



ĐÁNH GIÁ CHẤT LƯỢNG HOẠT ĐỘNG LIÊN KẾT GIỮA THƯƠNG LÁI VÀ NÔNG HỘ SẢN XUẤT HÀNH-TỎI TẠI HUYỆN NINH HẢI, TỈNH NINH THUẬN

Evaluating of linkage quality between wholesalers and farmers onions-garlic in Ninh Hai district, Ninh Thuan province

Trần Hoài Nam

(Bộ môn Kinh tế nông nghiệp, khoa Kinh Tế, Trường ĐH Nông Lâm Tp.HCM)

Email: hoainam@hcmuaf.edu.vn Điện thoại: 0905.275.500

TÓM TẮT

Trong một nền nông nghiệp sản xuất nhỏ lẻ, manh mún để nông sản đến được thị trường thì đội ngũ thương lái là chiếc cầu nối không thể thiếu. Khi tham gia liên kết với thương lái trong sản xuất hành tỏi, nông hộ sẽ dễ tiếp cận với thị trường qua việc thông tin từ thương lái. Nghiên cứu sử dụng mô hình cấu trúc tuyến tính bình phương bé nhất từng phần (PLS-SEM) với phần mềm SmartPLS trên bộ dữ liệu 204 nông hộ nhằm đánh giá chất lượng hoạt động liên kết giữa thương lái và nông hộ sản xuất hành tỏi tại huyện Ninh Hải, tỉnh Ninh Thuận. Kết quả nghiên cứu cho thấy mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến chất lượng hoạt động liên kết 26,3%; và chất lượng hoạt động liên kết phụ thuộc vào các nhân tố như sự cam kết (0,156*), sự tin tưởng (0,274*), sự chia sẻ thông tin (0,333*), sự hợp tác phối hợp (0,176*) và sự hài lòng (0,061**). Mặt khác, sự biến thiên của sự hài lòng được giải thích bởi các nhân tố như sự chia sẻ thông tin, sự cam kết, sự hợp tác phối hợp và sự tin tưởng là 54%.

Từ Khóa: Liên kết, mô hình cấu trúc tuyến tính, nông hộ trồng hành tỏi, thương lái.

ABSTRACT

For the small-scale agricultural production, the linkage between farmers and wholesaler plays a vital role in 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. The research used the partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) with SmartPLS software of a sample 204 farmers to evaluating of linkage quality between wholesalers and farmer's onions-garlic in Ninh Hai district, Ninh Thuan province. Results showed that the influence of factors on the linking quality are 39 percent; and this compliance has depended on many factors such as the commitment (0.156*), trust (0.274**), communication sharing (0.333*), collaborative – coordination (0.176*) and satisfaction (0.061***). Additionally, the satisfaction was explained by communication sharing, commitment, collaborative – coordination, and trust were 51 percent.

Keywords: Farmer's onions-garlic, linking, SEM model, wholesalers.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Ninh Thuận là tỉnh thuộc vùng duyên hải Nam Trung Bộ có nguồn nước mặt vào loại khan hiếm nhất của cả nước, với lượng mưa bình quân nhiều năm toàn tỉnh khoảng 1.100 mm. Trong giai đoạn từ năm 2008 - 2018, những thay đổi về nhiệt độ, lượng mưa, mực nước ngầm đã gây ra tình trạng hạn hán trên địa bàn luôn ở mức độ nghiêm trọng và rất nghiêm trọng (71,1%) gây thiệt hại lớn đến hoạt động sản xuất nông nghiệp của nông hộ (Trần Hoài Nam và Lê Thị Huệ Trang, 2019). Tuy nhiên, đây cũng là một lợi thế để tỉnh Ninh Thuận phát triển một số cây trồng đặc thù như nho, táo, măng tây, hành và tỏi. Từ lâu cây hành tỏi đã gắn bó với người nông dân nơi đây do đặc tính dễ trồng, dễ chăm sóc nên hai loại cây này phát triển thuận lợi và Ninh Thuận được xem là xứ sở của hành tỏi.

Tuy vậy, khó khăn lớn nhất hiện nay trong tiêu thụ hành tỏi của nông hộ là 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, vì thế thương lái đang đóng vai trò là chiếc cầu nối không thể thiếu trong việc tiêu thụ nông sản của nông dân. 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). Mặt khác, sự kết nối giữa nông hộ với thương lái đang mang tính tự phát 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). Vì vậy, nghiên cứu này được tiến hành với mục tiêu là đánh giá chất lượng hoạt động liên kết giữa thương lái và nông hộ sản xuất hành tỏi tại huyện Ninh Hải, tỉnh Ninh Thuận, từ đó gợi ý một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả duy trì liên kết trong sản xuất hành tỏi.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT

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).

Chất lượng liên kết hiện vẫn chưa có một định nghĩa chính xác, nhưng từ các định nghĩa về liên kết của các nghiên cứu cho thấy liên kết thực chất là một quan hệ kinh tế (Hồ Thanh Thủy, 2017). Vì vậy, chất lượng liên kết kinh tế được xem như là chất lượng mối quan hệ ở góc độ kinh tế có trao đổi mua bán hàng hóa, dịch vụ. Trong nông nghiệp, liên kết giữa nông hộ với thương lái là một liên kết đơn giản nhưng lại phức tạp hơn là liên kết giữa nông hộ với doanh nghiệp (Eaton và Shepherd, 2001).

