tác, hợp tác xã thì nông hộ sẽ được chia sẻ kinh nghiệm, kỹ thuật sản xuất, nguồn vốn, trong khi tổ chức liên kết dọc sẽ giúp nông hộ nhận được sự cam kết thương mại trong cung ứng nguyên vật liệu đầu vào và đảm bảo đầu ra ổn định.

Thứ hai, khuyến khích nông hộ tham gia các hội đoàn thể. Sự hưởng ứng tham gia nhiệt tình của nông hộ sẽ giúp các hội đoàn thể vững mạnh, từ đó vai trò của các hội đoàn thể trong việc hỗ trợ nông hộ sẽ càng nhiều hơn, việc cung cấp thông tin, chính sách mới sẽ càng thuận lợi hơn.

Thứ ba, tăng cường chương trình tập huấn kỹ thuật cho nông hộ, cần chú trọng phổ biến thông tin thị trường, cách tiếp cận thị trường cho nông hộ. Chương trình này không những giúp nông hộ nâng cao kỹ thuật canh tác mà còn giúp nông hộ chủ động hơn trong việc tìm kiếm thông tin thị trường, nâng cao khả năng ứng phó với các rủi ro thị trường.

Thứ tư, quan tâm hơn nữa công tác tuyên truyền, phổ biến thông tin thị trường trên các phương tiện thông tin đại chúng. Chính quyền địa phương cần quan tâm đến hoạt động phổ biến thông tin thị trường cho nông hộ thông qua các phương tiện sẵn có ở địa phương như các chương

trình truyền thanh địa phương. Đồng thời, cần tăng cường vai trò của hệ thống khuyến nông cơ sở trong vấn đề cập nhật thông tin thị trường cho nông hộ trồng khóm.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. A. Anteneh, R. Muradian, R. Ruben, 2011. Factors Affecting Coffee Farmers Market Outlet Choice - The Case of Sidama Zone, Ethiopia. Centre for International Development Issues Nijmegen, Radboud University, the Netherlands.
2. Berahanu Kuma, 2012. Market Access and Value Chain Analysis of Dairy Industry in Ethiopia. School of graduate studies Haramaya university, February 2012.
3. Đàm Thị Hưng, 2011. Các giải pháp đẩy mạnh tiếp cận thị trường nông sản cho phụ nữ nông thôn huyện Văn Giang, tỉnh Hưng Yên. Luận văn thạc sĩ kinh tế, Trường Đại học Nông nghiệp Hà Nội.
4. IFAD, 2003. Promoting market access for the rural poor in order to achieve the millennium development goals. Roundtable Discussion Paper for the Twenty-Fifth Anniversary Session of IFAD's Governing Council.
5. H.D. Van Schalkwyk , N.A. Kotze, P. Fourie, 2007. Linking rural economies with markets – an institutional approach. IFMA 16 – Theme 2, Agrarian Vs Rural: Economies and Settlements.
6. G.M Senyolo, P. Chaminuka, M.N Makhura và A. Belete, 2009. Patterns of access and utilization of output markets by emerging farmers in south Africa: Factor analysis approach. African Journal of Agricultural Research Vol. 4 (3), pp. 208-214.
7. Nadezda Amaya and Jeffrey Alwang, 2011. Access to information and farmer's market choice: The case of potato in highland Bolivia. Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development, 1(4), pp. 35–53.
8. Nguyễn Thị Thanh Huyền, 2010. Nghiên cứu giải pháp nâng cao khả năng tiếp cận thị trường của hộ nông dân trồng rau ở huyện Tứ Kỳ, tỉnh Hải Dương. Luận văn thạc sĩ kinh tế, Trường Đại học Nông nghiệp Hà Nội.
9. Nguyễn Tiến Hùng , 2009. Nghiên cứu giải pháp nâng cao khả năng tiếp cận thị trường của hộ trồng hoa, cây cảnh trên địa bàn tỉnh Bắc Ninh. Luận văn thạc sĩ kinh tế, Trường đại học Nông nghiệp Hà Nội.
10. Peter. O. Agbola, Adenaike. Thomas và Babalola, 2010. Determinants of farmer's access to output markets and the effects on income: A case study of Ikenne local government area. Nigeria. acta Satech 3 (2), pp. 33-39.
11. Sushil Pandey và Nguyễn Tri Khiêm, 2001. population pressure, market access and food security in the uplands of northern Vietnam: a micro-economic analysis. Selected Paper prepared for presentation at the Annual Meeting of the American Agricultural Economics Association, Chicago, August 5-8, 2001.
12. Takashi Yamano, Yoko Kijima, 2010. Market Access, Soil Fertility, and Income in East Africa. Paper 10 GRIPS Discussion Paper 10-22.
13. Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S., 1996. Using multivariate statistics (3rd ed.). New York: HarperCollins.