

Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ tại huyện Đơn Dương, tỉnh Lâm Đồng

Lê Thị Huệ Trang¹, Nguyễn Thuỳ Dung², Trần Hoài Nam²,
Nguyễn Minh Tôn², Dương Thị Thu Thịnh²

¹Trường Đại học Nông Lâm TP. Hồ Chí Minh – Phân hiệu Gia Lai

²Trường Đại học Nông Lâm TP. Hồ Chí Minh

The analysis of factors affecting farmers' accessibility market in Don Duong district, Lam Dong province

Le Thi Hue Trang¹, Nguyen Thuy Dung², Tran Hoai Nam²,
Nguyen Minh Ton², Duong Thi Thu Thinh²

¹Nong Lam University – Gia Lai Campus

²Nong Lam University (Ho Chi Minh City)

*Corresponding author: lthtrang@hcmuaf.edu.vn

<https://doi.org/10.55250/jo.vnuf.13.4.2024.167-176>

TÓM TẮT

Nghiên cứu này áp dụng mô hình hồi quy logit thứ bậc (Ordered logit regression model) theo phương pháp ước lượng cực đại (MLE) để làm cơ sở phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ tại huyện Đơn Dương, tỉnh Lâm Đồng. Số liệu được thu thập bằng cách phỏng vấn trực tiếp 618 nông hộ trong năm 2023 tại huyện Đơn Dương, tỉnh Lâm Đồng. Kết quả nghiên cứu cho thấy các biến trong mô hình giải thích được 18,81% khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ trong sản xuất nông nghiệp. Bên cạnh đó, kết quả phân tích của nghiên cứu đã chỉ ra các yếu tố như kinh nghiệm, diện tích sản xuất, số lao động, sự liên kết trong sản xuất và sử dụng thiết bị điện tử có ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ, trong đó số lao động có ảnh hưởng mạnh nhất đến khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ. Ngược lại, các biến trình độ học vấn, giới tính, khuyến nông, dân tộc và loại hộ có tác động ngược chiều đến khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ.

ABSTRACT

The study employed the ordered logit regression model with the Maximum Likelihood Estimation (MLE) technique to examine the determinants influencing farmers' access to markets in Don Duong district, Lam Dong province. Data was gathered through direct interviews with 618 farmers (2023) in Don Duong district. The result shows that variables in the model explain 18.81% of level the factors affecting farmers' accessibility market in agricultural. Furthermore, the analysis reveals that factors such as training, production areas, labor, linkage in production and use of electronic equipment access to markets for farmers' market access. On the other hand, education level, gender, agricultural extension, ethnicity and household type have a negative impact on the ability of factors affecting farmers' accessibility market.

Thông tin chung:

Ngày nhận bài: 27/03/2024

Ngày phản biện: 03/05/2024

Ngày quyết định đăng: 03/06/2024

Từ khóa:

Đơn Dương, mô hình logit thứ bậc, nông hộ, tiếp cận thị trường.

Keywords:

Don Duong, famers, market access, ordered logit model.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Nông nghiệp luôn được xác định là trụ đỡ của nền kinh tế Việt Nam nhằm đảm bảo sinh kế cho khoảng 60% dân số sinh sống ở khu vực

nông thôn và đóng góp tỷ trọng khoảng 12% GDP. Ngành nông nghiệp luôn có sức lan tỏa và kết nối cao với nhiều ngành kinh tế khác, khi xã hội càng phát triển thì vai trò của nông

ng nghiệp càng được coi trọng. Tuy nhiên, nông nghiệp Việt Nam cũng đang đối mặt với nhiều thách thức như thời tiết thất thường, sự cạnh tranh quốc tế, sự biến đổi của nhu cầu thị trường, sự thiếu hụt của đất đai, nước và nguồn nhân lực và cần những thay đổi để phát triển bền vững trong chuyển dịch cơ cấu nông nghiệp, nâng cao chất lượng, cải tiến quy trình sản xuất nhằm bảo vệ môi trường, đặc biệt chú trọng mở rộng các liên kết sản xuất và tiêu thụ nông sản [1].

