

# Mức độ định hướng thị trường các sản phẩm nông nghiệp của hộ nghèo khu vực miền núi: Nghiên cứu trường hợp tại tỉnh Kon Tum

Nguyễn Tiên Dũng\*, Lê Văn Nam, Trần Cao Úy

Trường Đại học Nông Lâm, Đại học Huế

Ngày nhận bài 12/6/2020; ngày chuyển phản biện 15/6/2020; ngày nhận phản biện 13/7/2020; ngày chấp nhận đăng 21/7/2020

## Tóm tắt:

Sản xuất theo định hướng thị trường có ý nghĩa quan trọng trong việc tạo thu nhập và xoá đói giảm nghèo cho khu vực nông thôn và miền núi. Khảo sát 73 hộ nghèo tại tỉnh Kon Tum cho thấy tình trạng sản xuất nông nghiệp của các hộ này có mức độ định hướng thị trường thấp ( $MOI=0,313<0,5$ ) với tỷ lệ sản phẩm trồng trọt được bán ra thị trường là 39% và sản phẩm vật nuôi là 6,4%. Kết quả nghiên cứu cho thấy có 12 yếu tố tác động đến định hướng thị trường của các hộ nghèo, trong đó 6 yếu tố ảnh hưởng có ý nghĩa thống kê, xếp theo mức độ quan trọng gồm: giao thông ( $\beta=0,372$ ), diện tích đất trồng lúa ( $\beta=-0,309$ ), tiếp cận chợ ( $\beta=-0,237$ ), diện tích đất trồng màu ( $\beta=0,174$ ), trình độ chủ hộ ( $\beta=0,121$ ) và sở hữu tivi ( $\beta=0,119$ ). Kết quả này gợi ý một số chính sách trong việc đầu tư nâng cấp hạ tầng về giao thông cho khu vực miền núi, thành lập các đầu mối thu mua nông sản tại chỗ, chuyển đổi cây trồng, phát triển chăn nuôi gia cầm, đồng thời cần hình thành các kênh hỗ trợ nâng cao thông tin thị trường cho người dân.

**Từ khóa:** định hướng thị trường, hộ nghèo, Kon Tum, miền núi.

**Chỉ số phân loại:** 5.2

## **Đặt vấn đề**

Khu vực miền núi Việt Nam là nơi tập trung nhiều nhóm dân tộc thiểu số (DTTS), có cơ sở hạ tầng kém phát triển, mức độ tiếp cận dịch vụ y tế, giáo dục còn hạn chế và tỷ lệ nghèo đói vẫn còn cao [1]. Do xuất phát điểm thấp, địa hình chia cắt, tác động của thời tiết cực đoan như sạt lở đất, lũ ống, lũ quét, hạn hán... diễn ra nghiêm trọng, khó lường cùng với chi phí để sản xuất và lưu thông hàng hóa cao, dẫn đến khu vực miền núi khó thu hút các nguồn lực xã hội đầu tư phát triển [2]. Tình trạng nghèo đói còn tồn tại khá phổ biến trong các nhóm DTTS ở khu vực miền núi khi sinh kế của người dân vẫn chủ yếu dựa vào sản xuất nông, lâm nghiệp với thu nhập chưa bằng một nửa so với mức bình quân chung của cả nước (1,1 triệu so với 2,64 triệu đồng/người/tháng) [1].

Để tăng thu nhập, giảm tỷ lệ nghèo và tăng khả năng tiếp cận với các dịch vụ cơ bản đối với nhóm hộ nghèo, Chính phủ đã có nhiều chương trình, chính sách hỗ trợ cho nhóm đối tượng này, trong đó gần đây là Chương trình mục tiêu quốc gia giảm nghèo bền vững 2016-2020. Bên cạnh đó, còn có nhiều chương trình, dự án hỗ trợ đồng bào DTTS được thực hiện bởi các tổ chức trong nước và quốc tế. Trong chiến lược phát triển, Chính phủ cũng đã xác định thương mại hóa nông nghiệp có ý nghĩa quan trọng đối với xóa đói giảm nghèo cho người DTTS khu vực miền núi, cho

nhên nhiều chính sách đã được ban hành, như Quyết định 964/QĐ-TTg phê duyệt Chương trình phát triển thương mại miền núi, vùng sâu, vùng xa và hải đảo giai đoạn 2015-2020. Trong đó hướng đến việc phát triển các sản phẩm, hàng hóa có thương hiệu là đặc trưng, đặc sản, tiềm năng, lợi thế của miền núi, vùng sâu, vùng xa và hải đảo để đưa vào các chợ, siêu thị, trung tâm thương mại cả nước và xuất khẩu, qua đó góp phần giảm nghèo bền vững, nâng cao thu nhập cho người dân khu vực này [3]. Năm 2019, Quốc hội đã có nghị quyết phê duyệt “Đề án tổng thể phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào DTTS và miền núi giai đoạn 2021-2030” với mục tiêu chính là nâng thu nhập của hộ DTTS đến 2025 tăng gấp 2 lần so với 2020 và đến 2030 tăng gấp 2,5 lần so với 2026 [2].

Chủ trương nâng cao đời sống nông hộ miền núi thông qua sản xuất theo định hướng thị trường cũng phù hợp với xu hướng phát triển của thế giới. Sản xuất theo định hướng thị trường đã được chứng minh là con đường nâng cao thu nhập và đời sống cho các nông hộ sản xuất nhỏ ở trên thế giới [4, 5] cũng như tại Việt Nam [6, 7]. Theo đó, thương mại hóa nông nghiệp thông qua sản xuất theo định hướng thị trường là một động lực quan trọng của chuyển đổi cơ cấu kinh tế và có thể đóng một vai trò quan trọng trong phát triển nông thôn và giảm nghèo. Đối với nông hộ sản xuất nhỏ, việc tiến tới thương mại hóa nông nghiệp hoàn toàn như các trang trại lớn và các công ty đòi hỏi một quá trình

\*Tác giả liên hệ: Email: nguyentienandung@huaf.edu.vn

# Level and determinants of smallholder's agricultural market orientation in mountain areas: A case in Kon Tum province, Vietnam

Tien Dung Nguyen\*, Van Nam Le, Cao Uy Tran  
University of Agriculture and Forestry, Hue University

Received 12 June 2020; accepted 21 July 2020

## Abstract:

Market-oriented production is a fundamental activity toward poverty reduction in rural and mountain areas. The survey of 73 poor households in Kon Tum province showed that the smallholder's orientation market is at a low level ( $MOI=0.313<0.5$ ). The products of crops and livestock sold to the market accounted for 39% and 6.4% respectively. The study results presented 12 factors affecting smallholder's market orientation index, but only 6 of them have statistical significance. They were ranked from the most to the least important factors as: transportation ( $\beta=0.372$ ), rice land area ( $\beta=-0.309$ ), distance to market ( $\beta=-0.237$ ), cropland ( $\beta=0.174$ ), education level ( $\beta=0.121$ ), and television ownership ( $\beta=0.119$ ). This result recommends some policies in investing in upgrading transport infrastructure, establishing the place of purchase locally, transforming crops, developing poultry raising, and enhancing market information for farmers.

