

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN MỨC ĐỘ THAM GIA THỊ TRƯỜNG CỦA CÁC HỘ CHĂN NUÔI GÀ HỒ TRÊN ĐỊA BÀN HUYỆN THUẬN THÀNH, TỈNH BẮC NINH

Bùi Hồng Quý*, Đỗ Thị Mỹ Hạnh, Nguyễn Văn Phương

Khoa Kế toán và Quản trị kinh doanh, Học viện Nông nghiệp Việt Nam

Email : buihongquy@vnua.edu.vn*

Ngày gửi bài: 12.08.2016

Ngày chấp nhận: 01.02.2018

TÓM TẮT

Nghiên cứu được tiến hành nhằm phân tích mức độ tham gia thị trường của các hộ chăn nuôi gà Hồ trên địa bàn huyện Thuận Thành, tỉnh Bắc Ninh. Mô hình Tobit model được sử dụng để đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ tham gia thị trường của 68 hộ chăn nuôi gà Hồ. Kết quả chỉ ra rằng trong tổng số hộ điều tra, các hộ định hướng tiêu dùng chiếm tỉ lệ cao nhất với 39,7%; tiếp đến là các hộ định hướng thị trường và các hộ bán một phần chiếm tỉ lệ lần lượt là 35,3% và 25%. Kinh nghiệm chăn nuôi của chủ hộ, lao động gia đình, diện tích chăn nuôi, số lượng gà Hồ được nuôi giữ và tham gia các lớp tập huấn của hộ có ảnh hưởng tích cực đến mức độ tham gia thị trường của các hộ chăn nuôi. Trong khi đó, độ tuổi của chủ hộ và tỉ lệ thu nhập phi nông nghiệp bình quân năm lại là các nhân tố hạn chế mức độ tham gia thị trường của các hộ.

Từ khóa: Gà Hồ, tham gia thị trường, mô hình Tobit.

Factors Affecting Market Participation of Ho Chicken Farming Households in Thuan Thanh District, Bac Ninh Province

ABSTRACT

The study was conducted to analyze the market participation of Ho chicken farming households in Thuan Thanh district, Bac Ninh province. Censored regression model (Tobit model) was used to evaluate the factors affecting market participatory level of 68 Ho chicken farm households. The results indicated that the subsistence households accounted for the highest involvement percentage with 39.7%, followed by commercial households and transition households with 35.3% and 25%, respectively. Experience of household head, family labor, farm size, Ho chicken herd size and households' access to extension service had a positive influence on the level of market participation of the households while the age of household head and percentage of average annual non- farm income showed a negative influence on the level of market participation of the households.

Keywords: Ho chicken, market participation, Tobit model.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Chăn nuôi gà là nghề sản xuất truyền thống lâu đời ở nước ta. Theo Nguyễn Xuân Vang (2006), cả nước có khoảng 90% số hộ chăn nuôi gà. Tổng số đàn gà cả nước ước tính năm 2015 khoảng 259,3 triệu con, chiếm 75,8% tổng số gia cầm (Tổng cục Thống kê, 2016). Các loại gà bản địa đóng góp đến 70% tổng số gà ở nước ta (Desvaux *et al.*, 2008). Vì vậy, chăn nuôi gà

bản địa đóng vai trò quan trọng nâng cao thu nhập cho các hộ chăn nuôi cũng như có tầm quan trọng rất lớn trong chiến lược sinh kế của người dân nông thôn. Tuy nhiên, những giống gà này đang dần bị thu hẹp và có nguy cơ tuyệt chủng (Nguyễn Văn Duy, 2013). Gà Hồ là một trong những giống gà có đặc điểm như vậy. Đây là giống gà quý hiếm có lịch sử hơn 600 năm, đứng đầu trong 5 giống gà tiến vua ở Việt Nam, đã được thuần dưỡng, bảo tồn và duy trì ở thị

trấn Hồ, huyện Thuận Thành, tỉnh Bắc Ninh (Bắc, 2015). Gà Hồ có tầm vóc khá to so với các giống gà địa phương khác với đặc điểm chân to, có vẩy mịn, bản tròn, cao trường. Cân nặng trung bình của một con gà Hồ khoảng 5 - 6 kg và được bán với mức 500.000 - 700.000 đồng/kg (Cổng thông tin điện tử tỉnh Bắc Ninh, 2015).