Chất lượng mối quan hệ có vai trò then chốt trong việc duy trì liên kết (Trần Thị Lam Phương, 2015). Sự thành công của liên kết giữa nông dân với thị trường chịu ảnh hưởng lớn bởi đặc điểm riêng, nhu cầu và lợi ích của các bên tham gia cũng như các tác động bên ngoài khác (Vorley và cộng sự, 2008; Bratap, 2007). Các nghiên cứu đã chỉ ra chất lượng mối liên kết chỉ thành công khi đạt được sự hài lòng, sự tin cậy, sự cam kết (Lê Như Bích, 2015; Holmlund, 2008; Large và cộng sự, 2005; Dwyer và cộng sự, 1987). Ngoài ra, còn phải công bằng về giá trị trong việc trao đổi (Nguyễn Anh Tuấn, 2016; Lê Như Bích, 2015), mức độ tích cực của chia sẻ thông tin (Large và cộng sự, 2005), Sự hợp tác-phối hợp (Nguyễn Anh Tuấn, 2016). Như vậy, để đo lường chất lượng mối quan hệ, ba khía cạnh cơ bản cho hầu hết các nghiên cứu về chất lượng mối quan hệ là sự hài lòng, lòng tin và cam kết (Crosby và cộng sự, 1990). Trong đó, sự hài lòng là nhân tố quan trọng của chất lượng mối quan hệ. Sự hài lòng là sự cảm nhận khi quá trình mua bán đáp ứng những nhu cầu, kỳ vọng, mục tiêu của các bên (Crosby và cộng sự, 1990). Ngoài ra, sự hài lòng của mỗi quan hệ dẫn đến lòng tin và mong muốn duy trì mối quan hệ (Batt, 2003). Trong mỗi quan hệ giữa người mua và người bán, lòng tin được định nghĩa là sự chắc chắn người bán sẽ hành động sao cho những lợi ích lâu dài của khách hàng luôn được đáp ứng (Anderson và Weitz, 1992). Lòng tin dẫn đến sự hợp tác trong mỗi quan hệ mua bán, nhờ đó dẫn đến sự thành công trong việc xây dựng mối quan hệ (Dwyer và cộng sự, 1987; Crosby và cộng sự, 1990). Sự cam kết trong mỗi quan hệ giữa các tổ chức và giữa con người là sự ổn định và hy sinh (Anderson và Weitz, 1992). Cam kết là thước đo mong muốn mỗi quan hệ tiếp tục và sự sẵn sàng để duy trì và củng cố mối quan hệ (Batt, 2003).

