

# TÁC ĐỘNG VỐN XÃ HỘI ĐẾN TIẾP CẬN DỊCH VỤ KHUYẾN NGƯ CỦA HỘ GIA ĐÌNH NUÔI TÔM TẠI VÙNG VEN BIỂN TỈNH BẾN TRE

Dương Thế Duy<sup>1</sup>, Nguyễn Thị Xuân Lan<sup>2</sup>, Trần Đỗ Ngọc Hoàn<sup>3</sup>, Tô Sanya Minh Kha<sup>4\*</sup>

<sup>1,2,3</sup> Khoa Kinh tế - Tài chính, Trường Đại học Ngoại ngữ - Tin học TP.HCM

<sup>4</sup> Trung tâm Thông tin – Thư viện, Trường Đại học Công nghệ Đồng Nai

*duydt@hufliit.edu.vn, lanntx@hufliit.edu.vn, tdnhoan306@gmail.com, tominhkha@dntu.edu.vn*

**TÓM TẮT**— Nghiên cứu được thực hiện nhằm xác định các yếu tố vốn xã hội tác động đến tiếp cận dịch vụ khuyến ngư của hộ gia đình nuôi tôm tại vùng ven biển tỉnh Bến Tre. Nghiên cứu sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính để xác định các yếu tố thuộc mạng lưới xã hội chính thức, mạng lưới xã hội phi chính thức, cũng như nghiên cứu định lượng bằng mô hình hồi quy Logistic nhằm tác động của từng yếu tố vốn xã hội đến tiếp cận dịch vụ khuyến ngư. Với 232 hộ gia đình được phỏng vấn điều tra ngẫu nhiên có điều kiện tại các huyện ven biển của tỉnh: huyện Bình Đại, Ba Tri và Thạnh Phú, kết quả nghiên cứu cho thấy rằng các yếu tố thuộc về vốn xã hội như Tổ chức khuyến ngư, Ban quản lý khu nuôi, Đại lý các cấp, Đồng nghiệp/bạn bè và Lòng tin có tác động đến tiếp cận dịch vụ khuyến ngư. Kết quả nghiên cứu cũng là cơ sở để các nhà quản lý địa phương tham khảo, đưa ra chính sách để phát triển mạng lưới vốn xã hội trong tương lai, góp phần làm tăng năng suất sản xuất nuôi tôm của hộ gia đình ven biển tỉnh Bến Tre hiện nay.

**Từ khóa**— Vốn xã hội, dịch vụ khuyến ngư, hộ gia đình nuôi tôm.

## I. GIỚI THIỆU

Với những lợi thế về điều kiện tự nhiên, nghề nuôi trồng thủy sản của tỉnh Bến Tre đã có bước phát triển khá mạnh trong thời gian qua, điển hình là nghề nuôi tôm. Vào khoảng cuối những năm 1980, từ những vùng đất hoang hóa, đất sản xuất nông nghiệp kém hiệu quả được người dân ven biển mạnh dạn đầu tư chuyển sang nuôi tôm bằng hình thức quảng canh, quảng canh cải tiến. Nghị quyết của Đảng bộ tỉnh Bến Tre năm 2001 đã xác định nuôi thủy sản (trong đó có nuôi tôm) của Tỉnh phát triển theo hướng ổn định và bền vững, tập trung đẩy mạnh ứng dụng khoa học công nghệ để tăng năng suất, chất lượng và hiệu quả [1]. Qua đó có thể thấy rằng đã từ lâu nghề nuôi tôm có ý nghĩa quan trọng đối với phát triển kinh tế của tỉnh. Tuy nhiên, do việc chuyển đổi quá nhanh một diện tích lớn ruộng lúa, ruộng muối năng suất thấp và đất hoang hóa ven biển sang nuôi tôm nên nghề nuôi tôm ở Bến Tre đang phải đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức: ngoài việc phụ thuộc vào điều kiện tự nhiên như ô nhiễm môi trường dẫn đến dịch bệnh kéo dài, qui hoạch và phát triển cơ sở hạ tầng không đồng bộ, hộ nuôi tôm hiện nay còn gặp phải những vấn đề khó khăn trong việc tiếp cận thị trường các nguồn lực đầu vào, đầu ra mà đặc biệt là tiếp cận các dịch vụ khuyến ngư nhằm đổi mới phương thức sản xuất. Đây cũng chính là một trong những nguyên nhân gây ra sự khác biệt rất lớn về thu nhập vụ nuôi của hộ trong vùng. Mặt khác, nghề nuôi tôm hiện nay của vùng được nuôi dưới dạng qui mô nhỏ lẻ diễn ra với hình thức tự phát, chủ yếu là từ các ngành nghề khác chuyển sang, mang tính chất hộ gia đình, hoạt động độc lập và riêng lẻ, không liên kết trong chuỗi sản xuất nên việc tìm kiếm đầu vào và đầu ra cho hoạt động sản xuất phải dựa vào mối quan hệ xã hội mà hộ gia đình có được [2-5].

Cụ thể, (1) đối với hoạt động thị trường nguồn cung cấp con giống, thức ăn, thuốc và hoá chất tương đối phong phú, để có được nguồn nguyên liệu chất lượng và giá thấp, hầu hết các hộ đều phải tìm kiếm nguồn thông tin từ cộng đồng như các hộ trúng vụ mùa trước, giới thiệu của những người thân quen,...; (2) Đối với kiến thức nuôi, ngoài kinh nghiệm nuôi, hộ còn học hỏi từ các hộ trúng tôm vụ mùa trước, sự hỗ trợ kỹ thuật từ những đại lý cung cấp nguyên liệu, những kiến thức tập huấn của tổ chức khuyến nông/ngư, ban quản lý khu nuôi, đồng nghiệp,...; (3) Đối với thị trường đầu ra, khi thu hoạch, để có được giá bán cao như kỳ vọng, người nuôi không những dựa vào mối quan hệ với các đồng nghiệp mà còn phải có sự hỗ trợ, tư vấn từ đại lý, thương lái, đặc biệt là ban quản lý khu nuôi,...[4, 5, 64, 65].

Qua đó cho thấy, các hoạt động diễn ra trong một vụ nuôi của hộ gia đình phụ thuộc rất nhiều vào các mạng lưới quan hệ xã hội giữa cá nhân với cộng đồng xung quanh như: Đồng nghiệp – bạn bè, thương lái, đại lý,... các mối quan hệ xã hội này được liên tục duy trì và tái sản xuất qua các hoạt động trong các mạng lưới xã hội, vai trò của nó là hoạt động để duy trì tính cộng đồng và sự giúp đỡ, chia sẻ lẫn nhau trong cuộc sống cũng như hoạt động sản xuất. Đây là mối quan tâm của các nhà khoa học cũng như các cơ quan chức năng và địa phương có cộng đồng nuôi tôm tại vùng ven biển tỉnh Bến Tre hiện nay.