**Keywords:** Kon Tum, market orientation, mountain areas, smallholder.

**Classification number:** 5.2

chuyển đổi lâu dài nhưng cần thiết, phải bắt đầu từ việc định hướng thị trường trong quá trình sản xuất.

Là một tỉnh miền núi ở cực bắc của cao nguyên Trung Bộ với độ cao trung bình từ 550-700 m so với mực nước biển, Kon Tum có diện tích đồi núi chiếm 82,14% trong tổng số 968.960,64 ha diện tích tự nhiên, có chiều dài biên giới 280,7 km tiếp giáp với Hạ Lào và Bắc Campuchia. Tây Nguyên nói chung và Kon Tum nói riêng là địa bàn chiến lược, đặc biệt quan trọng về an ninh - quốc phòng. Việc phát triển kinh tế trên địa bàn nhằm nâng cao đời sống của người dân, đặc biệt là đồng bào DTTS, trở nên cấp bách, góp phần giữ vững sự ổn định về chính trị - xã hội, an ninh

- quốc phòng, bảo vệ vững chắc chủ quyền biên giới - lãnh thổ. Tỉnh Kon Tum có 8 huyện và 1 thành phố, 102 xã, phường, thị trấn, trong đó có 65 xã đặc biệt khó khăn, 15 xã biên giới, 849 thôn bản. Dân số toàn tỉnh khoảng 489.900 người, trong đó, DTTS chiếm 53,2%, đông nhất là Sê Đăng (chiếm 24%), Ba Na (chiếm 11,6%), còn lại là Giê Triêng, Gia Rai, Brâu, Rơ mâm... Tỷ lệ hộ nghèo tại Kon Tum còn cao (chiếm 17,6%, trong tổng số 13.559 hộ, trong đó hộ nghèo đồng bào DTTS chiếm 88,5%). Phần lớn hộ nghèo khu vực miền núi tỉnh Kon Tum có các hoạt động sinh kế chính dựa vào nông, lâm nghiệp. Các cây trồng chính như lúa nước, lúa rẫy, ngô, sắn, cây công nghiệp chưa mang lại thu nhập ổn định, trong khi các hoạt động chăn nuôi bò, gà, dê... chưa được đầu tư để trở thành kinh tế hàng hóa nên không ít hộ nghèo tại các huyện miền núi của tỉnh như Kon Plong, Kon Rẫy vẫn có các hoạt động sinh kế dựa vào rừng [8, 9]. Mặc dù vậy, chính sách đóng cửa rừng và việc hình thành nhiều khu bảo tồn đang khiến các nguồn thu dựa vào rừng của người dân ngày càng sụt giảm. Thu nhập từ nông nghiệp trở thành nguồn thu chính của các hộ nghèo DTTS, tuy nhiên những khó khăn trong tiếp cận thị trường do quy mô sản xuất nhỏ lẻ, sản lượng hàng hoá thấp, xa chợ, xa trung tâm trở thành cản trở lớn đối với việc cải thiện sinh kế cho người dân [10, 11]. Hơn nữa, việc tổ chức sản xuất của các nông hộ thiếu định hướng thị trường trở thành rào cản lớn nhất để hộ có thể chuyển đổi từ sản xuất tự cung tự cấp sang sản xuất định hướng hàng hoá [6]. Chính vì vậy, nghiên cứu mức độ định hướng thị trường các sản phẩm nông nghiệp của hộ nghèo tại khu vực miền núi tỉnh Kon Tum có ý nghĩa cả về lý luận và thực tiễn trong việc phát triển sinh kế cho hộ nghèo khu vực miền núi tại Việt Nam.

## Phương pháp nghiên cứu

### Mô hình nghiên cứu

Trong quá trình phát triển kinh tế, nông hộ sản xuất theo định hướng thị trường là một trong những thành phần quan trọng để chuyển đổi sản xuất nông nghiệp [4]. Mức độ định hướng thị trường là yếu tố chính quyết định lợi thế cạnh tranh [12], liên quan tích cực đến lợi nhuận [5, 7] và đa dạng sản phẩm mới [4, 6, 13]. Gần đây, định hướng thị trường của nông dân sản xuất nhỏ đã được đánh giá trong các bối cảnh khác nhau ở các quốc gia khác nhau [6, 12, 14, 15] cho thấy, định hướng thị trường về cơ bản là vấn đề quyết định sản xuất những gì để tối đa hóa lợi nhuận. Định hướng thị trường của các hộ sản xuất nhỏ đôi khi được gọi là "Thương mại hóa" [4, 5], "Tham gia thị trường" [16] hoặc "Hội nhập thị trường" [14], thường được xác định bởi số lượng sản phẩm nông nghiệp được nông hộ cung cấp cho thị trường so với tổng lượng sản phẩm nông hộ làm ra [12]. Theo đó, chỉ số định hướng thị trường (MOI - Market Orientation Index) được tính theo công thức sau:

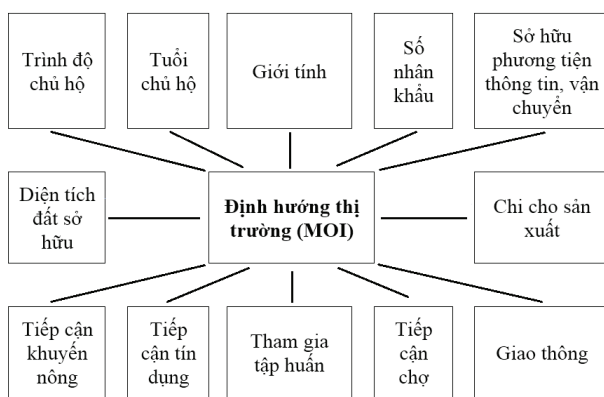
$$MOI_i = \frac{\sum_{k=1}^K \alpha_k L_{ik}}{L_i^T} \quad (L_i^T > 0 \text{ và } 0 < MOI_i < 1) \quad [13]$$

với  $MOI_i$  là chỉ số định hướng thị trường của nông hộ  $i$ ;  $L_{ik}$  là diện tích đất canh tác cho cây trồng  $k$  (nếu vật nuôi là đất dành cho chuồng trại, trồng cỏ cho vật nuôi  $k$ );  $L_i^T$  là tổng diện tích đất của hộ;  $\alpha_k$  là chỉ số thị trường của cây trồng/vật nuôi  $k$ ;  $\alpha_k$  được tính theo công thức:

$$\alpha_k = \frac{\sum_{i=1}^N S_{ki}}{\sum_{i=1}^N Q_{ki}} \quad (Q_k \geq S_k \text{ và } 0 < \alpha_k < 1) \quad [13]$$

trong đó:  $\alpha_k$  là tỷ lệ cây trồng hoặc vật nuôi  $k$  được bán ( $S_k$ ) trên tổng số cây trồng hoặc vật nuôi  $k$  được sản xuất ( $Q_k$ );  $\alpha_k$  nhận giá trị từ 0 đến 1.

Định hướng thị trường trong sản xuất của nông hộ chịu ảnh hưởng của ba nhóm yếu tố chính thuộc về (1) đặc điểm kinh tế - xã hội của nông hộ; (2) đặc điểm của nông trại và (3) các yếu tố tác động từ bên ngoài như thị trường, chính sách, dịch vụ hỗ trợ, hạ tầng... Thông qua tổng quan tại liệu, kế thừa các nghiên cứu của các tác giả ngoài nước như Gebremedhin (2010) [12], Adenegan (2013) [15], Osmani (2016) [13], Kyaw (2018) [17], Otekunrin (2019) [16] và trong nước như Quân (2009) [6], Nghi (2014) [18], kết hợp khảo sát thông tin thực địa, mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến định hướng thị trường của hộ nghèo khu vực miền núi tỉnh Kon Tum bao gồm các thành tố như ở hình 1.



Hình 1. Khung phân tích định hướng thị trường của hộ.

Để kiểm định mô hình lý thuyết này, nghiên cứu sử dụng mô hình hồi quy tuyến tính đa biến với phương trình được thiết lập như sau:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \dots + \beta_p X_{pi} + e_i \quad [19]$$

trong đó:  $Y_i$  là biến phụ thuộc;  $X_{pi}$  là biểu hiện giá trị của biến độc lập thứ  $p$  tại quan sát thứ  $i$ ;  $\beta_0, \beta_1, \dots, \beta_p$  là các hệ số hồi quy riêng phần;  $e_i$  là sai số ngẫu nhiên ( $i = 1, \dots, n$ ).

Theo đó, định hướng thị trường (MOI) là biến phụ thuộc, các biến độc lập tác động đến định hướng thị trường ở trong mô hình này được giải thích bởi các yếu tố ở bảng 1.

Bảng 1. Định nghĩa các biến liên quan đến định hướng thị trường của hộ.

Tên biến	Định nghĩa	Đơn vị tính	Nguồn tham khảo	Kỳ vọng
Sở hữu đất	Là diện tích đất nông hộ sở hữu tại thời điểm khảo sát	ha	[12, 13, 15]	+
Trình độ	Trình độ là số năm đi học của chủ hộ tính đến thời điểm khảo sát	Năm	[13, 15, 17]	+
Giới tính	Giới tính của chủ hộ, nam = 1, nữ = 0	1/0	[12, 17]	+
Số nhân khẩu	Số nhân khẩu của hộ	Người	[12, 13]	+
Phương tiện	Phương tiện hộ sở hữu, có = 1, không = 0	1/0	[13, 18]	+
Đầu tư sản xuất	Chi phí của hộ cho sản xuất	VND	[13]	+
Tiếp cận khuyến nông	Hộ có được hỗ trợ từ khuyến nông không, có = 1, không = 0	1/0	[13, 15, 17]	+
Tiếp cận tín dụng	Số tiền hộ được vay	VND	[12, 18]	+
Tập huấn	Số lớp tập huấn hộ đã từng được tham gia	Lần	[18]	+
Tiếp cận chợ	Khoảng cách đến đường lớn gần nhất, nơi người dân có thể dễ dàng bán sản phẩm cho thương lái và người tiêu dùng	Km	[12, 17]	-
Giao thông	Tỷ lệ % đoạn đường giao thông thuận lợi	%	[12, 17]	+

“+”: kỳ vọng tác động thuận đến MOI; “-”: kỳ vọng tác động nghịch đến MOI.  
 Nguồn: tổng hợp, kế thừa các nghiên cứu ngoài nước và trong nước.

**Chọn điểm và chọn mẫu**

Nghiên cứu được thực hiện tại 4 xã của huyện Kon Plong và 3 xã của huyện Kon Rẫy, là hai huyện miền núi của tỉnh Kon Tum. Kon Plong là huyện miền núi nằm ở phía đông bắc của tỉnh Kon Tum, một trong những huyện nghèo nhất của Việt Nam với dân số 26.685 người, có 3.451 hộ nghèo. Kon Rẫy là huyện miền núi cao, nằm ở phía đông tỉnh Kon Tum, được thành lập trên cơ sở các xã tách ra từ huyện Kon Plông (cũ) từ 2001, với diện tích 911,35 km<sup>2</sup> và dân số 25.415 người, có 2.412 hộ nghèo. Tại các huyện này, lựa chọn các khu vực khảo sát tại các xã đặc biệt khó khăn có phần lớn người DTTS đang sinh sống, tập trung vào các xã Đak Tăng, Đak Ring, Măng Bút, Hiếu của huyện Kon Plong; Đak Ruồng, Đak Pnê, Đak Kôi của huyện Kon Rẫy. Đây là các xã có tỷ lệ hộ nghèo từ 22,1 đến 58,8%. Áp dụng

phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên có định hướng, 73 hộ nghèo tại 7 xã của hai huyện Kon Plong và Kon Rẫy được tiến hành khảo sát bằng bảng hỏi bán cấu trúc. Nghiên cứu cũng tiến hành phỏng vấn sâu 14 người am hiểu là cán bộ quản lý nông nghiệp trên địa bàn 2 huyện Kon Plong và Kon Rẫy. Các số liệu thứ cấp từ các báo cáo kinh tế - xã hội của các địa phương và các cơ quan quản lý nhà nước về nông nghiệp cũng như các bài báo từ các tạp chí khoa học uy tín trong nước và thế giới được sử dụng để xây dựng cơ sở nghiên cứu và thảo luận kết quả nghiên cứu.

