

# PHÂN TÍCH CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN KHẢ NĂNG DUY TRÌ MỐI LIÊN KẾT GIỮA THƯƠNG LÁI VÀ NÔNG HỘ SẢN XUẤT RAU TẠI HUYỆN ĐƠN DƯƠNG, TỈNH LÂM ĐỒNG

**Trần Hoài Nam, Đỗ Minh Hoàng**

*Khoa Kinh tế, Trường Đại học Nông Lâm Tp Hồ Chí Minh*

*Email: hoainam@hcmuaf.edu.vn*

*Ngày nhận: 07/9/2020; Ngày duyệt đăng: 02/11/2020*

## Tóm tắt

*Trong một nền nông nghiệp sản xuất nhỏ lẻ, manh mún để nông sản đến được thị trường thì mối liên kết giữa người sản xuất và thương lái là chiếc cầu nối không thể thiếu trong việc tiêu thụ nông sản. Khi tham gia liên kết với thương lái trong sản xuất rau, nông hộ sẽ dễ tiếp cận với thị trường qua việc thông tin từ thương lái. Nghiên cứu này đã sử dụng mô hình hồi quy Logit với phương pháp ước lượng MLE nhằm phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng duy trì mối liên kết giữa thương lái và nông hộ sản xuất rau. Số liệu được thu thập bằng cách phỏng vấn trực tiếp 222 hộ canh tác rau tại huyện Đơn Dương, tỉnh Lâm Đồng, đây là một trong bốn địa phương có diện tích trồng rau lớn nhất tỉnh. Kết quả nghiên cứu cho thấy, xác suất nông hộ duy trì liên kết với thương lái là 75,67% và các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng duy trì liên kết giữa thương lái và nông hộ như tuổi chủ hộ, diện tích canh tác, sự tin tưởng, sự hài lòng, giới tính, phương thức thanh toán và hợp đồng. Trong đó, biến phương thức thanh toán và sự tin tưởng có ảnh hưởng mạnh nhất đến khả năng duy trì liên kết trong sản xuất rau của nông hộ. Để nâng cao hiệu quả liên kết giữa thương lái và nông hộ trồng rau trên địa bàn thì cả hai cần phải giữ chữ tín và tuân thủ những giao kèo trong liên kết.*

**Từ khóa:** liên kết, mô hình logit, nông hộ trồng rau, thương lái

**Analysis of factors affecting the probability of maintaining a linkage between wholesalers and vegetable farmers in Don Duong district, Lam Dong province**

## Abstract

*For the small-scale agricultural production, the linkage between producer and wholesaler plays a vital role in providing/delivering agricultural products to market. When participating in the linkage with wholesaler in producing vegetables, householder will easily get with the market through the information of wholesalers. A logit model with the MLE method was used to analyze factors affecting the sustainable ability of linkage between wholesalers and vegetable farmers. Data was collected by using questionnaire of in-person (face to face) interviewing with sample size of 222 farmers in Don Duong district, Lam Dong province, which is one of the largest vegetable production areas. The result shows that the probability of maintaining the linkage of vegetable farmers with wholesalers is*

75,67% and factors impact this connection comprising household head age, farmer size, trust, satisfaction, gender, payment method, and contract. In particular, payment method and trust have the strongest impact on the probability to keep lasting connection in producing vegetables of farmers. To enhance the linkage efficiency between wholesalers and vegetable household in the area need to maintain the contract credibility and commitment in this relationship.

**Keywords:** cooperation, logit model, vegetable farmer, wholesalers

## 1. Đặt vấn đề

Liên kết giữa sản xuất và tiêu thụ nông sản là những hoạt động kinh tế tự nguyện, cùng có lợi, nhưng ràng buộc với nhau theo một thỏa thuận trước của các chủ thể. Khi xem xét sự liên kết giữa sản xuất và tiêu thụ nông sản, người ta thường coi sự liên kết theo từng khâu của quá trình sản xuất nông sản là đặc trưng của sự liên kết. Trong liên kết này, thương lái sẽ thu gom nông sản của những người nông hộ sản xuất nhỏ lẻ để phân phối lại cho các chợ đầu mối hoặc cung cấp cho các công ty xuất khẩu (Samli, 2007). Tuy nhiên, sự kết nối giữa nông dân với thương lái đang mang tính tự phát và thiếu sự liên kết chặt chẽ giữa hai bên, sự liên kết này chỉ thỏa thuận miệng mà không có bất cứ văn bản hay ràng buộc pháp lý nào (Trần Quang Trung và cộng sự, 2016). Trong bối cảnh đó, việc xây dựng mối liên kết giữa thương lái và nông hộ có vai trò ngày càng quan trọng. Đối với thương lái, mối quan hệ này đảm bảo rằng sản phẩm sẽ được giao đúng hạn, đúng số lượng và chất lượng, đồng thời giảm chi phí giao dịch, lãng phí. Đối với nông dân sản xuất nhỏ, liên kết với các thị trường như thế giúp họ được bảo hiểm đầu ra dù không phải lúc nào họ cũng nhận được giá cao hơn (Lê Như Bích, 2015).

