

ẢNH HƯỞNG VỐN XÃ HỘI ĐẾN KHẢ NĂNG TIẾP CẬN THỊ TRƯỜNG CỦA HỘ NUÔI TRỒNG THỦY SẢN VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

● NGUYỄN THÁI DUNG

TÓM TẮT:

Nghiên cứu sử dụng phương pháp thống kê mô tả, hồi quy logistic, kiểm định trung bình 2 tổng thể để phân tích vốn xã hội và các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận thị trường của hộ nuôi trồng thủy sản; đánh giá sự khác biệt vốn xã hội giữa hộ nghèo và hộ không nghèo của 300 hộ nuôi trồng thủy sản trên địa bàn ven biển của vùng đồng bằng sông Cửu Long. Kết quả nghiên cứu cho thấy: Hội khuyến ngư (thuộc mạng lưới xã hội chính thức), Ban quản lý khu nuôi, Đại lý các cấp, Đồng nghiệp - Bạn bè (thuộc mạng lưới xã hội phi chính thức) và Khoảng cách, Tuổi, Trình độ học vấn đều có tác động đến khả năng tiếp cận thị trường.

Từ khóa: vốn xã hội, tiếp cận thị trường, hộ nuôi trồng thủy sản, đồng bằng sông Cửu Long.

1. Đặt vấn đề

Vốn xã hội là yếu tố quan trọng trong việc tiếp cận thị trường của hộ nuôi trồng thủy sản tại đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL), bao gồm các mối quan hệ, mạng lưới và niềm tin giữa các cá nhân và tổ chức, có thể tạo ra những cơ hội và lợi thế cho các hộ nuôi trồng thủy sản trong việc tiếp cận thị trường và nâng cao thu nhập, giúp các hộ nuôi trồng thủy sản xây dựng và duy trì các mối quan hệ với các đối tác trong chuỗi cung ứng. Theo nghiên cứu của Nguyễn (2022), việc thiết lập các liên kết vùng có thể tạo ra cơ hội cho các hộ nuôi trồng thủy sản tiếp cận các thị trường tiêu thụ lớn hơn, từ đó nâng cao khả năng cạnh tranh, các hộ nuôi trồng thủy sản có thể hợp tác với nhau để chia sẻ thông tin về giá cả, nhu cầu thị trường và

các kỹ thuật nuôi trồng, giúp họ tối ưu hóa quy trình sản xuất và tăng cường khả năng tiếp cận thị trường. Điều này đặc biệt quan trọng trong bối cảnh thị trường ngày càng cạnh tranh và yêu cầu cao về chất lượng sản phẩm. Vốn xã hội còn ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận các nguồn tài chính cho hoạt động nuôi trồng thủy sản, các hộ nuôi trồng thủy sản có mối quan hệ tốt với các tổ chức tài chính và cộng đồng thường có khả năng tiếp cận các khoản vay và hỗ trợ tài chính dễ dàng hơn (Phổ, 2023). Nghiên cứu của Sơn & Trí (2020) chỉ ra rằng, những hộ nuôi trồng thủy sản có mạng lưới xã hội rộng có khả năng phục hồi cao hơn sau các sự cố môi trường.

Trong xã hội Việt Nam các mối quan hệ xã hội của cá nhân có vai trò rất quan trọng trong cuộc

sống hàng ngày, đóng vai trò quan trọng trong giao dịch chính thống giữa các cá nhân, tổ chức bên ngoài xã hội dựa trên các quy chuẩn, niềm tin gọi là vốn xã hội. Nhận thấy trong nhiều năm trở lại đây, khả năng tiếp cận thị trường đầu vào cũng như đầu ra: chương trình vay, thông tin lãi suất, thủ tục vay tín dụng, nguồn con giống, giá thức ăn, thuốc - hóa chất, dịch vụ khuyến nông cũng như giá bán được trên thị trường của hộ nuôi tôm, nghêu, sò, cua tại vùng ĐBSCL phụ thuộc vào mạng lưới quan hệ xã hội. Vì vậy, tác giả chọn nghiên cứu về “Ảnh hưởng vốn xã hội đến khả năng tiếp cận thị trường của hộ nuôi trồng thủy sản vùng đồng bằng sông Cửu Long”.