**Xử lý, phân tích dữ liệu**

Số liệu được mã hoá, xử lý bằng phần mềm Excel (2016) và phần mềm SPSS (2020). Thực hiện phân tích thống kê mô tả tần suất về tỷ lệ %, trung bình, độ lệch chuẩn... đối với các biến liên quan đến đặc điểm nhân khẩu của hộ, tỷ lệ tham gia sản xuất các loại cây trồng, vật nuôi của nông hộ, chỉ số định hướng thị trường của các cây trồng, vật nuôi của nông hộ trên địa bàn. Thống kê suy luận được thực hiện thông qua phân tích tương quan và hồi quy về mối quan hệ giữa định hướng thị trường với tuổi chủ hộ, giới tính, trình độ, tiếp cận khuyến nông, tín dụng, chợ... nhằm đánh giá chiều hướng và mức độ của các yếu tố này đến định hướng thị trường của hộ nghèo khu vực miền núi tỉnh Kon Tum.

**Kết quả nghiên cứu và thảo luận**

**Đặc điểm kinh tế - xã hội của hộ nghèo**

Các đặc điểm thuộc về nhân khẩu như tuổi chủ hộ, trình độ văn hoá chủ hộ, nhân khẩu, lao động của của nông hộ phản ánh được tiềm năng nguồn nhân lực của mỗi hộ sản xuất. Trong khi giá trị các tài sản hộ đang sở hữu như các phương tiện sản xuất, điện thoại, ti vi, xe máy cho biết nguồn lực vật chất của hộ phục vụ quá trình sản xuất và kết nối thị trường. Nghiên cứu lựa chọn các đặc điểm này và hai chỉ tiêu về thu nhập và chi tiêu để phản ánh được đặc điểm kinh tế - xã hội của các hộ nghèo đang sinh sống ở khu vực miền núi tỉnh Kon Tum (bảng 2).

**Bảng 2. Đặc điểm kinh tế - xã hội của các hộ nghèo tại Kon Tum.**

Đặc điểm	Đơn vị tính	Giá trị	Độ lệch chuẩn	Nhỏ nhất	Lớn nhất
Tuổi chủ hộ	Năm	31,6	9,2	21	70
Trình độ văn hóa chủ hộ	Lớp	7,0	3,7	0	12
Tổng nhân khẩu	Người	4,1	1,1	3	8
Số lao động chính	Người	2,2	0,6	1	4
Tài sản, phương tiện	VND	6.993.151	7.914.637	0	32.000.000
Tổng chi tiêu	VND	7.806.849	5.648.356	120.000	31.300.000
Tổng thu nhập	VND	7.552.313	9.879.104	500.000	60.855.000

Nguồn: phỏng vấn hộ, 2019.

Kết quả ở bảng 2 cho thấy, các đặc điểm nhân khẩu của hộ nghèo khá cao, trong khi thu nhập và chi tiêu của hộ tương đối

thấp. Bình quân chủ hộ có độ tuổi tương đối trẻ (31,6) và trình độ văn hoá ở mức khá (lớp 7). Mỗi hộ nghèo có bình quân 2 người lao động chính để nuôi sống 4 nhân khẩu. Cá biệt có hộ có tới 8 nhân khẩu và có hộ cũng có tới 4 lao động tham gia sản xuất nông nghiệp. Các tài sản hộ sở hữu bao gồm các phương tiện, máy móc phục vụ sản xuất như máy cưa, máy bơm, xe máy và một số phương tiện có thể hữu ích trong liên lạc và thu nhận thông tin như ti vi, điện thoại, điện thoại thông minh. Trung bình tổng giá trị các tài sản này của hộ nghèo khoảng gần 7 triệu đồng, mức tương đối thấp về nguồn tài sản vật chất của hộ. Các chỉ tiêu về thu nhập và chi tiêu phản ánh thực trạng sản xuất và đời sống của hộ cho thấy hộ nghèo tại khu vực khảo sát có thu nhập và chi tiêu đang ở mức thấp, tương ứng gần 8 triệu đồng mỗi hộ. Nhìn chung, về điều kiện nguồn nhân lực của các hộ khảo sát tương đối tốt, tuy nhiên các tài sản phương tiện của hộ đang ở mức thấp, trong khi thu nhập và chi tiêu hạn chế, phần nào cho thấy được mức độ khó khăn trong phát triển kinh tế - xã hội của hộ nghèo tại khu vực khảo sát.

**Đặc điểm hoạt động sản xuất nông nghiệp của hộ nghèo**

*Hoạt động trồng trọt:* tại khu vực nghiên cứu, bên cạnh lâm nghiệp, hoạt động trồng trọt có vai trò quan trọng trong sinh kế của nông hộ. Đặc biệt trong bối cảnh chính sách đóng cửa rừng hiện nay, các hoạt động trồng cây lương thực như lúa, ngô có ý nghĩa đối với an ninh lương thực của hộ nghèo, trong khi nhiều loại cây công nghiệp, cây dược liệu đã được chứng minh mang lại thu nhập cho nông hộ miền núi.

**Bảng 3. Đặc điểm hoạt động trồng trọt của hộ nghèo tại tỉnh Kon Tum.**

Hoạt động	Tỷ lệ hộ trồng (%)	Diện tích trung bình (sào)	Độ lệch chuẩn (sào)	Giá trị lớn nhất (sào)
Trồng lúa rẫy	20,6	0,9	3,0	20,0
Trồng lúa nước	94,5	1,8	1,4	6,0
Trồng ngô	9,6	0,2	0,7	4,0
Trồng sắn	75,3	2,4	3,1	20,0
Trồng cây công nghiệp	49,3	0,9	1,3	7,0
Trồng cây lâm nghiệp	24,7	1,2	4,4	25,0
Tổng		7,4	6,7	35,0

1 sào = 500 m<sup>2</sup>.

