



## **A Two-stage Empirical Analysis of Market Participation in Yam-growing Areas of West Africa Two-stage empirical analysis- Market participation- Yam- Nigeria- Ghana**

D.B. Mignouna, T. Abdoulaye, A.A. Akinola, A. Alene, A. Oparinde, V.M. Manyong, N. Maroya & R. Asiedu

**D.B. Mignouna :**

**T. Abdoulaye :**

**A.A. Akinola :**

**A. Alene :**

**A. Oparinde :**

**V.M. Manyong :**

**N. Maroya :**

**R. Asiedu :**

DOI: [10.25518/2295-8010.1061](https://doi.org/10.25518/2295-8010.1061)

**Résumé :**

### **Une analyse empirique à deux niveaux de participation au marché dans les zones de production d'igname de l'Afrique de l'Ouest.**

Depuis plus d'un demi-siècle, passer de l'agriculture de semi-subsistance à une agriculture commerciale fait objet de nombreux débats en Afrique. Ceci est une réminiscence de la nécessité d'élaborer des politiques et des programmes adéquats pour augmenter les rendements et stimuler les investissements dans ce secteur. La participation aux marchés agricoles pourrait être un catalyseur de la transformation de l'agriculture de subsistance capable de faire sortir des millions d'agriculteurs se trouvant dans des conditions de famine et de pauvreté chroniques. Malheureusement, plusieurs facteurs entravent la participation de la plupart des agriculteurs au marché de l'igname. Cette étude avait pour but de déterminer les facteurs qui sous-tendent la participation des petits agriculteurs au marché dans la ceinture de la culture de l'igname en Afrique de l'Ouest. Un échantillon aléatoire à plusieurs degrés de 1400 fermiers a été utilisé dans cette étude réalisée au Nigeria et au Ghana. L'objectif de l'étude était de tester l'hypothèse selon laquelle les facteurs affectant les décisions des agriculteurs à participer au marché ne sont pas nécessairement les mêmes que celles qui affectent le degré de participation. Les facteurs non liés au prix ont joué un rôle significatif dans la détermination des décisions concernant la participation au marché. La création d'un environnement favorable et le renforcement des institutions sociales devraient être considérés afin de générer des excédents commercialisables suffisants pour rendre possible et intéressante la participation au marché. Les politiques réduisant les coûts de transaction et incitant les agriculteurs à commercialiser leur production

pourraient constituer des alternatives par rapport aux politiques fondées sur le prix. De plus, améliorer la productivité des fermiers ne va pas seulement augmenter la probabilité de participation au marché mais également les volumes offerts à la vente.

**Abstract :**

The transition from semi-subsistence to commercialized agriculture has been subject of global debates in Africa for more than a half century. This is the reminiscence of the necessity to formulate policies and programs to increase the yields and stimulate the investments in agriculture. Participation in agricultural markets could be a viable channel to transform subsistence agriculture thereby lifting millions of poor farmers out of hunger and poverty traps. Unfortunately, most of the potential beneficiaries are hindered by several factors in their quest to participate in yam market. This study investigated the underpinning drivers of market participation among small-scale farmers in the yam belt of West Africa. Using a multistage random sample of 1,400 households from Nigeria and Ghana, the study tested the hypothesis that factors affecting the farmers' decision to participate are not necessarily the same as those affecting the level of participation. Non-price constraints played a significant role in decision-making concerning market participation. Creation of an enabling environment and strengthening the social institutions should be considered in order to generate adequate marketable surplus to make market participation possible and valuable. Policies that reduce transaction costs and encourage farmers to commercialise their production could be alternatives to price-based policies. Moreover, improving the productivity of farmers will not only increase the likelihood of market participation but also the volumes offered for sale.

**Keywords :** Socio-economy

PDF généré automatiquement le 2020-06-26 16:11:51

Url de l'article : <https://popups.uliege.be:443/2295-8010/index.php?id=1061>