Thật vậy, cho đến nay đã có nhiều học giả trong và ngoài nước nghiên cứu liên quan đến sự hiện diện của các mạng lưới xã hội làm tăng khả năng áp dụng công nghệ mới, chuyển giao, chia sẻ thông tin về thị trường và các cơ hội khác của hộ nông dân [6-9]. Qua đó có thể thấy rằng đóng góp của mạng lưới xã hội, tương tác mạng lưới xã hội, lòng tin, ... đã thành vốn xã hội mà các nhà nghiên cứu cần phải quan tâm trong hoạt động sản xuất nông nghiệp mà đặc biệt là hoạt động nuôi tôm công nghiệp. Do đó, việc nghiên cứu về tác động của vốn xã hội đến tiếp cận dịch vụ khuyến ngư của hộ gia đình nuôi tôm tại tỉnh Bến Tre là rất cần thiết. Kết quả nghiên cứu sẽ giúp cho những nhà quản lý địa phương tham khảo để đưa ra các chính sách

\* Coresponding Author

thích đáng nói chung, cũng như giúp hộ gia đình nhận biết được mạng lưới xã hội nào góp phần tăng khả năng tiếp cận dịch vụ khuyến ngư hiện nay.

## II. CƠ SỞ LÝ THUYẾT

### A. VỐN XÃ HỘI

Một nguồn lực vô hình được tồn tại trong các mối quan hệ xã hội được đề cập đến với tên gọi là vốn xã hội (Social capital). Kể từ khi nhà giáo dục học người Mỹ Lya Judson Hanifan đưa ra đầu tiên vào năm 1916 cho đến năm 1999 đã có rất nhiều nhà nghiên cứu đưa ra các định nghĩa cũng như các cách tiếp cận khác nhau về vốn xã hội dưới nhiều lĩnh vực như giáo dục, xã hội học, kinh tế,...trong đó, tiêu biểu là Bourdieu Pierre [10], J.S. Coleman [11,12], R.D. Putnam [13], F. Fukuyama [14, 15], Nahapiet & Ghosal [16], M. Woolcock [17], S.S.Cohen & G. Field [18], N. Lin [19], ... Nhưng mãi cho đến năm 2000, Putnam mới đưa ra được khái niệm và cách tiếp cận nghiên cứu tương đối hoàn chỉnh về vốn xã hội dựa vào hai tiêu chí là (1) cấu trúc mạng lưới: chỉ ra hệ thống phân tầng mạng lưới, tần suất kết nối giữa các chủ thể trong mạng lưới; (2) chất lượng quan hệ trong mạng lưới: sự tin tưởng, kỳ vọng và chia sẻ lẫn nhau giữa các chủ thể trong mạng lưới. Và ít nhiều cũng đã được tiếp thu vào các công trình nghiên cứu sau đó của rất nhiều nhà nghiên cứu như Lin [20], Australian Bureau of Statistics [21], L. Lisakka [22], S.A. Yusuf [23], Huỳnh Thanh Điền [24], ... Tất cả họ đều cho rằng: cấu trúc mạng lưới và chất lượng của nó được cho là có vai trò quan trọng ảnh hưởng đến các kết quả nghiên cứu. Mặc dù kết quả nghiên cứu của các tác giả tại những vùng, quốc gia khác nhau, song đại đa số họ đều gặp nhau ở những điểm sau đây: (1) Vốn xã hội chỉ tồn tại khi và chỉ khi chủ thể tham gia mạng lưới xã hội; (2) Các chủ thể tham gia mạng lưới ít nhiều đều nhận được lợi ích từ mạng lưới đó: có nhiều cơ hội tiếp cận, huy động hoặc sử dụng có hiệu quả các cận nguồn lực khác như: tự nhiên, vật thể, tài chính, con người,...; (3) Các đặc trưng của mạng lưới xã hội bao gồm các nghĩa vụ, kỳ vọng, quy chuẩn, chuẩn mực dựa vào niềm tin, sự tương hỗ qua lại. Như vậy, vốn xã hội của một cá nhân là các mối quan hệ xã hội mà người đó có được khi tham gia vào mạng lưới xã hội nhằm đem lại lợi ích về điều kiện thuận lợi để tiếp cận, huy động và sử dụng hiệu quả các nguồn lực khác như: vốn vật thể, vốn tài chính, vốn tự nhiên, vốn con người. Các đặc trưng của mạng lưới xã hội được thể hiện thông qua nghĩa vụ, sự tin nhiệm, sự tin cậy, chia sẻ, hỗ trợ lẫn nhau, ...

Cũng theo Putnam chia mạng lưới xã hội thành hai loại: (1) Mạng lưới chính thức: các cá nhân tham gia vào tổ chức hợp pháp như đảng phái chính trị, nhóm tôn giáo, và các hiệp hội; và (2) mạng lưới phi chính thức: các mối quan hệ của cá nhân với hàng xóm, bạn bè, đồng nghiệp hoặc thậm chí là những người xa lạ [25]. Mặt khác, trong nghiên cứu của mình, Putnam đặt niềm tin vào vị trí trung tâm của lý thuyết vốn xã hội, niềm tin là thành phần thiết yếu của vốn xã hội. Niềm tin tạo điều kiện thuận lợi cho sự tương trợ và mức độ tin tưởng trong cộng đồng càng lớn, khả năng hợp tác càng lớn [13]. Vì vậy, mạng lưới xã hội (bao gồm mạng lưới chính thức, phi chính thức) và các quy chuẩn (tin tưởng, sự tương trợ) là những thành phần quan trọng lần lượt đại diện cho cấu trúc và chất lượng của vốn xã hội cộng đồng.

### B. TIẾP CẬN DỊCH VỤ KHUYẾN NGƯ

Ngày nay, khoa học công nghệ trở thành một yếu tố trực tiếp thúc đẩy sự phát triển của mọi hoạt động sản xuất. Trong hoạt động nông nghiệp hiện nay, việc ứng dụng khoa học công nghệ vào hoạt động sản xuất sẽ góp phần không nhỏ vào hiệu quả kinh tế của hộ gia đình hay tổ chức sản xuất kinh doanh, ... Tại Việt Nam, ngoài các tổ chức hội khuyến nông/ngư luôn giữ vai trò chủ đạo trong việc chuyển tải công nghệ đến các hộ nông dân thì chính quyền địa phương, các công ty, đại lý cũng đã một phần đảm nhiệm việc chuyển tải công nghệ đến cho nông dân.