Nguồn: phỏng vấn hộ, 2019.

Bảng 3 mô tả các cây trồng chính của hộ nghèo tại khu vực khảo sát bao gồm lúa rẫy, lúa nước, ngô, sắn, cây công nghiệp, cây lâm nghiệp, cho thấy hoạt động trồng trọt của nông hộ khá đa dạng. Lúa nước và sắn là hai loại cây trồng phổ biến nhất, tương ứng 94,5% và 75,3% hộ tham gia canh tác. Các cây công nghiệp như cao su, cà phê được khoảng 50% hộ thực hiện, trong khi lúa rẫy và cây lâm nghiệp có khoảng 20-25% số hộ sản xuất, và chỉ khoảng gần 10% nông hộ có trồng ngô. Về quy mô sản xuất, trung bình mỗi hộ có khoảng 7,4 sào để thực hiện canh tác nông nghiệp, trong đó diện tích lớn nhất là đất trồng sắn và lúa nước, tương ứng 2,4 và 1,8 sào/hộ. Tiếp

đến hộ có khoảng 0,9 đến 1,2 sào để trồng cây lâm nghiệp, cây công nghiệp, lúa rẫy, và thấp nhất là đất trồng ngô chỉ khoảng 0,2 sào/hộ. Nhìn chung đối với vùng miền núi, sinh kế phụ thuộc nhiều vào nguồn vốn đất đai, nhưng bình quân diện tích đất canh tác của các hộ nghèo tại khu vực khảo sát cho thấy còn khá thấp. Điều này dẫn đến những khó khăn cho các hộ trong việc chuyển hướng sang sản xuất hàng hoá theo định hướng thị trường.

**Hoạt động chăn nuôi:** xu hướng chuyển dịch từ trồng trọt sang chăn nuôi là hướng đi tăng hiệu quả trong điều kiện diện tích đất canh tác hạn chế. Việc xác định và lựa chọn các vật nuôi phù hợp với điều kiện vùng miền núi là một trong những giải pháp phát triển sinh kế hướng đến giảm nghèo bền vững cho người dân.

**Bảng 4. Đặc điểm hoạt động chăn nuôi gia súc, gia cầm.**

Hoạt động	Tỷ lệ hộ nuôi (%)	Trung bình (con)	Độ lệch chuẩn (con)	Giá trị lớn nhất (con)
Chăn nuôi trâu bò	49,3	0,8	1,1	5,0
Chăn nuôi lợn	52,1	1,7	2,5	8,0
Chăn nuôi dê	2,7	0,1	0,4	3,0
Chăn nuôi gà	58,9	3,7	4,8	20,0
Chăn nuôi ngan	58,9	3,6	6,7	50,0
Tổng		9,9	9,4	69,0

Nguồn: phỏng vấn hộ, 2019.

Thực trạng hoạt động chăn nuôi của hộ nghèo ở khu vực miền núi tỉnh Kon Tum được mô tả ở bảng 4 cho thấy tỷ lệ hộ tham gia các hoạt động chăn nuôi chưa cao, đặc biệt quy mô chăn nuôi các gia súc lớn còn thấp. Tỷ lệ chăn nuôi trâu bò và lợn gần tương đương nhau (49,3% và 52,1%), tuy nhiên bình quân mỗi hộ nghèo chỉ có khoảng 0,8 con trâu, bò, trong khi chăn nuôi lợn với quy mô trung bình chỉ 1,7 con/hộ. Dê là một loại vật nuôi khá phổ biến tại các vùng đồi núi nhưng lại chỉ có khoảng 2,7% hộ nghèo tại Kon Tum nuôi. Điều này có thể do điều kiện khí hậu địa phương, cũng có thể do tập quán chăn nuôi và năng lực của hộ chưa phù hợp với phương thức chăn nuôi dê. Trong khi đó, các loại gia cầm bao gồm ngan, gà được các hộ nghèo nuôi nhiều hơn, nhưng cũng chưa tới 60% hộ áp dụng. Đáng chú ý, quy mô chăn nuôi gia cầm rất nhỏ, với trung bình chưa tới 4 con/hộ, điều này là yếu tố hạn chế để có thể cung ứng sản lượng sản phẩm chăn nuôi gia cầm ra thị trường.

**Mức độ định hướng thị trường các sản phẩm nông nghiệp của hộ nghèo**

Định hướng thị trường là một chỉ tiêu quan trọng trong tiến trình chuyển đổi sản xuất nông nghiệp từ tự cung tự cấp sang sản xuất hàng hoá. Để giải thích mức độ định hướng thị trường, nghiên cứu sử dụng chỉ số MOI. Chỉ số này thể hiện mối quan hệ giữa tỷ lệ sản lượng sản phẩm hộ bán ra thị trường so với sản lượng sản phẩm hộ sản xuất và liên quan đến mức độ sử dụng đất đai của hộ. Giá trị của chỉ số MOI nằm trong khoảng (0, 1) sẽ nói lên mức độ thương mại hoá trong sản xuất của nông hộ. Theo đó, nếu MOI<0,5 chứng tỏ sản xuất nông hộ đang

ở dạng tự cung tự cấp (subsistence system),  $0,5 \leq MOI < 0,75$  thể hiện sản xuất nông hộ đã thương mại hoá một phần (semi-commercial system) và nếu  $MOI \geq 0,75$  chứng tỏ sản xuất nông hộ đã thương mại hoá (commercial system) [4, 15]. Kết quả về mức độ định hướng thị trường của nông hộ nghèo tại khu vực miền núi tỉnh Kon Tum được thể hiện ở bảng 5.

