



DOI:10.22144/ctu.jvn.2018.023

## CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN KHẢ NĂNG TIẾP CẬN TÍN DỤNG THƯƠNG MẠI: TRƯỜNG HỢP MUA CHỊU VẬT TƯ NÔNG NGHIỆP CỦA HỘ NUÔI TÔM TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH KIÊN GIANG

Trần Thị Huỳnh Lê<sup>1\*</sup>, Nguyễn Thị Mỹ Linh<sup>1</sup> và Võ Thành Danh<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Khoa Kinh tế - Du lịch, Trường Đại học Kiên Giang

<sup>2</sup>Khoa Kinh tế, Trường Đại học Cần Thơ

\*Người chịu trách nhiệm về bài viết: Trần Thị Huỳnh Lê ([tthle@vnkgu.edu.vn](mailto:tthle@vnkgu.edu.vn))

### Thông tin chung:

Ngày nhận bài: 25/04/2017

Ngày nhận bài sửa: 14/10/2017

Ngày duyệt đăng: 28/02/2018

### Title:

An analysis of determinants of access to trade credit: A case of delayed payments in purchases of agricultural materials of shrimp households in Kien Giang Province

### Từ khóa:

Kiên Giang, nông hộ, tín dụng thương mại

### Keywords:

Kien Giang, households, trade credit

### ABSTRACT

Trade credit in purchasing of agricultural materials by shrimp households was a type of informal credit that was common in recent years. However, the access of shrimp households to delayed payments has been still constrained. This study is aimed at analyzing the determinants of the access to delayed payments and the amount of delayed payments in purchasing the agricultural materials by shrimp households in Kien Giang province. The research data were collected directly from a survey of 313 shrimp households in Kien Giang province in December 2015. The result of Probit model showed that the determinants of the delayed payments are the value of agricultural land; the relationship between the household and the agent; the distance from the household to the agent; the number of agents in the local areas; average income and amount of loan of formal credit. In addition, the results of Tobit model showed that the amount of delayed payments by shrimp farming households in Kien Giang province depends on determinants such as value of agricultural land; the distance from the household to the agent; the number of agents in the local; the relationship between the households and the agent; the amount of loan of formal credit and the householders' experience in shrimp farming.

### TÓM TẮT

Tín dụng thương mại là loại hình tín dụng phổ biến đối với hộ nuôi tôm trong thời gian qua. Tuy nhiên, việc tiếp cận tín dụng thương mại của nông hộ còn bị giới hạn. Nghiên cứu này nhằm mục đích phân tích các yếu tố quyết định khả năng tiếp cận và lượng tiền mua chịu vật tư nông nghiệp của các hộ nuôi tôm ở tỉnh Kiên Giang. Số liệu sử dụng trong nghiên cứu được thu thập trực tiếp từ 313 hộ nuôi tôm tỉnh Kiên Giang vào tháng 12 năm 2015. Kết quả mô hình Probit cho thấy việc tiếp cận tín dụng dưới hình thức mua chịu vật tư nông nghiệp của hộ chịu ảnh hưởng của các yếu tố như: giá trị đất nông nghiệp; khoảng cách từ nông hộ nuôi tôm đến đại lý vật tư; thời gian quen biết với đại lý vật tư; số lượng đại lý vật tư nông nghiệp ở địa phương; thu nhập bình quân và lượng tiền vay chính thức của hộ nuôi tôm. Bên cạnh đó, kết quả mô hình Tobit cho thấy lượng tiền mua trả chậm chịu tác động của các yếu tố: giá trị đất nông nghiệp; khoảng cách từ nông hộ đến đại lý vật tư; số lượng đại lý vật tư nông nghiệp trong địa bàn; thời gian quen biết với đại lý vật tư nông nghiệp ở địa phương; lượng tiền vay chính thức và số năm kinh nghiệm trong nghề nuôi tôm của chủ hộ.

Trích dẫn: Trần Thị Huỳnh Lê, Nguyễn Thị Mỹ Linh và Võ Thành Danh, 2018. Các yếu tố tác động đến khả năng tiếp cận tín dụng thương mại: Trường hợp mua chịu vật tư nông nghiệp của hộ nuôi tôm trên địa bàn tỉnh Kiên Giang. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ. 54(1D): 193-202.