Tỉnh Lâm Đồng được xem là một trong những vùng canh tác rau trọng điểm của cả nước, theo Sở NN&PTNT Lâm Đồng

(2019) diện tích trồng rau hàng năm của tỉnh khoảng 68.080 ha, sản lượng 2,185 triệu tấn/năm tập trung tại các địa bàn như thành phố Đà Lạt, và các huyện Đức Trọng, Lạc Dương, Đơn Dương và Lâm Hà. Điều kiện tự nhiên của Lâm Đồng rất thuận lợi cho phát triển quanh năm các loại rau, tuy nhiên khó khăn lớn nhất hiện nay trong tiêu thụ nông sản là nông hộ sản xuất ra sản phẩm nhưng không quyết định giá bán sản phẩm của mình, thay vào đó thương lái sẽ là người quyết định giá bán sản phẩm, chính vì vậy thương lái đang đóng vai trò là lực lượng chính, là chiếc cầu nối không thể thiếu trong việc tiêu thụ nông sản. Vì vậy, nghiên cứu này được tiến hành với mục tiêu là phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng duy trì mối liên kết giữa thương lái và nông hộ sản xuất rau tại huyện Đơn Dương, tỉnh Lâm Đồng, từ đó gợi ý một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả duy trì liên kết trong sản xuất rau.

## 2. Cơ sở lý thuyết

Một trong các mục tiêu của liên kết là nhằm giúp nông dân bao tiêu đầu ra ổn định, nâng cao hiệu quả sản xuất, từ đó góp phần phát triển nông nghiệp bền vững. Trong ngành nông nghiệp, liên kết thường được phân chia thành liên kết dọc và liên kết ngang (Tùng Minh Thiện, 2016). Thương lái là một tác nhân trong chuỗi liên kết dọc, thương lái là một thuật ngữ được sử dụng rộng rãi trong những năm gần đây và được

hiểu là người thu gom nông sản, hàng hóa từ nông dân với quy mô hoạt động từ nhỏ đến lớn, chủ yếu là mô hình kinh tế hộ gia đình (Võ Văn Thanh và cộng sự, 2015).

Thương lái là một thuật ngữ xuất phát từ từ "lái". "Lái" có nghĩa là người buôn bán một hàng hóa nhất định. Thương lái là một thuật ngữ được sử dụng rộng rãi trong những năm gần đây, thương lái thường được hiểu là người thu gom nông sản, hàng hóa từ nông dân. Quy mô hoạt động từ nhỏ đến lớn, chủ yếu là mô hình kinh tế hộ gia đình (Nguyễn Văn Nền, 2015; Võ Văn Thanh và cộng sự, 2015).

Đã có nhiều nghiên cứu chỉ ra khả năng tham gia thị trường của nông hộ chịu ảnh hưởng tích cực từ các yếu tố như trình độ học vấn, tuổi chủ hộ, giới tính, kinh nghiệm sản xuất, thông tin thị trường, tham gia khuyến nông và quy mô sản xuất (Bùi Hồng Quý và cộng sự, 2018; Nguyễn Quốc Nghi và Mai Văn Nam, 2014; Đỗ Quang Giám và Trần Quang Trung, 2013). Ngoài ra, mối quan hệ giữa nông dân và thương lái sẽ chỉ phát triển khi có sự chia sẻ công bằng về giá trị trong việc trao đổi, sự tin cậy và sự cam kết lâu dài (Lê Như Bích, 2015; Holmlund, 2008; Large và cộng sự, 2005; Dwyer và cộng sự, 1987)