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Lý thuyết vốn xã hội

Vốn xã hội (Social capital) là một nguồn lực vô hình tồn tại trong các mối quan hệ xã hội. Khái niệm này lần đầu tiên được nhà giáo dục người Mỹ Lya Judson Hanifan giới thiệu vào năm 1916 và đến những năm 1986 trở về sau, ngày càng thu hút sự quan tâm và nghiên cứu từ nhiều học giả thuộc các lĩnh vực khác nhau như giáo dục, xã hội học và kinh tế. Những nhà nghiên cứu tiêu biểu trong lĩnh vực này bao gồm Bourdieu (1986), Fukuyama (1995), Woolcock (1998) và Lin (1999). Đến năm 2000, Putnam đã phát triển một khái niệm hoàn chỉnh hơn về vốn xã hội dựa trên 2 yếu tố: (1) cấu trúc mạng lưới, đề cập đến hệ thống phân tầng và tần suất kết nối giữa các thành viên trong mạng lưới; (2) chất lượng mối quan hệ trong mạng lưới, bao gồm sự tin tưởng, kỳ vọng và chia sẻ lẫn nhau. Khái niệm vốn xã hội đã được nhiều nhà nghiên cứu sau đó như Yusuf (2008) và Điền (2012) tiếp thu và phát triển, các tác giả đều cho rằng: (1) Vốn xã hội chỉ tồn tại khi chủ thể tham gia vào mạng lưới xã hội; (2) Các thành viên tham gia mạng lưới thường nhận được lợi ích từ việc tiếp cận, huy động và sử dụng hiệu quả các nguồn lực khác như vốn tự nhiên, vốn vật thể, tài chính và con người; (3) Đặc trưng của mạng lưới xã hội bao gồm nghĩa vụ, kỳ vọng, quy chuẩn và sự tin tưởng dựa trên sự tương hỗ lẫn nhau. Theo Putnam (2000), mạng lưới xã hội được chia thành 2 loại: (1) Mạng lưới chính thức, gồm các tổ chức hợp pháp như đảng phái chính trị, nhóm tôn giáo

và hiệp hội; và (2) Mạng lưới phi chính thức, bao gồm các mối quan hệ với hàng xóm, bạn bè, đồng nghiệp, hoặc thậm chí là người lạ.

2.2. Tiếp cận thị trường

Tiếp cận thị trường nông sản phẩm 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. Theo Hiếu & cộng sự (2013), tiếp cận thị trường trong sản xuất kinh doanh nông nghiệp là một nội dung rất rộng, bao hàm khả năng người dân tiếp cận đến hàng loạt các yếu tố nguồn lực cho quá trình sản xuất như đất đai, tín dụng, khoa học kỹ thuật và khả năng tiêu thụ nông sản phẩm được làm ra. Theo Thắng (2006), Cường (2017), thị trường nông nghiệp hiện nay ở nước ta có thể phân loại thành 5 nhóm thị trường cụ thể: (1) Thị trường tín dụng; (2) Thị trường đất đai; (3) Thị trường lao động; (4) Thị trường vật tư nông nghiệp và dịch vụ khuyến nông; (5) Thị trường tiêu thụ sản phẩm.