Theo Feder & Slade [26] và Van den Ban [27]: "Tổ chức khuyến nông làm cầu nối giữa nơi tạo ra công nghệ mới và người ứng dụng nó (nông dân)". Còn theo Nguyễn Văn Long [28], khuyến nông/ngư có vai trò quan trọng trong sản xuất nông nghiệp nói chung, nuôi trồng thủy sản nói riêng. Hoạt động khuyến nông/ngư trong phát triển nghề nuôi trồng thủy sản bao gồm tuyên truyền, vận động hộ dân phát triển vụ nuôi; tập huấn và chuyển giao kỹ thuật trồng trọt thông qua xây dựng các mô hình trình diễn. Do đó, hệ thống khuyến nông/ngư có vai trò quyết định đối với việc nâng cao kiến thức nông nghiệp cho hộ gia đình nông dân, cụ thể: đưa các công nghệ mới vào ứng dụng một cách nhanh chóng và phổ biến cho đại đa số nông dân. Kết quả áp dụng của các hộ nông dân được huấn luyện sẽ lan truyền ứng dụng cho các nông dân khác trên địa bàn. Vì vậy, nếu hoạt động khuyến nông/ngư được triển khai tốt sẽ có ảnh hưởng tích cực đến sự mở rộng, phát triển nghề nuôi trồng thủy sản hiện nay. Cụ thể sẽ giúp nông dân có nhiều cơ hội tiếp cận các kiến thức nông nghiệp hiện đại, học hỏi các kỹ thuật mới về chăn nuôi/nuôi trồng và như vậy sẽ ảnh hưởng đến kế hoạch sản xuất của họ; cụ thể (1) Tiếp xúc thường xuyên với cán bộ khuyến nông/ngư thông qua hội thảo về khuyến nông/ngư và hội thảo đầu bờ; (2) Tham dự vào các nơi được chọn trình diễn các mô hình mẫu tiêu biểu; (3) Nông dân thường xuyên đọc sách/báo/hướng dẫn kỹ thuật nông nghiệp; (4) Nông dân là thành viên của câu lạc bộ tại địa phương hoặc tổ nông dân liên kết sản xuất; (5) Nông dân thường xuyên theo dõi các chương trình quảng bá kỹ thuật trên các phương tiện thông tin đại chúng: ti vi và đài phát thanh hay các thông tin trên Internet.

Ngày nay đối với hoạt động khuyến nông/ngư ở vùng nông thôn chủ yếu là xoay quanh tập huấn kiến thức nông nghiệp bao gồm kiến thức kinh tế và kiến thức kỹ thuật nuôi trồng [29]. Theo S.C. Hsieh [30]: kiến thức nông nghiệp của nông dân phụ thuộc vào mức độ mà họ tiếp cận với các hoạt động cộng đồng ở vùng nông thôn. Để sản xuất nông dân phải có đất, có tiền mua các yếu tố đầu vào như: con giống, thức ăn, thuốc-hóa chất và có thể lao động để tiến hành sản xuất. Tuy nhiên nông dân phải có đủ kiến thức mới có được sự phối hợp các nguồn lực đó mới có thể đem lại hiệu quả cao.

## III. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

### A. MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

## 1. XÁC ĐỊNH MẠNG LƯỚI VỐN XÃ HỘI CỦA HỘ GIA ĐÌNH NUÔI TÔM

Nhằm xác định được mục tiêu nghiên cứu các chủ thể thuộc mạng lưới xã hội đối với hoạt động hộ nuôi tôm vùng biển tỉnh Bến Tre, nhóm tác giả tiến hành thực hiện nghiên cứu định tính bằng phương pháp thảo luận trực tiếp với các hộ nuôi tôm thuần túy, tiêu chuẩn chọn phải là các hộ đã và đang nuôi tôm. Phương pháp phỏng vấn là đối thoại trực tiếp hoặc qua điện thoại. Với câu hỏi mở: “Trong quá trình hoạt động nuôi tôm, ông/bà thường tiếp xúc hoặc nhờ sự giúp đỡ của ai” đến hộ thứ 8 thì không có phát hiện thêm yếu tố mới. Kết quả thảo luận: có đến 7 chủ thể thuộc mạng lưới xã hội của hộ nuôi tôm tại các tỉnh Bến Tre.

**Bảng 1. Các chủ thể thuộc mạng lưới xã hội**

Mạng lưới xã hội		Diễn giải
<b>Mạng lưới chính thức</b>		
ngư	- Tổ chức khuyến	Đây là tổ chức thuộc sự quản lý của Nhà nước, nó có hệ thống hoạt động từ trung ương đến địa phương. Nhằm giúp cho các hộ nuôi trồng thủy sản tiếp cận được kiến thức nuôi, thông tin về môi trường...
	- Tổ chức Hội -	Là các tổ chức do chính quyền địa phương lập ra và thuộc sự quản lý của chính quyền địa phương như: Hội nông dân, Hội phụ nữ, Hội cựu chiến binh, Đoàn thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh, Hội người cao tuổi, Hội cựu giáo chức, Tổ nhân dân tự quản.
	- Cán bộ tín dụng	Là các cán bộ làm việc tại các ngân hàng thuộc hệ thống ngân hàng nhà nước, ngân hàng chính sách hoặc thương mại đóng trên địa bàn trong huyện, tỉnh.
<b>Mạng lưới phi chính thức</b>		
nuôi	- Ban quản lý khu	Đây là một tổ chức tự phát do nhiều hộ nuôi tôm trong khu vực lập ra. Nhiệm vụ của Ban là giúp các hộ trong các hoạt động sản xuất.
	- Đại lý các cấp	Là các đại lý cấp 1, cấp 2 chuyên phân phối trực tiếp các vật tư (con giống, thuốc-hóa chất, thức ăn).
cấp	- Thương lái các	Là những người thu mua tôm tại các địa phương, hiện tại nó bao gồm 2 cấp: thương lái cấp 1 và cấp 2.
	- Đồng nghiệp - bạn bè	Là những người đồng nghiệp cùng nuôi tôm, có thể là hàng xóm hoặc bạn bè thân thiết, hàng xóm, gia đình của hộ nuôi tôm.

*Nguồn:* Tổng hợp từ liên hệ lý thuyết và kết quả phỏng vấn trực tiếp các hộ

## 2. ĐỀ XUẤT 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. Trong số đó phải kể đến: (1) đối với hoạt động đầu vào: C. Grootaert [31], Okten và cộng sự [32], Lawal và cộng sự [33], Phạm Quỳnh Hương [34], Đặng Ngọc Quang [35], Huỳnh Thanh Điền [24], Dương Thế Duy [36]; (2) đối với hoạt động đầu ra: Fafchamps và cộng sự [37], Mawejje và cộng sự [38], Điền (2012); Duy (2017). Mặt khác, 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 dịch vụ khuyến ngư của hộ nuôi thủy sản vùng ven biển tỉnh Bến Tre như sau:

Nghiên cứu sử dụng phương pháp hồi qui logistic:  $\text{Log}_e[P(Y=1)/P(Y=0)] = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 \dots + \beta_nX_n$ .

Để ước lượng mô hình này ta chuyển về dạng tuyến tính:  $Y_i = \beta_0 + \beta_iX_i + \varepsilon_i$  với  $Y_i$ : là biến phụ thuộc và được đo lường bằng hai giá trị 1 và 0.

Mô hình được thiết lập:

$$\text{TCKN} = \beta_0 + \beta_1\text{KN} + \beta_2\text{HD} + \beta_3\text{TD} + \beta_4\text{QL} + \beta_5\text{DL} + \beta_6\text{TL} + \beta_7\text{BB} + \beta_8\text{TR} + \beta_9\text{TU} + \beta_{10}\text{TD} + \beta_{11}\text{SN} + \beta_{12}\text{KN} + \beta_{13}\text{LD} + \beta_{14}\text{KC}$$

Trong đó, TCKN là biến phụ thuộc đo lường khả năng tiếp cận dịch vụ khuyến ngư của hộ gia đình nuôi tôm, biến này nhận giá trị 1 nếu nông hộ có khả năng tiếp cận dịch vụ khuyến ngư tốt (tiếp cận các kiến thức nuôi mới, tiếp các nguồn thông tin

liên quan đến hoạt động nuôi tôm) và ngược lại sẽ nhận giá trị 0. Các biến độc lập trong mô hình được giải thích cụ thể trong Bảng 2.