### 3. Phương pháp nghiên cứu

#### 3.1. Nguồn số liệu

Số liệu sơ cấp được thu thập bằng phương pháp chọn mẫu phi ngẫu nhiên và tiến hành phỏng vấn trực tiếp các nông hộ trồng rau tại huyện Đơn Dương, tỉnh Lâm Đồng thông qua bảng câu hỏi đã được soạn trước, đây là một trong bốn huyện có diện tích trồng rau lớn nhất tỉnh. Theo Tabachinick và 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: n là kích thước mẫu tối thiểu cần thiết, p là số lượng biến độc lập trong mô hình. Do đó, 9 biến độc lập trong mô hình nghiên cứu được đề xuất thì cỡ mẫu cần điều tra là  $n \geq 50 + 8 \cdot 9 = 122$  quan sát. Vậy với cỡ mẫu 222 quan sát, dữ liệu cơ bản đã đáp ứng được yêu cầu của phương pháp phân tích. Các thông tin đã thu thập được tổng hợp, tính toán và phân tích bằng phần mềm Excel, SPSS và Limdep 9.0.

#### 3.2. Phương pháp phân tích và xử lý số liệu

Trong nghiên cứu này, phương pháp hồi quy logit được sử dụng để phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng duy trì mối quan hệ giữa thương lái và nông hộ sản xuất rau tại huyện Đơn Dương, tỉnh Lâm Đồng. Mô hình hồi quy logit được sử dụng nhằm dự đoán và giải thích mối quan hệ của các biến trong nhiều lĩnh vực khác nhau như kinh doanh, kinh tế, giáo dục, chăm sóc sức khỏe, cũng như trong lĩnh vực nông nghiệp (Changpetch & Lin, 2015). Đồng thời, phương pháp hệ số tin cậy Cronbach's Alpha cũng được sử dụng nhằm đo lường độ tin cậy của thang đo (Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang, 2009). Mô hình hồi quy logit được thể hiện như sau:

$$\text{Logit}(P) = \ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n$$

Các hệ số hồi quy sẽ được ước lượng bằng phương pháp ước lượng hợp lý cực đại (Maximum Likelihood Estimation). Giá trị  $P_i$  xác suất nông hộ thứ  $i$  duy trì liên kết với thương lái ( $P = 1$ : nếu hộ tiếp tục duy trì liên kết với thương lái;  $P = 0$ : nếu hộ không duy trì liên kết với thương lái), nên mô hình được viết lại:

$$P_i = \frac{e^{\beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_k X_k}}{1 + e^{\beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_k X_k}}$$

$X_i$  là biến độc lập với  $X_1$  tuổi chủ hộ (năm);  $X_2$  trình độ học vấn (năm);  $X_3$  kinh nghiệm sản xuất rau của hộ (năm);  $X_4$  diện tích trồng rau (ha);  $X_5$  sự tin tưởng của nông hộ đối với thương lái (sử dụng thang đo Likert và tổng hợp từ các biến như công bằng trong giao dịch, thông tin về yêu cầu sản phẩm, bảo vệ lợi ích nhà sản xuất, đáng tin cậy, luôn thực hiện đúng cam kết);  $X_6$  sự hài lòng của nông hộ trong giao dịch với thương lái (sử dụng thang đo Likert và tổng hợp từ các biến như tăng hiệu quả trong sản xuất,

giảm rủi ro trong sản xuất và tiêu thụ, thay đổi tư duy sản xuất và học hỏi nhiều kiến thức thị trường);  $D_1$  giới tính chủ hộ (1: nam, 0: nữ);  $D_2$  phương thức thanh toán (1: trả ngay; 0: trả chậm);  $D_3$  hợp đồng (0: không ký hợp đồng tiêu thụ, 1: ký hợp đồng tiêu thụ).

Thang đo Likert được sử dụng để đánh giá sự tin tưởng và sự hài lòng của nông hộ với 1: Hoàn toàn không đồng ý; 2: Không đồng ý; 3: Không ý kiến; 4: Đồng ý; 5: Hoàn toàn đồng ý.

