

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN



VŨ THU TRANG

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI
QUYỀN THƯƠNG LƯỢNG CỦA NGƯỜI NÔNG DÂN
VỚI THƯƠNG LÁI: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP
GIAO DỊCH LÚA GẠO Ở VIỆT NAM

LUẬN ÁN TIẾN SĨ
NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH

HÀ NỘI - 2026

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN



VŨ THU TRANG

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI
QUYỀN THƯƠNG LƯỢNG CỦA NGƯỜI NÔNG DÂN
VỚI THƯƠNG LÁI: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP
GIAO DỊCH LÚA GẠO Ở VIỆT NAM

Ngành đào tạo: QUẢN TRỊ KINH DOANH (MARKETING)

Mã số: 9340101

LUẬN ÁN TIẾN SĨ

Người hướng dẫn khoa học:

- PGS.TS. PHẠM THỊ HUYỀN
- TS. LÊ THÙY HƯƠNG

HÀ NỘI - 2026

LỜI CAM KẾT

Tôi cam kết bằng danh dự cá nhân rằng chuyên đề tiến sĩ này do tôi tự thực hiện và không vi phạm quy định liên chính học thuật trong nghiên cứu khoa học của Đại học Kinh tế Quốc dân.

Hà Nội, ngày tháng năm 2026

Nghiên cứu sinh

Vũ Thu Trang

MỤC LỤC

LỜI CAM KẾT	i
MỤC LỤC	ii
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT	vi
DANH MỤC HÌNH	vii
DANH MỤC BẢNG	viii
CHƯƠNG 1. GIỚI THIỆU VỀ ĐỀ TÀI LUẬN ÁN	10
1.1. Bối cảnh nghiên cứu và lý do lựa chọn đề tài	10
1.1.1. Bối cảnh nghiên cứu	10
1.1.2. Lý do lựa chọn đề tài	11
1.2. Mục tiêu và câu hỏi nghiên cứu	14
1.2.1. Mục tiêu nghiên cứu	14
2.2.2. Câu hỏi nghiên cứu	14
1.3. Vấn đề, phạm vi, cách tiếp cận và phương pháp nghiên cứu	14
1.3.1. Vấn đề nghiên cứu	14
1.3.2. Phạm vi nghiên cứu	15
1.3.3. Cách tiếp cận nghiên cứu	15
1.3.4. Phương pháp nghiên cứu	16
1.4. Những đóng góp mới của luận án	18
1.4.1. Những đóng góp lý luận	18
1.4.2. Những đóng góp thực tiễn	19
1.5. Cấu trúc của luận án	19
CHƯƠNG 2. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VÀ CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ QUYỀN THƯƠNG LƯỢNG VÀ CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYỀN THƯƠNG LƯỢNG CỦA NÔNG DÂN VỚI THƯƠNG LÁI	21
2.1. Tổng quan nghiên cứu về quyền thương lượng	21
2.1.1. Khái niệm quyền thương lượng	21
2.1.2. Đo lường quyền thương lượng	23
2.2. Tổng quan nghiên cứu về vị trí và quyền thương lượng của nông dân trong chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp	25

2.2.1. Vị trí của nông dân trong chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp	25
2.2.2. Quyền thương lượng của nông dân với các chủ thể trong chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp	26
2.2.3. Quyền thương lượng và lợi ích của người nông dân trong chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp	29
2.3. Tổng quan nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng của nông dân với các chủ thể trong chuỗi giá trị nông sản	31
2.3.1. Các yếu tố thuộc về người nông dân	31
2.3.2. Các yếu tố thuộc mối quan hệ giữa các chủ thể	37
2.3.3. Các yếu tố môi trường ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất và mua bán nông sản	39
2.3.4. Các yếu tố thể hiện đặc điểm của việc sản xuất và tính chất của nông sản ..	41
2.4. Tổng quan nghiên cứu về khung lý thuyết và phương pháp phân tích ảnh hưởng của các yếu tố tới quyền thương lượng của nông dân	41
2.4.1. Khung lý thuyết và cách tiếp cận nghiên cứu.....	41
2.4.2. Phương pháp phân tích quyền thương lượng và ảnh hưởng của các yếu tố đến quyền thương lượng.....	43
2.5. Khoảng trống nghiên cứu.....	44
2.6. Cơ sở lý thuyết, mô hình và giả thuyết nghiên cứu	48
2.6.1. Cơ sở lý thuyết.....	49
2.6.2. Mô hình nghiên cứu.....	53
2.6.3. Khái niệm và đo lường các phạm trù trong mô hình nghiên cứu	54
2.6.4. Giả thuyết nghiên cứu.....	63
CHƯƠNG 3. BỐI CẢNH VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	67
3.1. Bối cảnh chuỗi giá trị lúa gạo tại Việt Nam.....	67
3.2. Quy trình nghiên cứu.....	70
3.3. Giai đoạn nghiên cứu tại bàn	71
3.3.1. Mục tiêu	71
3.3.2. Phương pháp thu thập và xử lý dữ liệu.....	71
3.4. Giai đoạn nghiên cứu định tính	72
3.4.1. Mục tiêu	72

3.4.2. Phương pháp thu thập dữ liệu.....	72
3.4.3. Phương pháp xử lý dữ liệu	72
3.5. Giai đoạn nghiên cứu định lượng	73
3.5.1. Mục tiêu.....	73
3.5.2. Phương pháp thu thập dữ liệu.....	74
3.5.3. Phương pháp xử lý dữ liệu	80
CHƯƠNG 4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU	87
4.1. Thực trạng hoạt động mua bán lúa gạo của nông dân.....	87
4.1.1. Đối tượng mua và số lượng người mua.....	87
4.1.2. Cách tiếp cận người bán và hình thức mua bán	87
4.2. Quyền thương lượng và lợi ích của nông dân	89
4.2.1. Quyền thương lượng của nông dân trong giao dịch với thương lái	89
4.2.2. Ảnh hưởng của quyền thương lượng tới lợi ích của nông dân trong giao dịch với thương lái.....	91
4.3. Kiểm định giả thuyết trong mô hình nghiên cứu	96
4.3.1. Kiểm định độ tin cậy của thang đo bằng phân tích Cronbach's Alpha	96
4.3.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA	99
4.3.3. Kiểm định giả thuyết trong mô hình nghiên cứu.....	102
4.4. Phân tích thống kê mô tả một số yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng..	107
4.4.1. Đánh giá về khả năng tiếp cận thông tin thị trường	107
4.4.2 Đánh giá về hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu	109
4.4.3. Đánh giá về hỗ trợ chính sách	110
4.4.4. Đánh giá về sự cam kết.....	112
4.4.5. Đánh giá về sự phụ thuộc	113
4.4.6. Đánh giá về khả năng tập thể hóa.....	113
4.5. Đặc điểm canh tác của hộ nông dân trồng lúa	114
4.5.1. Đặc điểm hoạt động trồng lúa của hộ nông dân	114
4.5.2. Vị trí của thửa đất	115
4.5.3. Tình hình sở hữu đất đai.....	116
4.5.4. Một số thách thức trong trồng lúa vụ đông xuân	117

CHƯƠNG 5. BÌNH LUẬN KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU, KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ.....	118
5.1. Bình luận kết quả nghiên cứu	118
5.1.1. Khả năng tiếp cận thông tin thị trường.....	118
5.1.2. Hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu	119
5.1.3. Hỗ trợ chính sách.....	119
5.1.4. Sự cam kết	120
5.1.5. Sự phụ thuộc	120
5.1.6. Khả năng tập thể hóa	121
5.1.7. Niềm tin	122
5.1.8. Cơ sở hạ tầng	122
5.1.9. Các đặc điểm nhân khẩu học và đặc điểm canh tác	123
5.2. Kết luận	124
5.3. Khuyến nghị.....	126
5.3.1. Khuyến nghị cho người nông dân	126
5.3.2. Khuyến nghị cho cơ quan quản lý nhà nước	128
5.4. Hạn chế của luận án và hướng nghiên cứu tiếp theo.....	131
5.4.1. Hạn chế của luận án.....	131
5.4.2. Hướng nghiên cứu tiếp theo	132
DANH MỤC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC ĐÃ CÔNG BỐ CỦA NGHIÊN CỨU SINH	133
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	134
PHỤ LỤC	155
Phụ lục 1. Tổng hợp một số nghiên cứu định lượng về quyền thương lượng ..	155
Phụ lục 2. Các câu hỏi từ khảo sát hộ nông dân trồng lúa đồng bằng sông Cửu Long của IRRI (trích từ phiếu phỏng vấn hộ gia đình)	159
Phụ lục 3. Phiếu phỏng vấn sâu	165
Phụ lục 4. Bảng hỏi khảo sát hộ nông dân.....	167
Phụ lục 5. Một số kết quả phân tích dữ liệu	173

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

AVC	Chuỗi giá trị nông nghiệp Agricultural Value Chain
BĐKH	Biến đổi khí hậu
ĐBSCL	Đồng bằng sông Cửu Long
EFA	Phân tích nhân tố khám phá Exploratory Factor Analysis
GDP	Tổng sản phẩm quốc nội Gross Domestic Products
IRRI	Viện Nghiên cứu lúa quốc tế International Rice Research Institute
NN&PTNT	Nông nghiệp và phát triển nông thôn
PSM	Phương pháp so sánh điểm xu hướng Propensity Score Matching

DANH MỤC HÌNH

Hình 2.1. Phương pháp được sử dụng ở các nghiên cứu quyền thương lượng trong quản trị mua bán và cung ứng	42
Hình 2.2. Mô hình nghiên cứu đề xuất.....	54
Hình 3.1. Chuỗi giá trị lúa gạo đồng bằng sông Cửu Long	69
Hình 3.2. Quy trình nghiên cứu.....	70
Hình 3.3. Bản đồ nguy cơ xâm nhập mặn vùng đồng bằng sông Cửu Long	74
Hình 3.4. Bản đồ tỉnh An Giang, đồng bằng sông Cửu Long	77
Hình 4.1. Cách tiếp cận đối tượng mua của nông dân	88
Hình 4.2. Tiêu chí lựa chọn người mua của nông dân	89
Hình 4.3. Đặc điểm quyền thương lượng giá bán lúa của nông dân với thương lái theo khảo sát IRRI.....	90
Hình 4.4. Phân bố của các điểm xu hướng và vùng hỗ trợ chung.....	93
Hình 4.5. Các nguồn thông tin về thị trường của nông dân	109
Hình 4.6. Các hoạt động thích ứng với BĐKH trong trồng lúa	110
Hình 4.7. Các hỗ trợ chính sách cho nông dân.....	112
Hình 4.8. Vị trí đất đai các hộ trồng lúa	115
Hình 4.9. Tình hình sở hữu đất đai của các hộ trồng lúa.....	116
Hình 4.10. Các thách thức trong trồng lúa vụ đông xuân.....	117

DANH MỤC BẢNG

Bảng 2.1. Một số cách thức đo lường quyền thương lượng giữa các bên trong giao dịch mua bán.....	23
Bảng 2.3. Các chủ thể và hoạt động trong chuỗi giá trị nông nghiệp	52
Bảng 2.4. Thang đo quyền thương lượng trong nghiên cứu	55
Bảng 2.6. Thang đo quyền thương lượng trong nghiên cứu	57
Bảng 2.7. Thang đo khả năng tiếp cận thông tin.....	58
Bảng 2.8. Thang đo hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu	60
Bảng 2.9. Thang đo về niềm tin	60
Bảng 2.10. Thang đo về sự cam kết	61
Bảng 2.11. Thang đo về hỗ trợ chính sách	62
Bảng 2.12. Thang đo về cơ sở hạ tầng	63
Bảng 3.1. Một số đặc điểm mẫu khảo sát của luận án	78
Bảng 3.3. Mô tả các biến trong mô hình hồi quy logit và phân tích PSM	82
Bảng 3.2. Quy đổi điểm trung bình và mức đánh giá cho thang đo Linkert 5 mức độ	85
Bảng 4.1. Đánh giá quyền thương lượng của nông dân với thương lái	90
Bảng 4.2. Một số đặc điểm của nhóm có quyền và không có quyền thương lượng giá	92
Bảng 4.3. Kết quả hồi quy logit các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng của hộ nông dân theo khảo sát của IRRI.....	92
Bảng 4.4. Kết quả kiểm tra sự cân bằng sau khi ghép của các biến kiểm soát với doanh thu bình quân	94
Bảng 4.5. Kết quả trung bình khác biệt nhóm giữa nhóm có quyền thương lượng và nhóm không có quyền thương lượng.....	96
Bảng 4.6. Kết quả phân tích Cronbach's Alpha	97
Bảng 4.7. Tóm tắt kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA với biến độc lập.....	99
Bảng 4.8. Ma trận xoay 27 chỉ báo thành 6 nhân tố mới trong phân tích EFA lần 3.	100
Bảng 4.9. Tổng hợp kết quả phân tích hồi quy	103
Bảng 4.10. Tổng hợp kiểm định giả thuyết trong mô hình nghiên cứu	106

Bảng 4.11. Đánh giá của nông dân về khả năng tiếp cận thông tin	108
Bảng 4.12. Đánh giá của nông dân về sự cam kết.....	111
Bảng 4.13. Đánh giá của nông dân về sự cam kết.....	112
Bảng 4.14. Đánh giá của nông dân về sự phụ thuộc	113
Bảng 4.15. Đặc điểm hoạt động trồng lúa của hộ nông dân.....	114

CHƯƠNG 1. GIỚI THIỆU VỀ ĐỀ TÀI LUẬN ÁN

1.1. Bối cảnh nghiên cứu và lý do lựa chọn đề tài

1.1.1. Bối cảnh nghiên cứu

Mối quan hệ trao đổi giữa người mua và người bán là chủ đề trọng tâm trong cả lý thuyết và thực tiễn marketing (Dwyer & cộng sự, 1987; Calycomb & Frankwick, 2010; Nurhayati & cộng sự, 2021). Theo Dwyer & cộng sự (1987), trao đổi trong marketing được hiểu là quá trình hai bên tương tác nhằm thu được giá trị thông qua sự chia sẻ thông tin và nguồn lực, tạo ra lợi ích chung trong dài hạn hơn là lợi ích trong ngắn hạn. Quyền thương lượng (bargaining power) có thể coi là một trong những khía cạnh then chốt khi trao đổi vì nó có thể giải thích cách phân chia lợi ích, quyết định đến lợi ích đạt được của các bên. Các bên đều cố gắng sử dụng quyền lực của mình để tác động đến kết quả trao đổi theo hướng có lợi (Habib & cộng sự, 2020). Quyền lực này không cố định mà dựa vào sự phụ thuộc lẫn nhau và nguồn lực của mỗi bên (Emerson, 1962).

Quyền thương lượng và lợi ích nhận được từ chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp của nông dân đã được thảo luận trong nhiều nghiên cứu (Falkowski & cộng sự, 2017; OECD, 2014). Khía cạnh nghiên cứu này cũng rất quan trọng trong phân tích mối quan hệ giữa nhiều cá nhân - tổ chức trong chuỗi giá trị, khi sự cân bằng quyền lực có thể ảnh hưởng đến sự hợp tác, sự hài lòng và hiệu suất chung của chuỗi (Matopoulos & cộng sự, 2019). Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng có sự phân bố không đồng đều quyền lực của các bên trong chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp (OECD, 2014). Nông dân, đặc biệt là những người sản xuất với quy mô nhỏ (hoặc hộ nông dân sản xuất nhỏ), khi tham gia trao đổi trên thị trường nông sản thường có quyền lực ít hơn so với các tác nhân lớn khác trong chuỗi (Mesić & cộng sự, 2018). Sự mất cân bằng quyền lực này có thể dẫn đến việc các nhà sản xuất nhỏ bị chèn ép về giá, điều khoản hợp đồng bất lợi, và hạn chế khả năng tiếp cận thị trường (Glavee-Geo & cộng sự, 2022). Do đó, lợi ích mà họ nhận được từ các trao đổi hàng hóa nông sản cũng ít hơn (Nguyen & cộng sự, 2020). Nghiên cứu của Nguyen & cộng sự (2015), Võ Thị Thanh Lộc & Nguyễn Phú Sơn (2011), Nguyen & Le (2013) cũng đã chỉ ra rằng nông dân thường nhận được phần lợi nhuận thấp hơn so với các tác nhân khác trong chuỗi giá trị nông nghiệp.

Do khó tiếp cận trực tiếp với doanh nghiệp lớn hoặc người mua trực tiếp (Heinmen, 2002; OECD, 2014), phần lớn nông dân nhỏ ở các nền kinh tế đang phát triển và mới nổi thường thực hiện trao đổi, giao dịch nông sản với các trung gian hoặc nhà bán buôn hơn là với các công ty hàng đầu (Magesa & cộng sự, 2014; Benitez-Altuna &

cộng sự, 2023). Ở nhiều nước châu Phi cận Sahara, nông dân thường lựa chọn giữa việc bán nông sản cho thương lái đi qua địa phương, thương lái ở chợ hoặc tự vận chuyển sản phẩm đến chợ gần nhất (Fafchamps và Hill, 2005). Nhiều nông dân lựa chọn thương lái, mặc dù thực tế thương lái có thể tận dụng việc nông dân thiếu hiểu biết về thị trường để đưa ra mức giá rất thấp cho nông sản (Fafchamps & Hill, 2008; Mérel & cộng sự, 2009). Chính vì lẽ đó, nông dân thường là những người chịu thiệt thòi và quyền thương lượng yếu là một trong những lý do khiến nông dân khó gia tăng lợi ích khi thực hiện giao dịch với người mua (Puspitasari, 2015; Permandi & Winnarti, 2018). Việc cải thiện quyền thương lượng của người nông dân trong mối quan hệ với thương lái hoặc người mua trung gian sẽ có tác động đến lợi ích của nông dân nói riêng và phát triển nông nghiệp nói chung. Quyền thương lượng tăng có thể giúp nông dân bán được nông sản với giá cao hơn, có lợi nhuận tốt hơn, từ đó có cơ hội để thay đổi hoạt động sản xuất, đầu tư, marketing hiệu quả hơn. Ví dụ, nông dân có thể cạnh tranh trên diện tích lớn hơn, tăng số lượng nông sản bán ra, ứng dụng với công nghệ nông nghiệp mới, dịch chuyển sản xuất khỏi các vùng phi nông nghiệp, chuyển dịch cây trồng,.. (Jensen, 2010; Courtois & Subervie, 2014).

1.1.2. Lý do lựa chọn đề tài

a) Về mặt lý luận

Thứ nhất, quyền thương lượng và lợi ích nhận được từ chuỗi giá trị nông sản của nông dân đã được thảo luận trong nhiều nghiên cứu (Falkowski & cộng sự, 2017; OECD, 2014). Tuy nhiên, hầu như các nghiên cứu phân tích quyền thương lượng dựa trên cách tiếp cận kinh tế học với các lý thuyết như lý thuyết Chi phí giao dịch (Transaction cost economics - TCE), lý thuyết Trò chơi (Game theory), Khung thương lượng Nash (Nash Bargaining Framework), Quan điểm dựa trên nguồn lực (Resource-Based View - RBV), lý thuyết Trao đổi xã hội (Social Exchange theory); các yếu tố ảnh hưởng lại chủ yếu dựa trên tổng quan mà không dựa trên khung lý thuyết rõ ràng (Kelly & Chiksand, 2024; Spina, 2015; Walker & cộng sự, 2015). Cách tiếp cận dựa trên một lý thuyết hoặc tổng quan này dẫn đến việc phân tích các yếu tố ảnh hưởng còn chưa được đầy đủ, chỉ xem xét trong phạm vi đặc điểm của mỗi bên tham gia mà chưa cân nhắc đến mối quan hệ giữa các bên, trong khi chất lượng mối quan hệ là một yếu tố quan trọng tác động đến quyền thương lượng và sự thành công hay thất bại trong quan hệ giữa các đối tác kinh doanh (Najafi-Tavani & cộng sự, 2022). Trong nông nghiệp, nghiên cứu về quyền thương lượng lại càng ít ỏi, chỉ khoảng 5% các nghiên cứu về quyền thương lượng được thực hiện trong lĩnh vực nông nghiệp (Kelly & Chiksand, 2024). Như vậy, vẫn còn thiếu

các mô hình tích hợp, xem xét toàn diện hơn các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng của nông dân.

Thứ hai, kết luận về ảnh hưởng của quyền thương lượng tới lợi ích hoặc thu nhập trong chuỗi nông sản vẫn còn nhiều tranh luận (Dries & cộng sự 2009; Trebbin 2014). Một số nghiên cứu cho rằng quyền thương lượng tốt hơn giúp nông dân có nhiều lợi ích hơn thông qua việc có giá bán nông sản cao, doanh thu hoặc lợi nhuận trung bình trên một đơn vị diện tích tốt hơn; nhưng cũng có những nghiên cứu đưa ra kết luận ngược lại. Theo Falkowski & cộng sự (2019) và Kelly & Chiksand (2024), minh chứng từ nghiên cứu định lượng về quyền thương lượng của nông dân còn khá ít ỏi. Việc phân tích mối quan hệ giữa quyền thương lượng và lợi ích nông dân nhận được trong giao dịch lúa gạo theo hướng định lượng là điều cần thiết, cũng góp phần tạo thêm cơ sở để tạo động lực nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng.

Thứ ba, trong các nghiên cứu về chuỗi giá trị nông nghiệp, chưa có nhiều nghiên cứu tập trung vào mối quan hệ giữa nông dân và thương lái và các trung gian trong thị trường giao dịch nông sản. Các nghiên cứu hiện tại tập trung nhiều hơn vào mối quan hệ giữa nông dân và doanh nghiệp hoặc hợp tác xã với doanh nghiệp, thương lái chỉ được nhắc đến trong phân tích chuỗi giá trị nông nghiệp và tỷ lệ lợi ích các bên nhận được, hoặc trong nghiên cứu về việc lựa chọn đối tượng mua nông sản của nông dân (Hà Thị Thu Hòa, 2024), trong khi ở nhiều nước đang phát triển, nông dân giao dịch trực tiếp qua trung gian như thương lái hơn giao dịch trực tiếp với doanh nghiệp hoặc người dùng cuối cùng (Yan & cộng sự, 2017).

Thứ tư, các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng của nông dân thường chỉ được nhắc đến dưới dạng gián tiếp (Falkowski & cộng sự, 2017; Malak-Rawlikowska & cộng sự, 2019), chưa có nhiều nghiên cứu thực nghiệm phân tích về các yếu tố ảnh hưởng quyền thương lượng giữa nông dân và người mua, trong đó có thương lái. Việc xem xét sâu hơn về các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng là điều cần thiết và là một lĩnh vực nghiên cứu triển vọng (Nguyễn Văn Chung & cộng sự, 2023). Điều này sẽ giúp bổ sung thêm minh chứng vào hệ thống lý luận về quyền thương lượng của các bên trong chuỗi giá trị nông nghiệp.

b) Về thực tiễn

Là một quốc gia đang phát triển và trong quá trình chuyển đổi, Việt Nam có nền nông nghiệp lâu đời và ngành nông nghiệp cũng đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế. Với 40% diện tích lãnh thổ là đất nông nghiệp, nông nghiệp đóng góp đến 24% trong

tổng GDP Việt Nam, 20% trong tổng giá trị xuất khẩu và hơn 70% tổng số lao động (Maitah & cộng sự, 2020; Ferrer & cộng sự, 2022).

Trong các mặt hàng nông nghiệp, lúa gạo có vai trò quan trọng khi góp phần đảm bảo an ninh lương thực. Việt Nam cũng thường xuyên nằm trong top 3 các quốc gia xuất khẩu lúa gạo nhiều nhất thế giới, sau Ấn Độ và Thái Lan (Vietnambiz, 2024). Thêm vào đó, chuỗi giá trị lúa gạo ở Việt Nam cũng có nhiều điểm tương đồng với chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp ở nhiều quốc gia khác, với đặc trưng là liên kết giữa nông dân và doanh nghiệp còn lỏng lẻo, mất cân bằng quyền lực giữa các bên dẫn đến chuỗi cung ứng thiếu ổn định và hiệu quả chưa cao (Hien & Kim, 2024). Nông dân trồng lúa Việt Nam cũng bị phụ thuộc nhiều vào thương lái hay người mua trung gian trong bán lúa gạo và không nhận được giá trị tốt nhất (Nguyen & Bokelmann, 2019). Hơn 90% lúa gạo do nông dân sản xuất ra được bán cho các bên thu gom/thương lái này; phần còn lại được bán cho các công ty lương thực và nhà máy xay xát (Võ Thị Thanh Lộc & Nguyễn Phú Sơn, 2011). Với vị thế là người sản xuất chính nhưng trong vai trò là người bán sản phẩm, người nông dân lại không nhận được nhiều giá trị từ chuỗi và vẫn là bên yếu thế khi thương lượng trong quan hệ trao đổi và mua bán lúa gạo với thương lái. Điều này ảnh hưởng không tích cực đến tâm lý và động lực của nông dân và cũng ảnh hưởng đến việc phát triển chuỗi cung ứng lúa gạo trong dài hạn. Việc nâng cao quyền thương lượng trong giao dịch lúa gạo của nông dân với thương lái càng cần quan tâm nhiều hơn khi Việt Nam vẫn có một lượng lớn các hộ sản xuất nông nghiệp quy mô nhỏ.

Chính vì lẽ đó, đề tài **“Các yếu tố ảnh hưởng tới quyền thương lượng của người nông dân với thương lái: Nghiên cứu trường hợp giao dịch lúa gạo ở Việt Nam”** được thực hiện. Kết quả nghiên cứu sẽ góp phần bổ sung thêm vào hệ thống nghiên cứu về quyền thương lượng trong trao đổi giữa người nông dân và thương lái trong chuỗi giá trị nông nghiệp, phân tích sâu hơn các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng của nông dân, trong đó có tính đến hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu. Kết quả này có thể được sử dụng làm căn cứ để các nhà quản trị thực hiện các biện pháp nâng cao quyền thương lượng của nông dân và phát triển ngành nông nghiệp một cách hiệu quả, phân bổ lợi ích cao hơn cho nhóm yếu thế là người sản xuất hay hộ nông dân nhỏ, đặc biệt ở các nước đang phát triển, nơi nông nghiệp chiếm tỷ trọng đáng kể trong phát triển kinh tế và sinh kế của người dân, đồng thời chịu tác động mạnh mẽ của biến đổi khí hậu.

1.2. Mục tiêu và câu hỏi nghiên cứu

1.2.1. Mục tiêu nghiên cứu

Luận án được thực hiện với mục tiêu nhận dạng và đánh giá các yếu tố ảnh hưởng tới quyền thương lượng của người nông dân với thương lái thông qua nghiên cứu trường hợp giao dịch lúa gạo ở Việt Nam, từ đó đề xuất các khuyến nghị với người nông dân và cơ quan quản lý nhằm gia tăng quyền thương lượng cho người nông dân, từ đó phát triển chuỗi giá trị lúa gạo có hiệu quả cao hơn, trên cơ sở:

- Xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng của nông dân với thương lái (nghiên cứu trường hợp giao dịch lúa gạo ở Việt Nam).
- Đánh giá mức độ và chiều hướng ảnh hưởng của các yếu tố đến quyền thương lượng của nông dân với thương lái (nghiên cứu trường hợp giao dịch lúa gạo ở Việt Nam).
- Đề xuất khuyến nghị nhằm gia tăng quyền thương lượng của các hộ nông dân nhỏ trong chuỗi giá trị nông sản dựa trên các yếu tố ảnh hưởng, góp phần phát triển chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp bền vững hơn.

2.2.2. Câu hỏi nghiên cứu

Để đạt được mục tiêu nghiên cứu đó, luận án hướng tới trả lời các câu hỏi nghiên cứu dưới đây:

- Quyền thương lượng là gì? Quyền thương lượng có thể ảnh hưởng tới lợi ích của các bên tham gia trao đổi như thế nào?
- Có các yếu tố nào ảnh hưởng đến quyền thương lượng của nông dân trồng lúa với thương lái?
- Mức độ và chiều hướng ảnh hưởng của các yếu tố đến quyền thương lượng của nông dân trồng lúa với thương lái?
- Làm thế nào để gia tăng quyền thương lượng của nông dân với thương lái trong chuỗi giá trị lúa gạo Việt Nam nói riêng và trong chuỗi giá trị nông sản nói chung?

1.3. Vấn đề, phạm vi, cách tiếp cận và phương pháp nghiên cứu

1.3.1. Vấn đề nghiên cứu

Vấn đề nghiên cứu: quyền thương lượng và các yếu tố ảnh hưởng tới quyền thương lượng của người nông dân (các hộ nông dân nhỏ) với thương lái.

Khách thể nghiên cứu: các hộ nông dân trồng lúa ở Việt Nam.

1.3.2. Phạm vi nghiên cứu

- Phạm vi nội dung: quyền thương lượng của người nông dân với thương lái tập trung vào quyền thương lượng giá bán nông sản, cụ thể là lúa gạo sau thu hoạch.

- Phạm vi không gian: luận án thực hiện nghiên cứu tại đồng bằng sông Cửu Long, một trong những vựa lúa lớn của Việt Nam. Số liệu phỏng vấn và khảo sát được thu thập tại 3 tỉnh Kiên Giang, Long An và Sóc Trăng¹. Ba địa phương này chiếm đến gần 40% tổng diện tích gieo trồng lúa và 1/3 số hộ nông dân trồng lúa ở đồng bằng sông Cửu Long (chi tiết được trình bày trong Chương 3).

- Phạm vi thời gian: Dữ liệu sử dụng trong phân tích và kiểm định giả thuyết nghiên cứu bao gồm cả dữ liệu thứ cấp và sơ cấp. Dữ liệu thứ cấp từ IRRI được thực hiện trong giai đoạn 2020-2021; thời gian vụ lúa tập trung vào 2019-2020. Dữ liệu này được sử dụng để xem xét bối cảnh sản xuất và mua bán lúa gạo của nông dân, tác động của quyền thương lượng đến lợi ích người nông dân nhận được khi giao dịch với thương lái và đề xuất một số yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng. Dữ liệu sơ cấp về 216 hộ gia đình được sử dụng để kiểm định các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng của nông dân, dữ liệu được thu thập trong tháng 10 và tháng 11 năm 2025 tại An Giang (từ tháng 7 năm 2025, theo tổ chức đơn vị hành chính mới, tỉnh Kiên Giang và An Giang của Việt Nam được gộp lại và lấy tên chung là An Giang) và dữ liệu mùa vụ tập trung vào năm 2024-2025. Các dữ liệu khác về tình hình sản xuất và mua bán lúa gạo của nông dân đồng bằng sông Cửu Long là dữ liệu trong khoảng từ năm 2019-2024.

1.3.3. Cách tiếp cận nghiên cứu

Nghiên cứu xem xét mối quan hệ trao đổi, giao dịch giữa nông dân (người bán) và thương lái (người mua) mà trong đó, quyền thương lượng được coi là một trong những yếu tố then chốt để thực hiện các giao dịch và đồng thời, tác động trực tiếp đến lợi ích mà người nông dân nhận được. Do trong các nghiên cứu trước đó, vấn đề quyền thương lượng thường tiếp cận dưới góc độ kinh tế học, trong khi mối quan hệ trao đổi, mua bán và phân tích các tác nhân trong chuỗi giá trị cũng là một vaatsn đề nghiên cứu quan trọng của quản trị kinh doanh – marketing. Do đó, nghiên cứu kết hợp góc nhìn của marketing và kinh tế học.

¹ Từ 1/7/2025, tỉnh Kiên Giang đã sáp nhập với tỉnh An Giang và có tên mới là An Giang.

Về khái niệm quyền thương lượng, hiện nay đã có hai cách tiếp cận chính, gồm (i) tập trung vào lợi ích các bên nhận được và đo lường lợi ích và (ii) khả năng thỏa thuận, đàm phán của các bên (đã trình bày chi tiết ở mục 2.1). Nghiên cứu này sẽ sử dụng cách tiếp cận thứ hai, kết hợp khái niệm của Schelling (1956), Fletcher (1961) và Emerson (1962), theo đó, *quyền thương lượng của người nông dân được hiểu là khả năng người nông dân đạt được các điều khoản trong giao dịch mua bán nông sản với thương lái.*

Theo cách tiếp cận theo mô hình Nhóm Marketing và mua sắm công nghiệp (Industrial Marketing and Purchasing Group - IMP) và dựa trên kết quả tổng quan nghiên cứu, các yếu tố ảnh hưởng đến giao dịch của các bên gồm (i) quá trình tương tác (gồm các giao dịch); (ii) đặc điểm các bên tham gia (như quy mô tổ chức, kinh nghiệm, năng lực, chiến lược, văn hóa,...); (iii) đặc điểm mối quan hệ (mức độ tin tưởng, sự cam kết và lịch sử quan hệ tích lũy theo thời gian) và (iv) môi trường bên ngoài (đặc điểm thị trường, vị trí mối quan hệ trong mạng lưới,...). Theo cách tiếp cận này, các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng của người nông dân với thương lái được xem xét theo các khía cạnh (i) các yếu tố thuộc về các bên (ở đây tập trung vào nông dân), (ii) các yếu tố thuộc mối quan hệ giữa nông dân và thương lái và (iii) các yếu tố môi trường sản xuất và mua bán lúa gạo. Nghiên cứu lựa chọn cách tiếp cận kết hợp góc nhìn marketing quan hệ với và lý thuyết Cam kết - tin cậy (Morgan & Hunt, 1994) và góc nhìn kinh tế học từ lý thuyết Quyền lực - sự phụ thuộc (Emerson, 1962) và Quyền lực - trao đổi (Blau, 1964) cùng với tổng quan nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng giữa các chủ thể trong bối cảnh chuỗi giá trị nông nghiệp; trong đó, Lý thuyết Quyền lực - sự phụ thuộc và Quyền lực - trao đổi tập trung giải thích các yếu tố thuộc về các bên tham gia và môi trường bên ngoài. Cách tiếp cận theo quan điểm của marketing quan hệ theo Lý thuyết Cam kết - niềm tin giải thích các yếu tố thuộc về mối quan hệ của hai bên trong giao dịch.

1.3.4. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu tại bàn

Mục tiêu của giai đoạn nghiên cứu tại bàn là (i) xác định khoảng trống nghiên cứu; và (ii) xây dựng mô hình, giả thuyết nghiên cứu và các nội dung thông tin cần thu thập từ phỏng vấn (trong nghiên cứu định tính) và khảo sát (trong nghiên cứu định lượng). Để thực hiện được mục tiêu trên, tác giả thực hiện tổng quan các tài liệu theo 3 nhóm chủ đề lớn: (i) khái niệm và lý thuyết về quyền thương lượng, chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp; (ii) các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng, trong đó tập

trung vào quyền thương lượng của nông dân với người mua nông sản (bao gồm thương lái); và (iii) đặc điểm chuỗi giá trị lúa gạo và giao dịch mua bán lúa gạo ở Việt Nam. Cơ sở dữ liệu được khai thác bao gồm các bài báo khoa học liên quan trên hệ thống cơ sở dữ liệu có uy tín như Web of Science, Google Scholar, Elsevier, Sage, Emerald,... Ngoài ra, còn có dữ liệu từ các báo cáo, cơ sở dữ liệu của cơ quan quản lý nhà nước và các tạp chí của Việt Nam như báo cáo từ Chi cục trồng trọt phía Nam, Bộ Nông nghiệp và môi trường; Cục Thống kê,...

Phương pháp nghiên cứu định tính

Nghiên cứu định tính được thực hiện nhằm (i) thu thập thông tin về một số đặc điểm sản xuất và giao dịch lúa gạo của nông dân trồng lúa ở đồng bằng sông Cửu Long; (ii) hoàn thiện, hiệu chỉnh thang đo trong bảng hỏi khảo sát cho phù hợp với tình hình sản xuất lúa gạo ở đồng bằng sông Cửu Long, Việt Nam. Phương pháp thu thập thông tin là phỏng vấn sâu 03 cán bộ quản lý nhà nước (01 cán bộ Chi cục Trồng trọt và Bảo vệ thực vật phía Nam và 02 cán bộ khuyến nông) và phỏng vấn 05 nông dân để kiểm tra sự phù hợp của bảng hỏi trước khi thực hiện khảo sát rộng. Chi tiết về cách thực hiện và kết quả của nghiên cứu định tính được trình bày trong mục 3.4.

Phương pháp nghiên cứu định lượng

Mục tiêu của nghiên cứu định lượng là thu thập dữ liệu về quyền thương lượng và các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng của nông dân, lợi ích của nông dân thu được nhằm (i) kiểm định ảnh hưởng của quyền thương lượng đến lợi ích của nông dân (câu hỏi nghiên cứu 1) và (ii) kiểm định các giả thuyết trong mô hình nghiên cứu (câu hỏi nghiên cứu 2 và 3). Dữ liệu được sử dụng trong phân tích định lượng bao gồm dữ liệu thứ cấp của 1176 hộ nông dân từ khảo sát của IRRI và 216 hộ nông dân từ khảo sát của tác giả luận án. Địa bàn thu thập dữ liệu là 3 tỉnh Kiên Giang (nay đã sáp nhập với An Giang thành tỉnh An Giang), Long An và Sóc Trăng. Dữ liệu sẽ được mã hóa và xử lý trên SPSS 26.0 và Stata 14.0. Các phương pháp phân tích dữ liệu chính là:

(i) Phương pháp thống kê mô tả được sử dụng để phân tích đặc điểm mẫu khảo sát (cả dữ liệu thứ cấp từ khảo sát hộ nông dân của IRRI và dữ liệu sơ cấp), đặc điểm canh tác, hành vi trồng lúa, quyền thương lượng giá và doanh thu/lợi nhuận người dân thu được từ mua bán lúa gạo. Bên cạnh các phân tích đơn biến, phân tích bảng chéo đa biến cũng được sử dụng để so sánh đặc điểm canh tác và quyền thương lượng theo các nhóm nông dân khác nhau. Điều này sẽ làm rõ hơn đặc điểm trong canh tác, quyền thương lượng và phúc lợi của nông dân.

(ii) Phương pháp so sánh điểm xu hướng (propensity score matching - PSM) được sử dụng để xem xét tác động của quyền thương lượng tới phúc lợi của người nông dân (thể hiện thông qua doanh thu và lợi nhuận bình quân 1 ha canh tác).

(iii) Phương pháp phân tích độ tin cậy Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá EFA được sử dụng để kiểm định độ tin cậy và sự phù hợp của các thang đo trong mô hình nghiên cứu.

(iv) Phương pháp hồi quy logit được sử dụng trong phân tích dữ liệu của IRRI để xem xét ảnh hưởng của một số yếu tố tới quyền thương lượng của nông dân với thương lái (do biến phụ thuộc là nông dân có hoặc không có quyền thương lượng) và **(iv) phương pháp hồi quy tuyến tính đa biến** được sử dụng để phân tích dữ liệu khảo sát sơ cấp về các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng của nông dân với thương lái do biến phụ thuộc là biến liên tục).

Chi tiết về cách thức phân tích sẽ được trình bày trong Chương 3 của luận án.

1.4. Những đóng góp mới của luận án

1.4.1. Những đóng góp lý luận

Về mặt lý luận, kết quả của luận án đóng góp vào hệ thống nghiên cứu, lý luận về quyền thương lượng của các bên trong chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp với cách tiếp cận mới, tích hợp góc nhìn của marketing quan hệ với lý thuyết Sự cam kết và Niềm tin (Commitment - Trust theory) và các lý thuyết Quyền lực - sự phụ thuộc (The power-dependence theory) và lý thuyết Trao đổi và quyền lực (Exchange and power). Trước đó, hành vi thương lượng thường hay được tiếp cận dưới góc độ Kinh tế học với lý thuyết Chi phí giao dịch hoặc lý thuyết Trò chơi; các yếu tố ảnh hưởng thường chỉ được xem xét dựa trên tổng quan nghiên cứu nói chung, không xuất phát từ nền tảng lý thuyết rõ ràng. Đây là một hướng tiếp cận mới trong khi các nghiên cứu trước đó thường chỉ dựa trên tổng quan tài liệu hoặc dựa trên các lý thuyết đánh giá về giá trị quyền thương lượng, không đi sâu giải thích các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng.

Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng bổ sung thêm đóng góp vào nghiên cứu mối quan hệ giao dịch giữa các bên trong chuỗi giá trị nông nghiệp, đặc biệt là mối quan hệ giữa nông dân và thương lái (đại diện cho những người mua trung gian trên thị trường nông sản). Thông thường, các nghiên cứu hiện tại tập trung nhiều hơn vào những người mua lớn là doanh nghiệp và thương lái chỉ được nhắc đến khi mô tả chuỗi.

Ngoài ra, nghiên cứu cũng cung cấp kết quả thực nghiệm và một số thang đo cho các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng của nông dân như sự phụ thuộc, khả năng

tiếp cận thông tin, hỗ trợ chính sách, cơ sở hạ tầng. Luận án cũng xem xét hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu như một biến độc lập tác động đến quyền thương lượng thay vì chỉ mô tả biến đổi khí hậu ở bối cảnh nghiên cứu. Kết quả của nghiên cứu đã lượng hóa và chứng minh mối quan hệ của các yếu tố ảnh hưởng với quyền thương lượng và lợi ích của người nông dân, thay vì chỉ được nhắc đến dưới dạng định tính hoặc gián tiếp như trong các nghiên cứu trước đó.

1.4.2. Những đóng góp thực tiễn

Về mặt thực tiễn, kết quả của nghiên cứu cung cấp thực trạng và các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng của người nông dân và thương lái trong chuỗi giá trị các sản phẩm nông nghiệp, đặc biệt trong bối cảnh các nước đang phát triển với các hộ sản xuất quy mô nhỏ và việc bán nông sản được thực hiện nhiều qua trung gian. Đây thông tin cần thiết cho các nhà quản lý, người nông dân có giải pháp phù hợp nhằm cải thiện quyền thương lượng trên thị trường của người nông dân, từ đó có nâng cao lợi ích của người nông dân, phát triển chuỗi giá trị nông nghiệp hiệu quả, bền vững hơn. Cụ thể, các giải pháp được đề xuất cho nhà quản lý tập trung vào (i) gia tăng khả năng tiếp cận thông tin, đặc biệt quan tâm đến các nền tảng kỹ thuật số như Zalo; (ii) thúc đẩy thực hiện hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu nhằm gia tăng hiệu quả sản xuất và đảm bảo năng suất, chất lượng lúa cũng như phòng ngừa rủi ro do hạn hán, xâm nhập mặn diễn ra; (iii) tăng cường chính sách hỗ trợ cho nông dân, đặc biệt là về vốn và truyền thông, tập huấn về thích ứng với biến đổi khí hậu và các chính sách ổn định giá đầu vào nông nghiệp; (iv) thúc đẩy tập thể hóa và xây dựng các cơ chế, mô hình hoạt động của hợp tác xã hoặc hội nông dân theo hướng gia tăng chia sẻ thông tin và tập trung bán theo quy mô lớn; và (v) hoàn thiện hệ thống hạ tầng nông nghiệp, nông thôn, đặc biệt là hệ thống giao thông, các phương tiện chuyên chở và cơ sở chế biến, bảo quản nông sản. Đối với nông dân, các giải pháp tập trung vào việc (i) chủ động tìm kiếm và chọn lọc thông tin liên quan đến thị trường; (ii) tiếp tục thực thi các giải pháp thích ứng với biến đổi khí hậu; (iii) duy trì và phát triển mối quan hệ với người mua hiện tại và tìm kiếm các đối tác phù hợp khác với điều kiện đảm bảo cam kết giữa các bên và (iv) chủ động, tích cực tham gia các tổ chức cộng đồng và chia sẻ thông tin trong hợp tác xã, hội nông dân hoặc hội khuyến nông địa phương.

1.5. Cấu trúc của luận án

Luận án được kết cấu 5 chương, cụ thể như sau:

Chương 1. Giới thiệu về đề tài luận án

Chương 2. Tổng quan nghiên cứu và cơ sở lý thuyết về quyền thương lượng và các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng của nông dân với thương lái

Chương 3. Bối cảnh và phương pháp nghiên cứu

Chương 4. Kết quả nghiên cứu

Chương 5. Bình luận kết quả nghiên cứu, kết luận và kiến nghị

CHƯƠNG 2. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VÀ CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ QUYỀN THƯƠNG LƯỢNG VÀ CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYỀN THƯƠNG LƯỢNG CỦA NÔNG DÂN VỚI THƯƠNG LÁI

2.1. Tổng quan nghiên cứu về quyền thương lượng

2.1.1. Khái niệm quyền thương lượng

Thương lượng (bargaining) là một khái niệm chỉ cách thức giao tiếp, trao đổi để đạt được thỏa thuận chung về lợi ích hoặc phân chia, trao đổi nguồn lực và giải quyết xung đột lợi ích (Fisher & cộng sự, 1991; Lewicki & cộng sự, 2010). Xia & cộng sự (2024) lại mô tả “thương lượng” khi nhắc đến vùng thỏa thuận khả thi (zone of possible agreement) khi đàm phán kinh doanh. Theo Walton & McKersie (1965), thương lượng gồm (i) thương lượng phân phối (distributive bargaining) - chỉ hai bên thỏa thuận và mỗi bên đều muốn giành phần lớn hơn); và (ii) thương lượng tích hợp (integrative bargaining) - hai bên hợp tác tạo ra giá trị chung (win-win). Khả năng thương lượng của các bên ảnh hưởng đến mức giá và thu nhập của họ khi tham gia thị trường (Marshall, 1920; Fletcher & cộng sự, 1961).

Quyền thương lượng (bargining power) là một chủ đề nhận được sự quan tâm trong giới nghiên cứu học thuật. Nền tảng lý thuyết về thương lượng được xây dựng dựa trên nghiên cứu của Nash (1950). Giải pháp thương lượng (Bargaining problem) của Nash (1950) tiếp cận về quyền thương lượng trong bối cảnh phân bổ lợi ích giữa các bên, theo đó, quyền thương lượng đạt được khi các bên tham gia đạt được lợi ích tốt nhất theo nghiệm của hàm thỏa dụng $\max(U_1 - d_1)(U_2 - d_2)$ với U và d là lợi ích và điểm bất đồng của mỗi bên. Điểm bất đồng (disagreement point) được hiểu là lợi ích tối thiểu mỗi bên đạt được nếu thương lượng thất bại. Điều quan trọng để tính toán được nghiệm thương lượng duy nhất tối đa hóa lợi ích của các bên là xác định được điểm bất đồng và tập hợp các phương án khả thi trong thương lượng. Định nghĩa này tương đối trừu tượng và thường được sử dụng để làm nền tảng lý thuyết cho một số nghiên cứu, bản thân lý thuyết chỉ nói đến trạng thái đạt điểm cân bằng từ hàm lợi ích và điểm bất đồng chứ không giải thích nguồn gốc của quyền thương lượng.

Dựa trên lý thuyết của Nash (1950), nghiên cứu của Osborne & Rubinstein (1990) và Hargreaves & cộng sự (2004) cũng đều xem xét khái niệm về quyền thương lượng giữa hai bên trong tình huống phân chia lợi ích. Có hai đối tượng A và B chia nhau 100R bằng cách tự thỏa thuận. Người A được trao quyền đưa ra lời đề nghị cho B, người B có quyền chấp nhận hoặc từ chối. Nếu B chấp nhận thì việc phân chia được xác định bởi

lời đề nghị của A. Nếu B từ chối, giả định rằng 80R bị mất và sau đó đề nghị chia 20R còn lại. Nếu A từ chối, cả hai bên đều không có gì. Giả thiết rằng không có sự lo ngại về rủi ro hay đổ kỵ, cảm nhận về lợi ích của mỗi bên tỷ lệ thuận với khoản tiền trả cho chính họ, mỗi bên đều có kiến thức về sự hợp lý. Trường hợp nếu B đe dọa sẽ từ chối bất kỳ đề nghị nào của A có giá dưới 50R, nhưng A lại biết điều này không thể xảy ra do đã có thông tin về B và cả hai đều cùng nhận thức được là B không thể lấy trên 50R. Quyền thương lượng lúc này phụ thuộc vào uy tín, cam kết, thông tin mà mỗi bên có và các lựa chọn thay thế. Như vậy, khái niệm quyền thương lượng của Nash (1950) và Osborne & Rubinstein (1990) đều được dùng để mô tả các trạng thái phân chia lợi ích chung giữa các bên.

Một cách tiếp cận khác về khái niệm quyền thương lượng lại không tập trung nhiều vào việc xác định giá trị lợi ích nhận được mà đề cập đến khả năng thỏa thuận, đàm phán của các bên. Schelling (1956) cho rằng quyền thương lượng là khả năng của hai bên tham gia đàm phán để đạt được thỏa thuận hoặc ảnh hưởng đến kết quả thông qua các chiến lược đàm phán khác nhau. Nhằm giải thích việc hình thành quyền thương lượng, Emerson (1962) đưa ra lý thuyết quyền lực - sự phụ thuộc và cho rằng, quyền lực của một bên trong thương lượng bắt nguồn từ mức độ phụ thuộc của đối tác vào nguồn lực mà tác nhân đó kiểm soát. Khái niệm này khá tương đồng với Blau (1964). Blau (1964) cho rằng quyền lực được xem như khả năng của một tác nhân ảnh hưởng đến hành vi của tác nhân khác trong mối quan hệ trao đổi, thông qua việc kiểm soát các nguồn lực có giá trị mà đối tác cần. Quyền lực này không tồn tại một cách tuyệt đối mà nảy sinh từ quá trình trao đổi, đặc biệt khi có sự bất cân xứng giữa các bên tham gia trao đổi, nó gắn với các nghĩa vụ, kỳ vọng và quan hệ lâu dài. Wilson (1995) cho rằng quyền thương lượng là khả năng một bên giành lợi thế hơn bên kia, có thể gồm cả việc thuyết phục hoặc ép bên kia tuân thủ một điều gì đó mà họ không làm. Kirkwood (2005) mở rộng thêm quan điểm về quyền thương lượng, ông cho rằng nó đề cập đến quyền đạt được nhượng bộ từ một bên khác từ việc “đe dọa” áp đặt chi phí hoặc rút lại lợi ích nếu bên đó không nhượng bộ. Khái niệm này nhấn mạnh đến một cuộc đàm phán giữa các bên, chứ không phải kết quả ở cấp độ ngành. Về nội dung thương lượng, Sexton (1979) và Crook & Combs (2007) cho rằng có thể sử dụng quyền thương lượng để giải thích việc đàm phán về giá cả, điều khoản hợp đồng, phân chia giá trị và quyền lực kênh phân phối, đặc biệt trong bối cảnh bất cân xứng thông tin và nguồn lực. Quan điểm này tương đồng với quan điểm trong nghiên cứu của Sorentino & cộng sự (2018). Khái niệm này thường được sử dụng trong một cuộc thương lượng giữa các bên cụ thể.

Trong các nội dung thương lượng, thương lượng về giá thường được quan tâm nhiều hơn do nó ảnh hưởng trực tiếp đến lợi ích mà các bên nhận được khi thực hiện giao dịch (Pham & Petersen, 2021). Theo Fletcher & cộng sự (1961), quyền thương lượng là “khả năng đạt được mức giá thuận lợi nhất có thể trong các điều kiện cơ bản ở tất cả các thị trường”. Nói cách khác, trong thị trường cạnh tranh, các cơ hội hay thách thức mà mỗi bên phải đối mặt đều là các yếu tố quyết định đến năng lực thương lượng. Giá được coi là một điểm tham chiếu và khả năng thương lượng tỷ lệ thuận với mức giá đạt được so với mức giá chung trên thị trường. Các mô hình quyền thương lượng được sử dụng nhiều hơn khi nghiên cứu hệ thống thực phẩm so với các mô hình sử dụng khái niệm sức mạnh thị trường do quyền thương lượng đề cập đến nhiều khía cạnh hơn, đáp ứng yêu cầu của hợp đồng thương mại như vấn đề thanh toán, chất lượng, hậu cần, phân chia rủi ro, khuyến mãi, chi tiêu khác; đặc biệt, còn có thể đề cập đến khả năng hợp tác (Sexton, 2013).

2.1.2. Đo lường quyền thương lượng

Về đo lường quyền thương lượng, dựa trên cách tiếp cận và khái niệm khác nhau, cũng có các cách đo lường quyền thương lượng khác nhau. Quyền thương lượng thường được đo bằng quyền quyết định hoặc kiểm soát các nội dung liên quan đến giá, đặc điểm hàng hóa mang ra trao đổi và có thể đo bằng các thang điểm khác nhau, hoặc trực tiếp thể hiện ở kết quả là mức giá. Bảng 2.1 sau đây trình bày một số cách đo lường quyền thương lượng trong một số nghiên cứu.

Bảng 2.1. Một số cách thức đo lường quyền thương lượng giữa các bên trong giao dịch mua bán

Câu hỏi	Đo lường	Bối cảnh	Mô hình phân tích	Trích nguồn
BP1 Quyền quyết định giá hợp đồng BP2 Quyền quyết định thông số kỹ thuật sản phẩm BP3 Quyền lựa chọn phương thức thanh toán BP4 Quyền quyết định điều khoản giao hàng BP5 Quyền quyết định điều khoản số lượng	Sử dụng thang điểm từ 0 = hoàn toàn không đến 10 = rất cao	Công ty xuất khẩu đối với các điều khoản thương mại khi giao dịch với người mua nước ngoài lớn	SEM	McCall & Warrington (1989), Fisher & Ury (1981), Fowler (1998), Ashcroft (2004); Pham & Petersh (2021)

Câu hỏi	Đo lường	Bối cảnh	Mô hình phân tích	Trích nguồn
Khả năng đạt được thỏa thuận về: Mức giá Đặc điểm sản phẩm Chi phí vận chuyển đến người mua Tiêu chuẩn/ chất lượng sản phẩm	Mức độ dễ dàng đạt được thỏa thuận từ 1 - 5 (từ rất dễ đến rất khó)	Mối liên hệ giữa quyền thương lượng trong giao dịch thương mại với cả người bán/ mua ở Albania	Kiểm định Mann-Whitney	Lushi & cộng sự (2021)
“Công ty sữa của bạn có dễ dàng tìm được nguồn thay thế cho nguồn sữa bạn cung cấp không?” và “Nhà cung cấp thức ăn chăn nuôi của bạn có dễ dàng tìm được nguồn thay thế cho nguồn thức ăn chăn nuôi bạn mua không?”	Thang điểm Likert: “rất dễ”, “dễ”, “trung lập”, “khó” và “rất khó” Một biến giả được đưa ra để xác định quyền thương lượng. Người nông dân có sức mạnh thương lượng cao khi người bán và bên cung cấp đầu vào đều khó tìm đối tác thay thế nông dân, nhận giá trị 1 khi cả 2 khả năng thay thế trên đều ở mức khó khăn (điểm đánh giá từ 3/5 về mức thay thế), nhận giá trị 0 với các đối tượng còn lại.	Mối quan hệ người nông dân với nhà cung cấp đầu vào và các nhà chế biến	Hồi quy tuyến tính	Malak-Rawlikowska & cộng sự (2019), Flowski & cộng sự (2017)
Ưu đãi về giá bán khi mua hàng	% chiết khấu giá mua thức ăn chăn nuôi (nông dân tự báo) - k dùng giá vì người mua sử dụng hỗn hợp nhiều loại thức ăn	Người nông dân - nhà cung cấp đầu vào	Hồi quy tuyến tính	Malak-Rawlikowska & cộng sự (2019)
Mức độ quyền thương lượng khi marketing cho sản phẩm ra thị trường là mức nào?	3 mức độ: mạnh, trung bình, yếu	Nông dân trồng ngô ở châu Phi	Thống kê mô tả	Ngalande (2018)

Nguồn: Tác giả tổng hợp, 2026

2.2. Tổng quan nghiên cứu về vị trí và quyền thương lượng của nông dân trong chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp

2.2.1. Vị trí của nông dân trong chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp

Vấn đề vị trí của nông dân trong chuỗi giá trị nông nghiệp đã được tranh luận rộng rãi (Swinnen, 2007; Csaki & cộng sự, 2008). Phần lớn cuộc tranh luận này xuất phát từ những lo ngại cụ thể liên quan đến các nhà sản xuất hay hộ nông dân quy mô nhỏ. Các hộ nông dân quy mô nhỏ thường phải đối mặt với mối quan hệ quyền lực bất cân xứng, thế mạnh trong chuỗi thường nghiêng về các nhà bán lẻ công nghiệp có quyền thương lượng cao hơn (Nguyen & cộng sự, 2020).

Cấu trúc chuỗi giá trị nông nghiệp có dạng kim tự tháp - nông dân ở thượng nguồn, các doanh nghiệp và người trung gian ở giữa và người tiêu dùng ở hạ nguồn (Wang & cộng sự, 2021; Chengappa; 2018). Ban đầu, người nông dân nhận được lợi ích khi nâng cao kỹ năng và hưởng lợi từ tham gia vào chuỗi giá trị (Yan & cộng sự, 2017). Việc tham gia vào chuỗi giúp nông dân tiếp cận tốt hơn với thông tin thị trường, công nghệ và dịch vụ đầu vào, qua đó nâng cao năng suất và chất lượng nông sản (Kaplinsky & Morris, 2001). Tham gia hợp tác xã hoặc liên kết chuỗi cũng giúp nông dân có giá bán cao hơn, đầu ra ổn định và ít rủi ro hơn so với sản xuất đơn lẻ (Fischer & Qaim, 2012). Nghiên cứu của Nguyen & cộng sự (2020) cũng có kết luận tương đồng với nhận định trên khi đề cập đến việc các hộ nông dân chưa tham gia đầy đủ vào chuỗi giá trị trong sản xuất vải thiều ở Bắc Giang. Quy mô sản xuất nhỏ lẻ dẫn đến mức độ tham gia và độ dày liên kết chuỗi giá trị kém đang làm giảm giá trị sản phẩm cuối cùng và thu nhập sau này của người nông dân. Một số nghiên cứu về chuỗi giá trị khác cũng cho thấy hộ gia đình có tỷ lệ phân phối thu nhập cao (Nguyen & Nguyen, 2021). Trong các chuỗi giá trị đó, nông dân nhận được tỷ lệ phân phối lợi nhuận cao nhất trong chuỗi giá trị với hơn 60%. Cụ thể Nguyễn Viết Tuấn (2012) khi nghiên cứu hộ trồng sắn ở Thừa Thiên Huế đã thấy rằng, các hộ sản xuất có thể chiếm gần 70% lợi nhuận từ chuỗi giá trị sắn, nhà máy chế biến khoảng 19,4% và thương lái là 11,7%. Lộc & cộng sự (2015) đã phân tích chuỗi giá trị ớt theo mô hình của GTZ (2007) cũng thấy rằng nông dân đạt được đến trên 80% lợi nhuận của chuỗi, cao hơn hẳn so với thương lái, nhà bán buôn hoặc nhà xuất nhập khẩu. Kết quả này cũng khá tương đồng với nghiên cứu của Nguyễn Phú Sơn & Nguyễn Thị Thu An (2014) trong chuỗi giá trị tỏi ở Ninh Thuận hay nghiên cứu của Nguyễn Hữu Tâm & Lưu Thanh Đức Hải (2014) trong chuỗi giá trị ca cao ở Bến Tre.

Mặc dù việc tham gia vào chuỗi được cho là có lợi nhưng các nghiên cứu cũng cho thấy một số kết quả mâu thuẫn về vai trò của người nông dân khi người nông dân

nhận được giá trị thấp hơn các tác nhân khác (Yan & cộng sự, 2017). Vẫn có nhiều nghiên cứu cho thấy nông dân thường là bên yếu thế, bị động hơn và ít lợi ích hơn; bên nhà chế biến và phân phối ở thể chủ động và cũng là những người nắm giữ được nhiều lợi ích từ chuỗi (Hồ Thanh Thủy, 2017; Falkowski & cộng sự, 2017; Lushi & cộng sự, 2023). Yan & cộng sự (2017) cũng thấy rằng nông dân phụ thuộc nhiều vào người mua và chịu mức giá được các nhà bán lẻ đưa ra và khi tham gia chuỗi, nông dân cần phải bỏ ra những khoản đầu tư đáng kể (như vào chất lượng nông sản hoặc quản lý sau thu hoạch). Các hộ nông dân nhỏ cũng thường gặp bất lợi khi tham gia vào chuỗi do thiếu thông tin về thị trường và công nghệ. Họ thường thông qua trung gian và chỉ nắm được lợi ích nhỏ từ chuỗi giá trị. Họ thường bị tách khỏi các hoạt động có giá trị gia tăng cao. Das & Mishra (2019) khi phân tích chuỗi giá trị trà ở Ấn Độ đã thấy rằng, nhà chế biến là nhóm có thu nhập ròng cao nhất, sau đó đến các nhà bán lẻ. Lợi nhuận ròng trên một đơn vị trà thành phẩm của nông dân cao hơn nhóm thu mua và nhóm nhà bán buôn. Nguyen & cộng sự (2015) đã phân tích sự phân bổ lợi nhuận/ sản phẩm giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị trồng trà ở Mộc Châu, theo đó, nhà bán buôn có tỷ lệ lợi nhuận cao nhất với 30%, thương lái là 27%, nông dân trồng trà là 16%, nhà bán lẻ 13% và nhà máy chế biến là 12%. Chuỗi giá trị lúa gạo ở đồng bằng sông Cửu Long cũng có kết quả tương tự khi tỷ lệ phân phối lợi nhuận cho các nhà bán buôn là cao nhất, sau đó đến nhà bán lẻ, nông dân và thương lái (Võ Thị Thanh Lộc & Nguyễn Phú Sơn, 2011). Nghiên cứu của Nguyen & Le (2013) về chuỗi giá trị táo ở Ninh Thuận lợi cho thấy tác nhân có tỷ lệ phân phối lợi nhuận cao nhất là nhà bán lẻ (45-58%) sau đó là người trồng táo và thương lái.