**Bảng 5. Mức độ định hướng thị trường sản phẩm trồng trọt của hộ nghèo tại Kon Tum năm 2019.**

Cây trồng	Lúa rẫy	Lúa nước	Ngô	Sắn	Cây công nghiệp	Cây lâm nghiệp	Tổng
Tổng giá trị (VNĐ)	378.699	1.803.151	80.959	2.247.740	551.781	556.849	5.619.178
Giá trị bán (VNĐ)	0	56.027	0	1.647.945	396.534	89.041	2.189.548
Tỷ lệ cây trồng bán của hộ - $\alpha$ (%)	0,0	3,1	0,0	73,3	71,9	16,0	39,0
Vật nuôi	Trâu bò	Lợn	Dê	Gà	Ngan	-	Tổng
Tổng giá trị (VNĐ)	5.904.110	1.415.068	95.890	302.192	456.164	-	8.173.425
Giá trị bán (VNĐ)	188.356	102.593	18.265	90.137	121.972	-	521.323
Tỷ lệ vật nuôi bán của hộ - $\alpha$ (%)	3,2	7,3	19,0	29,8	26,7	-	6,4
Chỉ số định hướng thị trường của hộ							
Chỉ tiêu	Số quan sát	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất		
Chỉ số định hướng thị trường cây trồng (CMOI)	73	0,314	0,254	0	0,77		
Chỉ số định hướng thị trường vật nuôi (LMOI)	73	0,087	0,189	0	0,64		
Chỉ số định hướng thị trường của hộ (MOI)	73	0,313	0,253	0	0,76		

Nguồn: phỏng vấn hộ, 2019.

Kết quả nghiên cứu cho thấy, chỉ số định hướng thị trường của hộ nghèo khu vực miền núi tỉnh Kon Tum chỉ là  $0,313 < 0,5$ , cho thấy sản xuất nông nghiệp của nông hộ đang ở tình trạng tự cung tự cấp. Hoạt động trồng trọt có mức độ định hướng thị trường cao hơn hoạt động chăn nuôi, tương ứng chỉ số CMOI và LMOI lần lượt là 0,314 và 0,087. Điều này cũng thể hiện rõ, có 39% sản lượng sản phẩm trồng trọt được hộ bán ra thị trường, trong khi chỉ có 6,4% sản lượng sản phẩm chăn nuôi lưu thông ra thị trường. Trong số các cây trồng, sắn có khả năng thương mại hoá cao nhất, khi có tới 73,3% được hộ bán ra thị trường. Nguyên nhân do đây là sản phẩm hộ có thể sản xuất số lượng lớn và có nhà máy chế biến sẵn trên địa bàn, tuy nhiên một số hộ cách xa nhà máy cũng không thể tiêu thụ thông qua nhà máy và phải sử dụng cho chăn nuôi hoặc nấu rượu. Lúa nước là cây trồng có tổng giá trị sản xuất lớn thứ hai trong tổng số cây trồng của hộ nghèo, tuy nhiên mức độ thương mại hoá rất thấp, chỉ có 3,1% được bán ra thị trường do đây là cây trồng chính để đảm bảo an ninh lương thực cho hộ. Hơn nữa, mức độ tiêu thụ lúa cũng chỉ trong phạm vi nội tại của các địa phương và rất khó để thương mại hoá khi quỹ đất hạn chế và trình độ canh tác của nông hộ nghèo còn thấp, khó đạt sản lượng đủ lớn để bán ra thị trường. Cây công nghiệp như cao su, cà phê là sản phẩm thương mại hoá tiềm năng của hộ với 71,9% sản lượng được bán ra thị trường nhưng thường tập trung vào những hộ có diện tích đất phù hợp và được hỗ trợ của các dự án hỗ trợ phát

triển sản xuất trên địa bàn nghiên cứu. Đối với hoạt động chăn nuôi, gà là vật nuôi có tiềm năng thị trường cao nhất với 29,8% sản lượng sản phẩm được hộ bán, ngan xếp thứ hai với 26,7%. Đây là những sản phẩm được hộ đánh giá dễ tiêu thụ do có thể tiêu thụ nội địa hoặc được bán theo hình thức đổi thực phẩm với các thương lái bán hàng lưu động. Đáng chú ý trong các gia súc, dê có tiềm năng thị trường cao hơn lợn và trâu bò với tỷ lệ bán ra thị trường là 19% so với 7,3% ở lợn và 3,2% ở trâu, bò. Đây có thể là một gợi ý để các hộ nghèo hướng đến phát triển chăn nuôi dê trong tương lai. Nhìn chung, mức độ định hướng thị trường của các hộ nghèo ở miền núi tỉnh Kon Tum đang rất thấp, hệ thống sản xuất đang ở dạng tự cung tự cấp nên khó tạo sự đột phá trong cải thiện thu nhập của hộ. Nội dung tiếp theo của nghiên cứu này sẽ xem xét các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ định hướng thị trường của hộ, qua đó đề xuất các giải pháp nâng cao khả năng định hướng thị trường cho hộ.

**Các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ định hướng thị trường của hộ nghèo**

Nghiên cứu tiến hành phân tích hồi quy đa biến để xem xét các yếu tố ảnh hưởng đến biến định hướng thị trường (MOI - biến phụ thuộc) về mức độ và chiều hướng. Trên cơ sở phân tích tương quan giữa biến phụ thuộc và các biến độc lập và loại bỏ các biến có hệ số tương quan thấp, các biến còn lại được đưa vào mô hình gồm diện tích đất trồng lúa nước, diện tích đất trồng màu, trình độ chủ hộ, sở hữu điện thoại, sở hữu xe máy, sở hữu ti vi, chi phí đầu tư sản xuất, tiếp cận khuyến nông, tiếp cận tín dụng, tập huấn, tiếp cận chợ, giao thông. Kết quả phân tích hồi quy được thể hiện ở bảng 6.

**Bảng 6. Kết quả phân tích hồi quy về các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ định hướng thị trường.**

Biến độc lập	Hệ số hồi quy (B)	Sai số chuẩn	Hệ số hồi quy chuẩn hoá (β)	t	Mức ý nghĩa (Sig)	Nhân tố phóng đại phương sai (VIF)
(Hằng số)	0,308	0,215		1,438	0,156	
Diện tích đất trồng lúa nước	-0,076	0,019	-0,309	-3,971	0,000***	1,518
Diện tích đất trồng màu	0,020	0,009	0,174	2,321	0,024*	1,411
Trình độ chủ hộ	0,011	0,007	0,121	1,732	0,088*	1,222
Sở hữu điện thoại	-0,056	0,060	-0,064	-0,919	0,362	1,213
Sở hữu xe máy	-0,054	0,052	-0,072	-1,035	0,305	1,209
Sở hữu ti vi	0,098	0,057	0,119	1,716	0,091*	1,194
Đầu tư sản xuất	0,026	0,020	0,090	1,300	0,198	1,202
Tiếp cận khuyến nông	0,058	0,053	0,082	1,099	0,276	1,405
Tiếp cận tín dụng	0,001	0,001	0,066	0,936	0,353	1,244
Tập huấn	-0,026	0,021	-0,098	-1,261	0,212	1,513
Tiếp cận chợ	-0,005	0,002	-0,237	-2,097	0,040**	1,891
Giao thông	0,640	0,201	0,372	3,183	0,002***	1,413

Biến phụ thuộc: MOI; dung lượng mẫu quan sát=73  
 F=15,851\*\*\*; R=0,872; R<sup>2</sup>=0,760; R<sup>2</sup> hiệu chỉnh=0,712; Durbin-Watson=1,623

\*, \*\*, \*\*\*: mức tin cậy 90%, 95% và 99%.