**Bảng 1.** Các biến độc lập và kỳ vọng dấu trong mô hình Logit

Tên biến	Kỳ vọng dấu	Giải thích
$X_1$ (Tuổi chủ hộ)	(-)	Chủ hộ càng lớn tuổi thì sẽ gặp nhiều khó khăn nên khả năng duy trì mối liên kết càng thấp.
$X_2$ (Trình độ học vấn)	(+)	Trình độ học vấn của chủ hộ càng cao thì khả năng nhận biết rõ những lợi ích của mối liên kết mang lại nên khả năng duy trì càng cao.
$X_3$ (Kinh nghiệm)	(-)	Chủ hộ có kinh nghiệm lâu năm thì khả năng nhận biết rủi ro thường cao nên xác suất chọn liên kết thấp.
$X_4$ (Diện tích trồng rau)	(-)	Diện tích trồng rau càng lớn thì dễ áp dụng tiến bộ kỹ thuật (máy móc, trang thiết bị hiện đại) vào sản xuất và sản lượng sẽ cao nên khả năng duy trì liên kết sẽ thấp.
$X_5$ (Sự tin tưởng)	(+)	Hộ trồng rau có sự tin tưởng vào mối quan hệ mua bán với thương lái thì họ sẽ duy trì liên kết.
$X_6$ (Sự hài lòng)	(+)	Nông hộ có hài lòng về lợi ích giao dịch mua bán với thương lái thì khả năng duy trì liên kết của nông hộ càng cao.
$D_1$ (Giới tính)	(+)	Nếu giới tính chủ hộ là nam thì khả năng tham mô hình sẽ cao hơn chủ hộ là nữ.
$D_2$ (Phương thức thanh toán)	(+)	Khi tham gia liên kết thì nông hộ luôn mong muốn giá bán rau cao hơn và được thanh toán ngay sau khi bán.
$D_3$ (Hợp đồng)	(+)	Nếu nông hộ có tham gia hợp đồng thì có nhiều cơ hội hơn trong đảm bảo đầu ra sản phẩm

#### 4. Kết quả và thảo luận

##### 4.1. Một số đặc điểm về nhân khẩu

#### học và xã hội học của hộ điều tra

Kết quả nghiên cứu cho thấy đối

tượng khảo sát khá đa dạng và phong phú về tuổi tác cũng như trình độ học vấn (Bảng 2). Độ tuổi trung bình của chủ hộ vào khoảng 47 tuổi (trong đó mức tuổi từ

40 đến 50 tuổi chiếm tỷ lệ cao nhất 36,94%) ở độ tuổi này nông hộ vẫn còn đủ sức khỏe để trực tiếp tham gia quá trình sản xuất rau.

**Bảng 2.** Thông tin chung về đối tượng phỏng vấn

<b>Đặc điểm nông hộ</b>	<b>Số hộ (hộ)</b>	<b>Tỷ lệ (%)</b>
<b>1. Giới tính chủ hộ</b>		
Nam	128	57,65
Nữ	94	42,35
<b>2. Tuổi chủ hộ</b>		
< 30 tuổi	23	10,36
30 tuổi – 40 tuổi	50	22,52
40 tuổi – 50 tuổi	82	36,94
50 tuổi – 60 tuổi	45	20,27
> 60 tuổi	22	9,91
<b>3. Trình độ học vấn</b>		
Mù chữ	11	4,95
Tiểu học	38	17,12
Trung học cơ sở	86	38,74
Trung học phổ thông	85	38,29
<b>Đặc điểm nông hộ</b>		
<b>Số hộ (hộ)</b>		
<b>Tỷ lệ (%)</b>		
Cao đẳng – Đại học	2	0,90
<b>4. Kinh nghiệm</b>		
< 10 năm	76	34,23
10 năm – 15 năm	30	13,51
15 năm – 20 năm	59	26,58
> 20 năm	57	25,68
<b>5. Quy mô sản xuất</b>		
< 5.000 m <sup>2</sup>	103	46,39
5.000 m <sup>2</sup> – 10.000m <sup>2</sup>	73	32,88
10.000 m <sup>2</sup> – 15.000 m <sup>2</sup>	20	9,26
> 15.000 m <sup>2</sup>	26	11,47

Đồng thời, trình độ học vấn của nông hộ chủ yếu là trung học cơ sở và trung học phổ

thông, điều này tạo nhiều thuận lợi cho việc nắm bắt thông tin thị trường cũng như tiếp cận khoa học kỹ thuật. Bên cạnh đó, kinh nghiệm là một trong những yếu tố có ảnh hưởng nhất định đến quyết định sản xuất và khả năng tiếp

cận thị trường, dựa vào kết quả thống kê cho thấy, kinh nghiệm trong sản xuất rau của nông hộ trên 15 năm chiếm 52,26% với quy mô sản xuất chủ yếu là nhỏ lẻ (quy mô sản xuất nhỏ hơn 5.000 m<sup>2</sup> chiếm 46,39%).