Đã có nhiều nghiên cứu được thực hiện với mục tiêu phát triển giống gà này để bảo tồn, cũng như tăng thu nhập cho các hộ chăn nuôi. Tuy nhiên, hầu hết các nghiên cứu đều tiếp cận từ góc độ sản xuất như phân tích đặc điểm sinh học, kỹ thuật nhân giống, năng suất sinh sản ... của gà Hồ. Hiện chưa có nghiên cứu nào tiếp cận từ góc độ thị trường. Vì vậy, nghiên cứu này sẽ giúp cung cấp bức tranh tổng thể về mức độ tham gia thị trường của các hộ đồng thời những phát hiện từ kết quả nghiên cứu sẽ là căn cứ khoa học để đưa ra các giải pháp nhằm cải thiện mức độ tham gia thị trường, tăng thu nhập cho các hộ chăn nuôi gà Hồ trên địa bàn huyện Thuận Thành, tỉnh Bắc Ninh.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Thu thập số liệu

- Số liệu thứ cấp: được thu thập từ các công trình nghiên cứu đã xuất bản, từ niên giám thống kê, internet, các báo cáo về tình hình kinh tế - xã hội của địa phương.

- Số liệu sơ cấp: được thu thập bằng bảng hỏi, thông qua phỏng vấn trực tiếp 68 hộ chăn nuôi gà Hồ trên địa bàn thị trấn Hồ, huyện Thuận Thành, tỉnh Bắc Ninh. Theo Bùi Hữu Đoàn và Nguyễn Văn Lưu (2006), trong toàn huyện Thuận Thành có 88 hộ nuôi gà Hồ. Số lượng gà Hồ được phân bố chủ yếu ở thị trấn Hồ với 64 hộ chăn nuôi, chiếm 88,53% đàn gà Hồ của toàn huyện. Theo số liệu thống kê của hợp tác xã gà Hồ (2016), tổng số hộ nuôi gà Hồ của thị trấn Hồ hiện nay là 100 hộ. Tuy nhiên, thực tế điều tra cho thấy số hộ còn nuôi giữ giống gà này là 68 hộ và được phân bố ở 4 thôn. Đó là thôn Lạc Thổ Bắc, Lạc Thổ Nam, Bến Hồ và Chương Xá.

2.2. Phân tích số liệu

- Thống kê mô tả: Các số liệu được thu thập sẽ được tiến hành tổng hợp thành các con số phần trăm, giá trị trung bình... được biểu hiện qua các bảng số liệu, biểu đồ để phản ánh đặc điểm kinh tế - xã hội, mô tả mức độ tham gia thị trường cũng như các yếu tố ảnh hưởng tới mức độ tham gia thị trường của các hộ chăn nuôi gà Hồ trên địa bàn điều tra.

- Phương pháp hồi quy kiểm duyệt (Tobit model) được sử dụng nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ tham gia thị trường của các hộ chăn nuôi gà Hồ. Theo Gujarati (2003), mô hình này được sử dụng trong phân tích khi biến phụ thuộc có mẫu kiểm duyệt (censored sample).

Mô hình tổng quan có dạng sau:

$$Y_i^* = x_i' \beta + \varepsilon_i$$

$$\begin{cases} Y_i = 0 & \text{ khi } Y_i^* \leq 0 \\ Y_i = Y_i^* & \text{ khi } Y_i^* > 0 \end{cases}$$

Trong đó:

Y_i^* là tỉ lệ phản ánh mức độ tham gia thị trường của các hộ chăn nuôi

Theo Gebremedhin & Jaleta (2010), mức độ tham gia thị trường của các hộ được tính bằng tỉ lệ giữa giá trị sản phẩm được bán với tổng giá trị sản phẩm được sản xuất ra. Mức độ tham gia thị trường cũng có thể được xác định bằng tỉ lệ giữa số lượng sản phẩm được bán với tổng số lượng sản phẩm được sản xuất (Ele *et al.*, 2013)

Trong nghiên cứu này, Y_i^* được tính theo công thức:

$$Y_i^* = \frac{\sum S_i}{\sum Q_i}$$

Trong đó: S_i là số lượng gà Hồ được bán của hộ chăn nuôi i (kg); Q_i là tổng số lượng gà Hồ của hộ chăn nuôi i (kg).

- x_i' là các biến độc lập, các yếu tố ảnh hưởng đến mức tham gia thị trường

- β là các hệ số ước lượng phản ánh mối quan hệ giữa mức độ tham gia thị trường và các biến quan sát x

- ε là sai số.