2.2.2. Quyền thương lượng của nông dân với các chủ thể trong chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp

Nhu cầu tìm hiểu về quyền thương lượng của nông dân đối với người mua nông sản được quan tâm trong nhiều nghiên cứu (Malak-Rawlikowska & cộng sự, 2019; OECD, 2014). Hơn nữa, việc hiểu rõ cách thức quyền thương lượng được thực thi trong mối quan hệ giữa người mua và người nông dân là rất quan trọng. Nó ảnh hưởng trực tiếp đến cam kết, sự hài lòng, hiệu suất, phân phối giá trị, chia sẻ rủi ro và sự tham gia vào mối quan hệ thương mại (Benton & Maloni, 2005). Là đối tượng có nhiều rủi ro trong chuỗi giá trị, các hộ nông dân nhỏ đang tìm kiếm chủ thể liên kết phù hợp trong chuỗi giá trị để giảm sự không chắc chắn và rủi ro giao dịch trên thị trường, cải thiện hiệu quả hợp tác và sản xuất (Wang & cộng sự, 2021). Các nghiên cứu về quyền thương lượng của nông dân với các chủ thể trong chuỗi giá trị ở những quốc gia đang phát triển

hoặc chậm phát triển thường chỉ ra rằng nông dân thường thiếu vốn và do đó có quyền thương lượng hạn chế, mặc dù nông nghiệp có vai trò rất thiết yếu đối với nền kinh tế và việc làm của một khu vực (Csaki & cộng sự 2008).

Sự hiện diện của các doanh nghiệp dẫn đầu có khả năng điều phối toàn bộ chuỗi giá trị là một đặc điểm nổi bật của nhiều hình thức quản trị thị trường nông nghiệp hiện đại (Carbone, 2017). Về nguyên tắc, các doanh nghiệp dẫn đầu mạnh mẽ có thể sử dụng quyền lực của mình để khai thác lợi nhuận và giá trị từ các doanh nghiệp hoặc các hộ nông dân yếu hơn. Trong những năm cuối của thập kỷ 20, khi đa số các nước giảm dần trợ cấp nông nghiệp, nông dân càng dễ bị tổn thương hơn do quyền thương lượng yếu so với trước (Russo & cộng sự, 2011).

Ngoài ra, do khả năng tiếp cận thị trường nông sản kém, nông dân từ lâu đã phụ thuộc vào thương lái (traders) và những người trung gian (middleman) (Magesa & cộng sự, 2014; Abebe & cộng sự, 2016; Đỗ Thị Nang & Nguyễn Thị Hồng, 2018). Người trung gian đóng vai trò quan trọng trong việc kết nối nông dân với thị trường, đặc biệt ở các nước đang phát triển, khi thất bại thị trường diễn ra nhiều và chuỗi thực phẩm có nhiều giai đoạn.

Với đặc trưng là sản xuất nông nghiệp theo quy mô nhỏ, thiếu sự liên kết (cả liên kết ngang và liên kết dọc), người nông dân thường bị ép giá và ít được thương lượng (Nguyễn Văn Chung & cộng sự, 2023; Yan & cộng sự, 2017; Lushi & cộng sự, 2023; Falowski & cộng sự, 2017). Nhiều nghiên cứu đánh giá quyền thương lượng với các chủ thể khác trong chuỗi giá trị khá đa dạng, có thể về giá cả, đặc điểm, khối lượng sản phẩm, các chi phí vận chuyển và thời gian giao dịch,...

Yan & cộng sự (2017) khi nghiên cứu về thị trường quả óc chó cũng thấy rằng các nhà chế biến có quyền thương lượng cao hơn, họ thường áp đặt giá bán và người nông dân và thương lái nhỏ sẽ phải tuân theo. Lushi & cộng sự (2023) xem xét mối quan hệ giữa sức mạnh thương lượng của nông dân trong trao đổi với người bán qua việc khảo sát 640 nông dân ở Albania cho thấy, nông dân dễ thương lượng nhất về đặc điểm sản phẩm; sau đó là về tiêu chuẩn/chất lượng sản phẩm, tiếp đến là mức giá bán và cuối cùng là chi phí vận chuyển. Trong nghiên cứu về các hộ trồng nho ở Ninh Thuận Việt Nam, hình thức thương lượng chính là bằng miệng, mối quan hệ thường không cố định, cũng không giao kèo về chất lượng, số lượng, thời điểm cung cấp sản phẩm giữa bên mua và bên bán và không có hợp đồng bao tiêu (Đỗ Thị Nang & Nguyễn Thị Hồng, 2018). Falkowski & cộng sự (2017) và Malak-Rawlikowska & cộng sự (2019) phân tích quyền thương lượng về giá của nông dân với các nhà cung cấp đầu

vào thức ăn chăn nuôi và các nhà chế biến sữa thấy rằng, tỷ lệ nông dân có quyền thương lượng mạnh ít hơn so với những nông dân có quyền thương lượng yếu; các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng có thể kể đến như quy mô trang trại, quảng đường di chuyển hay mối quan hệ với người mua. Lee & cộng sự (2020) lại nghiên cứu về sự ảnh hưởng của hệ thống thông tin tới quyền thương lượng của người nông dân tới giá bán, sản lượng bán và thu nhập theo phương pháp hồi quy tuyến tính. Hệ thống thông tin được phân chia thành kênh chính thức và không chính thức và các hệ thống thông tin ngoài khác. Ngalande (2018) phân tích chiến lược quyền thương lượng trong marketing ngô ở Zambia thông qua việc phỏng vấn sâu 60 đối tượng quản lý và các hộ nông dân quy mô nhỏ, trong đó, hơn 70% hộ nông dân bán cho người mua cá nhân và chỉ có 30% bán cho cơ quan nông nghiệp. Đa số nông dân đều không thực hiện các hoạt động marketing chính thức và quyền thương lượng chỉ ở mức thấp. Quyền thương lượng trong nghiên cứu của Ngalande (2018) được đo lường bằng thang đo Likert 3 mức độ (mạnh, trung bình và yếu). Kết quả là 92% hộ có khả năng thương lượng ở mức yếu và chỉ có 8% ở mức trung bình. Không có hộ có quyền thương lượng mạnh. Người nông dân ở đây không thực hiện bất kỳ chiến lược thương lượng nào trong marketing sản phẩm của họ do họ bị phụ thuộc vào nguồn thu nhập từ ngô, thiếu đa dạng hóa cây trồng, dễ bị tổn thương do thiếu hiểu biết và hay có nhu cầu cần tiền cấp bách (như học phí, viện phí,...).

Một số nghiên cứu khác lại nhắc đến quyền thương lượng để lý giải việc nông dân lựa chọn đối tượng hợp tác, hoặc đưa ra giải pháp để gia tăng lợi ích hoặc vai trò của người nông dân quy mô nhỏ trong chuỗi giá trị. Quyền thương lượng trong các nghiên cứu này thường chưa rõ ràng hoặc được nhắc đến một cách gián tiếp (Malak-Rawlikowska & cộng sự, 2019).

Như vậy, đa số các nghiên cứu cho rằng bất lợi của nông dân trong chuỗi giá trị một phần đến từ quyền thương lượng của họ, nông dân thường có quyền thương lượng yếu hơn, tuy nhiên, quyền thương lượng này không phải cố định và có thể thay đổi trong một số trường hợp, tùy thuộc vào số lượng người mua và các yếu tố khác. Trong các nghiên cứu đã thực hiện liên quan đến quyền thương lượng của nông dân, quyền thương lượng thường được nhắc đến một cách gián tiếp hoặc được đánh giá như một yếu tố ảnh hưởng trong mối quan hệ hoặc liên kết của nông dân với người mua/ người bán và người mua chủ yếu là các doanh nghiệp. Một số nghiên cứu lại tập trung vào xác định quyền thương lượng và giải pháp nâng cao quyền thương lượng, chưa nhiều nghiên cứu thực nghiệm cho kết quả minh chứng về các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng.

2.2.3. Quyền thương lượng và lợi ích của người nông dân trong chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp

Vấn đề phân phối quyền thương lượng và lợi ích hoặc thu nhập trong chuỗi nông sản vẫn còn nhiều tranh luận (Dries & cộng sự 2009; Trebbin 2014). Trong thị trường cung cấp đầu vào ở thượng nguồn, Malak-Rawlikowska & cộng sự (2019) đã chỉ ra rằng mối quan hệ giữa nông dân và nhà cung cấp vật tư đầu vào và cho thấy nông dân trong mẫu nghiên cứu dường như không ở thế bất lợi so với các nhà cung cấp thức ăn chăn nuôi. Họ có thể thương lượng giá hoặc lựa chọn nhà thầu thay thế khác. Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy, quyền thương lượng tốt giúp nông dân có mức chiết khấu tốt hơn, những nông dân tự nhận thấy mình có khả năng thương lượng mạnh thường được hưởng mức chiết khấu cao hơn những nông dân tự cho mình có vị thế yếu. Kết quả nghiên cứu của Falowski & cộng sự (2017) cho thấy, những nông dân tự thấy mình có quyền thương lượng mạnh trong chuỗi thì sẽ nhận được mức giá cao hơn từ các công ty sữa.

Trong giao dịch với người mua nông sản, các hộ nông dân nhỏ thường tham gia và chuỗi giá trị do người mua định hướng (buyer-driven) nên có sự bất cân xứng về quyền lực trong các mối quan hệ thương mại giữa các bên, khiến nông dân khó có được giá bán tốt và giá trị gia tăng cao hơn (Zylberberg, 2013; Puspitasari, 2015). Mặt khác, Sexton và Xia (2018) đã chỉ ra nguyên do người nông dân không có quyền thương lượng phù hợp. Cụ thể, nông dân không tiếp cận được các cơ hội bán hàng, hạn chế về thanh khoản và thiếu cơ sở lưu trữ phù hợp. Ngoài ra, họ còn nhấn mạnh việc thiếu một khuôn khổ pháp lý để thực thi cạnh tranh công bằng. Tại Albania, một kịch bản tương tự cũng diễn ra, khi nông dân gặp phải những bất lợi đáng kể so với người mua tiềm năng. Như đã nói, việc thiếu một thị trường được tổ chức tốt, cơ sở hạ tầng yếu kém, giá bán thấp do sản xuất dư thừa, thiếu không gian phù hợp để lưu trữ hoặc bảo quản sản phẩm, các vấn đề về khí hậu, v.v., tất cả đều là những khó khăn gây áp lực đáng kể lên nông dân trong việc đẩy nhanh việc bán sản phẩm. Chính vì những lí do này, nông dân cố gắng bán sản phẩm ngay lập tức và với giá thấp thu nhập có được còn hạn chế. Hơn nữa, còn nhiều trường hợp khác mà nông dân phải bán sản phẩm mà không thể bán được ngay cả khi giá đã giảm (Lushi & cộng sự, 2023). Chính vì thế, quyền thương lượng càng suy yếu hơn. Quyền thương lượng yếu ảnh hưởng đến việc tham gia chuỗi giá trị của nông dân, bên cạnh các yếu tố như niềm tin, khoảng cách, chiến lược, văn hóa hay chính sách của chính phủ (Nguyen & cộng sự, 2020). Theo Branson và Douglas (1983), vị thế thương lượng yếu kém của nông dân thường khiến họ ít hoặc không tiếp cận được

thị trường, thông tin thị trường và thiếu vốn. Để có quyền thương lượng tốt hơn, một số nghiên cứu khác đưa ra bằng chứng cho thấy nông dân có quyền thương lượng từ các yếu tố trong thực thi hợp đồng, phân phối quyền sở hữu, lòng trung thành với đối tác và việc đầu tư vào sản phẩm (Dries & cộng sự 2009, Sauer & cộng sự 2012, Gorton & cộng sự 2014). Trong mối liên hệ với doanh nghiệp, nông dân liên kết với doanh nghiệp qua hợp đồng (có thể có hoặc không có trung gian). Hợp đồng có thể khắc phục phần nào hạn chế của các nông hộ nhỏ, như giảm rủi ro thị trường, hỗ trợ tiếp cận tín dụng, các nguồn đầu vào và thông tin (Xhoxhi & cộng sự, 2019). Tuy nhiên, qua hợp đồng, trong trường hợp người mua lớn (doanh nghiệp, nhà xuất khẩu...) có thể bóc lột nông hộ nhỏ do có quyền lực hơn (Daviron, 2002; Daviron & Gibbon, 2002). Những người mua lớn khiến nông dân phụ thuộc vào họ bằng cách ảnh hưởng đến việc sản xuất, đầu tư và tỷ suất lợi nhuận của nông dân (Xhoxhi & cộng sự, 2019). Người nông dân không có sự lựa chọn, có thể buộc phải chấp nhận các điều khoản hợp đồng kém thuận lợi hơn (Sivramkrishna & Jyotishi, 2008). Ngoài ra, người nông dân cũng có thể cải thiện quyền thương lượng thông qua tổ chức tập thể, tiếp cận thông tin thị trường hoặc đa dạng hóa kênh tiêu thụ, theo đó, có thể có giá bán cao hơn và biên lợi nhuận ổn định hơn (Holloway & cộng sự, 2000; Jensen, 2010). Fischer & Qaim (2012) cũng chứng minh marketing tập thể giúp nông dân cải thiện thu nhập, đảm bảo sinh kế và tăng khả năng chống rủi ro. Courtois & Subervie (2014) cũng khẳng định nông dân có thể thương lượng tốt hơn thì phần giá trị gia tăng họ có thể có từ chuỗi sẽ tăng lên rõ rệt.

Tác động của quyền thương lượng và giao dịch qua thương lái tới lợi ích (thu nhập hoặc lợi nhuận) của người nông dân cũng nhận được các phản hồi không đồng nhất. Swamy & cộng sự (2010) cho rằng thu nhập ròng của người nông dân có thể cao hơn khi tham gia liên kết. Đa số nông dân vẫn tiếp tục buôn bán thông qua người trung gian vì: (i) thương lái dường như thích làm việc với người trung gian để đảm bảo số lượng và chất lượng tối thiểu, giảm chi phí đo lường chất lượng; (ii) các mối quan hệ cá nhân có thể ràng buộc các hộ nông dân nhỏ tham gia giao dịch thông qua người trung gian, dù bị tổn thất về thu nhập; (iii) giao dịch qua trung gian có thể giúp hộ nông dân nhỏ ít tài nguyên tiếp cận với thương lái và người mua cuối cùng. Kết quả này khá tương đồng với nghiên cứu của Võ Thị Thanh Lộc & Nguyễn Phú Sơn (2011); Suyanto & cộng sự (2019). Nghiên cứu của Das (2017) cho kết quả về tổng biên lợi nhuận của tất cả các trung gian đưa nông sản ra thị trường lần lượt là: nhà bán lẻ - 25%, nhà bán buôn phụ - 6%, nhà bán buôn - 10%, nhà tập kết - 8%, thương lái cấp làng - 10%, chi phí vận chuyển - 10% và nhà sản xuất chính hoặc người trồng (nông dân) - 25%.

Tuy nhiên, Sexton (1979) cho rằng nông dân có quyền thương lượng thấp do phụ thuộc vào người mua, dẫn đến giá bán nông sản thường thấp hơn mức cạnh tranh, họ gặp bất lợi trong việc phân chia thặng dư và thu nhập bị giảm xuống. Abebe & cộng sự (2016) cũng chứng minh, lợi nhuận gộp của nông dân cao hơn 225% khi không qua trung gian. Lý do là vì người nông dân không thông qua trung gian có thể tiếp cận với các hợp đồng chất lượng tốt hơn và nhận được mức giá cao hơn cho sản phẩm của mình

2.3. Tổng quan nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng của nông dân với các chủ thể trong chuỗi giá trị nông sản

Các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng giữa các chủ thể nói chung và giữa nông dân với thương lái trong chuỗi giá trị nông sản nói riêng rất đa dạng. Việc tổng quan các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng của nông dân với các chủ thể trong chuỗi giá trị nông sản được tiếp cận theo các nhóm yếu tố sau: (i) các yếu tố thuộc về phía các chủ thể (gồm cả nông dân và thương lái, trong nghiên cứu này tập trung vào yếu tố thuộc về nông dân); (ii) các yếu tố thuộc đặc điểm và chất lượng mối quan hệ giữa các chủ thể; (iii) các yếu tố môi trường ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất và mua bán nông sản và (iv) các yếu tố thể hiện đặc điểm của nông sản.

2.3.1. Các yếu tố thuộc về người nông dân

2.3.1.1. Sự phụ thuộc của nông dân với người mua

Quyền lực của bên A tỷ lệ thuận với sự phụ thuộc của bên B vào nó, và sự phụ thuộc này được xác định với tầm quan trọng của nguồn lực mà A kiểm soát đối với B và khả năng thay thế (Emerson, 1962; Cook & Emerson, 1978; Sexton, 1979).

Trong chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp, nông dân nhỏ thường phụ thuộc cao vào người mua vì thiếu khả năng kiểm soát các nguồn lực then chốt như thị trường, công nghệ chế biến và kênh phân phối (Porter, 1985; Etgar, 1976). Courtois & Subervie (2014) cho thấy dịch vụ thông tin thị trường (MIS) giúp nông dân tiếp cận thông tin giá và cải thiện giá bán, điều này giảm bất cân xứng thông tin và tăng phần lợi ích mà nông dân nhận được từ chuỗi. Malak-Rawlikowska & cộng sự (2019) trong nghiên cứu về quyền thương lượng của nông dân với các nhà cung cấp đã cho thấy kiểm soát đầy đủ nguồn lực cũng giúp nông dân cải thiện vị thế trong thương lượng giá. Lushi & cộng sự (2023) chỉ ra rằng những nông dân có kế hoạch mở rộng đầu tư sản xuất, có năng lực kiểm soát nguồn lực nội bộ như tài chính, marketing. Nghiên cứu về kênh phân phối hiệu quả của Mgale (2020) cho thấy, việc chọn kênh phân phối phù hợp cũng giúp nông dân kiểm soát mạng lưới thị trường, từ đó gia

tăng quyền thương lượng trong giao dịch. Benson & Faguet (2023) xác nhận rằng quyền tiếp cận tín dụng nông nghiệp có thể giúp nông dân thực hiện các khoản đầu tư và tối đa hóa lợi nhuận.

Sexton (1979) cho rằng trong thị trường độc quyền mua hoặc số lượng người mua ít, người mua thường có lợi thế trong thương lượng về giá và điều kiện giao dịch. Trong ngành nông nghiệp, người nông dân thường ở vị thế yếu do họ phụ thuộc nhiều vào nhà mua, nhà trung gian và nhà chế biến để tiếp cận thị trường trong khi các tác nhân này có nhiều nguồn cung thay thế (Frazier, 1983a). Yan & cộng sự (2015) khi nghiên cứu về việc bán quả óc chó của nông dân đã thấy rằng, số lượng người mua càng ít thì vị thế mặc cả của nông dân nhỏ càng yếu. Đa số nông dân (kể cả nông dân có sản phẩm hữu cơ) đều chỉ gặp một thương lái tại chợ của làng mình. Vì số người mua ít, giá bán quả óc chó ở làng cũng giảm xuống. Một số hộ nông dân cố gắng bán sản phẩm của mình cho bạn bè hoặc người thân để có giá tốt hơn. Một số lại lựa chọn vận chuyển đến tỉnh (hiện đang bán ở làng) để bán ở chợ bán buôn cho các nhà chế biến. Giá bán ở tỉnh cũng cao hơn nhưng số lượng người bán cho bạn bè, người thân, chợ đầu mối lớn này rất ít.

Khả năng tích hợp ngược được hiểu là việc nhà cung cấp (ở đây là nông dân) có thể tự bán nông sản ra thị trường mà không phải qua trung gian hay không, cũng có thể hiểu là khả năng tiếp cận thị trường của nông dân ở mức độ nào. Nông dân có khả năng tích hợp ngược có thể chủ động tiếp cận với người mua thì sẽ có thêm lợi thế và khả năng tác động đến giá bán hoặc cách thức thanh toán. Các nghiên cứu cũng chỉ ra việc tiếp cận thông tin thị trường tốt hơn có thể cải thiện quyền thương lượng của nông dân, do đó, có thể bán nông sản với giá cao hơn (Svensson & Yanagiza, 2009; Shimamoto & cộng sự, 2014; Yovo, 2017). Theo Permadi & Winnarti (2018), những người khó tiếp cận thị trường thường đồng nghĩa với việc dễ chịu tác động và kiểm soát bởi những trung gian. Lý do khiến nông dân không tiếp cận được thị trường phù hợp là vì thông tin. Nghiên cứu của Courtois & Subervie (2014) tìm hiểu ảnh hưởng thông tin giá cả thị trường trong việc thương lượng giá và sự cân bằng quyền lực giữa nông dân và thương lái cho thấy nông dân thường thiếu hiểu biết về thị trường hiện tại vì khoảng cách nơi ở xa xôi, kém tiếp cận với nơi bán (chợ).

Các thị trường tiêu thụ nông sản trong vòng bán kính 200km đóng vai trò là thị trường tiêu thụ hàng đầu cho các cụm sản xuất nông nghiệp ở địa phương (Gupta, 2015). Khi nghiên cứu trường hợp người nông dân trong chuỗi giá trị quả óc chó ở Trung Quốc, Yan & cộng sự (2017) đã thấy rằng, nông dân phải đi khá xa để đến chợ (khoảng 5

tiếng). Tại các chợ này, thương lái đóng vai trò như người thu gom hoặc môi giới cho các nhà chế biến. Nông dân bị hạn chế trong việc tiếp cận thị trường (cụ thể là việc chọn chợ ở nông thôn), dẫn đến việc họ cũng bị hạn chế trong việc lựa chọn thương lái và nhà chế biến, đồng thời bị thiếu thông tin về thị trường. Thông tin bao gồm kiến thức về giá cả và đối thủ cạnh tranh.

2.3.1.2. Khả năng tập thể hóa

Khả năng tập thể hóa hay tham gia vào các tổ chức cộng đồng có thể mang đến lợi ích, gia tăng khả năng thương lượng của người nông dân với người mua (Bijman & cộng sự, 2012; Trebbin, 2014). Mô hình này cho phép các hộ nông dân nhỏ lẻ chưa được tổ chức có thể có mặt trong chuỗi giá trị. Thông qua việc tập trung khối lượng nông sản, nông dân có thể tăng cường khả năng thương lượng với người mua và nhà cung cấp đầu vào tiềm năng (Kumar & cộng sự, 2010; Yan & cộng sự, 2017), giảm rủi ro liên quan đến hoạt động nông nghiệp, thực hiện hoạt động marketing có tổ chức và hiệu quả và hưởng lợi từ chuỗi tốt hơn (Velázquez & cộng sự, 2017; Shrivastava & cộng sự, 2010).

Cũng có nhiều nghiên cứu cho rằng nông dân có thể lựa chọn tham gia các tổ chức như hợp tác xã và nhóm sản xuất để giảm chi phí giao dịch (Kumar & cộng sự, 2010; Zylberberg, 2013; Yan & cộng sự, 2017). Một trường hợp khác là người mua thông qua hợp đồng cung cấp cho nông dân tín dụng và khả năng tiếp cận các yếu tố đầu vào để giảm bớt hạn chế về vốn. Điều này đã được chứng minh trong nghiên cứu về doanh nghiệp xuất khẩu trái cây Lecofruit ở Madagascar đã tìm nguồn cung ứng từ 9.000 hộ nông dân nhỏ thông qua hợp đồng (Reardon & cộng sự, 2009). Doanh nghiệp này cũng sử dụng các cán bộ khuyến nông để giám sát và hướng dẫn nông dân như phun thuốc trừ sâu, đảm bảo tiếp cận tín dụng và đầu vào,... Nhờ vậy mà họ vẫn duy trì được mức độ kiểm soát cao với việc sản xuất mặc dù đối tác là các hộ nông dân nhỏ. Hoặc trường hợp khác là do hệ thống thủy lợi, đường sá thuận tiện, các hộ nông dân nhỏ là thành viên của các nhóm hoặc tổ chức nông dân có thiết bị nông nghiệp cơ giới,...

Ngoài ra, sự hiện diện của các hợp tác xã có thể tạo ra ngoại ứng, mang lại lợi ích cho nông dân bên ngoài hợp tác xã (Liang & Hendrikse, 2016). Irianto (2008) cho rằng việc thành lập các nhóm nông dân là một trong những chiến lược có thể được thực hiện để giúp nông dân tiếp cận thị trường. Điểm này khá tương đồng với kết quả nghiên cứu của Danau & cộng sự (2011). Việc marketing theo nhóm, cụ thể là gom chung nông sản để có khối lượng bán hàng lớn hơn cũng có tác động đáng kể đến giá bán. Các hộ nông dân bán quả óc chó ở Trung Quốc đã nhận được mức giá cao hơn khi gom chung quả óc chó để

bán cùng nhau (Yan & cộng sự, 2017). Yan & cộng sự (2017) cho rằng tập trung cùng bán hàng sẽ giúp giảm chi phí vận chuyển, thu gom, cân và đóng bó cho thương lái. Theo Sorentino & cộng sự (2018), nông dân tham gia tổ chức sản xuất (PO) và liên kết lại có thể tiếp cận các kênh marketing thay thế mà các công ty riêng lẻ không có, giúp cải thiện lợi ích bất đồng và quyền thương lượng của họ.

Lợi ích của người nông dân khi tham gia hợp tác xã hoặc các tổ chức cộng đồng được nhiều nghiên cứu khác chứng minh như hợp tác xã phụ nữ đánh cá trong chuỗi cung ứng muối (Gunakar & cộng sự, 2010), các hộ nuôi trồng rong biển trong quản lý tài nguyên biển (Krishnan và Narayanakumar, 2010), các hộ chăn nuôi bò sữa (Shrivastava & cộng sự, 2010). Hay một ví dụ khác là “Mahagrapes” - một hình thức doanh nghiệp từ 16 hợp tác xã trồng nho với 2.500 người ở Maharashtra. Mahagrapes hỗ trợ cung cấp đầu vào cho nông dân (thông qua mua số lượng lớn hoặc chia sẻ các đầu vào tự sản xuất). Mahagrapes cũng giúp các hộ nông dân nhỏ có cơ hội tham gia thị trường nước ngoài (Roy & Thorat, 2008). Hay mô hình Hợp tác xã Sản xuất nông nghiệp, Marketing và Chế biến (HOPCOMS) ở Karnataka và SAFAL ở Delhi giúp nông dân bán hàng với giá cao hơn 8% và giảm chi phí marketing đến 92% so với những người tự bán trên thị trường mở (Birthal & cộng sự, 2007).

Tuy nhiên, cần lưu ý là ban đầu việc tham gia các tổ chức này cần sự hỗ trợ của nhà nước, đặc biệt là tài chính ở trong giai đoạn đầu phát triển (Chengappa, 2018) và các PO nhỏ có thể không thể cải thiện quyền thương lượng của nông dân và thay đổi đáng kể kết quả thương lượng (Sorentino & cộng sự, 2018)

2.3.1.3. Khả năng tiếp cận thông tin thị trường

Theo Lee & cộng sự (2020), sự bất cân xứng thông tin giữa nông dân và người mua cũng là một nguyên nhân điển hình gây ra tình trạng kém hiệu quả của thị trường (Stigler, 1961) và đặc biệt nghiêm trọng ở các vùng nông thôn tại các nước đang phát triển do chi phí vận chuyển cao, cơ sở hạ tầng yếu kém và số lượng người mua hoạt động ở khu vực nông thôn hạn chế (Fafchamps & Hill, 2008). Courtois & Subervie (2014) cho rằng thông tin bất cân xứng về giá thị trường có thể làm sụp đổ các cuộc thương lượng giữa nông dân và thương lái. Đặc biệt, khi giá thị trường giảm mạnh do các yếu tố bên ngoài, những người nông dân thiếu thông tin có thể từ chối bán sản phẩm của mình cho thương lái vì lợi nhuận từ việc bán sản phẩm thấp hơn mong đợi, ngay cả khi thương lái đưa ra mức giá làm giảm lợi nhuận của họ. Theo Shepherd (1997), các nguồn thông tin chính của nông dân thường đến từ người mua, chợ địa phương, phương tiện truyền thông

đại chúng (radio, ti vi, báo chí), dịch vụ khuyến nông, mạng lưới của người nông dân. Aker (2010) bổ sung rằng nông dân có thể thu thập thông tin từ điện thoại di động.

Các cuộc điều tra thực nghiệm về sự tương tác giữa khả năng tiếp cận thông tin, các tác nhân thị trường (nông dân, người trung gian và hợp tác xã) chưa được đầy đủ. Nghiên cứu về vai trò của việc tiếp cận thông tin đối với giá cả và lợi nhuận của nông dân cho thấy kết quả trái chiều, một số nghiên cứu chỉ ra tác động tích cực của việc tiếp cận hệ thống thông tin và nguồn tin, một số lại không thấy có tác động rõ ràng.

Về kết quả tích cực, Svensson & Yanagizawa (2009) khi nghiên cứu nông dân ở Uganda đã thấy rằng, những nông dân tiếp cận được thông tin về giá nông sản qua các chương trình radio có thể có mức giá bán và biên lợi nhuận tốt hơn những nông dân không có thông tin giá. Jensen (2007) khi phân tích ngư dân ở Ấn Độ cũng thấy rằng những người sử dụng điện thoại để hỏi giá trước khi bán cũng bán được với mức giá tốt hơn. Shimamoto & cộng sự (2014) cũng cho kết quả tương đồng khi thấy rằng nông dân trồng lúa ở Campuchia có giá bán tốt hơn so với thị trường khi có nhiều lần nhận thông tin về giá qua điện thoại hơn. Aker (2010) phân tích thị trường nông nghiệp ở nhiều quốc gia cũng thấy nông dân sở hữu điện thoại và radio và mức sử dụng cao cũng dễ lựa chọn kênh giao dịch, đề ra mức giá tốt hơn. Nhằm giảm thiểu sự bất cân xứng thông tin của nông dân với các chủ thể khác, nhiều chính phủ ở khu vực Châu Phi cận Sahara đã triển khai Hệ thống Thông tin Thị trường (MIS), công bố thông tin giá cả của nhiều mặt hàng khác nhau tại nhiều thị trường khác nhau (USAID, 2013). Courtois & Subervie (2015) cũng cho kết quả tương tự khi nghiên cứu nông dân ở Ghana, những nông dân có tham gia MIS và sử dụng nhiều MIS thì có giá bán và biên lợi nhuận tốt hơn. Fischer & Qaim (2012) lại nghiên cứu mức độ chia sẻ và sử dụng thông tin của nông dân khi tham gia hợp tác xã ở Kenya và cho kết luận về giá bán và thu nhập của người dân tốt hơn. Muto & Yamano (2009) cho rằng khi luồng thông tin tăng lên, chi phí tiếp thị nông sản giảm xuống và điều này đặc biệt làm tăng sự tham gia thị trường của nông dân sống ở các vùng sâu vùng xa. Kết quả là nông dân và thương lái chịu chi phí và rủi ro di chuyển nếu cả hai bên đều biết trước số lượng và giá cả của những gì họ có thể giao dịch.

Một số nghiên cứu khác lại cho rằng thông tin trên thiết bị di động không có tác động nào đến khả năng tiếp cận thị trường và quyền thương lượng của nông dân (Oguto & cộng sự, 2014). Nguyên nhân chủ yếu là do tuổi tác, quy mô hộ nông dân và loại cây trồng (Fafchamps & Minten, 2012; Mitra & cộng sự, 2018; Muto & Yamano, 2009; Lee & cộng sự, 2020). Nghiên cứu của Lee & cộng sự (2020) cũng đánh giá tác động của hệ thống thông tin công cộng đến kết quả nông nghiệp của nông dân qua việc sử dụng dữ

liệu sơ cấp thu thập từ 466 nông dân trồng cà phê ở Ethiopia vào năm 2014 và nhận thấy rằng mặc dù không có sự khác biệt về giá bán trên mỗi kg giữa người sử dụng hệ thống thông tin và người không sử dụng hệ thống thông tin, nhưng có sự khác biệt về khối lượng bán, tỷ lệ khối lượng bán và thu nhập từ trang trại cà phê.

Một số nghiên cứu khác cũng chưa xác định được tác động trực tiếp như Fafchamps & Minten (2012) không tìm thấy bất kỳ mối quan hệ nào giữa khả năng tiếp cận thông tin và quyền thương lượng hoặc giá bán. Fafchamps & Minten (2012) chưa thấy rõ tác động của MIS với nông dân tới giá nông sản ở Ấn Độ. Cũng ở thị trường Ấn Độ (Tây Bagal), Mitra & cộng sự (2013) thấy rằng hệ thống thông tin cũng chưa có tác động rõ ràng đến quyền thương lượng. Kết quả nghiên cứu của Lee & cộng sự (2020) chỉ ra nhiều tác động của hệ thống thông tin lên quyền thương lượng của nông dân, mặc dù có thể không tác động trực tiếp lên quyền thương lượng, nhưng có thể gia tăng khối lượng bán hàng, tỷ lệ bán hàng và thu nhập của người nông dân.

2.3.1.4. Hoạt động thích ứng với biến đổi khí hậu

Trong bối cảnh nông nghiệp là một trong những ngành chịu ảnh hưởng nặng nề nhất bởi biến đổi khí hậu (Dutta và Begum, 2022), nông dân lại càng yếu thế hơn trong thương lượng. Biến đổi khí hậu có thể gia tăng tính tổn thương như hạn hán và lũ lụt có thể làm tăng sự phụ thuộc của nông dân vào thị trường và nguồn lực bên ngoài (Campbell, 2022; Nadeem và cộng sự, 2024). Các chiến lược thích ứng cũng đòi hỏi phải đầu tư và kiến thức mới, đây cũng là thách thức với hộ sản xuất nhỏ (Nadeem và cộng sự, 2024) nếu không nhận được sự hỗ trợ. Việc thích ứng cũng có thể tạo ra những nhu cầu mới vào chuỗi giá trị, từ đó, thay đổi sự phân bổ quyền lực giữa các bên liên quan (Campbell, 2022).

Nguyen & Ho (2021), Nguyen & cộng sự (2020), và Nguyen & Nguyen (2019) đã tìm thấy trong các nghiên cứu của họ rằng chiến lược của nông dân để ứng phó với rủi ro biến đổi khí hậu có tác động đáng kể đến thu nhập của họ. Nông dân ý thức được sự giàu có của họ khi đưa ra các quyết định thích ứng với khí hậu. Việc thực hiện các giải pháp thích ứng cho phép nông dân giảm thiểu rủi ro sản xuất, góp phần đảm bảo sản lượng và chất lượng nông sản, từ đó gia tăng quyền thương lượng với người mua.

Nông dân có thể tăng cường sức mạnh thương lượng thông qua các hoạt động thích ứng như tham gia vào các tổ chức tập thể để nâng cao năng lực trong việc áp dụng các phương pháp canh tác mới; đổi mới công nghệ qua thay đổi các kỹ thuật canh tác và cải tiến khác để tăng năng suất hoặc đa dạng hóa sinh kế thông qua mở rộng cây trồng, vật nuôi hoặc tham gia hoạt động kinh tế khác để tạo thu nhập mới, tránh phụ thuộc vào

nông nghiệp (Mesfin, 2018; UNDP, 2023). Tuy nhiên, việc thích ứng cũng không dễ dàng. Nông dân cho biết trong những năm gần đây, kinh nghiệm truyền thống của họ, những dự đoán dựa trên một số chỉ số truyền thống trước gió mùa đã chứng minh là sai và họ không phải lúc nào cũng chắc chắn về việc lập kế hoạch canh tác của mình (UNIDO, 2021).

2.3.1.5. Một số đặc điểm khác của nông dân

Yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến quyết định tham gia thị trường của nông dân bao gồm tuổi tác, giới tính, trình độ giáo dục và tương tác trong hộ gia đình (Cuevas, 2014). Nghiên cứu của Đỗ Kim Chung (2011) chỉ ra rằng, một số đặc điểm nhân khẩu của nông dân như tuổi tác, trình độ học vấn, chuyên môn, điều kiện sức khỏe, kinh nghiệm làm nông hoặc vốn xã hội cũng có thể gia tăng quyền thương lượng cho nông dân.

Malak-Rawlikowska & cộng sự (2019) đã đo lường tác động của độ tuổi và trình độ học vấn của nông dân tới quyền thương lượng với nhà cung cấp đầu vào. Điều này được thực hiện để nắm bắt vốn con người của nông dân, vốn có thể ảnh hưởng đến cả cách quản lý trang trại và mối quan hệ với các nhà cung cấp đầu vào.

Lee & cộng sự (2020) thì xem xét liệu tác động của hệ thống thông tin thị trường (MIS) có đồng nhất hay không tùy thuộc vào trình độ học vấn của người dùng bằng phương pháp OLS. Kết quả cho thấy cả biến giả MIS với trình độ học vấn không có ý nghĩa thống kê. Do đó, trình độ học vấn của người dùng MIS không ảnh hưởng đến hiệu quả làm việc và khả năng thương lượng của người nông dân.

2.3.2. Các yếu tố thuộc mối quan hệ giữa các chủ thể

Mối quan hệ cá nhân của nông dân và đối tác cũng được tính tới khi phân tích quyền thương lượng (Falkowski & cộng sự, 2017). Nông dân có quan hệ tốt với người mua thường có vị thế thương lượng mạnh hơn do giảm sự phụ thuộc (Wilson, 1995). Nông dân hợp tác dài hạn với người mua có khả năng thương lượng được giá tốt hơn, điều kiện thanh toán linh hoạt hơn và hỗ trợ kỹ thuật tốt hơn (Ranjan, 2017; Enthoven & Van den Broeck, 2021). Hingley (2005) nghiên cứu mối quan hệ quyền lực trong chuỗi cung ứng thực phẩm Anh phát hiện rằng các nhà bán lẻ lớn thống trị mối quan hệ, nhưng nông dân có thể cân bằng quyền lực thông qua xây dựng mối quan hệ dựa trên tin cậy và cam kết lẫn nhau. Nghiên cứu của Batt (2003) về chuỗi cung ứng rau quả tươi ở Thái Lan cho thấy nông dân có mối quan hệ cá nhân tốt với người mua có khả năng thương lượng tốt hơn về giá cả và điều kiện thanh toán.

Mối quan hệ với thương lái/người mua trung gian với nông dân hay nông hộ nhỏ thường thể hiện thông qua thời gian thiết lập quan hệ, niềm tin vào đối tác (Nguyen & Bokemann, 2019; Nguyễn Văn Nền, 2016) hay trực tiếp nhất là ràng buộc kinh tế - vay nợ. Nông dân Việt Nam bán hầu hết sản phẩm của họ cho các đại lý thu mua hoặc thương lái địa phương vì thông tin thị trường không đầy đủ, hạn chế trong lựa chọn kênh bán hàng và cơ sở marketing kém (Nguyen & Bokelmann, 2019). Điều này giải thích việc nông hộ nhỏ thường thiếu tiền mặt và hay chìm trong vòng vay nợ, họ thường phải tìm kiếm các nguồn tín dụng để trả các khoản vay từ trước. Thiếu khả năng thương lượng và ràng buộc trong các mối quan hệ tín dụng với người mua khiến người nông dân phải bán sản phẩm thu hoạch được với giá có tỷ lệ chiết khấu rất cao so với giá thị trường. Nông hộ nhỏ thường chỉ thu được nhỏ hơn 10% giá bán lẻ, người mua hàng là người đặt quy tắc, đặc biệt trong bối cảnh cung vượt cầu (Nguyen & Bokelmann, 2019). Một ví dụ khác là trong chuỗi giá trị dưa ở Việt Nam của Nguyễn Văn Nền (2016), các nông dân trồng dưa thường thực hiện các hoạt động như trồng, chăm sóc bán riêng, ít có sự phối hợp thực hiện đồng loạt nhưng đều có điểm chung là ưa thích bán hàng cho các thương lái. Mặc dù mối liên kết giữa nông dân và thương lái thường dựa trên lòng tin nhưng yếu tố này lại có tính thời điểm, nghĩa là nông dân có thể bán cho các thương lái khác nhau trong các kỳ thu hoạch khác nhau (Nguyễn Văn Nền, 2015). Do không kí kết hợp đồng chính thức lâu dài, nông dân có thể bán cho các thương lái khác nhau. Nhiều trường hợp nông dân bán dưa cho các thương lái ở xa trong khi thương lái ở địa bàn lại thu mua từ nơi xa hơn khiến chi phí vận chuyển gia tăng. Nhiều trường hợp thương lái bất ngờ tăng giá tạm thời để giành khách hàng làm xáo trộn hoạt động thu mua và ảnh hưởng xấu đến sự liên kết giữa nông dân và thương lái thu mua trước đó. Điều này làm chuỗi giá trị kém sự ổn định và ở khâu đầu tiên đã thiếu nhịp nhàng. Hiện tượng trên thường được đề cập là "rủi ro đạo đức". Một số trường hợp người nông dân đã thỏa thuận với bên mua, nhưng có thể lại nhận được một lời chào mua với mức giá tốt hơn, ngay lập tức, họ thay đổi bên bán của mình. Hành động này có thể xem như là vi phạm cam kết. Đây cũng là một yếu tố góp phần vào sức mạnh thị trường giữa nông dân và người mua (Olounlade & cộng sự, 2019). Tuy nhiên, đa số các cam kết của người nông dân với thương lái là cam kết bằng miệng, rất khó để kiểm soát. Tác động về mặt danh tiếng của rủi ro đạo đức còn có khả năng gây hại cho mối quan hệ đối tác lâu dài giữa nông dân và người mua (Zhang và Li, 2016), từ đó ảnh hưởng đến quyền thương lượng của họ. Theo Wilson (1990), uy tín của người mua và người bán có thể ảnh hưởng đến sự công bằng trong mối quan hệ giữa nông dân và thương lái. Đối tác có uy tín sẽ xây dựng mối quan hệ bền vững theo thời gian. Như vậy, quyền thương lượng của nông dân có thể phụ thuộc

vào tài sản hữu hình của họ mà còn phụ thuộc vào nhận thức của họ, mối quan hệ với đối tác, môi trường (Falkowski & cộng sự 2017) hoặc uy tín của người bán (Wilson, 1990).

2.3.3. Các yếu tố môi trường ảnh hưởng đến quyền thương lượng của nông dân trong chuỗi giá trị nông sản

2.3.3.1. Hỗ trợ của chính phủ và các tổ chức khác

Các chính sách ổn định thị trường gồm chính sách về dự trữ, kiểm soát xuất khẩu hoặc bình ổn giá. Theo Dastagiri & Sindhuja (2021), các chính sách hỗ trợ nông nghiệp thường bao gồm: (i) các chính sách hỗ trợ giá bán trong nước; (ii) chính sách hỗ trợ xuất nhập khẩu và (iii) các chính sách ổn định thị trường. Chính sách hỗ trợ giá trong nước bao gồm trợ cấp trực tiếp cho nông dân, giá sàn, trợ cấp cho nông dân. Những công cụ này chủ yếu giúp ổn định thu nhập và giảm rủi ro do biến động giá trên thị trường nông sản. Chính sách hỗ trợ xuất nhập khẩu như thuế nhập khẩu, hạn ngạch nhập khẩu và trợ cấp xuất khẩu được sử dụng để bảo vệ giá nông sản trong nước và hỗ trợ khả năng cạnh tranh của nông dân. Tuy nhiên, biện pháp này cũng có thể bất ổn do không theo quy tắc thị trường, ảnh hưởng đến giá nông sản toàn cầu. USAID (2013) và Courtois & Subervie (2014) lại đề cập đến tác động của các chính sách Hệ thống thông tin thị trường (cung cấp thông tin về thị trường cho nông dân qua điện thoại) tới khả năng thương lượng giá của nông dân. Còn nghiên cứu của Russo & cộng sự (2011), Cacchiarelli & Sorrentino (2013) lại đề cập đến các chính sách phát triển nông nghiệp nói chung, bao gồm hỗ trợ từ hoạt động sản xuất đến tiếp cận thị trường.

Ảnh hưởng của sự hỗ trợ của chính phủ và các hỗ trợ bên ngoài đến quyền thương lượng và lợi ích người nông dân nhận được chưa có sự thống nhất. Để đánh giá tác động chính sách, các nghiên cứu như Chengappa (2018), Cacchiarelli & Sorrentino (2013), Ciliberti & Frascarelli (2013), Suyanto & cộng sự (2019) chủ yếu phân tích dưới dạng định tính về tác động của chính sách tới giá bán nông sản và quyền thương lượng của nông dân. Kết luận về chiều hướng tác động cũng không tương đồng.

Về mặt tích cực, hỗ trợ từ cán bộ khuyến nông của nhà nước hay các tổ chức phi chính phủ (NGOs) cũng giúp phát triển chuỗi giá trị và gia tăng lợi ích người nông dân nhận được. Việc cung cấp dịch vụ hỗ trợ sản xuất cho các hộ nông dân nhỏ là rất quan trọng cho sự thành công của các chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp (Chengappa, 2018). Theo Suyanto & cộng sự (2019), việc nông dân tham gia vào lĩnh vực nông thường gặp khó khăn do như các vấn đề về vốn, tiếp thị, nguồn nguyên liệu thô, môi trường cạnh tranh gay gắt, thị phần hạn chế, hạn chế về quản lý doanh nghiệp, khả năng tiếp cận công nghệ,... Do đó, sự hỗ trợ từ nhiều bên, đặc biệt là chính phủ, đóng vai trò quan

trọng trong nỗ lực phát triển lĩnh vực nông nghiệp, ví dụ, bằng cách xây dựng các chính sách về vốn, hỗ trợ thiết bị sản xuất, quản lý, hạt giống, phân bón, hỗ trợ tiếp thị và các cơ sở khác hỗ trợ phát triển doanh nghiệp trong lĩnh vực nông nghiệp (Death, 2010; Subadyo & Arief, 2012). Sự hỗ trợ từ bên ngoài, đặc biệt là các chủ thể dẫn đầu trong chuỗi hoặc các nhà tài trợ thường là cần thiết với nông dân để giúp họ vượt qua các hạn chế về vốn và kỹ năng, từ đó gia tăng quyền thương lượng (Yan & cộng sự, 2017).

Tuy nhiên, theo Lushi & cộng sự (2023) các chính sách có thể làm suy yếu quyền thương lượng của nông dân, ví dụ như các chính sách cho phép tăng cường phối hợp theo chiều dọc và hợp nhất trong kinh doanh nông nghiệp có thể làm suy yếu quyền thương lượng của nông dân nhỏ, đặc biệt là trong các chuỗi giá trị toàn cầu, nơi tính phức tạp và tiêu chuẩn tư nhân cao. Nhiều chính sách hỗ trợ không phù hợp có thể khiến nông dân thiếu nhận thức và năng lực. Việc nhận được nhiều trợ cấp dễ khiến nông dân ỷ lại và thiếu tính cạnh tranh công bằng, thiếu năng lực phân tích và hiểu rõ động lực của quyền thương lượng trong chuỗi giá trị có thể dẫn đến các chính sách không giải quyết được nguyên nhân gốc rễ gây bất lợi cho nông dân. Theo Suyanto & cộng sự (2019), chương trình phát triển vùng nông nghiệp đô thị dành cho nông dân ở phía Đông đảo Java, Indonesia chưa thực sự hữu ích trong việc cải thiện quyền thương lượng và mức độ phúc lợi của nông dân địa phương. Thậm chí, phần lớn nông dân khẳng định rằng họ đã thu được lợi nhuận từ vụ thu hoạch gần nhất mà không cần đến sự hỗ trợ. Lợi nhuận từ doanh số bán hàng qua ba năm của họ là tương đối giống nhau, kể cả khi có tác động chính sách.

2.3.1.2. Cấu trúc thị trường và cơ sở hạ tầng

Khi thị trường đầu ra có xu hướng tập trung cao ở khâu chế biến và bán lẻ, quyền lực thị trường thường dịch chuyển về phía người mua, làm suy giảm khả năng thương lượng về giá và điều kiện giao dịch của nông dân (Nes & cộng sự, 2024; Boccaletti & cộng sự, 2024). Nghiên cứu thực nghiệm ở Trung Quốc và EU cho thấy mức độ tập trung ở các khâu trung gian có liên quan chặt chẽ với bất cân xứng quyền lực trong chuỗi (Nes & cộng sự, 2024).

Theo Lushi & cộng sự (2023) bên cạnh các yếu tố khác, việc thiếu một thị trường được tổ chức tốt, cơ sở hạ tầng kém và không có đủ nơi lưu trữ và bảo quản sản phẩm đã dẫn đến thu nhập thấp hơn cho nông dân, từ đó giảm quyền thương lượng khi bán nông sản. Việc cải thiện quản lý, cơ sở hạ tầng giao thông có thể giúp nông dân có mức giá tốt hơn (Gauraha và cộng sự, 2010).

2.3.4. Các yếu tố thể hiện đặc điểm của việc sản xuất và tính chất của nông sản

Đặc điểm của nông sản cũng ảnh hưởng đến vị thế và khả năng thương lượng của nông dân với người bán. Một số nông sản có đặc thù không dễ được lâu hoặc khó bảo quản thương bị người thu mua ép giá thấp và quyền thương lượng của nông dân cũng giảm xuống. Trong hoạt động trồng sen ở Huế, nếu đến thời điểm thu hoạch mà người nông dân không bán thì giá cả sẽ bị ảnh hưởng lớn. Vì cương sen để lâu không thu hái thì hạt sẽ già và khó tách vỏ. Hạt sen sau khi thu hoạch cũng khó bảo quản và giữ được chất lượng tốt vì nếu để qua ngày mà không bảo quản mát sẽ bị khô và giá giảm, người thu mua có thể không mua và mua với giá thấp. Người thu mua tận dụng điểm này để kiểm soát hộ nông dân nếu họ không liên kết hoặc duy trì mối quan hệ kinh doanh lâu dài (Nguyễn Văn Chung & cộng sự, 2023). Nghiên cứu của Yan & cộng sự (2017) về nông dân ở Trung Quốc cho thấy, thương lái thích mua quả óc chó sau khi thu hái không quá ba giờ, nếu không, giá bán có thể thấp hơn. Ngoài ra, khi gom được khối lượng lớn, giá bán cũng có thể được cải thiện.

Quy mô sản xuất cũng có thể ảnh hưởng đến khả năng thương lượng (Dries & cộng sự, 2009; Barrett, 2008). Các trang trại có quy mô lớn và chất lượng nông sản cao thường có quyền thương lượng cao hơn (Swinnen, 2007). Đôi khi, quy mô và chất lượng sản phẩm có thể đi đôi với nhau nhưng thực tế, nông dân thường thiếu vốn đầu tư để nâng cao chất lượng đầu ra. Quyền thương lượng của họ thường thấp hơn không chỉ vì họ không có nguồn cung lớn mà còn vì không thể cung cấp sản phẩm có chất lượng cao (Malak-Rawlikowska & cộng sự, 2019). Khối lượng bán cũng ảnh hưởng đáng kể đến giá bán nông sản của nông dân (Yan & cộng sự, 2015). Khi khối lượng bán hàng tăng, nông dân thường bán được với giá cao hơn. Ví dụ như trong trường hợp người nông dân ở Vân Nam Trung Quốc, nếu khối lượng nông sản tăng gấp đôi, giá bán có thể tăng lên đến 0.5 tệ/kg.

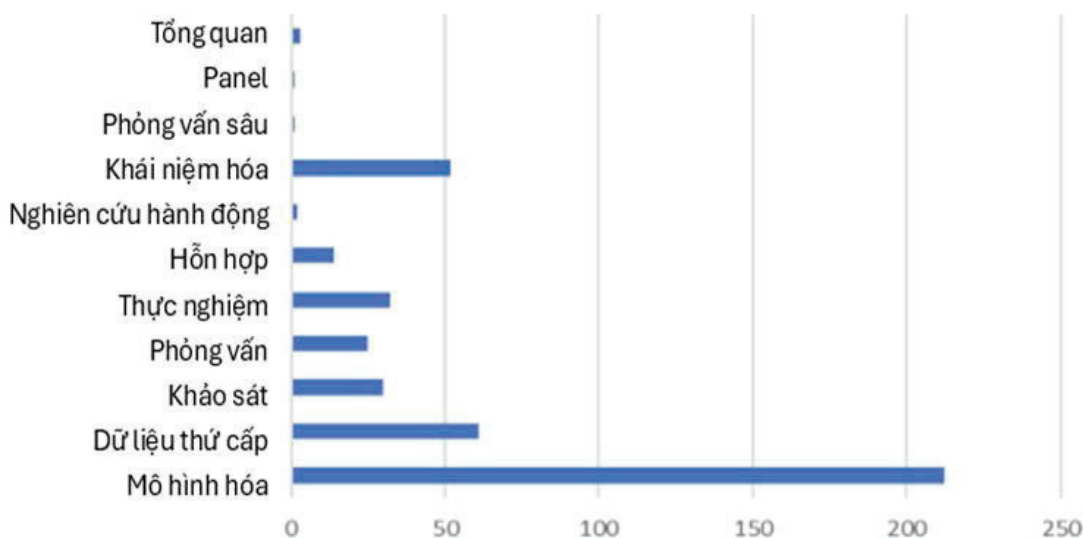
2.4. Tổng quan nghiên cứu về khung lý thuyết và phương pháp phân tích ảnh hưởng của các yếu tố tới quyền thương lượng của nông dân

2.4.1. Khung lý thuyết và cách tiếp cận nghiên cứu

Đã có các nghiên cứu khác nhau về quyền thương lượng giữa các bên trong các mối quan hệ trao đổi mua bán tuy nhiên, không nhiều nghiên cứu áp dụng hay có một khung lý thuyết rõ ràng (Kelly & Chiksand, 2024; Spina & cộng sự, 2015; Walker & cộng sự, 2015) mà chủ yếu việc phân tích các yếu tố ảnh hưởng chỉ dựa trên tổng quan nghiên cứu.

Kelly & Chiksand (2024) đã tổng hợp 427 bài viết trên các tạp chí quốc tế uy tín trên cơ sở dữ liệu của Scopus, ProQuest, ScienceDirect, JSTOR và Web of Science về

quyền thương lượng trong quản trị mua bán và cung ứng (mối quan hệ B2B) và thấy rằng, đã có nhiều nghiên cứu khác nhau về quyền thương lượng nhưng chỉ chưa đến 13% số bài báo được công bố dựa trên lý thuyết một cách rõ ràng. Spina & cộng sự (2015) liệt kê một số lý thuyết được sử dụng để phân tích quyền thương lượng gồm Lý thuyết Vĩ mô ngoại sinh (External Grand Theories - EGT), lý thuyết Chi phí giao dịch (Transaction cost economics - TCE), Quan điểm dựa trên nguồn lực (Resource-Based View - RBV), lý thuyết Trao đổi xã hội (Social Exchange theory) và lý thuyết Trò chơi (Game theory). Walker & cộng sự (2015) lại thấy các lý thuyết Trò chơi, lý thuyết Hợp đồng (Contract), lý thuyết Chi phí giao dịch (Transaction cost), lý thuyết Triển vọng và Ủy nhiệm (Prospect and principal agent theories), Khung thương lượng Nash (Nash Bargaining Framework). Trong lĩnh vực quản lý mua sắm và cung ứng ở các nước đang phát triển, lý thuyết RBV, TCE và lý thuyết Trò chơi được sử dụng nhiều hơn cả (Spina & cộng sự, 2015). Tuy nhiên, cách tiếp cận này chủ yếu dành cho các nghiên cứu thuộc lĩnh vực kinh tế, tỷ lệ nghiên cứu cụ thể như sau: 42% trong ngành công nghiệp; 14% lĩnh vực chăm sóc sức khỏe; 9% ngành xây dựng và chỉ có 5% trong ngành nông nghiệp; còn lại là lĩnh vực bán lẻ và vận chuyển (đều 4%). Như vậy, có thể cần thêm nhiều nghiên cứu ở các ngành/ lĩnh vực khác nhau, từ đó, mang lại bối cảnh đa dạng hơn và cũng cung cấp các khuyến nghị thực tiễn phù hợp cho từng ngành (Kelly & Chiksand, 2024).



Hình 2.1. Phương pháp được sử dụng ở các nghiên cứu quyền thương lượng trong quản trị mua bán và cung ứng

Nguồn: Kelly & Chiksand (2024)

Về phân tích quyền thương lượng trong lĩnh vực nông nghiệp, cũng tương tự như trên, các nghiên cứu về quyền thương lượng của nông dân trong các giao dịch mua bán nông sản cũng ít sử dụng lý thuyết cơ sở rõ ràng, mà thường dựa trên tổng quan nghiên cứu chung để xác định các yếu tố đến quyền thương lượng và lựa chọn mô hình phân tích như Malak-Rawlikowska & cộng sự (2019), Falkowski & cộng sự (2017), Benitez-Altuna & cộng sự (2023), Nguyen & cộng sự (2020), Lushi & cộng (2023). Lý thuyết quyền lực - sự phụ thuộc (Emerson, 1962) cũng được một số nghiên cứu về quyền thương lượng của các tác nhân trong chuỗi giá trị sử dụng như Fisher & Qaim (2012), Xhoxhi & cộng sự (2014), Pham & Pertersen (2021).

2.4.2. Phương pháp phân tích quyền thương lượng và ảnh hưởng của các yếu tố đến quyền thương lượng

Về phương pháp phân tích các dữ liệu định lượng, với các nghiên cứu sử dụng lý thuyết Trò chơi hay lý thuyết Chi phí giao dịch, Khung thương lượng Nash thường tập trung tính toán giá trị lợi ích nhận được thông qua giá bán hoặc hàm lợi ích trong thương lượng giữa các bên. Ví dụ nghiên cứu của Shokoohi & cộng sự (2019) đã sử dụng lý thuyết về Khung cân bằng của Nash (1950) để mô tả quá trình thương lượng giá sữa giữa người nông dân và các nhà chế biến. Quá trình này được thể hiện trong một phương trình cân bằng giữa lợi ích mà nông dân và nhà chế biến đạt được khi thương lượng. Iyer & Villas-Boas (2003) cũng sử dụng dụng khung thương lượng của Nash (1950) để giải thích quá trình thương lượng giữa nhà sản xuất và các nhà bán lẻ, đặc biệt là ảnh hưởng của nó đến các điều khoản trong hợp đồng. Các nhà bán lẻ có quyền thương lượng lớn có thể thúc đẩy sự phối hợp trong kênh phân phối.

Với các nghiên cứu sử dụng lý thuyết Quyền thương lượng - sự phụ thuộc hoặc quyền lực - trao đổi, chuỗi giá trị, hoặc sử dụng tổng quan chung (không dùng một lý thuyết cụ thể), mô hình hồi quy thường được sử dụng để phân tích nhưng dạng mô hình cũng khác nhau, có thể là hồi quy tuyến tính đa biến, hồi quy logit hoặc hồi quy cấu trúc tuyến tính (SEM). Tuy nhiên, không phải lúc nào yếu tố thương lượng cũng được đặt làm biến phụ thuộc, đa số các nghiên cứu thương chỉ phân tích nó dưới dạng thống kê mô tả hoặc đề cập đến quyền thương lượng như một biến trung gian. Ví dụ, nghiên cứu của Malak-Rawlikowska & cộng sự (2019), Falkowski & cộng sự (2017) đều phân loại nông dân thành các nhóm có quyền thương lượng mạnh và yếu qua câu hỏi họ có quyền thương lượng mạnh hay yếu với bên cung cấp đầu vào và nhà chế biến hay không. Sau đó, phân tích hồi quy tuyến tính đa biến được sử dụng để phân tích ảnh hưởng của quyền thương lượng - như một biến độc lập - tác động đến mức chiết khấu giá nông dân cần

nuôi bò nhận được. Nghiên cứu của Xhoxhi & cộng sự (2014) phân tích ảnh hưởng của sự phụ thuộc vào trung gian, thông tin thị trường, khả năng tiếp cận tín dụng và khoảng cách thị trường tới quyền lực của bên trung gian và biên lợi nhuận của nông dân trong giao dịch mua bán hoa quả giữa nông dân và người mua trung gian ở Thổ Nhĩ Kỳ bằng phương pháp hồi quy tuyến tính đa biến. Benitez-Altuna & cộng sự (2023), Abebe & cộng sự (2015) lại sử dụng phân tích hồi quy để xem xét các yếu tố ảnh hưởng đến sự lựa chọn người mua trung gian và giá bán nông sản. Nguyen & cộng sự (2020) và Yan & cộng sự (2017) đều sử dụng lý thuyết về chuỗi giá trị trong phân tích vai trò của người nông dân trong chuỗi giá trị nông sản và mô hình hồi quy tuyến tính đa biến để xem xét ảnh hưởng của các yếu tố đến sự hợp tác của họ và giá bán họ nhận được.