2.3. Phương pháp nghiên cứu

2.3.1. Mô hình nghiên cứu

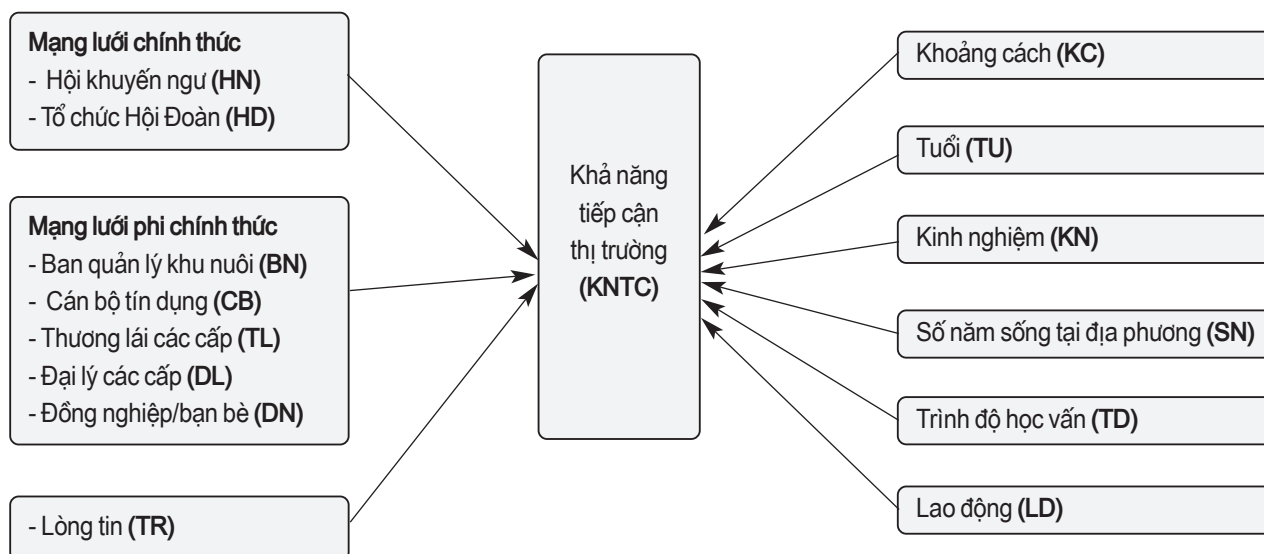
Cho đến nay, có rất nhiều nghiên cứu về tác động của vốn xã hội đến hoạt động thị trường đầu vào cũng như đầu ra của hộ gia đình, doanh nghiệp, thông qua lược khảo tài liệu nghiên cứu có liên quan, kết hợp với các yếu tố thuộc về đặc điểm của hộ gia đình và khảo sát thực tế tại địa bàn, tác giả đề xuất mô hình tác động vốn xã hội đến khả năng tiếp cận thị trường của hộ nuôi trồng thủy sản vùng ĐBSCL như sau:

Trong đó, KNTC là biến phụ thuộc đo lường khả năng tiếp cận thị trường của hộ nuôi trồng thủy sản, biến này nhận giá trị 1 nếu nông hộ có khả năng tiếp cận thị trường tốt (lãi suất vay, giá mua, giá bán, kiến thức nuôi cũng như thị trường lao động) và ngược lại sẽ nhận giá trị 0.

2.3.2. Dữ liệu nghiên cứu

Số liệu sơ cấp được thu thập bằng phương pháp chọn mẫu thuận tiện có điều kiện, tác giả tiến hành phỏng vấn trực tiếp các hộ nuôi tôm tại các xã ven biển của 3 tỉnh Cà Mau, Bến Tre, Trà Vinh thông qua bảng câu hỏi đã được soạn trước, đây là những khu vực có sản lượng nuôi trồng thủy sản lớn của Việt Nam. Điều tra được tiến hành vào tháng 8, 9 năm 2023, đối tượng lấy mẫu là đại

Hình 1: Tác động của vốn xã hội đến khả năng tiếp cận thị trường của hộ nuôi trồng thủy sản



Nguồn: Tác giả đề xuất

diện hộ gia đình nuôi tôm, nghêu, sò, cua,... (người trực tiếp nuôi).

Theo Tabachinick & Fidell (1991), khi sử dụng các phương pháp hồi quy, kích thước mẫu cần thiết được tính theo công thức: $n \geq 50 + 8p$. Trong đó, p là 14 biến độc lập trong mô hình nghiên cứu được đề xuất, cỡ mẫu cần điều tra là $n \geq 50 + 8 \cdot 14 = 162$ quan sát. Vậy với cỡ mẫu 300 quan sát, dữ liệu đã đảm bảo thực hiện kiểm định mô hình nghiên cứu.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Đặc điểm vốn xã hội của hộ nuôi trồng thủy sản vùng đồng bằng sông Cửu Long

Bảng 1 cho thấy, số lần hộ tham gia vào các Tổ chức Hội - Đoàn và tham gia vào các lớp tập huấn của Hội khuyến ngư tương đối cao, tương ứng với bình quân tham gia vào Tổ chức Hội - Đoàn 2,55 tổ chức, bình quân số lần mà hộ tham gia vào Hội trong 1 vụ nuôi là 2,54 lần, có 70,33% tổng số hộ điều tra tin tưởng vào cộng đồng mà mình tiếp xúc hoặc những lần nhận được sự giúp đỡ.