Huyện Đơn Dương là huyện miền núi nằm ở phía Đông tỉnh Lâm Đồng có diện tích tự nhiên là 61.135 ha, trong đó diện tích đất nông nghiệp là 20.325 ha [2]. Mục tiêu đến năm 2025, huyện Đơn Dương đạt chuẩn tiêu chí quốc gia huyện nông thôn mới nâng cao với thu nhập bình quân đầu người 100 triệu đồng/năm và phát triển nông nghiệp theo hướng công nghệ cao. Tuy nhiên, quá trình sản xuất nông nghiệp còn nhiều khó khăn như quy mô sản xuất nhỏ lẻ, thiếu hợp tác giữa các hộ sản xuất với nhau, khả năng áp dụng khoa học kỹ thuật của hộ thấp, chất lượng sản phẩm không đồng đều, nông dân thiếu động cơ để thực hiện theo quy trình thực hành nông nghiệp tốt, đặc biệt người nông dân bị phụ thuộc nhiều vào thương lái trong tiêu thụ sản phẩm và có xu hướng bị ép giá [3]. Thêm vào đó, sản xuất nông nghiệp đang chịu nhiều tác động từ biến đổi khí hậu, dịch bệnh và biến động giá nông sản đã ảnh hưởng việc đảm bảo nguồn thu nhập cho nông hộ. Nông dân là những người trực tiếp sản xuất vẫn chưa có kiến thức, thông tin thị trường đầy đủ, cụ thể để đưa ra quyết định sản xuất sản phẩm gì, bao nhiêu để có thể đáp ứng tốt nhu cầu thị trường. Việc nắm bắt thông tin đúng lúc, chính xác về giá cả, các yếu tố đầu vào, đầu ra, đặc điểm của thị trường tiêu thụ quyết định đến nguồn thu nhập của nông dân vẫn còn nhiều hạn chế [4]. Vì vậy mục tiêu của nghiên cứu này là phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ tại huyện Đơn Dương, tỉnh Lâm Đồng.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Tổng quan về thị trường

Thị trường nông sản là một tập hợp những thoả thuận, dựa vào đó mà các chủ thể kinh tế trong và ngoài ngành nông nghiệp có thể trao đổi được các hàng hoá nông sản hay các dịch vụ cho nhau [5]. Tiếp cận thị trường là một quy trình nhiều bước của nhà cung ứng từ xác định thị trường đầu vào và đầu ra. Tiếp cận thị trường nông sản là việc người nông dân có đầy đủ thông tin, tiềm lực xã hội, tài chính, vật chất để mua vật tư đầu vào và bán sản phẩm nông nghiệp làm ra ở các khu vực có lợi cho họ [6]. Khi nông hộ tiếp cận thị trường kém là nguyên nhân của hiện tượng một sản phẩm đạt chuẩn về chất lượng nhưng lại được bán với giá thấp [7, 8] và sẽ gây tác động tiêu cực đến tăng lợi nhuận, mức độ cải thiện chất lượng cuộc sống [9] và giảm động lực tham gia thị trường của nông hộ [10]. Tiếp cận thị trường đóng một vai trò vô cùng quan trọng trong việc thúc đẩy phát triển nông thôn, giảm nghèo và nâng cao thu nhập [8, 11].

2.2. Nguồn số liệu

Dựa vào nghiên cứu của Cochran (1963) [12] và Adcock (1997) [13], số lượng mẫu điều tra được xác định dựa trên công thức:

$$n = \frac{m}{1 + \frac{(m-1)}{N}}$$

Trong đó:

n là cỡ mẫu (số nông hộ phỏng vấn) cần phỏng vấn;

N là tổng thể và m được xác định là 385, đây chính là hằng số mà Glenn (1992) [14] đã chứng minh với mức độ tin cậy là 95%. Số liệu sơ cấp được thu thập từ các nông hộ tại huyện Đơn Dương, tỉnh Lâm Đồng, theo số liệu [2] trong năm 2023 toàn huyện có 4.271 nông hộ nên số quan sát cần thu thập theo công thức mẫu là 354 hộ. Nghiên cứu đã tiến hành thu thập 618 nông hộ với phương pháp phỏng vấn ngẫu nhiên phân tầng và bảng câu hỏi cấu trúc. Ngoài ra, số liệu thứ cấp được thu thập từ nhiều nguồn khác nhau, bao gồm các tài liệu, các báo cáo, các nghiên cứu trong và ngoài nước để phục vụ cho nghiên cứu. Các thông tin đã thu thập được tổng hợp, tính toán và phân tích bằng phần mềm Excel và Stata 17.

2.3. Phương pháp phân tích và xử lý số liệu

Nghiên cứu này áp dụng mô hình hồi quy logit thứ bậc (Ordered logit regression model) để làm cơ sở phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ tại huyện Đơn Dương, tỉnh Lâm Đồng. Mô hình hồi quy logit thứ bậc được thể hiện như sau:

$$Y_i^* = \sum_{j=1}^J \beta_j X_{ji} + \varepsilon_i = Z_i + \varepsilon_i$$

Mô hình logit thứ bậc ước lượng một phần những điều kiện bằng công thức:

$$Z_i = \sum_{j=1}^J \beta_j X_{ji} = E(Y_i^*)$$

Và công thức xác suất:

$$P(Y_i \geq j) = \frac{\exp(X_i \beta_i - \kappa_j)}{1 + [\exp(X_i \beta_i - \kappa_j)]}, j = 1, 2, \dots, M$$

Lấy logarit của hàm xác suất tích lũy:

$$\text{Logit} [P(Y_i \geq j)] = \log \left[\frac{\exp(X_i \beta_i - \kappa_j)}{1 + [\exp(X_i \beta_i - \kappa_j)]} \right] = \alpha_j + \beta_i X_i$$

Trong đó:

α_j là hệ số chặn hay là điểm cắt thỏa điều kiện $\alpha_1 < \alpha_2 < \alpha_3 \dots \alpha_{j-1}$. Các hệ số hồi qui sẽ được ước lượng bằng phương pháp ước lượng hợp lý cực đại (Maximum Likelihood Estimation).