**Bảng 2:** Các biến độc lập trong mô hình

Tên biến độc lập	Đơn vị tính	Giải thích	Kỳ vọng	Nguồn tham khảo
<b>Nhóm biến vốn xã hội</b>				
<b>Mạng lưới chính thức (MLCT)</b> Tổ chức khuyến ngư (KN) Tổ chức tín dụng (TD) Tổ chức hội đoàn (HD)	Số lần tham gia  Số tổ chức	Số lần mà hộ tham gia vào hoạt động của các Hội do nhà nước tổ chức.  Tổng số tổ chức/ban /hiệp hội mà thành viên trong hộ tham gia.	+	[6] [7] [32] [33] [39] [40] [41] [42] [43] [44] [45] [46] [47] [48] [49] [50] [51] [52] [53]
<b>Mạng lưới phi chính thức (MLPCT)</b> Ban quản lý khu nuôi (BN) Đồng nghiệp/bạn bè (ĐN) Thương lái các cấp (TL) Đại lý các cấp (ĐL)	Số lần	Số lần mà những người trong mạng lưới có thể giúp đỡ, chia sẻ,... khi hộ cần.	+	[6] [7] [32] [33] [40] [41] [42] [43] [44] [45] [46] [48] [49] [50] [51] [53] [54]
Lòng tin (LT)	0/1	Nhận giá trị 1 – tin tưởng và giá trị 0 – không tin tưởng	+	[40] [42] [44] [45] [53]
<b>Nhóm biến thuộc về đặc điểm hộ gia đình</b>				
Khoảng cách (KC)	Km	Khoảng cách từ nhà của hộ gia đình đến trung tâm thị trấn, nhận giá trị là số km tương ứng.	-	[32] [49] [55] [56] [57]
Tuổi (TU)	Năm	Năm tuổi, nhận giá trị tương ứng số tuổi của người trực tiếp nuôi chính tính đến thời điểm điều tra.	+/-	[39] [50] [51] [53] [56] [49] [58] [59] [61]
Kinh nghiệm (KN)	Năm	Kinh nghiệm, nhận giá trị tương ứng với số năm trong nghề của người trực tiếp nuôi chính tính đến thời điểm điều tra.	+	[50] [51] [52] [56] [39] [49] [58], [59] [60] [62] [63]
Số năm sống tại địa phương (SN)	Năm	Số năm, nhận được giá trị tương ứng với số năm mà chủ hộ sinh sống tại địa phương tính đến thời điểm điều tra.	+	[60] [50] [51] [52]
Trình độ học vấn (TD)	Năm	Trình độ học vấn, nhận giá trị tương ứng với số năm đi học của người trực tiếp nuôi chính tính đến thời điểm điều tra.	+	[39] [49] [50] [51] [52] [53] [56] [58] [59] [60]
Số lao động của hộ (LD)	Tỷ lệ	Tỷ lệ lao động, nhận giá trị là tỷ lệ lao động trực tiếp tham gia nuôi/tổng số nhân khẩu của hộ.	+	[39] [49] [56]

**Ghi chú:** \*ABS là Cơ quan thống kê của Úc (Australian Bureau of Statistics); \*\*OECD là Tổ chức Hợp tác và Phát triển kinh tế (Groupe de Sienne).

**B. 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 gia đình nuôi tôm tại các xã ven biển của 3 huyện Bình Đại, Ba Tri, Thạnh Phú thông qua bảng câu hỏi đã được soạn trước. Điều tra được tiến hành vào tháng 11, 12 năm 2023. Đối tượng lấy mẫu: Đại diện hộ gia đình nuôi tôm (người trực tiếp nuôi). Phương pháp lấy mẫu: Lấy mẫu ngẫu nhiên không lặp lại.

**Bảng 3.** Mẫu nghiên cứu theo địa bàn khảo sát

Địa bàn		Tần suất (hộ)	Tỷ lệ (%)
Huyện	Xã		
Bình Đại	Bình Thăng	25	10.775
	Thừa Đức	41	17.672
	Thanh Phước	15	6.465
Ba Tri	An Thủy	29	12.500
	Bảo Thạnh	23	9.913
	Bảo Thuận	32	13.793
Thạnh Phú	Giao Thạnh	28	12.068
	Thanh Hải	39	16.810

Nguồn: Số liệu điều tra thực tế của tác giả

Theo Tabachinick & Fidell (1991), khi sử dụng các phương pháp hồi qui, kích thước mẫu cần thiết được tính theo công thức:  $n \geq 50 + 8p$ . Trong đó:  $n$  là kích thước mẫu tối thiểu cần thiết,  $p$  là số lượng biến độc lập trong mô hình. Do đó, 14 biến độc lập trong mô hình nghiên cứu được đề xuất thì cỡ mẫu cần điều tra là  $n \geq 50 + 8 \cdot 14 = 162$  quan sát. Vậy với cỡ mẫu 232 quan sát, dữ liệu đã đảm bảo thực hiện kiểm định mô hình nghiên cứu.

#### IV. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

##### A. ĐẶC ĐIỂM VỐN XÃ HỘI CỦA HỘ NUÔI THỦY SẢN VÙNG VEN BIỂN CỦA TỈNH BẾN TRE

Dựa vào kết quả khảo sát Bảng 4 cho thấy số tổ chức thuộc mạng lưới chính thức (tổ dân phố, hội khuyến nông, tổ chức tín dụng, tổ chức hội đoàn, ...) mà hộ tham gia tương đối thấp, cao nhất là 7 tổ chức và thấp nhất 0 tổ chức, với số lần tham gia trung bình của hộ dao động từ 0.931 đến 2.805. Điều này cho thấy số hộ tham gia vào các tổ chức thuộc mạng lưới chính thức tương đối thấp. Còn đối với mạng lưới phi chính thức (đại lý các cấp, thương lái các cấp, đồng nghiệp-bạn bè) có thể thấy số lần mà hộ nhận được sự giúp đỡ tương đối cao, thấp nhất là 1 lần và cao nhất là 32 lần, trong đó số lần nhận được sự giúp đỡ, tương trợ từ bạn bè/đồng nghiệp là cao nhất, trung bình là 9.748 lần/vụ.