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

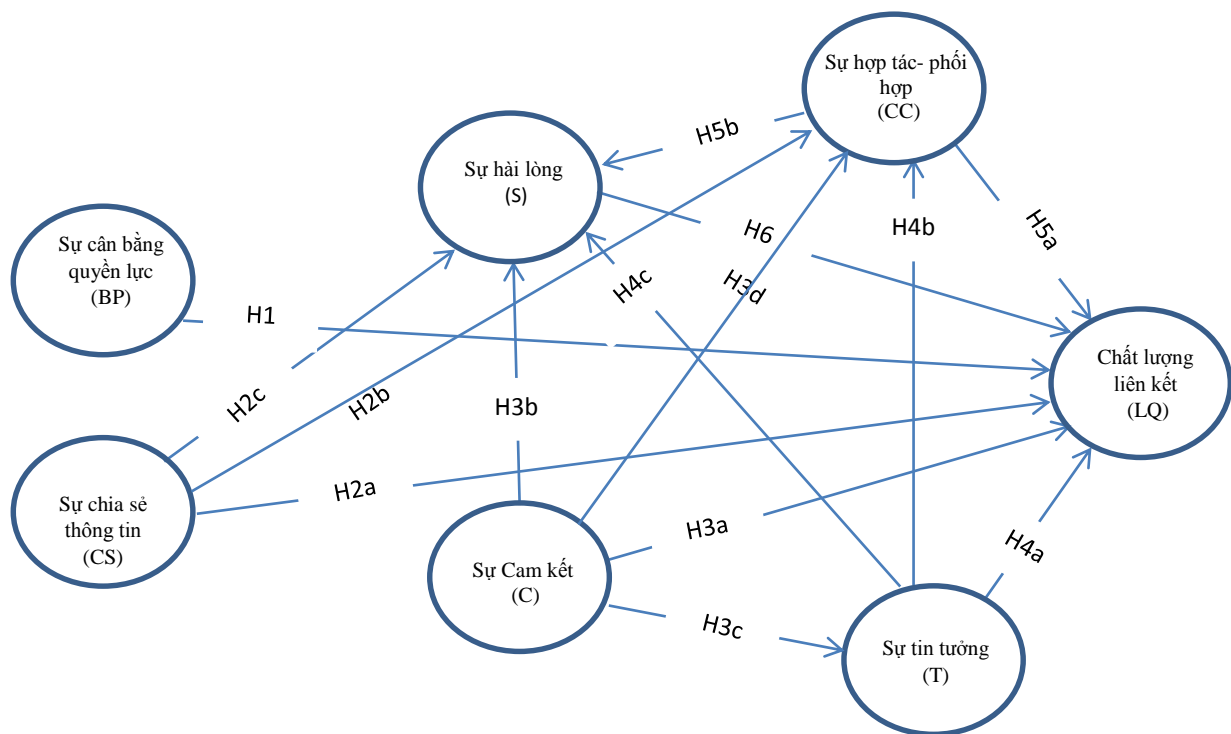
3.1 Nguồn số liệu

Để đánh giá chất lượng hoạt động liên kết giữa thương lái và nông hộ sản xuất hành tỏi tại huyện Ninh Hải, phương pháp phân tích cấu trúc tuyến tính (SEM) được ứng dụng. Phương pháp này đòi hỏi cỡ mẫu lớn vì nó dựa vào lý thuyết phân phối mẫu (Raykov & Widaman, 1995). Tuy nhiên, nếu phương pháp ước lượng Maximum Likelihood thì kích thước mẫu tối thiểu từ 100 – 150 (Hair & cộng sự, 2014). Cỡ mẫu của nghiên cứu này là 204, như vậy cơ bản đã đáp ứng được yêu cầu của phương pháp phân tích. Số liệu được thu thập tại huyện Ninh Hải, đây là vùng chuyên canh hành tỏi của tỉnh Ninh Thuận. Số liệu được thu thập thông qua phỏng vấn trực tiếp bằng bảng câu hỏi. Ngoài ra, còn thu thập các thông tin thứ cấp từ nhiều nguồn khác nhau, bao gồm các tài liệu, các báo cáo, các nghiên cứu trong và ngoài nước được thu thập qua các nguồn khác nhau để phục vụ cho nghiên cứu. Các thông tin đã thu thập được tổng hợp, tính toán và phân tích bằng phần mềm Excel và SmartPLS 3.0.

3.2 Phương pháp phân tích và xử lý số liệu

Mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) được sử dụng nhằm ước lượng mối quan hệ giữa các nhân tố trong mô hình lý thuyết (Dang & cs, 2012). Trong mô hình SEM có hai kỹ thuật phân tích được áp dụng đó là CB-SEM (Covariance-based SEM) và PLS-SEM (Partial Least Squares SEM). Nghiên cứu này áp dụng mô hình cấu trúc tuyến tính bình phương bé nhất riêng phần (PLS-SEM) vì phương pháp này được sử dụng rộng rãi trong nghiên cứu hiện nay cũng như thể hiện một số ưu điểm so với CB-SEM (Hair & cộng sự, 2016). Mục tiêu của ước lượng

là đo lường chất lượng hoạt động liên kết giữa thương lái và nông hộ sản xuất hành tỏi và mô hình được đề xuất như sau (Hình 1).



Hình 1. Mô hình đo lường chất lượng hoạt động liên kết giữa thương lái và nông hộ

Nhân tố sự cân bằng quyền lực (BP) được đo lường bằng 4 biến: Thương lượng giá cả với đối tác (BP1); Thảo luận đưa ra tiêu chuẩn sản phẩm (BP2); Không yếu thế khi hợp tác (BP3), tăng kinh nghiệm trong việc thương lượng (BP4).

Nhân tố sự chia sẻ thông tin (CS) được đo lường bằng 3 biến: Luôn chia sẻ lợi ích, rủi ro với nhau (CS1); Chia sẻ thông tin một cách cởi mở, chân thành (CS2); Không thể chia rẽ khi có những nhân tố bất lợi (CS3); Mọi quan hệ giống người trong một nhà (CS4)

Nhân tố sự hài lòng (S) được đo lường bằng 4 biến: Thực hiện đúng cam kết (S1); Kết quả và hiệu quả đạt được (S2); Tinh thần trách nhiệm (S3); Hỗ trợ cung cấp nhiều thông tin hữu ích (S4).

Nhân tố sự cam kết (C) được đo lường bằng 4 biến: Tuân thủ cam kết (C1); Tin tưởng các cam kết (C2); Chia sẻ lợi ích đạt được theo cam kết (C3); Tiếp tục muốn duy trì cam kết (C4).

Nhân tố sự hợp tác – phối hợp (CC) được đo lường bằng 4 biến: Tăng lợi ích trong sản xuất (CC1); Giảm rủi ro trong tiêu thụ (CC2); Thay đổi tư duy sản xuất (CC3); Học hỏi kiến thức mới (CC4).

Nhân tố sự tin tưởng (T) được đo lường bằng 5 biến: Công bằng trong giao dịch (T1); Thông tin sản phẩm (T2); Thái độ trong giao dịch (T3); Bảo vệ lợi ích của nông hộ (T4); Thực hiện đúng lời hứa (T5).

Thang đo Likert 5 mức độ, được sử dụng để đánh giá sự chất lượng liên kết: 1: Hoàn toàn không đồng ý; 2: Không đồng ý; 3: Trung lập; 4: Đồng ý; 5: Hoàn toàn đồng ý (Fischer và cộng sự, 2009; Bandara và cộng sự, 2017; Loc và Nghi, 2018).