Các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ tham gia thị trường của các hộ chăn nuôi gà hồ trên địa bàn huyện Thuận Thành, tỉnh Bắc Ninh

Bảng 1. Giải thích các biến trong mô hình

Tên biến	Giải thích
Biến phụ thuộc Y_i^*	$Y_i^* = 0$ nếu hộ chăn nuôi không tham gia thị trường $Y_i^* > 0$ nếu hộ chăn nuôi tham gia thị trường
Biến giải thích	
Tuổi (X_1)	Tuổi của chủ hộ (năm)
Giới tính (X_2)	Giới tính của chủ hộ (1 = nam, 0 = nữ)
Trình độ học vấn (X_3)	Trình độ học vấn của chủ hộ (năm)
Kinh nghiệm (X_4)	Số năm chăn nuôi gà Hồ (năm)
Quy mô hộ (X_5)	Số thành viên trong gia đình (người)
Lao động gia đình (X_6)	Số lao động trong gia đình tham gia chăn nuôi gà Hồ (người)
Diện tích (X_7)	Diện tích chăn nuôi của hộ (m^2)
Số lượng nuôi (X_8)	Số lượng gà Hồ được nuôi giữ bởi hộ (kg)
Thu nhập phi nông nghiệp (X_9)	Tỉ lệ thu nhập phi nông nghiệp bình quân hàng năm trên tổng thu nhập bình quân của hộ (%)
Hợp tác xã (X_{10})	Tham gia HTX chăn nuôi gà Hồ của chủ hộ (1 = tham gia, 0 = không tham gia)
Tham gia tập huấn (X_{11})	Tham gia các lớp tập huấn về chăn nuôi (1 = tham gia, 0 = không tham gia)
Thông tin thị trường (X_{12})	Hộ chăn nuôi tiếp cận với các thông tin thị trường (1 = có, 0 = không)

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

3.1. Đặc điểm của các hộ điều tra

Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng độ tuổi trung bình của các chủ hộ là 59,1 với chủ hộ trẻ nhất là 34 tuổi và già nhất là 80 tuổi. Phần lớn (84,4%) chủ hộ ở độ tuổi trên 50 trong khi chỉ có 15,6% chủ hộ có độ tuổi trong khoảng 34 - 50. Vì vậy, các hộ chăn nuôi trên địa bàn nghiên cứu được cho là thuộc nhóm hộ có độ tuổi cao. Tuổi của chủ hộ là yếu tố đo lường kinh nghiệm trong sản xuất và nguồn lực sẵn có. Số năm kinh nghiệm trung bình trong chăn nuôi gà Hồ của các hộ trên địa bàn nghiên cứu khá cao với 19,3 năm. Chủ hộ lớn tuổi và nhiều kinh nghiệm sẽ có khả năng đưa ra quyết định sản xuất tốt hơn (Enete and Igbokwe 2009).

Trình độ học vấn có thể ảnh hưởng tích cực đến sự tham gia thị trường của các hộ. Trình độ học vấn sẽ giúp tăng cường kỹ năng và khả năng sử dụng thông tin thị trường tốt hơn, vì vậy có thể giảm chi phí marketing và mang lại nhiều lợi ích hơn khi tham gia thị trường (Geoffrey *et al.*, 2014). Giá trị trung bình học vấn của chủ hộ phản ánh trình độ học vấn bình quân cao nhất của các hộ chăn nuôi là trung học cơ sở (Bảng 2).

Quy mô gia đình phản ánh mức tiêu dùng sản phẩm của hộ và cung cấp lao động gia đình (Alene *et al.*, 2008). Do vậy, hộ gia đình có quy mô lớn sẽ tiêu dùng nhiều sản phẩm hơn dẫn đến giảm tỉ lệ bán sản phẩm ra thị trường. Theo kết quả điều tra, số thành viên bình quân trong mỗi hộ trên địa bàn là 4,9 người.

Số lao động gia đình tham gia vào chăn nuôi gà Hồ và diện tích chăn nuôi của các hộ trên địa bàn lần lượt là 1,4 người và 35,4 m^2 . Hai yếu tố này ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng sản xuất và cung ứng sản phẩm ra thị trường. Điều này có thể được giải thích bởi thực tế là hộ chăn nuôi có khả năng sản xuất và cung ứng sản phẩm ra thị trường nhiều hơn khi có số lao động và diện tích chuồng trại lớn.

Các hộ trên địa bàn có thu nhập từ nhiều nguồn khác nhau, nông nghiệp và phi nông nghiệp. Trong đó, tỉ lệ thu nhập phi nông nghiệp bình quân của các hộ là 52,6 %/năm và chủ yếu từ buôn bán, làm thuê và lương hưu. Hộ có tỉ lệ thu nhập phi nông nghiệp cao nhất là 96,3 %/năm và thấp nhất là 6,8 %/năm.