**Bảng 3.** Hình thức canh tác rau của nông hộ

Hình thức canh tác	Số hộ (hộ)	Tỷ lệ (%)
Sản xuất rau theo hướng an toàn	50	22,52
Sản xuất rau thường	172	77,48

Bên cạnh đó, hình thức canh tác của nông hộ trồng rau, với hình thức trồng rau theo hướng an toàn chỉ chiếm 22,52% (Bảng 3). Hình thức canh tác rau theo hướng an toàn sẽ giúp nông hộ dễ dàng tiếp cận thị trường hơn, tuy nhiên việc sản xuất rau theo hướng an toàn còn gặp rất nhiều khó khăn nên đa số nông hộ vẫn duy trì hình thức sản xuất rau thường

(77,48%). Mặt khác, nông hộ thường không muốn bị ràng buộc khi sản xuất, thích tự do thỏa thuận với các thủ tục đơn giản khi mua bán, nên thương lái vẫn thích giao dịch với họ bằng hợp đồng miệng (83,33%) (Bảng 4). Hình thức giao dịch này chỉ phát huy hiệu quả cao nhất khi giá cả trên thị trường ổn định và không có sự dao động lớn.

**Bảng 4.** Hình thức giao dịch

Hình thức giao dịch	Số hộ (hộ)	Tỷ lệ (%)
Ký hợp đồng	37	16,67
Hợp đồng miệng	185	83,33

#### **4.2. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng duy trì mối liên kết giữa thương lái và nông hộ sản xuất rau tại huyện Đơn Dương**

##### **4.2.1. Đánh giá mối quan hệ giữa nông hộ và thương lái**

Bảng 5 thể hiện sự tin tưởng của nông hộ đối với thương lái trong các giao dịch mua bán rau. Kết quả thống kê cho thấy, sự

tin tưởng (gồm 5 biến quan sát) có hệ số Cronbach's Alpha = 0,71 (>0,6) nên đạt yêu cầu để đưa vào phân tích trong mô hình. Trong đó, nông hộ luôn thể hiện sự tin tưởng đối với thương lái, họ cho rằng việc thực hiện đúng cam kết (3,55), thông tin về sản phẩm (3,52) và công bằng trong giao dịch (3,49) đóng vai trò rất quan trọng trong việc xây dựng lòng tin.

##### **Bảng 5.** Sự tin tưởng của nông hộ đối với thương lái

Yếu tố	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến	Hệ số Cronbach's Alpha
Công bằng trong giao dịch	3,49	0,97	0,62	
Thông tin về yêu cầu sản phẩm	3,52	0,87	0,65	
Bảo vệ lợi ích NSX	3,04	0,88	0,70	0,71
Đáng tin cậy trong giao dịch	3,42	0,86	0,63	
Luôn thực hiện đúng cam kết	3,55	0,92	0,66	

Trong các yếu tố về lợi ích khi liên kết với thương lái thì nông hộ đặc biệt quan tâm vấn đề giảm thiểu rủi ro trong tiêu thụ và tăng hiệu quả sản xuất với điểm số trung bình của hai yếu tố này là 3,43 điểm. Tiếp đến là lợi ích về học hỏi kiến thức thị trường và thay đổi tư duy sản xuất (Bảng 6). Do

đặc trưng của sản xuất nông nghiệp là điều kiện sản xuất gắn liền với đất đai, đối tượng sản xuất phụ thuộc rất nhiều vào thời tiết, nên đây là yếu tố mà nông hộ không thể loại bỏ trong quá trình sản xuất nhằm điều chỉnh hướng phát triển của đối tượng canh tác theo mục đích sản xuất.

**Bảng 6.** Lợi ích của nông hộ trong liên kết với thương lái

Lợi ích	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến	Hệ số Cronbach's Alpha
Tăng hiệu quả trong sản xuất	3,43	1,19	0,82	
Giảm rủi ro trong sản xuất và tiêu thụ	3,43	1,12	0,83	0,87
Thay đổi tư duy sản xuất	3,19	1,08	0,81	
Học hỏi nhiều kiến thức thị trường	3,32	1,09	0,85	

Sản xuất nông nghiệp luôn mang tính thời vụ nên việc cung về nông sản hàng hóa cũng mang tính thời vụ, đặc điểm này dẫn đến sự biến động lớn về giá nông sản vào cuối vụ. Bảng 7, cho thấy mức hài lòng của nông dân trong liên kết với thương lái là rất rõ, hệ số Cronbach's Alpha = 0,78 (>0,6) nên phù hợp

khi đưa vào mô hình. Dựa vào kết quả khảo sát thì nông hộ đánh giá cao những cam kết của thương lái đối trong hoạt động tiêu thụ sản phẩm (3,71) và kết quả hiệu quả kinh doanh đạt được (3,72). Tuy vậy, nông hộ chưa đánh giá cao về tinh thần trách nhiệm (3,31) và hỗ trợ thông tin hữu ích (3,34) từ thương lái.