## 1 ĐẶT VẤN ĐỀ

Những năm qua, Nhà nước đã có nhiều chính sách hỗ trợ vốn nhằm giúp đỡ hộ nông dân tỉnh Kiên Giang nâng cao hiệu quả sản xuất, cải thiện đời sống. Tuy nhiên, một thực trạng chung là hầu như các hộ thuộc diện được hỗ trợ luôn gặp khó khăn trong vấn đề tiếp cận nguồn vốn vay từ các tổ chức tín dụng chính thức trên địa bàn. Trong điều kiện đó, mua chịu vật tư nông nghiệp (VTNN) đã mở ra một cơ hội quý báu cho các nông hộ, giúp họ nhanh chóng có ngay vật tư để phục vụ cho hoạt động sản xuất mà không cần phải vay ở bất kỳ một tổ chức tín dụng nào khác. Hình thức mua chịu ra đời như một nhu cầu tất yếu, đây là hình thức thanh toán trả chậm dựa trên lòng tin giữa người mua và người bán. Hoạt động mua bán chịu giúp cho người mua có thể mua nhiều hàng hóa hơn số vốn sẵn có cũng như giúp người bán sẽ bán được hàng hóa với số lượng nhiều hơn bình thường, tránh tình trạng tồn kho, mặt khác có thể bán được giá cao hơn do lãi suất thỏa thuận giữa hai bên trong thanh toán. Mua chịu VTNN ngoài việc giúp nông hộ không phải trả lãi cao khi vay tín dụng đen, nó còn khuyến khích họ chăm lo vào hoạt động sản xuất, nâng cao chất lượng nông sản, tạo nguồn thu nhập ổn định cho gia đình. Mua bán chịu trong các giao dịch thương mại được xem là một trong những hình thức tín dụng phi chính thức, nhưng nếu xét về hiệu quả mang lại thì ta thấy hoạt động mua chịu góp phần bổ sung cho thị trường tín dụng chính thức. Qua kết quả khảo sát thực tế của tác giả trong năm 2015 cho thấy không phải ai có nhu cầu mua chịu cũng được chấp thuận, mặc dù người mua chịu phải trả giá cao hơn so với mua bằng tiền mặt. Nếu như nông hộ không tiếp cận được các tổ chức tín dụng chính thức và cũng không được chấp nhận cho mua chịu vật tư thì nông hộ sẽ rơi vào tình trạng không có vốn để sản xuất do đó không thể khai thác hiệu quả tiềm năng đất đai cũng như các nguồn lực khác để làm tăng thu nhập, dẫn đến tình trạng một số nông hộ phải chuyển nghề hoặc bỏ đất hoang từ đó sinh ra lãng phí và đói nghèo. Ở Việt Nam, hình thức mua chịu vật tư nông nghiệp là hình thức tín dụng thương mại khá phổ biến ở các vùng nông thôn và đã được tìm thấy qua thực nghiệm nghiên cứu của Phan Đình Khôi (2013), Trần Ái Kết (2014) ở các địa phương ĐBSCL. Từ những nghiên cứu trên cho thấy hình thức mua bán chịu hiện đang rất phổ biến tại các vùng nông thôn, tuy nhiên hiện nay chưa có nhiều nghiên cứu liên quan đến hình thức tiếp cận tín dụng này trên đối tượng hộ nuôi tôm ở địa bàn tỉnh Kiên Giang. Từ thực tiễn trên cho thấy việc thực hiện nghiên cứu “Phân tích các yếu tố tác động đến khả năng tiếp cận tín dụng thương mại trường hợp mua chịu VTNN của hộ nuôi tôm

trên địa bàn tỉnh Kiên Giang” là cần thiết nhằm: (1) Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận tín dụng thương mại dưới hình thức mua chịu VTNN của các hộ nuôi tôm trên địa bàn tỉnh Kiên Giang; (2) Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến lượng tiền mua chịu VTNN của nông hộ nuôi tôm trên địa bàn tỉnh Kiên Giang; (3) Đưa ra một số hàm ý chính sách nhằm góp phần nâng cao khả năng được chấp nhận cho mua chịu và các giải pháp làm tăng lượng tiền mua chịu VTNN đối với những hộ có nhu cầu.