3.2. Phân tích tác động của vốn xã hội đến khả năng tiếp cận thị trường của hộ nuôi tôm

Theo Bảng 2, kết quả của kiểm định Wald cho thấy có 4 biến độc lập thuộc vốn xã hội tương quan có ý nghĩa thống kê ở mức 1%, 5%, 10%: mạng lưới chính thức (Hội khuyến ngư) và mạng lưới phi chính thức (Ban quản lý vùng nuôi, Đại lý các cấp,

Đồng nghiệp - Bạn bè), Khoảng cách, Tuổi, Trình độ học vấn.

Hội khuyến ngư (HN): có Sig. = 0,001 < 0,01, biến HN tỷ lệ thuận và tương quan có ý nghĩa với biến phụ thuộc KNTC với độ tin cậy 99%. Điều này hoàn toàn hợp lý với thực tế, bởi vì thông qua các lần tập huấn hộ sẽ thường xuyên nhận được thông tin về kỹ thuật nuôi cũng như các thông tin về con giống, thuốc - hoá chất một cách hiệu quả và chính xác hơn.

Ban quản lý khu nuôi (BN): có Sig. = 0,049 < 0,05, biến BN tỷ lệ thuận và tương quan có ý nghĩa với biến phụ thuộc KNTC với độ tin cậy 95%. Khi hộ nhận được nhiều sự giúp đỡ, hỗ trợ từ các thành viên trong Ban sẽ góp phần giúp hộ tăng được khả năng tiếp cận thị trường như thị trường vốn tín dụng, thị trường vật tư, thị trường lao động, thị trường đất đai, thị trường đầu ra.

Biến Đại lý các cấp (DL) có Sig. = 0,011 < 0,05, biến DL tỷ lệ thuận và tương quan có ý nghĩa với biến phụ thuộc KNTC với độ tin cậy 95%. Thông qua các buổi hội thảo do các đại lý tổ chức, hộ sẽ thường xuyên nhận được thông tin về con giống mới, thuốc - hóa chất, thức ăn cũng như các kỹ thuật trong hoạt động nuôi tôm mới nhất.

Biến Đồng nghiệp/bạn bè (DN) có Sig. = 0,003 < 0,01, biến này tỷ lệ thuận và tương quan có ý

Bảng 1. Một số đặc điểm của hộ điều tra

Chỉ tiêu	ĐVT	Nhỏ nhất	Lớn nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Mạng lưới chính thức					
- Hội khuyến ngư (HN)	Số lần	0	4	2,54	1,438
- Tổ chức Hội Đoàn (HD)	Số tổ chức	0	5	2,55	1,145
Mạng lưới phi chính thức					
- Ban quản lý khu nuôi (BN)	Số người	0	12	5,65	3,731
- Cán bộ tín dụng (CB)		0	4	1,19	0,985
- Thương lái các cấp (TL)		0	8	3,76	1,342
- Đại lý các cấp (DL)		0	6	3,50	2,117
- Đồng nghiệp/bạn bè (DN)		0	22	12,13	7,561
Lòng tin (TR)	0/1	0	1	0,71	0,456
Khoảng cách (KC)	Km	0	11	5,45	2,324
Tuổi (TU)	Năm	21	68	39,19	9,420
Kinh nghiệm (KN)	Năm	1	37	9,21	7,087
Số năm sống tại địa phương (SN)	Năm	2	68	31,90	13,479
Trình độ học vấn (TD)	Năm	0	16	7,29	3,940
Lao động (LD)	Tỷ lệ	0,09	1	0,63	0,196

Nguồn: Số liệu khảo sát thực tế của tác giả

nghĩa với biến phụ thuộc KNTC với độ tin cậy 99%. Khi hộ có số lượng đồng nghiệp, bạn bè, hàng xóm hỗ trợ, chia sẻ khi hộ cần càng nhiều thì khả năng tiếp cận thị trường càng tăng cao.