Mô hình nghiên cứu được đánh giá qua hai bước là đánh giá mô hình đo lường và mô hình cấu trúc. Mô hình đo lường được đánh giá thông qua độ giá trị hội tụ, kiểm định độ nhất quán nội tại và độ giá trị phân biệt (Hair & cộng sự, 2016). Trong đó, độ giá trị hội tụ thì hệ số AVE (Trung bình phương sai trích-Average variance extracted) phải lớn hơn hoặc bằng 0,5; độ giá trị phân biệt thì căn bậc hai AVE của mỗi nhân tố đo lường đều lớn hơn hệ số liên hệ giữa nhân tố đó với các nhân tố khác; độ nhất quán nội tại thì chỉ số SRMR (Standardized root mean square residual) phải đạt giá trị nhỏ hơn 0,08 hoặc 0,1. Khi mô hình đo lường đã được kiểm định tính hiệu lực, ước lượng mô hình cấu trúc tuyến tính được thực hiện. Trong mô hình cấu trúc để kiểm tra mối quan hệ giữa các khái niệm thì giá trị t-value > 1,96 ở mức ý nghĩa thống kê 5%; trọng số outer weights thường thấp hơn hệ số tải nhân tố. Để kiểm tra xem các chỉ báo cấu thành có thực sự góp phần vào việc hình thành biến tiềm ẩn thì quy trình bootstrapping (kiểm định độ tin cậy mô hình SEM) cần được thực hiện.

Bảng 1. Kiểm Định Về Các Giả Thiết

Giả thiết	Diễn giải	Dấu kỳ vọng
H_1 (BP →LQ)	Sự cân bằng quyền lực ảnh hưởng tiêu cực đến chất lượng liên kết	(-)
H_{2a} (CS →LQ)	Sự chia sẻ thông tin ảnh hưởng tích cực đến chất lượng liên kết	(+)
H_{2c} (CS →S)	Sự chia sẻ thông tin sẽ có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng.	(+)
H_{3a} (C →LQ)	Sự cam kết có ảnh hưởng tích cực đến chất lượng liên kết	(+)
H_{3b} (C →S)	Sự cam kết có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng	(+)
H_{3c} (C →T)	Sự cam kết có ảnh hưởng tích cực đến sự tin tưởng	(+)
H_{3d} (C →CC)	Sự cam kết có ảnh hưởng tích cực đến sự hợp tác phối hợp	(+)
H_{4a} (T →LQ)	Sự tin tưởng có ảnh hưởng tích cực đến chất lượng liên kết	(+)
H_{4b} (T →S)	Sự tin tưởng có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng	(+)
H_{4c} (T →CC)	Sự tin tưởng có ảnh hưởng tích cực đến sự hợp tác phối hợp	(+)
H_{5a} (CC →LQ)	Sự hợp tác phối hợp ảnh hưởng tích cực đến chất lượng liên kết	(+)
H_{5b} (CC →S)	Sự hợp tác phối hợp ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng	(+)
H_6 (S →LQ)	Sự hài lòng ảnh hưởng tích cực đến chất lượng liên kết	(+)

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 thống kê từ Bảng 2 cho thấy đối tượng khảo sát khá đa dạng và phong phú về tuổi tác cũng như trình độ học vấn. Độ tuổi trung bình của chủ hộ vào khoảng 49 tuổi (trong đó mức

tuổi từ 40 đến 50 tuổi chiếm tỷ trọng cao nhất 31,37%) ở độ tuổi này nông hộ vẫn còn đủ sức khoẻ để trực tiếp tham gia quá trình sản xuất hành tỏi.

Bảng 2. Thông tin chung về đối tượng phỏng vấn

Diễn giải	Số hộ (Hộ)	Tỷ lệ (%)
1. Giới tính chủ hộ		
Nam	138	67,65
Nữ	66	32,35
2. Tuổi chủ hộ		
<= 30 tuổi	13	6,37
30 tuổi – 40 tuổi	39	19,12
40 tuổi – 50 tuổi	64	31,37
50 tuổi – 60 tuổi	51	25,00
> 60 tuổi	37	18,14
3. Trình độ học vấn		
Mù chữ	11	5,39
Tiểu học	93	45,59
Trung học cơ sở	77	37,75
Trung học phổ thông	21	10,29
Cao đẳng – Đại học	2	0,98
4. Kinh nghiệm		
<= 10 năm	68	33,33
10 năm – 15 năm	23	11,27
15 năm – 20 năm	47	23,04
> 20 năm	66	32,35
5. Quy mô sản xuất		
<= 1.000 m ²	35	17,16
1.000 m ² – 2.000m ²	88	43,14
2.000 m ² – 3.000 m ²	55	26,96
3.000 m ² – 4.000 m ²	14	6,86
>=4.000 m ²	12	5,88

Nguồn: Số liệu điều tra, 2020

Đồng thời, trình độ học vấn của nông hộ chủ yếu là trung học cơ sở (45,59%) và trung học phổ thông (37,75), 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 hành tỏi của nông hộ trên 15 năm chiếm 55,39% với quy mô sản xuất chủ yếu là nhỏ lẻ (quy mô sản xuất nhỏ hơn 2.000 m² chiếm 60,3%). 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 nông hộ vẫn chọn giao dịch với thương lái là chính (100%) và hợp đồng mua bán bằng miệng là chủ yếu. 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.

4.2 Phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM)

4.2.1 Kiểm định mô hình đo lường

Để đánh giá độ tin cậy của thang đo, nghiên cứu sử dụng hệ số tin cậy tổng hợp (CR), trung bình phương sai trích (AVE) và hệ số tải nhân tố đơn lẻ (outer loading). Trong đó, hệ số tin cậy tổng hợp phải lớn hơn 0,7 và hệ số tải nhân tố đơn lẻ (outer loading) phải lớn hơn 0,4

(Hair & cộng sự, 2016) thì có ý nghĩa về giá trị tin cậy. Ngoài ra, trung bình phương sai trích lớn hơn mức 0,5 sẽ khẳng định được độ tin cậy và độ giá trị hội tụ của thang đo.