**Bảng 7.** Sự hài lòng của nông hộ trong liên kết với thương lái

Yếu tố	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến	Hệ số Cronbach's Alpha
Cam kết đã thỏa thuận luôn thực hiện đúng	3,71	0,87	0,72	0,78
Kết quả, hiệu quả kinh doanh đạt được	3,72	0,85	0,73	
Thái độ tích cực, tinh thần trách nhiệm	3,31	1,01	0,70	
Hỗ trợ, cung cấp nhiều thông tin hữu ích	3,34	0,95	0,77	

4.2.2. Mô hình hồi quy các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng duy trì mối liên kết giữa thương lái và nông hộ sản xuất rau tại huyện Đơn Dương.

Bảng 8 trình bày kết quả hồi quy mô hình Logit. Những hệ số trình bày trong Bảng 8 thể hiện hệ số hồi quy và tác động biên của các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng duy trì mối liên kết giữa thương lái và nông hộ sản xuất rau. Hệ số hồi quy của một

yếu tố càng cao chứng tỏ tác động biên của yếu tố đó càng lớn. Hệ số  $R^2$  của mô hình là 78,91 % và Prob (F-stat) = 0,000 nhỏ hơn rất nhiều so với mức  $\alpha = 5\%$ , điều này cho thấy sự phù hợp của mô hình hồi quy logit và các biến trong mô hình giải thích được 78,91% đến khả năng duy trì mối liên kết giữa thương lái và nông hộ sản xuất rau, xác suất nông hộ duy trì mối liên kết với thương lái là 75,67% ( $Y_1/Y_0$ ).

**Bảng 8.** Kết quả ước lượng mô hình hồi quy Logit

Tên biến	Hệ số	Tác động biên
Hằng số(C)	-19,395 (0,000)	-0,8296
X <sub>1</sub> (Tuổi chủ hộ)	-0,102* (0,079)	-0,0043
X <sub>2</sub> (Trình độ học vấn)	-0,003 <sup>ns</sup> (0,816)	-0,0001
X <sub>3</sub> (Kinh nghiệm)	0,032 <sup>ns</sup> (0,583)	0,0014
X <sub>4</sub> (Diện tích trồng rau)	-0,460** (0,025)	0,0001
X <sub>5</sub> (Sự tin tưởng)	3,384*** (0,008)	0,1447
X <sub>6</sub> (Sự hài lòng)	1,566* (0,051)	0,0669
D <sub>1</sub> (Giới tính)	3,393*** (0,002)	0,3600



Tên biến	Hệ số	Tác động biên
D <sub>2</sub> (Phương thức thanh toán)	6,693*** (0,000)	0,9068
D <sub>3</sub> (Hợp đồng)	3,040** (0,021)	0,3270
Log likelihood	-123,16	
McFadden R-squared	0,7891	
Probability(LR stat)	0,0000	

Ghi chú: số trong ngoặc là giá trị P-value; \*\*\*, \*\*, \* lần lượt là mức ý nghĩa 1%, 5% và 10%; ns không có ý nghĩa thống kê.

Kết quả hồi quy từ Bảng 8 cho thấy, các biến như tuổi chủ hộ, diện tích, sự tin tưởng, sự hài lòng, giới tính, phương thức thanh toán và hợp đồng có ảnh

hưởng đến khả năng duy trì mối liên kết giữa thương lái và nông hộ sản xuất rau. Phương trình hồi quy được thiết lập như sau:

$$\text{Log}_e \frac{P(Y = 1)}{P(Y = 0)} = -19,395 - 0,102X_1 - 0,003X_2 + 0,032X_3 - 0,460X_4 + 3,384X_5 + 1,566X_6 + 3,393D_1 + 6,693D_2 + 3,040D_3$$

Trong mô hình này, biến sự tin tưởng (X<sub>5</sub>), sự hài lòng (X<sub>6</sub>), giới tính (D<sub>1</sub>), phương thức thanh toán (D<sub>2</sub>) và hợp đồng (D<sub>3</sub>) có ảnh hưởng tích cực đến khả năng duy trì mối liên kết giữa thương lái và nông hộ sản xuất rau. Khi sự tin tưởng hay sự hài lòng của nông hộ tăng thêm 1 điểm thì khả năng duy trì mối quan hệ giữa nông hộ và thương lái sẽ tăng lên 14,47% và 6,69%, điều này có được là do việc bán sản phẩm của nông hộ với thương lái đã được thực hiện trong nhiều năm nên mối quan hệ giữa họ đã trở thành bạn hàng. Bên cạnh đó, phương thức thanh toán và hợp đồng tiêu thụ cũng là yếu tố mà nông hộ rất mong đợi khi bán nông sản cho thương lái, để duy trì mối liên kết này, một số thương lái sẵn sàng thu mua khi rau còn ngoài đồng và tài trợ vốn (tiền cọc) cho nông hộ để trang trải các chi phí liên quan khi chưa đến thời gian thu hoạch.