Kết quả điều tra cho thấy phần lớn chủ hộ chăn nuôi gà Hồ là nam (chiếm 72,1%). Theo Martey (2012), giới tính của chủ hộ tạo ra sự khác biệt trong định hướng thị trường giữa nam

Bảng 2. Đặc điểm của các hộ chăn nuôi gà Hồ (biến liên tục)

Chỉ tiêu	Giá trị trung bình	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
Tuổi	59,1	34	80
Trình độ học vấn	9,0	0	12
Quy mô hộ	4,9	2	9
Lao động gia đình	1,4	1	2
Diện tích	35,4	4	75
Kinh nghiệm	19,3	7	42
Số lượng nuôi	108,5	25	600
Thu nhập phi nông nghiệp	52,6	6,8	96,3

Nguồn: Số liệu điều tra, 2016

và nữ. Nam giới được kỳ vọng có xu hướng tham gia thị trường cao hơn so với nữ giới.

Tham gia các lớp tập huấn, các chương trình khuyến nông sẽ cung cấp những phương pháp mới để tăng năng suất cây trồng, vật nuôi, từ đó tăng lượng sản phẩm đưa ra thị trường. Tuy nhiên, chỉ có 29,4% số hộ tham gia các lớp tập huấn về chăn nuôi gà Hồ được cung cấp bởi chính quyền địa phương, viện chăn nuôi và các đơn vị khác. Điều này cho thấy các hộ chưa thực sự chú trọng tham gia các lớp tập huấn. Các nguyên nhân chính được biết đến bởi những người chăn nuôi là quy mô nhỏ lẻ (46,7%), chăn nuôi định hướng tiêu dùng (36,8%), không biết thông tin (16,5%), đã có đủ kiến thức dựa vào kinh nghiệm chăn nuôi lâu năm (11,4%) và một số nguyên nhân khác (3,2%).

Hợp tác xã được tin rằng nó sẽ mang lại lợi ích cho thành viên của mình như nâng cao kiến thức về sản xuất, tập huấn về kỹ thuật, áp dụng

công nghệ mới, tăng cường mối quan hệ giữa các thành viên, tăng khả năng tiếp cận thị trường và bán sản phẩm tại mức giá hợp lý. Vì vậy, tham gia vào hợp tác xã được giả thuyết là ảnh hưởng đến mức độ tham gia thị trường của các hộ chăn nuôi. Nhưng thực tế cho thấy, chỉ có 13,2% số hộ tham gia vào hợp tác xã chăn nuôi gà Hồ. Hợp tác xã chăn nuôi gà Hồ mới được thành lập ngày 19/1/2015 với số thành viên tham gia là 9 người.

Tiếp cận thông tin thị trường được cho là yếu tố quan trọng tác động đến mức độ tham gia thị trường của các hộ chăn nuôi. Thông tin về giá cả thị trường là một trong những căn cứ để nông dân đưa ra các quyết định marketing (Woldesenbet, 2013). Nghiên cứu đã chỉ ra rằng 75% hộ chăn nuôi có tiếp cận và dựa vào thông tin thị trường mà họ nhận được. Hầu hết các hộ nhận được thông tin thông qua hàng xóm, bạn bè và các mối quan hệ.

Bảng 3. Đặc điểm của các hộ chăn nuôi gà Hồ (biến phân tổ)

Chỉ tiêu	Tần số	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nam	49
	Nữ	19
Hợp tác xã	Có	9
	Không	59
Tham gia tập huấn	Có	20
	Không	48
Thông tin thị trường	Có	51
	Không	17

Nguồn: Số liệu điều tra, 2016

Các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ tham gia thị trường của các hộ chăn nuôi gà hồ trên địa bàn huyện Thuận Thành, tỉnh Bắc Ninh

3.2. Mức độ tham gia thị trường của các hộ chăn nuôi gà Hồ

Kết quả điều tra 68 hộ chăn nuôi cho thấy các hộ định hướng tiêu dùng (tham gia thị trường dưới 25%) chiếm tỉ lệ cao nhất với 39,7%; tiếp đến là các hộ định hướng thị trường (tham gia thị trường trên 50%) và các hộ bán một phần (tham gia thị trường 25 - 50%) chiếm tỉ lệ lần lượt là 35,3% và 25% (Hình 1).

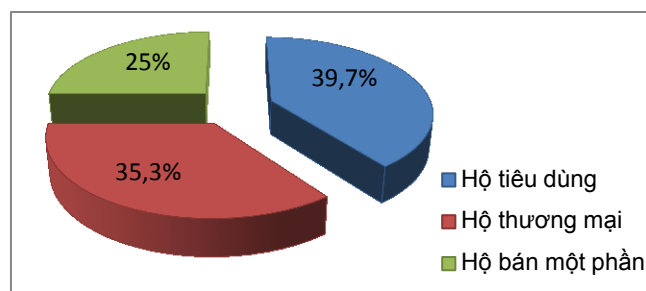
Các hộ có định hướng tiêu dùng (hộ tiêu dùng) có tỉ lệ thu nhập phi nông nghiệp bình quân trên một năm cao hơn so với các hộ có định hướng thị trường (hộ thương mại). Tỉ lệ thu nhập phi nông nghiệp bình quân của nhóm hộ này là 65%, cao hơn 17,9% so với các hộ thương mại.