Ngoài ra, còn một số nghiên cứu về giao dịch giữa các bên trong chuỗi giá trị khác (Phụ lục 1). Dựa trên lý thuyết về Marketing quan hệ và Quyền lực - sự phụ thuộc, Morgan & Hunt (1994) và Geyskens & cộng sự (1996) phân tích mối quan hệ giữa các tổ chức (B2B) trong chuỗi cung ứng ở thị trường Mỹ - châu Âu bằng phân tích SEM, với trọng tâm là các yếu tố về niềm tin, sự cam kết, sự hợp tác và quyền lực giữa các bên. Pham & Peterson (2021) sử dụng mô hình quyền lực - sự phụ thuộc và chuỗi giá trị toàn cầu và phương pháp SEM trong phân tích ảnh hưởng của kỹ năng đàm phán, tri thức thị trường, lợi thế (4Ps) và quy mô doanh nghiệp đến quyền thương lượng và hiệu quả xuất khẩu trong giao dịch giữa nhà sản xuất và nhà xuất khẩu sản phẩm công nghiệp. Sano & cộng sự (2021) lại dựa trên tổng quan nghiên cứu nói chung và phương pháp hồi quy tuyến tính đa biến để phân tích ảnh hưởng của tỷ lệ tập trung thị trường của bốn nhà sản xuất hàng đầu, ảnh hưởng của thiên tai (động đất) và ảnh hưởng của chính sách (chính sách điều chỉnh cung cầu) đến quyền lực thị trường và tỷ lệ doanh số bán cho nhà bán buôn trong mua bán rau ở Nhật Bản. Nguyen & cộng sự (2020) khi phân tích sự tham gia của nông dân vào chuỗi giá trị vải thiều ở Bắc Giang đã sử dụng mô hình hồi quy tuyến tính đa biến, theo đó, việc tham gia vào chuỗi giá trị của nông dân phụ thuộc vào (i) khả năng tham gia hợp tác; (ii) niềm tin với các chủ thể trong chuỗi; (iii) năng lực của nông dân; (iv) khoảng cách địa lý; (v) văn hóa; (vi) chiến lược sản xuất của nông dân và (vi) chính sách của nhà nước.

2.5. Khoảng trống nghiên cứu

Như vậy, quyền thương lượng và lợi ích nhận được từ chuỗi giá trị nông sản của nông dân đã được thảo luận trong nhiều nghiên cứu (Falkowski & cộng sự, 2017; OECD, 2014). Tuy nhiên, vấn đề quyền thương lượng trong chuỗi nông sản còn nhiều

tranh luận (Dries & cộng sự, 2009; Trebbin, 2014), lại hầu như chưa có nghiên cứu nào phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng một cách rõ ràng; mối quan hệ quyền lực hay quyền thương lượng chỉ được giải thích một cách gián tiếp (Falkowski & cộng sự, 2017; Malak-Rawlikowska & cộng sự, 2019). Thêm vào đó, bối cảnh biến đổi khí hậu cũng đã và đang mở ra những tác động của nó đến hoạt động canh tác nông nghiệp và tác động đến khả năng thương lượng của nông dân. Theo UNIDO (2021), việc xem xét tác động của biến đổi khí hậu lên chuỗi giá trị là một lĩnh vực nghiên cứu tương đối mới, chưa được khám phá, với phần lớn các nghiên cứu về thích ứng nông nghiệp tập trung vào tác động của biến đổi khí hậu lên hoạt động nông nghiệp.

Như vậy, từ tổng quan các lý thuyết và nghiên cứu về quyền thương lượng của nông dân trong chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp và các đối tượng mua, có thể xác định các khoảng trống nghiên cứu như sau:

Thứ nhất, chưa có một mô hình tích hợp toàn diện nhiều yếu tố, có nền tảng lý thuyết đầy đủ về phân tích ảnh hưởng của các yếu tố tới quyền thương lượng giữa nông dân với các chủ thể trong chuỗi giá trị, bao gồm với thương lái. Các nghiên cứu về quyền thương lượng thường (i) dựa trên cách tiếp cận kinh tế học với việc áp dụng một lý thuyết Chi phí giao dịch (Transaction cost economics - TCE), lý thuyết Trò chơi (Game theory), lý thuyết Triển vọng và Ủy nhiệm (Prospect and principal agent theories), Khung thương lượng Nash (Nash Bargaining Framework), Quan điểm dựa trên nguồn lực (Resource-Based View - RBV), lý thuyết Trao đổi xã hội (Social Exchange theory); hoặc (ii) xây dựng mô hình các yếu tố ảnh hưởng dựa trên tổng quan nghiên cứu, không dựa trên khung lý thuyết rõ ràng (Kelly & Chiksand, 2024; Spina, 2015; Walker & cộng sự, 2015).

Cách tiếp cận dựa trên một lý thuyết hoặc tổng quan này dẫn đến việc phân tích các yếu tố ảnh hưởng còn chưa được đầy đủ, chỉ xem xét trong phạm vi đặc điểm của mỗi bên tham gia mà chưa cân nhắc đến mối quan hệ giữa các bên, trong khi chất lượng mối quan hệ là một yếu tố quan trọng tác động đến quyền thương lượng và sự thành công hay thất bại trong quan hệ giữa các đối tác kinh doanh, hiệu quả hợp tác giữa các bên tham gia chuỗi cung ứng nông sản (Hoa & cộng sự, 2021; Mesić & cộng sự, 2018). Một số nghiên cứu phân tích mối quan hệ giữa nông dân và những người mua nhưng thường tập trung vào chất lượng mối quan hệ và ảnh hưởng của chất lượng mối quan hệ với lựa chọn người mua hoặc giá bán, chưa đi sâu vào tác động của mối quan hệ giữa các bên tới quyền thương lượng. Như vậy, vẫn còn thiếu các mô hình tích hợp, xem xét toàn diện hơn các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng của nông dân.

Thứ hai, chưa có nhiều nghiên cứu tập trung vào phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới quyền thương lượng của người nông dân và ảnh hưởng quyền thương lượng tới lợi ích nông dân nhận được. Các nghiên cứu thường chỉ tập trung xác định giá trị thương lượng (theo giá bán và chi phí sản xuất), hoặc đánh giá định tính về ảnh hưởng của quyền thương lượng tới doanh thu hoặc lợi nhuận của nông dân. Kết luận về quyền thương lượng của nông dân so với các nhóm đối tượng cũng còn một số tranh luận, một số nghiên cứu cho rằng nông dân có thể nhận được nhiều lợi ích hơn (Kumara & cộng sự, 2010; Suyanto & cộng sự, 2019) nhưng cũng có thể nhận được lợi ích kém hơn (Sexton, 1979; Abebe & cộng sự, 2016). Bằng chứng từ nghiên cứu thực nghiệm cho các nhận định này cũng khá ít ỏi.

Thứ ba, chưa có nhiều nghiên cứu tập trung vào mối quan hệ giữa nông dân và thương lái và các trung gian trong thị trường giao dịch nông sản. Đối tượng chủ yếu được nhắc đến trong mối qua hệ mua - bán với nông dân là các nhà cung cấp (đầu vào) và các doanh nghiệp chế biến, hoặc mối quan hệ giữa hợp tác xã với doanh nghiệp (Owot & cộng sự, 2023; Wang & cộng sự, 2025). Thương lái chỉ được nhắc đến trong phân tích chuỗi giá trị nông nghiệp và tỷ lệ lợi ích các bên nhận được hoặc trong nghiên cứu về việc lựa chọn đối tượng mua nông sản của nông dân (Hà Thị Thu Hòa, 2024). Điều này không phù hợp với bối cảnh các nước đang phát triển, khi nông dân giao dịch trực tiếp nhiều qua trung gian như thương lái (Yan & cộng sự, 2017).

Thứ tư, các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng của nông dân thường chỉ được nhắc đến dưới dạng gián tiếp (Falkowski & cộng sự, 2017; Malak-Rawlikowska & cộng sự, 2019), chưa có nhiều nghiên cứu thực nghiệm phân tích về các yếu tố ảnh hưởng quyền thương lượng. Các yếu tố ảnh hưởng được đưa vào mô hình phân tích tập trung vào các yếu tố đặc điểm của hộ nông dân (như tuổi, giới tính, trình độ học vấn, vị trí của nông dân trong cộng đồng); việc tham gia các tổ chức như hợp tác xã; hệ thống thông tin thị trường; sự cam kết và niềm tin; và một số đặc điểm sản xuất như quy mô sản xuất, diện tích đất,...). Các biến như sự phụ thuộc, khả năng tìm kiếm người mua thay thế (hoặc tích hợp ngược), đặc biệt là ảnh hưởng của sự thích nghi với biến đổi khí hậu,... tác động mạnh tới hoạt động sản xuất và việc mua bán nông sản nhưng chưa có minh chứng thực nghiệm về ảnh hưởng của nó tới quyền thương lượng. Việc xác định và phân tích mức độ ảnh hưởng của các yếu tố này một cách đầy đủ sẽ là căn cứ quan trọng giúp các nhà quản trị đưa ra giải pháp phù hợp hơn, gia tăng quyền thương lượng cho nông dân, đáp ứng kỳ vọng giúp nông dân có doanh thu hoặc lợi nhuận cao hơn thông qua đạt được các thỏa thuận khi bán nông sản tốt hơn.

Thứ năm, vẫn còn tranh luận về chiều hướng tác động của một số yếu tố như khả năng tiếp cận thông tin hay tác động của chính sách tới quyền thương lượng và ảnh hưởng của quyền thương lượng tới lợi ích nông dân. Với tác động của của khả năng tiếp cận thông tin, các nghiên cứu của Svensson & Yanagizawa (2009); Jensen (2007); Aker (2010); Courrtois & Subervie (2015); Fishcher & Qaim (2012) đã chứng minh khả năng thông tin tác động tích cực tới quyền thương lượng và từ đó tăng giá bán nông sản và thu nhập của người nông dân. Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu của Oguto & cộng sự (2014), Lee & cộng sự (2020) lại cho tác động ngược lại. Nghiên cứu của Fafchamps & Minten (2012), Mitra & cộng sự (2013) lại chưa thấy có mối quan hệ rõ ràng. Với tác động của chính sách đến quyền thương lượng, Chengappa (2018) và Yan & cộng sự (2017) cho thấy tác động tích cực nhưng Lushi & cộng sự (2023) và Suyanto & cộng sự (2019) lại cho thấy các tác động tiêu cực.

Chính vì vậy, nghiên cứu này được thực hiện nhằm phân tích các yếu tố và mức độ ảnh hưởng của nó tới quyền thương lượng giữa nông dân và thương lái trong bối cảnh nông nghiệp bị tác động mạnh mẽ bởi biến đổi khí hậu, tại nước đang phát triển và phụ thuộc nhiều vào nông nghiệp như Việt Nam. Cụ thể, luận án thực hiện nhằm khắc phục những khoảng trống sau:

Thứ nhất, phân tích ảnh hưởng của quyền thương lượng tới phúc lợi (giá bán và doanh thu, lợi nhuận) của người nông dân nhận được trong giao dịch với thương lái, thay vì giao dịch với các doanh nghiệp xuất khẩu hoặc chế biến.

Thứ hai, xây dựng mô hình tích hợp dựa trên các lý thuyết trao đổi và quyền lực; quyền lực - sự phụ thuộc và lý thuyết về marketing quan hệ nhằm diễn giải toàn diện hơn về ảnh hưởng của các yếu tố tới quyền thương lượng của các hộ nông dân nhỏ.

Thứ ba, đề xuất các thang đo về quyền thương lượng và các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng theo cơ sở lý thuyết nêu trên, xác định và đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến quyền thương lượng của nông dân với thương lái trong giao dịch nông sản.

Thứ tư, thực hiện nghiên cứu định lượng trên mẫu khảo sát các hộ nông dân trồng lúa ở Việt Nam với các đặc điểm nhân khẩu học, hành vi giao dịch với thương lái. Việc kiểm định mô hình tại Việt Nam giúp đảm bảo tính thực tiễn và đóng góp vào hệ thống nghiên cứu quyền thương lượng và quản trị chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp với đặc trưng là chuỗi có sự tham gia của các hộ nông dân nhỏ ở quốc gia đang phát triển trong bối cảnh kinh tế chuyển đổi, hoặc chịu tác động mạnh của biến đổi khí hậu.

2.6. Cơ sở lý thuyết, mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Luận án sử dụng cách tiếp cận theo Mô hình Nhóm Marketing và mua sắm công nghiệp (Industrial Marketing and Purchasing Group - IMP) và dựa trên kết quả tổng quan nghiên cứu làm căn cứ để lựa chọn cơ sở lý thuyết, xây dựng mô hình và giả thuyết nghiên cứu. Håkansson (1982) phát triển mô hình IMP nhằm giải thích các mối quan hệ trao đổi trong thị trường công nghiệp, nơi người bán và người mua thương là tổ chức (B2B). Thay vì xem giao dịch là đơn lẻ, mô hình này nhấn mạnh việc trao đổi là quá trình tương tác liên tục và lâu dài giữa hai chủ thể. Điều này phù hợp trong việc phân tích mối quan hệ giữa hộ nông dân và thương lái trong chuỗi giá trị nông nghiệp, khi mà giao dịch không chỉ thực hiện một lần mà có thể được thực hiện nhiều lần. Theo mô hình IMP, các giao dịch gồm: (i) quá trình tương tác (gồm các giao dịch); (ii) đặc điểm các bên tham gia (như quy mô tổ chức, kinh nghiệm, năng lực, chiến lược, văn hóa,...); (iii) đặc điểm mối quan hệ (mức độ tin tưởng, sự cam kết và lịch sử quan hệ tích lũy theo thời gian) và (iv) môi trường bên ngoài (đặc điểm thị trường, vị trí mối quan hệ trong mạng lưới,...).

Mô hình IMP, với trọng tâm là các mối quan hệ tương tác lâu dài giữa các bên mua và bán thay vì các giao dịch đơn lẻ, cung cấp một khung phân tích phù hợp để hiểu cấu trúc phức tạp của thị trường nông sản (Håkansson & Snehota, 2017). Trong bối cảnh nông nghiệp, mô hình này giúp làm rõ cách nông dân xây dựng và duy trì mối quan hệ với thương lái, doanh nghiệp chế biến và nhà bán lẻ thông qua sự tin tưởng, cam kết và thích nghi lẫn nhau (Ford & cộng sự, 2011). Một số nghiên cứu đã chứng minh rằng chất lượng mối quan hệ giữa nông dân và người mua ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả trao đổi, khả năng tiếp cận thông tin thị trường và tính ổn định của chuỗi cung ứng (Hingley & cộng sự, 2015). Dựa trên các yếu tố của cách tiếp cận IMP, trong tổng quan nghiên cứu, quyền thương lượng giữa người bán và người mua chịu tác động bởi nhiều yếu tố, có những yếu tố xuất phát từ người bán, người mua, quan hệ giữa người bán và người mua và các yếu tố bên ngoài.

Lý thuyết Quyền lực - sự phụ thuộc đã được nhắc đến làm khung lý thuyết trong phân tích về quyền thương lượng của nông dân (đã trình bày ở 2.4.1). Hàm ý của các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng của nông dân được thể hiện trong lý thuyết này cũng tương ứng với các đặc điểm của các bên tham gia và môi trường bên ngoài trong IMP. Các lý thuyết khác thường đề cập quyền thương lượng dưới góc độ kinh tế học, quan tâm nhiều đến giá trị hơn là các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng.

Lý thuyết Cam kết - tin cậy được sử dụng để bổ sung để phân tích về đặc điểm của mối quan hệ trong giao dịch giữa nông dân và thương lái. Lý thuyết này cũng được

sử dụng để phân tích mối quan hệ giữa nông dân và người mua trong lĩnh vực nông nghiệp (Loc & Nghi, 2018; Mbango & cộng sự, 2019). Tuy nhiên, lý thuyết này có thể tập trung quá mức vào việc xây dựng mối quan hệ, có thể làm mất đi sự chú trọng vào các yếu tố kinh tế (Hà Thị Thu Hòa, 2024), do đó, cần có sự kết hợp với các lý thuyết khác xác định các yếu tố kinh tế ngoài mối quan hệ. Bằng cách kết hợp Lý thuyết Quyền lực - sự phụ thuộc và Lý thuyết Cam kết - tin cậy, đặc trong bối cảnh chuỗi giá trị nông nghiệp, việc phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng giữa nông dân và thương lái trong giao dịch nông sản sẽ được đầy đủ hơn.

2.6.1. Cơ sở lý thuyết

2.6.1.1. Lý thuyết Quyền lực và sự phụ thuộc (*The power-dependence theory*) và lý thuyết trao đổi và quyền lực (*Exchange and power*)

Lý thuyết quyền lực và sự phụ thuộc của Emerson (1962) được xây dựng dựa trên khái niệm trong lý thuyết trao đổi xã hội, trong đó, mối quan hệ giữa các chủ thể bị ảnh hưởng bởi sự cân bằng quyền lực và tính gắn kết trong mạng lưới trao đổi, từ đó tác động đến tần suất và sự phân bổ lợi ích trao đổi. Emerson (1962) đưa ra lý thuyết về Quyền lực - Sự phụ thuộc. Theo đó, trong một mối quan hệ hai người, quyền lực của một người được ẩn chứa trong sự phụ thuộc của người kia. Công thức thể hiện quyền lực - sự phụ thuộc của hai người A và B được thể hiện như sau:

$$P_{ab}=D_{ba}$$

$$P_{ba}=D_{ab}$$

- D_{ab} : Sự phụ thuộc của A vào B (1) tỷ lệ thuận với động cơ đầu tư của A vào mối quan hệ với B và (2) tỷ lệ nghịch với khả năng thay thế của B trong mối quan hệ A-B”
- P_{ab} : Quyền lực của A đối với B

Lợi thế quyền lực có thể được định nghĩa là P_{ab} trừ P_{ba} , có thể là tích cực hoặc tiêu cực (bất lợi về quyền lực). Sự gắn kết của một mối quan hệ có thể được định nghĩa là giá trị trung bình của D_{ab} và D_{ba} . Mối quan hệ và mức độ ảnh hưởng giữa sự phụ thuộc - quyền lực thay đổi trong từng trường hợp.

Trong nghiên cứu này, Emerson còn đưa ra cách thức thiết lập sự cân bằng:

- Thứ nhất: Rút lui/ rút ra: B rút ra khỏi mối quan hệ với A, giảm sự phụ thuộc của B vào A $\rightarrow D_{ba}$ giảm xuống cân bằng với D_{ab}
- Thứ hai: Mở rộng mạng lưới quyền lực - B tìm kiếm thêm sự thay thế cho A $\rightarrow D_{ba}$ giảm

- Thứ ba: Tăng động lực đầu tư của A vào các mục tiêu do B làm trung gian, có nghĩa là cho phép công nhận địa vị dưới một hoặc nhiều hình thức để tăng sự phụ thuộc của A vào B.
- Thứ tư: Hình thành mối quan hệ điều hòa: tăng sức mạnh của các tác nhân yếu hơn thông qua tập thể hóa - (BC)-A.

Cũng dựa trên cách tiếp cận về khả năng kiểm soát nguồn lực, lý thuyết trao đổi và quyền lực (Blau, 1964)² mở rộng giải thích các hành vi và các mối quan hệ xã hội thông qua quá trình trao đổi lợi ích giữa các tác nhân, nhấn mạnh các quan hệ xã hội được duy trì thông qua trao đổi, uy tín, sự công nhận hay lòng trung thành. Các tổ chức hoặc cá nhân tham gia trao đổi sẽ đưa ra quyết định duy trì, mở rộng hay chấm dứt mối quan hệ qua việc đánh giá lợi ích họ nhận được và chi phí họ bỏ ra (Homans, 1958; Blau, 1964). Tuy nhiên, ngoài lợi ích vật chất, Blau (1964) còn nhấn mạnh vai trò của các yếu tố phi vật chất như niềm tin, nghĩa vụ, uy tín và sự tín nhiệm - những yếu tố được hình thành và tích lũy theo thời gian. Blau (1964) làm rõ hơn mối quan hệ giữa hai bên, trong đó, quyền lực phát sinh khi một bên phụ thuộc mà bên kia kiểm soát và không có sự lựa chọn thay thế tương đương. Do đó, quyền lực trong các mối quan hệ trao đổi không có định, có thể thay đổi theo mức độ phụ thuộc lẫn nhau giữa các bên và được các bên tự nhận thức.

Lý thuyết Quyền lực - sự phụ thuộc (Emerson, 1962) và Trao đổi và quyền lực (Blau, 1964) được mở rộng từ quan hệ của hai đối tượng đến mối quan hệ giữa doanh nghiệp với các thành viên trong kênh phân phối (Geyskens & cộng sự, 1996) hay mối quan hệ phụ thuộc giữa người mua và các nhà cung cấp trong ngành kinh tế (Klein & Rai, 2009). Crook & Comb (2007) kết nối lý thuyết về quyền lực và sự phụ thuộc và liên kết nó với lý thuyết về trao đổi xã hội trong chuỗi giá trị, nghiên cứu đã làm rõ nguồn gốc và hệ quả của quyền thương lượng giữa các tác nhân trong chuỗi cung ứng, đặc biệt là giữa người mua và nhà cung cấp. Kết quả phân tích mô hình thấy rằng quyền thương lượng phụ thuộc vào sự khan hiếm và không thể thay thế của nguồn lực; mức độ tập trung của thị trường (ít người mua hoặc bán); chi phí chuyển đổi đối tác cao và quy mô giao dịch lớn. Cũng phát triển về mối quan hệ trao đổi giữa các tổ chức trong kênh phân phối, Frazier (1983a) giải thích rõ hơn khi nào và bằng cách nào một bên sử dụng quyền lực trong quan hệ kênh phân phối và nhấn mạnh rằng, việc kiểm soát và tiếp cận thông tin là một nguồn lực quan trọng, có thể làm thay đổi cấu trúc phụ thuộc và quyền lực của mỗi bên.

² Được phát triển dựa trên lý thuyết trao đổi xã hội (Social Exchange Theory - SET) của Homans (1958).

Như vậy, bên nào sở hữu nguồn lực quan trọng thì bên đó dễ kiểm soát quyền thương lượng hơn (Nair & cộng sự, 2011). Ví dụ Toyota muốn kiểm soát toàn bộ chuỗi giá trị và dẫn đầu thông qua đổi mới. Họ đầu tư vào năng lực chiến lược, kiểm soát chất lượng và thiết kế của mình. Chính vì thế, họ đạt được hiệu quả tài chính vượt trội (Chanaron, 2001). Genesan (1994) sử dụng lý thuyết này để phân tích sự phụ thuộc giữa các đối tác trong kênh phân phối (nhà cung cấp và người mua lẻ), theo đó, quyền lực của một bên được xác định bởi mức độ phụ thuộc vào nguồn lực mà bên đó kiểm soát và khả năng thay đổi đối tác. Định hướng dài hạn trong mối quan hệ giữa người mua và người bán cũng bị ảnh hưởng bởi sự phụ thuộc và mức độ tin tưởng lẫn nhau. Sự phụ thuộc và tin tưởng lại liên quan đến môi trường, mức đầu tư, uy tín và sự hài lòng trong mối quan hệ giữa hai bên.

2.6.1.2. Lý thuyết Cam kết - niềm tin (*The Commitment - Trust theory*)

Khái niệm marketing quan hệ được Berry (1983) nhắc đến trong marketing dịch vụ, theo đó, định nghĩa marketing quan hệ là việc thu hút, duy trì và nâng cao mối quan hệ với khách hàng. Mối quan hệ đó là mối quan hệ chặt chẽ và lâu dài chứ không phải chỉ trong ngắn hạn (Dwyer & cộng sự, 1987; Ganesan, 1994). Grönroos (1990) cho rằng mối quan hệ với khách hàng nên hướng đến lợi nhuận để đáp ứng được mục tiêu của cả hai bên. Morgan & Hunt (1994) tiếp tục khẳng định marketing quan hệ là tất cả các hoạt động hướng tới việc thiết lập, phát triển và duy trì mối quan hệ với khách hàng thành công.

Lý thuyết Cam kết - niềm tin của Morgan & Hunt (1994) được coi là nền tảng của marketing quan hệ. Morgan & Hunt (1994) cho rằng các quan hệ của doanh nghiệp gồm (i) quan hệ với nhà sản xuất và nhà cung cấp (như công ty cung ứng đầu vào, quảng cáo hoặc nghiên cứu thị trường); (ii) quan hệ nội bộ công ty (với người lao động, chức năng phòng ban, đơn vị kinh doanh); (iii) quan hệ đối tác như quan hệ chiến lược giữa công ty và đối thủ cạnh tranh như liên minh công nghệ, liên minh marketing chung và các liên minh chiến lược toàn cầu hoặc với chính phủ và các tổ chức phi lợi nhuận và (iv) mối quan hệ với người mua. Lý thuyết này khẳng định, cam kết (commitment) và tin cậy (trust) là hai biến trung gian quyết định thành công của quan hệ. Morgan & Hunt (1994) cũng chứng minh rằng, chi phí chấm dứt quan hệ, lợi ích quan hệ, giá trị chung, giao tiếp và hành vi cơ hội có thể ảnh hưởng đến sự cam kết và tin cậy. Kết quả của mối quan hệ có thể là gia tăng sự hợp tác, giảm sự rời bỏ, giảm các xung đột không lành mạnh, tăng tính tuân thủ và giảm sự bất ổn trong việc ra quyết định. Kumar & cộng sự (1995) khi nghiên cứu về mối quan hệ giữa các bên trong chuỗi cung ứng cũng xem xét niềm tin và sự tin cậy như một biểu hiện của chất lượng mối quan hệ và bổ sung ảnh hưởng của kỳ vọng đến chất lượng mối quan hệ.

2.6.1.3. Chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp

Chuỗi giá trị nông nghiệp (agriculture value chain - AVC) bao gồm một tập hợp các tác nhân và hoạt động tạo ra giá trị gia tăng cho sản phẩm nông nghiệp trước khi đến tay người tiêu dùng cuối cùng (Chengppa, 2018; Dunn, 2014).

Chuỗi giá trị nông nghiệp cũng đã được phát triển từ chuỗi giá trị chung của Porter (1980), theo đó, chuỗi này gồm một vài hoặc tất cả các giai đoạn/hoạt động: phát triển và nhân giống, vật tư đầu vào, các hình thức tổ chức của nông dân, nuôi trồng, xử lý sau thu hoạch, chế biến, cung cấp công nghệ, phân loại, đóng gói tại chỗ và/hoặc chế biến công nghiệp, lưu trữ, vận chuyển, tài chính và phản hồi từ thị trường (Chengappa, 2018; UNIDO, 2021; GTZ, 2007). Bảng 2.3 sau đây trình bày chi tiết về vai trò của từng tác nhân trong chuỗi.

Bảng 2.3. Các chủ thể và hoạt động trong chuỗi giá trị nông nghiệp

Giai đoạn	Chủ thể	Hoạt động
Sản xuất	Người cung cấp đầu vào	Người cung cấp hạt giống, giống vật nuôi, phân bón; các nhà nghiên cứu và nhân giống đầu vào trực tiếp hoặc gián tiếp thông qua thương lái hoặc trung gian khác
	Người sản xuất ban đầu	Người trồng/ nuôi ban đầu gồm người nông dân và người chăn nuôi
Hậu cần (logistics)	Các nhà thương mại tổng hợp (vừa và nhỏ)	Có vai trò mang lại giá trị thương mại cho sản phẩm
	Vận chuyển và đóng gói	Vận chuyển sản phẩm từ trang trại tới các nhà máy chế biến/ điểm thu gom lớn,...
	Kho hàng, kho lạnh	Kho hàng, kho lạnh giúp gia tăng thời hạn sử dụng của sản phẩm và định giá ở cấp độ nhà sản xuất
Chế biến	Chế biến sơ cấp	Quá trình chế biến của các nhà máy bao gồm 2 giai đoạn gia tăng giá trị
	Chế biến cuối cùng	Sau quá trình chế biến sơ cấp, trạng thái vật lý của sản phẩm được thay đổi. Trong quá trình chế biến tiếp theo, sản phẩm được chuyển đổi trở thành sản phẩm cuối cùng có giá trị cao hơn dành cho người tiêu dùng
Marketing	Nhà bán buôn Nhà xuất khẩu	Hoạt động marketing và phân phối sản phẩm bởi các nhà bán buôn, nhà xuất khẩu và nhà bán lẻ sau khi mua sản phẩm (sản phẩm thô hoặc đã qua chế biến) từ các nhà chế biến ban đầu hoặc các nhà máy chế biến thực phẩm.

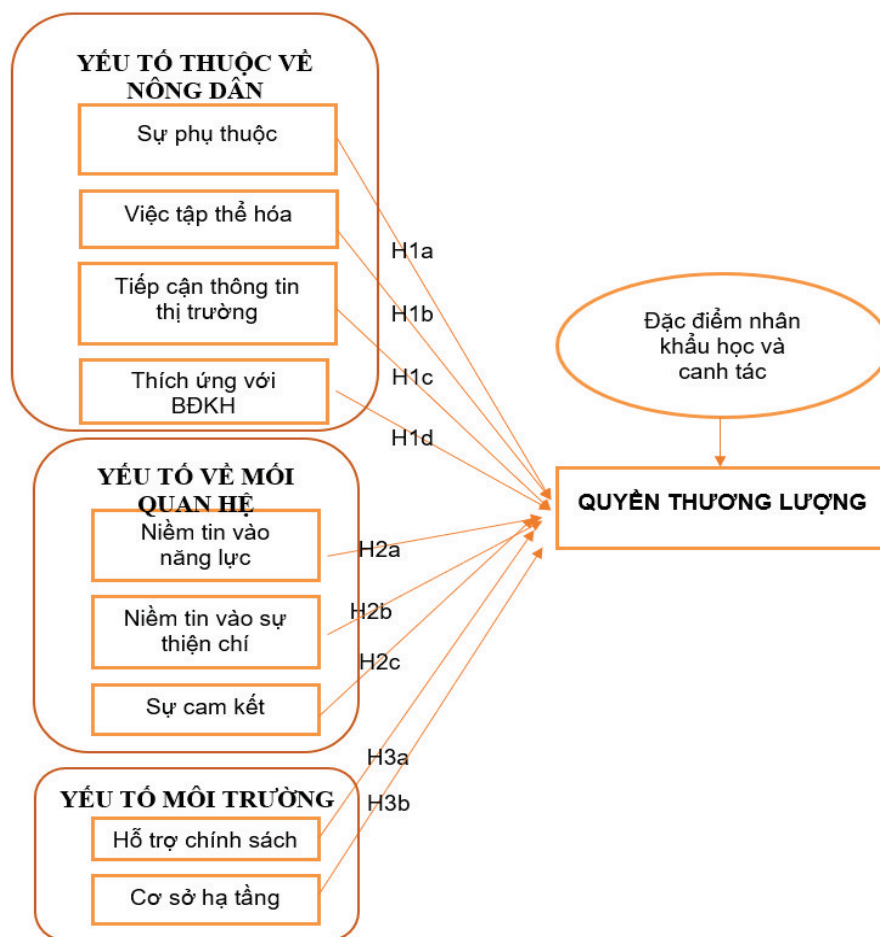
Giai đoạn	Chủ thể	Hoạt động
	Các đơn vị tổ chức bán lẻ Các nhà bán lẻ nhỏ	Các thương nhân (thương lái) đóng vai trò trung gian giữa nhà sản xuất/ nhà chế biến và nhà phân phối lớn

Nguồn: Chengappa, 2018

Các chủ thể chính tham gia vào chuỗi cung ứng nông sản thường có: nông dân (bao gồm các trang trại gia đình từ nhỏ đến lớn, các tổ chức nông dân, hợp tác xã, doanh nghiệp tư nhân); đơn vị bán buôn, thương lái/thương nhân/người mua trung gian; doanh nghiệp vận chuyển; đơn vị sản xuất/cung ứng đầu vào; nhà sản xuất thực phẩm/thức ăn/đồ uống; các siêu thị và nhà bán lẻ (KPMG, 2013; OECD/FAO, 2016). Ngoài ra còn có thể có sự tham gia của các đơn vị logistics; đơn vị cung cấp thông tin thị trường; đơn vị nghiên cứu và phát triển; đơn vị giáo dục; cơ quan chứng nhận và kiểm soát;... (OECD/FAO, 2016); chính quyền địa phương, các tổ chức tài chính hoặc NGOs (GTZ, 2007).

2.6.2. Mô hình nghiên cứu

Mô hình nghiên cứu kết hợp cách tiếp cận của các lý thuyết Quyền lực - sự phụ thuộc (Emerson, 1962) và Quyền lực - trao đổi (Blau, 1964) và lý thuyết Cam kết - tin cậy (Morgan & Hunt, 1994) cùng với tổng quan nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng giữa các chủ thể trong bối cảnh chuỗi giá trị nông nghiệp, mô hình nghiên cứu được đề xuất như sau:



Hình 2.2. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Nguồn: Tác giả đề xuất (2025)

Theo mô hình này, quyền thương lượng của nông dân với thương lái sẽ bị tác động bởi: (i) các yếu tố thuộc về người nông dân (sự phụ thuộc, việc tập thể hóa, khả năng tiếp cận thông tin thị trường, hành động thích ứng với BĐKH); (ii) các yếu tố thuộc về mối quan hệ giữa nông dân và thương lái (niềm tin, cam kết, thời gian thiết lập quan hệ); và (iii) các yếu tố môi trường (hỗ trợ chính sách, cơ sở hạ tầng). Các yếu tố về (i) nhân khẩu học của người nông dân như giới tính, độ tuổi, trình độ học vấn, số năm kinh nghiệm làm nông và (ii) quy mô canh tác... cũng được sử dụng làm biến kiểm soát để thực hiện phân tích mô hình và đảm bảo tính ổn định của mô hình.

2.6.3. Khái niệm và đo lường các phạm trù trong mô hình nghiên cứu

2.6.3.1. Quyền thương lượng

Như đã trình bày ở trên, có hai cách tiếp cận chính về khái niệm quyền thương lượng, gồm (i) tập trung vào lợi ích các bên nhận được và đo lường lợi ích và (ii) khả năng thỏa thuận, đàm phán của các bên. Nghiên cứu này sẽ sử dụng cách tiếp cận thứ

hai, kết hợp khái niệm của Schelling (1956), Fletcher (1961) và Emerson (1962), theo đó, *quyền thương lượng của người nông dân được hiểu là khả năng người nông dân đạt được các điều khoản trong giao dịch mua bán nông sản với thương lái*. Các nội dung giao dịch giữa các bên trong thương lượng bao gồm: giá bán, thông số kỹ thuật sản phẩm, số lượng bán, thời gian giao hàng và phương thức thanh toán (Pham & Petersen, 2021); hoặc các điều khoản về điều khoản hợp đồng, hậu cần, phân chia rủi ro hoặc khả năng hợp tác (Sexton, 2013). Trong các yếu tố trên, nội dung thương lượng về giá bán và thanh toán thường được quan tâm nhiều hơn (Pham & Petersen, 2021).

Trong bối cảnh sản xuất mua bán lúa gạo ở Việt Nam, các giao dịch thường thực hiện bằng miệng, không qua hợp đồng (Nguyễn Đình Cung & cộng sự, 2017), việc thương lượng trong giao dịch lúa gạo giữa nông dân và thương lái thường tập trung vào giá bán, phương thức thanh toán và thời gian thanh toán. Phương thức thanh toán đề cập đến thanh toán tiền mặt hay chuyển khoản, thanh toán một lần hay nhiều lần. Ngoài ra, theo Hà Thị Thu Hòa (2024) thời gian thanh toán cũng là một nhân tố nông dân thương lượng nhiều khi giao dịch với thương lái. Thời gian thanh toán có thể là trước hoặc sau thu hoạch hoặc cả hai. Kết quả phỏng vấn sâu cán bộ khuyến nông cũng đề cập đến việc nông dân rất quan tâm đến thời gian thanh toán, vì khoản tiền thu được không chỉ để sử dụng cho cuộc sống mà còn là nguồn vốn để thực hiện canh tác trong vụ mùa tiếp theo. Các yếu tố về đặc điểm sản phẩm và cách thức giao nhận không được đề cập ở đây do (i) chất lượng lúa khó đánh giá và (ii) việc giao nhận ở đồng bằng sông Cửu Long thường thực hiện tại ruộng, thương lái mua lúa tại ruộng và dùng thuyền để chuyển đi (Nguyễn Đình Cung & cộng sự, 2017) nên cũng không thương lượng về chi phí vận chuyển. Thang đo Linkert 7 mức độ được huyền thành 5 mức độ để tránh gây bối rối cho nông dân khi có quá nhiều phương án lựa chọn. Các thang đo cụ thể về quyền thương lượng như sau:

Bảng 2.4. Thang đo quyền thương lượng trong nghiên cứu

Nội dung đo lường	Chỉ báo	Kí hiệu biến	Nguồn	Đo lường
Quyền thương lượng	Tôi có khả năng quyết định giá bán	BG1	Pham & Petersen (2021)	Thang đo Linkert 5 mức độ
	Tôi có khả năng quyết định phương thức thanh toán	BG2		
	Tôi có khả năng quyết định thời gian thanh toán	BG3	Dựa trên Hà Thị Thu Hòa (2024)	
	Tôi có khả năng quyết định số lần thanh toán (một lần hay nhiều lần)	BG4	Dựa trên Nguyễn Đình	

Nội dung đo lường	Chỉ báo	Kí hiệu biến	Nguồn	Đo lường
			Cung & cộng sự (2017)	

Nguồn: Tác giả tổng hợp (2025)

2.6.3.2. Sự phụ thuộc

Theo Emerson (1962), sự phụ thuộc phản ánh việc chủ thể trong giao dịch có thể nắm giữ các nguồn lực quan trọng mà bên kia cần nhưng khó thay thế, như chất lượng sản phẩm ổn định, khối lượng sản phẩm. Có nhiều định nghĩa khác nhau về các nguồn lực nông dân có thể kiểm soát như thị trường, công nghệ chế biến và kênh phân phối (Porter, 1985; Etgar, 1976); hay tài chính, marketing (Lushi & cộng sự, 2023). Burton (2004) cho rằng các nguồn lực nông dân cần kiểm soát khi thực hiện sản xuất nông nghiệp bao gồm đất đai, vốn và dòng tiền, lao động, quyết định quản lý và tiếp cận thị trường. El-Ansary & Stern (1972) đo lường quyền lực của các chủ thể trong kênh phân phối giữa các nhà bán buôn và các đại lý trong ngành thiết bị gia đình và thấy rằng, sự phụ thuộc của của bên A ảnh hưởng bởi tầm quan trọng nguồn lực do A cung cấp, giá trị mà B đặt vào nguồn lực, mức độ cần thiết của nguồn lực cho hoạt động của B; còn khả năng thay thế căn cứ vào sự khó khăn trong việc thay thế đối tác, chi phí chuyển đổi đối tác và số đối tác thay thế có thể lựa chọn. Những nhận định này khá tương đồng với nghiên cứu của Heide & John (1988). Những yếu tố đo lường này cũng được sử dụng trong nghiên cứu của Fischer & Qaim (2012) và Kumar (1995) khi nghiên cứu về sự phụ thuộc của các hộ nông dân nhỏ vào các bên mua hàng, hay nghiên cứu của Lusch & Brown (1996) về quan hệ giữa nhà sản xuất và nhà bán buôn. Thang đo về sự phụ thuộc từ De1-De4 được xây dựng với khái niệm trong nghiên cứu ban đầu của El-Ansary (1972), sau đó đã được phát triển và kế thừa trong nghiên cứu giữa nhà cung cấp và nhà bán buôn (Kumar, 1995; Lush & Brown (1996) và nông dân với người mua trong nông nghiệp (Fischer & Qaim, 2012). Thang đo cụ thể như sau:

Bảng 2.5. Thang đo quyền thương lượng trong nghiên cứu

Nội dung đo lường	Chỉ báo	Kí hiệu biến	Nguồn	Đo lường
Sự phụ thuộc	Tôi có khả năng tìm người mua khác thay thế người mua hiện tại	De1	El-Ansary & Stern (1972), Kumar (1995), Lush & Brown (1996) và	Thang đo Linkert 5 mức độ
	Người mua phụ thuộc nhiều vào tôi	De2		
	Chi phí để chuyển đổi sang người mua khác là thấp	De3		

Nội dung đo lường	Chỉ báo	Kí hiệu biến	Nguồn	Đo lường
	Người mua hiện tại không quá quan trọng với tôi	De4	Fischer & Qaim (2012)	
	Tôi có khả năng kiểm soát các yếu tố đầu vào (đất đai, vốn, lao động)	De5	Dựa trên Burton (2004)	
	Lúa gạo tôi cung cấp có chất lượng tốt các hộ khác	De6	Tác giả đề xuất	

Nguồn: Tác giả tổng hợp

2.6.3.3. Khả năng tập thể hóa

Để xem xét việc tập thể hóa, nhiều nghiên cứu lựa chọn sử dụng biến giả với giá trị 1 và 0, tương ứng với việc có hoặc không tham gia các tổ chức cộng đồng như hợp tác xã, tổ sản xuất,... để đưa vào các phương trình hồi quy tuyến tính như nghiên cứu của Benitez-Alutuna & cộng sự (2023) trong chuỗi giá trị rau ở Chile; nghiên cứu của Yan & cộng sự (2017) trong phân tích ảnh hưởng đến giá bán nông sản của thương nhân với thương lái ở thị trường quả óc chó Trung Quốc hay Fisher & Qaim (2012) trong phân tích ảnh hưởng đến giá bán chuỗi ở Kenya. Do vậy, thang đo về khả năng tập thể hóa được xem xét dựa trên điều kiện người dân có tham gia các tổ chức cộng đồng, tập thể hay không. Trong kết quả khảo sát 1176 hộ nông dân của IRRI, có 47% các hộ gia đình trả lời họ là thành viên của các tổ chức nông dân, điển hình nhất là các hợp tác xã và hội nông dân. Ngoài ra, một số người trả lời còn nói rằng họ tham gia hội phụ nữ. Các hộ nông dân tham dự vào các tổ chức cộng đồng này cũng có phản hồi rằng họ nhận được sự trợ giúp từ các tổ chức trong việc sản xuất và bán lúa gạo, ít nhất là sự hỗ trợ về thông tin.

Chính vì vậy, trong nghiên cứu này, yếu tố khả năng tập thể hóa được đo lường như sau:

Bảng 2.6. Thang đo quyền thương lượng trong nghiên cứu

Nội dung đo lường	Chỉ báo	Kí hiệu biến	Nguồn	Đo lường
Việc tập thể hóa	Sự tham gia các tổ chức cộng đồng	Tthe	Yan & cộng sự (2017), Fischer & Qaim (2012)	1 = Có tham gia 0 = không tham gia

Nguồn: Tác giả tổng hợp

2.6.3.4. Khả năng tiếp cận thông tin thị trường

Kotler & Armstrong (2018) cho rằng tiếp cận thông tin thị trường bao gồm việc người sản xuất có được dữ liệu về nhu cầu thị trường, hành vi người tiêu dùng, giá cả cạnh tranh và xu hướng thị trường để tối ưu hóa chiến lược marketing. Trong nông nghiệp,

Shepherd (1997) cho rằng tiếp cận thông tin thị trường nông nghiệp là khả năng nông dân và các bên tham gia có được thông tin kịp thời, chính xác và phù hợp về giá cả, xu hướng thị trường và cơ hội giao dịch để đưa ra quyết định marketing. Mittal & Gandhi (2015) bổ sung về khái niệm này trong bối cảnh tiếp cận thông tin thị trường nông nghiệp hiện đại, theo đó, việc tiếp cận thông tin thị trường được hiểu là khả năng nông dân tận dụng nhiều kênh thông tin bao gồm cả các nền tảng truyền thống và kỹ thuật số để có được thông tin thị trường, từ đó có hành vi phù hợp, giảm thiểu rủi ro và tăng lợi nhuận. Theo Shepherd (1997), các nguồn thông tin chính của nông dân thường đến từ người mua, chợ địa phương, phương tiện truyền thông đại chúng (radio, ti vi, báo chí), dịch vụ khuyến nông, mạng lưới của người nông dân. Aker (2010) bổ sung rằng nông dân có thể thu thập thông tin từ điện thoại di động.

Để đo lường khả năng tiếp cận thông tin, các nghiên cứu của Jensen (2007); Shimatomo & cộng sự (2014) xem xét khả năng tiếp cận thông tin thông qua việc nông dân có hoặc không có thiết bị di động. Aker (2010) xem xét khả năng tiếp cận thông tin thị trường của người nông dân thông qua việc họ có hay không sử dụng điện thoại; có hay không nhận được thông tin giá cả từ các chợ; khoảng cách đến thị trường (chợ) gần nhất và tần suất tiếp cận thông tin về giá. Các tiêu chí này khá tương đồng với khả năng tiếp cận thông tin thị trường được nhắc đến trong nghiên cứu của Baumüller (2012), theo đó, khả năng tiếp cận được thể hiện qua việc có hay không sử dụng các nguồn tin; số lượng nguồn tin sử dụng và tần suất tiếp cận (hàng ngày/ hàng tuần/ hàng tháng/ không thường xuyên). Hà Thị Thu Hòa (2024) cũng đo lường khả năng tiếp cận thông tin thông qua tần suất sử dụng thông tin (mức độ thường xuyên theo thang Linkert 5 mức độ).

Tuy nhiên, theo Barnard & cộng sự (2023), gần 90% dân số ở nông thôn Việt Nam sở hữu điện thoại di động và 70% trong đó là điện thoại thông minh. Do đó, việc sử dụng thang đo có/ không điện thoại chưa phù hợp trong trường hợp, nghiên cứu tập trung vào chất lượng và khả năng sử dụng thông tin thị trường của nông dân. Thang đo về khả năng tiếp cận thông tin cụ thể như sau:

Bảng 2.7. Thang đo khả năng tiếp cận thông tin

Nội dung đo lường	Chỉ báo	Kí hiệu biến	Nguồn	Đo lường
	Tôi có nhiều nguồn tin về mua bán lúa gạo	Ttin1	Dựa trên Baumüller (2012)	

Nội dung đo lường	Chỉ báo	Kí hiệu biến	Nguồn	Đo lường
Khả năng tiếp cận thông tin	Tôi thường xuyên cập nhật thông tin về mua bán lúa gạo	Ttin2	Dựa trên Shepherd (1997)	Thang đo Linkert 5 mức độ
	Tôi có thông tin chính xác về giá bán lúa gạo	Ttin3		
	Tôi có thông tin thị trường lúa gạo kịp thời để ra quyết định	Ttin4		
	Tôi có thông tin thị trường lúa gạo hữu ích để ra quyết định	Ttin5		

Nguồn: Tác giả tổng hợp

2.6.3.5. Hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu

Thích ứng với biến đổi khí hậu được hiểu là sự điều chỉnh trong hệ thống tự nhiên hoặc hành vi của con người để phản ứng với các kích thích khí hậu, có thể là đã xảy ra hoặc dự kiến xảy ra, nhằm giảm thiểu tác hại hoặc khai thác các cơ hội có lợi nếu có (IPCC, 2007). Hành vi thích ứng có thể là chủ động hoặc thụ động; cũng có thể được phân loại theo thời điểm xảy ra phản ứng (trước hoặc sau); thời gian phản ứng (ngắn hạn hoặc dài hạn); hình thức phản ứng (phát triển công nghệ, chương trình của chính phủ, bảo hiểm, thực tiễn sản xuất và quản lý tài chính) hoặc hiệu quả (tăng cường tính ổn định hoặc khả năng phục hồi) (Bryan & cộng sự, 2009). Tùy thuộc vào tác động khác nhau của biến đổi khí hậu mà hành vi thích ứng của nông dân cũng khác nhau. Theo Bryan & cộng sự (2009), để thích ứng với mưa bão và thay đổi nhiệt độ, nông dân thường sử dụng các giải pháp sau: bảo vệ đất, thay đổi giống cây trồng, sử dụng giống mới, trữ nước, trồng rừng, điều chỉnh lịch gieo trồng, tái sử dụng nước. Molla & cộng sự (2023) thấy rằng các hộ nông dân nhỏ ở Ethiopia ở vùng thấp, vùng trung du và vùng cao thường áp dụng các giải pháp như bảo tồn đất đai và nguồn nước, điều chỉnh lịch gieo trồng, đa dạng hóa mùa vụ, sử dụng các giải pháp tưới tiêu. Ở Việt Nam, một số giải pháp được nông dân sử dụng để thích ứng với biến đổi khí hậu gồm: theo dõi dự báo thời tiết, thay đổi giống cây trồng, điều chỉnh lịch gieo trồng, chuyển đổi sang giống lúa mới, trồng xen canh (Trinh & cộng sự, 2018, Ferrer & cộng sự, 2022).

Các nghiên cứu đo lường hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu thường dưới dạng biến giả là có hoặc không thực hiện hành vi đó trong thực tế như Bryan & cộng sự (2009), Molla & cộng sự (2023), Amare & Simane (2017) hay Trinh & cộng sự (2018). Với giả định là người nông dân thích ứng với biến đổi khí hậu sẽ có tác động tích cực đến quyền thương lượng giá, nghiên cứu này xem xét đến các hành vi thích ứng với biến

đổi khí hậu trong trồng lúa ở Việt Nam bao gồm: (i) thay đổi lịch gieo trồng; (ii) sử dụng giống cây trồng khác; (iii) quản lý nguồn nước và đất đai; (iv) thay đổi kỹ thuật canh tác. Biến độc lập đại diện cho hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu là biến giả (kí hiệu là “bdkh”), biến này nhận giá trị là 1 nếu hộ nông dân áp dụng bất cứ một biện pháp thích ứng nào được liệt kê ở trên. Trong trường hợp có giải pháp thích ứng khác chưa được liệt kê, biến “bdkh” cũng sẽ nhận giá trị là 1. Nếu không áp dụng bất cứ biện pháp nào về thích ứng, biến “bdkh” sẽ nhận giá trị là 0. Cách thiết lập biến này tương tự như trong nghiên cứu của Bryan & cộng sự (2009).

Bảng 2.8. Thang đo hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu

Nội dung đo lường	Chỉ báo	Kí hiệu biến	Nguồn	Đo lường
Hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu	Có hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu trong gieo trồng lúa	bdkh	Bryan & cộng sự (2009)	1 = Có hành vi thích ứng 0 = Không có hành vi thích ứng

Nguồn: Tác giả đề xuất

2.6.3.6. Niềm tin

Theo Morgan & Hunt (1994), niềm tin là mức độ một bên tin tưởng vào đối tác trong giao dịch thương mại. Hai thành phần cốt lõi của niềm tin gồm niềm tin vào năng lực (credibility) và niềm tin vào sự thiện chí (benevolence) (Morgan & Hunt, 1994; Ganesan, 1994; Kumar & cộng sự, 1995). Cụ thể, niềm tin vào năng lực phản ánh rằng người mua có khả năng và sẽ thực hiện đúng cam kết, và hành vi này là nhất quán. Niềm tin vào sự thiện chí thể hiện người mua quan tâm đến lợi ích của người bán và sẽ không lợi dụng ngay cả khi họ có cơ hội. Thang đo về niềm tin được xây dựng trên nghiên cứu của Kumar & cộng sự (1995) và Ganesan (1994) như sau:

Bảng 2.9. Thang đo về niềm tin

Nội dung đo lường	Chỉ báo	Kí hiệu biến	Nguồn	Đo lường
Niềm tin vào năng lực	Thương lái thẳng thắn khi làm việc với tôi	Tinc1	Dựa trên Kumar & cộng sự (1995) và Ganesan (1994), Nguyen & cộng sự (2020)	Thang đo Linkert 5 mức độ
	Thương lái thường giữ lời hứa với tôi	Tinc2		
	Tôi cảm thấy thương lái trung thực	Tinc3		
	Mặc dù hoàn cảnh thay đổi, thương lái vẫn sẵn lòng hỗ trợ tôi	Tinb1		

Nội dung đo lường	Chỉ báo	Kí hiệu biến	Nguồn	Đo lường
Niềm tin vào sự thiện chí	Thương lái quan tâm đến lợi ích mà tôi nhận được	Tinb2		
	Thương lái có thể thấu hiểu các vấn đề của tôi	Tinb3		

Nguồn: Tác giả tổng hợp

2.6.3.7. Sự cam kết

Sự cam kết được định nghĩa là mong muốn hoặc nỗ lực của một bên để duy trì mối quan hệ. Người bán có thể sẵn sàng đầu tư nguồn lực, hy sinh lợi ích nhằm duy trì mối quan hệ và đạt lợi ích trong dài hạn (Morgan & Hunt, 1994; Ganesan, 1994). Kumar & cộng sự (1995) cho rằng, cam kết giữa nhà sản xuất - nhà phân phối gồm cam kết tình cảm (affective commitment) và cam kết tính toán (calculative commitment). Cam kết tình cảm là cam kết dựa trên sự đồng thuận, chia sẻ giá trị và mong muốn duy trì mối quan hệ trong khi Cam kết tính toán xem xét nỗ lực duy trì quan hệ theo chi phí chuyển đổi và lựa chọn thay thế. Nội dung của cam kết tính toán có nhiều điểm tương đồng với sự phụ thuộc và thay thế đã đề cập ở trên nên trong nghiên cứu này tập trung vào cam kết tình cảm - gọi chung là sự cam kết. Thang đo được xây dựng dựa trên nghiên cứu của Morgan & Hunt (1994) và Ganesan (1994), có điều chỉnh cho phù hợp với mối quan hệ giữa nông dân và thương lái.

Bảng 2.10. Thang đo về sự cam kết

Nội dung đo lường	Chỉ báo	Kí hiệu biến	Nguồn	Đo lường
Sự cam kết	Mối quan hệ giữa tôi và thương lái có sự cam kết	Cam1	Dựa trên Morgan & Hunt (1994) và Ganesan (1994)	Thang đo Linkert 5 mức độ
	Mối quan hệ giữa tôi và thương lái sẽ duy trì trong thời gian dài	Cam2		
	Mối quan hệ giữa tôi và thương lái được hai bên nỗ lực duy trì	Cam3		

Nguồn: Tác giả tổng hợp

2.6.3.8. Hỗ trợ chính sách

Theo Đinh Cao Khuê & cộng sự (2020), các chính sách hỗ trợ mà Chính phủ Việt Nam thường hỗ trợ cho sản xuất, chế biến và xuất khẩu nông sản bao gồm: (i) chính sách tín dụng (thủ tục vay, số tiền vay, thời gian vay, thời gian được giải ngân, lãi

suất vay; (ii) chính sách thuế, phí (mức thuế xuất khẩu nông sản, phí làm thủ tục, miễn giảm thuế phí xuất khẩu; (iii) chính sách khoa học công nghệ (hỗ trợ chứng nhận, công nghệ nâng cao chất lượng sản phẩm, hỗ trợ kỹ thuật mới, nghiên cứu và chuyển giao tiến bộ kỹ thuật mới cho nông dân ở vùng nguyên liệu); (iv) chính sách liên kết (lợi ích trong liên kết, vai trò của địa phương trong các mối liên kết, hỗ trợ của nhà nước trong xây dựng vùng nguyên liệu). Theo phỏng vấn sâu cán bộ khuyến nông địa phương, với nông dân giao dịch với thương lái thường không nhận được hỗ trợ từ chính sách thuế, phí.

Nghiên cứu như Chengappa (2018), Cacchiarelli & Sorrentino (2013), Ciliberti & Frascarelli (2013), Suyanto & cộng sự (2019) chủ yếu phân tích dưới dạng định tính về tác động của chính sách tới giá bán nông sản và quyền thương lượng của nông dân. Các nghiên cứu của Yan & cộng sự (2017), Courtois & Subervie (2014), Nguyen & cộng sự (2020) so sánh giá bán và/hoặc doanh thu/ lợi nhuận giữa hai nhóm nông dân có được hỗ trợ chính sách và không được hỗ trợ chính sách. Biến đại diện được sử dụng là biến giả, nhận giá trị “có” = 1 với nông dân được hỗ trợ và “không” = 0 với nông dân không được chính sách hỗ trợ. Nguyen & cộng sự (2020) lại đo lường tác động của chính sách đến hoạt động tham gia thị trường của nông dân trồng vải thiều ở Bắc Giang với 4 chỉ báo theo thang đo Linkert 5 mức độ, bao gồm cả việc có nhận được sự hỗ trợ về phát triển chuỗi giá trị.

Thang đo về hỗ trợ chính sách sau đây được phát triển dựa trên Nguyen & cộng sự (2020), bổ sung nội dung chính sách theo Đinh Cao Khuê & cộng sự (2020) và kết quả phỏng vấn sâu cán bộ khuyến nông.

Bảng 2.11. Thang đo về hỗ trợ chính sách

Nội dung đo lường	Chỉ báo	Kí hiệu biến	Nguồn	Đo lường
Hỗ trợ chính sách	Tôi được hỗ trợ từ chính sách tín dụng	Csach1	Dựa trên Nguyen & cộng sự (2020) và Đinh Cao Khuê & cộng sự (2020)	Thang đo Linkert 5 mức độ
	Tôi được hỗ trợ về khoa học công nghệ	Csach2		
	Tôi được hỗ trợ về liên kết thị trường	Csach3		
	Các chính sách của chính phủ được cập nhật kịp thời	Csach4		
	Các chính sách tác động lớn đến hoạt động chuỗi	Csach5		

Nguồn: Tác giả tổng hợp và đề xuất

2.6.3.9. Cơ sở hạ tầng

Theo Phạm Thị Quỳnh và Lưu Văn Duy (2025), hạ tầng nông nghiệp là cơ sở vật chất và hệ thống được xây dựng để hỗ trợ sản xuất, chế biến và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp. Theo Đỗ Kim Chung (2021), “hạ tầng nông nghiệp được cấu thành bởi: (i) hệ thống tưới tiêu bao gồm: đập và hồ chứa nước, nơi lưu trữ nước để cung cấp cho sản xuất nông nghiệp; kênh và mương vận chuyển nước, hệ thống tưới tiêu tự động; (ii) đường giao thông nông thôn bao gồm đường bộ, đường thủy; (iii) kho chứa và cơ sở chế biến, gồm kho chứa nông sản và cơ sở chế biến sản phẩm nông nghiệp thành thực phẩm; (iv) hệ thống điện và nước và (v) hỗ trợ khác như trạm bảo vệ thực vật, cơ sở nghiên cứu và phát triển.

Utuk & cộng sự (2024) khi đánh giá chất lượng hạ tầng nông nghiệp đã sử dụng thang đo Linkert, đo lường chất lượng các yếu tố hạ tầng bao gồm cảng, hạ tầng hàng không, hạ tầng đường bộ, đường sắt với mức độ đánh giá chất lượng từ thấp nhất đến cao nhất. Thang đo về cơ sở hạ tầng được xây dựng dựa trên đặc điểm hạ tầng nông nghiệp của Việt Nam theo Đỗ Kim Chung (2021) và cách đánh giá chất lượng hạ tầng theo Utuk & cộng sự (2024).

Bảng 2.12. Thang đo về cơ sở hạ tầng

Nội dung đo lường	Chỉ báo	Kí hiệu biến	Nguồn	Đo lường
Cơ sở hạ tầng	Hệ thống tưới tiêu hoạt động tốt	Csht1	Dựa trên Utuk & cộng sự (2024) và Đỗ Kim Chung (2021)	Thang đo Linkert 5 mức độ
	Hệ thống đường giao thông thuận tiện	Csht2		
	Hệ thống kho chứa và cơ sở chế biến tốt	Csht3		
	Hệ thống điện, nước ở địa phương tốt	Csht4		

Nguồn: Tác giả tổng hợp và đề xuất

2.6.4. Giả thuyết nghiên cứu

2.6.4.1. Giả thuyết về ảnh hưởng của các yếu tố thuộc về người nông dân (H1a-H1d)

Quyền lực của bên A sẽ càng mạnh khi bên đó càng ít bị phụ thuộc vào bên B và có khả năng kiểm soát hoặc thay thế với B (Emerson, 1962; Cook & Emerson, 1978; Sexton, 1979). Trong chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp, nếu hộ nông dân nhỏ có thể kiểm soát nguồn lực sản xuất hay ít phụ thuộc vào người bán thì quyền thương lượng của họ sẽ tốt hơn. Nghiên cứu của Sexton (1979) chỉ ra rằng khi số lượng người mua

nhiều hơn người bán, người mua sẽ có lợi thế trong thương lượng giá và điều kiện giao dịch hơn. Yan & cộng sự (2015) cũng chứng minh rằng số lượng người đến mua quả óc chó càng ít thì nông dân cũng càng ít có quyền thương lượng. Chính vì lẽ đó, tác giả đề xuất giả thuyết H1a như sau:

H1a: Sự phụ thuộc có tác động tiêu cực đến quyền thương lượng giữa nông dân và thương lái.

Về khả năng tập thể hóa, nông dân tham gia các tổ chức cộng đồng hoặc có liên kết ngang tốt đã được chứng minh là có quyền thương lượng lớn hơn với người mua (Bijman & cộng sự, 2012; Trebbin, 2014). Mô hình này cho phép các hộ nông dân nhỏ lẻ chưa được tổ chức có thể có mặt trong chuỗi giá trị. Thông qua việc tập trung khối lượng nông sản, nông dân có thể tăng cường khả năng thương lượng với người mua và nhà cung cấp đầu vào tiềm năng, giảm chi phí giao dịch (Kumar & cộng sự, 2010; Yan & cộng sự, 2017), giảm rủi ro liên quan đến hoạt động nông nghiệp, thực hiện hoạt động marketing có tổ chức và hiệu quả và hưởng lợi từ chuỗi tốt hơn (Velázquez & cộng sự, 2017; Shrivastava & cộng sự, 2010). Holloway & cộng sự (2000) đã chứng minh rằng, marketing tập thể có thể giúp các hộ nông dân nhỏ ở châu Phi tham gia thị trường tốt hơn và giảm chi phí giao dịch trong bán nông sản. Fischer & Qaim (2012) cũng thấy rằng, marketing tập thể có thể cải thiện giá bán nông sản, tác động tích cực đến thu nhập và an ninh sinh kế của hộ nông dân. Chính vì lẽ đó, tác giả đề xuất giả thuyết H1b:

H1b: Việc tập thể hóa có tác động tích cực đến quyền thương lượng giữa nông dân và thương lái.