Y là biến phụ thuộc với thang đo thứ bậc, trong nghiên cứu này biến phụ thuộc gồm 5 phân loại và sử dụng thang đo Likert để đo lường với 1: Rất không tốt; 2: Không tốt; 3: Bình thường; 4: Tốt; 5: Rất tốt và X_i là biến độc lập và thể hiện trong Bảng 1.

Bảng 1. Các biến độc lập và kỳ vọng dấu trong mô hình

Tên biến	Kỳ vọng dấu	Giải thích	Nguồn
X_1 (Tuổi chủ hộ)	(-)	Chủ hộ càng lớn tuổi thì sẽ gặp nhiều khó khăn nên khả năng tiếp cận thị trường càng thấp.	
X_2 (Trình độ học vấn)	(+)	Trình độ học vấn của chủ hộ càng cao thì khả năng nhận biết càng rõ những lợi ích mang lại nên khả năng tiếp cận thị trường càng cao.	
X_3 (Kinh nghiệm)	(+)	Chủ hộ có kinh nghiệm lâu năm thì khả năng nhận biết rủi ro thường cao nên xác suất tiếp cận thị trường cao hơn.	[4, 15-21]
X_4 (Diện tích sản xuất)	(+)	Hộ có diện tích canh tác càng lớn thì dễ tiếp cận thị trường hơn.	
X_5 (Số lao động)	(+)	Hộ có nhiều lao động tham gia trong sản xuất nông nghiệp thì sẽ nhận được nhiều thông tin về thị trường hơn.	
D_1 (Giới tính)	(+)	Nếu giới tính chủ hộ là nam thì khả năng tiếp cận thị trường sẽ cao hơn chủ hộ là nữ.	
D_2 (Sự liên kết trong sản xuất)	(+)	Nông hộ có liên kết trong sản xuất thì tiếp cận thị trường sẽ dễ dàng hơn những hộ không tham gia liên kết.	[4, 8, 18, 20, 22, 23]
D_3 (Khuyến nông)	(+)	Nếu nông hộ có tham gia tập huấn khuyến nông thì có cơ hội tiếp cận các chương trình hỗ trợ, tiến bộ kỹ thuật trong sản xuất hơn những hộ không tham gia khuyến nông.	
D_4 (Sử dụng thiết bị điện tử)	(+)	Nông hộ có khả năng sử dụng các thiết bị điện tử trong tiếp cận thông tin thị trường thì hộ sẽ có khả năng tiếp cận thị trường cao hơn.	[8, 18, 22,23]
D_5 (Dân tộc)	(+)	Nếu chủ hộ là dân tộc kinh thì khả năng tiếp cận thị trường sẽ cao hơn chủ hộ là dân tộc thiểu số.	Đề xuất của nhóm
D_6 (Loại hộ)	(+)	Nếu nông hộ chăn nuôi bò sữa thì khả năng tiếp cận thị trường của hộ sẽ cao hơn hộ trồng trọt.	Đề xuất của nhóm

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1. Đánh giá khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ tại huyện Đơn Dương, tỉnh Lâm Đồng

3.1.1. Một số đặc điểm về nhân khẩu học và xã hội học của hộ điều tra

Các đặc điểm thuộc về nhân khẩu và xã hội như giới tính, độ tuổi của chủ hộ, trình độ học vấn, kinh nghiệm, quy mô sản xuất của nông hộ phản ánh được tiềm lực nguồn nhân lực, trình độ của mỗi hộ sản xuất (Bảng 2). Đối với chỉ tiêu về giới tính, phần lớn chủ hộ tham gia sản xuất là nam giới chiếm 73,62% tương ứng

với 455 hộ, còn lại chủ hộ là nữ với 26,38%. Về độ tuổi của hộ sản xuất khá đa dạng và phong phú với đa phần nông hộ tập trung ở độ tuổi trung niên chiếm 72,97% (từ 30-50 tuổi), ở độ tuổi này chủ hộ đều đảm bảo sức khỏe để có thể tham gia quá trình sản xuất. Trình độ học vấn phản ánh mức độ nhận thức và hiểu biết của nông hộ từ đó sẽ cho ra những quyết định khác nhau. Trình độ học vấn của chủ hộ trên địa bàn tương đối thấp với phần đông các chủ hộ có trình độ học vấn trung học cơ sở trở xuống chiếm đến 87,54%.