Bảng 4. Một số đặc điểm của hộ điều tra

Các biến	Đvt	Nhỏ nhất	Lớn nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Tổ chức khuyến ngư	Số lần tham gia	0	5	2.805	0.114
Tổ chức tín dụng		0	3	0.931	0.027
Tổ chức hội đoàn	Số tổ chức	0	7	2.599	1.231
Ban quản lý khu nuôi	Số lần	0	1	0.895	0.045
Đồng nghiệp/bạn bè		2	32	9.748	2.877
Thương lái các cấp		1	12	5.473	1.443
Đại lý các cấp		1	6	2.454	0.991
Lòng tin (LT)	0/1	0	1	0.802	0.154
Khoảng cách (KC)	Km	0	6	2.733	3.212
Tuổi (TU)	Năm	20	69	43.887	20.183
Kinh nghiệm (KN)	Năm	1	54	36.411	22.314
Số năm sống tại địa phương (SN)	Năm	2	65	34.981	32.171
Trình độ học vấn (TD)	Năm	2	16	6.657	4.845
Số lao động của hộ (LD)	Tỷ lệ	0.14	1	0.523	0.141

Nguồn: Số liệu khảo sát thực tế của tác giả

Qua khảo sát 232 hộ được phỏng vấn thì có đến 178 hộ tin tưởng vào cộng đồng mà mình tiếp xúc hoặc những lần nhận được sự giúp đỡ, chiếm 76,72% tổng số hộ điều tra. Nhìn chung sự tin tưởng vào cộng đồng của người dân vùng ven biển của tỉnh Bến Tre tương đối cao.

##### B. PHÂN TÍCH TÁC ĐỘNG CỦA VỐN XÃ HỘI ĐẾN KHẢ NĂNG TIẾP CẬN DỊCH VỤ KHUYẾN NGƯ

###### Tác động vốn xã hội đến tiếp cận dịch vụ khuyến ngư của hộ nuôi tôm

Qua số liệu khảo sát cho thấy, có đến 232 hộ đều có nhu cầu tiếp cận dịch vụ khuyến ngư. Như vậy, số mẫu thực tế lớn hơn nhiều so với số mẫu tối thiểu phải đạt được là 162. Trong trường hợp này, đảm bảo dữ liệu đối với mô hình nghiên cứu.

Phân tích các kiểm định: Bảng 5, cột mức ý nghĩa (Sig.) của kiểm định Wald cho thấy: Các biến tổ chức khuyến ngư, ban quản lý khu nuôi, đại lý các cấp, đồng nghiệp - bạn bè, lòng tin, tuổi chủ hộ, khoảng cách tương quan có ý nghĩa với biến khả năng tiếp cận dịch vụ khuyến ngư với độ tin cậy 90%, 95%, 99%.

**Bảng 5. Kết quả tác động vốn xã hội đối với tiếp cận dịch vụ khuyến ngư**

Biến số		Tiếp cận dịch vụ khuyến ngư		
		Hệ số ( $\beta_k$ )	Sig.	Hệ số tác động biên
Nhóm biến vốn xã hội	<b>Mạng lưới chính thức</b>			
	Tổ chức khuyến ngư	0.298	0.004	0.345
	Tổ chức tín dụng	1.312	0.002	0.043
	Tổ chức Hội - Đoàn	-0.627	0.137	-0.016
	<b>Mạng lưới phi chính thức</b>			
	Ban quản lý khu nuôi	0.432	0.032	0.012
	Đại lý các cấp	0.745	0.016	0.019
	Thương lái các cấp	-0.001	0.996	-0.000
	Đồng nghiệp - bạn bè	0.146	0.047	0.002
Lòng tin	1.752	0.038	0.059	
Nhóm biến đặc điểm hộ	Tuổi chủ hộ	-0.092	0.081	-0.001
	Trình độ chủ hộ	-0.167	0.441	-0.003
	Số năm sống địa phương	-0.061	0.114	-0.002
	Số năm trong nghề	0.117	0.249	0.001
	Tỷ lệ lao động	1.054	0.621	0.027
	Khoảng cách	-0.342	0.057	-0.009
	Hằng số	0.391	0.874	
Số quan sát		232		
Tỷ lệ dự báo đúng (%)		74,8%		
Cox & Snell R Square		0.626		

*Nguồn:* Tính toán từ số liệu khảo sát

Mức độ phù hợp của mô hình: Kiểm định Omnibus cho thấy Sig. < 0.01 (độ tin cậy 99%). Như vậy, các biến độc lập có quan hệ tuyến tính với biến phụ thuộc trong tổng thể. Nói cách khác, mô hình lựa chọn là phù hợp.

**Thảo luận kết quả hồi quy đối với nhóm biến vốn xã hội**

Số lần tham gia vào Tổ chức khuyến ngư có tác động tích cực đến tiếp cận dịch vụ khuyến ngư của hộ và có nghĩa ý thống kê ở mức ý nghĩa 1%. Cụ thể, hệ số tác động biên cho biết: nếu các yếu tố khác không đổi, hộ gia đình tham gia vào Tổ chức khuyến ngư tăng thêm 1 lần/vụ sẽ làm tăng khả năng tiếp cận dịch vụ khuyến ngư trung bình là 3.45%.

Biến Ban Quản lý khu nuôi: Số lần nhận được sự hỗ trợ, chia sẻ, giúp đỡ... về kiến thức nuôi khi hộ cần có tác động tích cực đến tiếp cận được dịch vụ khuyến ngư và có ý nghĩa thống kê ở mức ý nghĩa 5%. Cụ thể, hệ số tác động biên cho biết: nếu số lần nhận được sự hỗ trợ, chia sẻ, giúp đỡ về dịch vụ khuyến ngư để phục vụ cho vụ nuôi khi hộ cần tăng thêm 1 lần/vụ thì khả năng tiếp cận dịch vụ khuyến ngư tăng trung bình 1.12%.

Sự giúp đỡ, hỗ trợ, chia sẻ... của đại lý các cấp có tác động tích cực đến tiếp cận dịch vụ khuyến ngư của hộ và có nghĩa ý thống kê ở mức ý nghĩa 5%. Cụ thể, hệ số tác động biên cho biết: nếu các yếu tố khác không đổi, hộ gia đình nhận được thêm 1 lần giúp đỡ, hỗ trợ, chia sẻ... từ đại lý các cấp sẽ làm tăng khả năng tiếp cận dịch vụ khuyến ngư trung bình 1,9%.

Mạng lưới đồng nghiệp-bạn bè: Yếu tố này có tác động tích cực đến việc tăng tiếp cận được dịch vụ khuyến ngư của hộ gia đình nuôi tôm và có ý nghĩa thống kê ở mức ý nghĩa 5%. Nếu hộ gia đình nuôi tôm nhận thêm được 1 lần giúp đỡ, hỗ trợ, chia sẻ... từ cộng đồng đồng nghiệp-bạn bè thì khả năng tiếp cận dịch vụ khuyến ngư của hộ sẽ tăng lên 0,2%.

Lòng tin: đây là yếu tố có tác động đến dịch vụ khuyến ngư của hộ gia đình nuôi tôm và có ý nghĩa thống kê ở mức ý nghĩa 5%. Cụ thể, hệ số tác động biên cho biết: nếu hộ gia đình tin tưởng, đặt niềm tin vào các chủ thể thuộc mạng lưới xã hội thì khả năng tiếp cận dịch vụ khuyến ngư của hộ sẽ tăng trung bình 5,9%.

Như vậy, có năm yếu tố thuộc vốn xã hội làm tăng tiếp cận dịch vụ khuyến ngư hộ gia đình nuôi tôm tại vùng ĐBSCL hiện nay, bao gồm: Tổ chức khuyến ngư, Ban quản lý khu nuôi, Đại lý các cấp, Đồng nghiệp-bạn bè và Lòng tin. Trong số đó, thì Lòng tin và Tổ chức khuyến ngư là yếu tố làm tăng tiếp cận dịch vụ khuyến ngư của hộ nhiều nhất, kế đến lần lượt là Đại lý các cấp, Ban quản lý khu nuôi và Đồng nghiệp-bạn bè.