Nhiều nghiên cứu chỉ ra rằng khi nông dân có khả năng tiếp cận thông tin thị trường tốt hơn, quyền thương lượng của họ sẽ tốt hơn. Nghiên cứu của Svensson & Yanagizawa (2009) ở Uganda, Jensen (2007) ở Ấn Độ, Shimamoto & cộng sự (2014) đều chỉ ra kết quả tương đồng mặc dù các nguồn tin người nông dân sử dụng là khác nhau, có thể là từ điện thoại, radio hoặc các hệ thống thông tin thị trường do chính phủ cung cấp. Nghiên cứu của Courtois & Subervie (2015), Fischer & Qaim (2012) thì nhấn mạnh đến việc quyền thương lượng tăng lên không chỉ do số lượng kênh thông tin mà còn do mức độ chia sẻ và sử dụng nguồn tin. Do đó, tác giả đề xuất giả thuyết sau:

H1c: Khả năng tiếp cận thông tin có tác động tích cực đến quyền thương lượng giữa nông dân và thương lái.

Nông dân có thể tăng cường sức mạnh thương lượng thông qua các hoạt động thích ứng với biến đổi khí hậu như áp dụng các phương pháp canh tác mới; đổi mới công nghệ qua thay đổi các kỹ thuật canh tác và cải tiến khác để tăng năng suất hoặc đa dạng

hóa sinh kế thông qua mở rộng cây trồng, vật nuôi hoặc tham gia hoạt động kinh tế khác để tạo thu nhập mới, tránh phụ thuộc vào nông nghiệp (Mesfin, 2018; UNDP, 2023). Nghiên cứu của Ferrer và cộng sự (2022) đã chỉ ra rằng, gieo trồng sớm có tác động tích cực với sản xuất lúa gạo, thể hiện ở việc năng suất lúa tốt hơn và doanh thu từ lúa gạo cũng tốt hơn. Điều này hoàn toàn có thể cung cấp căn cứ rằng gieo trồng sớm có thể cải thiện khả năng thương lượng giá bán lúa gạo của nông dân. Việc thích ứng cũng có thể tạo ra những nhu cầu mới vào chuỗi giá trị, từ đó, thay đổi sự phân bổ quyền lực giữa các bên liên quan (Campbell, 2022). Giả thuyết được thành lập là những nông dân có hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu tốt thì có khả năng thương lượng tốt hơn với thương lái.

H1d: Hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu có tác động tích cực tới đến quyền thương lượng giữa nông dân và thương lái.

2.6.4.2. Giả thuyết về ảnh hưởng của mối quan hệ tới quyền thương lượng (H2a-H2c)

Mặc dù chưa có nhiều nghiên cứu thực nghiệm cụ thể về ảnh hưởng của mối quan hệ giữa nông dân và thương lái tới quyền thương lượng của nông dân nhưng một số nghiên cứu đã đề cập đến ảnh hưởng này một cách gián tiếp (Falkowski & cộng sự, 2017) hoặc được thể hiện thông qua việc nông dân có mối quan hệ cá nhân tốt với người mua có thể có giá bán nông sản và điều kiện thanh toán tốt hơn (Batt, 2003). Nông dân có quan hệ tốt với người mua thường có vị thế thương lượng mạnh hơn do giảm sự phụ thuộc (Wilson, 1995), hoặc nông dân có thể cân bằng quyền lực với người mua thông qua xây dựng mối quan hệ dựa trên sự tin cậy và cam kết lẫn nhau (Hingley, 2005). Như đã đề cập ở mục 2.6.3, niềm tin có thể được chia thành niềm tin vào năng lực và niềm tin vào sự thiện chí, chính vì thế, tác giả đề xuất các giả thuyết H2a và H2b:

H2a: Niềm tin vào năng lực có quan hệ tích cực đến quyền thương lượng giữa nông dân và thương lái.

H2a: Niềm tin vào sự thiện chí có quan hệ tích cực đến quyền thương lượng giữa nông dân và thương lái.

Sự cam kết gắn liền với uy tín của người bán - mua, do đó, ảnh hưởng đến sự công bằng trong mối quan hệ giữa nông dân và thương lái (Wilson, 1990). Nghiên cứu của Olounlade & cộng sự (2019), Zhang & Li (2016) chỉ ra các tác động tiêu cực của sự thiếu cam kết tới mối quan hệ lâu dài giữa nông dân và người mua, đồng thời, làm suy yếu quyền thương lượng của nông dân vì họ đã vi phạm các cam kết trong lần giao dịch trước đó; nhưng ngược lại, nếu xây dựng được uy tín, thực hiện đúng theo các cam kết đã có, người nông dân có thể có mối quan hệ với thương lái tốt hơn, do đó, có khả năng

thương lượng được giá bán và các điều kiện giao dịch khác tốt hơn. Từ các kết quả trên, tác giả đề xuất giả thuyết H2c:

H2c: Sự cam kết có quan hệ tích cực đến quyền thương lượng giữa nông dân và thương lái.

2.6.4.3. Giả thuyết về ảnh hưởng của môi trường bên ngoài tới quyền thương lượng của nông dân với thương lái (H3a-H3b)

Trong nghiên cứu này, chính sách hỗ trợ được giả định có tác động tích cực tới quyền thương lượng giữa nông dân với thương lái như nhận định trong các nghiên cứu ở các nước đang phát triển như Chengappa (2018), Suyanto & cộng sự (2019), Yan & cộng sự (2017). Ngoài ra, nghiên cứu của Russo & cộng sự (2011), Cacchiarelli & Sorrentino (2013), Ciliberti & Frascarelli (2013) ở các nước phát triển thuộc liên minh châu Âu cũng nhấn mạnh vai trò của chính sách nông nghiệp trong việc giảm thiểu sự mất cân bằng về quyền thương lượng của nông dân với người bán. Do đó, tác giả đề xuất giả thuyết H3a:

H3a: Chính sách hỗ trợ có tác động tích cực tới quyền thương lượng của nông dân với thương lái.

Magingxa & cộng sự (2009) khi nghiên cứu về nông dân ở Nam Phi đã thấy rằng, thiếu hệ thống giao thông, kho bãi và hệ thống thu gom nông sản là những rào cản lớn khiến nông dân bị phụ thuộc vào thương lái và bị yếu thế khi thương lượng giá. Theo Lushi & cộng sự (2023) cơ sở hạ tầng kém và không có đủ nơi lưu trữ và bảo quản sản phẩm đã dẫn đến thu nhập thấp hơn cho nông dân, từ đó giảm quyền thương lượng khi bán nông sản. Việc cải thiện quản lý, cơ sở hạ tầng giao thông có thể giúp nông dân có mức giá tốt hơn (Gauraha và cộng sự, 2010). Fafchamps & Hill (2005) cũng chứng minh rằng, nông dân có phương tiện vận chuyển và có đường nông thôn có thể chọn thị trường để bán hàng thay vì chấp nhận bán tại điểm sản xuất nông sản. Tổng hợp những kết quả trên, tác giả đề xuất giả thuyết H3b:

H3b: Cơ sở hạ tầng hoàn thiện có tác động tích cực tới quyền thương lượng của nông dân với thương lái.

CHƯƠNG 3. BỐI CẢNH VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Bối cảnh chuỗi giá trị lúa gạo tại Việt Nam

Việt Nam là một nước nông nghiệp với cây trồng chủ đạo là lúa nước và đồng bằng sông Cửu Long đóng vai trò rất quan trọng (Ngô Thị Phương Lan, 2016). Do hạ tầng kém phát triển và sản lượng nhỏ, họ thường gặp bất lợi trong việc tiếp thị sản phẩm của mình. Đây cũng là lí do khiến họ dễ chịu nhiều rủi ro khi có biến động thị trường.

Đặc điểm sản xuất và tham gia thị trường của nông dân vùng ĐBSCL ít nhiều đã được nhận diện và phân tích. Các nghiên cứu về chuỗi giá trị lúa gạo của Võ Thị Thanh Lộc & Nguyễn Phú Sơn (2011); Nguyễn Đình Cung và các cộng sự (2017) phân tích chuỗi giá trị lúa gạo đồng bằng sông Cửu Long dưới dạng chuỗi giá trị lúa gạo nội địa và xuất khẩu, với chức năng và kênh thị trường chuỗi tương đối giống nhau. Chuỗi gồm khâu đầu vào (giống, phân bón, thuốc trừ sâu,...); khâu sản xuất (nông dân, công nhân nông dân,...); khâu thu gom (thương lái/hàng xáo); khâu chế biến (nhà máy xay xát, lau bóng và doanh nghiệp); khâu thương mại (doanh nghiệp, bán sỉ/lẻ) và tiêu dùng (nội địa và xuất khẩu).

Đối tượng tham gia sản xuất lúa gạo chủ yếu là các hộ nông dân và hợp tác xã. Quy mô canh tác của các chủ thể này chủ yếu là quy mô nhỏ (Nguyễn Đình Cung & cộng sự, 2017). Diện tích canh tác bình quân theo đầu người của nông dân Việt Nam ở mức thấp so với thế giới. Thông thường, diện tích canh tác trung bình một hộ chỉ khoảng 0,2-2ha; diện tích bình quân tính trên lao động cũng chỉ đạt 0,34ha. Thêm vào đó, số lượng nông dân có quy mô ruộng đất lớn hơn 3ha chỉ có khoảng 5%. Đến năm 2016, vẫn có hơn một nửa số hộ nông nghiệp ở Việt Nam canh tác với diện tích nhỏ hơn 0,5ha³. Do diện tích canh tác nhỏ, nông dân gặp khó khăn trong việc .

Bên cạnh các hộ gia đình, một số công ty cũng trực tiếp tham gia trồng lúa hoặc hợp tác với các hộ gia đình trồng lúa để tạo nguồn cung cấp lúa gạo cho mình. Nhiều mô hình liên kết giữa công ty thương mại và nông dân đã hình thành và đang mở rộng, nhất là ở đồng bằng sông Cửu Long. Các mô hình hợp tác, liên kết phổ biến là: (i) doanh nghiệp cung cấp giống, vật tư, hướng dẫn kỹ thuật và bao tiêu sản phẩm; (ii) doanh nghiệp và nông dân thỏa thuận tiêu thụ lúa gạo, nông dân tự lo vật tư và lựa chọn giống.

³ <http://caicachhanhchinh.gov.vn/mo-hinh-kinh-nghiem/chi-tiet/117>

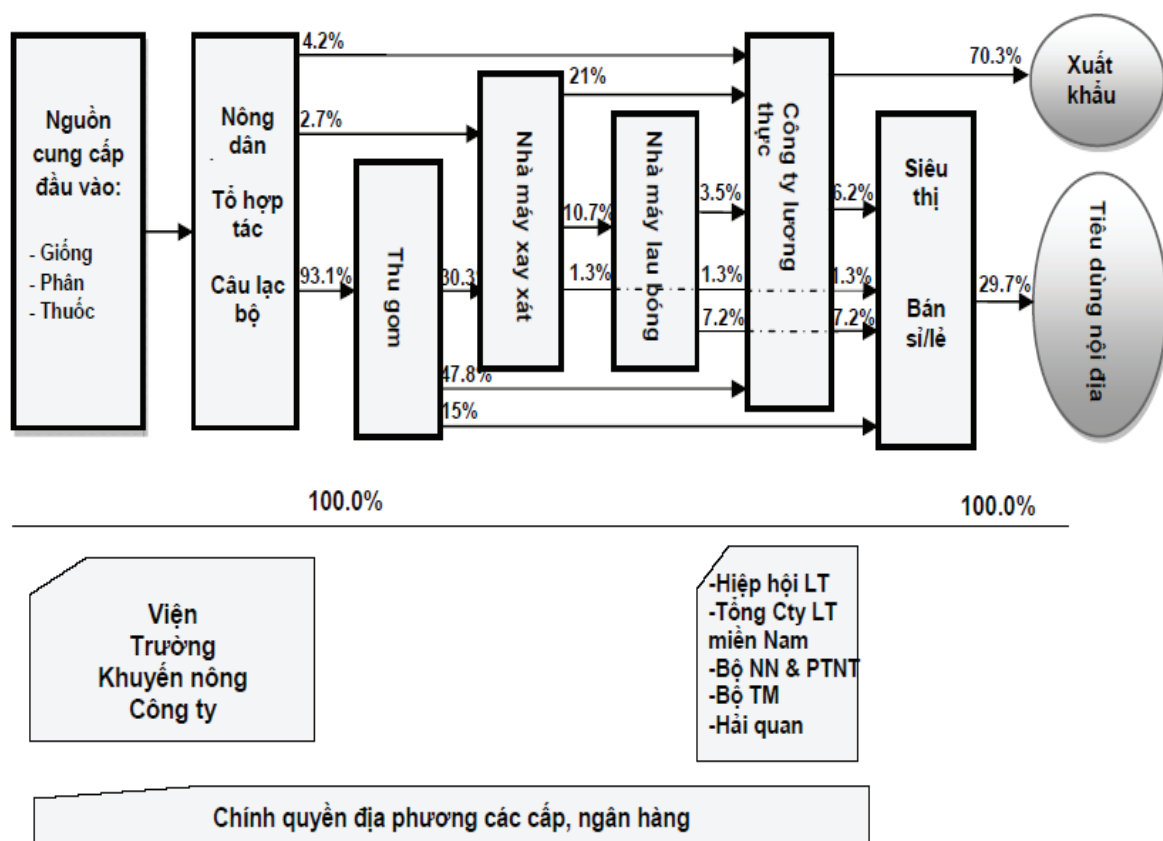
Hiện nay việc liên kết giữa các công ty và người nông dân để hình thành cánh đồng lớn là một hình thức tổ chức sản xuất có lợi cho các bên. Việc tham gia cánh đồng mẫu lớn giúp nông dân cắt giảm chi phí sản xuất, có nguồn cung nguyên vật liệu chất lượng tốt và có sự đảm bảo về tiêu thụ sản phẩm với mức giá hợp lý hơn. Tuy nhiên, mô hình cánh đồng lớn này vẫn là số ít so với phương thức canh tác hộ đơn lẻ phổ biến trên toàn quốc (Nguyễn Đình Cung & cộng sự, 2017). Số doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp cũng rất ít, liên kết giữa doanh nghiệp và nông dân lỏng lẻo, mặc dù Chính phủ đã có nhiều chính sách nhưng song chưa có cơ chế vận hành hiệu quả (Bồng & cộng sự, 2019).

Về thu mua và chế biến, đối với các hộ trồng lúa có thỏa thuận hoặc liên kết với doanh nghiệp, lúa được bán theo giá thị trường tại thời điểm giao dịch. Việc thu mua được thực hiện thông qua hợp đồng nông sản theo hai hình thức chính: doanh nghiệp cung ứng giống, phân bón và yêu cầu nông dân tuân thủ quy trình sản xuất do doanh nghiệp quy định; hoặc doanh nghiệp ký hợp đồng bao tiêu toàn bộ sản phẩm trong khi nông dân được tự chủ lựa chọn kỹ thuật canh tác (Nguyễn Đình Cung & cộng sự, 2017).

Việc nông dân ưu tiên bán nông sản cho thương lái hoặc các cơ sở, doanh nghiệp chế biến đã được chỉ ra trong nhiều nghiên cứu (Võ Thị Thanh Lộc & Nguyễn Phú Sơn, 2011; Nguyễn Văn Nền, 2015; Nguyễn Quốc Nghi, 2015; Đỗ Thị Nga & Lê Đức Niêm, 2016). Điều này lại càng đúng với các hộ nông dân có quy mô canh tác nhỏ hoặc có điều kiện kinh tế khó khăn, họ ưu tiên lựa chọn trung gian thay vì bán trực tiếp cho doanh nghiệp (Nguyễn Quốc Nghi, 2015). Nếu xét theo cách thức phân phối, có thể thấy trong chuỗi giá trị lúa gạo cũng có nhiều dạng khác nhau. Dạng thứ nhất là các kênh trực tiếp, là một kiểu liên kết dọc giữa công ty và các hộ nông dân/ đơn vị sản xuất. Nếu theo dạng này, các nhà sản xuất sẽ có lợi ích cao nhất vì thời gian ra thị trường là ngắn nhất, tuy nhiên, tỷ lệ thuộc dạng liên kết này không nhiều. Dạng thứ hai là hình thức kênh 3 cấp, theo đó, lúa gạo được bán qua ba tác nhân trung gian gồm (i) nhà máy xay xát, (ii) nhà máy lau bóng và (iii) công ty. Dạng thứ ba phổ biến hơn cả là kênh 4 cấp, lúc này, có thêm trung gian là thương lái trong chuỗi (Võ Thị Thanh Lộc & Nguyễn Phú Sơn, 2011).

Nghiên cứu của Võ Thị Thanh Lộc & Nguyễn Phú Sơn (2011) chỉ ra rằng, thương lái là tác nhân đóng vai trò rất quan trọng trong việc kết nối từ người sản xuất lúa đến nhà xuất khẩu, và có hoạt động trải dài nhất trong chuỗi. Hình 3.1. cho thấy có đến 93,1% lúa gạo tại ĐBSCL được thu gom bởi các thương lái. Sau đó, các thương lái sẽ

bán đứt khoảng 30,3% lúa cho các nhà máy xay xát; 47,8% sẽ được họ mang đi xay xát rồi bán cho các nhà máy lau bóng/xuất khẩu; 15% số lúa được thương lái bán cho các nhà bán buôn/bán lẻ trong nước sau khi đã được xay xát.



Hình 3.1. Chuỗi giá trị lúa gạo đồng bằng sông Cửu Long

Nguồn: Võ Thị Thanh Lộc & Nguyễn Phú Sơn (2011)

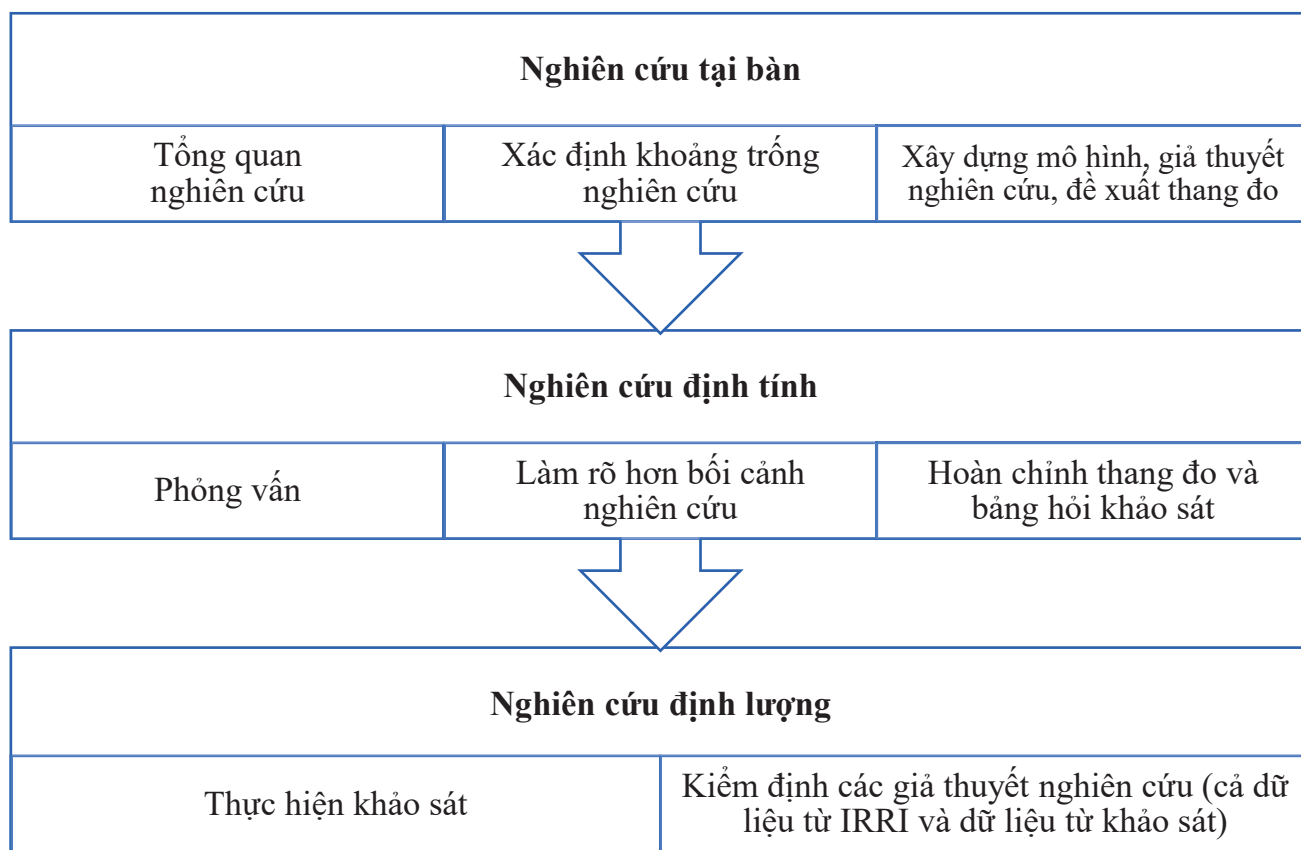
Về tác động của biến đổi khí hậu, theo Mike (2003), khoảng 380 triệu ha hoặc khoảng một phần ba diện tích nông nghiệp của thế giới sẽ bị ảnh hưởng bởi xâm nhập mặn. Nhiều vùng ven biển ở Bangladesh, Orissa, Việt Nam và Philippines hiện đang phải chịu đựng tình trạng xâm nhập mặn phức tạp. Đặc biệt, tình trạng nhiễm mặn ở các đồng bằng ven biển là thách thức lớn nhất và ảnh hưởng đến tất cả các loại cây trồng ở Châu Á⁴. Là một trong những vùng trồng lúa gạo chính của Việt Nam khi chiếm đến 90% sản lượng gạo xuất khẩu (Yen và cộng sự, 2019), đồng bằng sông Cửu Long cũng đang đối mặt với các thách thức về biến đổi khí hậu như xâm nhập mặn, nước biển dâng, thời tiết cực đoan,...

⁴ <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212096318300809>

Nhằm thích ứng với biến đổi khí hậu, nông dân đã thực hiện nhiều biện pháp như thay đổi kỹ thuật canh tác, sử dụng giống cây trồng mới, thay đổi lịch mùa vụ,... Theo Fererr & cộng sự (2022), Lu và cộng sự (2017), nhằm ứng phó với hạn mặn, nông dân ở đồng bằng sông Cửu Long đã được khuyến cáo gieo trồng sớm. Thời điểm gieo trồng cần được dự đoán phù hợp để tránh rủi ro và đạt năng suất tối đa. Trong vụ đông xuân 2019-2020, nhờ thực hiện gieo trồng sớm, nhiều hộ nông dân đã đảm bảo được năng suất và chất lượng lúa, nhờ đó, có được doanh thu và lợi nhuận tốt hơn so với các hộ không có hoạt động thích ứng. Việc thực hiện hoạt động thích ứng giúp nông dân đảm bảo được năng suất, chất lượng lúa, nhờ đó, thương lượng được mức giá tốt hơn (Fererr & cộng sự, 2022).

3.2. Quy trình nghiên cứu

Quy trình nghiên cứu của luận án gồm 3 giai đoạn: (i) nghiên cứu tại bàn; (ii) nghiên cứu định tính và (iii) nghiên cứu định lượng (hình 3.2).



Hình 3.2. Quy trình nghiên cứu

Nguồn: Tác giả đề xuất

Trong giai đoạn nghiên cứu tại bàn, hoạt động tổng quan tài liệu nhằm xác định khoảng trống nghiên cứu và đề xuất mô hình, giả thuyết nghiên cứu; xây dựng phiếu phỏng vấn và bảng hỏi sơ bộ cho thu thập dữ liệu sơ cấp ở các giai đoạn sau. Giai đoạn

nghiên cứu định tính thực hiện thu thập dữ liệu từ phỏng vấn cán bộ quản lý nhà nước và nông dân nhằm làm rõ hơn bối cảnh nghiên cứu, đồng thời, hoàn chỉnh thang đo và bảng hỏi khảo sát. Giai đoạn nghiên cứu định lượng, dựa trên kết quả khảo sát các hộ nông dân ở đồng bằng sông Cửu Long và dữ liệu từ IRRI, luận án thực hiện kiểm định các giả thuyết nghiên cứu, nhằm trả lời các câu hỏi nghiên cứu đã đề ra. Chi tiết mục tiêu và phương pháp thực hiện trong từng giai đoạn được trình bày ở các mục sau đây.

3.3. Giai đoạn nghiên cứu tại bàn

3.3.1. Mục tiêu

Mục tiêu của giai đoạn nghiên cứu tại bàn là (i) xác định khoảng trống nghiên cứu; và (ii) xây dựng mô hình, giả thuyết nghiên cứu và các nội dung thông tin cần thu thập từ phỏng vấn (trong nghiên cứu định tính) và khảo sát (trong nghiên cứu định lượng).

3.3.2. Phương pháp thu thập và xử lý dữ liệu

Tài liệu được thu thập theo các chủ đề: (i) khái niệm và lý thuyết về quyền thương lượng, chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp; (ii) các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng, trong đó tập trung vào quyền thương lượng của nông dân với người mua nông sản (bao gồm thương lái); và (iii) đặc điểm chuỗi giá trị lúa gạo và giao dịch mua bán lúa gạo ở Việt Nam. Cơ sở dữ liệu được khai thác bao gồm các bài báo khoa học liên quan trên hệ thống cơ sở dữ liệu có uy tín như Web of Science, Google Scholar, Elsevier, Sage, Emerald,... Các thông tin về bối cảnh nông nghiệp Việt Nam còn được khai thác qua báo cáo hoặc website của các cơ quan quản lý nhà nước như báo cáo từ Chi cục trồng trọt phía Nam, của Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn (nay là Bộ Nông nghiệp và môi trường), cổng thông tin điện tử của Tổng cục Thống kê (nay là Cục Thống kê) để có thông tin cơ bản của địa bàn nghiên cứu. Nghiên cứu cũng chọn lựa nhiều nghiên cứu, báo cáo từ năm 2020 trở lại đây để phản ánh bối cảnh thị trường nông nghiệp hiện đại. Các công trình nghiên cứu tiếp tục được sắp xếp theo các chủ đề tổng quan nghiên cứu, ưu tiên các nghiên cứu thực nghiệm có thang đo và được thực hiện ở các nước đang phát triển có nền kinh tế chuyển đổi. Dựa trên phân tích tổng hợp các nghiên cứu đã có, tác giả xác định các khoảng trống nghiên cứu và xây dựng mô hình, giả thuyết nghiên cứu. Ngoài ra, giai đoạn này còn xác định một số thang đo cho các yếu tố trong mô hình nghiên cứu, làm căn cứ xây dựng phiếu phỏng vấn và bảng hỏi trong giai đoạn sau. Phiếu phỏng vấn sâu cho cán bộ quản lý nhà nước và bảng hỏi khảo sát nông dân sơ bộ đã được xây dựng trong giai đoạn này.

3.4. Giai đoạn nghiên cứu định tính

3.4.1. Mục tiêu

Mục tiêu của nghiên cứu định tính trong giai đoạn này là (i) thu thập thông tin về một số đặc điểm sản xuất và giao dịch lúa gạo của nông dân trồng lúa ở đồng bằng sông Cửu Long; (ii) hoàn thiện, hiệu chỉnh thang đo trong bảng hỏi khảo sát cho phù hợp với tình hình sản xuất lúa gạo ở đồng bằng sông Cửu Long, Việt Nam.

3.4.2. Phương pháp thu thập dữ liệu

Phòng vấn sâu được thực hiện với cán bộ quản lý nhà nước gồm 01 cán bộ của Chi cục Trồng trọt và Bảo vệ thực vật phía Nam (gọi tắt là chi cục trồng trọt phía Nam), 02 cán bộ khuyến nông xã Vĩnh Hòa (trước đây là xã Vĩnh Hòa và xã Thạnh Yên). Mục tiêu của phòng vấn sâu nhằm cung cấp thông tin chung về thực trạng sản xuất, mua bán lúa gạo ở địa phương, đồng thời, cung cấp thông tin để hoàn thiện bảng hỏi khảo sát nông dân. Các nội dung chính của phiếu phỏng vấn gồm: (i) thực trạng sản xuất lúa gạo, (ii) thực trạng mua bán lúa gạo tại địa phương; (iii) quyền thương lượng của nông dân với thương lái; (iv) thực trạng các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng của nông dân (sự tham gia các tổ chức cộng đồng, thông tin thị trường, hoạt động thích ứng với biến đổi khí hậu, mối quan hệ của nông dân với thương lái) và (v) chính sách hỗ trợ của nhà nước với hoạt động sản xuất nông nghiệp nói chung và gia tăng quyền thương lượng của nông dân nói riêng. Phiếu phỏng vấn sâu chi tiết trong Phụ lục 3.

Nghiên cứu thực hiện kiểm tra bảng hỏi với việc phỏng vấn 5 hộ nông dân nhằm kiểm tra tính phù hợp và phát hiện những sai sót trong bảng hỏi, sự phù hợp của các thang đo và tính dễ hiểu của các câu trả lời. Ngoài ra, tác giả còn xin ý kiến từ các chuyên gia marketing về tính phù hợp của các thang đo trong nghiên cứu.

3.4.3. Phương pháp xử lý dữ liệu

Dữ liệu thu được từ phỏng vấn sâu cán bộ quản lý nhà nước được nhập và lưu trữ trong Excel. Việc phân tích nội dung thu được từ phỏng vấn đã cung cấp thông tin về thực trạng sản xuất lúa gạo nói chung ở đồng bằng sông Cửu Long; thực trạng hoạt động giao dịch (mua bán lúa gạo), hoạt động của thương lái tại địa phương, các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng của nông dân với thương lái. Ngoài ra, từ kết quả phỏng vấn, bảng hỏi đã có sự điều chỉnh thêm chỉ báo quyền thương lượng về thời gian thanh toán, bổ sung lựa chọn trả lời cho câu hỏi về nguồn tin thị trường, và chi tiết hơn về chính sách hỗ trợ của nhà nước. Cụ thể, bảng hỏi đã được bổ sung

thêm câu hỏi về quyền thương lượng BG4 - “Tôi có khả năng quyết định thời gian thanh toán” do việc thanh toán tiền lúa có thể là một lần hoặc nhiều lần, trước hoặc sau khi thu hoạch. Câu hỏi về nguồn tin thị trường nông sản dành cho nông dân được bổ sung thêm nguồn tin từ hội nhóm trên Zalo. Theo cán bộ của Chi cục trồng trọt phía Nam, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (nay là Bộ Nông nghiệp và môi trường) đã bắt đầu xây dựng Bản tin Nông vụ tại các tỉnh vùng ĐBSCL phục vụ quản lý nhà nước về sản xuất trồng trọt và thích ứng với biến đổi khí hậu theo quyết định số 1033/QĐ-BNN-TC ngày 22/3/2023 của Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp & PTNT. Bản tin này được triển khai trên 13 tỉnh ĐBSCL cũ là Tiền Giang, Hậu Giang, An Giang, Kiên Giang, Trà Vinh, Sóc Trăng, Cần Thơ, Bạc Liêu, Bến Tre, Cà Mau, Đồng Tháp, Long An và Vĩnh Long. Tính đến hết năm 2024, tổng số nhóm Zalo ở ĐBSCL là 995 nhóm với 53.030 thành viên. Kiên Giang và An Giang (nay là An Giang) có tổng cộng 126 nhóm Zalo với sự tham gia của hơn 9.000 nông dân. Các chính sách hỗ trợ nông dân tiếp cận thị trường chủ yếu tập trung vào truyền thông và đào tạo kỹ thuật canh tác, hỗ trợ vay vốn và hỗ trợ kết nối cung cầu.

Dữ liệu thu được từ phỏng vấn nông dân được ghi chú trực tiếp trên bảng hỏi và thực hiện điều chỉnh các câu hỏi, thang đo chưa phù hợp. Thang đo về sự phụ thuộc và niềm tin được đề xuất thêm chỉ báo, lần lượt là De6 - “Lúa gạo tôi cung cấp có chất lượng tốt hơn các hộ khác” và Tinb4 - Tôi có thông tin thị trường lúa gạo kịp thời để ra quyết định. Thang đo về sự phụ thuộc De6 được thêm vào do nông dân phản hồi về chất lượng lúa gạo tốt hoặc giống lúa đặc biệt có thể giúp họ thương lượng tốt hơn. Về thông tin thị trường, nông dân không chỉ đề cập đến tính đa dạng, tính chính xác mà còn rất quan tâm đến tính kịp thời của nguồn tin. Giá lúa vụ Đông - Xuân một số năm có biến động rất nhanh chóng, đặc biệt là những năm bội thu hoặc bị ảnh hưởng tiêu cực khi sản xuất (như lũ lụt, hạn hán, hạn mặn, sâu bệnh,...).

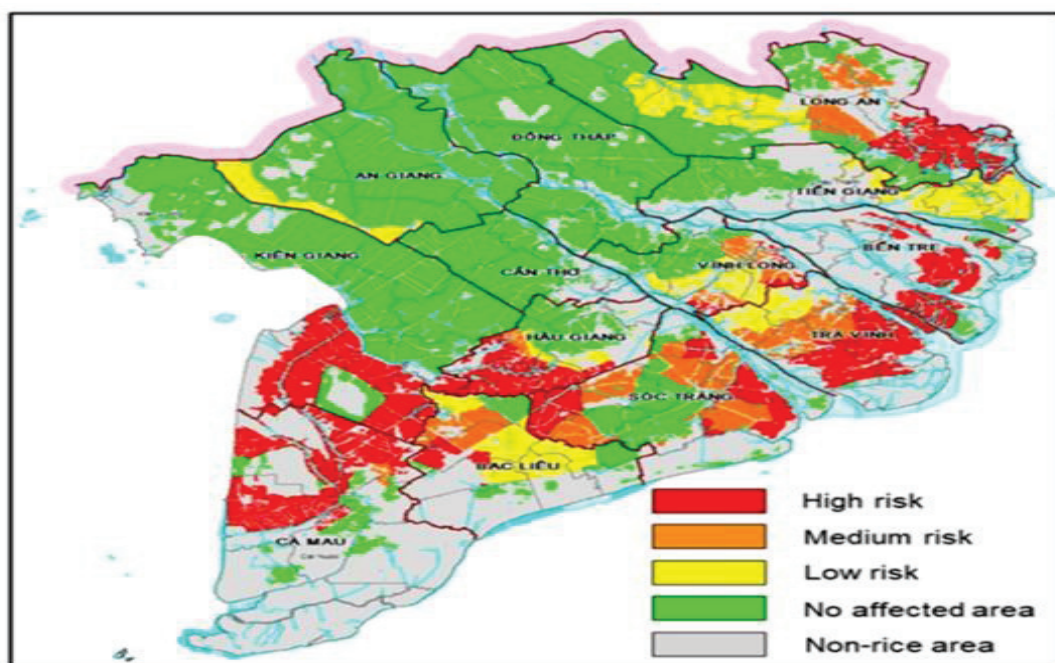
3.5. Giai đoạn nghiên cứu định lượng

3.5.1. Mục tiêu

Mục tiêu của nghiên cứu định lượng là thu thập dữ liệu về quyền thương lượng và các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng của nông dân, lợi ích của nông dân thu được nhằm (i) kiểm định ảnh hưởng của quyền thương lượng đến lợi ích của nông dân (câu hỏi nghiên cứu 1) và (ii) kiểm định các giả thuyết trong mô hình nghiên cứu (câu hỏi nghiên cứu 2 và 3).

3.5.2. Phương pháp thu thập dữ liệu

Dữ liệu được sử dụng trong phân tích định lượng bao gồm dữ liệu thứ cấp của 1176 hộ nông dân từ khảo sát của IRRI và 216 hộ nông dân từ khảo sát của tác giả luận án. Địa bàn thu thập dữ liệu là 3 tỉnh Kiên Giang (nay đã sáp nhập với An Giang thành tỉnh An Giang), Long An và Sóc Trăng. Lý do lựa chọn 3 tỉnh Kiên Giang, Long An, Sóc Trăng vì 3 tỉnh này là có diện tích trồng lúa lớn ở đồng bằng sông Cửu Long và bị ảnh hưởng mạnh bởi biến đổi khí hậu, đặc biệt là hạn mặn. Bản đồ xâm nhập mặn cho thấy, các tỉnh này thuộc 8 tỉnh có nguy cơ xâm nhập mặn cao (gồm Long An, Bến Tre, Trà Vinh, Kiên Giang, Hậu Giang, Sóc Trăng, Bạc Liêu và Cà Mau) (hình 3.3).



Hình 3.3. Bản đồ nguy cơ xâm nhập mặn vùng đồng bằng sông Cửu Long

Nguồn: Son & cộng sự (2018)

Tại thời điểm thu thập dữ liệu IRRI, Kiên Giang là tỉnh trồng lúa và sản xuất lúa lớn nhất vùng đồng bằng sông Cửu Long, chiếm 17,7% tổng diện tích gieo trồng lúa (4.107.400 ha) và 17,4% tổng sản lượng lúa (24.441.900 tấn); tiếp theo là Long An (số liệu tương ứng lần lượt là 12,5% và 11,5%) và Sóc Trăng (lần lượt là 8,6% và 8,8%) (Tổng cục Thống kê, 2018). Ba tỉnh này nằm trong số bảy tỉnh thuộc vùng duyên hải Nam Bộ được Cục Trồng trọt khuyến cáo gieo trồng sớm trong vụ lúa Đông Xuân 2019-2020. Tổng diện tích gieo trồng sớm hơn bình thường tại ba tỉnh này chiếm một nửa tổng diện tích 42.491 ha (Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn, 2020). Sóc Trăng chiếm 22,6%; Kiên Giang 16,4% và Long An 13,9%. Hơn nữa, tổng số hộ nông dân tại ba tỉnh này chiếm một phần ba tổng số hộ nông dân (1.138.995) ở Đồng bằng sông Cửu

Long. Kiên Giang chiếm 12,2%, tiếp theo là Long An 11,2% và Sóc Trăng 8,5% (Tổng cục Thống kê, 2016). Tại thời điểm thu thập dữ liệu của luận án (tháng 12 năm 2025), sau khi sáp nhập các địa giới hành chính, Long An không thuộc phạm vi khu vực đồng bằng sông Cửu Long nên không được đưa vào khảo sát. Kiên Giang sáp nhập với An Giang thành tỉnh An Giang; Sóc Trăng sáp nhập với Cần Thơ, Hậu Giang và Sóc Trăng thành tỉnh mới là Cần Thơ. Kết hợp với dữ liệu gieo trồng của GSO (2025), diện tích trồng lúa của tỉnh An Giang đứng đầu cả nước với hơn 1.344 nghìn ha, chiếm gần 35% diện tích trồng lúa ĐBSCL và gần 20% diện tích trồng lúa cả nước (trong đó, tỉnh Kiên Giang cũ là 725,7 nghìn ha, chiếm gần 20% diện tích trồng lúa của ĐBSCL là hơn 10% diện tích trồng lúa của cả nước).

Theo cán bộ Chi cục trồng trọt phía Nam, các tỉnh này cũng có đầy đủ đặc trưng của sản xuất lúa gạo ở đồng bằng sông Cửu Long: nhiều hộ nông dân quy mô nhỏ, khoảng 70% số nông dân bán lúa gạo cho thương lái thay vì cho doanh nghiệp hoặc các đối tác khác. Như vậy, các đặc điểm về diện tích gieo trồng, số hộ canh tác và đặc điểm sản xuất và giao dịch lúa gạo đã thể hiện ba tỉnh này có đủ tính đại diện khi nghiên cứu về chuỗi giá trị lúa gạo và các hoạt động liên quan đến biến đổi khí hậu ở đồng bằng sông Cửu Long.

3.5.2.1. Thu thập dữ liệu thứ cấp

Về dữ liệu thứ cấp, dữ liệu từ IRRI là dữ liệu thuộc dự án “Đánh giá tác động gieo trồng sớm của các hộ trồng lúa ở đồng bằng sông Cửu Long Việt Nam”, được thực hiện bởi Viện Nghiên cứu lúa quốc tế (IRRI) và Diễn đàn Phát triển Việt Nam (VDF) (sau đây gọi tắt là dữ liệu IRRI). Dữ liệu này khảo sát 1176 hộ nông dân trồng lúa ở đồng bằng sông Cửu Long tại 3 tỉnh Kiên Giang (nay là An Giang như đã giải thích ở phần mở đầu), Long An và Sóc Trăng. Được sự cho phép của đơn vị thực hiện, tác giả thực hiện sàng lọc thông tin từ bảng hỏi khảo sát để tìm hiểu, bổ sung thêm thông tin về sản xuất lúa gạo ở đồng bằng sông Cửu Long. Các câu hỏi được sàng lọc theo đó tập trung vào (i) đặc điểm của người nông dân, (ii) đặc điểm sản xuất lúa gạo; (iii) đặc điểm mua bán lúa gạo, bao gồm cả quyền thương lượng giá của nông dân với thương lái và (iv) một số yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng. Chi tiết các câu hỏi trong dữ liệu khảo sát được trình bày ở Phụ lục 1. Một số câu hỏi đã được sử dụng trong bảng hỏi nông dân ở khảo sát của luận án. Các câu hỏi từ dữ liệu này sẽ được sử dụng để phân tích so sánh nhằm làm rõ hơn đặc điểm sản xuất lúa gạo ở đồng bằng sông Cửu Long, bổ sung thêm căn cứ cho bình luận kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu, đồng thời, trả lời cho câu hỏi nghiên cứu đầu tiên về ảnh hưởng của quyền thương lượng tới lợi ích của người nông dân. Chi tiết về mẫu nghiên cứu của IRRI được trình bày trong hộp 1.

Hộp 3.1. Khái quát về dữ liệu từ IRRI

Dữ liệu từ IRRI là dữ liệu khảo sát ở ba tỉnh đồng bằng sông Cửu Long năm 2020 và 2021, tại địa bàn các tỉnh Kiên Giang (nay thuộc An Giang), Long An (nay thuộc Tây Ninh) và Sóc Trăng (nay thuộc thành phố Cần Thơ). Dự án của IRRI có tên là: “Đánh giá tác động gieo trồng sớm⁵ của các hộ trồng lúa ở đồng bằng sông Cửu Long Việt Nam”, được thực hiện trong giai đoạn 2020-2021, đây là dự án nghiên cứu sinh tham gia trực tiếp vào việc khảo sát hộ nông dân và xử lý dữ liệu.

Tại thời điểm khảo sát, do chưa xác định tổng thể những người trồng lúa sớm, chính vì thế, quy mô mẫu được xác định theo công thức của Cochran (1977), với độ tin cậy là 95%, kích thước mẫu tối thiểu cần là 384. Quy mô mẫu khảo sát thu về là 1176 hộ hoàn toàn phù hợp để thực hiện các phân tích thống kê. Mẫu nghiên cứu là mẫu ngẫu nhiên phân tầng. Các xã được chọn để khảo sát thỏa mãn các yêu cầu: (i) thuộc xã từng bị thiệt hại nặng nề do nhiễm mặn (căn cứ vào tỷ lệ diện tích bị ảnh hưởng so với tổng diện tích) và (ii) có cả nông dân có hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu là gieo trồng sớm và có nông dân không gieo trồng sớm.

Trong số những người trả lời, nam giới chiếm 78% và nữ giới chiếm 22%. Độ tuổi trung bình của người trả lời là gần 53 tuổi, với người nhỏ nhất là 21 tuổi và cao nhất là 85 tuổi. Đặc điểm này khá tương đồng với đặc điểm của hộ gia đình và sản xuất nông nghiệp ở đồng bằng sông Cửu Long, khi nam giới trưởng thành là người lao động chính trong hộ. Về tình trạng hôn nhân, 91,7% số người trả lời đã kết hôn và số người độc thân chỉ chiếm 4,1% cũng thể hiện sự phù hợp với độ tuổi trung bình là 53 tuổi kể trên. 4,3% số người có tình trạng hôn nhân khác là trường hợp góa bụa và sống chung nhưng chưa kết hôn. Trình độ học vấn của người trả lời không cao. Đa số người trả lời có đã học hết tiểu học và cấp 2 (chiếm 72,8%), số người học hết cấp 3 chiếm 18,5%, các cấp học cao hơn là 2,4% và số người không đi học chiếm đến 6,5%. Người dân tham gia khảo sát có kinh nghiệm làm nông từ sớm, độ tuổi bắt đầu làm ruộng nhỏ nhất là 7 tuổi và cao nhất là 55 tuổi, độ tuổi trung bình bắt đầu làm nông là gần 19 tuổi. Chính vì lẽ đó, thời gian làm ruộng của người trả lời thấp nhất là 2 năm, nhiều nhất đến 72 năm và trung bình là hơn 34 năm.

⁵ Nông dân đồng bằng sông Cửu Long thường có hai hoặc ba vụ lúa chính là vụ hè thu và vụ đông xuân hoặc vụ hè thu, thu đông và đông xuân. Thông thường, vụ đông xuân (ĐX) từ tháng 11 đến tháng 2, vụ hè thu từ tháng 4 đến tháng 7 và vụ thu đông từ tháng 8 đến tháng 11. Trong những năm bình thường (tức là không có hạn hán và độ mặn cao), nông dân sẽ bắt đầu gieo trồng vào giữa đến cuối tháng 12 cho vụ ĐX. Nông dân trồng lúa có thể điều chỉnh lịch gieo trồng, đặc biệt là vụ ĐX sớm hơn khi điều kiện môi trường bất lợi (ví dụ: hạn hán và độ mặn cao) (Nguyễn, 2020). Việc trồng sớm quy định gieo trồng trong tháng 10 ở vụ ĐX. Thực tế, tại 3 tỉnh Long An, Kiên Giang và Sóc Trăng, người dân định nghĩa và thực hiện việc gieo trồng sớm là từ đầu đến giữa tháng 11, đặc biệt là những người áp dụng hệ thống hai mùa vụ. Trong dự án định nghĩa việc gieo trồng lúa sớm cho vụ ĐX là trồng lúa trước ngày 15 tháng 11 năm 2019 cho vụ cuối cùng của niên vụ 2019-2020.

3.5.2.2. Thu thập dữ liệu sơ cấp

Về dữ liệu sơ cấp, sau khi hoàn chỉnh bảng hỏi, khảo sát chính thức được tiến hành vào tháng 12 năm 2025, ở An Giang, đồng bằng sông Cửu Long, thông tin sản xuất lúa gạo được hỏi cho vụ mùa năm 2024-2025. Danh sách các hộ tham gia phỏng vấn được lấy từ dữ liệu khảo sát của IRRI, kết hợp với thông tin từ cán bộ khuyến nông địa phương. Người được phỏng vấn người trực tiếp tham gia và/hoặc có thông tin về tình hình sản xuất của hộ (thường là chủ hộ). Mẫu được chọn theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện theo nhóm, có phân tầng. Nghĩa là cán bộ địa phương hỗ trợ lựa chọn các hộ ở cùng một ấp để thuận tiện cho việc di chuyển. Tuy nhiên, các ấp được chọn phải đảm bảo có cả các hộ gia đình có diện tích trên 2ha và dưới 2ha, có cả chủ hộ là nam giới và nữ giới, trung bình đã trồng và giao dịch lúa gạo ít nhất 2 năm (tiêu chí lấy theo đặc điểm mẫu nghiên cứu của dữ liệu từ IRRI về đặc điểm sản xuất lúa gạo ở đồng bằng sông Cửu Long) và có khoảng 70% số hộ nông dân bán lúa gạo cho thương lái thay vì bán cho các bên khác (theo kết quả phỏng vấn sâu cán bộ chỉ cục trồng trọt phía Nam). Do khảo sát thực hiện với mục tiêu phân tích giao dịch lúa gạo giữa nông dân và thương lái nên các hộ gia đình được chọn là những hộ đã có giao dịch với thương lái trong vụ mùa 2024-2025. Nếu hộ được chọn không mua bán lúa gạo với thương lái, người khảo sát sẽ thực hiện khảo sát hộ ở gần kề.



Hình 3.4. Bản đồ tỉnh An Giang, đồng bằng sông Cửu Long

Nguồn: Tác giả tổng hợp⁶

⁶ <https://maisonoffice.vn/tin-tuc/cac-tinh-mien-tay-sau-sap-nhap/>

Khảo sát được thực hiện với cả hình thức online qua zalo và hình thức trực tiếp với sự hỗ trợ của cán bộ khuyến nông chi cục trồng trọt phía Nam và cán bộ xã Vĩnh Hòa. Bảng hỏi khảo sát có các nội dung chính gồm: (i) thông tin về người trả lời và hộ gia đình; (ii) thông tin về hoạt động sản xuất lúa gạo; (iii) thông tin về hoạt động mua bán lúa gạo và quyền thương lượng với thương lái; (iv) các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng của nông dân với thương lái. Bảng hỏi khảo sát chi tiết được trình bày trong Phụ lục 4.

Một số đặc điểm mẫu nhân khẩu học của mẫu khảo sát được thể hiện trong bảng 3.1.

Bảng 3.1. Một số đặc điểm mẫu khảo sát của luận án

Đặc điểm		Số lượng	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nữ	51	23.6
	Nam	165	76.4
Tình trạng hôn nhân	Đã kết hôn	205	95.8
	Độc thân	6	2.8
	Khác	3	1.4
Trình độ học vấn	Không đi học	14	6.5
	Tiểu học	78	36.1
	Cấp 2	88	40.7
	Cấp 3	33	15.3
	Học cao hơn	3	1.4

Nguồn: Tổng hợp khảo sát, 2025

Về giới tính, nam giới chiếm 76,4% và nữ giới chiếm 23,6%. Tỷ lệ này khá tương đồng với mẫu khảo sát của IRRI khi hướng tới đối tượng là lao động chính và chịu trách nhiệm trong nhiều hoạt động sản xuất và mua bán lúa gạo trong gia đình ở đồng bằng sông Cửu Long là nam giới. Theo số liệu của Tổng cục Thống kê (2022), tỷ lệ tham gia lực lượng lao động ở đồng bằng sông Cửu Long là 79,2% ở nam giới và 57,8% ở nữ giới, số liệu này phần nào phản ánh nam giới là thường là lao động chính trong hộ gia đình. Đồng bằng sông Cửu Long cũng là vùng có tỷ lệ tham gia lao động ở nam và nữ chênh lệch nhiều nhất trong các vùng của cả nước. Độ tuổi trung bình của người trả lời là gần 50 tuổi, với người nhỏ nhất là 23 tuổi và cao nhất là 73 tuổi.

Về tình trạng hôn nhân, cũng tương tự như khảo sát của IRRI, nghiên cứu cũng hướng tới đối tượng khảo sát chính là các hộ gia đình, tỷ lệ người trả lời đã kết hôn lên đến 95,8% , độc thân khoảng 2,8% và 1,4% còn lại là góa bụa hoặc ly hôn.

Về trình độ học vấn, đa số người trả lời có đã học hết tiểu học (36,1%) và cấp 2 (40,7%), số người học hết cấp 3 chiếm 15,3%, các cấp học cao hơn chỉ có 1,4% và số người không đi học chiếm khoảng 6,5%; số năm đi học của 1 người ít nhất là 0 (không đi học) và cao nhất là 14, trung bình, 1 người đi học 6,5 năm. Trình độ học vấn này không cao, điều này có thể lý giải khi những người sinh trước năm 80 ít có cơ hội đi học (độ tuổi trung bình khá cao nêu trên) do nhiều yếu tố lịch sử xã hội. Tỷ lệ này có cải thiện hơn so với kết quả Tổng điều tra dân số và nhà ở năm 2019, khi khu vực đồng bằng sông Cửu Long là khu vực có tỷ lệ người chưa tốt nghiệp tiểu học cao nhất trong các vùng trên cả nước (18,4%)⁷; tỷ lệ người mới chỉ tốt nghiệp tiểu học, cấp 2 chiếm khoảng 60,6%; tỷ lệ người tốt nghiệp THPT chỉ đạt 11,3% và trên THPT là 9,7% (Ban Chỉ đạo Tổng điều tra Dân số và nhà ở Trung ương, 2019). Số năm đi học bình quân của những người trả lời cũng thể hiện kết quả tương đồng khi trung bình là 6,47 năm, cao nhất là 14 năm và thấp nhất là chưa đi học.

Về kinh nghiệm làm nông, đa số người trả lời đều có kinh nghiệm làm nông từ khá sớm, độ tuổi bắt đầu làm ruộng nhỏ nhất là 9 tuổi, độ tuổi trung bình bắt đầu làm nông là 17 tuổi. Chính vì lẽ đó, thời gian làm ruộng của người trả lời trung bình là gần 33 năm và cao nhất lên đến 62 năm. Đặc điểm này khá tương đồng với kết quả nghiên cứu của Nguyễn Lan Duyên & Nguyễn Tri Khâm (2019) và kết quả khảo sát của IRRI. Những người sinh ra ở nông thôn thường bắt đầu tham gia hoạt động nông nghiệp từ rất sớm thông qua các hoạt động phụ giúp gia đình, kể cả trước khi bắt đầu đi học. Kinh nghiệm làm ruộng dài phần nào thể hiện sự gắn bó cũng như phụ thuộc sinh kế vào hoạt động nông nghiệp.

Về đặc điểm hộ gia đình, các hộ gia đình ở đồng bằng sông Cửu Long trung bình có 4 thành viên và hộ nhiều nhất có đến 9 thành viên. Hộ nhiều thành viên thường có nhiều thế hệ chung sống với nhau. Số lao động trong hộ gia đình là 3,1. Điểm này khá tương đồng với kết quả khảo sát dân cư Việt Nam năm 2024, theo đó, số nhân khẩu bình quân 1 hộ là 3,5 người và số người trong độ tuổi lao động bình quân 1 hộ là 2,1 người (Cục Thống kê, 2025).

Như vậy, dựa trên đặc điểm nhân khẩu học, có thể thấy mẫu nghiên cứu có nhiều điểm tương đồng với đặc điểm dân cư chung của đồng bằng sông Cửu Long, chứng minh tính đại diện của mẫu nghiên cứu.

⁷ Tỷ lệ chưa tốt nghiệp ở Trung du và miền núi phía Bắc là 15%; Tây nguyên là 14,9%; Bắc Trung bộ và duyên hải miền Trung là 8,7%; Đông Nam bộ là 6,3% và đồng bằng sông Hồng là 2,7%.

3.5.3. Phương pháp xử lý dữ liệu

Kết quả từ bảng hỏi và chọn lọc từ dữ liệu của IRRI được mã hóa và xử lý bằng phần mềm SPSS 26.0 và Stata 14.0. Các phương pháp được sử dụng để phân tích bao gồm:

3.5.3.1. Phương pháp xử lý dữ liệu thứ cấp từ IRRI

Phương pháp thống kê mô tả

Phương pháp thống kê mô tả được sử dụng để phân tích đặc điểm mẫu nghiên cứu, đặc điểm canh tác, hành vi trồng lúa, quyền thương lượng giá và doanh thu/lợi nhuận người dân thu được từ mua bán lúa gạo. Bên cạnh các phân tích đơn biến, phân tích bảng chéo đa biến cũng được sử dụng để so sánh đặc điểm canh tác và quyền thương lượng theo các nhóm nông dân khác nhau.

Phương pháp phân tích hồi quy logit

Câu hỏi về quyền thương lượng trong dữ liệu của IRRI được xác định trên khái niệm của Fletcher (1961) và Pham & Petersen (2021) về khả năng thương lượng giá bán nông sản. Câu hỏi cụ thể về người quyết định giá trong bảng hỏi có đáp án là: (1) nông dân, (2) thương lái, (3) cả hai và (4) khác. Tuy nhiên, trong thực tế, số câu trả lời hộ nông dân có quyền quyết định giá chỉ chiếm 0,7%, thương lái quyết định giá chiếm 67,8% và cả hai bên quyết định chiếm 31,5%. Do tỷ lệ trả lời hộ nông dân có quyền quyết định giá quá thấp nên các câu trả lời sẽ được mã hóa lại thành biến giả. Cách thức mã hóa lại như sau: hộ nông dân được quyết định giá nhận giá trị là 1, tương ứng với nông dân quyết định giá và cả hai bên thương lượng; hộ nông dân không quyết định giá nhận giá trị là 0 - tương ứng với câu trả lời thương lái quyết định giá.

Do biến quyết định giá nhận hai giá trị là 0 và 1, tương ứng với không có và có quyền quyết định giá, phương pháp hồi quy logit được sử dụng để được sử dụng để xác định các yếu tố ảnh hưởng và mức độ ảnh hưởng của chúng tới quyền thương lượng về giá của người nông dân với thương lái theo dữ liệu khảo sát chọn lọc của IRRI.

Phương pháp hồi quy logitstic (logit) được sử dụng để phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến biến phụ thuộc nhị phân (thường chỉ nhận hai giá trị là 0 và 1). Mô hình hồi quy logit ước lượng xác suất biến phụ thuộc nhận giá trị 1 (khi sự việc xảy ra, câu trả lời là có). Mô hình hồi quy logit như sau:

$$\log_e\left(\frac{p}{1-p}\right) = a_0 + a_1X_1 + a_2X_2 + \dots + a_kX_k$$

Trong đó: p = xác suất thành công (xác suất sự việc xảy ra, biến phụ thuộc nhận giá trị 1); X_i = biến độc lập I ; a_i = tham số ước lượng. Khi đọc kết quả ước lượng, các giá trị cần quan tâm bao gồm (i) kiểm định ý nghĩa tổng thể qua LR Chi-square Test; hệ số hồi quy β , giá trị p -value của thống kê z (z -statistic).

Căn cứ vào dữ liệu sẵn có của IRRI, các yếu tố độc lập ảnh hưởng đến quyền thương lượng gồm: (i) khả năng tập thể hóa, (ii) hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu; và (iii) hỗ trợ chính sách. Biến đo lường khả năng tập thể hóa và hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu vẫn là biến nhị phân. Riêng về hỗ trợ chính sách, dữ liệu của IRRI chỉ dừng lại ở việc xem xét người dân có hoặc không được hỗ trợ về chính sách, cụ thể là tham gia tập huấn về kỹ thuật canh tác và hỗ trợ thông tin từ cán bộ khuyến nông. Do đó, thay vì sử dụng các thang đo như trong mục 2.3, phần phân tích này đo lường “hỗ trợ chính sách” bằng biến giả nhận hai giá trị là 1 = có được hỗ trợ và 0 = không được hỗ trợ. Mô hình hồi quy logit gồm các biến trong bảng 3.3, với biến phụ thuộc là biến quyền thương lượng.

Phương pháp so sánh điểm xu hướng (Propensity Score Matching Approach - PSM)

Phương pháp so sánh điểm xu hướng (Propensity Score Matching Approach - PSM) là phương pháp thống kê dựa trên so sánh sự khác biệt trong thay đổi của các nhóm đối tượng chịu tác động (nhóm được đánh giá) với nhóm đối tượng không chịu tác động (nhóm đối chứng) từ một tác nhân nhất định (có thể là chính sách hoặc hành vi), trong điều kiện các yếu tố khác không có nhiều sự khác biệt. PSM là một kỹ thuật thống kê mạnh mẽ, giúp giải quyết các sai lệch do yếu tố gây nhiễu và bắt đầu được sử dụng nhiều để kiểm định một chiến lược hoặc hoạt động marketing của doanh nghiệp tới lợi nhuận của người bán. Ví dụ, PSM được sử dụng để kiểm định lợi nhuận của một nhà cung cấp sau khi có sự thay đổi trong hoạt động R&D trong điều kiện có nhiều đối thủ cạnh tranh không thể kiểm soát, sau khi có giải pháp cung cấp mới hoặc đề xuất được giá trị mới cho khách hàng (Gunenther & cộng sự, 2025, Mishra & cộng sự, 2020). Trần Quốc Nhân (2020) so sánh sự thay đổi về lợi nhuận, doanh thu và chi phí sản xuất trung bình của nông dân sau khi tham gia hợp tác xã. Mwambi & cộng sự (2016) sử dụng PSM để so sánh hiệu quả marketing của nông dân Kenya khi tham gia bán cho siêu thị và bán cho thương lái.

PSM dựa trên việc tìm “đối tượng thay thế” (hay nhóm đối chứng) tương tự để quan sát trong thực nghiệm. Nhóm đối chứng sẽ có đặc điểm càng gần giống với nhóm

được đánh giá càng tốt. Nếu giả định rằng trong trường hợp không bị tác động bởi những yếu tố khác, hiệu quả can thiệp của chiến lược hoặc hoạt động marketing sẽ được xác định bằng sai biệt bình quân trong kết quả giữa nhóm được đánh giá và nhóm đối chứng.

Mức tác động trung bình (average treatment on the treated - ATT) được xác định bằng chênh lệch trung bình trong kết quả giữa hai nhóm, cụ thể:

$$ATT = E(Y_1 - Y_0 | D=1) = E(Y_1 | D=1) - E(Y_0 | D=1) \quad (1)$$

Trong đó:

- ATT: hiệu quả can thiệp trung bình với nhóm được đánh giá
- Y_i : phúc lợi trung bình (sản lượng hoặc thu nhập) của hộ gia đình được quan sát
- Hộ gia đình nhận giá trị $=1$ khi họ thuộc nhóm được đánh giá và nhận giá trị $=0$ nếu họ thuộc nhóm đối chứng.