Biến Khoảng cách (KC) có $\text{Sig.} = 0,002 < 0,01$, biến này tỷ lệ nghịch và tương quan có ý nghĩa với biến phụ thuộc KNTC với độ tin cậy 99%. Những hộ nuôi trồng thủy sản tại những địa điểm càng xa trục đường chính thì khả năng tiếp cận các thông tin về giá đầu vào, đầu ra, tiếp cận những thông tin về tài chính hay tiếp xúc với bạn bè, thương lái kém hơn những hộ nằm gần trục đường chính, điều này ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận thị trường của hộ.

Biến Tuổi (TU) có $\text{Sig.} = 0,042 < 0,05$, biến này tỷ lệ nghịch và tương quan có ý nghĩa với biến phụ thuộc KNTC với độ tin cậy 95%. Theo kết quả khảo sát, những chủ hộ có tuổi lớn thường có khả năng tiếp cận công nghệ thông tin kém hơn, đồng thời những người này thường dành lớn thời gian sống tại địa phương, ít đi xa nên những mối

quan hệ xã hội ít hơn người trẻ, đây là nguyên nhân làm cho khả năng tiếp cận thông tin thị trường cũng kém hơn.

Biến Trình độ học vấn (TD) có $\text{Sig.} = 0,036 < 0,05$, biến này tỷ lệ thuận và tương quan có ý nghĩa với biến phụ thuộc KNTC với độ tin cậy 95%. Những người có trình độ cao thường có khả năng tiếp cận thị trường tốt hơn.

3.3. Sự khác biệt giữa vốn xã hội của nhóm hộ nghèo và không nghèo đối với khả năng tiếp cận thị trường

So sánh sự khác biệt giữa mạng lưới chính thức, phi chính thức của hộ nghèo và hộ không nghèo, nghiên cứu sẽ sử dụng kiểm định giá trị trung bình từng mạng lưới chính thức và phi chính thức.

Đối với biến Mạng lưới chính thức, trị số $T = 6,848$, giá trị p (2 đuôi) $= 0,000 < 0,01$, bác bỏ giả thuyết H_0 , chấp nhận giả thuyết H_1 , nghĩa là, có sự khác biệt giữa hộ nghèo và hộ không nghèo về số lượng tổ chức/hiệp hội mà thành viên trong hộ tham gia với độ tin cậy 99% (Bảng 3).

Bảng 2. Kết quả mô hình hồi quy Logistic

Các biến độc lập	Hệ số β	S.E	Wald	Df	Sig.	Exp (β)
Hằng số	-0,319	2,268	0,020	1	0,888	0,727
Mạng lưới chính thức (IF)						
- Hội khuyến ngư (HN)	1,195	0,301	15,731	1	0,000	3,304
- Tổ chức Hội Đoàn (HD)	-0,374	0,263	2,023	1	0,155	0,688
Mạng lưới phi chính thức (FL)						
- Ban quản lý khu nuôi (BN)	0,287	0,146	3,862	1	0,049	1,332
- Cán bộ tín dụng (CB)	0,451	0,334	1,826	1	0,177	1,570
- Thương lái các cấp (TL)	0,136	0,337	0,162	1	0,688	1,145
- Đại lý các cấp (DL)	0,572	0,225	6,480	1	0,011	1,771
- Đồng nghiệp/bạn bè (DN)	0,198	0,067	8,733	1	0,003	1,219
Lòng tin (TR)	0,359	0,700	0,263	1	0,608	1,431
Khoảng cách (KC)	-0,394	0,128	9,524	1	0,002	0,674
Tuổi (TU)	-0,107	0,052	4,144	1	0,042	0,899
Kinh nghiệm (KN)	0,103	0,082	1,552	1	0,213	1,108
Số năm sống tại địa phương (SN)	-0,059	0,037	2,489	1	0,115	0,943
Trình độ học vấn (TD)	0,188	0,090	4,397	1	0,036	1,207
Lao động (LD)	-0,163	1,823	0,008	1	0,929	0,850
Số quan sát (N)	300					
-2 Log likelihood	75,490					
Hệ số Negekerke R Square	0,883					