Bảng 2. Thông tin chung về đối tượng phỏng vấn

Khoản mục	Tần số (Hộ)	Tỷ lệ (%)
Giới tính chủ hộ		
Nam	455	73,62
Nữ	163	26,38
Tuổi chủ hộ		
<= 30 tuổi	81	13,11
30 tuổi – 40 tuổi	294	47,57
40 tuổi – 50 tuổi	157	25,40
50 tuổi – 60 tuổi	59	9,55
> 60 tuổi	27	4,37
Trình độ học vấn		
Mù chữ	0	0
Tiểu học	77	12,46
Trung học cơ sở	249	40,29
Trung học phổ thông	258	41,75
Cao đẳng – Đại học	34	5,50
Kinh nghiệm		
<= 10 năm	74	11,97
10 năm – 15 năm	240	38,84
15 năm – 20 năm	173	27,99
> 20 năm	131	21,20
Quy mô sản xuất		
<= 5.000 m ²	319	51,62
5.000 m ² – 10.000 m ²	223	36,08
> 10.000 m ²	76	12,30

Nguồn: Số liệu điều tra, 2023.

Thông qua tuổi chủ hộ ta có thể hiểu một cách tương đối về kinh nghiệm sản xuất cũng như đời sống của hộ. Đối với người dân ở nông thôn do đặc điểm ngành nghề chủ yếu là sản xuất nông nghiệp nên tuổi của chủ hộ gắn

liên với số năm sản xuất nông nghiệp. Trong sản xuất nông nghiệp thì đây là điều quan trọng, kinh nghiệm giúp người dân có thể vượt qua những thách thức do các yếu tố tự nhiên mang lại, đem lại lợi nhuận trong sản xuất. Tuy

vậy, kinh nghiệm trong sản xuất nông nghiệp tại địa phương còn thấp chủ yếu dưới 15 năm kinh nghiệm là 50,81% vì một số loại cây trồng mới được tập trung phát triển gần đây như măng tây và nha đam với quy mô sản xuất của nông hộ tập trung dưới 5.000 m² là 51,62%.

3.1.2. Khả năng sử dụng các thiết bị điện tử của nông hộ trong tiếp cận thị trường

Với mạng lưới phủ sóng rộng khắp, dễ sử dụng, đa chức năng và giá rẻ, các thiết bị di động, đặc biệt là điện thoại đã giải quyết được thách thức lớn nhất của nhà nông trong việc kết nối với thị trường, thúc đẩy thương mại hóa các sản phẩm nông nghiệp. Trước đây, các chủ hộ hầu như không biết gì về giá cả thị trường nên nông sản thường được bán với mức giá rất chênh lệch ở những khu vực chỉ cách nhau vài cây số. Nhờ thông tin cập nhật thường xuyên qua điện thoại di động, chủ hộ hiện nay biết cách tiếp thị nông sản hiệu quả hơn, bán được nhiều hơn với giá tốt hơn. Kết quả tại Bảng 3 cho thấy, tỷ lệ sử dụng điện thoại thông minh của nông hộ là khá cao với

82,36% so với tỉ lệ hộ sử dụng máy tính. Việc sử dụng điện thoại và máy tính đang trở nên phổ biến và ảnh hưởng nhất định đến khả năng nông hộ tiếp cận thị trường nông sản.

Ứng dụng đầu tiên, phổ biến nhất và mang lại nhiều lợi ích nhất phải kể đến là internet. Internet cung cấp vô số lời giải miễn phí và nhanh chóng cho những vấn đề thường gặp của nhà nông. Đó có thể là lời khuyên từ chuyên gia, là kinh nghiệm thực tiễn của các nông dân khác, là một chương trình hỗ trợ của chính phủ. Việc nông hộ sử dụng thiết bị điện tử luôn kết nối internet là 410 hộ (66,34%), thiết bị đã được kết nối internet để sử dụng vào các công việc tìm kiếm thông tin hữu ích và cần thiết trong nông nghiệp trên Google là 529 hộ (85,60%), với lượng thông tin khổng lồ và luôn cập nhật, internet có thể giúp nông dân lập kế hoạch sản xuất thật chi tiết, từ sản lượng, chi phí đầu vào, lợi nhuận mong đợi, rủi ro gặp phải để linh hoạt ứng phó với các tình huống phát sinh.