Có 3 loại biến được sử dụng trong phân tích PSM. Thứ nhất là biến can thiệp, cụ thể trong nghiên cứu này là nông dân có hoặc không có quyền thương lượng. Thứ hai là biến độc lập, hay còn gọi là biến giải thích, bao gồm các biến độc lập được mô tả trong bảng 3.2 dưới đây. Các biến này ảnh hưởng đến cả quyền thương lượng và lợi ích của nông dân thu được, nhưng không bị ảnh hưởng bởi việc nông dân có quyền thương lượng hay không (hay nói cách khác, biến quyền thương lượng không ảnh hưởng ngược lại được các biến độc lập). Các biến này sẽ được tính điểm xu hướng qua mô hình hồi quy logit (Trần Quốc Nhân, 2020). Mục đích của việc tính điểm xu hướng để giúp kết quả ghép được phù hợp chứ không nhằm dự đoán việc nông dân có quyền thương lượng hay không. Thứ ba là biến kết quả đầu ra, được sử dụng để đo lường tác động của quyền thương lượng tới lợi ích của nông dân, trong nghiên cứu này, lợi ích của nông dân được đánh giá dựa trên doanh thu và lợi nhuận bình quân trên một đơn vị diện tích (triệu đồng/ha). Các biến đưa vào phân tích PSM được mô tả trong mô hình phân tích hồi quy logit được thể hiện trong bảng 3.3.

Bảng 3.3. Mô tả các biến trong mô hình hồi quy logit và phân tích PSM

Loại biến	Yếu tố	Mô tả	Kí hiệu biến	Đo lường và mã hóa biến
Biến độc lập	Khả năng tập thể hóa	Người nông dân tham gia tổ chức hội nông dân hoặc hợp tác xã	Orgmember_f	Đo lường bằng giá trị: 1 = có tham gia 0 = không tham gia
Biến độc	Hỗ trợ	Đề cập đến khả năng được	Training_d	Đo lường bằng giá trị:

Loại biến	Yếu tố	Mô tả	Kí hiệu biến	Đo lường và mã hóa biến
lập	chính sách	hỗ trợ các thông tin về nông nghiệp và thị trường nông sản từ phía nhà nước là cán bộ khuyến nông hoặc từ các tổ chức phát triển khác thông qua các buổi tập huấn		1 = có được hỗ trợ 0 = không được hỗ trợ
Biến độc lập	Hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu	Ở đồng bằng sông Cửu Long thể hiện ở việc có gieo trồng sớm trong vụ đông xuân 19-20 hay không	Gieosom	Đo lường bằng giá trị 1 = có gieo trồng sớm 0 = không gieo trồng sớm
Biến độc lập	Đặc điểm của người nông dân	Giới tính	Sex	1 = nam 0 = nữ
		Tuổi	Age_F	Số tuổi thực tế, tính theo năm
		Kinh nghiệm sản xuất nông nghiệp	Kinh_nghiem	Thời gian tham gia làm nông nghiệp, tính theo năm
		Trình độ học vấn	Edu_year_F	Tính theo số năm đi học
Biến độc lập	Đặc điểm canh tác	Quy mô canh tác	Rice_area	Đo bằng diện tích canh tác, tính theo m ²
Biến can thiệp/ phụ thuộc	Quyền thương lượng	Khả năng tham gia thương lượng của nông dân	BG_logit	Nông dân là người quyết định giá lúa gạo 1 - Có 0 - Không
Biến kết quả đầu ra	Doanh thu	Doanh thu bình quân	DX_revHa	Triệu đồng/ha
	Lợi nhuận	Lợi nhuận bình quân	DX_profHa	Triệu đồng/ha

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Để đánh giá tác động của quyền thương lượng tới lợi ích của nông dân, nghiên cứu sử dụng kỹ thuật PSM 2 bước của Kassie & cộng sự (2011). Cụ thể:

Bước 1: Xác định điểm xu hướng $p(X_i)$, hay xác suất hộ nông dân có quyền thương lượng. Mô hình hồi quy logit được sử dụng để tính toán xác suất nông dân có quyền thương lượng theo các yếu tố ảnh hưởng được đề cập trong bảng 3.2.

Bước 2: Xây dựng nhóm đối chứng bằng cách ghép các hộ có quyền thương lượng và không có quyền thương lượng dựa trên giá trị các điểm xu hướng. Sau khi ghép cặp, để xem xét sự khác biệt về lợi ích, tác giả tính giá trị ATT bằng cách so sánh doanh thu và lợi nhuận bình quân 1 ha của nhóm bị đánh giá (nhóm có quyền thương lượng) và nhóm đối chứng (nhóm không có quyền thương lượng). Phương pháp ghép cặp được sử dụng trong nghiên cứu là hai phương pháp phổ biến thường được dùng để xây dựng nhóm đối chứng là phương pháp cận gần nhất (nearest neighbor matching) và phương pháp hạt nhân hay còn gọi là phương pháp kernel (kernel matching). Phương pháp cận gần nhất dùng các đơn vị trong nhóm đối chứng để so sánh với một đơn vị trong nhóm đánh giá có điểm xu hướng gần nó nhất. Phương pháp này có thể làm giảm sự sai lệch. Phương pháp kernel lại thực hiện ghép cặp mỗi quan sát thuộc nhóm bị đánh giá với tất cả quan sát thuộc nhóm đối chứng nhưng với trọng số khác nhau, tùy theo khoảng cách giữa điểm xu hướng (propensity score). Quan sát có điểm xu hướng càng gần với quan sát đánh giá sẽ có trọng số càng cao, trong khi quan sát ở xa sẽ nhận trọng số thấp dần về 0 theo hàm kernel. Chính vì thế, độ biến thiên của phương pháp này khá thấp vì nó sử dụng tất cả thông tin ở nhóm đối chứng (Caliendo & Kopeinig, 2008; Trần Quốc Nhân, 2020). Chính vì thế, hai phương pháp này thường được sử dụng đồng thời để bổ sung cho nhau (Trần Quốc Nhân, 2020).

3.5.3.2. Phương pháp xử lý dữ liệu sơ cấp từ khảo sát

Sau khi hoàn tất thu thập dữ liệu, tác giả thực hiện rà soát bảng hỏi để loại bỏ những bảng không đủ điều kiện. Cụ thể, các bảng hỏi sẽ bị loại khỏi dữ liệu nếu thông tin trong bảng hỏi được điền dưới 80% hoặc nếu câu hỏi về quyền thương lượng và nhân khẩu học bị bỏ trống. Ngoài ra, bảng hỏi chỉ chọn duy nhất một đáp án ở các câu hỏi sử dụng thang đo Likert (ví dụ: đều chọn hết đáp án là 1) cũng sẽ bị loại bỏ do câu trả lời có thể không trung thực hoặc người trả lời không đọc hoặc hiểu rõ các đáp án. Kết quả khảo sát 220 hộ nông dân, thu về được 216 bảng hỏi hợp lệ.

Phân tích thống kê mô tả

Tương tự như phân tích dữ liệu IRRI, phân tích đặc điểm mẫu nghiên cứu, đặc điểm canh tác, hành vi trồng lúa, quyền thương lượng và đặc điểm của các yếu tố ảnh

hưởng đến quyền thương lượng như khả năng tiếp cận thông tin, hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu, hỗ trợ chính sách, sự cam kết, sự phụ thuộc, khả năng tập thể hóa.

Đặc điểm về quyền thương lượng và các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng như sự phụ thuộc, khả năng tiếp cận thông tin, niềm tin vào năng lực, niềm tin và sự thiện chí, sự cam kết, hỗ trợ chính sách và cơ sở hạ tầng được đo lường theo nhiều chỉ báo, do đó, có thể đánh giá theo điểm trung bình của các thang đo (Bone & Bone, 2012). Mức đánh giá theo điểm trung bình thang đo được xác định như trong bảng 3.2.

Bảng 3.2. Quy đổi điểm trung bình và mức đánh giá cho thang đo Linkert 5 mức độ

Điểm trung bình	Mức đánh giá/ nhận định
1-1,80	Rất thấp/ Hoàn toàn không đồng ý
1,81-2,60	Thấp/ Không đồng ý
2,61-3,40	Trung bình/ Bình thường
3,41-4,20	Cao/ Đồng ý
4,21-5	Rất cao/ Hoàn toàn đồng ý

Nguồn: Boone & Boone (2012)

Phân tích độ tin cậy Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá

Phân tích Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá (Exploratory Factor Analysis - EFA) được sử dụng để đánh giá độ tin cậy và tính hội tụ của các chỉ báo sử dụng thang đo Linkert 5 mức độ.

Phân tích Cronbach's Alpha để đánh giá độ tin cậy và tính hội tụ của thang đo trong mô hình nghiên cứu. Theo Nunnally và Bernstein (1994), hệ số Alpha từ 0,7 trở lên được xem là chấp nhận được, trong khoảng 0,8-0,9 được đánh giá tốt (Nunnally và Bernstein, 1994). Một chỉ số khác được xem xét là hệ số tương quan với biến tổng (corrected item - total correlation). Theo Hair và cộng sự (2019), hệ số này của mỗi biến quan sát cần lớn hơn hoặc bằng 0,5 thì thang đo được đánh giá tốt; nếu hệ số này nằm trong khoảng 0,3-0,5 thì thang đo đạt yêu cầu (Nunnally và Bernstein, 1994) và không đạt, nên loại khỏi phân tích nếu nhỏ hơn 0,3 (Churchill, 1979).

Do có sự điều chỉnh thang đo cho phù hợp với bối cảnh của Việt Nam, phân tích nhân tố khám phá (Exploratory Factor Analysis - EFA) được sử dụng thay

vì phân tích nhân tố khẳng định (Confirmatory Factor Analysis - CFA) (Hamed & cộng sự, 2014). EFA giúp giảm số lượng biến đưa vào mô hình hồi quy, đánh giá tính đúng đắn của cấu trúc các nhóm nhân tố và chứng minh lý thuyết đã đề xuất (Pett & cộng sự, 2003).

Phân tích nhân tố khám phá với phép quay varimax cho phép đánh giá độ hội tụ của các biến trong mô hình nghiên cứu. Trong phân tích nhân tố khám phá EFA, trị số KMO là giá trị dùng để xem xét sự thích hợp của phân tích nhân tố. Theo Kaiser (1974) trị số KMO phải lớn hơn 0,5 thì phân tích này mới thích hợp, trị số trong khoảng 0,7-dưới 0,8 tương ứng với mô hình có sự phù hợp ở mức khá, từ 0,8-dưới 0,9 là mức tốt và trên 0,9 là dữ liệu rất phù hợp cho phân tích EFA. Đại lượng Barlett's test of sphericity là một đại lượng thống kê dùng để xem xét giả thuyết các biến không có tương quan trong tổng thể. Kết quả kiểm định Bartlett cho thấy mức ý nghĩa $p = 0,000 < 0,5$ tương đương với việc các biến có quan hệ với nhau và đủ điều kiện để phân tích nhân tố bằng kiểm định EFA (Bartlett, 1954). Tiêu chuẩn điểm dùng (đại diện cho phần biến thiên được giải thích bởi mỗi nhân tố) > 1 và tổng phương sai trích lớn hơn 50% (Gerbing và Anderson, 1988). Với điều kiện về độ hội tụ, theo Hair và cộng sự (2010), hệ số tải nhân tố với quy mô mẫu từ 150 là 0,45, nghiên cứu này dùng hệ số tải là 0,5 là phù hợp.

Phân tích hồi quy tuyến tính đa biến

Sau khi đánh giá độ tin cậy và thực hiện phân tích EFA, phân tích hồi quy tuyến tính đa biến được sử dụng để phân tích dữ liệu khảo sát sơ cấp về các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng của nông dân với thương lái.

Các biến độc lập bao gồm các biến được tạo mới từ phân tích EFA, biến về khả năng tập thể hóa và hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu. Kết quả hồi quy tuyến tính sẽ xác nhận các giả thuyết nghiên cứu, đồng thời, làm căn cứ đề xuất giải pháp và khuyến nghị gia tăng quyền thương lượng cho nông dân. Chi tiết về phân tích hồi quy tuyến tính đa biến được trình bày chi tiết hơn trong Chương 4.

CHƯƠNG 4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Thực trạng hoạt động mua bán lúa gạo của nông dân

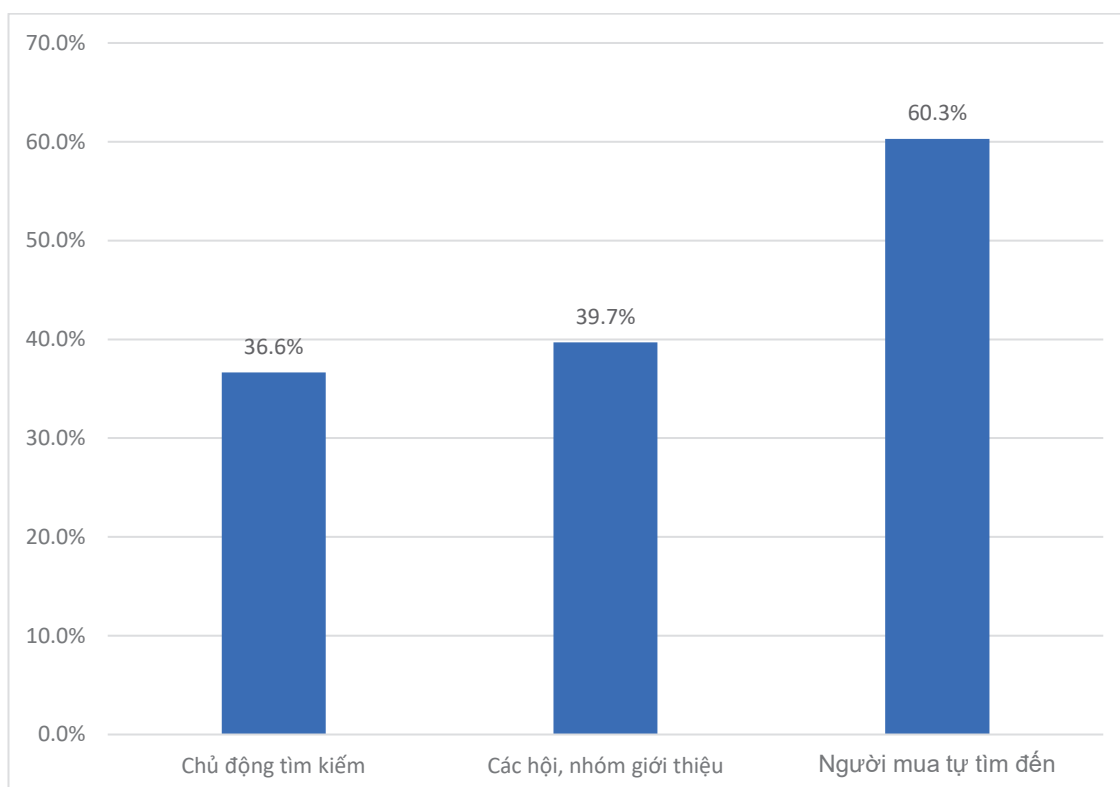
4.1.1. Đối tượng mua và số lượng người mua

Kết quả phỏng vấn sâu cho thấy, nông dân vùng đồng bằng sông Cửu Long có thể bán lúa cho các đối tượng khác nhau, nhìn chung, lượng bán cho thương lái vẫn là đông nhất, chiếm khoảng trên dưới 50%. Số nông dân bán lúa qua hợp tác xã, sau đó, hợp tác xã lại bán lại cho doanh nghiệp khoảng 37-38%. Tỷ lệ nông dân bán trực tiếp cho các doanh nghiệp chỉ khoảng 12%. Mặc dù vẫn còn phụ thuộc nhiều vào thương lái nhưng nông dân đã từng bước chủ động hơn. So với dữ liệu của Võ Thị Thanh lộc & Nguyễn Phú Sơn (2011), khi nông dân bán đến hơn 93% lúa gạo cho các bên thu gom, thì tỷ lệ hiện tại phần nào cho thấy hiệu quả của các chính sách liên kết, khi nông dân bán lúa qua hợp tác xã hoặc có liên kết, bán trực tiếp cho doanh nghiệp.

Về số lượng người mua tại địa phương, bao gồm cả thương lái và doanh nghiệp, nông dân cho biết họ có thể bán cho ít nhất là 2 người mua và nhiều nhất lên đến 12 người mua. Trung bình, một hộ nông dân có thể bán lúa gạo cho khoảng 6 người. Số lượng này mặc dù không nhiều nhưng phần nào thể hiện nông dân có sự lựa chọn nhất định trong việc bán lúa gạo cho thương lái. Kết quả khảo sát này khá tương đồng với kết quả phỏng vấn sâu khi cán bộ địa phương cho biết, mỗi địa bàn thường có khá nhiều thương lái, khoảng từ 10-30 thương lái. Tuy nhiên, chỉ có khoảng 3-5 người có nguồn vốn đủ mạnh, có thể chi phối chính ở thị trường. Thông thường, giữa các thương lái cũng có sự phân chia phạm vi mua lúa nhất định. Điều này phụ thuộc vào việc thương lái có quen ruộng, quen nông dân hoặc quen đường vận chuyển hay không. Thương lái ngoài vùng rất khó chen vào vì ít mối quan hệ hoặc không có phương tiện thu gom, vận chuyển phù hợp hơn. Doanh nghiệp chế biến xuất khẩu thì ít hơn rất nhiều so với thương lái.

4.1.2. Cách tiếp cận người bán và hình thức mua bán

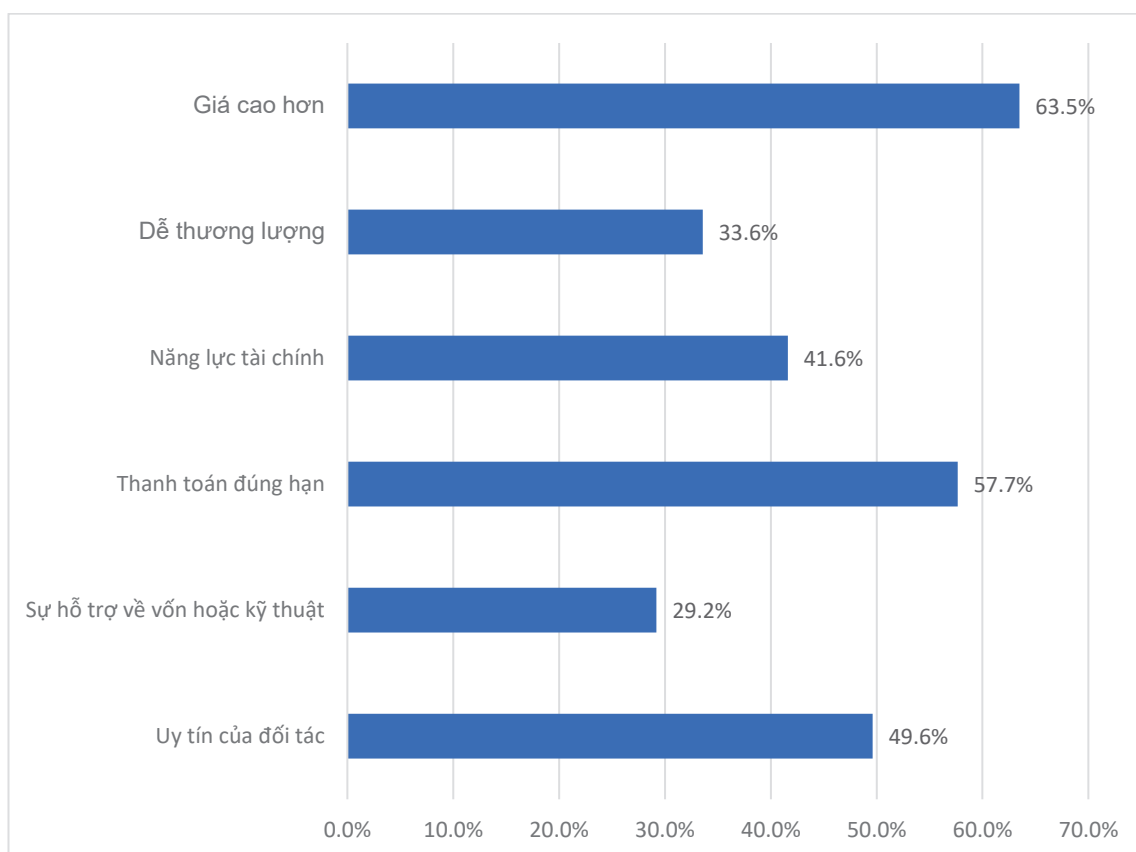
Về cách tiếp cận và tìm người bán, đa số nông dân được người mua tự tìm đến, 60,3% nông dân trả lời rằng thương lái tự tìm đến họ để hỏi mua lúa trước khi nông dân liên hệ. Việc tham gia các hội nhóm hoặc có nhiều quan hệ tốt với các nông dân hoặc người mua trước đó cũng giúp nông dân có thêm người mua khi tỷ lệ nông dân trả lời rằng, người mua hiện tại của họ có được qua hội nhóm giới thiệu là 39,7%. Một bộ phận nông dân tự tìm kiếm người mua lúa cho mình thông qua các kênh thông tin như hộ nông dân khác hoặc các điểm thu mua, tỷ lệ tự chủ động tìm kiếm là 36,6% (hình 4.1).



Hình 4.1. Cách tiếp cận đối tượng mua của nông dân

Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát, 2025

Về tiêu chí lựa chọn người mua, nông dân vẫn đang quan tâm nhất đến mức giá, tỷ lệ nông dân lựa chọn tiêu chí này là 64,4%. Tiếp đến là tiêu chí về thanh toán đúng hạn (58,5%). Một số nông dân phản hồi rằng đôi khi họ quan tâm đến việc thanh toán đúng hạn còn nhiều hơn cả mức giá do một số trường hợp thương lái chốt giá cao trước sau đó là quay sang mua lúa của người khác. Điều này thể hiện trong tiêu chí mà người nông dân quan tâm tiếp theo là uy tín. 49,6% nông dân căn cứ vào uy tín của thương lái để quyết định có bán cho họ hay không. Uy tín này thể hiện phần nào ở việc thanh toán đúng hạn, sự thay đổi lúc thanh toán so với mức giá chốt sau khi đã thương lượng. Các tiêu chí khác người nông dân quan tâm khi lựa chọn thương lái thu mua là năng lực tài chính (41,6%), dễ thương lượng (33,6%) và sự hỗ trợ về vốn hoặc kỹ thuật (29,2%). Năng lực tài chính của thương lái ảnh hưởng đến khả năng thanh toán đúng hạn của họ. Việc dễ thương lượng cũng là một tiêu chí nông dân quan tâm nhưng tỷ lệ nông dân lựa chọn không nhiều (chỉ 33,6%). Thương lái cũng ít khi hỗ trợ về vốn hay hỗ trợ kỹ thuật canh tác cho nông dân. Thông thường, sự hỗ trợ này đến từ các khoản cọc trước mùa vụ giúp nông dân có thêm tiền vốn cho hoạt động sản xuất. Hỗ trợ kỹ thuật như giống cây trồng hoặc kỹ thuật canh tác thường chỉ áp dụng với những thương lái bán lúa cho các doanh nghiệp xuất khẩu, các doanh nghiệp này có yêu cầu rõ ràng hơn về lúa thu mua đầu vào.



Hình 4.2. Tiêu chí lựa chọn người mua của nông dân

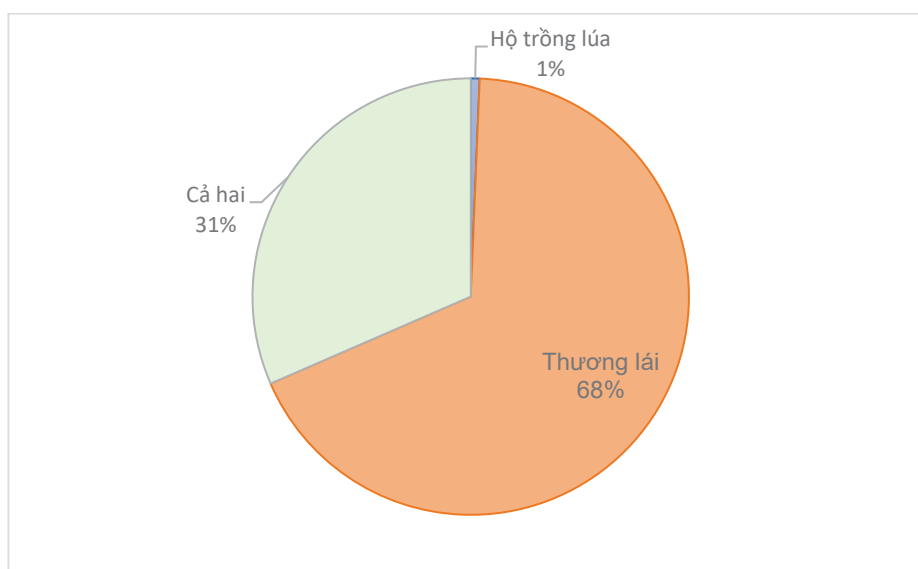
Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát, 2025

Về hình thức giao dịch giữa nông dân và thương lái, đa số các giao dịch được thỏa thuận bằng miệng. 88% nông dân trả lời rằng họ giao ước với thương lái bằng miệng và không sử dụng các hợp đồng văn bản chính thức. Khoảng 12% số hộ trả lời ngoài việc giao ước bằng miệng, có thể có thêm một số xác nhận trên giấy có chữ ký của các bên nhưng không có văn bản chính thức.

4.2. Quyền thương lượng và lợi ích của nông dân

4.2.1. Quyền thương lượng của nông dân trong giao dịch với thương lái

Theo khảo sát của IRRI, trong số hơn 1176 hộ đã khảo sát, có 1066 hộ đã trả lời về người quyết định giá bán lúa, trong đó, 67,8% người có quyền quyết định giá bán là thương lái, 31,5% số hộ trả lời họ được tham gia thương lượng và chỉ có 0,7% nói rằng hộ gia đình quyết định giá. Như vậy, số hộ có quyền thương lượng giá với thương lái chỉ chiếm khoảng 32% (hình 4.3). Kết quả này khá tương đồng với kết quả của Đỗ Văn Hoàng & Nguyễn Văn Nay (2021) và kết quả phỏng vấn sâu cán bộ chi cục trồng trọt phía Nam về thị trường giao dịch lúa gạo ở ĐBSCL, thương lái là bên có ưu thế hơn trong việc thương lượng giá lúa gạo.



Hình 4.3. Đặc điểm quyền thương lượng giá bán lúa của nông dân với thương lái theo khảo sát IRRI

Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát của IRRI, 2021

Khảo sát hộ nông dân của luận án năm 2025 đánh giá chi tiết hơn quyền thương lượng, theo đó, quyền thương lượng của nông dân được tiếp cận dưới các thang đo hiệu chỉnh trên nghiên cứu của Pham & Petersen (2021). Quyền thương lượng không chỉ là khả năng quyết định giá bán, mà còn ở khả năng quyết định phương thức thanh toán, đặc điểm lúa gạo gieo trồng và thời gian thanh toán (Bảng 4.1).

Bảng 4.1. Đánh giá quyền thương lượng của nông dân với thương lái

	Số câu trả lời	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Mức đánh giá
Tôi có khả năng quyết định giá bán	216	1	5	3.57	0.995	Tốt
Tôi có khả năng quyết định phương thức thanh toán	216	1	5	3.65	0.962	Tốt
Tôi có khả năng quyết định đặc điểm lúa gạo	216	1	5	3.60	0.983	Tốt
Tôi có khả năng quyết định thời gian thanh toán	216	1	5	3.60	0.998	Tốt

Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát, 2025

Khả năng thương lượng về phương thức thanh toán có điểm đánh giá trung bình cao hơn so với khả năng thương lượng về giá bán, đặc điểm lúa gạo hay thời gian thanh toán. Điểm trung bình các thang đo đều tương ứng với mức tốt (điểm trung bình trên

3,4), nghĩa là nông dân hiện tại đã có quyền lực khi thương lượng với thương lái, nội dung thương lượng cũng đa dạng chứ không chỉ tập trung ở giá bán như trong khảo sát của IRRI. Nhìn chung, khả năng thương lượng của nông dân đã có sự cải thiện. Khả năng thương lượng giữa các hộ nông dân cũng có sự chênh lệch đáng kể khi độ lệch chuẩn lớn hơn 0,9 trong khi lớn hơn 0,8 là đã có thể thay đổi mức đánh giá (ví dụ: từ tốt lên rất tốt hoặc xuống bình thường). Mặc dù quyền thương lượng ở mức tốt nhưng điểm số dao động quanh 3,6, khá gần với mốc chuyển tiếp mức đánh giá là 3,4 nên nhìn chung vẫn cần nhiều động lực để thúc đẩy khả năng thương lượng tốt hơn.

4.2.2. Ảnh hưởng của quyền thương lượng tới lợi ích của nông dân trong giao dịch với thương lái

Như đã trình bày ở trên, phân tích PSM được sử dụng để phân tích tác động của quyền thương lượng tới lợi ích nông dân nhận được trong giao dịch lúa gạo. Lợi ích của nông dân được xem xét qua doanh thu và lợi nhuận bình quân 1 ha của vụ đông xuân 2019-2020. Trong 1176 nông dân, có 1066 nông dân có trả lời về quyền thương lượng. Ngoài ra, một số nông dân không có doanh thu và lợi nhuận do không bán lúa mà giữ lại ăn hoặc cho; một số nông dân lại có diện tích lúa bị ảnh hưởng bởi hạn mặn năm 2019-2020 dẫn đến thu hoạch gần như bằng 0. Những hộ nông dân (quan sát) có thể dẫn đến sai lệch trong phân tích PSM. Do đó, sau khi loại đi những quan sát có đặc điểm trên, mẫu nghiên cứu còn lại 1027 quan sát được sử dụng cho phân tích hồi quy logit và phân tích PSM.

4.2.2.1. Ước lượng điểm xu hướng

Như đã trình bày ở trên, bước đầu của phân tích PSM là thực hiện ước lượng điểm xu hướng. Trước khi hồi quy, phân tích thống kê mô tả được sử dụng để xem xét điểm khác biệt và/ hoặc tương đồng giữa nhóm có quyền thương lượng và nhóm không có quyền thương lượng.

Không có quá nhiều chênh lệch về đặc điểm của nhóm nông dân có quyền và không có quyền quyết định giá, điểm trung bình các đặc điểm về khả năng tập thể hóa, hỗ trợ chính sách, hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu, giới tính và số năm đi học của 2 nhóm nông dân này. Các đặc điểm có nhiều sự khác biệt là độ tuổi, những nông dân trả lời có quyền thương lượng có độ tuổi lớn hơn (54,49 tuổi) trong khi độ tuổi trung bình của nông dân không có quyền thương lượng là 52,48 tuổi. Kinh nghiệm làm nông và diện tích trồng lúa của các hộ có quyền thương lượng cũng lớn hơn với giá trị trung bình lần lượt là 35,99 năm và 20.440m²; kinh nghiệm và diện tích trồng lúa của hộ không có quyền thương lượng lần lượt là 33,51 năm và 18.631 m². Kết quả chi tiết được thể hiện trong bảng sau:

Bảng 4.2. Một số đặc điểm của nhóm có quyền và không có quyền thương lượng giá

Người quyết định giá lúa	Không	Có	Chung
Khả năng tập thể hóa	0.42	0.59	0.48
Hỗ trợ chính sách	0.53	0.68	0.58
Thích ứng với biến đổi khí hậu	1.64	1.67	1.65
Giới tính	0.80	0.73	0.78
Tuổi	52.48	54.49	53.12
Kinh nghiệm làm nông	33.51	35.99	34.31
Số năm đi học	6.70	6.45	6.62
Diện tích trồng lúa (m2)	18631.35	20440.10	19213.34

Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát từ IRRI, 2021

Về ước lượng điểm xu hướng, kết quả phân tích hồi quy logit từ Stata thu được như sau:

Bảng 4.3. Kết quả hồi quy logit các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng của hộ nông dân theo khảo sát của IRRI

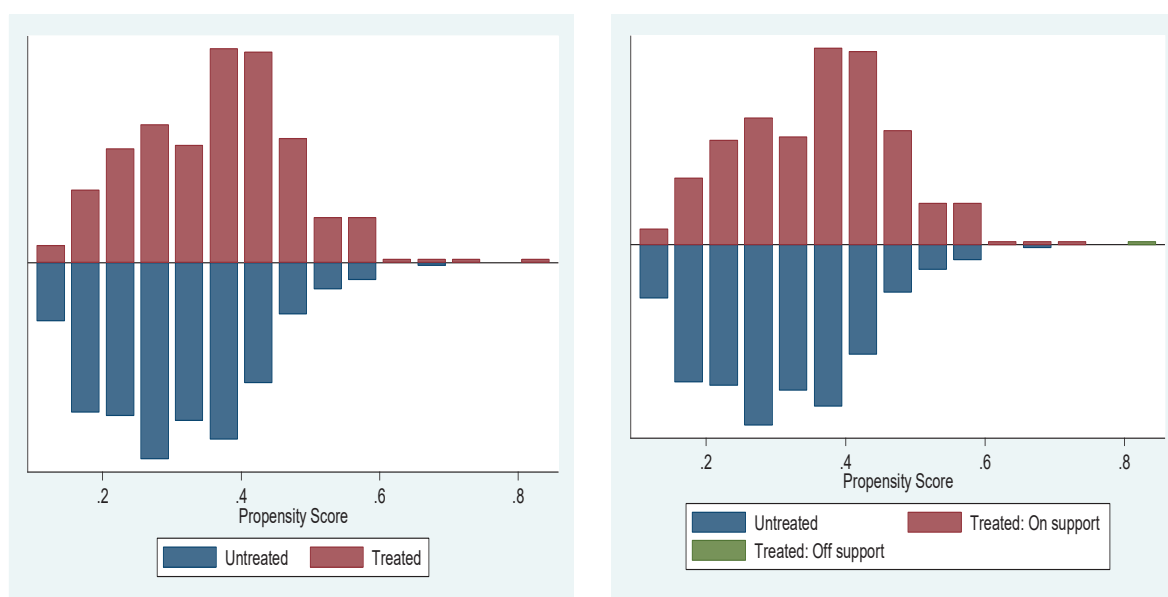
Tên biến	Kí hiệu	Hệ số hồi quy	Sai số chuẩn	Giá trị z	Giá trị p
Giới tính	sex	-0.535	0.173	-3.10	0.002
Độ tuổi	age_F	-0.003	0.012	-0.21	0.832
Kinh nghiệm làm nông	kinh_nghiem	0.017	0.011	1.49	0.136
Trình độ học vấn	educ_year_F	-0.016	0.021	-0.74	0.457
Diện tích canh tác	Rice_area	0.00001	4.07e-06	3.29	0.01
Khả năng tập thể hóa	orgmember_f	0.585	0.149	3.43	0.000
Hỗ trợ chính sách	training_d	0.536	0.156	-0.14	0.001
Thích ứng với BĐKH	gieosom	-0.205	0.144	-3.10	0.887
Hằng số	_cons	-1.536	0.495		0.002
Log likelihood		-616.579			
Prob>chi2		0.000			
Pseudo-R2		60.92			

Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát từ IRRI, 2021

Kết quả phân tích hồi quy cho thấy việc nông dân có hay không có quyền thương lượng bị ảnh hưởng bởi diện tích canh tác, khả năng tập thể hóa (nông dân tham gia tổ chức cộng đồng) và hỗ trợ chính sách. Các yếu tố còn lại không có liên quan nhiều đến quyền thương lượng của nông dân trong trường hợp này.

4.2.2.2. Ảnh hưởng của quyền thương lượng tới doanh thu của hộ nông dân

Để nhận diện tác động của quyền thương lượng tới doanh thu và lợi nhuận của các hộ nông dân, phân tích PSM với hai phương pháp ghép khác nhau (bao gồm nearest neighbor - cận gần nhất và kernel- hạt nhân). Trước khi xem xét ảnh hưởng của quyền thương lượng tới phúc lợi của người nông dân (doanh thu và lợi nhuận thu được từ trồng lúa), chúng ta cần kiểm tra chất lượng của phương pháp ghép để xây dựng các nhóm đối chứng. Nhóm đối chứng được xây dựng thông qua việc ghép hộ có quyền thương lượng với hộ không có quyền thương lượng dựa vào điểm xu hướng.



a. Phương pháp ghép cận gần nhất

b. Phương pháp ghép hạt nhân (kernel)

Hình 4.4. Phân bố của các điểm xu hướng và vùng hỗ trợ chung

Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát từ IRRI, 2021

Hình 4.4 thể hiện sự phân bố của điểm xu hướng và các vùng hỗ trợ chung. Kết quả cho thấy, sự sai lệch (bias) trong phân bố của điểm xu hướng giữa nhóm có quyền thương lượng (treated) và nhóm không có quyền thương lượng (untreated) và cho thấy vùng chồng lấp điểm xu hướng của 2 nhóm này khá lớn. Điều này cho thấy giả định về vùng hỗ trợ chung được thỏa mãn yêu cầu, qua đó, góp phần tránh được việc thực

hiện ghép không phù hợp (bad matches). Tính phù hợp của nhóm đối chứng còn được thể hiện qua sự cân bằng giá trị trung bình của các biến trong mô hình logit giữa nhóm can thiệp (treated - có quyền thương lượng) và nhóm đối chứng (control - không có quyền thương lượng) (bảng covariate balance test - bảng 4.4).

Cả 8 biến đưa vào phân tích đều có $p > 0,1$ nên không có biến nào có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa nhóm có quyền thương lượng (treated) và nhóm không có quyền thương lượng (control) sau khi ghép theo phương pháp cận gần nhất và phương pháp hạt nhâ. Như vậy, cân bằng cộng biến được thỏa mãn hoàn toàn (Rosenbaum & Rubin, 1983). Các biến đều có ở hai phương pháp ghép đều có % bias nhỏ hơn 10% - ngưỡng tối đa có thể chấp nhận được (Caliendo & Kopeinig, 2008), thậm chí còn dưới 8%, điều này cho thấy hai phương pháp ghép mẫu đã loại bỏ hiệu quả sự khác biệt ban đầu giữa hai nhóm biến. Có một điểm lưu ý là hai biến kinh_nghiem và rice_area ở phân tích cận gần nhất có dấu * vì tỷ số phương sai $V(T)/V(C)$ nằm ngoài khoảng $[0,80; 1,25]$, nghĩa là phương sai hai nhóm còn có chênh lệch nhẹ dù trung bình đã cân bằng. Đây là cảnh báo nhỏ nhưng không đủ nghiêm trọng để bác bỏ kết quả vì % bias và p-value vẫn nằm trong ngưỡng chấp nhận được.

Bảng 4.4. Kết quả kiểm tra sự cân bằng sau khi ghép của các biến kiểm soát với doanh thu bình quân

a. Với phương pháp ghép cận gần nhất

Variable	Mean		%bias	t-test		V(T) / V(C)
	Treated	Control		t	$p > t $	
sex	.74224	.71118	7.4	0.88	0.377	.
age_F	54.661	55.45	-6.4	-0.84	0.400	1.16
kinh_nghiem	36.158	36.419	-2.0	-0.26	0.794	1.27*
educ_year_F	6.5466	6.5248	0.6	0.08	0.938	0.92
rice_area	20617	19722	5.1	0.62	0.537	1.26*
orgmember_d_f	.59627	.59006	1.3	0.16	0.873	.
training_d	.67702	.66149	3.2	0.42	0.676	.
gieosom	1.6429	1.646	-0.6	-0.08	0.935	1.00

* if variance ratio outside $[0.80; 1.25]$

Ps	R2	LR	chi2	$p > \chi^2$	MeanBias	MedBias	B	R	%Var
0.004		3.53	0.897		3.3	2.6	14.8	1.03	40

* if $B > 25\%$, R outside $[0.5; 2]$

b. Với phương pháp ghép hạt nhân

Variable	Mean			t-test		V(T) / V(C)
	Treated	Control	%bias	t	p> t	
sex	.74143	.75373	-2.9	-0.36	0.720	.
age_F	54.676	54.485	1.6	0.20	0.840	1.13
kinh_nghiem	36.181	35.978	1.5	0.20	0.842	1.21
educ_year_F	6.5296	6.6288	-2.8	-0.36	0.719	0.98
rice_area	20120	19618	2.8	0.37	0.710	1.04
orgmember_d_f	.59502	.59974	-1.0	-0.12	0.903	.
training_d	.67601	.67492	0.2	0.03	0.976	.
gieosom	1.6449	1.6281	3.5	0.44	0.660	0.98

* if variance ratio outside [0.80; 1.25]

Ps R2	LR chi2	p>chi2	MeanBias	MedBias	B	R	%Var
0.001	0.63	1.000	2.0	2.2	6.2	1.15	0

* if B>25%, R outside [0.5; 2]

Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát từ IRRI, 2021

Về đánh giá chất lượng ghép mẫu tổng thể, kết quả các chỉ số trước và sau ghép đều cho giá trị tốt. Theo các tiêu chí đánh giá của Rosenbaum & Rubin (1983) và Caliendo & Kopeinig (2008), giá trị Ps R² của hai phương pháp lần lượt là 0,004 và 0,001 đều khá nhỏ, phản ánh hai nhóm rất tương đồng. P>chi2 đều rất lớn, lần lượt là 0,897 và 1,00 đều lớn hơn 0,05, do đó, không thể bác bỏ Ho rằng hai nhóm có phân phối điểm xu hướng giống nhau, nghĩa là mô hình cân bằng tốt. Giá trị sai lệch chuẩn hóa trung bình (mean bias) và trung vị (medbias) đều dưới 5%, chứng tỏ mô hình cân bằng tốt. Theo Rubin (2001), giá trị B lần lượt là 14,8% và 6,2% đều nhỏ hơn 25%, chứng tỏ cân bằng đạt yêu cầu. Như vậy, PSM đã tạo được nhóm đối chứng tương đồng với nhóm đánh giá, hay nói cách khác nhóm có quyền thương lượng và không có quyền thương lượng có tính tương đồng, đảm bảo tính hợp lệ của ước lượng.

Về tác động của quyền thương lượng, giá trị chênh lệch giữa nhóm có quyền thương lượng và không có quyền thương lượng được thể hiện ở giá trị ATT (bảng 4.5).

Bảng 4.5. Kết quả trung bình khác biệt nhóm giữa nhóm có quyền thương lượng và nhóm không có quyền thương lượng

Các biến đầu ra	Phương pháp ghép	Giá trị trung bình		ATT	Giá trị t
		Hộ có quyền thương lượng giá	Hộ không có quyền thương lượng giá		
Doanh thu trên một đơn vị diện tích (đồng / ha)	Cận gần nhất	28.852.656,3	25.057.472,5	3.795.183,8	3,03***
	Hạt nhân	28.829.144,3	25.189.244,8	3.639.899,51	3,75***
Lợi nhuận trên một đơn vị diện tích (đồng / ha)	Cận gần nhất	11.141.115,7	7.613.832,17	3.527.283,5	2,28**
	Hạt nhân	11.110.633,2	7.040.266,2	4.070.366,9	3,40***

Ghi chú: *** có ý nghĩa thống kê ở mức 1%, ** có ý nghĩa thống kê ở mức 5%.

Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát từ IRRI, 2021

Giá trị ATT về doanh thu và lợi nhuận của hộ có quyền thương lượng đều nhận các giá trị dương (đều lớn hơn 3 triệu đồng/ha), giá trị t đều có ý nghĩa thống kê ở mức 1% và 5%. Điều này cho thấy, nhóm nông dân có quyền thương lượng đã đạt được doanh thu bình quân và lợi nhuận bình quân cao hơn nhóm nông dân không có quyền thương lượng. Điều này là căn cứ quan trọng và giúp việc phân tích các yếu tố đến quyền thương lượng ở phần sau có giá trị thực tiễn tốt hơn. Việc gia tăng quyền thương lượng sẽ cải thiện đáng kể lợi ích người nông dân nhận được từ chuỗi giá trị nông sản.

4.3. Kiểm định giả thuyết trong mô hình nghiên cứu

4.3.1. Kiểm định độ tin cậy của thang đo bằng phân tích Cronbach's Alpha

Nghiên cứu sử dụng 33 chỉ báo để đo lường các yếu tố về quyền thương lượng (4 chỉ báo); sự phụ thuộc (6 chỉ báo); khả năng tiếp cận thông tin (5 chỉ báo); niềm tin vào năng lực (3 chỉ báo); niềm tin vào sự thiện chí (3 chỉ báo); hỗ trợ chính sách (5 chỉ báo) và cơ sở hạ tầng (4 chỉ báo). Kết quả cụ thể được thể hiện trong bảng 4.6. Chi tiết kết quả phân tích ở Phụ lục 5.

Bảng 4.6. Kết quả phân tích Cronbach's Alpha

Nhóm yếu tố	Yếu tố	Kí hiệu	Hệ số Cronbach' Alpha	Số chỉ báo	Tương quan với biến tổng	Hệ số Cronbach' Alpha nếu loại biến
Quyền thương lượng	Tôi có khả năng quyết định giá bán	BG1	0.899	4	0.725	0.887
	Tôi có khả năng quyết định phương thức thanh toán	BG2			0.790	0.864
	Tôi có khả năng quyết định đặc điểm lúa gạo	BG3			0.820	0.852
	Tôi có khả năng quyết định thời gian thanh toán	BG4			0.764	0.873
Sự phụ thuộc	Tôi có khả năng tìm người mua khác thay thế người mua hiện tại	De1	0.901	6	0.665	0.894
	Người mua phụ thuộc nhiều vào tôi	De2			0.612	0.900
	Chi phí để chuyển đổi sang người mua khác là thấp	De3			0.799	0.873
	Người mua hiện tại không quá quan trọng với tôi	De4			0.762	0.879
	Tôi có khả năng kiểm soát các yếu tố đầu vào	De5			0.691	0.890
	Lúa gạo tôi cung cấp có chất lượng tốt các hộ khác	De6			0.866	0.861
Khả năng tiếp cận thông tin	Tôi có nhiều nguồn tin về mua bán lúa gạo	Ttin1	0.878	5	0.697	0.856
	Tôi thường xuyên cập nhật thông tin về mua bán lúa gạo	Ttin2			0.719	0.851
	Tôi có thông tin chính xác về giá bán lúa gạo	Ttin3			0.751	0.843
	Tôi có thông tin thị trường lúa gạo kịp thời để ra quyết định	Ttin4			0.697	0.856
	Tôi có thông tin thị trường lúa gạo hữu ích để ra quyết định	Ttin5			0.691	0.857
Niềm tin vào năng lực	Thương lái thẳng thắn khi làm việc với tôi	Tinc1	0.772	3	0.643	0.651
	Thương lái thường giữ lời hứa với tôi	Tinc2			0.540	0.763
	Tôi cảm thấy thương lái trung thực	Tinc3			0.644	0.650

Nhóm yếu tố	Yếu tố	Kí hiệu	Hệ số Cronbach' Alpha	Số chỉ báo	Tương quan với biến tổng	Hệ số Cronbach' Alpha nếu loại biến
Niềm tin vào sự thiện chí	Mặc dù hoàn cảnh thay đổi, thương lái vẫn sẵn lòng hỗ trợ tôi	Tinb1	0.816	3	0.708	0.707
	Thương lái quan tâm đến lợi ích mà tôi nhận được	Tinb2			0.676	0.739
	Thương lái có thể thấu hiểu các vấn đề của tôi	Tinb3			0.622	0.795
Sự cam kết	Mối quan hệ giữa tôi và thương lái có sự cam kết	Cam1	0.808	3	0.634	0.761
	Mối quan hệ giữa tôi và thương lái sẽ duy trì trong thời gian dài	Cam2			0.669	0.725
	Mối quan hệ giữa tôi và thương lái được hai bên nỗ lực duy trì	Cam3			0.672	0.726
Hỗ trợ chính sách	Tôi được hỗ trợ từ chính sách tín dụng	Csach1	0.855	5	0.633	0.834
	Tôi được hỗ trợ về khoa học công nghệ	Csach2			0.756	0.802
	Tôi được hỗ trợ về liên kết thị trường	Csach3			0.656	0.828
	Các chính sách của chính phủ được cập nhật kịp thời	Csach4			0.601	0.842
	Các chính sách tác động lớn đến hoạt động chuỗi	Csach5			0.701	0.816
Cơ sở hạ tầng	Hệ thống tưới tiêu hoạt động tốt	Csht1	0.790	4	0.729	0.675
	Hệ thống đường giao thông thuận tiện	Csht2			0.557	0.758
	Hệ thống kho chứa và cơ sở chế biến tốt	Csht3			0.614	0.730
	Hệ thống điện, nước ở địa phương tốt	Csht4			0.514	0.784

Nguồn : Tổng hợp kết quả khảo sát, 2025

Theo Nunnally & Bernstein (1994) và Hair & cộng sự (2019), hệ số Cronbach's Alpha từ 0,7 trở lên là có thể chấp nhận được; từ 0,8-0,89 là thang đo ở mức tốt và từ 0,9 trở lên được đánh giá là xuất sắc. Theo các tiêu chí này, hệ số Cronbach'Alpha tổng của các nhóm yếu tố đều nằm trong khoảng từ 0,772 - 0,901 - đều đạt mức chấp nhận được. Cụ thể, nhóm yếu tố Quyền thương lượng có hệ số Cronbach's Alpha là 0,899 (mức tốt); sự phụ thuộc là 0,901 (mức xuất sắc); Khả năng tiếp cận thông tin là 0,878

(mức tốt); Niềm tin vào năng lực là 0,772 (mức chấp nhận được); Niềm tin vào sự thiện chí 0,816 (mức tốt); Sự cam kết là 0,808 (mức tốt); Hỗ trợ chính sách là 0,855 (mức tốt) và Cơ sở hạ tầng là 0,790 (mức chấp nhận được). Nhóm yếu tố Niềm tin vào năng lực và cơ sở hạ tầng đều được đánh giá ở mức chấp nhận được. Tuy nhiên, với hệ số tương quan với biến tổng của mỗi chỉ báo ở trong từng nhóm yếu tố đều lớn hơn 0,5; các thang đo được đánh giá là tốt (Hair & cộng sự, 2019); không có thang đo nào có hệ số tương quan biến tổng nhỏ hơn 0,3 và hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến lớn hơn hệ số Cronbach's Alpha tổng nên không có chỉ báo nào bị loại. Toàn bộ 33 biến sẽ được đưa vào phân tích nhân tố khám phá EFA tiếp theo, trong đó, 4 biến Quyền thương lượng được phân tích riêng và 29 biến về yếu tố ảnh hưởng được phân tích riêng.

4.3.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Như đã đề cập, mô hình có nhiều thang đo được điều chỉnh cho phù hợp với bối cảnh Việt Nam và một số thang đo mới được đề xuất nên phương pháp nhân tố khám phá - EFA - được sử dụng thay vì phân tích nhân tố khẳng định - CFA - (Hamed & cộng sự, 2014). EFA giúp giảm số lượng biến đưa vào mô hình hồi quy, đánh giá tính đúng đắn của cấu trúc các nhóm nhân tố và chứng minh lý thuyết đã đề xuất (Pett & cộng sự, 2003).

Phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA với phép quay varimax được sử dụng nhằm kiểm tra cấu trúc nhân tố và giá trị hội tụ của các thang đo. Phương pháp trích xuất nhân tố được sử dụng là Principal Component Analysis (PCA) với tiêu chí giữ lại nhân tố có eigenvalue lớn hơn hoặc bằng 1 theo quy tắc của Kaiser (1960), tổng phương sai trích lớn hơn 50% (Gerbing & Anderson, 1988). Hệ số tải nhân tố được sử dụng là 0,5 được coi là phù hợp với mẫu có quy mô lớn hơn 150 (Hair & cộng sự, 2010).

Với 29 chỉ báo, sau 3 lần chạy, kết quả EFA thu được ở bảng 4.7. Chi tiết kết quả phân tích được trình bày trong phụ lục 5.

Bảng 4.7. Tóm tắt kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA với biến độc lập

Lần EFA	Số biến đưa vào mô hình	Trị số KMO	Giá trị kiểm định Bartlett	Tổng phương sai trích (%)	Số nhân tố tạo ra	Số biến đề xuất loại
Lần 1	29	0.889	4077.458***	68.579	6	2 (Tinc2, Csht4)
Lần 2 - bỏ Tinc2	28	0.884	3971.060***	69.614	6	1 (Csht4)
Lần 3 - bỏ Csht4	27	0.881	3819.562***	70.404	6	Không

Ghi chú: *** có ý nghĩa thống kê ở mức 1%

Nguồn : Tổng hợp kết quả khảo sát, 2025

Kết quả phân tích cho thấy, trị số Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) của cả 3 lần phân tích đều lớn hơn 0,8, vượt xa ngưỡng tối thiểu và đạt ở mức tốt theo tiêu chí của Kaiser (1974). Điều này cho thấy dữ liệu đưa vào phân tích rất phù hợp cho phân tích nhân tố. Kiểm định Bartlett's cũng cho kết quả có ý nghĩa thống kê nhỏ hơn 0,001, xác nhận dữ liệu phù hợp với điều kiện cần thiết để thực hiện EFA. Trong cả 3 lần chạy, tổng phương sai trích đều đạt trên 68% > 50%, 4 nhân tố được tạo thành có eigenvalue lớn hơn 1, thỏa mãn điều kiện của Gerbing và Anderson (1988). Sau 3 lần chạy, đã có 2 chỉ báo bị loại khỏi mô hình do không đáp ứng các yêu cầu về hệ số tải của Hair và cộng sự (2010). Các chỉ báo đó là Tinc2 và csht4. 27 chỉ báo sau lần chạy thứ 3 đã tạo thành 6 nhân tố mới có xu hướng hội tụ như sau:

Bảng 4.8. Ma trận xoay 27 chỉ báo thành 6 nhân tố mới trong phân tích EFA lần 3

	1	2	3	4	5	6
De6	0.921					
De3	0.860					
De4	0.840					
De5	0.783					
De1	0.701					
De2	0.699					
Ttin3		0.834				
Ttin4		0.695				
Ttin2		0.693				
Ttin1		0.692				
Ttin5		0.658				
Tinb1			0.811			
Tinb2			0.792			
Tinb3			0.752			
Tinc3			0.664			
Tinc1			0.630			
Csach2				0.847		

	1	2	3	4	5	6
Csach5				0.797		
Csach3				0.618		
Csach4				0.615		
Csach1				0.579		
Csht3					0.776	
Csht1					0.764	
Csht2					0.674	
Cam1						0.773
Cam3						0.661
Cam2						0.653

Nguồn : Tổng hợp kết quả khảo sát, 2025

Các nhân tố mới được tạo thành có tên và kí hiệu như sau:

- Nhân tố 1 - Sự phụ thuộc: không thay đổi, gồm 6 chỉ báo De1-De6
- Nhân tố 2 - Khả năng tiếp cận thông tin: không thay đổi, gồm 5 chỉ báo Ttin1-Ttin5
- Nhân tố 3 - Niềm tin: bao gồm niềm tin vào năng lực và niềm tin vào sự thiện chí, gồm 5 chỉ báo, Tinb1-Tinb3 và Tinc1, Tinc3 (đã loại Tinc2)
- Nhân tố 4 - Hỗ trợ chính sách: không thay đổi, gồm 5 chỉ báo Csach 1-Csach 5
- Nhân tố 5 - Cơ sở hạ tầng: gồm 3 chỉ báo Csht1-Csht3 (đã loại Csht 4)
- Nhân tố 6 - Sự cam kết: không thay đổi, gồm 3 chỉ báo Cam1-Cam3.

Về kết quả phân tích nhân tố với biến phụ thuộc, 04 chỉ báo về quyền thương lượng (BG1-BG4) được đưa vào mô hình cho kết quả phân tích trị số KMO bằng 0,836; Giá trị kiểm định Barlett's là 526,307 với giá trị Sig bằng 0,000<0,001 cho thấy dữ liệu phù hợp để phân tích nhân tố. 4 chỉ báo được đưa vào phân tích đã hình thành 01 nhân tố mới, tổng phương sai trích là 76,781%>50% cho thấy mô hình phân tích đạt yêu cầu (Gerbing và Anderson, 1988).

Như vậy, kết hợp với yếu tố đo bằng biến giả là khả năng tập thể hóa và hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu, các giả thuyết nghiên cứu mới sau khi thực hiện phân tích nhân tố là:

- H1: Sự phụ thuộc có tác động tích cực tới quyền thương lượng của nông dân với thương lái

- H2: Khả năng tiếp cận thông tin có tác động tích cực tới quyền thương lượng của nông dân với thương lái
- H3: Niềm tin của nông dân với thương lái có tác động tích cực tới quyền thương lượng của nông dân với thương lái
- H4: Hỗ trợ chính sách có tác động tích cực tới quyền thương lượng của nông dân với thương lái
- H5: Cơ sở hạ tầng có tác động tích cực tới quyền thương lượng của nông dân với thương lái
- H6: Sự cam kết của thương lái với nông dân có tác động tích cực tới quyền thương lượng của nông dân với thương lái
- H7: Khả năng tập thể hóa có tác động tích cực tới quyền thương lượng của nông dân với thương lái
- H8: Hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu có tác động tích cực tới quyền thương lượng của nông dân với thương lái.

4.3.3. Kiểm định giả thuyết trong mô hình nghiên cứu

Việc kiểm định các giả thuyết trong mô hình nghiên cứu được thực hiện qua phân tích hồi quy tuyến tính đa biến.

Các nhân tố mới được tạo thành sau phân tích nhân tố khám phá EFA phía trên được đưa vào phân tích hồi quy với phương trình hồi quy như sau:

$$f(BG) = \beta_0 + \beta_1 * De + \beta_2 * Ttin + \beta_3 * Ntin + \beta_4 * Csach + \beta_5 * Csht + \beta_6 * Cam + \beta_7 * Tthe + \beta_8 * bdkh + \beta_9 * sex + \beta_{10} * age + \beta_{11} * edu_year_F + \beta_{12} * rice_area + u \quad (1)$$

Trong đó:

- β hệ số hồi quy,
- BG, De, Ttin, Ntin, Csach, Csht, Cam là các nhân tố được tạo thành từ phân tích nhân tố khám phá ở trên, cụ thể:
 - BG: Quyền thương lượng
 - De: Sự phụ thuộc
 - Ttin: Khả năng tiếp cận thông tin
 - Ntin: Niềm tin
 - Csach: hỗ trợ chính sách
 - Csht: cơ sở hạ tầng
 - Cam: cam kết

- Tthe: khả năng tập thể hóa, nhận giá trị =1 nếu nông dân tham gia các tổ chức cộng đồng như hội nông dân, hợp tác xã và nhận giá trị = 0 nếu nông dân không tham gia hội nhóm nào.
- Bdkh: hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu, nhận giá trị = 1 nếu nông dân có hành vi thích ứng và nhận giá trị = 0 nếu nông dân không có hành vi thích ứng (đã giải thích ở chương 2).
- Sex: giới tính của người trả lời, nam = 1 và nữ = 0.
- Age: độ tuổi của người trả lời, đơn vị là số tuổi.
- Edu_year_F: trình độ học vấn, được đo lường qua số năm đi học, đơn vị là năm.
- Rice_area: diện tích canh tác lúa (m²)
- U là các yếu tố tác động khác.

Nghiên cứu thực hiện 3 mô hình hồi quy để xem xét tác động của các biến độc lập là các yếu tố ảnh hưởng tới biến phụ thuộc là quyền thương lượng. Mô hình hồi quy 1 gồm biến quyền thương lượng và các biến kiểm soát (sex, age, edu_year_f, rice_area), mô hình hồi quy 2 xem xét ảnh hưởng của các biến phụ thuộc (De, Ttin, Ntin, Csach, Csht, Cam, Tthe và bdkh). Mô hình 3 phân tích ảnh hưởng của các biến độc lập và các biến kiểm soát đến quyền thương lượng của nông dân với thương lái. Kết quả thu được sẽ được so sánh với kết quả hồi quy một số yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng theo mô hình hồi quy logit dữ liệu của IRRI. Phương trình hồi quy logit

Kết quả tổng hợp thể hiện trong bảng 4.9. Chi tiết các kết quả hồi quy ở phụ lục 5.

Bảng 4.9. Tổng hợp kết quả phân tích hồi quy

	Kí hiệu biến	Mô hình 1	Mô hình 2	Mô hình 3	Mô hình logit dữ liệu IRRI
<i>Giá trị R bình phương (R square)</i>		<i>0.244</i>	<i>0.623</i>	<i>0.667</i>	-
<i>Giá trị F</i>		<i>17.036***</i>	<i>37.653***</i>	<i>29.656***</i>	-
Sự phụ thuộc	De		0.215***	0.193***	-
Khả năng tiếp cận thông tin	Ttin		0.427***	0.378***	-
Niềm tin	Ntin		0.050	0.050	-
Hỗ trợ chính sách	Csach		0.182***	0.162***	-

	Kí hiệu biến	Mô hình 1	Mô hình 2	Mô hình 3	Mô hình logit dữ liệu IRRI
Cơ sở hạ tầng	Csht		0.063	0.066	-
Cam kết	Cam		0.192***	0.176***	-
Khả năng tập thể hóa	Tthe		0.098*	0.104**	***
Thích ứng với BĐKH	Bdkh		0.348***	0.288***	***
Giới tính	Sex	-0.206***		-0.093**	***(-)
Tuổi	Age	-0.125		-0.070	Không tác động
Trình độ học vấn (số năm đi học)	Edu_year_f	-0.013		0.023	
Diện tích canh tác lúa	Rice_area	0.419***		0.189***	*** (+)

Ghi chú: các mức ý nghĩa lần lượt là ***0,01; ** 0,05; *0,1.