## 2 CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

### 2.1 Cơ sở lý luận

Selima (2007) chỉ ra rằng khả năng tiếp cận tín dụng thương mại có thể được giải thích thông qua lý thuyết tài chính và lý thuyết thông tin bất đối xứng. Getachew *et al.* (2013) cho rằng việc tiếp cận tín dụng thương mại được giải thích thông qua lý thuyết tài chính, lý thuyết marketing, lý thuyết chi phí giao dịch và lý thuyết thanh khoản. Đối với lý thuyết thanh khoản bản chất là phần mở rộng của lý thuyết tài chính. Lý thuyết về tính thanh khoản giải thích tại sao các doanh nghiệp hay các khách hàng bị hạn chế tín dụng và những khách hàng có dòng thu nhập trong hoạt động sản xuất kinh doanh âm sử dụng tín dụng thương mại nhưng không giải thích được như lý thuyết tài chính lý do tại sao ngay cả các khách hàng lớn, không bị bất kỳ ràng buộc nào về tài chính cũng sử dụng tín dụng thương mại.

Thông qua thực tiễn nghiên cứu ở địa phương và trên cơ sở kế thừa lý luận từ những nghiên cứu trong nước trước đây, nghiên cứu này sẽ trình bày cụ thể 4 lý thuyết sau: Lý thuyết tài chính; Lý thuyết thông tin bất đối xứng; Lý thuyết Marketing; Lý thuyết chi phí giao dịch.

#### 2.1.1 Lý thuyết tài chính

Lý thuyết tài chính cho rằng các khách hàng không thể tiếp cận đến các khoản vay ngân hàng sẽ có nhu cầu cao hơn đối với tín dụng thương mại, vì nó có thể là một nguồn tài chính ngắn hạn quan trọng (Petersen and Rajan, 1997; Huyghebaert, 2006). Các khoản vay ngân hàng và tín dụng thương mại được coi là nguồn tài chính thay thế lẫn nhau. Quan điểm đối lập khác xem tín dụng thương mại và vay ngân hàng là hai nguồn tài chính bổ sung cho nhau (Chant and Walker, 1988; McMillan and Woodruff, 1999). Khách hàng có thể sử dụng tín dụng thương mại nhiều hơn ngay cả khi họ có khả năng tiếp cận với tín dụng ngân hàng khi đó tín dụng ngân hàng sẽ được sử dụng cho việc mở rộng nguồn vốn kinh doanh như mua tài sản và tín dụng thương mại để sử dụng cho việc mua hàng hoá.

### 2.1.2 Lý thuyết marketing

Lý thuyết marketing cho rằng trong một môi trường có nhiều nhà cung cấp, khách hàng có thể chuyển đổi dễ dàng nếu như nhà cung ứng không có biện pháp khuyến khích để duy trì những khách hàng của họ (Fisman and Raturi, 2004). Việc cung cấp tín dụng thương mại có thể xem là một công cụ dùng để giữ chân khách hàng. Ủng hộ quan điểm này Pike and Cheng (2003) trong nghiên cứu liên quan đến Lý thuyết marketing đã định rõ tầm quan trọng của áp lực cạnh tranh trên thị trường như một lý do để nhà cung ứng sẵn sàng cung cấp tín dụng thương mại cho các khách hàng.