Kết quả phân tích hồi quy thấy kiểm định F có giá trị là 15,851 với mức ý nghĩa (Sig = 0,000), chứng tỏ mô hình hồi quy tuyến tính bội là phù hợp và có thể sử dụng được. Hệ số phóng đại phương sai (VIF) lớn nhất là 1,891 < 2 chứng tỏ không có hiện tượng đa cộng tuyến. Hệ số Durbin-Watson (1 < d=1,623 < 3) đảm bảo mô hình không có sự tự tương quan. Giá trị R<sup>2</sup>=0,760, R<sup>2</sup> hiệu chỉnh=0,712, chứng tỏ mức độ phù hợp của mô hình ở mức khá. Điều này cũng có ý nghĩa rằng, các biến được đưa vào mô hình giải thích 71,2% phương sai của biến phụ thuộc, hay 71,2% sự thay đổi về chỉ số MOI do 12 biến độc lập quyết định.

Số liệu từ bảng 6 cho thấy các yếu tố diện tích đất trồng màu, trình độ chủ hộ, sở hữu ti vi, đầu tư sản xuất, tiếp cận khuyến nông, tiếp cận tín dụng và giao thông ảnh hưởng tích cực đến định hướng thị trường của hộ nghèo (hệ số β dương), trong khi các yếu tố diện tích đất trồng lúa, sở hữu điện thoại, sở hữu xe máy, tập huấn và tiếp cận chợ ảnh hưởng tiêu cực (hệ số β âm). Thông qua giá trị hệ số hồi quy β cho thấy, yếu tố ảnh hưởng lớn nhất đến định hướng thị trường của hộ là yếu tố giao thông (β=0,372), tiếp đến là diện tích đất trồng lúa (β=-0,309), tiếp cận chợ (β=-0,237), diện tích đất trồng màu (β=0,174), trình độ chủ hộ (β=0,121) và sở hữu ti vi (β=0,119). Các yếu tố này có ý nghĩa thống kê α từ 0,01 đến 0,1, trong khi các yếu tố tác động còn lại không có ý nghĩa thống kê. Giải thích về mức độ ảnh hưởng này, kết quả nghiên cứu cho thấy, yếu tố đường giao thông (dựa trên chỉ tiêu về tỷ lệ chất lượng các đoạn đường giao thông được nông hộ đánh giá thuận lợi khi họ muốn đưa sản phẩm ra thị trường) có tác động thuận với chỉ số MOI, có nghĩa chất lượng đường giao thông càng tốt thì sản phẩm nông hộ tiêu thụ ra thị trường càng dễ dàng hơn. Thực tế tại Kon Tum, các xã Đak Ruông, Đak Pnê và Đak Kôi của huyện Kon Rẫy có điều kiện đường giao thông thuận lợi, nên các hộ nghèo ở các xã này dễ dàng hơn trong việc bán các sản phẩm đến người tiêu dùng, thương lái và nhà máy, trong khi một số xã ở huyện Kon Plong như xã Đak Ring, Măng Bút, địa hình cách trở, đường hẹp, dốc, mặt đường xấu, đi lại khó khăn nên phần lớn hộ khó khăn trong tiếp cận thị trường.

Tương tự yếu tố tiếp cận chợ, dựa trên khoảng cách từ nhà đến đường lớn gần nhất (ở địa bàn nghiên cứu là Quốc lộ 24 - con đường chính đi qua địa bàn hai huyện Kon Plong và Kon Rẫy - nơi người dân có thể dễ dàng bán các nông sản cho thương lái hoặc người tiêu dùng) có tác động nghịch đến định hướng thị trường của hộ. Những hộ cách xa Quốc lộ 24 có định hướng thị trường thấp hơn những hộ ở gần con đường này. Phản ánh từ khảo sát thực địa cho thấy, một số xã ở huyện Kon Plong, các hộ nghèo ở cách xa trung tâm huyện tới hơn 50 km (Đak Ring), hơn 40 km (Măng Bút), hơn 30 km (Đak Tăng, Hiếu) nên người dân rất khó khăn trong việc vận chuyển các sản phẩm bán ra thị trường, cá biệt ở xã Đak Ring hầu như các sản phẩm được người dân làm ra chủ yếu tiêu thụ gia đình hoặc đổi lấy thực phẩm (cá,

thịt, gia vị...) từ một vài thương lái bán hàng lưu động.

Yếu tố diện tích đất màu có tác động tích cực đến định hướng thị trường, trong khi yếu tố diện tích trồng lúa nước lại có tác động nghịch là do đất màu chủ yếu được trồng sắn và đã có nhà máy chế biến sắn trên địa bàn nên những hộ có diện tích sắn càng lớn, tỷ lệ sản phẩm bán ra thị trường càng cao. Trong khi đó, quỹ đất trồng lúa nước khá hạn chế, lượng lúa người dân làm ra chủ yếu chỉ phục vụ tiêu dùng gia đình và những người có diện tích lúa lớn hơn những hộ khác thường có xu hướng làm đủ ăn và không có động lực sản xuất những sản phẩm khác để bán nên diện tích trồng lúa có tác động nghịch đến chỉ số MOI. Hai yếu tố ảnh hưởng còn lại có ý nghĩa thống kê là sở hữu tivi và trình độ chủ hộ đều giúp cho hộ nâng cao được kiến thức và thông tin về thị trường nên hộ sẽ có những hoạt động định hướng thị trường tốt hơn trong sản xuất.