Nguồn: Số liệu tính toán của tác giả

Đối với biến Mạng lưới phi chính thức, Ban quản lý khu nuôi, trị số $T = 6,669$, giá trị p (2 đuôi) $= 0,000 < 0,01$; Đại lý các cấp, trị số $T = 7,720$, giá trị p (2 đuôi) $= 0,000 < 0,01$; Đồng nghiệp/bạn bè, trị số $T = 9,363$, giá trị p (2 đuôi) $= 0,000 < 0,01$, bác bỏ giả thuyết H_0 , chấp nhận giả thuyết H_1 , nghĩa là, có sự khác biệt giữa hộ nghèo và hộ không nghèo về số người có thể giúp đỡ, chia sẻ khi hộ cần với độ tin cậy 99%.

4. Kết luận và khuyến nghị

Từ kết quả nghiên cứu trên, tác giả đề xuất một số giải pháp như sau:

- Mở nhiều hơn các lớp khuyến ngư tại các địa phương mà đặc biệt là theo đặt hàng của các vùng nuôi. Nội dung tập huấn đi sâu vào các chuyên đề

thiết thực và kết hợp với chính quyền địa phương tổ chức các chuyến tham quan những mô hình trình diễn, sản xuất có hiệu quả.

- Các tổ chức Hội - Đoàn mà cụ thể là Hội thanh niên, Hội phụ nữ, Hội cựu chiến binh, Hội người cao tuổi, luôn cập nhật kịp thời các thông tin cần thiết liên quan đến chính sách vay vốn hoặc thông tin đầu vào cần thiết khác như: nguồn nước, thời tiết, các nguồn con giống, thức ăn và hóa chất có chất lượng để kịp thời phổ biến đến hộ trong các buổi sinh hoạt.

- Cần mở rộng mạng lưới các tổ chức tín dụng tại những vùng nuôi trồng thủy sản, đặc biệt là nuôi tôm: (1) Tăng cường mở các địa điểm giao dịch tại các xã trọng điểm của huyện; (2) Thường xuyên tổ

Bảng 3. Sự khác biệt vốn xã hội giữa hộ nghèo và không nghèo

Biến phụ thuộc	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Hộ nghèo		Không nghèo		Chênh lệch	Trị số T	Giá trị p
			Trung bình	Độ lệch chuẩn	Trung bình	Độ lệch chuẩn			
Mạng lưới chính thức									
Hội khuyến ngư (HN)	1,266	0,185	1,61	1,454	2,87	1,280	-1,26	6,848	0,000
Mạng lưới phi chính thức									
Ban quản lý khu nuôi (BN)	3,047	0,457	3,41	3,330	6,45	3,540	-3,04	6,669	0,000
Đại lý các cấp (DL)	2,014	0,261	2,01	2,029	4,03	1,977	-2,02	7,720	0,000
Đồng nghiệp/bạn bè (DN)	7,853	0,839	6,34	6,206	14,19	6,909	-7,85	9,363	0,000

Nguồn: Số liệu tính toán của tác giả

chức các buổi hội thảo giới thiệu về các chính sách vay vốn, đặc biệt đối tượng là các hộ nuôi tôm; (2) Các ngân hàng cũng có thể cử cán bộ đến triển khai chính sách trong các buổi họp của Ban quản lý khu nuôi, Tổ chức Hội - Đoàn nhằm giới thiệu các chính sách vay.

- Để có thể mở rộng nguồn vốn xã hội, các hộ

nuôi tôm cần: (1) tăng cường tham gia định kỳ vào các buổi họp Tổ dân phố, Tổ chức hội đoàn thể, Ban quản lý khu nuôi và Hội khuyến ngư; (2) Tăng cường giao lưu học hỏi với các đồng nghiệp trong các buổi hội thảo của Hội khuyến ngư tổ chức, vì đây là cơ hội để làm quen và có thể mở rộng mạng lưới xã hội của mình ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Tiếng Việt

1. Huỳnh Thanh Điền (2012). Nghiên cứu đóng góp của vốn xã hội vào các hoạt động của doanh nghiệp bất động sản Việt Nam. Luận án tiến sĩ kinh tế, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.