### 2.1.3 Lý thuyết thông tin bất đối xứng

Lý thuyết thông tin bất đối xứng ngụ ý rằng người bán không hiểu rõ khách hàng như chính bản thân họ nên khó có thể phân biệt khách hàng này với khách hàng khác, nhất là về phương diện rủi ro. Tín dụng thương mại được xem là một giải pháp cho các vấn đề của thông tin bất đối xứng trong các giao dịch tín dụng chính thức. Theo Stiglitz and Weiss (1981), hạn chế tín dụng là do sự bất đối xứng về thông tin: rủi ro đạo đức và lựa chọn sai lầm. Biais and Gollier (1997) sử dụng sự lựa chọn sai lầm để phát triển một mô hình sử dụng lợi thế thông tin của tín dụng thương mại. Trong bối cảnh nghiên cứu, các tác giả cho rằng các nhà cung ứng có thể tiếp cận thông tin về các khách hàng với mức chi phí thấp hơn ngân hàng làm bởi vì nhà cung ứng thường nắm bắt thị trường và sản phẩm tốt hơn các ngân hàng, lợi thế này cho phép họ chọn những khách hàng có uy tín tín dụng trong việc cấp tín dụng thương mại (Petersen and Rajan, 1997).

### 2.1.4 Lý thuyết chi phí giao dịch

Schwartz (1974) chỉ ra rằng tín dụng thương mại là phương pháp giảm thiểu chi phí giao dịch, vì khách hàng không phải thanh toán nhiều lần theo số lần mua hàng hóa dịch vụ mà họ sẽ tích hợp các khoản chi trả theo định kỳ, do đó giảm được chi phí giao dịch. Cung cấp tín dụng thương mại là công cụ tốt nhất của nhà cung ứng trong việc kích thích người mua hàng thường xuyên hơn như vậy sẽ làm giảm thiểu hàng tồn kho cũng như chi phí bảo quản (Burkart and Ellingsen, 2004).

## 2.2 Lý luận các yếu tố tác động đến tín dụng thương mại

**Giá trị đất nông nghiệp:** Giá trị đất nông nghiệp là yếu tố cơ bản quyết định khả năng mua chịu của nông hộ. Để đánh giá năng lực trả nợ của người mua, người bán thường căn cứ vào giá trị đất sản xuất nông nghiệp, giá trị đất nông nghiệp càng cao nghĩa là diện tích đất càng lớn. Khi đó, họ sẽ dễ dàng mở rộng quy mô sản xuất, nâng cao thu nhập. Đất đai là

yếu tố quan trọng để người mua sử dụng số VTNN đúng mục đích, qua đó giúp đảm bảo khả năng trả nợ của nông hộ. Bên cạnh giá trị đất nông nghiệp có thể được coi là tài sản đảm bảo giúp người bán bù đắp tổn thất bằng cách cưỡng đoạt trong trường hợp người mua không trả nợ (Burkart and Ellingsen, 2004; Fatoki and Odeyemi, 2010; Lê Khương Ninh và Cao Văn Hôn, 2013).

**Thu nhập bình quân:** Các hộ có thu nhập cao dễ dàng được chấp nhận cho mua chịu hơn (khi có nhu cầu) bởi thường được xem là có khả năng trả nợ tốt hơn và có nhiều uy tín hơn (Burkart and Ellingsen, 2004; Lê Khương Ninh và Cao Văn Hôn, 2013). Những người có thu nhập cao thường có điều kiện tạo lập mối quan hệ xã hội rộng rãi do vậy khả năng thu thập thông tin về họ cũng sẽ dễ dàng hơn. Bên cạnh, thu nhập cũng là một trong những tiêu chí đánh giá chất lượng cũng như uy tín người mua, những hộ có thu nhập cao thường khả năng không trả nợ thấp.

**Độ dài thời gian quen biết:** Thể hiện được phẩm chất của người mua. Thông qua độ dài thời gian quen biết các đại lý sẽ đánh giá được phẩm chất tốt xấu của người mua. Trong các nghiên cứu của Fatoki and Odeyemi (2010); Hermes *et al.* (2012); Lê Khương Ninh và Cao Văn Hôn (2013); Getachew *et al.* (2013); Trần Ái Kết và Nguyễn Thành Tích (2014) đã tìm thấy mối quan hệ tích cực giữa khả năng chấp nhận mua chịu với độ dài thời gian quen biết giữa người mua và người bán. Nếu thời gian quen biết càng dài thì hai bên càng hiểu rõ về nhau, vì vậy hiện tượng thông tin bất đối xứng được giảm thiểu và người mua sẽ dễ được chấp thuận cho mua chịu hơn.