Bảng 3. Số hộ sở hữu và sử dụng thiết bị điện tử

Chi tiết	Tần số (HỘ)	Tỷ lệ (%)
Sở hữu thiết bị điện tử		
Không có thiết bị điện tử	0	0
Điện thoại thông minh	509	82,36
Máy tính	0	0
Điện thoại thông minh và máy tính	109	17,64
Khả năng sử dụng các thiết bị điện tử		
Thiết bị điện tử luôn kết nối internet	410	66,34
Được hướng dẫn sử dụng máy tính	86	13,92
Biết đọc và viết email	153	24,76
Biết sử dụng Google để tìm thông tin	529	85,60
Biết sử dụng mạng xã hội để giao tiếp	618	100

Nguồn: Số liệu điều tra, 2023.

Mặt khác, nông hộ sử dụng mạng xã hội để giao tiếp, tìm kiếm nguồn thông tin trong quá trình sản xuất là rất cao 618 hộ (100%) và nhờ vào đó mà nông hộ có thể thuận tiện tiếp cận

nguồn thông tin giúp ích trong việc tiếp cận thị trường nông sản. Tuy nhiên, đối với việc sử dụng email thì chỉ có khoảng 24,76% số hộ có khả năng sử dụng ứng dụng này.

Bảng 4. Mức độ trao đổi thông tin trong hoạt động sản xuất của nông hộ

Chi tiết	Mức độ đánh giá				
	1	2	3	4	5
Trao đổi thông tin thị trường đầu ra	5 (0,8)	56 (9,0)	157 (25,4)	220 (35,6)	180 (29,2)
Trao đổi kỹ thuật sản xuất	7 (1,1)	44 (7,1)	120 (19,4)	271 (43,9)	176 (28,5)
Trao đổi thông tin thị trường đầu vào	3 (0,5)	70 (11,3)	260 (42,1)	175 (28,3)	110 (17,8)

Nguồn: Số liệu điều tra, 2023.

Ghi chú: 1: Hoàn toàn không thường xuyên; 2: Không thường xuyên; 3: Không ý kiến; 4: Thường xuyên; 5: Rất thường xuyên.

Theo kết quả khảo sát tại Bảng 4 thì thông tin mà nông hộ thường trao đổi về thị trường đầu ra, kỹ thuật sản xuất, các yếu tố đầu vào. Trong các thông tin trên thì nông hộ quan tâm nhiều về thông tin thị trường đầu ra với 400 hộ (64,80%) có thực hiện trao đổi thường xuyên, điều này cho thấy nông dân rất chú ý đến giá bán sản phẩm, sản lượng và kênh tiêu thụ sản phẩm. Bên cạnh đó, các thông tin kỹ thuật sản xuất cũng được nông hộ quan tâm chia sẻ ở mức cao với 447 hộ (72,40%). Mặt khác, các thông tin về yếu tố đầu vào chỉ dừng ở mức độ chia sẻ tương đối thấp.

3.2. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ trong sản xuất nông nghiệp tại huyện Đơn Dương, tỉnh Lâm Đồng

Kết quả hồi quy trong mô hình Logit thứ bậc được thể hiện trong Bảng 5. Hệ số R² của mô hình là 18,81% và Prob>chi²=0,000 điều này cho thấy sự phù hợp của mô hình hồi quy logit thứ bậc với biến phụ thuộc được chia thành 5 nhóm phân loại là hợp lý. Các biến độc lập trong mô hình cũng giải thích được 18,81% mức độ tiếp cận thị trường của nông hộ trong sản xuất nông nghiệp.

Bảng 5. Kết quả ước lượng mô hình hồi quy

Tên biến	Hệ số mô hình	Tỷ số Odds
X ₁ (Tuổi chủ hộ)	-0,218*** (0,000)	0,803*** (0,000)
X ₂ (Trình độ học vấn)	-0,114** (0,007)	0,892** (0,007)
X ₃ (Kinh nghiệm)	0,267*** (0,000)	1,306*** (0,000)
X ₄ (Diện tích sản xuất)	0,626** (0,001)	1,871** (0,001)
X ₅ (Số lao động)	1,388*** (0,000)	4,008*** (0,000)
D ₁ (Giới tính)	-0,808*** (0,000)	0,445*** (0,000)
D ₂ (Sự liên kết trong sản xuất)	0,559** (0,001)	1,821** (0,001)
D ₃ (Khuyến nông)	-1,103*** (0,000)	0,331*** (0,000)
D ₄ (Sử dụng thiết bị điện tử)	0,340*** (0,000)	1,405*** (0,000)

Tên biến	Hệ số mô hình	Tỷ số Odds
D ₅ (Dân tộc)	-0.603*** (0,000)	0,546*** (0,000)
D ₆ (Loại hộ)	-0,308* (0,080)	0,734* (0,080)
Constant cut1	-19,1884	-16,1258
Constant cut2	-16,5857	-13,6167
Constant cut3	-14,9356	-12,0245
Constant cut4	-12,8831	-10,0289
LR chi2(11) = 329,10	Prob > chi2 = 0,000	
Pseudo R-Square = 0,1881		

Nguồn: Tính toán từ kết suất phần mềm từ Stata 17.