### Kết luận và kiến nghị

Sản xuất theo định hướng thị trường là một trong những giải pháp quan trọng để tăng thu nhập và giảm nghèo cho nông hộ. Việc xác định mức độ định hướng thị trường của nông hộ nghèo khu vực miền núi tỉnh Kon Tum được thực hiện thông qua chỉ số MOI đã cho thấy tình trạng sản xuất nông nghiệp của các hộ nghèo trên địa bàn miền núi tỉnh Kon Tum đang ở mức tự cung tự cấp ( $MOI < 0,5$ ) với tỷ lệ sản lượng sản phẩm trồng trọt được bán ra thị trường chỉ 39% và sản phẩm chăn nuôi là 6,4%. Các yếu tố ảnh hưởng lớn đến mức độ định hướng thị trường của hộ nghèo bao gồm chất lượng đường giao thông, diện tích đất trồng lúa, khả năng tiếp cận chợ, diện tích đất trồng màu, trình độ chủ hộ và sở hữu tivi. Kết quả này gợi ý một số chính sách trong việc đầu tư nâng cấp hạ tầng về giao thông cho khu vực miền núi, thành lập các đầu mối thu mua nông sản tại chỗ để mua nông sản của người dân và đưa ra thị trường, chuyển đổi một số đất trồng lúa rẫy sang trồng sắn và cây công nghiệp, đồng thời hình thành các kênh hỗ trợ nâng cao thông tin thị trường cho người dân.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Phùng Đức Tùng, Nguyễn Việt Cường, Nguyễn Cao Thịnh, Nguyễn Thị Nhung, Tạ Thị Khánh Vân (2017), *Tổng quan thực trạng kinh tế - xã hội của 53 dân tộc thiểu số*, [http://www.vn.undp.org/content/dam/vietnam/docs/Publications/Bao cao 53 dan toc.pdf](http://www.vn.undp.org/content/dam/vietnam/docs/Publications/Bao%20cao%2053%20dan%20toc.pdf).

[2] Quốc hội (2019), *Nghị quyết số 88/2019/QH14 phê duyệt Đề án tổng thể phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi, vùng có điều kiện đặc biệt khó khăn giai đoạn 2021-2030*.

[3] Thủ tướng Chính phủ (2015), *Quyết định số 964/QĐ-TTg phê duyệt chương trình phát triển thương mại miền núi, vùng sâu, vùng xa và hải đảo giai đoạn 2015-2020*.

[4] P.L. Pingali and M.W. Rosegrant (1995), "Agricultural commercialization and diversification: processes and policies", *Food Policy*, **20**(3), pp.171-185, DOI: 10.1016/0306-9192(95)00012-4.

[5] J. von Braun (1995), "Agricultural commercialization: impacts on income and nutrition and implications for policy", *Food Policy*, **20**(3), pp.187-202, DOI: 10.1016/0306-9192(95)00013-5.

[6] T.T. Quan and W. Keith (2009), "Transition from subsistence farming to commercial agriculture in Quang Binh Province, Vietnam", *Dep. Agric. Manag. Prop. Stud.*, <http://hdl.handle.net/10182/1557>.

[7] Nguyễn Quốc Nghi, Bùi Văn Trinh (2011), "Các yếu tố ảnh hưởng đến thu nhập của người dân tộc thiểu số ở Đồng bằng sông Cửu Long", *Tạp chí Khoa học - Trường Đại học Cần Thơ*, **18a**, tr.240-250, <https://sj.ctu.edu.vn/ql/docgia/tacgia-7090/baibao-5497.html>.

[8] Nguyễn Thị Thu Hoa (2019), *Sinh kế hiện nay của người Xơ Đăng ở xã Kon Đào, huyện Đắk Tô, tỉnh Kon Tum*, Luận văn Thạc sỹ dân tộc học, Học viện Khoa học xã hội, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam.

[9] UBND tỉnh Kon Tum (2018), *Quyết định số 31/2018/QĐ-UBND về việc sửa đổi, bổ sung khoản 1 và khoản 2 điều 1 của Quyết định số 29/2011/QĐ-UBND ngày 26/9/2011 của UBND tỉnh về việc phê duyệt đề án xây dựng và phát triển các ngành kinh tế mũi nhọn và sản phẩm chủ lực của tỉnh đến năm 2020*.

[10] Lê Tân Hiền (2017), *Phát triển sinh kế bền vững cho đồng bào dân tộc thiểu số trên địa bàn huyện Kon Plong, tỉnh Kon Tum*, Luận văn Thạc sỹ kinh tế, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng.

[11] Phan Xuân Linh (2016), *Nguồn lực sinh kế của đồng bào dân tộc thiểu số trên địa bàn tỉnh Đắk Lak*, Luận án Tiến sỹ, Học viện Nông nghiệp Việt Nam.

[12] B. Gebremedhin and M. Jaleta (2010), *Commercialization of smallholders: does market orientation translate into market participation?*, <https://cgspace.cgiar.org/handle/10568/3015>.

[13] A.G. Osmani and E. Hossain (2016), "Economic insights - trends and challenges smallholder farmers' market orientation and the factors affecting it in Bangladesh", *Econ. Insights - Trends Challenges*, **5**(3), pp.9-18.

[14] W.K. Tessema, P.T.M. Ingenbleek, H.C.M. van Trijp (2019), "Refining the smallholder market integration framework: a qualitative study of Ethiopian pastoralists", *NJAS - Wageningen J. Life Sci.*, **88**, pp.45-56, DOI: 10.1016/j.njas.2018.12.001.

[15] K.O. Adenegan, S. Olorunsomo, Linus Onyeka Ezealaji Nwauwa (2013), "Determinants of market orientation among smallholders cassava farmers in Nigeria", *Global Journal of Management and Business Research Finance*, **13**(6), <https://journalofbusiness.org/index.php/GJMBR/article/view/1137/1048>.

[16] O.A. Otekunrin, S. Momoh, I.A. Ayinde (2019), "Smallholder farmers' market participation: concepts and methodological approach from Sub-Saharan Africa", *Curr. Agric. Res. J.*, **7**(2), pp.139-157, DOI: 10.12944/carj.7.2.02.

[17] N.N. Kyaw, S. Ahn, S.H. Lee (2018), "Analysis of the factors influencing market participation among smallholder rice farmers in Magway region, central dry zone of Myanmar", *Sustain.*, **10**(12), pp.1-15, DOI: 10.3390/su10124441.

[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**, tr.24-31.

[19] Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS - Tập 1*, Nhà xuất bản Hồng Đức, tr.27-45.