#### **Bảng 9.** Kết quả dự đoán của mô hình

Mặt khác, khi có sự gia tăng các biến như tuổi chủ hộ, diện tích canh tác thì sẽ làm giảm khả năng duy trì liên kết của nông hộ. Khi phần lớn nông hộ sản xuất rau tại địa bàn với quy mô nhỏ và phân tán nên họ thường bán sản phẩm cho nhiều thương lái. Đây rất có thể là nguyên nhân dẫn đến tăng diện tích sản xuất sẽ làm giảm khả năng duy trì liên kết.

Bảng 9 thể hiện kết quả dự đoán trong mô hình, với kết quả dự đoán đúng là 95,1%. Điều này có nghĩa các hệ số hồi quy trong mô hình là thích hợp cho việc giải thích khả năng duy trì mối liên kết giữa thương lái và nông hộ trong sản xuất rau. Trong số 168 hộ tiếp tục duy trì liên kết thì mô hình dự đoán được 164 (73,90%) hộ đúng với thực tế, trong số 54 hộ không tiếp tục duy trì liên kết mô hình dự đoán được 47 (21,2%) hộ đúng với thực tế.

Chỉ tiêu	Số hộ	Dự đoán của mô hình	
		Y =0	Y=1
Y =0	54 (24,3%)	47 (21,2%)	7 (3,2%)
Y=1	168 (75,7%)	4 (1,8%)	164 (73,9%)
Tổng	222	95,1%	

#### **4.3. Đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao khả năng duy trì liên kết giữa thương lái và nông hộ trồng rau**

Qua kết quả phân tích thì để nâng cao khả năng liên kết giữa thương lái và nông hộ thì cần một số giải pháp như:

- Thương lái nên lấy chữ tín làm đầu, tránh hành vi ứng xử theo tín hiệu của thị trường dễ dẫn đến tình trạng tự ý tăng giá để giành giật nguồn cung hoặc từ bỏ khi giá thấp, đồng thời phải thực hiện theo nguyên tắc bốn đúng trong mua bán hàng hoá nông sản đó là chất lượng, số lượng, thời điểm và giá cả. Mặt khác, thương lái cũng cần nâng cao khả năng đánh giá tiềm năng thị trường cũng như tăng cường mở rộng các kênh thị trường trên cơ sở đó cung cấp, chia sẻ thông tin để tạo niềm tin và tạo được tiếng nói chung trong lợi ích hợp tác.

- Nông hộ cần thay đổi tập quán sản xuất truyền thống và cần năng động liên kết lại với nhau để thành lập các tổ hợp tác để tăng khả năng cạnh tranh và thuận tiện khi bán sản phẩm cho thương lái. Bên cạnh đó, nông dân cũng cần giữ chữ tín và tuân thủ những giao kèo với thương lái, không tự ý phá vỡ khi giá cả biến động.

- Địa phương cũng cần hỗ trợ nông dân trong việc tìm kiếm các đối tác đầu ra

có tiềm năng lớn hơn như các siêu thị, cửa hàng tiện lợi từ đó cùng với nông dân xây dựng các hợp đồng tiêu thụ rau với các đối tác này, đảm bảo sản xuất rau trên địa bàn ổn định và bền vững.

#### **Kết luận**

Nghiên cứu đã phân tích được các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng duy trì mối liên kết giữa thương lái và nông hộ sản xuất rau tại huyện Đơn Dương, tỉnh Lâm Đồng. Kết quả nghiên cứu cho thấy, khi tham gia liên kết với thương lái thì nông hộ trồng rau giảm thiểu rủi ro trong tiêu thụ, tăng hiệu quả sản xuất và xác suất nông hộ trồng rau duy trì liên kết với thương lái là 75,67%. Mặt khác, các yếu tố như tuổi chủ hộ, diện tích canh tác, sự tin tưởng, sự hài lòng, giới tính, phương thức thanh toán và hợp đồng có ảnh hưởng đến khả năng duy trì liên kết giữa thương lái và nông hộ, trong đó biến phương thức thanh toán và sự tin tưởng có ảnh hưởng mạnh nhất đến khả năng duy trì liên kết trong sản xuất rau của nông hộ. Để nâng cao hiệu quả liên kết giữa thương lái và nông hộ trồng rau trên địa bàn thì cả hai cần phải giữ chữ tín và tuân thủ những giao kèo trong liên kết.