Ghi chú: số trong ngoặc là giá trị P-value ; ***, **, * lần lượt là mức ý nghĩa 1%, 5% và 10%.

Kết quả hồi quy từ Bảng 5 cũng cho thấy các biến như tuổi chủ hộ, kinh nghiệm, số lao động, giới tính, khuyến nông, sử dụng thiết bị điện tử và dân tộc của nông hộ có ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ trong sản xuất nông nghiệp. Tuy nhiên, biến trình độ học vấn, giới tính, khuyến nông, dân tộc và loại hộ không đúng dấu kỳ vọng. Đối với

tỷ số odds tương đối sẽ giúp giải thích khi biến độc lập tăng thêm một đơn vị thì biến phụ thuộc thay đổi bao nhiêu cho mỗi phân loại. Hệ số hồi quy của một yếu tố càng cao chứng tỏ tác động biên của yếu tố đó đến hệ số odds tương đối càng lớn, tức yếu tố đó tác động càng mạnh đến khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ trong sản xuất nông nghiệp.

Bảng 6. Hệ số tác động biên trong mô hình

Tên biến	Rất không tốt	Không tốt	Bình thường	Tốt	Rất tốt
Tuổi chủ hộ	0,0044***	0,0200***	0,0103***	-0,0053***	-0,0294***
Trình độ học vấn	0,0023**	0,0104**	0,0053**	-0,0027**	-0,0153**
Kinh nghiệm	-0,0053***	-0,0244***	-0,0126***	0,0064***	0,0360***
Diện tích sản xuất	-0,0126**	-0,0574**	-0,0296**	0,0152**	0,0845**
Số lao động	-0,0280**	-0,1272***	-0,0655***	0,0337**	0,1871***
Giới tính	0,0163***	0,0741***	0,0382***	-0,0196***	-0,1090**
Sự liên kết trong sản xuất	-0,0121**	-0,0549**	-0,0283**	0,0145**	0,0808**
Khuyến nông	0,0223**	0,1011***	0,0521***	-0,0268**	-0,1488***
Sử dụng thiết bị điện tử	-0,0068***	-0,0311***	-0,0160***	0,0082***	0,0458***
Dân tộc	0,0122***	0,0553***	0,0285***	-0,0146***	-0,0814***
Loại hộ	0,0062*	0,0282*	0,0145*	-0,0074*	-0,0415*

Nguồn: Tính toán từ kết suất phần mềm từ Stata 17.

Ghi chú: ***, **, * lần lượt là mức ý nghĩa 1%, 5% và 10%.

Kết quả nghiên cứu tại Bảng 6 cho thấy ảnh hưởng của các yếu tố đến khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ sản xuất nông nghiệp có sự khác biệt giữa các nhóm.

Biến tuổi của chủ hộ có ý nghĩa thống kê trên tất cả các nhóm nhưng mức độ tác động

có sự khác nhau. Khi tuổi của chủ hộ tăng thêm một năm thì làm tăng khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ ở nhóm rất không tốt, không tốt và bình thường nhưng làm giảm khả năng tiếp cận thị trường của nhóm nông hộ tốt và rất tốt. Tuổi của nông dân sẽ ảnh hưởng

đến sự nhanh nhạy khi tiếp thu kiến thức mới về tiến bộ khoa học kỹ thuật và thông tin thị trường. Nghiên cứu [4] cũng cho thấy biến tuổi có ảnh hưởng nghịch chiều với khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ.

Các biến trình độ học vấn, giới tính, khuyến nông, dân tộc và loại hộ đều có ý nghĩa thống kê trong 5 nhóm hộ và chiều ảnh hưởng cũng giống nhau. Trình độ học vấn có mối quan hệ nghịch biến với khả năng tiếp cận thị trường của nhóm nông hộ tốt và rất tốt. Khi trình độ học vấn của chủ hộ càng cao thì khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ sẽ tốt hơn và nghiên cứu [4, 8, 15, 16, 18, 19, 21] khẳng định trình độ học vấn của chủ hộ có ảnh hưởng tích cực đến khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ. Khuyến nông luôn giữ vai trò quan trọng trong phát triển nông nghiệp với việc ứng dụng các tiến bộ kỹ thuật, thông tin, kiến thức và tay nghề vào sản xuất từ đó nâng cao năng lực, hiệu quả, an toàn và bền vững của ngành. Biến khuyến nông có mối quan hệ nghịch biến với khả năng tiếp cận thị trường của nhóm nông hộ tốt và rất tốt. Tuy nhiên các nghiên cứu [20, 21, 23] khẳng định khuyến nông ảnh hưởng tích cực đến khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ.