Kết quả kiểm định thang đo cho thấy các thang đo đều đạt độ nhất quán nội tại với hệ số Cronbach's Alpha đều lớn hơn 0,6 và độ tin cậy tổng hợp của các thang đo đều lớn hơn 0,7. Đồng thời, trung bình phương sai trích (AVE) đều lớn hơn 0,5 và hệ số tải nhân tố đơn lẻ đều lớn hơn 0,6. Do đó, các thang đo đề xuất đạt được độ giá trị hội tụ.

Bảng 4. Cronbach's Alpha các nhân tố thang đo sự tuân thủ

Thang đo thành phần	Biến đặc trưng	Cronbach's Alpha	CR	AVE
- Sự cân bằng quyền lực	BP1, BP2, BP3, BP4	0,72	0,81	0,52
- Sự chia sẻ thông tin	CS1, CS2, CS3, CS4	0,71	0,81	0,57
- Sự hài lòng	S1, S2, S3, S4	0,77	0,85	0,59
- Sự cam kết	C1, C2, C3, C4	0,80	0,86	0,56
- Sự hợp tác – phối hợp	CC1, CC2, CC3, CC4	0,90	0,93	0,76
- Sự tin tưởng	T1, T2, T3, T4, T5	0,82	0,82	0,52
- Chất lượng liên kết	LQ1, LQ2, LQ3	0,68	0,72	0,57

Nguồn: Số liệu điều tra, 2020

Để biết được độ giá trị phân biệt của các nhân tố, nghiên cứu dựa vào giá trị căn bậc hai nhỏ nhất của AVE. Bảng 5 cho thấy giá trị căn bậc hai nhỏ nhất của AVE là 0,68 lớn hơn giá trị lớn nhất của tương quan giữa các cặp nhân tố (0,56). Do đó, các nhân tố đạt được độ giá trị phân biệt.

Bảng 5. Tương quan giữa các nhân tố nghiên cứu

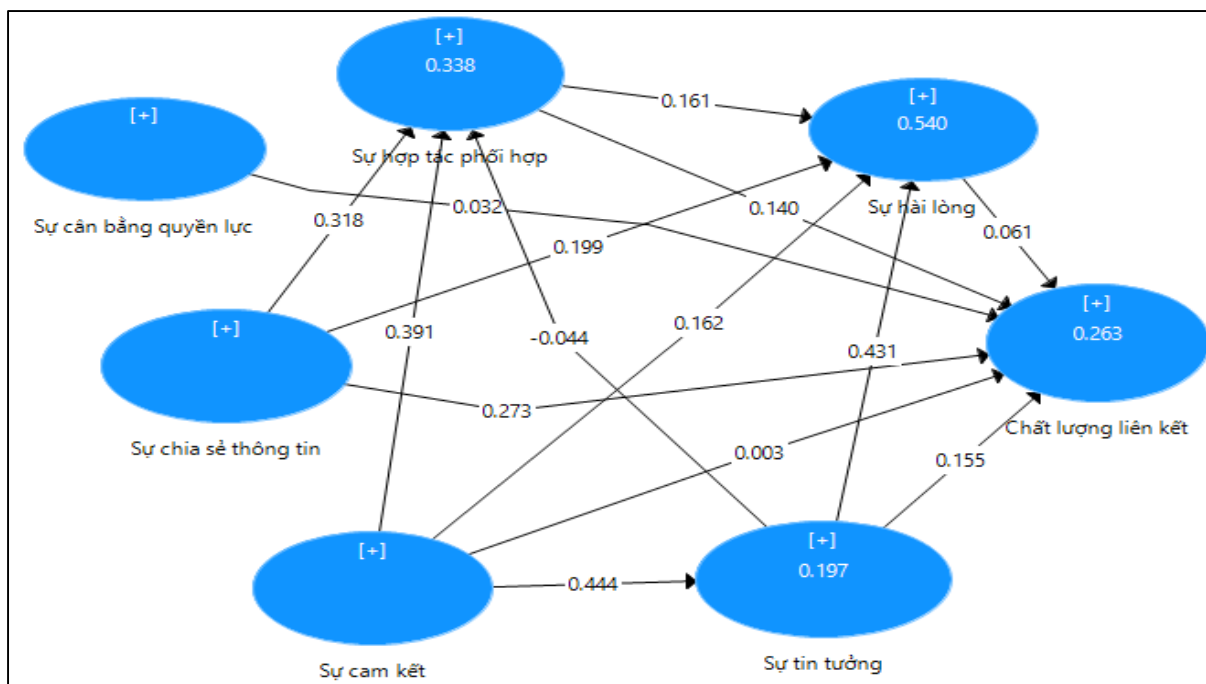
	LQ	C	CS	BP	S	CC	T
LQ	0.70						
C	0.38	0.75					
CS	0.55	0.35	0.68				
BP	0.28	0.57	0.28	0.72			
S	0.40	0.51	0.52	0.47	0.77		
CC	0.29	0.45	0.44	0.50	0.56	0.87	
T	0.45	0.33	0.41	0.34	0.48	0.25	0.71