#### **Tài liệu tham khảo**

- Bùi Hồng Quý, Đỗ Thị Mỹ Hạnh và Nguyễn Văn Phương (2018). Các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ tham gia thị trường của các hộ chăn nuôi gà hồ trên địa bàn huyện Thuận Thành, tỉnh Bắc Ninh. *Tạp chí Khoa học Nông nghiệp Việt Nam*, 16(1), 76-83.
- Changpetch, P. and Lin, D. K. J. (2013). Selection of multinomial logit models via association rules analysis. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Computational Statistics*, 5(1), 68-77.  
<https://doi.org/10.1002/wics.1242>.
- Dwyer, F. R., Schurr, P. H. and Oh, S. (1987). Developing buyer-seller relationships. *Journal of Marketing*, 51(2), 11-27.  
<https://doi.org/10.2307/1251126>.
- Đỗ Quang Giám và Trần Quang Trung (2013). Tác động của các mô hình kết nối nông dân với thị trường đến thu nhập của hộ chăn nuôi heo thịt ở khu vực trung du miền núi Đông Bắc. *Tạp chí Phát triển kinh tế*, 273, 51-63.
- Holmlund, M. (2008). A definition, model, and empirical analysis of business-to-business relationship quality. *Journal of Service Management*, 19(1), 32-62.  
<https://doi.org/10.1108/09564230810855707>.
- Lages, C., Lages, C. R., and Lages, L. F. (2005). The RELQUAL scale: A measure of relationship quality in export market ventures. *Journal of Business Research*, 58(8), 1040-1048.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2004.03.001>.
- Lê Như Bích (2015). Kết nối nông dân sản xuất nhỏ với thị trường thông qua quản lý hiệu quả chuỗi cung cấp. *Tạp chí Khoa học Đại học Đà Lạt*, Tập 5, Số 1&2, 20-34.
- Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang (2009). *Nghiên cứu khoa học trong quản trị kinh doanh*. Nxb Thống kê.
- Nguyễn Quốc Nghi và 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, 24-31.
- Nguyễn Văn Nên (2015). Phân tích mối liên kết giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị dưa tại Bến Tre. *Tạp chí phát triển và hội nhập*, 26(36), 84-89.
- Samli, A. C. and El-Ansary, A. I. (2007). The role of wholesalers in developing countries. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 17(4), 353-358.  
<https://doi.org/10.1080/09593960701507534>.
- Tabachnick, B. G. and Fidell, L. S. (1996). *Using multivariate statistics* (3rd Ed.). New York: Harper Collins College Publishers.
- Trần Quang Trung, Lê Thị Minh Châu, Đỗ Quang Giám, Bùi Bằng Đoàn, Bùi Thị Mai Linh, Nguyễn Quốc Oánh, Lê Thị Thanh Hào, Trần Nguyễn Thị Yên và Phạm Kim Đăng (2016). *Nghiên cứu xây dựng mô hình liên kết trong sản xuất trong sử dụng ngô làm thức ăn chăn nuôi*. Báo cáo tổng kết đề tài nghiên cứu khoa học, Sở Khoa học và

Công nghệ tỉnh Sơn La.

Trần Quốc Nhân, Ikuo Takeuchi (2012). Phân tích nguyên nhân dẫn đến việc thực thi hợp đồng tiêu thụ nông sản kém giữa nông dân và doanh nghiệp ở Việt Nam. *Tạp chí Khoa học và Phát triển*, 10(7), 1069-1077.

Từ Minh Thiện (2016). Các giải pháp để thúc đẩy chuỗi liên kết trong xuất khẩu

rau quả tươi vùng kinh tế trọng điểm phía Nam, *Tạp chí khoa học Đại học Mở Tp HCM*, 50, 123-127.

Võ Văn Thanh, Lê Ngọc Quỳnh Lam và Nguyễn Thị Kim Pho (2015). Thực trạng chuỗi cung ứng lúa gạo Đồng bằng sông Cửu Long. *Tạp chí phát triển Khoa học & Công nghệ*, 18(2), 121-136.