Biến kinh nghiệm có mối quan hệ đồng biến với khả năng tiếp cận thị trường của nhóm nông hộ tốt và rất tốt. Đặc thù của ngành sản xuất nông nghiệp có tính chất truyền thống và kế thừa, từ thế hệ trước truyền đạt cho thế hệ sau, khi càng lớn tuổi kinh nghiệm sản xuất càng nhiều. Các nghiên cứu [4, 18, 19] cũng cho thấy biến kinh nghiệm có tác động tích cực đến khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ.

Biến diện tích sản xuất có tác động tích cực đến khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ, diện tích sản xuất là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến việc khả năng tham gia thị trường của hộ. Tuy vậy, việc tham gia thị trường không nhất thiết đòi hỏi hộ phải có diện tích

sản xuất lớn, mức độ tác động biên của biến này lên khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ trong mô hình là khá nhỏ (8,45%), điều này tương đồng với nghiên cứu [16, 18, 22, 23], nhưng [4, 17, 20] thì cho rằng biến diện tích canh tác không ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ.

Biến số lao động có ảnh hưởng mạnh nhất đến khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ sản xuất nông nghiệp với mức độ tác động biên là 0,1871. Khi số lượng người lao động tăng thêm 1 người sẽ làm tăng khả năng tiếp cận thị trường của nhóm hộ rất tốt là 18,71%.

Biến liên kết trong sản xuất cho thấy việc nông hộ tham gia liên kết với hợp tác xã, tổ hợp tác hay doanh nghiệp chế biến. Mức độ tác động biên của biến này là 0,0808 hay khi hộ có tham gia liên kết thì khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ tăng 8,08% so với những hộ không tham gia liên kết, điều này là do khi tham gia liên kết thì các thông tin về tiêu thụ sản phẩm, các yếu tố đầu vào hay kỹ thuật sản xuất sẽ được hợp tác xã, doanh nghiệp tập huấn cho nông hộ. Mặc dù vậy nghiên cứu [8, 20] cho thấy biến liên kết không ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận thị trường của nông dân.

Biến sử dụng thiết bị điện tử (điện thoại thông minh và máy tính) cho thấy khi nông hộ biết sử dụng các thiết bị điện tử thì khả năng nông hộ tiếp cận thị trường càng cao. Các thiết bị điện tử có khả năng cung cấp thông tin về thị trường tiêu thụ sản phẩm cũng như địa điểm cửa hàng vật tư nông nghiệp. Các nghiên cứu [8, 18, 22, 23] cũng đã chứng minh điều này.

3.3. Đề xuất một số hàm ý chính sách nhằm nâng cao khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ tại huyện Đơn Dương, tỉnh Lâm Đồng

Qua kết quả phân tích cho thấy để nâng cao khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ thì cần một số giải pháp như:

Hỗ trợ công tác khuyến nông trong việc tổ chức các khoá học cho nông hộ nhằm cập nhật những thông tin thị trường đầu vào và đầu ra tránh những rủi ro trong sản xuất và tiêu thụ nông sản. Mặt khác, công tác khuyến nông cũng cần hỗ trợ các hợp tác xã, tổ hợp tác cũng như kết nối với các doanh nghiệp trong tổ chức các chuyến tham quan, học tập kinh nghiệm, hội thảo, hội chợ nhằm giới thiệu và kết nối thị trường cho nông dân.

Nông hộ cần tích cực tham gia liên kết sản xuất giữa các nhóm hộ trong tổ hợp tác, hợp tác xã góp phần chia sẻ kinh nghiệm và kỹ thuật sản xuất. Mặt khác, tham gia liên kết với các doanh nghiệp sẽ nhận được sự hỗ trợ các yếu tố đầu vào và đảm bảo đầu ra ổn định.

4. KẾT LUẬN

Nghiên cứu đã sử dụng mô hình hồi quy logit thứ bậc để phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ tại huyện Đơn Dương, tỉnh Lâm Đồng. Kết quả nghiên cứu cho thấy, các biến trong mô hình giải thích được 18,81% mức độ tiếp cận thị trường của nông hộ trong sản xuất nông nghiệp. Bên cạnh đó, kết quả phân tích chỉ ra các yếu tố như kinh nghiệm, diện tích sản xuất, số lao động, sự liên kết trong sản xuất và sử dụng thiết bị điện tử có ảnh hưởng tích cực đến khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ, trong đó biến số lao động có ảnh hưởng mạnh nhất đến khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ. Ngược lại, các biến trình độ học vấn, giới tính, khuyến nông, dân tộc và loại hộ có tác động ngược chiều đến khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ. Qua kết quả của nghiên cứu là căn cứ để đề xuất một số hàm ý chính sách nhằm nâng cao khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ tại huyện Đơn Dương, tỉnh Lâm Đồng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1]. Chu Khôi (2023). Ngành nông nghiệp năm 2023: Thay đổi để phát triển. Tạp chí kinh tế Việt Nam.