Nguồn: Số liệu điều tra, 2020

Ghi chú: Căn bậc hai của AVE nằm trên đường chéo chính

4.2.2 Kiểm định mô hình cấu trúc

Kết quả mô hình SEM được trình bày tại Hình 2 cho thấy mô hình có giá trị thống kê Chi-bình phương là 1.496 ($p\text{-value} = 0,000 < 0,005$) và giá trị SRMR = $0,062 < 0,1$, do đó mô hình cấu trúc có chất lượng tốt và phù hợp với địa bàn nghiên cứu. Mặt khác, hệ số phóng đại phương sai (VIF) của các biến đều nhỏ hơn 2 cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến giữa các biến độc lập trong mô hình. Mức độ giải thích của mô hình đến sự biến thiên của nhân tố sự tin tưởng là 19,7%, sự biến động của nhân tố hợp tác phối hợp là 33,8%, sự biến thiên của nhân tố hài lòng là 54% và 26,3% sự biến thiên của chất lượng liên kết giữa thương lái với nông hộ trong sản xuất hành tỏi tại huyện Ninh Phước, tỉnh Ninh Thuận.



Nguồn: Tính toán tổng hợp, 2020

Hình 2. Kết quả mô hình SEM

Kiểm định bootstrapping: Nhằm có thể suy rộng kết quả nghiên cứu ra tổng thể, mô hình cần được tiến hành kiểm định lại độ tin cậy. Nghiên cứu sử dụng kỹ thuật bootstrapping với cỡ mẫu lặp lại là 1000 quan sát ($n = 1000$) với cỡ mẫu ban đầu là 204 quan sát. Kết quả ước lượng từ 1000 quan sát cho thấy trọng số gốc có ý nghĩa với trọng số trung bình của bootstrapping vì tất cả trọng số đều nằm trong khoảng tin cậy 95%. Như vậy, các ước lượng trong mô hình có thể kết luận là đáng tin cậy.

4.2.3 Kiểm định giả thiết

Kết quả nghiên cứu tại Bảng 6 cho thấy, trong 14 giả thiết thì có 12 giả thiết đúng với dấu kỳ vọng ban đầu là H_{2a} , H_{2b} , H_{2c} , H_{3a} , H_{3b} , H_{3c} , H_{4a} , H_{4c} , H_{4d} , H_{5a} , H_{5b} , H_6 . Kết quả cũng chỉ ra, tác động tổng của các nhân tố đến sự hài lòng của nông hộ trong mối liên kết này là sự chia sẻ thông tin ($0,250^{***}$), sự tin tưởng ($0,424^{***}$), sự hợp tác phối hợp ($0,161^{***}$) và sự cam kết ($0,414^{***}$). Trong khi đó, tác động tổng của các nhân tố đến sự phối hợp-hợp tác của nông hộ trong mối liên kết này là sự chia sẻ thông tin ($0,318^{***}$) và sự cam kết ($0,371^{***}$).

Mặt khác, chất lượng liên kết chịu ảnh hưởng tích cực từ nhân tố sự cam kết ($0,150^*$), sự tin tưởng ($0,274^*$), sự chia sẻ thông tin ($0,333^*$), sự phối hợp hợp tác ($0,176^*$) và sự hài lòng ($0,061^*$). Như vậy, chất lượng hoạt động liên kết giữa thương lái và nông hộ sẽ được cải thiện khi các tiêu chí sự cam kết, sự tin tưởng, sự chia sẻ thông tin, sự phối hợp hợp tác và sự hài lòng được quan tâm nhiều hơn. Tuy nhiên, nhân tố sự cân bằng quyền lực không ảnh hưởng đến chất lượng liên kết, đây là một dấu hiệu tốt cho thấy việc kinh doanh của nông hộ và thương lái đều dựa trên sự tự nguyện và bình đẳng về lợi ích. Mặt khác, cũng có thể là do việc thực hiện giao dịch giữa nông hộ và thương lái chủ yếu bằng hợp đồng miệng nên việc nông hộ có thể đàm phán thương lượng giá bán với thương lái là rất cần thiết. Hợp đồng miệng tuy có hiệu lực không cao, thậm chí không có hiệu lực, nhưng với quy mô sản xuất như hiện nay thì hợp

đồng miệng là hình thức liên kết phù hợp vì không quá bị ràng buộc và hoàn toàn có thể linh động trong mua bán.

Bảng 6. Kết quả mối quan hệ giữa các nhóm nhân tố và nhân tố

	<i>Hệ số đường dẫn</i>		<i>Tác động gián tiếp</i>		<i>Tác động tổng</i>	
	Original Sample (O)	P Values	Original Sample (O)	P Values	Original Sample (O)	P Values
C-> LQ	0,003	0,079	0,146	0,094	0,150*	0,073
C-> S	0,162	0,010	0,252	0,000	0,414***	0,000
C-> CC	0,391	0,000	-0,019	0,542	0,371***	0,000
C-> T	0,444	0,000			0,444***	0,000
CS-> LQ	0,273	0,216	0,060	0,262	0,333*	0,087
CS-> S	0,199	0,000	0,051	0,007	0,250***	0,000
CS-> CC	0,318	0,000			0,318***	0,000
BP-> LQ	0,032	0,758			0,032	0,758
S -> LQ	0,061	0,020			0,061**	0,020
CC -> LQ	0,140	0,010	0,030	0,037	0,170*	0,099
CC -> S	0,161	0,001			0,161***	0,001
T -> LQ	0,255	0,076	0,020	0,010	0,274**	0,049
T-> S	0,431	0,000	-0,007	0,563	0,424***	0,000
T -> CC	-0,044	0,529			-0,044	0,529