Các hộ tiêu dùng có quy mô đàn gà bình quân nhỏ hơn so với các hộ thương mại và bán một phần. Số lượng gà nuôi giữ bình quân của các hộ tiêu dùng là 9,7 con/hộ (tương ứng với 42,2 kg), thấp hơn gần 17 con/hộ (tương ứng với 98,7 kg) so với các hộ thương mại và 7,3 con/hộ (tương ứng với 40,1 kg) so với các hộ bán một phần. Sản lượng tiêu thụ bình quân của nhóm hộ tiêu dùng là 3,2 kg. Trong khi đó, 30,1 kg và 117,5 kg lần lượt là sản lượng tiêu thụ bình quân của nhóm hộ bán một phần và nhóm hộ thương mại. Sự khác biệt này có thể được giải thích bởi mục đích và mức độ đầu tư cho chăn nuôi của các nhóm hộ.

3.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ tham gia thị trường của các hộ chăn nuôi gà Hồ

Mô hình hồi quy kiểm duyệt (Tobit model) được sử dụng để đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ tham gia thị trường của các hộ chăn nuôi gà Hồ. Kết quả phân tích mô hình có sử dụng phần mềm Stata 12 được thể hiện trong bảng 4.

Nhóm nhân tố hạn chế: Tuổi của chủ hộ có ảnh hưởng tiêu cực đến mức độ tham gia thị trường của các hộ chăn nuôi. Điều này có thể giải thích rằng chủ hộ lớn tuổi ít có khả năng tăng mức độ bán gà Hồ trên thị trường. Khi tuổi của chủ hộ tăng lên một năm thì mức độ tham gia thị trường của họ giảm đi 0,0077%. Kết quả này phù hợp với phát hiện của Ayieko *et al.* (2015), Martey *et al.* (2012) và Berhanu *et al.* (2011). Thực tế cho thấy những chủ hộ cao tuổi thường có vấn đề sức khỏe và họ thường nuôi gà theo hướng tận dụng với quy mô chăn nuôi nhỏ chỉ từ 2 - 7 con. Chính vì vậy, những hộ này thường có định hướng tiêu dùng trong gia đình. Về thu nhập, hệ số ước lượng $\beta_9 = -0,0034$ ở mức ý nghĩa 5% chỉ ra rằng thu thập phi nông nghiệp và mức độ tham gia thị trường của các hộ có quan hệ tỷ lệ nghịch. Mối quan hệ giữa thu nhập phi nông nghiệp và mức độ tham gia thị trường ở nghiên cứu này cũng được phát hiện bởi Alene *et al.* (2008), Omiti *et al.* (2009) và Adam (2010). Khi thu nhập phi nông nghiệp của hộ tăng lên, họ có xu hướng dành ít thời gian cho việc chăn nuôi và do đó mức độ tham gia thị trường đối với sản phẩm gà Hồ của họ giảm đi. Kết quả cho thấy thu nhập từ các nguồn phi nông nghiệp không được đầu tư cho chăn nuôi gà Hồ. Tuy vậy, thu nhập phi nông nghiệp sẽ dẫn đến đa dạng hóa các nguồn thu phi nông nghiệp khác của các hộ trên địa bàn.



Hình 1. Tỉ lệ các hộ chăn nuôi gà Hồ tham gia thị trường theo các hình thức

Nguồn: Số liệu điều tra, 2016

Bảng 4 . Kết quả phân tích mô hình Tobit về mức độ tham gia trường của các hộ chăn nuôi gà Hồ

Chỉ tiêu	Hệ số ước lượng	Robust Std. error	Giá trị kiểm định (T)
Hằng số (C)	0,2325	0,3335	1,10
Tuổi (X ₁)	-0,0077 **	0,0036	-2,14
Giới tính (X ₂)	0,0705	0,0982	0,72
Trình độ học vấn (X ₃)	0,0110	0,0122	0,90
Kinh nghiệm (X ₄)	0,0065*	0, 0036	1,81
Quy mô hộ (X ₅)	0,0021	0,0228	0,09
Lao động gia đình (X ₆)	0,1511**	0, 0729	2,07
Diện tích (X ₇)	0,0037 **	0, 0018	2,03
Số lượng nuôi (X ₈)	0,0071***	0, 0024	3,94
Thu nhập phi nông nghiệp (X ₉)	-0,0034**	0,0017	-2,01
Hợp tác xã (X ₁₀)	0, 0339	0, 0844	0,40
Tham gia tập huấn (X ₁₁)	0, 1463*	0, 0835	1,75
Thông tin thị trường (X ₁₂)	-0,1047	0,0951	-1,10
Số quan sát			68
Prob > chi2			0,0000
Pseudo R2			0,7526
Log likelihood			-9,1846