<https://vneconomy.vn/nganh-nong-nghiep-nam-2023-thay-doi-de-phat-trien.htm>.

[2]. Sở NN&PTNT huyện Đơn Dương, tỉnh Lâm Đồng, (2023). Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội huyện Đơn Dương, tỉnh Lâm Đồng 2022.

[3]. Đỗ Thị Nâng & Nguyễn Thị Hồng. (2018). Sự tham gia liên kết của hộ nông dân trong chuỗi giá trị nho Ninh Thuận. Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam. 60(4): 13-18.

[4]. La Nguyễn Thùy Dung & Mai Văn Nam (2015). Khả năng tiếp cận thị trường của hộ sản xuất lúa theo mô hình liên kết với doanh nghiệp ở tỉnh An Giang. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ. 38: 25-33.

[5]. Vũ Đình Thắng (2006). Kinh tế nông nghiệp. Nhà xuất bản Hà Nội.

[6]. Kleih U., W. Odwongo & C. Ndyashangaki. (1999). Community Access to Marketing Opportunities - Options for remote areas: Uganda Case Study. NRI - Project A0769 by the United Kingdom Department for International Development (DFID).

[7]. Mwangi, M. N., Ngigi, M., & Mulinge, W. (2015). Gender and age analysis on factors influencing output market access by smallholder farmers in Machakos County, Kenya. African Journal of Agricultural Research, 10(40): 3840-3850.

[8]. Ahmed, U. I., Ying, L., Bashir, M. K., Abid, M., Elahi, E., & Iqbal, M. A. (2016). Access to output market by small farmers: The case of Punjab, Pakistan. Journal of Animal and Plant Sciences. 26(3):787-793.

[9]. Sendal, A. (2007). Commercializing small-scale vegetables production in Limpopo Province. Draft Report, 5 November 2007. Polokwane, South Africa: Limpopo Department of Agriculture.

[10]. De Janvry, A., Fafchamps, M., & Sadoulet, E. (1991). Peasant household behaviour with missing markets: some paradoxes explained. The Economic Journal. 101(409): 1400- 1417.

[11]. Jayne, T. S., Mather, D., & Mghenyi, E. (2010). Principal challenges confronting smallholder agriculture in sub-Saharan Africa. World development. 38(10): 1384-1398.

[12]. Cochran W.G. (1963). Sampling Techniques, 2nd Ed., New York: John Wiley and Sons, Inc.

[13]. Adcock C.J. (1997). Sample size determination a review, Journal of the Royal Statistical Society: Series D (The Statistician). 46(2): 261-283.

[14]. Israel Glenn D. (1992). Determining sample size. University of Florida. 1-5.

[15]. Maziku, P. (2015). Market access for maize smallholder farmers in Tanzania. Global Journal of

Emerging Trends in e-Business, Marketing and Consumer Psychology. 1(2): 282-296.

[16]. Akhter Ali, Awudu Abdulai & Dil Bahadur Rahut. (2017). Farmers' Access to Markets: The Case of Cotton in Pakistan. *Asian Economic Journal*. 31(2): 211-232.

[17]. Leonardo Becchetti, Pierluigi Conzo & Giuseppina Gianfreda. (2011). Market access, organic farming and productivity: the effects of Fair Trade affiliation on Thai farmer producer groups. *The Australian Journal of Agricultural and Resource Economics*. 56:117-140.

[18]. Nguyễn Quốc Nghi & Mai Văn Nam. (2014). Khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ trồng khóm ở huyện Tân Phước, tỉnh Tiền Giang. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*. 35: 24-31.

[19]. Dương Thế Duy (2018). Ảnh hưởng vốn xã hội đến khả năng tiếp cận thị trường của hộ thủy sản vùng ven biển tỉnh Bến Tre. *Tạp chí Khoa học Kinh tế*. 6(2):118-126.

[20]. Kassa, G., Yigezu, E., & Alemayehu, D. (2017). Determinants of smallholder market participation among banana growers in bench Maji Zone, Southwest Ethiopia. *International Journal of Agricultural Policy and Research*. 5(11): 169-177.

[21]. Kyaw, N. N., Ahn, S., & Lee, S. H. (2018). Analysis of the factors influencing market participation among smallholder rice farmers in magway region, central dry zone of Myanmar. *Sustainability*. 10(12): 4441-4456.

[22]. Aika Aku, Patience Mshenga, Victor Afari-Sefa & Justus Ochieng (2018). Effect of market access provided by farmer organizations on smallholder vegetable farmer's income in Tanzania. *Cogent Food & Agriculture*. 4: 1-13.

[23]. Chagalima, I.A. & I.J. Ismail. (2022). Agriculture Supply Chain Challenges and Smallholder Maize Farmers' Market Participation Decisions in Tanzania. *Tanzania Journal of Agricultural Sciences*. 21(1): 104-120.