**V. KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ**

Kết quả nghiên cứu trên có thể khẳng định rằng các thành phần biến thuộc vốn xã hội như Hội khuyến ngư, Ban quản lý khu nuôi, Đồng nghiệp/bạn bè, Lòng tin có tác động đến khả năng tiếp cận dịch vụ khuyến ngư của hộ gia đình nuôi tôm vùng ven biển của tỉnh Bến Tre. Từ kết quả nghiên cứu này, tác giả đề xuất một số khuyến nghị nhằm nâng cao khả năng tiếp cận thị trường cho hộ nuôi thủy hải sản thông qua mạng lưới xã hội chính thức và phi chính thức của hộ như sau:

- Đối với mạng lưới chính thức:

Về phía chính quyền địa phương:

Cập nhật những thông tin về chính sách mới cần thiết về vốn vay từ các tổ chức tín dụng: tín dụng chính thức, bán chính thức; cập nhật kịp thời thông tin cần thiết thị trường đầu vào và đầu ra: nguồn nước, thời tiết, khí hậu, các nguồn con giống, thức ăn và hóa chất có chất lượng,... để kịp thời phổ biến đến hộ trong các buổi họp Tổ dân phố, Hội khuyến nông, Tổ chức hội đoàn,... tránh để rủi ro thị trường xảy ra đáng tiếc. Hỗ trợ Hội khuyến nông tổ chức các khóa học hàng tháng nhằm bồi dưỡng và thông tin kiến thức nuôi cho hộ trên địa bàn mà đặc biệt là hộ nghèo.

Thành lập thêm các hội, có thể là hội người nuôi tôm để có những hoạt động liên kết với những tổ chức như các công ty con giống, thức ăn,... hay các viện, trường để thành lập các câu lạc bộ sản xuất. Trong đó, cần chú trọng đến các lợi ích thực tế để thu hút sự quan tâm và tham gia của hộ nghèo.

*Về phía hộ nuôi tôm:*

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. Sự hưởng ứng tham gia nhiệt tình của hộ sẽ giúp các tổ chức/ ban/ hội vững mạnh, từ đó vai trò của các tổ chức/ ban/ hội trong việc hỗ trợ các hộ sẽ càng nhiều hơn, việc cung cấp thông tin hữu ích về thị trường đầu vào và đầu ra cũng như các chính sách mới sẽ càng thuận lợi hơn.

- Đối với mạng lưới phi chính thức:

*Về phía chính quyền địa phương:*

Khuyến khích và tăng cường phối hợp với các đại lý cung cấp con giống, thức ăn,... tổ chức chương trình tập huấn kiến thức nông nghiệp cho hộ, bao gồm các kỹ thuật nuôi, kỹ thuật phòng bệnh và phổ biến về thông tin thị trường.

Hỗ trợ các hệ thống tín dụng chính thức và bán chính thức đến với từng hộ gia đình, đặc biệt là ưu tiên những tổ chức tín dụng có chính sách ưu đãi cho các hộ nghèo. Cung cấp thông tin, cập nhật kịp thời cho hộ nuôi các đại lý cung cấp con giống, thuốc -hóa chất và thức ăn có uy tín đã được các cơ quan chức năng cấp phép hoạt động. Đặc biệt là chú trọng giới thiệu thương lái lớn có uy tín đến hộ nuôi nhằm hạn chế tình trạng bị ép giá. Giới thiệu rộng rãi hộ có được lợi nhuận trong các vụ nuôi trước đó để làm mô hình mẫu cho các hộ trong vùng học tập làm theo.

*Về phía hộ nuôi tôm:*

Tích cực tham gia vào các buổi giới thiệu sản phẩm cũng như các buổi giới thiệu về kỹ thuật mới của đại lý các cấp để kịp thời ứng dụng vào hoạt động sản xuất.

Tăng cường tiếp xúc với các hộ trúng ở các vụ mùa trước để học hỏi kinh nghiệm. Mặt khác, thường xuyên liên hệ với các hộ cùng nghề để kịp thời nắm bắt được thông tin thị trường đầu vào và đầu ra.

Thực hiện liên kết sản xuất theo: (1) liên kết ngang giữa các nhóm hộ cùng loại hình nuôi theo hình thức tổ hợp tác, hợp tác xã sẽ góp phần nhận được chia sẻ kinh nghiệm, kỹ thuật sản xuất, nguồn vốn; (2) liên kết dọc sẽ giúp nông hộ nhận được sự cam kết thương mại trong cung ứng nguyên vật liệu đầu vào và đảm bảo đầu ra ổn định.

## VI. LỜI CẢM ƠN

Nghiên cứu này được tài trợ bởi Trường Đại học Ngoại ngữ - Tin học TP. Hồ Chí Minh trong khuôn khổ Đề tài mã số: H2023-04.

## VII. TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Ủy ban nhân dân tỉnh Bến Tre (2022), Báo cáo tình hình thực hiện kế hoạch và phát triển kế hoạch kinh tế - xã hội của UBND tỉnh Bến Tre từ năm 2017 đến 2022.
- [2] Viện Kinh tế và Quy hoạch thủy sản (2009), Quy hoạch phát triển nuôi trồng thủy sản vùng ĐBSCL đến năm 2015, định hướng đến năm 2020.
- [3] Viện Kinh tế và Quy hoạch thủy sản (2015), Quy hoạch nuôi tôm nước lợ vùng ĐBSCL đến năm 2020, tầm nhìn 2030, Hà Nội.
- [4] Lê Thị Phương Mai, Dương Văn Ni và Trần Ngọc Hải (2014), "Phân tích khía cạnh kỹ thuật và tài chính của mô hình nuôi tôm sú (*penaeus monodon*) thâm canh ở Sóc Trăng, Bạc Liêu và Cà Mau", *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, Số chuyên đề: Thủy sản, tr.114-122.
- [5] Tổng cục thủy sản (2014), Đề án hoạt động quản lý sản xuất, chế biến và xuất khẩu tôm nước lợ, Hà Nội.
- [6] Munshi, K. (2004), "Social Learning in a Heterogeneous Population: Technology Diffusion in the Indian Green Revolution", *Journal of Development Economics*, vol. 73, no.1, pp.185-213.
- [7] Conley, T. & Udry, C. (2008), *Learning about a New Technology: Pineapple in Ghana*, Department of Economics, Yale University.
- [8] Arlette, S., Saint Ville, Gordon M. Hickey, Uli Locher & Leroy E. Phillip (2016), "Exploring the role of social capital in influencing knowledge flows and innovation in smallholder farming communities in the Caribbean", *Food Sec.* (2016) 8, pp.535-549.
- [9] Hà Vũ Sơn & Dương Ngọc Thành (2014), "Các yếu tố ảnh hưởng đến ứng dụng tiến bộ kỹ thuật trong sản xuất lúa của hộ nông dân tại tỉnh Hậu Giang", *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, 32 (2014), tr.85-93.
- [10] Bourdieu Pierre (1986), "The Forms of Capital", *Handbook of Theory and Research for the sociology of Education*, pp.241 - 258.
- [11] Coleman, J.S. (1988), "Social capital in the creation of human capital", *American Journal of sociology*, no.94, pp.95-120.