Ghi chú: *: mức ý nghĩa 10%; **: mức ý nghĩa 5%; ***: mức ý nghĩa 1%
 Nguồn: Số liệu điều tra, 2016

Với nhóm nhân tố ảnh hưởng tích cực: Kết quả phân tích mô hình cho thấy biến diện tích chăn nuôi có ý nghĩa thống kê ở mức 5% và có ảnh hưởng tích cực đến mức độ tham gia thị trường của các hộ trên địa bàn nghiên cứu. Mức độ tham gia thị trường tăng theo quy mô diện tích cũng được xác nhận bởi Gebreselassie & Sharp (2008), Okezie *et al.* (2012), Goshu *et al.* (2012) và Martey *et al.* (2012). Điều này có nghĩa những hộ có diện tích chăn nuôi lớn thì mức độ tham gia thị trường của họ cao hơn. Như vậy có thể thấy vai trò của quy mô trang trại trong việc thúc đẩy mức sản xuất dẫn đến tăng lượng bán sản phẩm và do đó các hộ tham gia nhiều hơn vào thị trường. Thực tế điều tra cho thấy việc phát triển gà Hồ thương phẩm của người chăn nuôi rất khó khăn. Hầu hết, diện tích chăn nuôi nhỏ và nằm xen kẽ trong khu dân cư với mật độ dân số đông đúc nên khó mở rộng quy mô và tăng số lượng đàn gà.

Về số lượng gà Hồ, hệ số ước lượng có giá trị dương và có ý nghĩa thống kê ở mức 1%, điều này chỉ ra rằng số lượng gà Hồ được nuôi giữ có

ảnh hưởng cùng chiều với mức độ tham gia thị trường của các hộ chăn nuôi. Kết quả này cũng khá tương đồng với kết quả nghiên cứu của Omiti *et al.* (2009), Bett *et al.* (2012) và Ayieko *et al.* (2015). Những hộ có lượng chăn nuôi lớn, tỉ lệ sản phẩm được bán cao hơn những hộ còn lại. Sản xuất với quy mô lớn được xem là một trong những yếu tố khuyến khích các hộ tham gia thị trường. Chăn nuôi quy mô nhỏ được đặc trưng bởi mức độ tham gia thị trường thấp (Negassa *et al.*, 2011). 41% người chăn nuôi thuộc nhóm hộ bán một phần và hộ thương mại cho biết họ có nhu cầu tăng quy mô tổng đàn gà. Tuy nhiên bên cạnh vấn đề thiếu mặt bằng sản xuất, việc phát triển đàn gà đòi hỏi vốn đầu tư phải lớn trong khi nguồn vốn của các nhóm hộ này chỉ đủ để đáp ứng cho quy mô chăn nuôi hiện tại.

Đối với biến “lao động gia đình”, hệ số ước lượng cho biến này có giá trị dương và có ý nghĩa thống kê, chứng tỏ số lao động gia đình có ảnh hưởng tích cực đến mức độ tham gia thị trường của các hộ. Những hộ có nhiều lao động

Các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ tham gia thị trường của các hộ chăn nuôi gà hồ trên địa bàn huyện Thuận Thành, tỉnh Bắc Ninh

tham gia trực tiếp vào việc chăn nuôi sẽ có điều kiện về nguồn nhân lực để tăng quy mô đàn gà cũng như sản lượng trong chăn nuôi và vì thế mức độ tham gia thị trường của các hộ này cũng sẽ được cải thiện.

Tham gia các lớp tập huấn về kỹ thuật chăn nuôi có tác động tích cực đến mức độ tham gia thị trường của các hộ và có ý nghĩa ở mức 10%. Những hộ này được cho là có nhiều khả năng tham gia thị trường hơn. Điều này có thể là do các hộ được tiếp cận với những phương pháp cũng như công nghệ mới trong chăn nuôi khi tham gia các lớp tập huấn như quy trình sản xuất, kỹ thuật nhân giống, phòng trừ dịch bệnh, bảo tồn, giữ giống gốc ... dẫn đến tăng năng suất. Kết quả là lượng sản phẩm gà Hồ được đưa ra thị trường cũng được tăng lên.