2. Nguyễn, T. N. M. (2022). Liên kết vùng và phát triển bền vững kinh tế vùng đồng bằng sông Cửu Long. Tạp chí Nghiên cứu Khoa học và Phát triển, 1-13. <https://doi.org/10.58902/tcnckhpt.v1i2.14>.

3. Phổ, N. T., Thy, T. N. N., & Hân, T. N. N. (2023). Vốn xã hội và quá trình chia sẻ kiến thức giúp cải thiện kết quả học tập của sinh viên đại học. Tạp chí Khoa học Đại học Mở TP. Hồ Chí Minh, 18(4), 77-93. <https://doi.org/10.46223/hcmcoujs.econ.vi.18.4.2343.2023>

4. Sơn, Đ. B. and Trí, H. M. (2020). Vốn xã hội, chia sẻ tri thức và hiệu quả làm việc của nhân viên trong khu vực công tại tỉnh Tiền Giang. Tạp chí Khoa học Đại học Mở TP. Hồ Chí Minh, 15(2). <https://doi.org/10.46223/hcmcoujs.econ.vi.15.2.244.2020>

5. Trần Văn Cường (2017). Giải pháp tăng cường tiếp cận thị trường cho các hộ nông dân nghèo ở Phú Thọ. Luận án tiến sĩ kinh tế nông nghiệp, Học viện Nông nghiệp Việt Nam.

6. Trương Chí Hiếu, Trần Văn Hòa, Nguyễn Ngọc Châu, Phạm Phương Trung và Lê Thị Hương Loan (2013). Đánh giá khả năng sản xuất nông sản hàng hóa của nhóm dân tộc ít người và xác định các kiến nghị nhằm xây dựng chuỗi giá trị bền vững tại địa bàn huyện Hướng Hóa, tỉnh Quảng Trị. Báo cáo tổng kết đề tài khoa học cấp tỉnh Quảng Trị.

7. Vũ Đình Thắng (2006). Kinh tế nông nghiệp. Nhà Xuất bản Hà Nội.

Tiếng Anh

1. Bourdieu P. (1986). The Form of Capital, in Richardson, J.E.(ed.) Handbook of Theory of Research for the Sociology of Education, 241258, New York: Greenwood.
2. Fukuyama F. (1995). Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity, London: Penguin Books.
3. Lin Nan (1999). Building a network theory of Social capital, Dept. of Sociology, DuKe University - Connections 22(1): 28-51 @ 1999 INSNA.
4. Putnam R.D. (2000). Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. New York.
5. Woolcock M. (1998). Social Capital and Economic Development: Toward a Theoretical Synthesis and Policy Framework, Theory and Society, vol.27, No.2, pp.151-208.
5. Yusuf S.A. (2008). Social Capital and Household welfare in Kwara State, Nigeria, J. Hum. Ecol., 23(3): 219-229.

Ngày nhận bài: 14/7/2024

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 1/8/2024

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/8/2024

Thông tin tác giả:

TS. NGUYỄN THÁI DUNG

Khoa Kinh tế - Quản trị, Trường Đại học Văn Hiến

IMPACTS OF SOCIAL CAPITAL ON THE MARKET ACCESS OF AQUACULTURE HOUSEHOLDS IN THE MEKONG DELTA

● Ph.D **NGUYEN THAI DUNG**

Faculty of Economics - Management, Van Hien University

ABSTRACT:

This study investigated the role of social capital in facilitating market access for aquaculture households in the Mekong Delta. Descriptive statistics, logistic regression, and an overall mean t-test were employed to analyze data from 300 households. The results revealed that both formal and informal social networks significantly influence market access. Membership in the Fisheries Extension Association (formal) and strong ties with colleagues, friends, and agents at all levels (informal) are key determinants. Additionally, distance, age, and education level also impact market access. The study further compares social capital levels between poor and non-poor households, finding significant differences. These findings underscore the importance of social capital in supporting aquaculture households' economic livelihoods and promoting sustainable development in the region.

Keywords: social capital, market access, aquaculture households, Mekong Delta.