- [12] Coleman, J.S. (1990), *Foundations of Social Theory*, London: Harvard University Press.
- [13] Putnam R.D. (1993), "The Prosperous Community. Social Capital and Public Life", *The American Prospect*, Vol. 13, pp.35-42.
- [14] Fukuyama, F. (1995), *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*, London: Penguin Books.
- [15] Fukuyama, F. (1997), *The End of Order*, London: Centre for Postcollectivist Studies.
- [16] Nahapiet, J. & Ghoshal, S. (1998), "Social capital, intellectual capital, and organizational advantage", *The Academy of Management Review*, 23 (2), pp.242-266.
- [17] Woolcock, M. (1998), *Social Capital and economic development: Toward a theoretical synthesis and policy framework*, Kluwer Academic Publishers, Printed in the Netherlands City Press.
- [18] Cohen, S.S. & Fields, G. (1999), "Social capital and capital gains in Silicon Valley", *California Management Review*, 41 (2), pp.108-130.
- [19] Lin, N. (1999), "Building a Network Theory of Social Capital", *Connections*, 22(2), pp.28-51.
- [20] Lin, N. (2001), *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*, Cambridge: Cambridge University Press.
- [21] Australian Bureau of Statistics (2004), *Measuring Social Capital: An Australian Framework and Indicators*, Australian Bureau of Statistics.
- [22] Lisakka, L. (2006), "Social Capital in Finland", *Statistical Review*.
- [23] Yusuf, S.A. (2008), "Social Capital and Household welfare in Kwara State, Nigeria", *Journal of human ecology*, 23(3), pp.219-229.
- [24] Huỳnh Thanh Điền (2012), "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.HCM*.
- [25] Putnam, R.D. (2000), "Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community", New York.
- [26] Feder, G. & Slade, R. (1993), "Institutional reform in India: The case of Agricultural extension" in the book of Hoff, Braverman & Stiglitz (eds.), *The economics of Rural Organization: Theory practice and policy*. Washington: Oxford University Press, Inc.
- [27] Van den Ban, A.W & Samanta, R.K. (2006), *Changing roles of Agricultural Extension in Asian Nations*, Delhi (India), B.R Publishing Corporation.
- [28] Nguyễn Văn Long (2006), *Giáo trình khuyến nông*, Trường ĐH Nông nghiệp Hà Nội.
- [29] Đinh Phi Hồ (2012), *Phương pháp Nghiên cứu định lượng – Những nghiên cứu thực tiễn trong kinh tế phát triển – nông nghiệp*, Nhà xuất bản Phương Đông, TP.HCM.
- [30] Hsieh, S.C. (1963), "Socio-economic surveying in China – the experience of rural Taiwan", *Social Research and Problem of rural development in South- East Asia*, pp.72-180.
- [31] Grootaert, C. (1998), "Social Capital: The Missing Link", *Worldbank*.
- [32] Okten, C. & Osili, U. O. (2004), "Social Networks and Credit access in Indonesia", *World Development*, Vol. 32, No. 7, pp.1225-1246.
- [33] Lawal, J. O., Omonona, B. T., Jani, O. I. Y. & Oni, O. (2009), "Effects of Social Capital on Credit Access among Cocoa Farming Households in Osun State, Nigeria", *Agricultural Journal*, Vol. 4, No. 4, pp.184-191.
- [34] Phạm Quỳnh Hương (2006), "Người nhập cư đô thị và an sinh xã hội", *Tạp chí Xã hội học*, số (1), tr.45-5.
- [35] Đặng Ngọc Quang (2007), "Xây dựng nguồn vốn xã hội – phương thức tạo quyền cho người nghèo trong phát triển ở địa phương", *Tạp chí Khoa học xã hội*, Số (5), tr. 26-34.
- [36] Dương Thế Duy (2007), "Đóng góp của vốn xã hội đối với hoạt động đầu ra hộ nuôi tôm thâm canh vùng ven biển huyện Ba Tri, tỉnh Bến Tre", *Tạp chí Công thương*, Số 9, tr.338 -341.
- [37] Fafchamps, M. và Hill, R.V. (2005), "Selling at the farm gate or traveling to market", *American Journal of Agricultural Economics*, vol. 87, no.3, pp.717-734.
- [38] Maweje, J and Holden, T.S. (2014), "Does social network capital buy higher agricultural prices? A case of coffee in Masaka district, Uganda", *International Journal of Social Economics*, vol. 41, no.7, tr.573 -585.
- [39] Anteneh, A., Muradian, R. & Ruben, R. (2011), *Factors Affecting Coffee Farmers Market Outlet Choice - The Case of Sidama Zone, Ethiopia*, Centre for International Development Issues Nijmegen, Radboud University, the Netherlands.
- [40] Ferrary, M. (2003), "Trust and Social Capital in the Regulation of Lending activities", *Journal of Socio-Economics*, Vol. 31, pp.673-699.
- [41] Grootaert, C. (1999), "Social capital, household welfare, and poverty in Indonesia", *The World Bank*.
- [42] Heikkilä, A., Panu, K. & Olli-Pekka, R. (2009), "Social Capital and access to Credit: Evidence from Uganda", *Presentation at the World Bank Conference on Measurement, Promotion and Impact of Access to Financial Services*, pp.48-65.
- [43] Ajam, O., and Tijani, G. (2009), "The Role of Socio Capital in Access to Micro Credit in Ekiti State, Nigeria", *Pakistan Journal of Social Sciences*, 6(3), pp.125-132.
- [44] Kilpatrick, S. (2002), "Learning and building social capital in a community of family farm businesses", *International Journal of Lifelong Education*, 21(5), pp.446-464.
- [45] Guiso, L. (2004), Sapienza, P. & Zingales, L., "The Role of Social Capital in Financial Development", *American Economic Review*, vol. 94, no. 3, pp.526-556.
- [46] Dufhues, T., Buchenrieder, G. & Munkung, N. (2012), "Individual Social Capital and Access to Formal Credit in Thailand", Selected Paper prepared for presentation at the International Association of Agricultural Economists (IAAE) Triennial Conference, Foz do Iguacu, Brazil.
- [47] Fafchamps, M. & Minten, B. (1998), "Returns to social capital among traders", mssd discussion paper no. 23 International Food Policy Research Institute 2033 K St. N.W. Washington, D.C.