Về kinh nghiệm của chủ hộ, hệ số ước lượng $\beta_4 = 0,0065$ ở mức ý nghĩa 10% cho thấy những chủ hộ có nhiều năm kinh nghiệm trong chăn nuôi sẽ có mức độ tham gia thị trường cao hơn những chủ hộ có ít năm kinh nghiệm. Ngoài ra, các biến như giới tính, trình độ học vấn, quy mô hộ, tham gia vào hợp tác xã và tiếp cận thông tin thị trường mặc dù được kỳ vọng là có ảnh hưởng đến mức độ tham gia thị trường nhưng các biến này không có ý nghĩa thống kê trong phân tích mô hình.

4. KẾT LUẬN

Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng các hộ định hướng tiêu dùng chiếm tỉ lệ cao nhất, theo sau là các hộ định hướng thị trường và các hộ bán một phần. Kinh nghiệm chăn nuôi của chủ hộ, lao động gia đình, diện tích chăn nuôi, số lượng gà Hồ được nuôi giữ và tham gia các lớp tập huấn của hộ có ảnh hưởng tích cực đến mức độ tham gia thị trường của các hộ chăn nuôi. Tuy nhiên, độ tuổi của chủ hộ và thu nhập bình quân lại là các nhân tố hạn chế mức độ tham gia thị trường của các hộ.

Để góp phần nâng cao thu nhập cũng như cải thiện mức độ tham gia thị trường của các hộ chăn nuôi gà Hồ, một số kiến nghị được đề xuất như sau: (i) Chính quyền và các cơ quan chuyên môn địa phương cần bố trí, quy hoạch đất đai, tạo

điều kiện cho người chăn nuôi mở rộng quy mô thông qua việc tạo điều kiện cho họ thuê đất xây dựng chuồng trại chăn nuôi tập trung, xa khu dân cư; (ii) Ủy ban nhân dân tỉnh và chính quyền địa phương cần có những chính sách hỗ trợ, ưu tiên cung cấp vốn tín dụng cho hộ chăn nuôi để mở rộng chuồng trại, đầu tư trang thiết bị máy móc cũng như các yếu tố đầu vào khác như giống, thức ăn, thuốc thú y...; (iii) Tham gia các lớp tập huấn đóng vai trò quan trọng thúc đẩy các hộ nâng cao mức độ tham gia thị trường. Tuy nhiên, kết quả điều tra cho thấy chỉ 29,4% các hộ tham gia các lớp tập huấn này. Vì vậy, chính quyền địa phương cần tăng cường công tác tuyên truyền, phổ biến đồng thời phối hợp với các bên liên quan để cung cấp các chương trình tập huấn đến các hộ chăn nuôi trên địa bàn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Adam Komarek (2010). The determinants of banana market commercialisation in Western Uganda. *African Journal of Agricultural Research*, 5(9): 775-784.
- Alene, A.D., Manyong, V.M., Omany, G., Mignouma, H.D., Bokanga, M. and Odhiambo, G. (2008). Smallholder Market Participation under Transactions Costs: Maize Supply and Fertilizer Demand in Kenya. *Journal of Food Policy*, 33: 318-28.
- Ayieko, M. O. D., E. K. Bett & L. W. Kabuage (2015). Analysis of Indigenous Chicken Marketing Participation Decisions: The Case of Producers from Makueni County, Kenya, *East African Agricultural and Forestry Journal*, 81: 1, 12-17
- Berhanu, K., Getnet, K., Baker, D. and Kassa, B. (2011). Determinants of participation decisions and level of participation in farm level milk value addition: the case of smallholder dairy farmers in Ethiopia. *Ethiopian Journal of Applied Science and Technology*, 2(2): 19-30.
- Bett, H.K., Bett, R.C., Peters, K.J., Kahi, A.K. and Bokelmann, W. (2012). Linking utilisation and conservation of indigenous chicken genetic resources to value chains. *Journal of Animal Production Advances*, 2(1): 33-51.
- Bùi Hữu Đoàn và Nguyễn Văn Lưu (2006). Một số đặc điểm sinh học và khả năng sản xuất của gà Hồ. *Tạp chí Khoa học Kỹ thuật Nông nghiệp*, 48(5): 1-6.
- Công thông tin điện tử tỉnh Bắc Ninh (2015). Duy trì bảo tồn và phát triển giống gà Hồ. Truy cập ngày