Nguồn: Tổng hợp từ kết suất SmarPLS

*Ghi chú: *** Có ý nghĩa thống kê ở mức 1% ; ** Có ý nghĩa thống kê ở mức 5% ; * Có ý nghĩa thống kê ở mức 10% .*

Kết quả từ mô hình SEM cũng cho thấy, các nhân tố ảnh hưởng mạnh đến chất lượng liên kết lần lượt là sự chia sẻ thông tin, sự tin tưởng, sự phối hợp hợp tác, sự cam kết và sự hài lòng. Trong đó, nhân tố sự chia sẻ có ảnh hưởng mạnh nhất đến chất lượng liên kết, điều này cho thấy sự thành thật rất quan trọng trong hoạt động kinh doanh, là cơ sở để nông hộ và thương lái hợp tác liên kết lâu dài. Bên cạnh đó, hoạt động mua bán cũng đã thể hiện sự chuyên nghiệp và tôn trọng nhau.

5. KẾT LUẬN

Trong một nền nông nghiệp sản xuất nhỏ lẻ, manh mún để nông sản đến được thị trường thì đội ngũ thương lái là chiếc cầu nối không thể thiếu. Khi tham gia liên kết trong sản xuất hành tỏi, nông hộ sẽ dễ tiếp cận với thị trường qua việc thông tin từ thương lái. Kết quả phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) cho thấy sự phù hợp của mô hình lý thuyết với hoạt động liên kết giữa thương lái và nông hộ tại địa phương. Nghiên cứu đã chỉ ra rằng, sự biến thiên của chất lượng hoạt động liên kết được giải thích bởi các nhân tố sự tin tưởng, sự cam kết, sự chia sẻ thông tin và sự hài lòng là 26,3% và khi sự tin tưởng, sự cam kết, sự chia sẻ thông tin, sự hợp tác phối hợp, sự hài lòng tăng lên 1 điểm thì chất lượng hoạt động liên kết giữa thương lái và nông hộ lần lượt tăng lên 0,274; 0,156; 0,333; 0,176; 0,061 điểm. Mặt khác, sự hài lòng của nông hộ trong mối liên kết này chịu ảnh hưởng của nhân tố sự chia sẻ thông tin, sự tin tưởng và sự hợp tác phối hợp. **Từ kết quả nghiên cứu trên, nhóm tác giả đề xuất một số hàm ý để nâng cao chất lượng hoạt động liên kết giữa thương lái và nông hộ.**

Các hộ sản xuất cần tiếp tục duy trì và đẩy mạnh các hoạt động liên kết trong sản xuất, đặc biệt là các hoạt động chia sẻ thông tin kỹ thuật, thông tin thị trường để đảm bảo khâu sản xuất và bán sản phẩm có hiệu quả vì kết quả nghiên cứu đã chỉ ra sự chia sẻ thông tin tác động lớn nhất đến chất lượng liên kết. Mặt khác, cần chủ động tìm kiếm và đề xuất các hợp đồng

mua bán trước và trong mỗi vụ sản xuất để đảm bảo hành tởi đợc tiêu thụ ổn định nhằm tránh hành vi ứng xử theo tín hiệu của thị trường dễ dẫn đến tình trạng tự ý tăng giá để dành gặt nguồn cung hoặc từ bỏ khi giá thấp, 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. Bên cạnh đó, nông hộ cũng cần giữ chữ tín và tuân thủ những giao kèo với thương lái, không tự ý phá vỡ khi giá cả biến động.

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. Mặt khác, nông hộ cũng phải 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.

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 hành tởi với các đối tác này, đảm bảo sản xuất hành tởi trên địa bàn ổn định và bền vững

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Anderson, E. and Weitz, B., 1992. The use of pledges to build and sustain commitment in distribution channels. *Journal of marketing research*, 29(1), 18-34.
- Bratap S. Birthal. (2007). *Making Contract Farming Work in Smallholder Agriculture: Issues and Approaches*. Keynote paper presented at the 67th annual conference of the India Society of Agricultural Economics at Banker Institute of Rural Development.
- Bandara, S., Leckie, C., Lobo, A. and Hewege, C., 2017. Power and relationship quality in supply chains. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.
- Batt, P., 2003. Building long-term buyer-seller relationships in food chains: Citeseer.
- Crosby, L. A., Evans, K. R. and Cowles, D., 1990. Relationship quality in services selling: an interpersonal influence perspective. *Journal of marketing*, 54(3), 68-81.
- Dang, L.H., Li, E., Bruwer. (2012). Understanding climate change adaptive behaviour of farmers: An integrated conceptual framework. *The International Journal of Climate Change: Impacts & Responses*, 3(2), 255-272.
- Dwyer, F. R., Schurr, P.H. & Oh, S. (1987). Developing Buyer-seller relationship. *Journal of Marketing*, 51, 11-27.
- Eaton, C. & Shepherd, A.W. (2001). *Contract Farming – Partnerships for Growth*. FAO Agricultural Services Bulletin, No. 145.
- Fischer, C., Hartmann, M., Reynolds, N., et al., 2009. Factors influencing contractual choice and sustainable relationships in European agri-food supply chains. *European Review of Agricultural Economics*, 36(4), 541-569.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2014), *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. California: Sage Publications.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2016), *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. California: Sage Publications.
- Holmlund, M. (2008). A definition, model, and empirical analysis of business-to-business relationship quality. *International Journal of Service Industry Management*, 19, 32-62.
- Hồ Thanh Thủy. (2017). Vai trò của liên kết trong sản xuất nông nghiệp. *Tạp chí giáo dục và lý luận*, 269, 34-40.