**Khoảng cách địa lý giữa người bán và người mua:** Thể hiện mức độ gần gũi về khoảng cách địa lý giữa người bán và người mua. Thông thường, nếu sống càng gần người bán thì người mua sẽ ít có động cơ không trả nợ vì ở nông thôn những hộ sống gần nhau thường sẽ gần gũi và gắn bó với nhau hơn do tình nghĩa xóm làng, bè bạn hay huyết thống. Do đó, khoảng cách địa lý giữa người bán và người mua là yếu tố giúp người bán củng cố thêm thông tin về khách hàng của họ (Fatoki and Odeyemi, 2010; Lê Khương Ninh và Cao Văn Hôn, 2013).

**Lượng vay chính thức:** Các nghiên cứu trong Lý thuyết tài chính của Burkart and Ellingsen (2004); Fabbri and Menichini (2010) cho thấy có mối quan hệ nhất định giữa vay tín dụng chính thức với hoạt động mua chịu. Theo đó, các đối tượng tham gia vay tín dụng chính thức sẽ dễ dàng được chấp nhận cho mua chịu khi có nhu cầu bởi thường được xem là có uy tín tín dụng. Hơn nữa, lượng vay tín dụng chính thức và hàng hóa mua chịu sẽ bổ sung cho nhau để

làm tăng tính hiệu quả của sản xuất Lê Khương Ninh và Cao Văn Hôn (2013). Nghiên cứu của Trần Ái Kết và Nguyễn Thành Tích (2014) cho thấy trang trại bị giới hạn tín dụng ngân hàng có khả năng sử dụng tín dụng thương mại cao hơn.

**Thời gian sống tại địa phương:** Những người có thời gian sống lâu năm ở địa phương cũng dễ được chấp nhận cho mua chịu vì người bán có nhiều thông tin hơn về họ để thẩm định năng lực và ý định trả nợ cũng như có nhiều thời gian hơn để xây dựng mối quan hệ thân tình mang tính chất ràng buộc, các hộ sống càng lâu ở địa phương thì khả năng di cư cũng thấp hơn, điều này góp phần bảo đảm hơn cho quyết định bán chịu. Thời gian sinh sống ở địa phương là một thông tin quan trọng giúp người bán đánh giá và chọn lọc đúng về người mua để có thể giảm thiểu rủi ro cho mình (Lê Khương Ninh và Cao Văn Hôn, 2013).

**Số nhân khẩu trong gia đình:** Hermes *et al.* (2012) cho rằng số thành viên trong gia đình càng đông thì chủ hộ có nhiều khả năng mua chịu hơn những hộ có ít thành viên hơn. Tính chất về nhân khẩu của hộ gia đình ở nông thôn thường đông về số lượng, vì vậy gia đình càng đông nhân khẩu thì chi tiêu cũng tăng theo. Đặc biệt, đối với các gia đình có tỷ lệ phụ thuộc cao, chi tiêu tăng dẫn đến vốn đầu tư giảm, khi đó nhu cầu nhận tài trợ vốn cho hoạt động sản xuất nông nghiệp tăng lên, điều này làm tăng khả năng mua chịu của hộ.

**Mức độ cạnh tranh của thị trường:** Lý thuyết marketing cho rằng khi thị trường không cạnh tranh thì người bán hầu như không muốn bán chịu cho khách hàng của mình vì họ không cần phải làm điều đó, nhưng trường hợp thị trường quá nhiều nhà cung cấp thì người mua sẽ có nhiều sự lựa chọn, họ sẽ dễ dàng tìm thấy nguồn tài trợ từ người bán khi đó bán chịu như một hình thức quảng cáo thương hiệu của người bán trên thị trường nhằm mở rộng thị phần và uy tín với khách hàng và mục tiêu nhà cung cấp tín dụng thương mại hướng đến là tạo mối quan hệ lâu dài với khách hàng của mình (Fisman and Raturi, 2004).