- [48] Munshi, K. (2003), "Networks in the Modern Economy: Mexican Migrants in the Us Labor Market", *Quarterly Journal of Economics*, vol. 118, no. 2, pp.549- 599.
- [49] 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*, Khoa học Chính trị, Kinh tế và Pháp luật: 35 (2014), tr.24-31.
- [50] Lê Khương Ninh & Phạm Văn Dương (2011), "Phân tích các yếu tố quyết định lượng vốn vay tín dụng chính thức của hộ nông dân ở An Giang", *Tạp chí Công nghệ Ngân hàng*, số 60, tr. 8-15.
- [51] Lê Khương Ninh & Phạm Văn Hùng (2011), "Các yếu tố quyết định lượng vốn vay tín dụng chính thức của hộ nông dân ở Hậu Giang", *Tạp chí Ngân hàng*, số 9, tr.42-48.
- [52] Nguyễn Văn Vũ An, Lê Trung Hiếu, Nguyễn Thị Búp & Nguyễn Trường An (2016), "Khả năng tiếp cận tín dụng chính thức của hộ nuôi tôm sú huyện Cầu Ngang, Trà Vinh", *Tạp chí Kinh tế - Dự báo*, Số chuyên đề tháng 2, tr.44-46.
- [53] Hillary, C.K., Job, K.L., Mary, C.M. & Wintana, O.A. (2015), "Influence of Social Capital on Producer Groups Performance and Market Access Amongst Smallholder French Beans Farmers in Kirinyaga County, Kenya", *Journal of Economics and Sustainable Development*, Vol.6, No.2, pp256-279.
- [54] Nguyễn Quốc Nghi (2011), "Các nhân tố ảnh hưởng đến nhu cầu tín dụng chính thức trong triển khai ứng dụng tiến bộ kỹ thuật: Trường hợp nông hộ sản xuất lúa ở Đồng Tháp", *Tạp chí Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn*, số 4, 2011, tr.312-316.
- [55] Senyolo, G. M., Chaminuka, M. N., Makhura & Belete, A. (2009), "Patterns of access and utilization of output markets by emerging farmers in South Africa: Factor analysis approach", *African Journal of Agricultural Research*, Vol. 4 (3), tr.208-214.
- [56] Berahanu, K. (2012), *Market Access and Value Chain Analysis of Dairy Industry in Ethiopia*, School of graduate studies, Haramaya university.
- [57] Nguyễn Quốc Nghi, Trần Quế Anh và Bùi Văn Trịnh (2011), "Các nhân tố ảnh hưởng đến thu nhập của hộ gia đình ở khu vực nông thôn huyện Trà Ôn, tỉnh Vĩnh Long", *Tạp chí Khoa học kinh tế*, số 5 (23), tr.30-36.
- [58] 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*, Khoa học Chính trị, Kinh tế và Pháp luật: 38 (2015), tr.25-33.
- [59] Emmanuel, Z. & Charles, K. (2012), "Analysis of factors influencing market channel access by communal horticulture farmers in Chinamora District, Zimbabwe", *Journal of Development and Agricultural Economics*, Vol. 4(6), pp.147-150.
- [60] Phạm Bảo Quốc & Nguyễn Thị Búp (2016), "Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận tín dụng chính thức của nông hộ nuôi tôm thẻ chân trắng tại huyện Duyên Hải - tỉnh Trà Vinh", *Tạp chí đại học Trà Vinh, chuyên trang Kinh tế - Văn hóa - Giáo dục*, tháng 7/2016, tr.10-18.
- [61] Nguyễn Quốc Oánh & Phạm Thị Mỹ Dung (2010), "Khả năng tiếp cận tín dụng chính thức của hộ nông dân: Trường hợp nghiên cứu ở vùng cận ngoại thành Hà Nội", *Tạp chí Khoa học và Phát triển*, tập 8, số 1, tr.170-177.
- [62] Bùi Văn Trịnh & Trương Thị Phương Thảo (2014), "Phân tích khả năng tiếp cận nguồn vốn tín dụng chính thức: trường hợp của nông hộ nuôi tôm ở tỉnh Trà Vinh", *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, Khoa học Chính trị, Kinh tế và Pháp luật: 32 (2014), tr.1-6.
- [63] Nguyễn Quốc Nghi, "Các nhân tố ảnh hưởng đến nhu cầu tín dụng chính thức của các dân tộc thiểu số: Nghiên cứu trường hợp người Khmer ở Trà Vinh và người Chăm ở Kiên Giang", *Tạp chí Trường Đại học Cần Thơ*, số 18a, tr.240-250, 2010.
- [64] Lê Văn Thu (2015), "Nghiên cứu chuỗi cung sản phẩm tôm nuôi ở tỉnh Quảng Nam", *Luận án tiến sĩ kinh tế, Đại học Kinh tế Huế*.
- [65] Phùng Giang Hải (2015), "Liên kết trong sản xuất và chế biến tôm thương phẩm ở tỉnh Cà Mau, Luận án tiến sĩ kinh tế", *Học viện nông nghiệp Việt Nam*.

## **SOCIAL CAPITAL IMPACT ON ACCESS TO FISHERY EXTENSION SERVICES OF SHRIMP FARMING HOUSEHOLDS IN THE COASTAL AREA OF BEN TRE PROVINCE**

**Duong The Duy, Nguyen Thi Xuan Lan, Tran Do Ngoc Hoan, To Sanya Minh Kha**

**ABSTRACT**— The study was conducted to determine social capital factors affecting access to fishery extension services of shrimp farming households in the coastal area of Ben Tre province. The study uses qualitative research methods to identify factors in the formal social network and informal social network, as well as quantitative research using Logistic regression models to determine the impact of each factor. Social capital factors in accessing fishery extension services. With 232 households interviewed in a conditional random survey in the coastal districts of the province: Binh Dai, Ba Tri and Thanh Phu districts, the research results show that the factors belonging to social capital such as Fishery extension officers, aquaculture management boards, agents at all levels, colleagues/friends and trust have an impact on access to fishery extension services. The research results are also a basis for local managers to refer to and make policies to develop social capital networks in the future, contributing to increasing shrimp farming productivity of coastal households in Ben Tre province today.

**Keywords:** Social capital, fishery extension services, shrimp farming households.

**TS. Nguyễn Thị Xuân Lan**

Tốt nghiệp tiến sĩ chuyên ngành Tài chính, lưu thông tiền tệ và tín dụng tại Trường Đại học Kinh tế TP.HCM. Hiện đang công tác tại Khoa Kinh tế - Tài chính, Trường Đại học Ngoại ngữ - Tin học TP.HCM.

**TS. Dương Thế Duy**

Tốt nghiệp tiến sĩ chuyên ngành Kinh tế học tại Trường Đại học kinh tế - Luật ĐHQG. TP.HCM. Hiện đang công tác tại Khoa Kinh tế - Tài chính, Trường Đại học Ngoại ngữ - Tin học TP.HCM.

**ThS. Tô Sanya Minh Kha**

Tốt nghiệp thạc sĩ ngành Khoa học thông tin - thư viện tại Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn (ĐHQG HCM) năm 2016. Hiện đang là Giám đốc Trung tâm Thông tin - Thư viện, Trường Đại học Công nghệ Đồng Nai.

**ThS. Trần Đỗ Ngọc Hoàn**

Tốt nghiệp thạc sĩ ngành Kinh tế thế giới và Quan hệ kinh tế quốc tế tại Trường Đại học kinh tế-Luật ĐHQG. TP.HCM. Hiện đang công tác tại Khoa Kinh tế - Tài chính, Trường Đại học Ngoại ngữ - Tin học TP.HCM.