“-“ không có số liệu phân tích

Nguồn : Tổng hợp kết quả khảo sát, 2025

Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính có giá trị VIF <2 (kết quả chi tiết trong phụ lục 5), khẳng định không có hiện tượng đa cộng tuyến giữa các biến độc lập trong mô hình (Rogerson, 2001). Giá trị F của mô hình 1, 2 và 3 đều có ý nghĩa thống kê với Sig <0.01 cho thấy các mô hình có ý nghĩa về mặt tổng thể, hay nói cách khác, mô hình có thể sử dụng để giải thích và dự báo ảnh hưởng của các yếu tố đến quyền thương lượng của nông dân với thương lái.

Mô hình 1 gồm các biến kiểm soát đơn lẻ với biến phụ thuộc, kết quả cho thấy các biến kiểm soát có tác động đến quyền thương lượng, R bình phương đạt 24,4%. Trong số các biến đưa vào mô hình, chỉ có biến diện tích trồng lúa (rice_area) và giới tính (sex) có p-value < 0,01 - hai biến diện tích và giới tính có ảnh hưởng đến quyền thương lượng. Kết quả này cũng giống với kết quả khi phân tích dữ liệu từ IRRI. Hệ số β đã hiệu chỉnh của diện tích canh tác lúa là 0,419 và của giới tính là -0,206. Điều này có nghĩa là diện tích canh tác lúa càng lớn, nông dân càng có quyền thương lượng và nữ giới có quyền thương lượng cao hơn so với nam giới.

Mô hình hồi quy 2 có 8 biến độc lập là sự phụ thuộc (De), khả năng tiếp cận thông tin (Ttin), niềm tin (Ntin), hỗ trợ chính sách (Csach), cơ sở hạ tầng (csht), cam kết

(Cam), khả năng tập thể hóa (Tthe) và thích ứng với biến đổi khí hậu (bdkh), giá trị R bình phương của mô hình đạt 0,623 cho thấy các biến độc lập trong mô hình bao gồm giải thích được đến 62,3% sự thay đổi của quyền thương lượng của nông dân. Giá trị F có Sig <0,01 cho thấy mô hình hồi quy được xây dựng là phù hợp. Trong 8 biến độc lập đưa vào mô hình, có 6 biến có ý nghĩa thống kê là sự phụ thuộc (De), khả năng tiếp cận thông tin (Ttin), hỗ trợ chính sách (Csach), cam kết (Cam), khả năng tập thể hóa (Tthe) và thích ứng với biến đổi khí hậu (bdkh). Hệ số β đã hiệu chỉnh của các biến này đều có giá trị dương, điều này có nghĩa các biến có tác động tích cực đến quyền thương lượng của nông dân. Biến niềm tin và cơ sở hạ tầng không tác động đến quyền thương lượng do giá trị Sig >0.05.

Trong mô hình 3, mô hình bao gồm đầy đủ các biến độc lập và biến kiểm soát. Trong số các biến độc lập đưa vào mô hình, biến Niềm tin có giá trị Sig = 0,266 và biến Cơ sở hạ tầng có giá trị Sig là 0,133, cả hai giá trị Sig này đều lớn hơn 0,05. Do đó, các biến chưa có ý nghĩa thống kê, thể hiện việc niềm tin và cơ sở hạ tầng không ảnh hưởng đến quyền thương lượng của nông dân và thương lái. Các biến độc lập còn lại trong mô hình bao gồm sự phụ thuộc, khả năng tiếp cận thông tin, hỗ trợ chính sách, sự cam kết, khả năng tập thể hóa, khả năng thích ứng với biến đổi khí hậu đều có giá trị p-value nhỏ hơn 0,05, do đó các yếu tố này đều tác động đến quyền thương lượng. Hệ số β dương, cho thấy các nhân tố đều có ảnh hưởng tích cực tới quyền thương lượng của nông dân với thương lái. Mức độ ảnh hưởng theo thứ tự từ mạnh nhất đến ít nhất là: Khả năng tiếp cận thông tin (0,378); tiếp đó là thích ứng với biến đổi khí hậu (0,288); sự cam kết (0,176); sự phụ thuộc (0,193); hỗ trợ chính sách (0,162); và khả năng tập thể hóa (0,104). Các biến kiểm soát có tác động đến quyền thương lượng lúc này không chỉ gồm diện tích canh tác lúa mà còn cả giới tính, trong đó, diện tích canh tác có tác động tích cực và giới tính có tác động theo hướng nữ giới có quyền thương lượng cao hơn nam giới.

Mặc dù giá trị tuyệt đối của hệ số hồi quy β của từng biến có sự giảm nhẹ nhưng sau khi gộp các biến độc lập và biến kiểm soát vào cùng mô hình 3 để phân tích, sự ảnh hưởng và chiều hướng ảnh hưởng của các biến không có sự thay đổi so với khi thực hiện phân tích riêng ở mô hình 1 và mô hình 2. Ngoài ra, hệ số R bình phương ở mô hình 1 khá nhỏ (hơn 20%), mô hình 2 là hơn 62% và mô hình 3 là cao nhất với hơn 66%. Các kết quả này chứng minh tác động của biến độc lập lên biến phụ thuộc không phải là kết quả ngẫu nhiên mà phản ánh mối quan hệ thực chất và ổn định, hay nói cách khác, mô

hình có tính vững (robustness) tốt. Wooldridge (2019) nhấn mạnh tính vững là tiêu chí quan trọng đảm bảo sự tin cậy của kết quả hồi quy. Ngoài ra, ở mô hình 1 (chỉ có biến kiểm soát) và mô hình 3 (đầy đủ), biến kiểm soát đều giữ ý nghĩa thống kê và chiều hướng tác động (diện tích canh tác có tác động tích cực, giới tính có nữ có quyền thương lượng hơn nam và độ tuổi và trình độ học vấn đều không có tác động). Điều này chứng minh biến kiểm soát thực sự kiểm soát được sự biến thiên nền của biến phụ thuộc (quyền thương lượng) mà không bị nhiễu bởi các biến độc lập. Đây là bằng chứng chứng minh mô hình hồi quy tốt (Hair & cộng sự, 2019).

Sau khi so sánh với kết quả hồi quy logit từ dữ liệu của IRRI có thể thấy tác động của hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu, khả năng tập thể hóa, diện tích canh tác và giới tính đều vẫn tác động đến quyền thương lượng của nông dân (các biến độc lập và biến kiểm soát có hệ số hồi quy có ý nghĩa thống kê) và chiều hướng tác động có xu hướng không thay đổi, hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu, khả năng tập thể hóa và diện tích canh tác vẫn có tác động tích cực đến quyền thương lượng và nữ giới trong các khảo sát đều có quyền thương lượng tốt hơn nam giới.

Bảng 4.10 sau đây tổng hợp lại các kết quả kiểm định giả thuyết trong mô hình nghiên cứu. Các giả thuyết từ H1, H2, H4, H6-H8 được chấp nhận, giả thuyết H3 và H5 bị bác bỏ.

Bảng 4.10. Tổng hợp kiểm định giả thuyết trong mô hình nghiên cứu

Giả thuyết nghiên cứu	Tên biến	Kí hiệu biến	Hệ số hồi quy	p-value	Kết luận
H1: Sự phụ thuộc có tác động tích cực tới quyền thương lượng của nông dân với thương lái	Sự phụ thuộc	De	0.193***	0.000	Chấp nhận
H2: Khả năng tiếp cận thông tin có tác động tích cực tới quyền thương lượng của nông dân với thương lái	Khả năng tiếp cận thông tin	Ttin	0.378***	0.000	Chấp nhận
H3: Niềm tin của nông dân với thương lái có tác động tích cực tới quyền thương lượng của nông dân với thương lái	Niềm tin	Ntin	0.050	0.266	Bác bỏ

Giả thuyết nghiên cứu	Tên biến	Kí hiệu biến	Hệ số hồi quy	p-value	Kết luận
H4: Hỗ trợ chính sách có tác động tích cực tới quyền thương lượng của nông dân với thương lái	Hỗ trợ chính sách	Csach	0.162***	0.000	Chấp nhận
H5: Cơ sở hạ tầng có tác động tích cực tới quyền thương lượng của nông dân với thương lái	Cơ sở hạ tầng	Csht	0.066*	0.133	Bác bỏ
H6: Sự cam kết của thương lái với nông dân có tác động tích cực tới quyền thương lượng của nông dân với thương lái	Cam kết	Cam	0.192***	0.000	Chấp nhận
H7: Khả năng tập thể hóa có tác động tích cực tới quyền thương lượng của nông dân với thương lái	Khả năng tập thể hóa	Tthe	0.127**	0.012	Chấp nhận
H8: Hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu có tác động tích cực tới quyền thương lượng của nông dân với thương lái	Thích ứng với BĐKH	Bdkh	0.321***	0.000	Chấp nhận

Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát, 2025

4.4. Phân tích thống kê mô tả một số yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng

4.4.1. Đánh giá về khả năng tiếp cận thông tin thị trường

Về đánh giá về khả năng tiếp cận thông tin thị trường của nông dân ở đồng bằng sông Cửu Long, Việt Nam, người nông dân tự đánh giá khả năng tiếp cận thị trường đang ở mức tốt khi điểm trung bình các thang đo về số lượng nguồn tin, mức độ thường xuyên cập nhật thông tin, tính chính xác của thông tin hay sự kịp thời, hữu ích đều được đánh giá ở mức điểm trên 3,4 (từ 3,80-3,88) - tương ứng với mức tốt (Bảng 4.11). Như đã đề cập ở trên, các nguồn tin phổ biến nông dân sử dụng (ngoài từ thương lái) là từ Zalo, internet và cán bộ khuyến nông. Nếu có các giải pháp phù hợp để gia tăng khả năng tiếp cận và sự hữu ích của các nguồn thông tin trên có thể giúp làm giảm bất đối

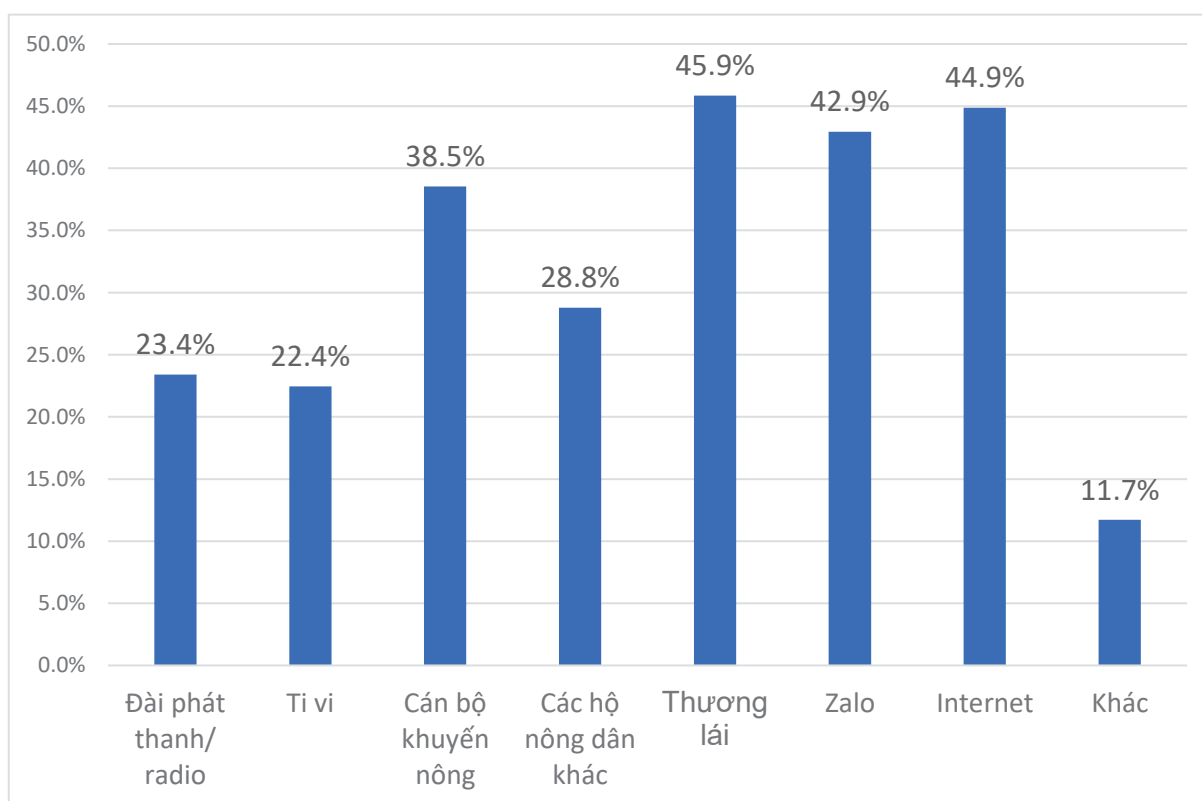
xứng thông tin trên thị trường giao dịch nông sản, từ đó gia tăng quyền thương lượng của nông dân.

Bảng 4.11. Đánh giá của nông dân về khả năng tiếp cận thông tin

	Số câu trả lời	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Tôi có nhiều nguồn tin về mua bán lúa gạo	216	1	5	3.81	0.877
Tôi thường xuyên cập nhật thông tin về mua bán lúa gạo	216	1	5	3.88	0.792
Tôi có thông tin chính xác về giá bán lúa gạo	216	1	5	3.85	0.863
Tôi có thông tin thị trường lúa gạo kịp thời để ra quyết định	216	1	5	3.82	0.873
Tôi có thông tin thị trường lúa gạo hữu ích để ra quyết định	216	1	5	3.80	0.887

Nguồn : Tổng hợp kết quả khảo sát, 2025

Thông tin về thị trường, sự biến động về giá bán hoặc cung cầu lúa gạo là nguồn tin quý báu với hộ nông dân. Với sự phát triển của công nghệ thông tin và internet, nông dân có có nhiều kênh tiếp cận thông tin thị trường tốt hơn (Aker & Mbiti, 2010; Mittal & cộng sự, 2010; Cole & Fernando, 2021).



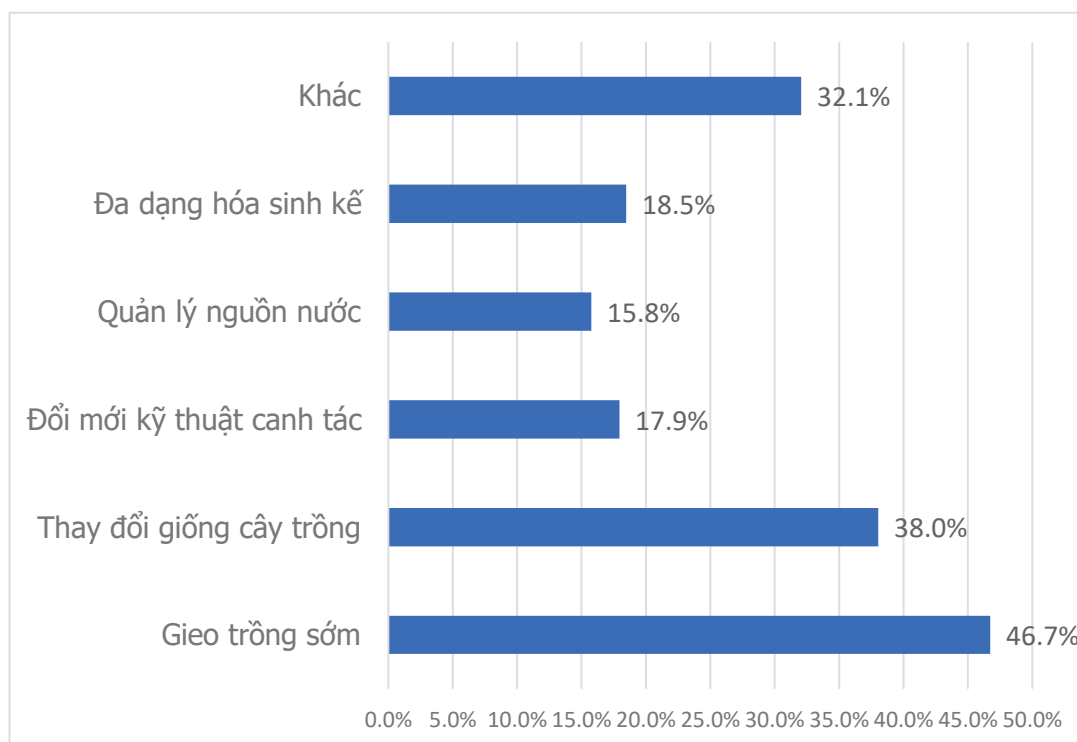
Hình 4.5. Các nguồn thông tin về thị trường của nông dân

Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát, 2025

Các nguồn tin về thị trường mua bán lúa gạo hoặc nông vụ được nông dân ở mẫu nghiên cứu tìm hiểu từ nhiều nguồn khác nhau, bao gồm cả kênh trực tiếp và gián tiếp. Nguồn tin được nhiều người sử dụng nhất là thông tin từ chính người mua lúa gạo là thương lái, 45,9% nông dân sử dụng nguồn tin này. Thương lái đi nhiều nơi và có giao tiếp với nhiều người, đồng thời, cũng là người mua hàng trực tiếp. Khi chưa nói đến tính chính xác hay kịp thời, nguồn thông tin từ thương lái thường có tính đa dạng và được coi là gần sát với thực tế của nông dân. Nguồn tin từ Zalo và các kênh internet khác cũng chiếm tỷ lệ khá cao với 42,9% và 44,9% hộ nông dân sử dụng. Như đã trình bày ở trên, sau khi triển khai thí điểm về thông báo thông tin nông vụ và thị trường qua nhóm zalo, nông dân hưởng ứng khá tích cực với thông tin từ nguồn này. Việc hơn 70% nông dân sở hữu điện thoại thông minh góp phần thúc đẩy tỷ lệ người sử dụng internet và mạng xã hội (Barnard & cộng sự, 2023).

Ngoài ra, nông dân còn cập nhật thông tin thị trường từ cán bộ khuyến nông (38,5%) thông qua các buổi đào tạo, tập huấn. Nguồn tin từ các hộ nông dân khác cũng được một bộ phận nông dân quan tâm (28,8%). Tỷ lệ người nhận thông tin từ đài phát thanh/ radio và tivi lần lượt là 23,4% và 22,4%. Nguồn thông tin khác được kể đến có thể là nguồn thông tin từ cò hoặc từ người dân địa phương.

4.4.2 Đánh giá về hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu



Hình 4.6. Các hoạt động thích ứng với BĐKH trong trồng lúa

Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát, 2025

Hoạt động sản xuất lúa gạo ở Việt Nam và đặc biệt là vùng đồng bằng sông Cửu Long chịu tác động mạnh mẽ của biến đổi khí hậu (Ferrer & cộng sự, 2022), việc thực hiện các biện pháp thích ứng là điều cần thiết. Hạn hán và xâm nhập mặn đã tác động nghiêm trọng tới sản lượng gạo và sinh kế của nông dân trong khu vực đồng bằng sông Cửu Long, đặc biệt trong vụ lúa đông xuân 2015-2016 và 2019-2020 (Nguyen & cộng sự, 2020; Ferrer & cộng sự, 2020). Các biện pháp thích ứng chủ yếu tập trung giải quyết vấn đề hạn hán và xâm nhập mặn. Gieo trồng sớm là giải pháp có tỷ lệ hộ nông dân áp dụng nhiều nhất để thích ứng với biến đổi khí hậu với 46,7%, cụ thể là hạn hán và xâm nhập mặn trong vụ đông xuân. Ngoài ra, người dân còn thực hiện thay đổi giống cây trồng, ví dụ sử dụng các giống chịu mặn, ngắn ngày hơn hoặc có năng suất tốt hơn (38%). Số hộ thực hiện đổi mới kỹ thuật canh tác chiếm 17,9%. Các kỹ thuật canh tác thường dùng có thể là tưới khô ứot xen kẽ, kỹ thuật làm đất,... Hoạt động quản lý nguồn nước cũng được thực hiện với 15,8% số hộ quan tâm và thực hiện. 32,1% các hộ áp dụng các giải pháp khác thường là các hộ lựa chọn các giải pháp kết hợp cả kỹ thuật canh tác và giống cây trồng. Ngoài ra, để tránh tác động do phụ thuộc vào thu nhập từ trồng lúa, một số hộ thực hiện các hoạt động đa dạng hóa sinh kế như làm thuê vào thời điểm nông nhàn, thực hiện một số dịch vụ hỗ trợ nông nghiệp như xay xát,...

4.4.3. Đánh giá về hỗ trợ chính sách

Về hỗ trợ chính sách, Chính phủ Việt Nam đã ban hành nghị định số 98/2018/NĐ-CP ngày 05 tháng 7 năm 2018 về Chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp, theo đó, nhà nước ưu tiên và có hỗ trợ, ưu đãi cho các hoạt động liên kết như chi phí tư vấn xây dựng liên kết, hỗ trợ hạ tầng phục vụ liên kết, hỗ trợ khuyến nông, đào tạo, tập huấn về giống, vật tư, bao bì, nhãn mác sản phẩm. Nghị định số 83/2018/NĐ-CP ngày 24 tháng 5 năm 2018 về Khuyến nông cũng đưa ra các quy định về hỗ trợ kinh phí đào tạo, truyền thông và hỗ trợ kinh tế như cho vay ưu đãi hoặc hỗ trợ chi phí triển khai mô hình sản xuất, liên kết với thị trường.

Trong hỗ trợ nông dân trồng lúa, kết quả phỏng vấn sâu cho thấy nhà nước có nhiều hoạt động truyền thông, đào tạo nâng cao khả năng tiếp cận thị trường cho người nông dân, nhưng hiệu quả còn chưa đồng đều; trong khi đó trợ giá lúa gạo chỉ có tác dụng ngắn hạn, không phải giải pháp giúp nông dân bán được giá tốt một cách bền vững. Ngoài ra, nhà nước còn thực hiện các hoạt động truyền thông thông tin thị

trường và dự báo sản xuất. được xây dựng có sự tham gia của cán bộ kỹ thuật địa phương và Đài Khí tượng thủy văn khu vực, sau đó, bản tin được truyền tải qua áp phích, truyền thanh và đặc biệt là kênh zalo (hơn 53.000 nông dân tham gia). Tuy nhiên, thông tin chủ yếu tập trung vào các nội dung về thời tiết, sâu bệnh, dịch bệnh, thông tin về độ mặn và thời gian mặn xâm nhập vào nội đồng, bên cạnh đó bản tin cũng cung cấp thời gian đóng - mở cống thủy lợi cho người nông dân biết thời gian lấy nước. Các thông tin thị trường thường chỉ về giá vật tư nông nghiệp hoặc giá bán một số loại nông sản sau thu hoạch.

Bảng 4.12. Đánh giá của nông dân về sự cam kết

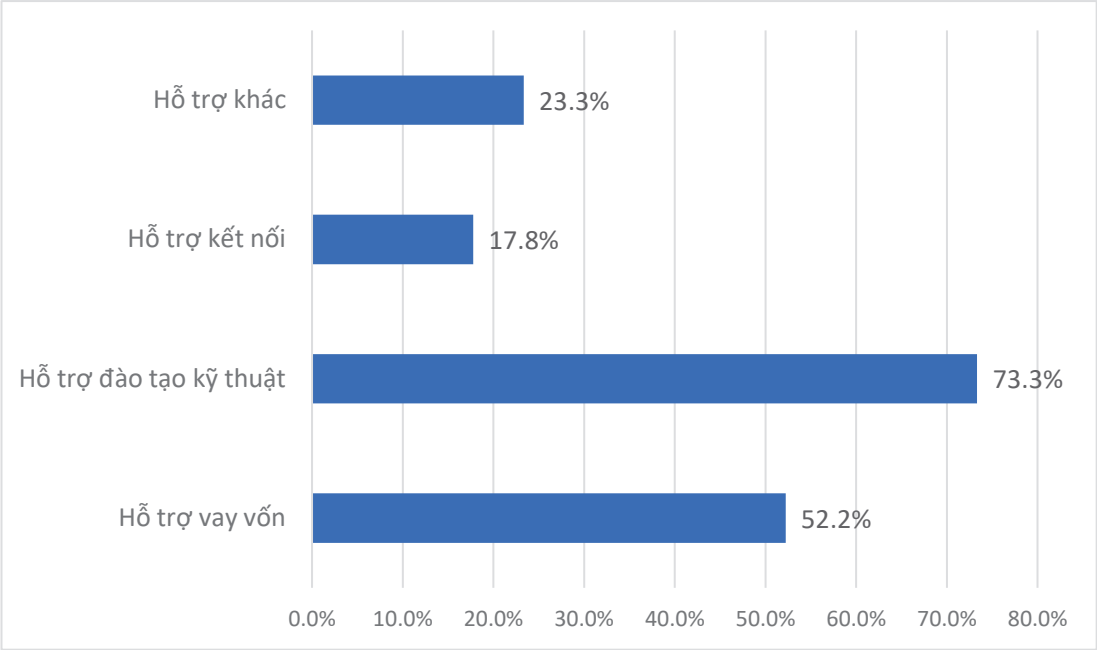
	Số câu trả lời	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Tôi được hỗ trợ từ chính sách tín dụng	216	1	5	3.69	0.847
Tôi được hỗ trợ về khoa học công nghệ	216	1	5	3.76	0.849
Tôi được hỗ trợ về liên kết thị trường	214	1	5	3.66	0.888
Các chính sách của chính phủ được cập nhật kịp thời	216	1	5	3.67	0.883
Các chính sách tác động lớn đến hoạt động chuỗi	216	1	5	3.71	0.854

Nguồn : Tổng hợp kết quả khảo sát, 2025

Về đánh giá chính sách hỗ trợ ở Việt Nam, nông dân hiện tại cho rằng họ nhận được sự hỗ trợ chính sách ở mức tốt, điểm trung bình các đánh giá dao động ở mức 3,66-3,76 điểm, đều lớn hơn 3,4. Các hỗ trợ chính sách họ nhận được bao gồm hỗ trợ tín dụng, khoa học công nghệ, liên kết thị trường,... Các chính sách này khá kịp thời và có tác động đến hoạt động sản xuất và mua bán nông sản.

Về thực trạng nhận được chính sách hỗ trợ, kết quả khảo sát cho thấy, nông dân thường nhận được hỗ trợ nhiều nhất về đào tạo kỹ thuật canh tác, thông qua các buổi tập huấn, hội thảo hoặc quan sát các mô hình điển hình về sản xuất và mua bán nông sản. 52,2% nông dân trả lời họ nhận được sự hỗ trợ từ chính sách vay vốn. Lãi suất vay cho các hoạt động đầu tư sản xuất nông nghiệp thường thấp hơn so với lãi suất vay chung. Nhà nước có hỗ trợ kết nối với thị trường cung, cầu nhưng chưa nhiều nông dân nói rằng họ nhận được hỗ trợ, chỉ 17,8% nông dân trả lời họ từng được hỗ trợ kết nối với người bán vật tư, thiết bị đầu vào hoặc người mua lúa gạo. 23,3% nông dân trả

lời họ nhận được hỗ trợ khác. Các hỗ trợ này có thể là đào tạo về nhận thức về biến đổi khí hậu hoặc thích ứng với biến đổi khí hậu hoặc hỗ trợ về công nghệ và chuyển đổi số trong nông nghiệp.



Hình 4.7. Các hỗ trợ chính sách cho nông dân

Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát, 2025

4.4.4. Đánh giá về sự cam kết

Trong kết quả thống kê mô tả tự đánh giá về sự cam kết giữa nông dân và thương lái, đa số các nông dân cho rằng quan hệ giữa họ và thương lái được duy trì và có cam kết nhất định (điểm trung bình 3,61 điểm), các cam kết này thường là ngầm định với nhau chứ không qua văn bản. Một số cam kết lại xuất phát từ việc nông dân được thương lái ứng trước tiền, đổi lại, nông dân cam kết bán lúa cho thương lái nhưng cam kết này cũng không có tính pháp lý vì không có hợp đồng rõ ràng. Mỗi quan hệ giữa hai bên cũng thường được duy trì trong thời gian dài và có sự nỗ lực từ cả hai phía (điểm trung bình lần lượt là 3,72 và 3,64). Nông dân không thường xuyên thay đổi thương lái, trừ khi bị ép giá quá mức, thu mua trễ làm hư lúa, không giữ chữ tín trong thanh toán.

Bảng 4.13. Đánh giá của nông dân về sự cam kết

	Số câu trả lời	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Mối quan hệ giữa tôi và thương lái có sự cam kết	216	1	5	3.61	0.764

Mối quan hệ giữa tôi và thương lái sẽ duy trì trong thời gian dài	216	1	5	3.72	0.783
Mối quan hệ giữa tôi và thương lái được hai bên nỗ lực duy trì	216	1	5	3.64	0.694

Nguồn : Tổng hợp kết quả khảo sát, 2025

4.4.5. Đánh giá về sự phụ thuộc

Về đánh giá sự phụ thuộc, nhìn chung nông dân tự đánh giá về sự phụ thuộc của họ vào thương lái ở mức trung bình, điểm trung bình các chỉ báo dao động trong khoảng từ 3,21-3,52, 5/6 chỉ báo có điểm trung bình dưới 3,4. Khả năng tìm kiếm người mua thay thế của nông dân được đánh giá ở mức tốt. Điều này thể hiện rõ trong kết quả phỏng vấn sâu khi cán bộ khuyến nông đề cập đến việc mỗi địa phương có hơn 10 thương lái mua lúa gạo, mặc dù số thương lái lớn chỉ khoảng 3-5 người. Việc tìm kiếm được người mua thay thế giúp nông dân chủ động hơn trong việc thương lượng.

Bảng 4.14. Đánh giá của nông dân về sự phụ thuộc

	Số câu trả lời	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Tôi có khả năng tìm người mua khác thay thế người mua hiện tại	216	1	5	3.52	0.818
Người mua phụ thuộc nhiều vào tôi	216	1	5	3.32	0.967
Chi phí để chuyển đổi sang người mua khác là thấp	216	1	5	3.31	1.026
Người mua hiện tại không quá quan trọng với tôi	216	1	5	3.21	1.069
Tôi có khả năng kiểm soát các yếu tố đầu vào	216	1	5	3.31	1.053
Lúa gạo tôi cung cấp có chất lượng tốt các hộ khác	216	1	5	3.35	1.077

Nguồn : Tổng hợp kết quả khảo sát, 2025

4.4.6. Đánh giá về khả năng tập thể hóa

Tỷ lệ nông dân tham gia các tổ chức cộng đồng ở địa phương chưa cao, chỉ khoảng 62,5%. Nhiều nông dân chưa quan tâm nhiều đến việc sử dụng thông tin và khả năng tập thể để nâng cao quyền thương lượng. Hỗ trợ chính từ tập thể với nông dân

quan trọng nhất là các hỗ trợ về kỹ thuật và thông tin về thời vụ, hoạt động canh tác. Ngoài ra, hiện nay nông dân vẫn khá bị động trong giao dịch với thương lái, chủ yếu là thương lái tìm đến trước sau đó mới thực hiện thương lượng và giao dịch, chưa nhiều nông dân chủ động vận dụng sức mạnh tập thể qua việc bàn bạc trước với nhau về việc cùng thương lượng bán lúa gạo mà chỉ thực hiện đơn lẻ.

4.5. Đặc điểm canh tác của hộ nông dân trồng lúa

4.5.1. Đặc điểm hoạt động trồng lúa của hộ nông dân

Một số đặc điểm canh tác của các hộ nông dân trồng lúa ở đồng bằng sông Cửu Long được thể hiện trong bảng 4.15:

Bảng 4.15. Đặc điểm hoạt động trồng lúa của hộ nông dân

	Số câu trả lời	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Tổng diện tích canh tác (m ²)	216	1000	150000	24023.79	20168.517
Diện tích trồng lúa (m ²)	216	1000	150000	31357.72	28586.28
Số vụ trồng lúa (vụ)	216	1	5	1.10	0.408
Có trồng các loại hoa màu khác (có/không)	216	0	1	0.08	0.270
Khoảng cách từ nhà tới ruộng (km)	216	0.000	20.000	0.61611	2.085352

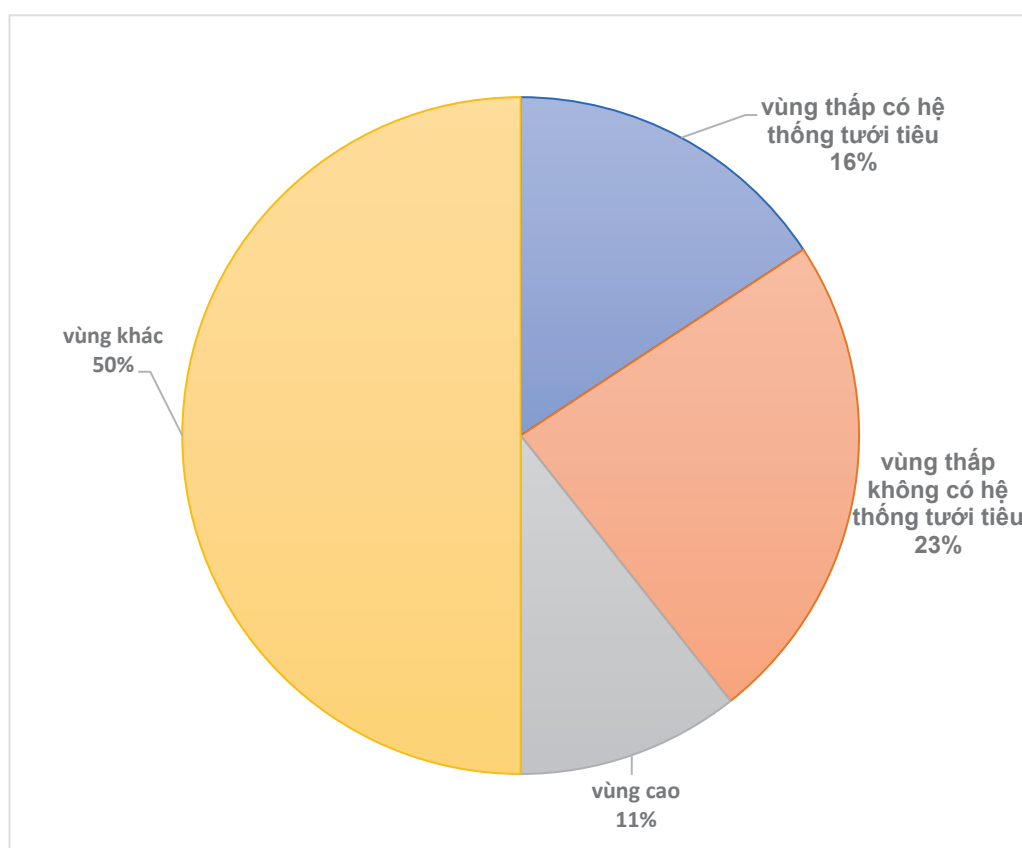
Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát, 2025

Diện tích đất canh tác nông nghiệp trung bình trên một hộ ở đồng bằng sông Cửu Long khá lớn, vào khoảng 3,1 ha/ hộ. Hộ có diện tích canh tác lớn nhất lên đến 15 ha trong khi hộ có diện tích canh tác nhỏ nhất là 0,1 ha. Diện tích đất trồng lúa chiếm tỷ trọng lớn trong tổng diện tích đất canh tác, khoảng 98,4%. Ngoài trồng lúa, diện tích còn lại được các hộ sử dụng để trồng một số loại hoa màu như ngô, rau, các loại cây ăn quả; một số hộ dùng để nuôi tôm. Mỗi năm, một hộ gia đình ở đồng bằng sông Cửu Long có thể trồng trung bình hơn 1 vụ lúa, hộ trồng 1 vụ chiếm 92,1%, và hộ trồng hai vụ là 6,5%; còn lại 1,4% là trồng 3-5 vụ. Hộ trồng 1 vụ chủ yếu là các hộ thực hiện mô hình lúa - tôm kết hợp, nghĩa là một vụ trồng lúa (vụ đông xuân - vụ ĐX)), sau đó, một vụ nuôi tôm. Các hộ trồng 02 vụ là vụ đông xuân và vụ hè thu; hộ trồng 03 vụ có thêm vụ thu đông.

4.5.2. Vị trí của thửa đất

Khoảng cách từ nhà đến ruộng của các hộ trồng lúa ở đồng bằng sông Cửu Long không quá xa, trung bình khoảng 600m; tuy nhiên, chênh lệch khoảng cách từ nhà tới ruộng giữa các hộ lên đến 2km. Hộ gần nhất có ruộng ngay sát nhà (khoảng cách bằng 0) và hộ xa nhất có nhà cách ruộng 20km. Nhìn chung, với khoảng cách này, chỉ cần đi bộ hoặc đi xe máy khoảng 10 phút là có thể ra đến ruộng.

Ruộng đất của các hộ gia đình cũng ở những vị trí rất khác nhau, 16% hộ có ruộng ở vùng thấp có hệ thống tưới tiêu, 23% số hộ ở vùng thấp không có hệ thống tưới tiêu, 11% ở vùng cao - những vùng này ít bị ảnh hưởng bởi hạn mặn hơn so với những vùng khác. Và tỷ lệ hộ có diện tích ở vùng khác chiếm đến 50%. Các hộ này chủ yếu có diện tích nằm ở cả vùng thấp, vùng cao hoặc xen kẽ giữa các vùng.

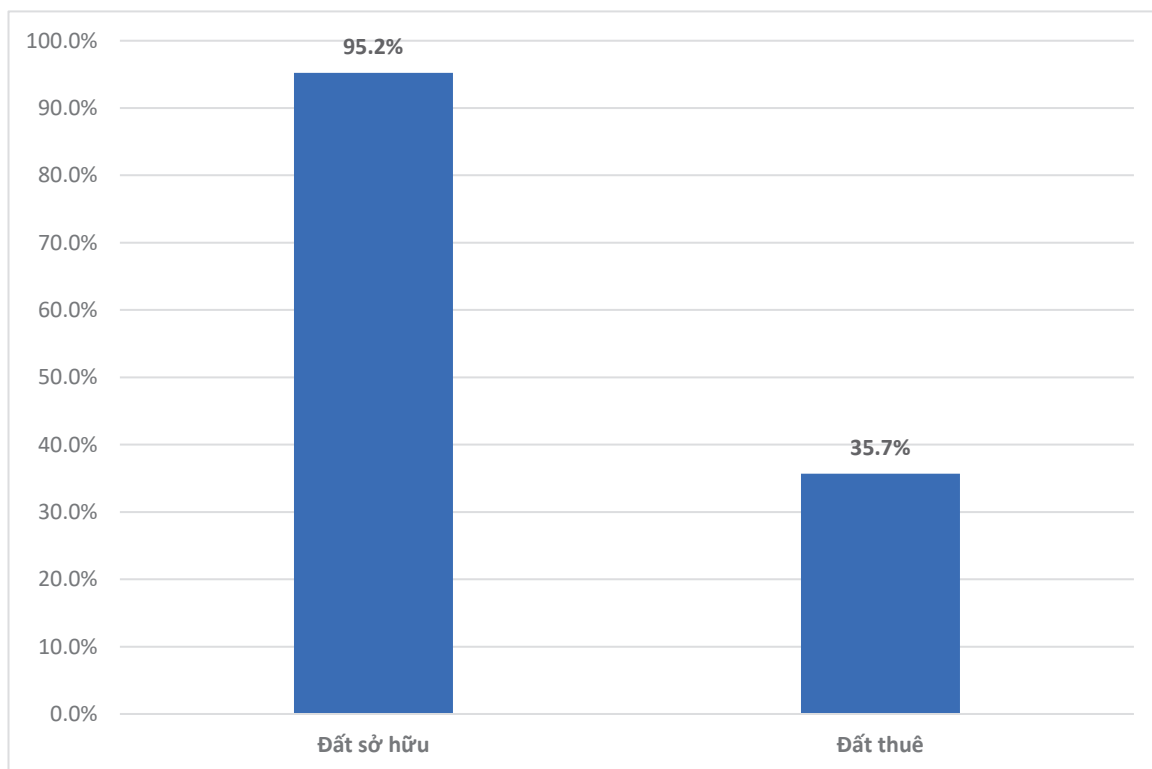


Hình 4.8. Vị trí đất đai các hộ trồng lúa

Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát, 2025

4.5.3. Tình hình sở hữu đất đai

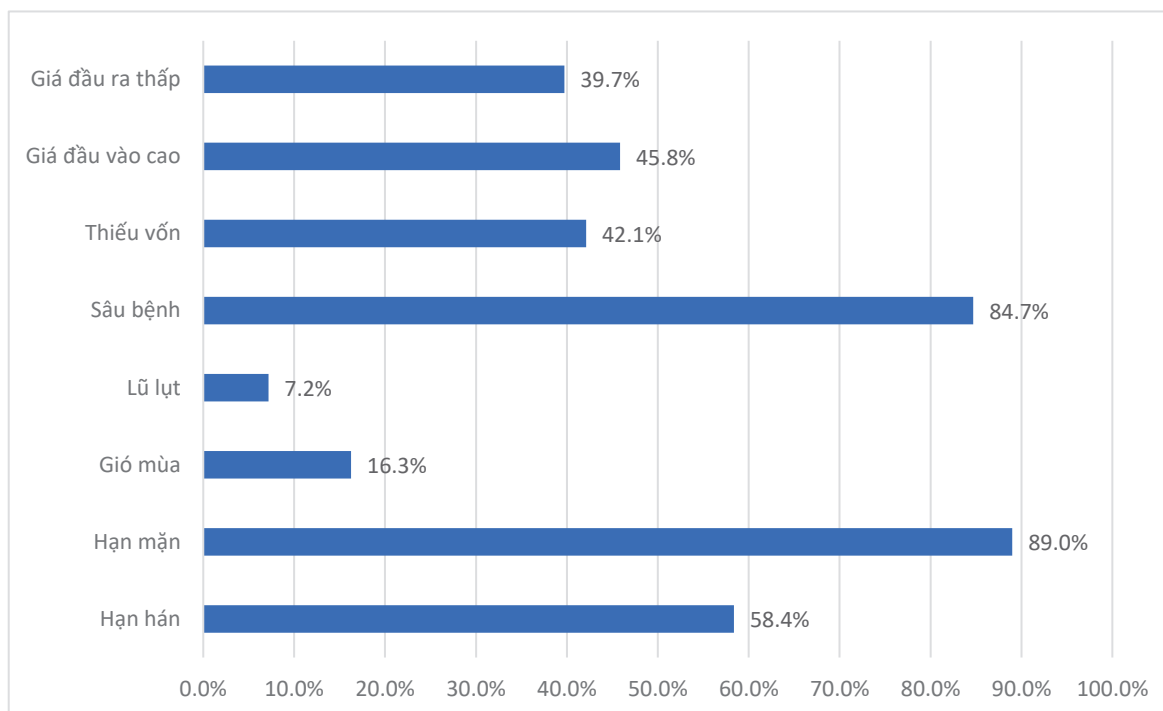
Về sở hữu quyền sử dụng đất, 95,2% số hộ nông dân ở đồng bằng sông Cửu Long có quyền sử dụng đất canh tác, 35,7% có đất thuê (hình 4.9). Có thể thấy, tổng tỷ lệ hai nhóm này lớn hơn 100%, do đó, có những hộ vừa canh tác trên diện tích hộ mình làm chủ, lại vừa thuê thêm. Việc sở hữu quyền sử dụng đất giúp nông dân giảm bớt phần nào gánh nặng về chi phí sản xuất (chi phí thuê đất).



Hình 4.9. Tình hình sở hữu đất đai của các hộ trồng lúa

Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát, 2025

4.5.4. Một số thách thức trong trồng lúa vụ đông xuân



Hình 4.10. Các thách thức trong trồng lúa vụ đông xuân

Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát, 2025

Ở các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long, ba thách thức lớn nhất được liệt kê trong canh tác vụ đông -xuân bao gồm: hạn mặn (89%), sâu bệnh cây trồng (84,7%); hạn hán (58,4%) và giá đầu vào cao (45,8%). Ngoài sâu bệnh, những thách thức từ hạn mặn và hạn hán đa số là do ảnh hưởng của biến đổi khí hậu. Hạn hán và ngập mặn là một vấn đề đã tồn tại từ nhiều năm nay, tuy nhiên diễn biến của hạn mặn ngày càng phức tạp và hậu quả ngày càng nghiêm trọng trong những năm gần đây (Ferrer & cộng sự, 2022). Bên cạnh đó, chu kỳ ảnh hưởng nghiêm trọng của hạn hán và ngập mặn ngày càng ngắn lại (Trần Văn Hưng, 2021). Ngoài ra, những thách thức khác trong việc trồng lúa người nông dân quan tâm là giá đầu ra thấp (39,7%); thiếu vốn (42,1%); gió mùa (16,3%). Những rủi ro này cũng đã diễn ra trong nhiều năm và được nhắc đến trong nghiên cứu của Võ Thị Thanh Lộc & Nguyễn Phú Sơn (2011), trong nông nghiệp nói chung và sản phẩm lúa gạo nói riêng, có bảy loại rủi ro thường gặp đó là rủi ro do thời tiết, do thảm họa thiên nhiên, do ô nhiễm, do thị trường, do thể chế chính sách, do khâu hậu cần và do quản lý của các tác nhân tham gia. Những rủi ro này có thể ảnh hưởng đến toàn bộ các tác nhân tham gia chuỗi với các mức độ khác nhau.

CHƯƠNG 5. BÌNH LUẬN KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU, KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

5.1. Bình luận kết quả nghiên cứu

Kết quả kiểm định các giả thuyết nghiên cứu qua các mô hình hồi quy cho thấy mô hình nghiên cứu đề xuất có tính phù hợp cao. Phân tích độ tin cậy Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá với từng nhóm biến độc lập (29 biến/chỉ báo) và biến phụ thuộc (quyền thương lượng - 4 biến/chỉ báo) cho kết quả thành 6 yếu tố độc lập và 1 yếu tố phụ thuộc, chỉ loại đi 2 chỉ báo không phù hợp (csht4 và tinc2). 6 yếu tố sau đó đưa vào mô hình hồi quy cùng 2 biến giả (bdkh và Tthe) và các biến đặc điểm nhân khẩu học, đặc điểm canh tác. Mô hình hồi quy tổng có các biến độc lập giải thích được 66,7% sự thay đổi của biến phụ thuộc (quyền thương lượng). 6/8 giả thuyết nghiên cứu đã được chấp nhận, 2 giả thuyết bị bác bỏ. Điều này khẳng định sự phù hợp của việc tích hợp các khái niệm từ lý thuyết về Quyền lực - sự phụ thuộc; Trao đổi xã hội; marketing quan hệ dựa trên lý thuyết Sự cam kết - Niềm tin vào trong một mô hình nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng. Phần nội dung sau đây sẽ bình luận chi tiết hơn các giả thuyết nghiên cứu và một số vấn đề trong kết quả nghiên cứu.

Các yếu tố tác động đến quyền thương lượng được trình bày theo mức độ tác động từ cao nhất đến thấp nhất trong mô hình (không tính đến các yếu tố đặc điểm nhân khẩu học và canh tác): Khả năng tiếp cận thông tin (0,378); tiếp đó là thích ứng với biến đổi khí hậu (0,288); hỗ trợ chính sách (0,182); sự cam kết (0,176); sự phụ thuộc (0,162) và khả năng tập thể hóa (0,104).

5.1.1. Khả năng tiếp cận thông tin thị trường

H2: Khả năng tiếp cận thông tin có tác động tích cực tới quyền thương lượng của nông dân với thương lái

Giả thuyết này được chấp nhận qua phân tích hồi quy và kết quả hồi quy cũng cho thấy, khả năng tiếp cận thông tin có tác động mạnh nhất đến quyền thương lượng. Kết quả này trùng với kết luận ở các nghiên cứu của Svensson & Yanagizawa (2009); Jensen (2007); Shimamoto & cộng sự (2014) hay Aker (2010). Theo Yamano (2009), lý do chính để khả năng tiếp cận thông tin tác động đến quyền thương lượng là khi luồng thông tin tăng lên, chi phí tiếp thị nông sản giảm xuống. Kể cả khi không tác động được trực tiếp, việc tiếp cận thông tin thị trường cũng giúp nông dân gia tăng khối lượng bán hàng, tỷ lệ bán hàng và thu nhập của người nông dân (Lee & cộng sự, 2020).

5.1.2. Hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu

H8: Hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu có tác động tích cực tới quyền thương lượng của nông dân với thương lái

Đây là yếu tố có mức độ tác động mạnh thứ hai đến quyền thương lượng của nông dân với thương lái. Kết quả hồi quy ở cả bộ dữ liệu của IRRI (2020-2021) và dữ liệu khảo sát của luận án đều chứng minh hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu có tác động tích cực đến quyền thương lượng của nông dân. Kết quả nghiên cứu này tương đồng với kết luận của UNDP (2023) và Mesfin (2018). Theo đó, khi nông dân thực hiện các hoạt động thích ứng, họ có thể ít rủi ro khi sản xuất, đảm bảo được sản lượng và chất lượng nông sản, từ đó, có quyền thương lượng tốt hơn với người mua (Nguyen & cộng sự, 2020; Nguyen & Nguyen, 2019). Nghiên cứu của Ferrer & cộng sự (2022) về hoạt động gieo trồng sớm đã chứng minh năng suất của nông dân tốt hơn, lúa ít bị tác động bởi hạn mặn cho năng suất cao hơn, chất lượng tốt hơn so với các hộ không có giải pháp thích ứng. Số liệu thống kê mô tả cho thấy, hơn 80% số hộ nông dân hiện nay đang áp dụng ít nhất một giải pháp để thích ứng với biến đổi khí hậu, bao gồm giải pháp về gieo trồng sớm, thay đổi giống cây trồng, đổi mới kỹ thuật hoặc công nghệ canh tác, quản lý nguồn nước và đa dạng hóa sinh kế hộ gia đình.

5.1.3. Hỗ trợ chính sách

H4: Hỗ trợ chính sách có tác động tích cực tới quyền thương lượng của nông dân với thương lái

Giả thuyết về chính sách hỗ trợ có tác động tích cực đến quyền thương lượng của nông dân với thương lái đã được kiểm chứng là phù hợp. Kết luận này tương đồng với kết luận trong nghiên cứu của Chengappa (2018), Suyanto & cộng sự (2019), Yan & cộng sự (2017) ở các nước đang phát triển và của Russo & cộng sự (2011), Cacchiarelli & Sorrentino (2013), Ciliberti & Frascarelli (2013) ở các nước phát triển thuộc liên minh châu Âu.

Các tác động của chính sách bao gồm cả tác động trực tiếp và gián tiếp (Poulton & cộng sự, 2006). Barrett (2008) chứng minh rằng nông dân tiếp cận tín dụng chính thức tốt có thể bán hàng khi mức giá tốt nhất, do đó, có thể tăng quyền thương lượng khi bán cho thương lái. Nhà nước có thể quy định giá sàn hoặc tổ chức thu mua; hoặc có thể thông qua đầu tư hạ tầng, thông tin và tổ chức cho nông dân. Các can thiệp gián tiếp này thường có thể bền vững hơn (Poulton & cộng sự, 2006). Ví dụ như Aker (2010) cho rằng, nhà nước đầu tư vào hạ tầng viễn thông có thể tạo nền tảng thông tin tự nhân phát triển, do đó, cải thiện quyền thương lượng cho nông dân. Svensson & Yanagizawa

(2009) cũng cho rằng các chương trình thông tin thị trường do nhà nước tài trợ có thể đảm bảo tình trạng thông tin bất đối xứng giữa nông dân và thương lái.

5.1.4. Sự cam kết

H6: Sự cam kết của thương lái với nông dân có tác động tích cực tới quyền thương lượng của nông dân với thương lái

Giả thuyết về sự cam kết có tác động tích cực đến quyền thương lượng của nông dân với thương lái được chấp nhận. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu của Macchiavello & Morjaria (2015); Fafchamps & Minten (2002). Theo đó, nông dân có quyền thương lượng với các nhà xuất khẩu hơn khi duy trì được quan hệ lâu dài (trên 3 năm) và có sự cam kết về ổn định giá giữa các bên. Fafchamps & Minten (2002) nghiên cứu nông dân ở Madagascar cho rằng các cam kết phi chính thức có thể thay thế hợp đồng pháp lý, giúp nông dân có mối quan hệ lâu dài với thương lái và thương lượng được mức giá tốt hơn. Tuy nhiên, Fafchamps & Minten (2002) cũng cảnh báo, nếu cam kết quá cao có thể dẫn đến phụ thuộc và làm giảm quyền thương lượng. Saenger & cộng sự (2013) thì nhấn mạnh, mối quan hệ cam kết phải là cam kết hai chiều, nông dân cam kết cung cấp đủ khối lượng nông sản và bên mua cam kết thu mua ổn định.

5.1.5. Sự phụ thuộc

Giả thuyết H1: Sự phụ thuộc có tác động tích cực đến quyền thương lượng của nông dân với thương lái.

Kết quả mô hình hồi quy 2 và 3 đều ủng hộ giả thuyết này. Ở mô hình hồi quy 3, giá trị $\beta = 0.193$, có ý nghĩa thống kê cao khi $p\text{-value} < 0.01$). Điều này cho thấy, người nông dân càng có nhiều sự lựa chọn và ít phụ thuộc thì sẽ càng có quyền thương lượng. Kết quả này phù hợp với nghiên cứu trước đó của Sexton (1979); Yan & cộng sự (2015); Fafchamps & Hill (2005); Reardon & cộng sự (2009); Poulton và cộng sự (2010) khi đề cập đến sự lựa chọn thay thế; và Malak-Rawlikowska & cộng sự (2019); Lushi & cộng sự (2023) khi nói về kiểm soát các nguồn lực đầu vào và chất lượng nông sản đầu ra.

Việc tìm kiếm được người mua thay thế giúp nông dân chủ động hơn trong việc thương lượng. Sexton (1979) đã chứng minh thị trường độc quyền mua hoặc số lượng người mua ít thì người mua có lợi thế hơn. Trong nông nghiệp, Yan & cộng sự (2015) cũng thấy rằng nông dân có số lượng người mua càng ít thì khả năng thương lượng càng nhỏ. Fafchamps & Hill (2005) khi phân tích nông dân trồng chuối ở Uganda đã thấy rằng, nông dân phụ thuộc vào một thương lái duy nhất để bán toàn bộ sản lượng sẽ nhận giá thấp hơn so với nông dân tiếp cận được với nhiều thương lái hoặc tự vận chuyển ra

chợ. Poulton & cộng sự (2010) chứng minh rằng khi số lượng người mua tăng từ một lên ba, người nông dân có thể thương lượng giá lên cao hơn. Điều này tương đồng với nghiên cứu của Reardon & cộng sự (2009) khi nghiên cứu về nông dân và doanh nghiệp ở cả châu Á, châu Mỹ Latinh và châu Phi, những nông dân có nhiều người mua đồng thời sẽ có khả năng thương lượng cao hơn và nhận được giá bán tốt hơn. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng thương lái cũng có nhiều sự lựa chọn vì số lượng người nông dân bán lúa rất đông, đặc biệt ở những thời điểm mùa vụ. Khi có nhiều người bán và số lượng người mua hạn chế, quyền thương lượng của nông dân cũng có giảm sút. Mặc dù việc tìm kiếm người mua mới là dễ dàng nhưng chi phí chuyển đổi cũng khiến người nông dân băn khoăn, đặc biệt là các chi phí về tìm kiếm thông tin người mua hay công sức để xây dựng lại mối quan hệ từ đầu.

Về việc kiểm soát nguồn lực, nông dân có khả năng kiểm soát nguồn lực đầu vào tốt hơn như tài chính, giống cây trồng... sẽ có khả năng thương lượng tốt hơn (Malak-Rawlikowska & cộng sự, 2019); Lushi & cộng sự, 2023) Tuy nhiên, việc kiểm soát nguồn lực của nông dân hiện tại chưa cao, điểm trung bình về yếu tố kiểm soát yếu tố đầu vào và đầu ra (thể hiện ở chất lượng lúa gạo tốt) đều chỉ ở mức trung bình (dưới 3,4 điểm).

5.1.6. Khả năng tập thể hóa

H7: Khả năng tập thể hóa có tác động tích cực tới quyền thương lượng của nông dân với thương lái

Tương tự như tác động của hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu, khả năng tập thể hóa cũng có tác động tích cực tới quyền thương lượng của nông dân. Kết quả này được minh chứng từ phân tích hồi quy logit với dữ liệu của IRRI và cả hồi quy tuyến tính đa biến trong khảo sát của luận án. Kết luận này cũng tương đồng với kết quả nghiên cứu của Trebbin (2014); Holloway & cộng sự (2000); Benitez-Alutuna & cộng sự (2023); Yan & cộng sự (2017) hay Fisher & Qaim (2012). Theo đó, việc tập thể hóa có thể tập trung khối lượng nông sản, giảm chi phí giao dịch, rủi ro liên quan đến hoạt động nông nghiệp, theo đó, có thể cải thiện quyền thương lượng của nông dân thông qua thương lượng tập thể hoặc gia tăng thông tin khi thương lượng cá nhân. Nông dân bán nông sản qua các tổ chức tập thể như hợp tác xã có thể có mức giá tốt hơn (Velázquez & cộng sự, 2017; Shrivastava & cộng sự, 2010; Fischer & Qaim, 2012). Như vậy, không chỉ đơn thuần đưa nông dân vào các tổ chức cộng đồng như hợp tác xã, mà còn cần hoàn thiện mô hình hoạt động của các tổ chức này để gia tăng khả năng liên kết giữa các nông dân trong tổ chức, thực hiện thương lượng chung khi bán nông sản hay sự chia sẻ thông tin trong tổ chức.

Tỷ lệ tham gia các tổ chức cộng đồng trong khảo sát là khoảng 62,5%. Như vậy, cần có các giải pháp để gia tăng sự tham gia của nông dân vào các tổ chức, cùng xây dựng mô hình hoạt động mang tính chia sẻ và minh bạch cao cho các tổ chức đó.

5.1.7. Niềm tin

H3: Niềm tin của nông dân với thương lái có tác động tích cực tới quyền thương lượng của nông dân với thương lái

Giả thuyết về tác động tích cực của niềm tin tới quyền thương lượng đã bị bác bỏ theo kết quả khảo sát. Nghiên cứu của Fafchamps & Minten (2002) và Dorward & cộng sự (2004) cũng cho kết quả tương tự. Theo Fafchamps & Minten (2002), niềm tin có thể giúp giảm chi phí giao dịch nhưng không cải thiện đáng kể giá bán, hay nói cách khác, ít tạo được lợi thế khi thương lượng giá. Thương lái vẫn có xu hướng duy trì niềm tin với nông dân nhưng vẫn mong muốn tối đa hóa lợi nhuận bằng cách ép giá khi thị trường cho phép. Dorward & cộng sự (2004) lại cho rằng, niềm tin giữa nông dân và thương lái hình thành từ sự phụ thuộc kinh tế lẫn nhau, không phải từ mối quan hệ bình đẳng. Do đó, trong nhiều trường hợp, niềm tin cao lại củng cố sự phụ thuộc của nông dân vào thương lái, nhất là khi thương lái là người cho vay. Ở Việt Nam, nhiều thương lái cũng thường tạm ứng tiền cho nông dân trước vụ gieo trồng để đảm bảo nông dân bán nông sản sau thu hoạch cho họ. Việc xem xét điều kiện kinh tế hoặc mối quan hệ của các bên khi phân tích niềm tin hoặc tác động gián tiếp của niềm tin có thể là một chủ đề nghiên cứu triển vọng ở Việt Nam.

5.1.8. Cơ sở hạ tầng

H5: Cơ sở hạ tầng có tác động tích cực tới quyền thương lượng của nông dân với thương lái

Giả thuyết cơ sở hạ tầng bị bác bỏ, nghĩa là cơ sở hạ tầng không tác động đến quyền thương lượng. Jacoby (2000) và Minten & Barrett (2008) cũng đưa ra kết luận tương tự. Nghiên cứu của Jacoby (2000) ở Ethiopia, Minten & Barrett (2008) ở Madagascar đều cho thấy việc cải thiện hệ thống đường bộ không tác động trực tiếp đến kết giá bán nông sản hay quyền thương lượng của nông dân. Tuy nhiên, cơ sở hạ tầng có thể tác động gián tiếp thông qua việc giảm chi phí vận chuyển và tăng số lượng thương lái vào vùng. Dercon & cộng sự (2009) lại thấy rằng, mặc dù hạ tầng đường bộ không tác động đến quyền thương lượng nhưng có tác động đáng kể đến tiêu dùng hộ gia đình và sự gia tăng thu nhập. Jayne & cộng sự (2010) lại cho rằng, hạ tầng vật lý có thể tác động đến quyền thương lượng của nông dân nhưng phải đặt trong bối cảnh thể chế phù hợp. Nếu cơ sở hạ tầng đường bộ tốt nhưng thị trường thu mua thiếu

canh tranh, thông tin giá kém hoặc tổ chức nông dân yếu, nông dân vẫn có quyền thương lượng yếu như khi không có đường. Thêm vào đó, quyền thương lượng của nông dân nhỏ có thể còn yếu hơn khi thương lái lớn có năng lực khai thác hạ tầng tốt hơn. Những nội dung này có thể được xem xét trong các nghiên cứu tiếp theo khi xem xét yếu tố cơ sở hạ tầng như một biến kiểm soát hoặc vai trò trung gian, thay vì là biến độc lập có tác động trực tiếp.

5.1.9. Các đặc điểm nhân khẩu học và đặc điểm canh tác

Trong nghiên cứu có thể thấy rõ nhất tác động của quy mô canh tác tới quyền thương lượng của nông dân khi cả ở kết quả khảo sát của IRRI và của luận án đều cho tác động của biến diện tích canh tác có hệ số β dương. Kết luận này tương đồng với nghiên cứu của Barrett (2008) và Mather & cộng sự (2013). Theo đó, khi nông dân có lượng bán đủ lớn, thương lái mới có động lực cạnh tranh để thu mua và sẵn sàng nhượng bộ về giá. Như vậy, việc tập trung bán với khối lượng nông sản lớn hay thực hiện mở rộng diện tích canh tác có thể gia tăng quyền thương lượng cho nông dân.