- 25.11.2016 tại <http://bacninh.gov.vn/news/-/details/20182/duy-tri-bao-ton-va-phat-trien-giong-ga-ho>
- Cục chăn nuôi (2016). Tổng hợp kết quả sản xuất chăn nuôi từ năm 2010 - 2015 và kế hoạch đến năm 2020. <http://channuoivietnam.com/thong-ke-chan-nuoi/>
- Desvaux, S., Ton, V., Thang, P., & Hoa, P. T. (2008). A general review and a description of the poultry production in Vietnam. Agricultural Publishing House.
- Ele I. E., Omini G. E, Adinya B. I. (2013). Assessing the Extent of Commercialization of Smallholding Farming Households in Cross River State, Nigeria. *IOSR Journal of Agriculture and Veterinary Science*. 4(2): 49-55.
- Enete, A.A. and E.M. Igbokwe (2009). Cassava market participation decision of household in Africa. *Tropicultura*, 27(3): 129-136.
- Gebremedhin, B. and M. Jaleta (2010). Commercialization of Smallholders: Is Market Participation Enough? Contributed Paper presented at the Joint 3rd African Association of Agricultural Economists (AAAE) and 48th Agricultural Economists Association of South Africa (AEASA) Conference, Cape Town, South Africa, September 19-23, 2010.
- Gebreselassie, S., Sharp, K. (2008): Commercialisation of Smallholder Agriculture in Selected Tef-growing Areas of Ethiopia, Future Agricultures Consortium, A discussion paper, University of Sussex, Brighton, UK, available at: www.future-agricultures.org/publications/research-and-analysis/discussion-papers/26-commercialisation-of-smallholder-agriculture-in-selected-tef-growing-areas-of-ethiopia/file
- Geoffrey , S., Hillary, B., & Lawrence , K. (2014). Determinants of Market Participation among Small-scale Pineapple Farmers in Kericho County, Kenya. M.Sc. Thesis, Faculty of Agricultural and Applied Economics, Egerton University. Kenya. 81 pp.
- Goshu, D., Kassa, B., Ketema, M. (2012). Measuring Smallholder Commercialization Decision and Interaction in Ethiopia, *Journal of Economics and Sustainable Development*, 3(13): 150-160.
- Gujarati, D. (2003). Basic econometrics. McGraw Hill, Boston, USA.
- Martey, E., M. A. Ramatu and K. M. K. John (2012). Commercialization of smallholder agriculture in Ghana: A Tobit regression analysis. *African Journal of Agricultural Research*, pp. 2131-2141.
- Negassa, A, S. Rashid, and B. Gebremedhin (2011). Livestock Production and Marketing. ESSP Working Paper No. 26. Addis Ababa, Ethiopia: IFPRI. Cited November 25, 2016 at <http://www.ifpri.org/sites/default/files/publications/esspwp26.pdf>.
- Nguyễn Phương Bắc (2015). Hiệp định TPP và con gà Hồ. Trích dẫn ngày 30.11.2016 tại http://baobacninh.com.vn/news_detail/89153/hiiep-dinh-tpp-va-con-ga-ho.html.
- Nguyễn Văn Duy (2013). Khả năng sinh sản của gà Hồ nuôi trong nông hộ tại huyện Thuận Thành, tỉnh Bắc Ninh. Luận văn Thạc sĩ khoa học nông nghiệp, tr.1.
- Nguyễn Xuân Vang (2006). Chính sách trong ngành chăn nuôi và tác động đến người chăn nuôi quy mô nhỏ. http://vcn.vnn.vn/chinh-sach-trong-nganh-chan-nuoi-va-tac-dong-den-nguoi-chan-nuoi-quy-mo-nho_n58608_g773.aspx.
- Okezie, C. A., Sulaiman, J., Nwosu, A. C. (2012). Farm - Level Determinants of Agricultural Commercialization, *International Journal of Agriculture and Forestry*, 2(2): 1-5.
- Omiti JM, Otieno DJ, Nyanamba TO, Mccullough E (2009). Factors Influencing the Intensity of Market Participation by Smallholder Farmers: A Case Study of Rural and Peri-urban areas of Kenya. *Afr. J. Agric. Res. Econ.*, 3(1): 57-82.
- Tổng cục thống kê (2016). Thống kê chăn nuôi Việt Nam 01/10/2015 về số lượng đầu con và sản phẩm gia súc, gia cầm. <http://channuoivietnam.com/thong-ke-chan-nuoi/>
- Trần Công Xuân (2008). Phát triển chăn nuôi gia cầm bền vững trong chiến lược phát triển chăn nuôi đến năm 2020. Hiệp hội Chăn nuôi Gia cầm Việt nam.
- Viện Kinh tế Nông nghiệp (2005). Các nghiên cứu về ngành chăn nuôi Việt Nam. Báo cáo tổng quan.
- Woldesenbet, A. T. (2013). Value Chain Analysis of Vegetables: The Case of Habro and Kombolcha Woredas in Oromia Region, Ethiopia. M.Sc. Thesis, Faculty of Agricultural Economics. Haramaya University. Ethiopia. 129 pp