- Lages, C.; Lages, C.R. & Lages, L.F. (2005). The RELQUAL scale: a measure of relationship quality in export market ventures. *Journal of Business Research*, 58, 1040–1048.
- Loc, H. T. H. and Nghi, N. Q., 2018. Factors Influencing The Relationship Quality Between Shrimp Farmers And Processing Enterprises In The Mekong Delta. *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI)*.
- 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*, 5, 20-34.
- Nguyễn Anh Tuấn. (2016). *Quản trị chuỗi giá trị trong nông nghiệp: nghiên cứu cho trường hợp sản xuất heo ở huyện Thống Nhất tỉnh Đồng Nai*. Luận văn thạc sĩ khoa học Nông Nghiệp, Đại học Nông Lâm Tp. HCM
- Nguyễn Văn Nền. (2015). Phân tích mối liên kết giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị dựa tại Bến Tre. *Tạp chí phát triển và hội nhập*, 26, 84-89.
- 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 Yến 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 Thị Lam Phương, Sử Thị Oanh Hoa và Phạm Ngọc Thủy (2015). Tiền tố và hậu tố của chất lượng mối quan hệ giữa người trồng hoa công nghệ cao với nhà phân phối tại Đà Lạt. *Tạp chí khoa học, đại học Mở Tp.hcm*, 3, 91-99.
- Trần Hoài Nam và Lê Thị Huệ Trang. (2019). Đánh giá tác động của hạn hán đến khả năng sản xuất tỏi của nông hộ tại huyện Ninh Hải, tỉnh Ninh Thuận. *Tạp chí khoa học và công nghệ lâm nghiệp*, số 6, 170-176.
- Võ Văn Thanh, Lê Ngọc Quỳnh Lam, Nguyễn Thị Kim Pho (2015). Thực trạng chuỗi cung ứng lúa gạo Đồng bằng sông Cửu Long. *Tạp chí phát triển KH & CN*, 2:18, 121-136.
- Samli, A.Coskun & Adel I. El-ansary. (2007). The Role of Wholesalers in Developing Countries. *Int. Rev. of Retail, Distribution and Consumer Research*, 17(4), 353 – 358.
- Raykov, T., & Widaman, K. F. (1995). *Issues in applied structural equation modeling research. Structural Equation Modeling. A Multidisciplinary Journal*, 2:4, 289-318.
- Vorley, Bill, Mark Lundy and James Mac Gregor. (2008). *Business Models for Small Farmers and SMEs, GAIF*. [http:// www.gaif08.org](http://www.gaif08.org).

Phụ lục:

Outer Loadings

	Chất lượng liên kết	Sự cam kết	Sự chia sẻ thông tin	Sự cân bằng quyền lực	Sự hài lòng	Sự hợp tác phối hợp	Sự tin tưởng
BP1				0.692			
BP2				0.779			
BP3				0.625			
BP4				0.682			
C1		0.748					
C2		0.847					
C3		0.688					
C4		0.745					
C5		0.682					

CC1						0.832	
CC2						0.791	
CC3						0.868	
CC4						0.769	
CS1			0.730				
CS2			0.691				
CS3			0.531				
CS4			0.617				
CS5			0.755				
LQ1	0.912						
LQ2	0.568						
LQ3	0.677						
S1					0.765		
S2					0.779		
S3					0.748		
S4					0.604		
T1							0.602
T2							0.735
T3							0.683
T4							0.797
T5							0.794

	R Square	R Square Adjusted
Chất lượng liên kết	0.263	0.241
Sự hài lòng	0.540	0.530
Sự hợp tác phối hợp_	0.338	0.329
Sự tin tưởng	0.197	0.194

Bootstrapping

	Original Sample (O)	P Values
Sự cam kết -> Chất lượng liên kết	0.003	0.079
Sự cam kết -> Sự hài lòng	0.162	0.010
Sự cam kết -> Sự hợp tác phối hợp_	0.391	0.000
Sự cam kết -> Sự tin tưởng	0.444	0.000
Sự chia sẻ thông tin -> Chất lượng liên kết	0.273	0.216
Sự chia sẻ thông tin -> Sự hài lòng	0.199	0.000
Sự chia sẻ thông tin -> Sự hợp tác phối hợp_	0.318	0.000
Sự cân bằng quyền lực -> Chất lượng liên kết	0.032	0.758
Sự hài lòng -> Chất lượng liên kết	0.061	0.020
Sự hợp tác phối hợp_ -> Chất lượng liên kết	0.140	0.010
Sự hợp tác phối hợp_ -> Sự hài lòng	0.161	0.001

Sự tin tưởng -> Chất lượng liên kết	0.255	0.076
Sự tin tưởng -> Sự hài lòng	0.431	0.000
Sự tin tưởng -> Sự hợp tác phối hợp_	-0.044	0.529