Về tác động của giới tính, kết luận nữ giới có quyền thương lượng cao hơn thể hiện cả trong khảo sát của IRRI và khảo sát của luận án. Mặc dù kết luận này không phải là kết luận phổ biến vì nhiều nghiên cứu chỉ ra nam giới có quyền thương lượng tốt hơn (Quisumbing & Maluccio, 2003; Fafchamps & Quisumbing, 2005). Mặc dù vậy, vẫn có các nghiên cứu có kết luận phụ nữ có quyền thương lượng cao hơn so với nam giới khi thương lượng giá bán nông sản. Phụ nữ thường kiên trì hơn và có thể lặp đi lặp lại quá trình thương lượng, ít từ bỏ khi thương lượng kéo dài (Andersen & cộng sự, 2018; Stuhlmacher & Walters, 1999). Lợi thế này đặc biệt rõ ràng khi thương lượng nhiều vòng, phù hợp với bối cảnh nông dân thương lượng giá bán lặp lại với cùng một thương lái. Điều này cũng phù hợp kết quả phỏng vấn sâu với bối cảnh thị trường lúa gạo Việt Nam, khi nông dân không thường xuyên thay đổi thương lái. Ngoài ra, nền tảng giáo dục và/hoặc việc tham gia tổ chức tập thể cũng giúp phụ nữ có quyền thương lượng tốt hơn. Schultz (2001) khi nghiên cứu các hộ nông dân trồng ca cao và cà phê ở Ghana đã chứng minh rằng phụ nữ có thời gian đi học lâu hơn có thể thương lượng tốt hơn do có khả năng đọc hiểu hợp đồng và phát hiện gian lận khi cân đo đong đếm. Phát hiện tương tự cũng được thể hiện trong nghiên cứu của Quisumbing (2025). Doss & cộng sự (2018) nghiên cứu tại Ghana và Uganda cũng thấy rằng, phụ nữ thường có năng lực thương lượng yếu hơn do ít được tiếp cận với đào tạo về thương mại. Khi được giáo dục thêm kỹ năng thị trường, họ có thể thương lượng tốt hơn. Việc tham gia vào các tổ chức cộng đồng như hợp tác xã nông nghiệp cũng có thể giúp phụ nữ có quyền thương lượng tốt hơn (Lecoutere, 2017; Arora & cộng sự, 2021).

Thực tế cho thấy, theo dữ liệu tại khảo sát của IRRI, tỷ lệ nữ giới có quyền thương lượng ở nhóm tham gia tổ chức cộng đồng là 46% trong khi ở nhóm không tham gia tổ chức cộng đồng chỉ có 32%. Dữ liệu khảo sát của luận án cũng cho kết quả tương tự khi điểm đánh giá các chỉ báo về quyền thương lượng của nông dân nữ tham gia tổ chức cộng đồng cao hơn nông dân nữ không tham gia; nữ giới có trình độ học vấn cao hơn cũng có quyền thương lượng tốt hơn.

5.2. Kết luận

Hoạt động trao đổi trong chuỗi giá trị nông nghiệp đã thu hút được sự chú ý lớn nhất do biến động giá hàng hóa ngày càng tăng và thế giới đang quan tâm nhiều hơn đến an ninh lương thực. Nông dân là bên yếu thế trong các giao dịch và quyền thương lượng yếu là một trong những lý do khiến nông dân chưa nhận được nhiều lợi ích. Quyền thương lượng và lợi ích của nông dân nhận được từ chuỗi cũng nhận được sự chú ý. Tuy nhiên, các nghiên cứu hiện tại thường chỉ tập trung vào lợi ích nông dân nhận được mà ít đi vào tìm hiểu và giải thích các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng của nông dân. Luận án được thực hiện nhằm mục tiêu nhận dạng và đánh giá các yếu tố ảnh hưởng tới quyền thương lượng của người nông dân với thương lái thông qua nghiên cứu trường hợp giao dịch lúa gạo ở Việt Nam, từ đó đề xuất các giải pháp cho các nhà quản trị trong việc gia tăng quyền thương lượng và giá trị người nông dân nhận được, đồng thời, phát triển chuỗi giá trị lúa gạo có hiệu quả cao hơn.

Để thực hiện mục tiêu trên, nghiên cứu sử dụng cả dữ liệu thứ cấp và dữ liệu sơ cấp. Dữ liệu thứ cấp đến từ (i) tổng quan tài liệu từ các công trình nghiên cứu đã có và (ii) dữ liệu khảo sát khảo sát 1176 hộ nông dân trồng lúa ở đồng bằng sông Cửu Long tại 3 tỉnh Kiên Giang, Long An và Sóc Trăng thuộc dự án “Đánh giá tác động gieo trồng sớm của các hộ trồng lúa ở đồng bằng sông Cửu Long Việt Nam”, được thực hiện bởi Viện Nghiên cứu lúa quốc tế (IRRI). Dữ liệu sơ cấp được thu thập từ phỏng vấn sâu 3 cán bộ khuyến nông cấp vùng và địa phương (xã) và khảo sát 216 hộ nông dân trồng lúa tại An Giang, Việt Nam. Hai mẫu nghiên cứu đều có đặc trưng chung là người trả lời chủ yếu là nam giới, có độ tuổi trung bình trên 30 tuổi, có kinh nghiệm làm nông và đối tượng chính thực hiện các hoạt động sản xuất hoặc mua bán nông sản.

Về quyền thương lượng của nông dân với thương lái, kết quả phân tích ở bộ dữ liệu của IRRI cho thấy tỷ lệ nông dân có quyền thương lượng giá bán nông sản không cao khi có đến 68% nông dân trả lời thương lái quyết định giá bán chính. Kết quả khảo sát của luận án về 4 nội dung thương lượng là giá bán, phương thức thanh toán, đặc điểm lúa gạo và thời gian thanh toán cho thấy nông dân cũng có quyền thương lượng ở mức

tốt (điểm trung bình trên 3,4), tuy nhiên, mức độ thương lượng không phải quá cao và chênh lệch mức độ thương lượng giữa các nông dân khá lớn (độ lệch chuẩn trên 0,9). Mô hình PSM được thực hiện trên dữ liệu của IRRI phân tích ảnh hưởng của quyền thương lượng tới lợi ích nông dân thu được, có tính đến tác động của các yếu tố như khả năng tập thể hóa, sự thích ứng với biến đổi khí hậu, giới tính, độ tuổi, trình độ học vấn và quy mô canh tác của nông dân. Kết quả PSM cho thấy, nông dân có quyền thương lượng thường nhận được lợi ích cao hơn, thể hiện qua doanh thu bình quân và lợi nhuận bình quân trên 1 ha lớn hơn khoảng 3 triệu đồng/ha so với những hộ không có quyền thương lượng.

Về các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng, luận án sử dụng lý thuyết Quyền lực - sự phụ thuộc; Trao đổi và quyền lực; Marketing quan hệ và Sự cam kết - Tin cậy để làm tiền đề xây dựng mô hình nghiên cứu. Dựa trên tổng quan nghiên cứu, mô hình nghiên cứu được xây dựng với 9 yếu tố ảnh hưởng gồm (i) sự phụ thuộc; (ii) khả năng tập thể hóa; (iii) khả năng tiếp cận thông tin thị trường; (iv) hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu; (v) niềm tin vào năng lực; (vi) niềm tin vào sự thiện chí; (vii) sự cam kết; (viii) hỗ trợ chính sách và (ix) cơ sở hạ tầng. Phân tích độ tin cậy Cronbach's Alpha và phân tích EFA đã được sử dụng để phân tích độ tin cậy, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt của 33 chỉ báo sử dụng thang đo Linkert trong nghiên cứu. Từ 9 yếu tố ảnh hưởng trong mô hình nghiên cứu ban đầu, sau phân tích nhân tố khám phá, mô hình nghiên cứu mới chỉ bao gồm 8 yếu tố ảnh hưởng (gộp yếu tố niềm tin vào năng lực và niềm tin vào sự thiện chí thành “niềm tin”). Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính đa biến cho thấy, các yếu tố (i) khả năng tiếp cận thông tin; (ii) hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu, (iii) hỗ trợ chính sách, (iv) sự cam kết, (v) sự phụ thuộc và (vi) khả năng tập thể hóa có tác động tích cực đến quyền thương lượng của nông dân với thương lái. Các yếu tố này cùng các tác động từ giới tính và quy mô canh tác đã giải thích đến hơn 65% sự thay đổi của quyền thương lượng của nông dân. Kết quả phân tích này có sự tương đồng với kết quả phân tích từ dữ liệu của IRRI về ảnh hưởng của biến hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu và khả năng tập thể hóa, giới tính và diện tích canh tác. Cụ thể, nữ giới có quyền thương lượng cao hơn nam giới và các hộ có diện tích canh tác lớn hơn sẽ có quyền thương lượng hơn.

Từ kết quả nghiên cứu nói trên, tác giả đề xuất các giải pháp gia tăng quyền thương lượng cho nông dân khi giao dịch với thương lái tập trung nhiều nhất vào: (i) gia tăng khả năng tiếp cận thông tin, đặc biệt quan tâm đến các nền tảng kỹ thuật số như Zalo; (ii) thúc đẩy thực hiện hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu nhằm gia

tăng hiệu quả sản xuất và đảm bảo năng suất, chất lượng lúa cũng như phòng ngừa rủi ro do hạn hán, xâm nhập mặn diễn ra; (iii) tăng cường chính sách hỗ trợ cho nông dân, đặc biệt là về vốn và truyền thông, tập huấn về thích ứng với biến đổi khí hậu và các chính sách ổn định giá đầu vào nông nghiệp; (iv) thúc đẩy tập thể hóa và xây dựng các cơ chế, mô hình hoạt động của hợp tác xã hoặc hội nông dân theo hướng gia tăng chia sẻ thông tin và tập trung bán theo quy mô lớn; và (v) hoàn thiện hệ thống hạ tầng nông nghiệp, nông thôn, đặc biệt là hệ thống giao thông, các phương tiện chuyên chở và cơ sở chế biến, bảo quản nông sản. Đối với nông dân, các giải pháp tập trung vào việc (i) chủ động tìm kiếm và chọn lọc thông tin liên quan đến thị trường; (ii) tiếp tục thực thi các giải pháp thích ứng với biến đổi khí hậu; (iii) duy trì và phát triển mối quan hệ với người mua hiện tại và tìm kiếm các đối tác phù hợp khác với điều kiện đảm bảo cam kết giữa các bên và (iv) chủ động, tích cực tham gia các tổ chức cộng đồng và chia sẻ thông tin trong hợp tác xã, hội nông dân hoặc hội khuyến nông địa phương. Việc gia tăng quyền thương lượng này sẽ góp phần gia tăng lợi ích nông dân nhận được từ chuỗi, đảm bảo chuỗi giá trị nông nghiệp phân phối lợi ích hợp lý hơn và có khả năng phát triển bền vững hơn.

5.3. Khuyến nghị

5.3.1. Khuyến nghị cho người nông dân

5.3.1.1. Chủ động tìm kiếm và chọn lọc thông tin liên quan đến thị trường

Khả năng tiếp cận thông tin hạn chế là một trong những nguyên nhân cốt lõi làm suy yếu quyền thương lượng của nông dân. Khi thiếu thông tin, nông dân không có cơ sở để từ chối hay thương lượng lại điều khoản bán hàng (Aker, 2010). Việc nông dân chủ động tìm kiếm, cập nhật, chọn lọc thông tin giá cả, cung cầu và xu hướng thị trường là cách tiếp cận tốt để cải thiện quyền thương lượng trong giao dịch.

Nông dân cũng có thể sử dụng các ứng dụng thông tin nông nghiệp trên điện thoại thông minh hoặc tận dụng nguồn tin từ đài phát thanh địa phương, mạng lưới trao đổi thông tin cộng đồng trong các hộ nhóm để có thông tin bổ sung lẫn nhau thay vì một nguồn tin duy nhất. Tuy nhiên, cũng cần lưu ý, thông tin cần phải được chọn lọc để đảm bảo độ tin cậy. Nông dân nên lựa chọn những nguồn tin có độ tin cậy cao như những trang thông tin chính thức của nhà nước hoặc các cộng đồng địa phương đáng tin cậy. Việc tích cực theo dõi, cập nhật thông tin từ các bản tin nông nghiệp từ ứng dụng Zalo nhóm do tổ chức khuyến nông hoặc hợp tác xã cung cấp cũng giúp nông dân có nguồn tin tốt hơn.

5.3.1.2. Tiếp tục thực thi các giải pháp thích ứng với biến đổi khí hậu

Biến đổi khí hậu đang tác động trực tiếp đến các hoạt động nông nghiệp. Các vấn đề từ biến đổi khí hậu như lũ lụt, hạn hán, xâm nhập mặn có thể làm hư hại cây trồng hoặc làm giảm năng suất, chất lượng nông sản. Việc thực hiện các giải pháp thích ứng khí hậu như đa dạng hóa cây trồng, thay đổi lịch thời vụ, ứng dụng các biện pháp canh tác hoặc giống mới có thể giúp nông dân duy trì hoạt động sản xuất ổn định, đảm bảo năng suất và chất lượng cây trồng, từ đó có căn cứ thực hiện thương lượng trong giao dịch mua bán nông sản. Việc áp dụng thực hiện nông nghiệp tốt (GAP) và canh tác bền vững cũng giúp nông dân đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng nông sản cao hơn, từ đó, có cơ hội tiếp cận với các phân khúc thị trường ổn định hơn (Mwambi & cộng sự, 2016).

Tại Việt Nam, nhà nước đã và đang thực thi nhiều biện pháp chính sách về truyền thông và tổ chức tập huấn nâng cao kiến thức và kỹ năng cho nông dân trong việc thích ứng với tác động của biến đổi khí hậu. Việc nông dân chủ động, tích cực tham gia tập huấn hoặc học hỏi các mô hình thích ứng thành công cũng giúp nông dân có được hiệu quả sản xuất nông nghiệp tốt hơn, từ đó gia tăng quyền thương lượng trong các giao dịch với người mua, không chỉ bao gồm thương lái.

5.3.1.3. Thiết lập, duy trì và phát triển mối quan hệ giữa nông dân và người mua thông qua cam kết

Macchiavello và Morjaria (2015) cung cấp bằng chứng nhân quả mạnh mẽ rằng nông dân và nhà xuất khẩu duy trì quan hệ giao dịch lâu dài trên ba năm nhận giá cao hơn 10-15% so với giao dịch mới. Kết quả nghiên cứu cũng chỉ ra rằng việc duy trì và xây dựng mối quan hệ tốt đẹp cũng tạo điều kiện để gia tăng sự cam kết giữa nông dân và người mua, bao gồm thương lái. Sự cam kết này cần được xây dựng từ cả hai phía, căn cứ vào việc giữ chữ tín trong các thỏa thuận, cả về giá, khối lượng nông sản bán và thời điểm bán. Các cam kết được giữ vững sẽ củng cố uy tín của người sản xuất trong mắt các đối tác thương mại (Nguyen & cộng sự, 2023). Khi nền tảng tin tưởng đã được thiết lập, hai bên có thể tiến tới gia tăng mức độ cam kết và cùng nhau đầu tư phát triển sản phẩm. Việc áp dụng các quy trình canh tác tiêu chuẩn như VietGAP, GlobalGAP hoặc sản xuất hữu cơ không chỉ nâng cao chất lượng hạt gạo mà còn tạo ra sự khác biệt khó sao chép, giúp sản phẩm đạt được vị thế độc đáo trên thị trường. Nghiên cứu của Tran & Le (2024) chỉ ra rằng các hợp tác xã lúa gạo tại Đồng bằng sông Cửu Long đạt được mức giá cao hơn 15-20% khi nâng cấp chất lượng sản phẩm gắn với mối quan hệ dài hạn với người mua. Sức mạnh thương lượng của nông dân tăng lên đáng kể khi họ

sở hữu cả uy tín quan hệ lẫn sản phẩm có giá trị gia tăng cao, tạo ra thể chủ động trong chuỗi cung ứng thay vì phụ thuộc vào thương lái (Hoang & cộng sự, 2025).

5.3.1.4. Giảm bớt sự phụ thuộc vào người mua

Tuy nhiên, việc quá phụ thuộc vào một đối tượng mua có thể khiến nông dân bị suy giảm quyền thương lượng về lâu dài. Do đó, bên cạnh việc có một đối tác tin cậy, nông dân vẫn cần chủ động tìm kiếm và thử nghiệm các đối tác mới, những người mua có danh tiếng tốt ở địa phương, để thử nghiệm giao dịch. Các doanh nghiệp chế biến và doanh nghiệp xuất khẩu là những người mua tiềm năng, tuy nhiên, nhóm đối tượng mua này thường có yêu cầu nhất định về chất lượng lúa gạo và đặc biệt là một số yêu cầu về truy xuất nguồn gốc. Nông dân không chỉ cần tích cực trong tìm kiếm đối tác mà còn phải đảm bảo quy trình và chất lượng nông sản, điều này đòi hỏi một khoản đầu tư không nhỏ kể cả về thiết bị và chi phí cho cây trồng. Nguyễn Văn Chung & cộng sự (2023) cho rằng, để ít bị lệ thuộc vào người mua, nông dân nên đầu tư công nghệ trong việc sơ chế và chế biến các sản phẩm từ cây sen để có sản phẩm đa dạng, bảo quản được trong thời gian dài, tạo nguồn thu nhập ổn định hơn.

5.3.1.5. Chủ động, tích cực tham gia các tổ chức cộng đồng

Lộc và cộng sự (2015) cho rằng nông dân cần tăng cường khả năng liên kết ngang và thương lượng hợp đồng để đảm bảo có đầu ra tốt và ổn định. Như kết quả nghiên cứu phía trước, việc tham gia các tổ chức cộng đồng có thể giúp nông dân giải quyết được các vấn đề liên quan đến thiếu thông tin và nhận được sự hỗ trợ trong sản xuất và/hoặc yếu tố khi thương lượng bán nông sản dưới tư cách cá nhân. Tuy nhiên, lợi ích của việc tham gia các tổ chức chỉ được thực hiện khi thành viên tham gia tích cực và thực chất. Các buổi chia sẻ thông tin định kỳ, họp thường kỳ hoặc thành lập quỹ chung, xây dựng quy chế nội bộ là cần thiết để đảm bảo sự hoạt động hiệu quả của các tổ chức cộng đồng. Hội nông dân và hội khuyến nông địa phương có thể làm cầu nối với các cơ quan quản lý nhà nước với nông dân.

5.3.2. Khuyến nghị cho cơ quan quản lý nhà nước

5.3.2.1. Gia tăng khả năng tiếp cận thông tin

Khả năng tiếp cận thông tin, như đã chứng minh ở trên là yếu tố tác động mạnh đến quyền thương lượng của nông dân. Khi thiếu thông tin, nông dân khó có khả năng so sánh và thương lượng.

Nhà nước cần xây dựng và vận hành hệ thống giá nông sản theo thời gian thực được truyền thông qua nhiều kênh song song như bản tin trên truyền hình, loa phát thanh

địa phương hay qua cán bộ khuyến nông. Ngoài ra, nhà nước có thể tận dụng sự lan tỏa của hệ thống mạng xã hội và internet để truyền đạt các thông tin về thị trường nông sản. Ở Việt Nam, công cụ Zalo tương đối phổ biến trong cộng đồng nông dân và các ứng dụng trên điện thoại cũng được nông dân quan tâm. Theo Barnard (2023), 75% nông dân Việt Nam sẵn sàng hoặc rất sẵn sàng sử dụng ứng dụng di động cho nhu cầu canh tác nên các ứng dụng và nền tảng trên điện thoại di động sẽ là một cách hữu ích để gia tăng khả năng tiếp cận thông tin cho người dân. Hiện tại, Bộ Nông nghiệp và Môi trường cũng đã triển khai bản tin nông vụ qua các kênh hội nhóm trên Zalo. Tuy nhiên, thông tin hiện tại đa số dừng ở các bản tin thời tiết và phương pháp, kỹ thuật canh tác, các thông tin về thị trường và giá mua bán nông sản còn hạn chế. Việc chia sẻ thông tin cũng còn mang tính chất một chiều, có thông báo từ nhà nước là chính. Do đó, nhà nước cần cập nhật thêm các thông tin về thị trường như giá mua bán hoặc các chính sách hỗ trợ về giá của nhà nước trên các kênh thông tin, đặc biệt là Zalo. Ngoài ra, có thể xây dựng các cơ chế hoặc ứng dụng tương tác để nông dân đăng tải hoặc chia sẻ thông tin về thị trường nông sản địa phương hoặc kinh nghiệm trong sản xuất, thương lượng giá bán nông sản,...

Việc đào tạo và truyền thông cũng có thể tập trung nhiều hơn vào nhóm nữ giới, những đối tượng hiện đang có quyền thương lượng tốt hơn so với nam giới. Đặc biệt là thúc đẩy nữ giới trong việc học tập và tham gia vào các tổ chức cộng đồng. Ngoài ra, việc đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại và nối kết thị trường cũng trở nên rất quan trọng trong việc tiêu thụ sản phẩm theo hướng tạo thị trường trở nên hoàn hảo hơn. Xây dựng hệ thống cung cấp thông tin thị trường sẽ góp phần nâng cao quyền lực thị trường của người nông dân trong quá trình giao dịch với người mua (Nguyễn Phú Sơn & Nguyễn Thị Thu An, 2014).

5.3.2.2. Thúc đẩy thực hành thích ứng với biến đổi khí hậu

Việc thực hiện hành vi thích ứng với biến đổi khí hậu nhằm phòng ngừa rủi ro do hạn hán, xâm nhập mặn diễn ra, gia tăng hiệu quả sản xuất và đảm bảo năng suất, chất lượng lúa, từ đó, gia tăng quyền thương lượng cho nông dân với người mua. Đối với vùng đồng bằng sông Cửu Long, nơi xâm nhập mặn và hạn hán đang diễn ra với xu hướng ngày một nghiêm trọng, nhà nước cần đẩy mạnh các giải pháp bao gồm cả giải pháp kỹ thuật và giải pháp về đào tạo, truyền thông.

Về kỹ thuật, nhà nước đẩy mạnh nghiên cứu các giống lúa chịu mặn, thực hiện quan trắc, theo dõi và thông báo điều chỉnh lịch thời vụ kịp thời để né tránh tác động của hạn mặn; xây dựng các phương pháp, kỹ thuật tưới tiêu nước tiết kiệm và hệ thống canh tác luân phiên lúa - tôm phù hợp với điều kiện sinh thái. Ngoài ra, việc hoàn thiện

hạ tầng kỹ thuật thủy lợi cũng cần được quan tâm, ví dụ như các công trình đập, cống ngăn mặn để hỗ trợ nông dân trong việc thực hiện sản xuất.

Song song với việc nghiên cứu các giải pháp kỹ thuật và xây dựng cơ sở hạ tầng, nhà nước cũng cần tích cực đẩy mạnh các hoạt động đào tạo và truyền thông cho nông dân về tác động của biến đổi khí hậu và các hành vi thích ứng phù hợp. Nhà nước cũng có thể xây dựng sổ tay hoặc cổng thông tin, hội nhóm tư vấn hỗ trợ người dân trong việc lựa chọn phương pháp canh tác hoặc kỹ thuật thích ứng phù hợp với điều kiện canh tác và kinh tế, quy mô sản xuất của hộ nông dân.

5.3.2.3. Tăng cường chính sách hỗ trợ cho nông dân, đặc biệt là về vốn và tín dụng nông nghiệp

Thiếu vốn là rào cản lớn cho nông dân trong việc thực hiện các hoạt động sản xuất, một số trường hợp, đây cũng là nguyên nhân chính khiến nông dân bị lệ thuộc vào thương lái khi họ phải vay vốn đầu vào cho sản xuất. Nhà nước có thể mở rộng các chương trình tín dụng nông nghiệp lãi suất ưu đãi với thủ tục được đơn giản hóa, hoặc hỗ trợ tư vấn xây dựng các hồ sơ vay vốn để nông dân có nguồn vốn cho hoạt động sản xuất. Ngoài ra, nhà nước có thể xem xét, xây dựng cơ chế cho nông dân vay vốn thế chấp bằng nông sản để tạo điều kiện thuận lợi hơn cho việc tiếp cận vốn.

Bên cạnh đó, việc khuyến khích người dân tham gia các bảo hiểm nông nghiệp để phòng ngừa rủi ro khi thiên tai xảy ra cũng là một biện pháp cần được quan tâm vì chi phí để khắc phục thiệt hại cho thiên tai khá lớn, nhiều hộ khi gặp thiên tai thường không bán được nông sản hoặc không có nông sản bán. Nhà nước có thể hỗ trợ nhưng chỉ có một phần nhỏ, chưa đủ vốn để thực hiện canh tác ở các mùa vụ sau.

Các chính sách ổn định giá đầu vào như phân bón, thuốc bảo vệ thực vật, giống, cũng quan trọng vì chi phí đầu vào biến động sẽ làm tăng rủi ro cho sản xuất nông nghiệp.

5.3.2.4. Thúc đẩy tập thể hóa và xây dựng các cơ chế, mô hình hoạt động của hợp tác xã hoặc hội nông dân theo hướng gia tăng chia sẻ thông tin và tập trung bán theo quy mô lớn

Hành động tập thể hoặc hỗ trợ thông tin, sản xuất từ tập thể cũng là các giải pháp bền vững giúp nông dân gia tăng quyền thương lượng, đặc biệt với các hộ nông dân nhỏ. Nhà nước có thể thực hiện các hoạt động truyền thông để gia tăng sự tham gia của nông dân vào các tổ chức cộng đồng như hợp tác xã, tổ khuyến nông,... Bên cạnh đó, việc xây dựng năng lực hoạt động cho các tổ chức này cũng cần được quan tâm. Nhà nước có thể

thực hiện xây dựng các mô hình mẫu hoặc đào tạo quản lý các tổ chức cộng đồng, hoặc ban hành các hướng dẫn xây dựng cơ chế quản lý, thông tin và phân phối lợi ích, quyền và nghĩa vụ của các bên trong tổ chức cộng đồng điển hình như hợp tác xã hoặc hội nông dân. Đồng thời, để gia tăng hiệu quả thị trường, nhà nước cũng có thể làm cầu nối giúp các tổ chức tiếp cận với các doanh nghiệp hoặc nhà xuất khẩu lớn.

5.4. Hạn chế của luận án và hướng nghiên cứu tiếp theo

5.4.1. Hạn chế của luận án

Mặc dù nghiên cứu đã đạt được nhiều kết quả có giá trị về lý thuyết và thực tiễn trong phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng của nông dân với thương lái, tuy nhiên, nghiên cứu vẫn còn một số hạn chế nhất định. Cụ thể:

Về phạm vi khảo sát

Nghiên cứu sử dụng mẫu nghiên cứu từ dữ liệu của IRRI và cả mẫu nghiên cứu tự khảo sát tuy nhiên, mẫu nghiên cứu mới tập trung ở đồng bằng sông Cửu Long, vựa lúa của Việt Nam. Do hạn chế về nguồn lực, nghiên cứu chưa tiếp cận được với khu vực trồng lúa đồng bằng sông Hồng, và vùng núi (trung du và miền núi Bắc bộ) và ven biển khác (duyên hải Nam Trung bộ) của Việt Nam. Mặc dù mẫu nghiên cứu có một số đặc điểm đại diện cho hoạt động canh tác nông nghiệp của Việt Nam (như thành viên nam giới chiếm vai trò chính) nhưng vẫn còn một số đặc thù của các vùng miền khác như canh tác nhỏ lẻ (thông thường diện tích canh tác trung bình một hộ ở các khu vực khác thường nhỏ hơn nhiều so với khu vực đồng bằng sông Cửu Long); đặc thù về hạ tầng nông nghiệp ở các vùng cũng rất khác nhau. Điều này có thể khiến việc khái quát hóa kết quả sang toàn bộ nông dân ở Việt Nam còn hạn chế.

Về khách thể nghiên cứu

Nhiều thang đo hiện tại của nghiên cứu mới chỉ được đánh giá từ phía nông dân, chưa có đánh giá từ phía thương lái, đặc biệt là các đánh giá về mối quan hệ. Điều này có thể làm tăng nguy cơ xuất hiện thiên kiến xã hội (social desirability bias), khi người trả lời có xu hướng cung cấp thông tin tốt hơn thay vì trung thực. Các công cụ kiểm định rất khó để phát hiện vấn đề này. Điều này mở ra hướng nghiên cứu mở rộng với đối tượng thương lái để có cái nhìn tổng quát hơn.

Về đo lường

Trong tổng quan nghiên cứu, một trong những yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng được nhắc đến là chất lượng nông sản. Tuy nhiên, chất lượng và sự khác biệt của nông sản rất khó đo lường. Việc xem xét chất lượng nông sản ở Việt Nam

thường thông qua một số các tiêu chuẩn Việt Nam (TCVN), quy chuẩn Việt Nam (QCVN) hoặc các tiêu chuẩn về chứng nhận hữu cơ, GAP, Global GAP. Các tiêu chuẩn này khá khó đo lường và cũng chưa được thực hiện phổ biến ở nhiều hộ nông dân nhỏ. Ngoài ra, giống lúa đặc thù cũng có thể mang lại điểm khác biệt cho nông sản cũng chưa đưa vào trong nghiên cứu do một hộ có thể trồng nhiều giống lúa và rất khó đo lường riêng biệt quyền thương lượng cho từng loại. Các nghiên cứu sau có thêm xem xét thêm các yếu tố về tiêu chuẩn chất lượng và giống lúa này.

5.4.2. Hướng nghiên cứu tiếp theo

Từ hạn chế nghiên cứu và kết quả nghiên cứu ở trên, tác giả rút ra một số định hướng nghiên cứu tiếp theo nhằm làm sâu sắc hơn hiểu biết về quyền thương lượng và các yếu tố ảnh hưởng của quyền thương lượng với người mua, bao gồm cả thương lái:

Thứ nhất, mở rộng phạm vi không gian và/ hoặc đối tượng khảo sát. Các nghiên cứu tiếp theo có thể được thực hiện ở các địa bàn khác với bối cảnh điều kiện canh tác khác so với khu vực đồng bằng sông Cửu Long. Ví dụ là đồng bằng sông Hồng với đặc thù canh tác nhỏ lẻ và tính cộng đồng trong làng, xã rất cao. Việc so sánh đối chiếu sự khác biệt (nếu có) về quyền thương lượng và ảnh hưởng của các yếu tố đến quyền thương lượng ở địa bàn khác nhau có thể làm phong phú thêm về mặt cơ sở lý luận cho nghiên cứu quyền thương lượng, đồng thời, làm căn cứ tốt hơn cho các nhà quản lý trong việc đề xuất giải pháp gia tăng quyền thương lượng cho nông dân. Đối tượng thương lái hoặc người mua khác cũng có thể được đưa vào để phân tích sự khác biệt nếu có giữa các bên về quyền thương lượng của nông dân.

Thứ hai, bổ sung các thang đo mới liên quan đến chất lượng và đặc thù của giống cây trồng. Các nghiên cứu tiếp theo có thể thực hiện so sánh sự khác biệt giữa quyền thương lượng giữa các hộ nông dân có đặc điểm chất lượng cây trồng hoặc giống cây trồng khác nhau, đảm bảo tính bao quát hơn về yếu tố ảnh hưởng và giải thích tốt hơn sự thay đổi của quyền thương lượng.

Thứ ba, xem xét yếu tố niềm tin và /hoặc cơ sở hạ tầng dưới dạng biến trung gian với các yếu tố khác trong tác động đến quyền thương lượng. Như kết quả nghiên cứu đã chỉ ra, niềm tin và cơ sở hạ tầng trong một số trường hợp tác động gián tiếp đến quyền thương lượng. Ví dụ, niềm tin bị tác động bởi sự hài lòng hoặc việc giữ chữ tín trong các giao dịch ở mùa trước hoặc cơ sở hạ tầng tác động đến quyền thương lượng thông qua gia tăng số lượng người mua mới cho địa phương.

DANH MỤC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC ĐÃ CÔNG BỐ CỦA NGHIÊN CỨU SINH

1. Vũ Thu Trang (2025), ‘Tác động của việc gieo trồng sớm đến quyền thương lượng của nông dân trong chuỗi giá trị lúa gạo ở Việt Nam’, *Tạp chí Khoa học Quản lý và Công nghệ*, Số 35 quý IV/2025
2. Vũ Thu Trang (2025), ‘Các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng của người nông dân với thương lái trong chuỗi giá trị lúa gạo Việt Nam’, *Tạp chí Kinh tế và dự báo*, Số 901, Hà Nội
3. Ferrer, A.J.G, Thanh, L.H, Kiet, N.T., Chuong, P.H., Trang, V.T., Hopanda, J.C., Carmelita B.M., Gum (2022), ‘The impact of an adjusted cropping calendar on the welfare of rice farming households in the Mekong River Delta, Vietnam’, *Economic Analysis and Policy*, 73 (2022), Elsevier

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Abebe, G.K., Bijman, J., Royer, A. (2015), ‘Are middlemen facilitators or barriers to improve smallholders' welfare in rural economies? Empirical evidence from Ethiopia’, *Journal of Rural Studies*, 43 (2016) 203e213.
2. Agarwal, B. (1997), ‘Bargaining and gender relations: Within and beyond the household’, *Feminist Economics*, 3(1), 1–51.
3. Aker, J. C. (2010), ‘Information from markets near and far: Mobile phones and agricultural markets in Niger’, *American Economic Journal: Applied Economics*, 2(3), 46–59. <https://doi.org/10.1257/app.2.3.46>
4. Aker, J. C., and I. M. Mbiti (2010), ‘Mobile Phones and Economic Development in Africa’, *The Journal of Economic Perspectives*, 24(3), 207-232.
5. Andersen, S., Ertac, S., Gneezy, U., List, J. A., & Maximiano, S. (2018), ‘On the cultural basis of gender differences in negotiation’, *Experimental Economics*, 21(4), 757–778.
6. Ban Chỉ đạo Tổng điều tra Dân số và nhà ở Trung ương (2019), *Tổng điều tra Dân số và nhà ở 2019*, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.
7. Batt, P.J. (2003). Building trust between growers and market agents. *Supply Chain Management: An International Journal*, 8(1), 65-78.
8. Barnard J, Cuong OQ, Vu HT, Nelson KM. (2023), *Use of digital tools in sustainable rice production in the Mekong Delta, Vietnam*, Agroecological TRANSITIONS: Inclusive Digital Tools to Enable Climate-informed Agroecological Transitions (ATDT). Hanoi, Vietnam: International Rice Research Institute (IRRI).
9. Bartlett, M. S. (1954), ‘A Note on the Multiplying Factors for Various Chi Square Approximations’, *Journal of the Royal Statistical Society, Series B*, 16, 296-298.
10. Baumüller, H. (2012), *Facilitating agricultural technology adoption among the poor: The role of service delivery through mobile phones*, ZEF Working Paper Series, No. 93.
11. Bellemare, M. F., & Novak, L. (2017), ‘Contract farming and food security’, *American Journal of Agricultural Economics*, 99(2), 357–378.
12. Benitez-Altuna, F., Materia, B.C., Bijman, J., Cremaschi, D.G., Trienekens, J. (2023), ‘Farmer–buyer relationships and sustainable agricultural practices in the food supply chain: The case of vegetables in Chile’, *Agribusiness*, 40(1):3-30,

13. Benson, T., & Faguet, J.P. (2023). Access to agricultural credit and rural development impacts. *Development Economics Review*, 45(2), 156-178.
14. Benton, W., Maloni, M., (2005), 'The Influence of Power Driven Buyer-Seller Relationships on Supply Chain Satisfaction', *Journal of Operations Management*, 23(1):1-22
15. Berry, L. L. (1983), 'Relationship marketing. In L. L. Berry, G. L. Shostack, & G. Upah (Eds.)', *Emerging perspectives on services marketing* (pp. 25–28). American Marketing Association.
16. Bijman J, Iliopoulos C, Poppe K.J, Gijselinckx C, Hagedorn C, Hanisch M, Hendrikse G, Kühl R, Ollila P, Pyykkönen P, van der Sangen G, External study (2012), *EP pilot project: Support for farmers' cooperatives*, truy cập ngày 20 tháng 3 năm 2024, từ https://ec.europa.eu/agriculture/sites/agriculture/files/external-studies/2012/support-farmers-coop/fulltext_en.pdf
17. BIRTHAL, P. S., Jha, A. K., & Singh, H. (2007), 'Linking farmers to markets for high-value agricultural commodities', *Agricultural Economics Research Review*, 20 (conference number), 425-439
18. Blau, P. M. (1964), *Exchange and power in social life*, New York: Wiley.
19. Boone, H., & Boone, D. (2012), 'Analyzing Likert Data', *Journal of Extension*, 50, 1-5.
20. Bồng BB, Bộ NV, Tùng LT, Vương ND, Tao CT, Tuan DM, và Trung ND. (2019), *Biện pháp thích ứng cho hệ thống canh tác dựa trên lúa gạo tại các tỉnh vùng Bán đảo Cà Mau trong bối cảnh biến đổi khí hậu*, Báo cáo đánh giá. Báo cáo hoạt động số 278 CCAFS. Chương trình nghiên cứu Biến đổi Khí hậu, Nông nghiệp và An ninh Lương thực (CCAFS). Wageningen, Hà Lan.
21. Bryan, E., Deressa, T. T., Gbetibouo, G. A., & Ringler, C. (2009), 'Adaptation to climate change in Ethiopia and South Africa: Options and constraints', *Environmental Science & Policy*, 12(4), 413-426.
22. Branson, R E. dan Douglas G.N., (1983), *Introduction to Agricultural Marketing*, McGraw-Hill Book Company, New York, USA.
23. Burton, R.J.F. (2004), 'Reconceptualising the 'behavioural approach' in agricultural studies', *Journal of Rural Studies*, 20(3), 359-371

24. Cacchiarelli L, Cavicchioli D, Sorrentino A (2016), *Has the force awakened? Producer organizations, supply concentration and buyer power in fruit and vegetable sector*, paper prepared for the 153 EAAE meeting, new dimensions of market power and bargaining in the agri-food sector: organisations, policies and models, Gaeta, Italy, June 9-10, 2016.
25. Cakir, M., and Balagtas, J. V. (2012), 'Estimating market power of US dairy cooperatives in the fluid milk market', *American Journal of Agricultural Economics*, 94(3), 647-658.
26. Caliendo, M., & Kopeinig, S. (2008), 'Some practical guidance for the implementation of propensity score matching', *Journal of Economic Surveys*, 22(1), 31–72.
27. Calycomb, C., Frankwick, G.L. (2010), 'Buyers' perspectives of buyer–seller relationship development', *Industrial Marketing Management*, Vol 39, Issue 2, pages 252-263.
28. Cameron, A. C., & Trivedi, P. K. (2005), *Microeconometrics: Methods and applications*, Cambridge University Press.
29. Chanaron, J., (2001), 'Implementing technological and organisational innovations and management of core competencies: Lessons from the automotive industry'. *International Journal of Automotive Technology and Management*, 1(1):128-144.
30. Chengappa, P.G., (2018), 'Development of argiculture value chains as a strategy for enhancing farmers's income', *Agricultural Economics Research Review* 2018, 31 (1), 1-12
31. Chính phủ (2018). Nghị định số 83/2018/NĐ-CP ngày 24 tháng 5 năm 2018 về Khuyến nông.
32. Chính phủ (2018). Nghị định số 98/2018/NĐ-CP ngày 05 tháng 7 năm 2018 về Chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp. Christiansen, M.K., Donohue, G.A., Fienup, D.F., Jensen, H., Routbe, H., (1963), *Agricultural bargaining Power: Some Factors to Consider*, Agricultural Extension Service, Special Report no10, June 1963, US
33. Churchill, G. A. (1979), 'A paradigm for developing better measures of marketing constructs', *Journal of Marketing Research*, 16(1), 64–73.
34. Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.

35. Courtois, P., Subervie, J., (2014), 'Farmer Bargaining Power and Market Information Services', *American Journal of Agricultural Economics*.
36. Crook, T.R., Combs, J.G. (2007), 'Sources and consequences of bargaining power in supply chains', *Journal of Operations Management*, Volume 25, Issue 2, March 2007, Pages 546-555.
37. Csaki, Csaba, Csaba Forgacs, Dominika Milczarek-Andrzejewska, and Jerzy Wilkin. (2008), *Restructuring Market Relations in Food and Agriculture in Central and Eastern Europe: Impacts upon Small Farmers*, Budapest: Agroinform
38. Cục Thống kê (2025), *Thông cáo báo chí Kết quả khảo sát Mức sống dân cư năm 2024*, truy cập ngày 20 tháng 1 năm 2026, từ <https://www.nso.gov.vn/tin-tuc-thong-ke/2025/05/thong-cao-bao-chi-ket-qua-khao-sat-muc-song-dan-cu-nam-2024/>
39. Cuevas, A.C. (2014), 'Transaction Costs of Exchange in Agriculture: A Survey. Asian', *J. Agric. Dev.* 2014, 11, 21–38.
40. Das, Dipankar, (2017), *Bargaining Problem of Small Farmer and Large Trader and the Model of Vertical Restraints in Indian Agriculture (July 1, 2017)*, truy cập ngày 20 tháng 3 năm 2024, từ: <https://ssrn.com/abstract=3177336> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3177336>
41. Das, A., & Mishra, R. R. (2019), 'Value chain analysis of tea and constraints faced by the small tea growers in India with special reference to state Assam', *International Journal of Current Microbiology and Applied Sciences*, 8(12), 1592-1601.
42. Dastagiri, M.B., Sindhuja, P.V.N. (2021), 'Global agricultural prices and policies during WTO regime: Explorative research to price policy advocacy', *World Food Policy*, 7(1):6-25
43. Daviron, B. (2002), 'Small farm production and the standardization of tropical products', *Journal of Agrarian Change*, Vol. 2, No. 2, pp. 162-184.
44. Daviron, B. and Gibbon, P. (2002), 'Global commodity chains and African export agriculture', *Journal of Agrarian Change*, Vol. 2, No. 2, pp. 137-161.
45. Doss, C., Meinzen-Dick, R., Quisumbing, A., & Theis, S. (2018), 'Women in agriculture: Four myths', *Global Food Security*, 16, 69–74.

46. Dries, L. and Swinnen, J.F.M. (2004), 'Foreign direct investments, vertical integration and local suppliers: Evidence from the polish dairy sector', *World Development*, Vol. 32 No. 9, pp. 1525-1544.
47. Dries, Liesbeth, Etleva Germenji, Nivelin Noev, Johan F.M. Swinnen. (2009), 'Farmers, vertical coordination, and the restructuring of dairy supply chains in Central and Eastern Europe', *World Development*, 37(11): 1742-1758.
48. Dubey, S.K., Singh, R., Singh, S., Mishra, A. (2020), *A Brief Study of Value Chain and Supply Chain*, Mahima Publications 194, Karaundi, Banaras Hindu University, Varanasi-221 005, UP, India, p 177-183.
49. Dung, D.N., Tu, M.L., Aaron, J.K. (2020), 'Farmer participation in the lychee value chain in Bac Giang province, Vietnam', *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, Vol. 10, No. 2, pp. 203-216.
50. Dunn, E. (2014), *Smallholders and inclusive growth in agricultural value chains*, Field Report 18. Gainesville, Florida.
51. Dutta, D., và Begum, M. (2022), 'Impact of Climate Change on Agriculture and Ít Allied Sectors: An Overview', *Emerging Trends in Climate Change*, 1 (1), 19-28.
52. Dwyer, F.R., Schurr, P.H., & Oh, S. (1987), 'Developing buyer-seller relationships', *Journal of Marketing*, 51(2), 11-27.
53. Đặng Kim Sơn, Đặng Kim Khôi, Lê Thị Hà Liên, Phạm Đức Thịnh, Ngô Thùy Linh (2019), *Hệ thống canh tác lúa gạo đồng bằng sông Cửu Long từ giữa thế kỷ XVII đến năm 1975*.
54. De Winter, J. C. F., Dodou, D., & Wieringa, P. A. (2009), 'Exploratory factor analysis with small sample sizes', *Multivariate Behavioral Research*, 44(2), 147–181.
55. Dercon, S., Gilligan, D. O., Hoddinott, J., & Woldehanna, T. (2009), 'The impact of agricultural extension and roads on poverty and consumption growth in fifteen Ethiopian villages', *Journal of Development Economics*, 89(1), 65–78.
56. Đinh Cao Khuê, Nguyễn Thị Thủy, Trần Đình Thao (2020), 'Tổng quan một số chính sách hỗ trợ sản xuất, chế biến và xuất khẩu nông sản', *Tạp chí Khoa học Nông nghiệp Việt Nam* 2020, 18(9): 786-793.
57. Đỗ Kim Chung (2011), *Giáo trình phương pháp khuyến nông*, Nhà xuất bản Nông nghiệp, Hà Nội.

58. Đỗ Thị Nắng & Nguyễn Thị Hồng (2018), ‘Sự tham gia liên kết của hộ nông dân trong chuỗi giá trị nho Ninh Thuận’, *Bản B của Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam*, 60(4).
59. Đỗ Thị Nga, Lê Đức Niêm (2016), ‘Liên kết hộ nông dân và doanh nghiệp trong sản xuất và tiêu thụ cà phê ở Tây Nguyên’, *Tạp chí Khoa học Nông nghiệp Việt Nam* 2016, tập 14, số 11: 1835-1845.
60. El-Ansary, A.I., & Stern, L.W. (1972), ‘Power Measurement in the Distribution Channel’, *Journal of Marketing Research*, 9(February), 47-52.
61. Emerson, R., M., (1962), ‘Power - Dependence Relations’, *American Sociological Review*, Vol. 27, No. 1 (Feb., 1962), pp. 31-41, American Sociological Association.
62. Etgar, M. (1976). Channel domination and countervailing power in distributive channels. *Journal of Marketing Research*, 13(3), 254-262.
63. Fafchamps, M., & Minten, B. (2012), ‘Impact of SMS-based agricultural information on Indian farmers’, *The World Bank Economic Review*, 26(3), 383-414
64. Fafchamps, M., and R. V. Hill (2005), ‘Selling at the Farmgate or Traveling to Market’, *American Journal of Agricultural Economics*, 87(3), 717-734.
65. Fafchamps, M., and R. V. Hill (2008), ‘Price Transmission and Trader Entry in Domestic Commodity Markets’, *Economic Development and Cultural Change*, 56, 729-766.
66. Falkowski, J., Malak-Rawlikowska, A., Milczarek-Andrzejewska, D. (2017), ‘Farmers’ self-reported bargaining power and price heterogeneity: Evidence from the dairy supply chain’, *British Food Journal*, Vol. 119, No. 8, 2017 pp. 1672-1686.
67. FAO (2007), ‘Approaches to Linking Producers to Markets. Agricultural Management’, *Marketing and Finance Occasional Paper*, Rome, 2007.
68. Ferrer, A. J. G., Thanh, L. H., Kiet, N. T., Chuong, P. H., Trang, V. T., Hopanda, J. C., Carmelita, B. M., Gummadi, S., & Bernardo, E. B. (2022), ‘The impact of an adjusted cropping calendar on the welfare of rice farming households in the Mekong River Delta, Vietnam’, *Economic Analysis and Policy*, 73, 639-652.
69. Fischer, E., & Qaim, M. (2012), *Nghiên cứu: "Linking Smallholders to Markets: Determinants and Impacts of Farmer Collective Action in Kenya"*, Xuất bản: World Development, 40(6), 1255-1268
70. Fisher, R., Ury, W., & Patton, B. (1991), *Getting to Yes: Negotiating Agreement Without Giving In* (2nd ed.). Penguin Books.

71. Fletcher, Lehman B.; Paulsen, Arnold; Kaldor, Donald R.; Stucky, W. G.; Talbot, Ross B.; Davey, Harold W.; Hines, Harold H.; Kolmer, Lee R.; Kutish, Francis A.; Strain, J. R.; Scott, J. T.; Rackham, T. S.; and Nordin, J. A., (1961), *Bargaining power in agriculture*, CARD Reports. 14. http://lib.dr.iastate.edu/card_reports/14
72. Ford, D., Gadde, L.-E., Håkansson, H., & Snehota, I. (2011). *Managing business relationships* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
73. Frazier, G.L. (1983a), 'On the measurement of interfirm power in channels of distribution', *Journal of Marketing Research*, 20(2), 158-166.
74. Frazier, G.L. (1983b), 'Interorganizational exchange behavior in marketing channels: A broadened perspective', *Journal of Marketing*, 47(4), 68-78.
75. Fugate, B., F. Sahin, and J. T. Mentzer (2006), 'Supply chain management coordination mechanisms', *Journal of Business Logistics*, 27: 129-161.
76. Ganesan, S. (1994), 'Determinants of long-term orientation in buyer-seller relationships', *Journal of Marketing*, 58(2), 1-19.
77. Gerbing, D. W., & Anderson, J. C. (1988), 'An updated paradigm for scale development incorporating unidimensionality and its assessment', *Journal of Marketing Research*, 25(2), 186-192.
78. Gereffi, G (1999a), 'International Trade and Industrial Upgrading in the Apparel Commodity Chain', *Journal of International Economics*, Vol. 48, No. 1, pp 37-70.
79. Gereffi, G. (1999b), *A commodity chains framework for analysing global industries*, in Institute of Development Studies, 1999, "Background Notes for Workshop on Spreading the Gains from Globalisation, www.ids.ac.uk/ids/global/conf/wkscf.html
80. Gereffi, G., Humphrey, J., & Kaplinsky, R. (2001), 'Introduction: globalization, value chains and development', *IDS bulletin*, 32(3), 1-8.
81. Geyskens, I., Steenkamp, J., E., M., Scheer, L., K., Kumar, N., (1996), 'The effects of trust and interdependence on relationship commitment: A trans-Atlantic study', *Intern. J. of Research in Marketing*, 13 (1996) 303-317.
82. Glavee-Geo, R., Engelseth, P., & Buvik, A. (2022), 'Power imbalance and the dark side of the captive agri-food supplier-buyer relationship', *Journal of Business Ethics*, 178(4), 609-628.
83. Green, S. B. (2001), 'How many subjects does it take to do a regression analysis?' *Multivariate Behavioral Research*, 26(3), 499-510.

84. Grönroos, C. (1990), 'Relationship approach to marketing in service context: the marketing and organizational behavior interface', *Journal of Business Research*, Vol. 20, No. 1, pp.3–11.
85. Gunakar, S., Ramachandra, B., & Raghurama, A. (2010), 'Supply chain management in a social enterprise: A case study of fisherwomen cooperative in coastal Karnataka', *Agricultural Economics Research Review*, 23(conference number), 566
86. Gupta, A. K. (2015), *Case studies of successful pro-poor models in India*, National Rural Livelihood Project, The World Bank. http://www.ruralfinanceandinvestment.org/sites/default/files/Case%20studies%20of%20propoor%20value%20chain%20model%20in%20India%20_Abhinav_v2-1.pdf
87. Guenther, P., Guenther, M., Misra, S., Koval, M., & Zaefarian, G. (2025). Propensity score modeling for business marketing research. *Industrial Marketing Management*, 127, 14–28
88. GTZ (2007). *Valuelinks manual. The methodology of value chain promotion*. Eschborn, Germany: Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ). Truy cập ngày 20 tháng 3 năm 2024, từ http://www2.gtz.de/wbf/4tDx9kw63gma/ValueLinks_Manual.pdf
89. Hà Thị Thu Hòa (2024), *Chất lượng mối quan hệ giữa nông dân và các đối tác thu mua cà phê ở khu vực Tây Nguyên*, Luận án tiến sĩ, Trường đại học Nông lâm thành phố Hồ Chí Minh.
90. Habib, F., Bastl, M., Karatzas, A., & Mena, C. (2020). Treat me well and I may leave you kindly: A configurational approach to a buyer's relationship exit strategy, *Industrial Marketing Management*, 84, 237-250.
91. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010), *Multivariate Data Analysis*, Cengage Learning.
92. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019), *Multivariate data analysis (8th ed.)*, Cengage.
93. Hamed, T., Shamsul, S. & Neda, J. (2014), *Exploratory Factor Analysis; Concepts and Theory*, in *Advances in Applied and Pure Mathematics*, Jerzy Balicki, 27, WSEAS, pp.375- 382, *Mathematics and Computers in Science and Engineering Series*, 978-960-474-380-3.

94. Hammervoll, T. (2009), 'Value-Creation Logic in Supply Chain Relationships', *Journal of Business-to-Business Marketing*, 16(3), pp. 220-241. doi: 10.1080/10517120802484577.
95. Hargreaves Heap, S. & Varoufakis, Y. (2004), *Game Theory - A critical text*, London: Routledge.
96. Håkansson, H. (Ed.). (1982), *International marketing and purchasing of industrial goods: An interaction approach*, Chichester, England: Wiley.
97. Håkansson, H., & Snehota, I. (2017), No business is an island: The network concept of business strategy, *Scandinavian Journal of Management*, 33(3), 189–196.
98. Heinmen PA (2002), 'Relationship making in the new economy', *Journal of Relationship Marketing* 1: 53–61. Inderst, R. & Shaffer, G. (2008), 'Buyer power in merger control', in Collins, W.D. (ed.) *Issues in Competition Law and Policy*, Vol. II, pp. 1611-1635. Chicago: American Bar Association.
99. Hernández-Espallardo, M., Arcas-Lario, N., & Marcos-Matás, G. (2013), 'Farmers' satisfaction and intention to continue membership in agricultural marketing co-operatives: Neoclassical versus transaction cost considerations', *European Review of Agricultural Economics*, 40(2), 239–260.
100. Hien, L.T.D., & Kim, J. (2024), 'An Analysis of Relationship Quality and Loyalty Between Farmers and Agribusiness Companies in the Rice Industry: Using Multi-Group Analysis', *Agriculture*, 14(12), 2197.
101. Hingley, M.K. (2005), 'Power imbalanced relationships: cases from UK fresh food supply', *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 33 No. 8, pp. 551-569.
102. Hingley, M., Lindgreen, A., & Grant, D. B. (2015), 'Intermediaries in power-laden retail supply chains: An opportunity to improve buyer–supplier relationships and collaboration', *Industrial Marketing Management*, 50, 83–91.
103. Homans, G. C. (1958), 'Social behavior as exchange', *American Journal of Sociology*, 63(6), 597–606.
104. Hoa, P.T., Anh, D.N., & Thu, H.N.T. (2021), 'Cooperation in the supply chain of fisheries: A case study of the north central region, Vietnam', *Uncertain Supply chain management*, 9(3), 625-630.

105. Hồ Thanh Thủy (2017), ‘Vai trò của liên kết trong sản xuất nông sản’, *Tạp chí Giáo dục lý luận*, số 269+270 (quý III+IV/2017), 34-40.
106. Hoàng Thị Việt Hà (2011), ‘Phát triển cây ăn trái tỉnh Đồng Tháp–thực trạng và giải pháp’, *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Sư phạm Tp. Hồ Chí Minh*, 26(74).
107. Jayne, T. S., Mather, D., & Mghenyi, E. (2010), ‘Principal challenges confronting smallholder agriculture in sub-Saharan Africa’, *World Development*, 38(10), 1384–1398.
108. Jensen, R. (2007), ‘The digital provide: Information (technology), market performance, and welfare in the South Indian fisheries sector’, *Quarterly Journal of Economics*, 122(3), 879–924
109. Jensen, R. T. (2010), ‘Information, Efficiency, and welfare in agricultural markets’, *Agricultural Economics*, 41(s1), 203-216.
110. Kaiser, H. O. (1974), ‘An Index of Factorial Simplicity’, *Psychometrika*, 39, 31-36.
111. Kameswari, V. L. V., Kishore, D., & Gupta, V. (2011), ‘ICTs for agricultural extension: A study in the Indian Himalayan region’, *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 48(1), 1-12.
112. Kaplinsky, R., & Morris, M. (2001), ‘A handbook for value chain research’, *IDRC*, Ottawa, (113).
113. Kelly, S., Chiksand, D. (2024), ‘A Critical Exploration of Bargaining in Purchasing and Supply Management: A Systematic Literature Review’, *Group Decision and Negotiation* (2024) 33:617–646. <https://doi.org/10.1007/s10726-024-09879-9>
114. Khemani RS, Shapiro DM (1993), *Glossary of industrial organisation economics and competition law*, OECD, truy cập ngày 20 tháng 3 năm 2024, từ <http://www.oecd.org/regreform/sectors/2376087.pdf>
115. Kirkwood JB (2005), ‘Buyer power and exclusionary conduct: should Brooke Group set the standards for buyer-induced price discrimination and predatory bidding?’, *Antitrust Law Journal*, 72: 625
116. Klein, R., Rai, A., (2009), ‘Interfirm Strategic Information Flows in Logistics Supply Chain Relationships’, *MIS Quarterly*, Vol. 33 No. 4, pp. 735-762/December 2009.
117. Kohls, R. L., & Uhl, J. N. (2002), *Marketing of agricultural products (9th ed.)*, Prentice Hall.
118. KPMG (2013), *The agricultural and food value chain: Entering a new era of cooperation*, truy cập ngày 20 tháng 3 năm 2024, từ

119. Krishnan, M., & Narayanakumar, R. (2010), 'Structure, conduct and performance of value chain in seaweed farming in India', *Agricultural Economics Research Review*, 23 (conference number), 505-514
120. Kumar, N., Scheer, L. K., & Steenkamp, J. B. E. M. (1995), 'The effects of perceived interdependence on dealer attitudes', *Journal of Marketing Research*, 32(3), 348–356.
121. Kumar, G., Ravisankar, T., Suresh, R., Bhatta, R., Vimala, D. D., Kumaran, M., Mahalakshmi.P. & Devi, T. S. (2010), 'Lessons from innovative institutions in the marketing of fish and fishery products in India', *Agricultural Economics Research Review*, 23 (conference number), 495-504
122. Lee, G., Suzuki, A., Kim, Y.R., (2020), *The Effects of Providing Market Information on Farmers' Bargaining Power and Market Participation: Evidence from Small-Scale Coffee Producers in Ethiopia*, <https://www.kdevelopedia.org/asset/99202009180160117/1600413168313.pdf>
123. Legowski, M., Brzezina, N., Ciaian, P., Lima, M., Mondelaers, K., Léon van de Pol, Santini, F., Stein, A., (2019), *Farmer Position in Value Chain. Brief No 3, Improve Imbalances in the Food Chain, European Commission*, truy cập ngày 20 tháng 3 năm 2024, từ https://agriculture.ec.europa.eu/system/files/2019-04/cap-specific-objectives-brief-3-farmer-position-in-value-chains_en_0.pdf
124. Lewicki, R. J., Barry, B., & Saunders, D. (2010), *Negotiation* (6th ed.). McGraw-Hill Irwin.
125. Liang, Q., and Hendrikse, G. (2016), 'Pooling and the yardstick effect of cooperatives', *Agricultural Systems*, 143, 97-105.
126. Loc H. T. H. và 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)* 7(9): 45 - 51.
127. Lusch, R.F., & Brown, J.R. (1996), 'Interdependency, contracting, and relational behavior in marketing channels', *Journal of Marketing*, 60(October), 19-38.
128. Lu, H.D., Xue, J.Q., Guo, D.W., (2017), 'Efficacy of planting date adjustment as a cultivation strategy to cope with drought stress and increase rainfed maize yield and water-use efficiency', *Agricult. Water Manag.* 179, 227–235.

129. Lushi, I, Isuf Lushi, Gentjan Çera, Arif Murrja, Sead Ujkani, (2023), 'Linking Farmers' Bargaining Power in Trade to Their Plans for Future Economic Activities', *South East European Journal of Economics and Business*, Volume 18 (2) 2023, 173-185.
130. Magesa M.M, Michael K, Ko J. (2014), 'Access to agricultural market information by Rural Farmers in Tanzania', *International Journal of Information and Communication Technology Research*, 4(7): 264-273
131. Maitah, K., Smutka, L., Sahatqija, J., Maitah, M., Anh, N.P., (2020), 'Rice as a determinant of Vietnamese economic sustainability', *Sustainability*, 12, 5123.
132. Malak-Rawlikowska, A., Milczarek-Andrzejewska, D., Fałkowski, J, (2019), 'Farmers' Bargaining Power and Input Prices: What Can We Learn from Self-Reported Assessments?', *Social Sciences*, Vol 8, Issue 2, 63. <https://doi.org/10.3390/socsci8020063>
133. Magingxa, L. L., Alemu, Z. G., & van Schalkwyk, H. D. (2009). Factors influencing access to produce markets for smallholder irrigators in South Africa. *Development Southern Africa*, 26(1), 47–58
134. Marshall, A. (1920), *Principles of Economics* (8th ed.), Macmillan.
135. Matopoulos, A., Didonet, S.R., Tsanasidis, V., & Fearne, A. (2019), 'The role of perceived justice in buyer-supplier relationships in times of economic crisis', *Journal of Purchasing and Supply Management*, 25(4), 100554.
136. Mbango P., Mmatli W. and Buchenrieder G., (2019), 'Precursors and outcomes of satisfaction in business-to-business relationship marketing. Insights from Hawkers/street vendors leafy vegetable market in South Africa', *Cogent Social Sciences*, 5(1): 1573954.
137. McCorriston, S. (2013). *Food security and trade: The role of trade liberalization and agri-food value chains*. In D. Dawe, A. G. Valdés, & S. Zorya (Eds.), *Food security and global trade*. Food and Agriculture Organization of the United Nations.
138. Mérel, P. R., R. J. Sexton, and A. Suzuki (2009), 'Optimal Investment in Transportation Infrastructure When Middlemen Have Market Power: A Developing-Country Analysis', *American Journal of Agricultural Economics*, 91(2), pp. 462-476.

139. Mesfin, A.H., (2018), 'Farmers Perception on Climate Change and Determinants of Adaptation Strategies in Benishangul-Gumuz Regional State of Ethiopia', *Earth System Dynamics*, 9(5), DOI:10.18461/ijfsd.v9i5.956
140. Mesić, Z., Molnar, A., Cerjak, M. (2018), 'Assessment of traditional food supply chain performance using triadic approach: The Role of Relationships Quality', *Supply chain Management: An International Journal*, 23(5), 396-411.
141. Mitra. S., Mookherjee. D., Torero.M., and Visaria. S. (2013), 'Asymmetric Information and Middleman Margins:An Experiment with West Bengal Potato Farmers,' *Working Papers*sid, 5545, eSocialSciences
142. Molla, E., Melka, Y., Desta, G. (2023), *Determinants of farmers' adaptation strategies to climate change impacts in northwestern Ethiopia*.
143. Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994), 'The commitment-trust theory of relationship marketing', *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38.
144. Muto, M. and Yamano, T. (2009). 'The impact of mobile phone coverage expansion on market participation: Panel data evidence from Uganda,' *World Development*, vol. 37(12) :1887-1896.
145. Nadeem, F., Jacobs, B., Cordell, D., (2024), 'Adapting to Climate Change in Vulnerable Areas: Farmers' Perceptions in the Punjab Pakistan', *Climate*,12, 58.
146. Najafi-Tavani, S., Zaefarian, G., Robson, M. J., Naudé, P., & Abbasi, F. (2022). 'When customer involvement hinders/promotes product innovation performance: The concurrent effect of relationship quality and role ambiguity'. *Journal of Business Research*, 145, 130–143.
147. Nair, A., Narasimhan, R., Bendoly, E. (2011), 'Coopetitive Buyer-Supplier Relationship: An Investigation of Bargaining Power, Relational Context, and Investment Strategies', *Decision Sciences*, 42(1):93 - 127.
148. Nash, J. F. (1950), 'The bargaining problem', *Econometrica*, 18(2), 155–162.
149. Nes, K., Schaefer, K. A., & Yu, J. (2025). Economic impacts of the Indian ban on non-Basmati rice exports. *Food Policy*, 134, 102843.
150. Ngalande, E., C. (2018), *An exploration of bargaining power strategies by small scale farmers in maize marketing in Mapangazhya farming block, Chikankata district, Zambia*. Masters Thesis, The University of Zambia.
151. Ngô Thị Phương Lan (2016), 'Đặc điểm sản xuất thị trường của hộ nông dân ở đồng bằng sông Cửu Long', *Tạp chí Phát triển KH&CN*, tập 19, số X2-2016, trang 19-31.

152. Nguyễn An Thịnh và Phạm Thu Thủy (đồng chủ biên) (2022), *Chuỗi giá trị và thương mại ngành nông lâm sản Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế và khủng hoảng sinh thái*, Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.
153. Nguyễn Đình Cung, Đặng Quang Vinh, Đinh Tuấn Minh, Hà Huy Cương, Đoàn Quang Hưng (2017), *Báo cáo rà soát thể chế chuỗi giá trị lúa gạo*. Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương.
154. Nguyễn Lan Duyên và Nguyễn Tri Khiêm (2019), ‘Ảnh hưởng của quy mô đất đến tỷ suất lợi nhuận của hộ trồng lúa vùng đồng bằng sông Cửu Long’, *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, Tập 55, Số chuyên đề: Kinh tế (2019): 42-50.
155. Nguyễn Quốc Nghi (2015), ‘Phân tích chuỗi giá trị sản phẩm khóm của hộ nghèo ở tỉnh Tiền Giang’. *Tạp chí Khoa học trường Đại học Cần Thơ*, số 40 (2015): 75-82.
156. Nguyễn Văn Chung, Phạm Hữu Ty, Nguyễn Văn Huế, Hoàng Dũng Hà, Lê Văn Nam (2023), ‘Mối liên kết giữa người sản xuất và người thu mua trong hoạt động trồng sen tại huyện Phong Điền, tỉnh Thừa Thiên Huế’, *Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn*, Tập 132, Số 3B, 2023, Tr.125–141.
157. Nguyễn Văn Nền (2015), ‘Phân tích mối liên kết giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị dừa tại Bến Tre’, *Tạp chí Phát triển và hội nhập*, số 26(36), tháng 01-02/2016, 84-89.
158. Nguyen, D.D., Le, T.M., Kingsbury, A.J. (2020), ‘Farmer participation in the lychee value chain in Bac Giang province, Vietnam’, *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, Vol. 10 No. 2, pp. 203-216, DOI 10.1108/JADEE-05-2019-0076
159. Nguyen, H., A., Bokelman, W., (2019), ‘Determinants of Smallholders’ Market Preferences: The Case of Sustainable Certified Coffee Farmers in Vietnam’, *Sustainability Journal*, 2019.
160. Nguyen, H., Le, Q. H., & Pham, V. K. (2022), *Building new rural areas in Vietnam*, IntechOpen.
161. Nguyen, K. V., Chu, L. H., & To, H. L. (2015). Vietnam tea industry - An analysis from value chain approach. *International Journal of Managing Value and Supply Chains*, 6(3), 1-15.
162. Nguyen, T.T, Nguyen, P.S. (2021), ‘Review of agricultural value chain analysis’, *HCMCOUJS-Economics and Business Administration*, 13(1), 75-86.
163. Nguyen, M. D., Nguyen, H. N., Tran, T. T. H., Ngo, M. H., & Tran, D. V. (2024), *Digital transformation in agriculture and rural development in Vietnam*.

164. Nguyen, S. P., & Le, N. G. V. (2013). Analysis of the grape value chain in Ninh Thuan Province. *Science and Technology Journal of Agriculture and Rural Development*, 228(21), 3-10.
165. Nguyễn Hữu Tâm và Lưu Thanh Đức Hải (2014), ‘Nghiên cứu chuỗi giá trị sản phẩm ca cao tỉnh Bến Tre’, *Tạp chí Khoa học trường Đại học Cần Thơ*, 35(2014): 8-15.
166. Nguyễn Phú Sơn & Nguyễn Thị Thu An (2014), ‘Nghiên cứu chuỗi giá trị sản phẩm tỏi tỉnh Ninh Thuận’, *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, Phần D: Khoa học Chính trị, Kinh tế và Pháp luật, 35, 16–23.
167. Nguyễn Viết Tuấn (2012), ‘Nghiên cứu đặc điểm và mối liên kết của các tác nhân trong chuỗi giá trị sản ở Thừa Thiên Huế’, *Tạp chí Khoa học đại học Huế*, 2(71), 299-308.
168. Nurhayati, K., Rezaei, J., & Tavasszy, L. (2021) ‘The interplay between power structure and decision-making in supply chains: A systematic review’, *Journal of Supply Chain Management Science*, vol.2, No3-4, 85-114.
169. Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.
170. OECD (2009), *Monopsony and buyer power, OECD policy roundtable series*, DAF/COMP(2008)38
171. OECD. (2014), *Competition Issues in the Food Chain Industry*, DAF/COMP(2014)16. Paris: OECD.
172. OECD/FAO (2016), *Hướng dẫn của OECD-FAO đối với Chuỗi cung ứng Nông sản có trách nhiệm*, Nhà xuất bản OECD, Paris.
173. Ogutu, S. O., Okello, J. J., & Otieno, D. J. (2014), ‘Impact of information and communication technology-based market information services on smallholder farm input use and productivity: The case of Kenya’, *World Development*, 64, 311–321
174. Owot, A., Ochieng, I., Omona, J., & Drani, E. (2023), ‘Trust-supply chain performance relationships: Unraveling the mediating role of transaction cost attributes in agribusiness SMEs’, *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 7, 1113819.
175. Osborne, M.J. & Rubinstein, A. (1990), *Bargaining and Markets*, San Diego: Academic Press.

176. Palmatier, R. W., Dant, R. P., Grewal, D., & Evans, K. R. (2006), 'Factors influencing the effectiveness of relationship marketing', *Journal of Marketing*, 70(4), 136–153.
177. Permadi, R., Winnarti, L., (2018), 'The Analysis of Factor Affecting Farmers' Accessibility Towards Markets and Its Relation to Farmers' Bargaining Position', *Journal Manajemen & Agribisnis*, Vol. 15 No. 1, March 2018, 73-82.
178. Pett, M.A., Lackey N.R. & Sullivan, J.J. (2003), *Making Sense of Factor Analysis: The use of factor analysis for instrument development in health care research*, Sage Publications Inc, California.
179. Pham, H. S. T., & Petersen, B. (2021), 'The Bargaining Power, Value Capture, and Export Performance of Vietnamese Manufacturers in Global Value Chains'. *International Business Review*, 30(6), Article 101829.
180. Phạm Thị Quỳnh & Lưu Văn Duy, (2025), 'Đầu tư công cho phát triển hạ tầng nông nghiệp: Tổng quan một số vấn đề lý luận', *Tạp Chí Khoa học Nông nghiệp Việt Nam*, 23(6), 802–812.
181. Porter, Michael E. (1980), '*Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors*', The Free Press, New York.
182. Poulton, C., Dorward, A., & Kydd, J. (2006), 'A review of dimensions of agricultural service provision for smallholder farmers in sub-Saharan Africa', *Development Policy Review*, 24(3), 323–358. <https://doi.org/10.1111/j.1467-7679.2006.00327.x>
183. Puspitasari, A.W., (2015), *Farmer's Prosperity: How to Increase Farmer's Bargain Power (In Islamic Perspective)*, Procedia - Social and Behavioral Sciences 211 (2015) 455 - 460.
184. Quisumbing, A. R., & Maluccio, J. A. (2003), 'Resources at marriage and intrahousehold allocation: Evidence from Bangladesh, Ethiopia, Indonesia, and South Africa', *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 65(3), 283–327. <https://doi.org/10.1111/1468-0084.t01-1-00052>
185. Ranjan, R. (2017). Challenges to farm produce marketing: A model of bargaining between farmers and middlemen under risk. *Journal of Agricultural and Resource Economics*, 42(3), 386-405
186. Reardon, T., Barrett, C.B., Berdegue, J.A. and Swinnen, J.F.M. (2009), 'Agrifood industry transformation and small farmers in developing countries', *World Development*, Vol. 37, No. 11, pp. 1717-1727

187. Rosenbaum, P. R., & Rubin, D. B. (1983), 'The central role of the propensity score in observational studies for causal effects', *Biometrika*, 70(1), 41–55.
188. Roy, D., & Thorat, A. (2008), 'Success in high value horticultural export markets for the small farmers: the case of Mahagrapes in India', *World Development*, 36(10), 1874-1890
189. Rubin, J. Z., & Brown, B. R. (1976), *The Social Psychology of Bargaining and Negotiation*, Academic Press.
190. Russo, C., Goodhue, R. E., Sexton, R. J. (2011), 'Agricultural support policies in imperfectly competitive markets: Why market power matters in policy design', *American Journal of Agricultural Economics*, 93(September 2011), 1328–1340
191. Sexton, R. J. (2013), 'Market power, misconceptions, and modern agricultural markets', *American Journal of Agricultural Economics*, 95(2), 209-219.
192. Sexton, R. J. (1979), 'The Effect of Bargaining Power on Price', *American Journal of Agricultural Economics*, 61(1), 154–158. DOI: 10.2307/1239503
193. Schelling, T. C. (1956). An essay on bargaining. *The American Economic Review*, 46(3), 281-306.
194. Shepherd, A. W. (1997), *Market information services: Theory and practice*, FAO Agricultural Services Bulletin No. 125.
195. Shimamoto D, Yamada H, Gummert M. (2014), *The Impact of Improved Access to Market Information Through Mobile Phones Usage on Selling Prices: Evidence from Rural Areas in Cambodia*, Discussion Papers in Economics And Business, Graduate School of Economics and Osaka School of International Public Policy (OSIPP) Osaka University, Toyonaka, Osaka 560-0043, JAPAN.
196. Shrivastava, D.C., Singh, N.K., Bhandarkar, A.P., Bisen, N.K., Deshmukh, K.K., Chourasia, S.K., & Chand, P. (2010), 'Dairy value chain model in Seoni district of Madhya Pradesh: An innovative approach by SHG', *Agricultural Economics Research Review*, 23(conference number), 559
197. Shokoohi, Z., Chizari, A.H., Asgari, M. (2019), 'Investigating bargaining power of farmers and processors in Iran'dairy market', *Journal of Agricultural and Applied Economics*, 51, 1 (2019): 126–141
198. Sivramkrishna, S. and Jyotishi, A. (2008), 'Monopsonistic exploitation in contract farming: articulating a strategy for grower cooperation', *Journal of International Development*, Vol. 20, No. 2, pp. 280-296.

199. Sorentino, A., Russo, C., Cacchiarelli, L., (2018), 'Market power and bargaining power in the EU food supply chain: the role of Producer Organizations, New Medit', *Mediterranean Journal of Economics, Agriculture, Environment and Food*, 2018 n. 4.
200. Spina, G., Caniato, F., Luzzini, D., Ronchi, S. (2015), 'Assessing the use of External Grand Theories in Purchasing and Supply Mnagement research', *Journal of Purchasing and Supply Management*, Vol. 22, No. 1, pp. 18-30. DOI: 10.1016/j.pursup.2015.07.001.
201. Suyanto, B., Adam, S., & Ariadi, S. (2019). Welfare and bargaining power of farmers in Bromo-Tengger-Semeru, Agropolitan Area, East Java. *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*, 32(3), 245–255
202. Svensson J, Yanagizawa D. (2009), 'Getting prices right: The impact of the market information service in Uganda', *Journal of the European Economic Association* 7(2-3):435-445.
203. Swamy, P.A.V.B., G.S. Tavlás, S.G. Hall, and G. Hondroyannis (2010), 'Estimation of parameters in the presence of model misspecification and measurement error', *Studies in Nonlinear Dynamics and Econometrics*, 14(1), 1–33.
204. Swinnen, Johan F. M., ed. (2007), The dynamics of vertical coordination in agri-food supply chains in transition countries. In *Global Supply Chains, Standards and the Poor*. Oxon: CABI, pp. 42–58.
205. Swinnen, J. F. M., and Vandeplas, A. (2010), 'Market power and rents in global supply chains', *Agricultural Economics*, 41(1), 109-120
206. Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2012), *Using multivariate statistics* (6th ed.), Pearson Education.
207. Tổng cục Thống kê (2016), *Niên giám thống kê*, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.
208. Tổng cục Thống kê (2018), *Niên giám thống kê*, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.
209. Tổng cục Thống kê (2022), *Báo cáo Điều tra Lao động việc làm năm 2021*, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.
210. Trần Minh Vĩnh & Phạm Đình Vân (2014), 'ột số giải pháp phát triển hợp đồng liên kết sản xuất–tiêu thụ lúa gạo ở tỉnh Đồng Tháp', *Tạp chí Khoa học và Phát triển*, 844–852

211. Trần Thanh Dũng, Lê Thanh Sơn & Phạm Văn Trọng Tính (2022), ‘Vai trò của liên kết sản xuất trong nông nghiệp ở đồng bằng sông Cửu Long’, *Tạp chí Khoa học trường Đại học Cần Thơ*, Tập 58, số chuyên đề SDMD (2022), 56-64.
212. Trần Quốc Nhân (2020), ‘Ứng dụng phương pháp ghép điểm xu hướng (PSM) đánh giá tác động của việc tham gia hợp tác xã đến hiệu quả sản xuất lúa của nông hộ ở huyện cò đỏ, thành phố Cần Thơ’, *Tạp chí Khoa học Nông nghiệp Việt Nam*, 18(2), 138-146.
213. Trebbin, A. (2014), ‘Linking small farmers to modern retail through producer organizations-Experiences with producer companies in India’, *Food policy*, 45, 35-44
214. UNDP (2023), *Understanding Climate Change Adaptation for Smallholders/Marginal Farmers and Quantifying its Impact on Agri-allied Value Chains in Indo-Gangetic Plains*, UNDP India, truy cập ngày 20 tháng 3 năm 2024, từ https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/202307/climate_change_adaptation_in_agri_value_chains.pdf
215. Trinh, T.Q., Rañola, R.F., Camacho, L.D., Simelton, E., (2018), ‘Determinants of farmers’ adaptation to climate change in agricultural production in the central region of Vietnam’, *Land Use Policy*, 70, 224–231.
216. United Nations Development Programme (UNDP) India. (2021), *Understanding climate change adaptation for smallholders/marginal farmers and quantifying its impact on agri-allied value chains in Indo-Gangetic Plains*, UNDP India, truy cập ngày 20 tháng 3 năm 2024, từ https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2023-07/climate_change_adaptation_in_agri_value_chains.pdf
217. Utuk, I.O., Ekaetor, E.A., Bassey, E.E., (2024), ‘Transport Infrastructure, Institutional Quality and Agricultural Sector Performance in Nigeria’, *AKSU Journal of Administration and Corporate Governance*, Volume 4 Number 1, p137-150.
218. Velázquez, B., Buffaria, B. & European (2017), ‘Commission. About farmers’ bargaining power within the new CAP’, *Agric Econ*, 5, 16.
219. Vietnambiz (2024), *Báo cáo thị trường lúa gạo quý III, 2024*, truy cập ngày 20 tháng 12 năm 2024, từ <https://vietfood.org.vn/wp-content/uploads/2024/10/bao-cai-thi-truong-gao-quy-iii-2024.pdf>
220. Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Phú Sơn (2011), ‘Phân tích chuỗi giá trị lúa gạo vùng đồng bằng sông Cửu Long’, *Tạp chí Khoa học*, 2011:19a, trang 96-108.

221. Walker H, Chicksand D, Radnor Z, Watson G (2015), 'Theoretical perspectives in operations management: an analysis of the literature', *Int J Oper Prod Manag*, 35(8):1182–1206.
222. Walton, R. E., & McKersie, R. B. (1965), *A Behavioral Theory of Labor Negotiations*, McGraw-Hill.
223. Wang, H., Wang, X., Sarkar, A., Qian, L. (2021), 'Evaluating the Impacts of Smallholder Farmer's Participation in Modern Agricultural Value Chain Tactics for Facilitating Poverty Alleviation—A Case Study of Kiwifruit Industry in Shaanxi, China', *Agriculture* 2021, 11, 462.
224. Wang, X., Ren, L., & Chen, Z. (2025), 'The impact of digital capabilities on farmers' choice of marketing channels: Evidence from rural areas of the Yellow River Basin in China', *Humanities and Social Sciences Communications*, 12, 1418.
225. Wilson, D.T. (1995), 'An integrated model of buyer-seller relationships', *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23(4), 335-345.
226. Xhoxhi, O., Stefanllari, A., Skreli, E., Imama, D., Albania, T., et al (2019), 'How intermediaries' power affects contract farming decisions: Evidence from the medicinal and aromatic plant sector in Albania', *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, Vol. 10 No. 5, 2020 pp. 529-544.
227. Xia, T., He, Z., Ren, T., Miao, Y., Zhang, Z., Yang, Y., & Wang, R. (2024), Measuring bargaining abilities of LLMs: A benchmark and a buyer-enhancement method. In *Findings of the Association for Computational Linguistics: ACL 2024* (pp. 3579–3602), Association for Computational Linguistics.
228. Xiang, R., Yang, H., (2018), *Bargaining Power of Suppliers, Customers and Enterprise Accounting Conservatism Based on the Empirical Data of Listed Companies in China*, Advances in Social Science, Education and Humanities Research (ASSEHR), volume 252, 3rd International Conference on Judicial, Administrative and Humanitarian Problems of State Structures and Economic Subjects (JAHP 2018), Atlantis Press.
229. Yadav, B.K, Singh, A. (2014), 'Relationship marketing research (1983-2012): an academic review and classification', *Int. J. Electronic Customer Relationship Management*, Vol. 8, No.4, 221-250.
230. Yan, M., Terheggen, A., Mithöfer, D. (2017), 'Who and what set the price of walnuts for small-scale farmers in Southwest China?', *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, Vol. 7, No. 2, pp. 135-152.

231. Yovo K. (2017), 'Farmer choice, cost of transaction, bargaining power and market information services in Togo'. *American Journal of Economics*, 7(5): 230–239.
232. Zhang, Y., (2021), Bargaining Power, Concentration Ratio and Cash Holding: Empirical Evidence from A-Share Listed Firms, Conference: 2021 3rd International Conference on Economic Management and Cultural Industry (ICEMCI 2021), p 2004-2023.
233. Zylberberg, E. (2013), 'Bloom or bust? A global value chain approach to smallholder flower production in Kenya', *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, Vol. 3 No. 1, pp. 4-26.

PHỤ LỤC

Phụ lục 1. Tổng hợp một số nghiên cứu định lượng về quyền thương lượng

Stt	Tác giả	Năm	Mối quan hệ phân tích	Biến độc lập	Biến phụ thuộc	Phương pháp phân tích	Lý thuyết	Lĩnh vực	Quốc gia
1	Malak-Rawlikowska & cộng sự	2019	Nông dân - nhà cung cấp đầu vào (thức ăn chăn nuôi)	Quyền thương lượng (có/không), quy mô trang trại (ha), nhân khẩu học (giới tính, tuổi, kinh nghiệm làm nông)	Mức chiết khấu giá	Hồi quy tuyến tính đa biến	Tổng quan chung	Thức ăn chăn nuôi cho bò	Ba Lan
2	Falkowski & cộng sự	2017	Nông dân - nhà cung cấp thức ăn chăn nuôi và công ty chế biến sữa	Quyền thương lượng (có/không), quy mô trang trại (ha), nhân khẩu học (giới tính, tuổi, kinh nghiệm làm nông)	Mức chiết khấu giá	Hồi quy tuyến tính đa biến	Tổng quan chung	Sữa	Ba Lan
3	Benitez-Altuna & cộng sự	2023	Nông dân - người mua	Đặc điểm của người nông dân (tuổi, kinh nghiệm, trình độ, giới tính, tài sản, tổng thu nhập, thành viên tổ chức...); hình thức mua bán; mối quan hệ với đối tác; các vấn đề hợp đồng; canh tác nông nghiệp bền vững (SAP)	Lựa chọn đối tượng mua (4 loại)	Hồi quy logit đa thức	Tổng quan chung	Rau	Chile

Stt	Tác giả	Năm	Mối quan hệ phân tích	Biến độc lập	Biến phụ thuộc	Phương pháp phân tích	Lý thuyết	Lĩnh vực	Quốc gia
4	Nguyễn Văn Chung & cộng sự	2023	Nông dân và người thu mua	Niềm tin, Uy tín	Mối quan hệ	Phân tích thống kê mô tả và phân tích nội dung (định tính)	Tổng quan chung	Sen	Việt Nam
5	Nguyen & cộng sự	2020	Nông dân - tham gia vào chuỗi giá trị	Niềm tin, khả năng/nguồn lực, khoảng cách, văn hóa, chiến lược, chính sách (likert)	Sự hợp tác của nông dân trong chuỗi	Hồi quy tuyến tính đa biến	Chuỗi giá trị (VC)	Vải thiều	Việt Nam
6	Yan & cộng sự	2017	Nông dân - thương lái	Khối lượng bán, thời điểm thu hoạch, marketing theo nhóm, số lượng người mua, địa điểm bán	Giá bán nông sản	Hồi quy tuyến tính đa biến	Chuỗi giá trị toàn cầu (GVC)	Quả óc chó	Trung Quốc
7	Lushi & cộng sự	2023	Nông dân - người mua	Kế hoạch đầu tư (có/không)	Quyền thương lượng về mức giá, đặc điểm sản phẩm, chi phí vận chuyển, tiêu chuẩn/chất lượng sản phẩm	Thống kê mô tả, kiểm định Mann-Whitney U	Tổng quan chung		Albania

Stt	Tác giả	Năm	Mối quan hệ phân tích	Biến độc lập	Biến phụ thuộc	Phương pháp phân tích	Lý thuyết	Lĩnh vực	Quốc gia
8	Fisher & Qaim	2012	Nông dân - người mua	Quy mô trang trại, tuổi, giáo dục, khoảng cách đến thị trường, tham gia tổ chức	Quyền thương lượng, giá bán sản phẩm	PSM	Quyền lực - sự phụ thuộc	Chuối	Kenya
9	Xhoxhi & cộng sự	2014	Nông dân - người trung gian	Sự phụ thuộc vào trung gian, thông tin thị trường, tiếp cận tín dụng, khoảng cách thị trường	Quyền lực của trung gian (Likert), biên lợi nhuận của nông dân		Quyền lực của kênh marketing dựa trên Quyền lực - sự phụ thuộc	Hoa quả	Thổ Nhĩ Kỳ
10	Lee & cộng sự	2020	Nông dân - người mua	Hệ thống thông tin thị trường (sự tham gia, các nguồn tin, hợp tác); nhân khẩu học (tuổi, trình độ học vấn), quy mô trang trại	Quyền thương lượng (giá bán, sự tham gia vào thị trường, sản lượng, thu nhập)	Mô hình hồi quy gộp, mô hình hiệu ứng cố định, mô hình hiệu ứng ngẫu nhiên	Tổng quan chung	Cà phê	Ethiopia
11	Abebe & cộng sự	2015	Nông dân - người trung gian	Đặc điểm nông dân (tuổi, quy mô hộ gia đình, trình độ học vấn, sử dụng điện thoại, tài sản, diện tích canh tác), thành viên của tổ chức cộng đồng,	Lựa chọn người mua trung gian, giá bán	Hồi quy logit, thống kê mô tả	Tổng quan chung		Ethiopia

Stt	Tác giả	Năm	Mối quan hệ phân tích	Biến độc lập	Biến phụ thuộc	Phương pháp phân tích	Lý thuyết	Lĩnh vực	Quốc gia
				địa điểm sinh sống, dân tộc, tôn giáo					
12	Sano & cộng sự	2021	Nhà sản xuất - nhà bán lẻ/bán buôn	Tỷ lệ tập trung thị trường của bốn nhà sản xuất hàng đầu, ảnh hưởng của thiên tai (động đất), ảnh hưởng của chính sách (chính sách điều chỉnh cung cầu)	Quyền lực thị trường của các bên, tỷ lệ doanh số bán cho nhà bán buôn	Hồi quy tuyến tính đa biến	Tổng quan chung	Rau	Nhật Bản
13	Pham & Petersen	2021	Nhà sản xuất - nhà xuất khẩu	Kỹ năng đàm phán, tri thức thị trường, lợi thế (4Ps), quy mô doanh nghiệp	Quyền thương lượng (Likert), hiệu quả xuất khẩu	SEM	Quyền lực - sự phụ thuộc; Chuỗi giá trị toàn cầu	Sản xuất công nghiệp	

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Phụ lục 2. Các câu hỏi từ khảo sát hộ nông dân trồng lúa đồng bằng sông Cửu Long của IRRI (trích từ phiếu phỏng vấn hộ gia đình)

PHẦN 1. CÁC THÔNG TIN CƠ BẢN VỀ NGƯỜI ĐƯỢC PHỎNG VẤN		
	Câu hỏi	Ghi câu trả lời/ Mã CODE ở đây
1	Giới tính người được phỏng vấn (không hỏi, chỉ quan sát) 1- Nam 0 - Nữ	
2	Tuổi của người được phỏng vấn	
3	Tình trạng hôn nhân? 1- Đã kết hôn 2- Độc thân 3- Góa bụa 4- Ly hôn 5- Tình trạng khác, nêu rõ _____	
4	a. Trình độ văn hóa của người được phỏng vấn? 1- Không đi học 2- Tiểu học (cấp 1) 3- Trung học cơ sở (cấp 2) 4- Trung học phổ thông (cấp 3) 5- Đại học/cao đẳng/trường nghề	
	b. Số năm đi học	

PHẦN 2. THÔNG TIN HỘ GIA ĐÌNH		
	Câu hỏi	Ghi câu trả lời/ Mã CODE ở đây
1	Số nhân khẩu của hộ?	
2	Số nhân khẩu là nam trong độ tuổi 15-60?	
3	Số nhân khẩu là nữ trong độ tuổi 15-55?	
4	Số trẻ em từ 14 tuổi trở xuống?	

PHẦN 3. KINH NGHIỆM LÀM NÔNG NGHIỆP		
No.	Câu hỏi	Ghi câu trả lời/ Mã CODE ở đây
1	<p>Ông/Bà bắt đầu làm ruộng từ năm bao nhiêu tuổi?</p> <p><i>Lưu ý: CBPV Hỏi thời điểm bắt đầu làm ruộng kể từ khi còn nhỏ lúc ở với bố mẹ</i></p>	
	<i>CBPV tính số năm trồng lúa</i>	
5	<p>Các thông tin nông vụ Ông/Bà lấy từ đâu?</p> <p>1- Đài/Radio</p> <p>2- TV</p> <p>3- Tin nhắn</p> <p>4- Cán bộ khuyến nông</p> <p>5- Các hộ khác</p> <p>6- Trung tâm thôn tin của xã</p> <p>7- internet</p> <p>8- Các nguồn khác, đề nghị nêu rõ</p>	
6	<p>Ông/Bà có là thành viên của tổ chức cộng đồng nào không?</p> <p>1- Có, nêu rõ _____</p> <p>0- Không, cho biết lý do: _____</p>	
7	<p>Trong vòng 3 năm qua Ông/Bà có tham gia lớp tập huấn về trồng trọt nào không?</p> <p>1- Có 0 - Không</p>	
	<p>a. Nếu có thì tập huấn về nội dung gì?</p> <p>1- Giống chịu mặn</p> <p>2- Quản lý nguồn nước</p> <p>3- Kiểm soát sâu bệnh</p> <p>4- Biến đổi khí hậu</p> <p>5- Các nội dung khác, đề nghị nêu rõ</p>	
	b. Các lớp tập huấn do ai tổ chức?	

8	a. Ngoài việc trồng lúa Ông/Bà có nguồn thu nhập nào khác không? 1- Có 0 - Không	
	b. Nếu có, đề nghị nêu rõ các nguồn thu nhập và % trong tổng thu nhập. 1- Hộ hàng giúp đỡ% 2- Các công việc lao động.....%; 3- Tự kinh doanh.....%; 4- Các nguồn khác, đề nghị nêu rõ:.....	

PHẦN 4. ĐẶC ĐIỂM HỘ GIA ĐÌNH		
Câu hỏi	Ghi câu trả lời/ Mã CODE ở đây	
Ông/Bà có bao nhiêu ha diện tích canh tác?		
Trong đó có bao nhiêu ha trồng lúa? _____		
Ruộng của Ông/Bà cách nhà bao xa? _____ km; Thường Ông/Bà đi mất bao lâu bằng xe máy tới ruộng? (_____ phút)		
Khoảng cách từ ruộng nhà Ông/Bà đến chợ nông sản gần nhất khoảng bao xa (km)? _____; Thường Ông/Bà đi mất bao lâu bằng xe máy: _____		

Các chỉ tiêu về cuộc sống	
Tài sản sở hữu	Hộ gia đình có các tài sản nào? 1-Có; 2- Không
TV màn hình phẳng	
Điện thoại thông minh	
Đài Radio	
Các loại khác, đề nghị ghi rõ	
Có kết nối internet	
Có điện	

PHẦN 7. SẢN XUẤT LÚA GẠO (2019-2020)										
2019-2020		1 bao = _____ kg (ước tính)		diện tích ruộng _____ ha						
Vụ	Tổng khối lượng sản xuất theo kế hoạch Bao	Tổng khối lượng sản xuất theo thực tế Bao (a)	Khối lượng tiêu dùng Bao (b)	Khối lượng dành cho mục đích khác (ví dụ, chia cho người lao động v.v.) Bao (c)	Khối lượng bán Bao (d)	Giá/ kg (/kg) (e)	Chi phí để sản xuất/kg	Lợi nhuận /kg	Tổng doanh thu/ha	Tổng lợi nhuận/ha
Đông - Xuân (2019-2020) Diện tích: _____										
Hè - Thu (2019) Diện tích: _____										
Thu - Đông (2019)										

Vụ	Tổng khối lượng sản xuất theo kế hoạch Bao	Tổng khối lượng sản xuất theo thực tế Bao (a)	Khối lượng tiêu dùng Bao (b)	Khối lượng dành cho mục đích khác (ví dụ, chia cho người lao động v.v.) Bao (c)	Khối lượng bán Bao (d)	Giá/ kg (/kg) (e)	Chi phí để sản xuất/kg	Lợi nhuận /kg	Tổng doanh thu/ha	Tổng lợi nhuận/ha
Diện tích: _____										
Tổng										
Vụ Đông - Xuân 1 bao = _____ kg (ước tính)										
Năm 2014-2015 Diện tích: _____										
Năm 2015-2016 Diện tích: _____										

Giá lúa				
		Thu hoạch vụ Đông - Xuân		
		Năm 2013- 2015	Năm 2015 - 2016	Năm 2019- 2020
1	Giá lúa thường do ai quyết định? 1- Các hộ trồng lúa 2- Thương lái 3- Cả hai (Hộ trồng lúa và thương lái) 4- Các đối tượng khác, đề nghị ghi rõ: _____			
2	Nguồn thông tin về giá lúa chủ yếu từ đâu? 1- Hợp tác xã 2- Thương lái địa phương 3- Thông tin địa phương 4- Các nguồn khác, đề nghị ghi rõ _____			

Phụ lục 3. Phiếu phỏng vấn sâu

PHIẾU PHỎNG VẤN

Cán bộ khuyến nông

Xin chào Anh/Chị, tôi là Vũ Thu Trang, NCS đại học Kinh tế Quốc dân. Hiện tại, tôi đang thực hiện đề tài nghiên cứu về chuỗi cung ứng và chuỗi giá trị ngành lúa gạo ở đồng bằng sông Cửu Long. Mục tiêu của nghiên cứu là phân tích thực trạng hoạt động trồng lúa và mua bán lúa gạo của người nông dân ở đồng bằng sông Cửu Long, từ đó đề xuất các giải pháp phù hợp nhằm nâng cao quyền thương lượng và lợi ích của người nông dân trong chuỗi giá trị.

Kính mong Anh/Chị hỗ trợ để NCS có thêm thông tin để thực hiện nghiên cứu. Các thông tin về người trả lời trong nghiên cứu này được sử dụng dưới nguyên tắc bất định danh. NCS cam đoan các thông tin chỉ sử dụng cho mục đích nghiên cứu. Trân trọng cảm ơn!

Nội dung câu hỏi

1. Các hộ nông dân trồng lúa hiện nay đang bán lúa sau sản xuất trực tiếp cho ai? - (hợp tác xã, doanh nghiệp chế biến, thương lái, bán ra chợ)? Tại sao? Tỷ lệ như thế nào?
2. Số lượng các thương lái/ doanh nghiệp mua bán lúa gạo ở địa phương vào vụ thu hoạch trung bình khoảng bao nhiêu? Các thương lái phân bố như thế nào (có độc quyền theo vùng hay không)?
3. Những yếu tố nào giúp nông dân có lợi thế trong bán lúa gạo (bán được giá tốt) và thương lượng/mặc cả với thương lái? Yếu tố quyết định nhiều nhất là gì?
4. Hiện tại có các tổ chức cộng đồng nào ở địa phương có sự tham gia của người nông dân? Những tổ chức này thường hỗ trợ gì trong việc mua bán lúa gạo cho nông dân? (thông tin, hỗ trợ thương lượng chung, chia sẻ kinh nghiệm canh tác,...)
5. Nông dân thường cập nhật thông tin thị trường nông sản qua đâu? Khả năng cập nhật thông tin về thị trường nông sản của nông dân là tốt hay chưa tốt? Vì sao?
6. Biến đổi khí hậu tác động như thế nào đến việc sản xuất lúa gạo tại địa phương? Các biện pháp nông dân thường thực hiện để phòng ngừa hoặc thích nghi với biến đổi khí hậu là gì?

7. Nông dân có mối quan hệ như thế nào với thương lái? (quyền thương lượng và vị trí trong giao dịch, duy trì lâu dài hay thay đổi liên tục,...)

8. Nhà nước có các hoạt động nào để hỗ trợ sản xuất, gia tăng lợi ích cho người nông dân khi tham gia chuỗi giá trị (chính sách công nghệ, thông tin, tín dụng,...)? Việc trợ giá lúa gạo có giúp người nông dân bán được giá tốt hơn không? Vì sao?

9. Hệ thống cơ sở hạ tầng nông nghiệp tại địa phương (hệ thống tưới tiêu, đường giao thông, kho chứa, cơ sở chế biến, hệ thống điện nước,...) như thế nào? Nhà nước có định hướng gì trong cải thiện hạ tầng nông nghiệp trong tương lai?

10. (Thông tin sau về sản xuất lúa gạo của người nông dân, xin phép Anh/Chị cho biết số liệu trung bình nếu có) Năng suất, tổng chi phí, giá bán lúa gạo, lợi nhuận bình quân của việc trồng lúa gạo trên một diện tích canh tác.

- Năng suất bình quân:..... (ghi rõ đơn vị kg/ta/tấn và công/ha/m²)
- Tổng chi phí bình quân:..... triệu đồng/ (ghi rõ đơn vị diện tích)
- Giá bán lúa gạo:đồng/kg (hoặc ghi rõ đơn vị khác)
- Lợi nhuận bình quân:.....triệu đồng/ (ghi rõ đơn vị diện tích)

Anh/chị cho em xin thêm các báo cáo về sản xuất lúa gạo và phát triển chuỗi giá trị lúa gạo ở địa phương và các tài liệu tập huấn cho hộ nông dân trồng lúa về chuỗi giá trị hoặc tiếp cận thị trường (nếu có) với ạ.

Trân trọng cảm ơn!

Phụ lục 4. Bảng hỏi khảo sát hộ nông dân

STT:.....

BẢNG HỎI HỘ NÔNG DÂN

Xin kính chào Quý Ông/Bà, tôi là Vũ Thu Trang, NCS đại học Kinh tế Quốc dân. Hiện tại, tôi đang thực hiện đề tài nghiên cứu về chuỗi cung ứng và chuỗi giá trị ngành lúa gạo ở đồng bằng sông Cửu Long. Các câu hỏi sau đây nhằm mục đích tìm hiểu hoạt động sản xuất và mua bán lúa gạo ở Đồng bằng sông Cửu Long. Các kết quả phân tích phục vụ hoàn toàn cho mục tiêu nghiên cứu và theo nguyên tắc bất định danh. Xin hãy khoanh tròn vào chữ số phía trước các câu trả lời Ông/Bà lựa chọn.

Trân trọng cảm ơn!

I. Thông tin về người trả lời và hộ nông dân

Câu 1. Ấp:	Câu 5. Trình độ học vấn của người trả lời?
Câu 2. Giới tính	1- Không đi học
1) Nam 0) Nữ	2- Tiểu học (cấp 1)
Câu 3. Tuổi của người được phỏng vấn:..... tuổi	3- Trung học cơ sở (cấp 2)
Câu 4. Tình trạng hôn nhân?	4- Trung học phổ thông (cấp 3)
1- Đã kết hôn	5- Đại học/cao đẳng/trường nghề
2- Độc thân	b. Số năm đi học: năm
3- Góa bụa	Câu 6. Kinh nghiệm làm nông nghiệp:
4- Ly hôn(năm)
5- Khác, nêu rõ _____	Câu 7. Đặc điểm nông hộ
	- Số nhân khẩu trong hộ: người; trong đó, số người trong độ tuổi lao động (nam từ 15-60, nữ từ 15-55) là:.....người
	- Tổng thu nhập của hộ/năm:triệu đồng
	- Tổng thu nhập từ hoạt động trồng lúa/năm: triệu đồng

II. Thực trạng hoạt động canh tác

Câu 8. Xin Ông/Bà cho biết các thông tin sau:

- Tổng diện tích đất canh tác:.....(ghi rõ đơn vị là ha, m² hay công).
- Diện tích trồng lúa:.....(ghi rõ đơn vị là ha, m² hay công).

Trong đó có diện tích đất nào?

+ Đất sở hữu:.....

+ Đất thuê:.....

+ Đất khác:.....

- Số vụ lúa trồng trong 1 năm:.....vụ

- Khoảng cách từ nhà ra ruộng:.....km

Câu 9. Ông/Bà cho biết về tình hình sản xuất lúa gạo vụ mùa gần nhất (năm 2024-2025)

Vụ	Năng suất trung bình (ghi rõ đơn vị - ví dụ: 60 tạ/ha)	Giá bán/kg (đồng/kg)	Tổng chi phí sản xuất (triệu đồng)	Tổng thu (triệu đồng)	Lợi nhuận thu (triệu đồng)
Đông - Xuân (2024-2025)					

Câu 10. Vị trí của thửa đất trồng lúa nhà Ông/Bà ở đâu :

1- Vùng thấp có hệ thống tưới tiêu

2- Vùng thấp không có hệ thống tưới tiêu

3- Vùng cao

4- Khác.....

Câu 11. Hoạt động sản xuất lúa gạo vụ lúa đông - xuân có thể đối mặt với những thách thức nào?

1- Hạn hán

2- Hạn mặn

3- Gió mùa

4- Lũ lụt

5- Sâu bệnh

6- Thiếu vốn

7- Giá đầu vào cao

8- Giá đầu ra thấp

9- Khác.....

Câu 12. Ông/Bà áp dụng những biện pháp nào sau đây để thích nghi với biến đổi khí hậu khi sản xuất lúa gạo?

1- Gieo trồng sớm (tránh hạn mặn)

2- Thay đổi giống cây trồng

3- Đổi mới kỹ thuật hoặc công

nghệ canh tác

4- Quản lý nguồn nước

5- Đa dạng hóa sinh kế

6- Khác.....

III. Tiếp cận thông tin thị trường và chính sách

Câu 13. Ông/Bà có tham gia tổ chức cộng đồng nào dưới đây (có thể chọn nhiều câu trả lời)

- 1- Có, tên tổ chức (ví dụ: hợp tác xã, hội nông dân,...).....
- 2- Không

Câu 14. Trong 3 năm gần đây, Ông/Bà đã được hưởng chính sách hỗ trợ nào của nhà nước cho sản xuất và tiêu thụ lúa gạo? (có thể chọn nhiều câu trả lời)

- 1- Hỗ trợ vay vốn
- 2- Hỗ trợ đào tạo kỹ thuật canh tác
- 3- Hỗ trợ kết nối người bán (đầu vào) hoặc người mua (đầu ra)
- 4- Khác.....

Câu 15. Ông/Bà thường xem/ nghe thông tin về giá, thị trường lúa gạo từ đâu? (có thể chọn nhiều câu trả lời)

- | | |
|-------------------------|-----------------------|
| 1- Đài phát thanh/Radio | 5- Thương lái |
| 2- Tivi | 6- Hội nhóm Zalo |
| 3- Cán bộ khuyến nông | 7- Kênh internet khác |
| 4- Các hộ nông dân khác | 8- Khác, |

IV. Hoạt động mua bán lúa gạo với thương lái

Câu 16. Số lượng người mua lúa gạo Ông/Bà có thể tiếp cận là bao nhiêu?..... (người/tổ chức)

Câu 17. Ông/Bà thường tiếp cận người mua như thế nào? (có thể chọn nhiều câu trả lời)

- 1- Gia đình chủ động tìm kiếm thông tin về người mua
- 2- Người mua tự tìm đến tận nơi
- 3- Hội nông dân/ Hợp tác xã/ các hội nhóm giới thiệu
- 4- Khác.....

Câu 18. Ông/Bà thường chọn đối tượng thu mua theo tiêu chí nào? (có thể chọn nhiều câu trả lời)

- 1- Uy tín của đối tác
- 2- Sự hỗ trợ của đối tác về vốn hoặc kỹ thuật
- 3- Năng lực tài chính của đối tác

- 4- Thanh toán đúng hạn
- 5- Dễ thương lượng
- 6- Giá cao hơn đối tác khác
- 7- Khác

Câu 19. Ông/Bà thường bán lúa gạo cho thương lái theo hình thức nào?

- 1- Hợp đồng bằng văn bản
- 2- Thỏa thuận bằng miệng
- 3- Khác.....

Câu 20. Ông/Bà hài lòng ở mức độ nào về đối tác thu mua (về mức giá, khả năng giữ thỏa thuận,...)?

- 8- Rất không hài lòng
- 9- Không hài lòng
- 10- Bình thường
- 11- Hài lòng
- 12- Rất hài lòng

Câu 21. Thời gian Ông/Bà hợp tác với thương lái hiện tại là bao lâu?

- 1- Dưới 3 năm
- 2- Từ 3-5 năm
- 3- Trên 5 năm

Câu 22. Ông/bà có ý định duy trì quan hệ mua bán với thương lái hiện tại không?

- 1- Không duy trì
- 2- Chưa chắc chắn
- 3- Có duy trì

IV. Quyền thương lượng và các yếu tố ảnh hưởng đến quyền thương lượng

Câu 23. Ông/Bà cho biết mức độ đồng ý với các nhận định sau? 1. Rất không đồng ý, 2. Không đồng ý; 3. Bình thường; 4. Đồng ý; 5. Rất đồng ý (Đánh dấu X vào ô tương ứng)

	Nhận định	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Rất đồng ý
	Tôi có khả năng quyết định giá bán					

	Nhận định	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Rất đồng ý
Quyền thương lượng	Tôi có khả năng quyết định phương thức thanh toán					
	Tôi có khả năng quyết định đặc điểm lúa gạo					
	Tôi có khả năng quyết định thời gian thanh toán					
Sự phụ thuộc	Tôi có khả năng tìm người mua khác thay thế người mua hiện tại					
	Người mua phụ thuộc nhiều vào tôi					
	Chi phí để chuyển đổi sang người mua khác là thấp					
	Người mua hiện tại không quá quan trọng với tôi					
	Tôi có khả năng kiểm soát các yếu tố đầu vào					
	Lúa gạo tôi cung cấp có chất lượng tốt các hộ khác					
Khả năng tiếp cận thông tin	Tôi có nhiều nguồn tin về mua bán lúa gạo					
	Tôi thường xuyên cập nhật thông tin về mua bán lúa gạo					
	Tôi có thông tin chính xác về giá bán lúa gạo					
	Tôi có thông tin thị trường lúa gạo kịp thời để ra quyết định					
	Tôi có thông tin thị trường lúa gạo hữu ích để ra quyết định					
Niềm tin vào năng lực	Thương lái thẳng thắn khi làm việc với tôi					
	Thương lái thường giữ lời hứa với tôi					
	Tôi cảm thấy thương lái trung thực					
	Mặc dù hoàn cảnh thay đổi, thương lái vẫn sẵn lòng hỗ trợ tôi					

	Nhận định	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Rất đồng ý
Niềm tin vào sự thiện chí	Thương lái quan tâm đến lợi ích mà tôi nhận được					
	Thương lái có thể thấu hiểu các vấn đề của tôi					
Sự cam kết	Mối quan hệ giữa tôi và thương lái có sự cam kết					
	Mối quan hệ giữa tôi và thương lái sẽ duy trì trong thời gian dài					
	Mối quan hệ giữa tôi và thương lái được hai bên nỗ lực duy trì					
Hỗ trợ chính sách	Tôi được hỗ trợ từ chính sách tín dụng					
	Tôi được hỗ trợ về khoa học công nghệ					
	Tôi được hỗ trợ về liên kết thị trường					
	Các chính sách của chính phủ được cập nhật kịp thời					
	Các chính sách tác động lớn đến hoạt động chuỗi					
Cơ sở hạ tàng	Hệ thống tưới tiêu hoạt động tốt					
	Hệ thống đường giao thông thuận tiện					
	Hệ thống kho chứa và cơ sở chế biến tốt					
	Hệ thống điện, nước ở địa phương tốt					

Trân trọng cảm ơn !

Phụ lục 5. Một số kết quả phân tích dữ liệu

Kết quả phân tích Cronbach's Alpha

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.899	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Tôi có khả năng quyết định giá bán	10.85	7.066	0.725	0.887
Tôi có khả năng quyết định phương thức thanh toán	10.77	6.958	0.790	0.864
Tôi có khả năng quyết định đặc điểm lúa gạo	10.82	6.741	0.820	0.852
Tôi có khả năng quyết định thời gian thanh toán	10.83	6.896	0.764	0.873

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.901	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
De1	16.50	18.940	0.665	0.894
De2	16.70	18.342	0.612	0.900
De3	16.71	16.608	0.799	0.873
De4	16.81	16.573	0.762	0.879
De5	16.71	17.203	0.691	0.890
De6	16.67	15.777	0.866	0.861

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.878	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Ttin1	15.34	8.152	0.697	0.856
Ttin2	15.27	8.469	0.719	0.851
Ttin3	15.31	7.999	0.751	0.843
Ttin4	15.33	8.167	0.697	0.856
Ttin5	15.36	8.128	0.691	0.857

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.772	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Tinc1	7.67	1.544	0.643	0.651
Tinc2	7.46	1.896	0.540	0.763
Tinc3	7.50	1.563	0.644	0.650

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.816	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Tinb1	7.38	1.856	0.708	0.707
Tinb2	7.42	1.864	0.676	0.739
Tinb3	7.43	1.901	0.622	0.795

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.808	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Cam1	7.36	1.767	0.634	0.761
Cam2	7.25	1.670	0.669	0.725
Cam3	7.33	1.877	0.672	0.726

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.855	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Csach1	14.77	7.980	0.633	0.834
Csach2	14.70	7.489	0.756	0.802
Csach3	14.79	7.681	0.656	0.828
Csach4	14.79	7.951	0.601	0.842
Csach5	14.75	7.680	0.701	0.816

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.790	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Csht1	11.00	3.400	0.729	0.675
Csht2	11.06	3.768	0.557	0.758
Csht3	11.12	3.371	0.614	0.730
Csht4	10.92	3.543	0.514	0.784

Kết quả phân tích EFA

KMO and Bartlett's Test

EFA lần

1

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.889
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	4077.458
	df	406
	Sig.	0.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	10.395	35.844	35.844	10.395	35.844	35.844	4.225	14.568	14.568
2	3.646	12.574	48.418	3.646	12.574	48.418	3.649	12.582	27.149
3	1.892	6.525	54.943	1.892	6.525	54.943	3.566	12.297	39.446
4	1.524	5.255	60.198	1.524	5.255	60.198	3.540	12.208	51.655
5	1.321	4.555	64.753	1.321	4.555	64.753	2.476	8.538	60.193
6	1.110	3.826	68.579	1.110	3.826	68.579	2.432	8.387	68.579
7	0.999	3.444	72.023						
8	0.761	2.625	74.648						
9	0.746	2.574	77.222						
10	0.651	2.246	79.467						
11	0.609	2.099	81.566						
12	0.571	1.969	83.535						

13	0.480	1.655	85.190						
14	0.452	1.560	86.750						
15	0.423	1.460	88.209						
16	0.408	1.408	89.618						
17	0.400	1.379	90.997						
18	0.319	1.099	92.096						
19	0.314	1.082	93.179						
20	0.291	1.004	94.183						
21	0.266	0.916	95.098						
22	0.238	0.821	95.920						
23	0.228	0.785	96.705						
24	0.218	0.752	97.457						
25	0.200	0.688	98.146						
26	0.150	0.518	98.664						
27	0.144	0.497	99.161						
28	0.131	0.451	99.612						
29	0.113	0.388	100.000						

Extraction
Method:
Principal
Component
Analysis.

**Rotated Component
Matrix^a**

	Component 1	2	3	4	5	6
De6	0.921					
De3	0.858					
De4	0.838					
De5	0.782					
De1	0.702					
De2	0.702					
Csach2		0.852				
Csach5		0.794				
Csach4		0.617				
Csach3		0.611				
Csach1		0.588				
Csht4						
Ttin3			0.829			
Ttin1			0.687			
Ttin2			0.681			
Ttin4			0.680			
Ttin5			0.656			
Tinb1				0.811		
Tinb2				0.787		
Tinb3				0.748		
Tinc3				0.653		
Tinc1				0.621		
Cam1					0.764	
Cam3					0.669	
Cam2					0.660	
Tinc2						
Csht3						0.776
Csht1						0.757
Csht2						0.660

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

KMO and Bartlett's Test

EFA lần 2

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. 0.884

Bartlett's Test of Sphericity Approx. Chi-Square 3971.060

df 378

Sig. 0.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	10.051	35.898	35.898	10.051	35.898	35.898	4.217	15.062	15.062
2	3.624	12.941	48.839	3.624	12.941	48.839	3.598	12.851	27.912
3	1.882	6.720	55.560	1.882	6.720	55.560	3.566	12.735	40.648
4	1.524	5.441	61.001	1.524	5.441	61.001	3.481	12.431	53.078
5	1.311	4.682	65.683	1.311	4.682	65.683	2.423	8.654	61.732
6	1.101	3.931	69.614	1.101	3.931	69.614	2.207	7.881	69.614
7	0.998	3.564	73.177						
8	0.758	2.706	75.883						
9	0.685	2.446	78.329						
10	0.610	2.177	80.506						
11	0.593	2.116	82.622						
12	0.492	1.759	84.381						
13	0.479	1.712	86.093						
14	0.450	1.607	87.700						
15	0.418	1.492	89.193						
16	0.402	1.434	90.627						

17	0.320	1.142	91.770						
18	0.314	1.122	92.892						
19	0.294	1.051	93.943						
20	0.266	0.951	94.894						
21	0.240	0.857	95.750						
22	0.228	0.813	96.564						
23	0.218	0.779	97.343						
24	0.201	0.718	98.061						
25	0.153	0.545	98.606						
26	0.144	0.515	99.121						
27	0.132	0.472	99.592						
28	0.114	0.408	100.000						

Extraction Method: Principal
Component Analysis.

Rotated Component Matrix^a

	Component					
	1	2	3	4	5	6
De6	0.921					
De3	0.859					
De4	0.840					
De5	0.783					
De1	0.701					
De2	0.698					
Ttin3		0.829				
Ttin1		0.692				
Ttin4		0.689				
Ttin2		0.687				
Ttin5		0.654				
Csach2			0.850			
Csach5			0.795			
Csach4			0.622			

Csach3		0.616			
Csach1		0.588			
Csht4					
Tinb1			0.813		
Tinb2			0.789		
Tinb3			0.753		
Tinc3			0.657		
Tinc1			0.623		
Csht3				0.777	
Csht1				0.759	
Csht2				0.661	
Cam1					0.771
Cam3					0.665
Cam2					0.654

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

KMO and Bartlett's Test

EFA lần 3

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. 0.881

Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	3819.562
	df	351
	Sig.	0.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues	% of Variance	Cumulative %	Extraction Sums of Squared Loadings	% of Variance	Cumulative %	Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total			Total			Total	% of Variance	Cumulative %
1	9.620	35.631	35.631	9.620	35.631	35.631	4.206	15.576	15.576
2	3.622	13.415	49.046	3.622	13.415	49.046	3.586	13.281	28.857
3	1.845	6.834	55.880	1.845	6.834	55.880	3.484	12.904	41.761
4	1.511	5.597	61.477	1.511	5.597	61.477	3.238	11.994	53.756
5	1.311	4.855	66.332	1.311	4.855	66.332	2.309	8.551	62.307
6	1.099	4.072	70.404	1.099	4.072	70.404	2.186	8.097	70.404
7	0.989	3.663	74.066						
8	0.751	2.781	76.847						
9	0.669	2.478	79.325						
10	0.595	2.205	81.530						
11	0.503	1.865	83.395						
12	0.492	1.822	85.217						
13	0.471	1.746	86.963						
14	0.418	1.548	88.510						
15	0.402	1.488	89.998						
16	0.349	1.294	91.292						

17	0.320	1.184	92.477						
18	0.297	1.099	93.575						
19	0.280	1.037	94.612						
20	0.246	0.910	95.522						
21	0.230	0.854	96.375						
22	0.223	0.827	97.203						
23	0.201	0.746	97.948						
24	0.159	0.588	98.536						
25	0.148	0.547	99.083						
26	0.133	0.494	99.577						
27	0.114	0.423	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotated Component Matrix^a

	Component					
	1	2	3	4	5	6
De6	0.921					
De3	0.860					
De4	0.840					
De5	0.783					
De1	0.701					
De2	0.699					
Ttin3		0.834				
Ttin4		0.695				
Ttin2		0.693				
Ttin1		0.692				
Ttin5		0.658				
Tinb1			0.811			
Tinb2			0.792			
Tinb3			0.752			
Tinc3			0.664			

Tinc1		0.630			
Csach2			0.847		
Csach5			0.797		
Csach3			0.618		
Csach4			0.615		
Csach1			0.579		
Csht3				0.776	
Csht1				0.764	
Csht2				0.674	
Cam1					0.773
Cam3					0.661
Cam2					0.653

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính đa biến

Model Summary - mô hình 3

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.816 ^a	0.667	0.644	0.60164875

a. Predictors:
(Constant), Diện tích trồng lúa (m2), Niềm tin, Số năm đi học, Cơ sở hạ tầng, Sự cam kết, Hỗ trợ chính sách, Sự phụ thuộc, Giới tính, Tập thể hóa, Thích ứng với BĐKH, Tuổi, Tiếp cận thông tin thị trường

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	128.821	12	10.735	29.656	.000 ^b
	Residual	64.433	178	0.362		
	Total	193.254	190			

a. Dependent Variable: Quyền thương lượng

b. Predictors:
(Constant), Diện tích trồng lúa (m2), Niềm tin, Số năm đi học, Cơ sở hạ tầng, Sự cam kết, Hỗ trợ chính sách, Sự phụ thuộc, Giới tính, Tập thể hóa, Thích ứng với BĐKH, Tuổi, Tiếp cận thông tin thị trường

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------	-------------------------

		Coefficients						
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-0.519	0.315		-1.646	0.102		
	Sự phụ thuộc	0.195	0.049	0.193	3.939	0.000	0.777	1.288
	Tiếp cận thông tin thị trường	0.378	0.051	0.378	7.418	0.000	0.722	1.385
	Niềm tin	0.049	0.044	0.050	1.115	0.266	0.950	1.053
	Hỗ trợ chính sách	0.158	0.043	0.162	3.659	0.000	0.956	1.046
	Cơ sở hạ tầng	0.066	0.043	0.066	1.511	0.133	0.981	1.019
	Sự cam kết	0.176	0.044	0.176	3.973	0.000	0.953	1.050
	Tập thể hóa	0.215	0.104	0.104	2.067	0.040	0.740	1.351
	Thích ứng với BĐKH	0.727	0.127	0.288	5.745	0.000	0.743	1.346
	Giới tính	-0.220	0.109	-0.093	-2.013	0.046	0.880	1.137
	Tuổi	-0.006	0.005	-0.070	-1.380	0.169	0.738	1.356
	Số năm đi học	0.007	0.015	0.023	0.491	0.624	0.832	1.203
	Diện tích trồng lúa (m2)	6.437E-06	0.000	0.189	3.858	0.000	0.781	1.280

a. Dependent Variable: Quyền thương lượng

Model Summary- mô hình 2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.790 ^a	0.623	0.607	0.63239901

a. Predictors: (Constant), Thích ứng với BĐKH, Sự cam kết, Niềm tin, Cơ sở hạ tầng, Hỗ trợ chính sách, Tập thể hóa, Sự phụ thuộc, Tiếp cận thông tin thị trường

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	120.467	8	15.058	37.653	.000 ^b
	Residual	72.787	182	0.400		
	Total	193.254	190			

a. Dependent Variable: Quyền thương lượng

b. Predictors: (Constant), Thích ứng với BDKH, Sự cam kết, Niềm tin, Cơ sở hạ tầng, Hỗ trợ chính sách, Tập thể hóa, Sự phụ thuộc, Tiếp cận thông tin thị trường

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B		Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-0.848	0.137		-6.184	0.000		
	Sự phụ thuộc	0.216	0.050	0.215	4.306	0.000	0.829	1.207
	Tiếp cận thông tin thị trường	0.427	0.052	0.427	8.193	0.000	0.761	1.313
	Niềm tin	0.049	0.046	0.050	1.069	0.287	0.955	1.047
	Hỗ trợ chính sách	0.177	0.044	0.182	3.989	0.000	0.992	1.008
	Cơ sở hạ tầng	0.063	0.045	0.063	1.377	0.170	0.990	1.010
	Sự cam kết	0.191	0.046	0.192	4.185	0.000	0.984	1.016
	Tập thể hóa	0.203	0.108	0.098	1.876	0.062	0.754	1.325
	Thích ứng với BDKH	0.878	0.128	0.348	6.877	0.000	0.807	1.240

a. Dependent Variable: Quyền thương lượng

Model Summary - mô hình 1

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.494 ^a	0.244	0.230	0.87761636

a. Predictors:
(Constant), Diện tích trồng lúa (m2), Số năm đi học, Giới tính, Tuổi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	52.486	4	13.121	17.036	.000 ^b
	Residual	162.514	211	0.770		
	Total	215.000	215			

a. Dependent Variable: Quyền thương lượng

b. Predictors:
(Constant), Diện tích trồng lúa (m2), Số năm đi học, Giới tính, Tuổi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B		Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	0.479	0.374		1.281	0.202		
	Giới tính	-0.484	0.143	-0.206	-3.392	0.001	0.973	1.028
	Tuổi	-0.011	0.006	-0.125	-1.894	0.060	0.820	1.219
	Số năm đi học	-0.004	0.020	-0.013	-0.198	0.844	0.842	1.188
	Diện tích trồng lúa (m2)	1.466E-05	0.000	0.419	6.850	0.000	0.957	1.045

a. Dependent Variable: Quyền thương lượng