**Kinh nghiệm sản xuất:** Là số năm hoạt động trong lĩnh vực sản xuất kinh doanh, yếu tố này được tìm thấy trong nghiên cứu của Fatoki and Odeyemi (2010). Đối với ngành nông nghiệp kinh nghiệm sản xuất là số năm nông hộ tham gia hoạt động sản xuất nông nghiệp, số năm kinh nghiệm càng dài thì năng suất sản xuất có thể tăng làm tăng hiệu quả hoạt động. Hơn nữa, các hộ kinh nghiệm nhiều thường có thu nhập ổn định nên họ tích lũy được nhiều tài sản vì vậy rủi ro mất vốn sẽ giảm, do đó khi họ có nhu

cầu mua chịu thì sẽ dễ dàng được chấp nhận hơn so với các hộ mới tham gia.

**Giới tính của chủ hộ:** Getachew *et al.* (2013) cho rằng có sự khác biệt về khả năng mua chịu giữa chủ hộ là nam và chủ hộ là nữ, đối với chủ hộ là nam thì khả năng tiếp cận hình thức mua chịu dễ dàng hơn so với chủ hộ là nữ. Do chủ hộ là nam có khả năng giao tiếp cũng như thương lượng với người bán tốt hơn nữ, vì vậy khả năng chấp nhận cho mua chịu của người bán sẽ cao. Do vậy, giới tính cũng sẽ ảnh hưởng đến hoạt động mua chịu của nông hộ.

**Trình độ học vấn của chủ hộ:** Fatoki and Odeyemi (2010) cho rằng trình độ học vấn có ảnh hưởng tích cực đến khả năng mua chịu của khách hàng, người mua có trình độ học vấn cao khi đó khả năng thương lượng cũng như giao tiếp với người bán cũng sẽ cao; hơn nữa những hộ có trình độ học vấn cao có khả năng quản lý tài chính cũng như quản lý hoạt động sản xuất tốt hơn; bên cạnh những chủ hộ có học vấn cao thường tiếp cận với nhiều nguồn thông tin phục vụ cho quá trình canh tác tốt hơn, vì thế hiệu quả sản xuất cũng được cải thiện hơn và họ sẽ dễ dàng mua chịu hơn.

## 2.3 Phương pháp nghiên cứu

### 2.3.1 Phương pháp chọn mẫu

Trong nghiên cứu này, phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên đơn giản được sử dụng, cỡ mẫu được xác định dựa theo nghiên cứu của Tabachnick and Fidell (2007) với  $n$  và  $m$  lần lượt là cỡ mẫu và số biến độc lập khi đó ta có công thức xác định như sau:

$$n \geq 50 + 8m$$

Như vậy, với 11 biến độc lập cỡ mẫu cần thu thập ít nhất là 138 quan sát.

### 2.3.2 Đối tượng khảo sát và phương pháp chọn vùng nghiên cứu

– **Đối tượng khảo sát và phương pháp chọn vùng nghiên cứu:** Là các hộ nuôi tôm có tham gia mua chịu vật tư nông nghiệp vùng ven biển tỉnh Kiên Giang thời gian tháng 12/2015.

– **Phương pháp chọn vùng nghiên cứu:** Dựa vào Niên giám Thống kê 2015 và lựa chọn những địa bàn có mật độ cũng như diện tích nuôi tôm cao nhất trong các huyện ven biển làm địa bàn nghiên cứu cho đề tài. Cụ thể, tổng diện tích nuôi tôm ở 3 huyện An Biên, An Minh và Vĩnh Thuận là 80.304 ha, chiếm 81,32% tổng diện tích nuôi tôm toàn tỉnh Kiên Giang năm 2015; từ kết quả thống kê trên chọn 3 huyện An Biên, An Minh và Vĩnh Thuận làm địa bàn nghiên cứu.



**Bảng 1: Cơ cấu mẫu nghiên cứu và số quan sát cho từng khu vực**

Huyện	Thị trấn/Xã	Số hộ	Số hộ được phỏng vấn	Tỷ trọng
<b>An Minh</b>		<b>7.400</b>	<b>151</b>	<b>0,48</b>
Trong đó:				
	Đông Hòa	3.612	72	0,23
	Thuận Hòa	2.273	47	0,15
	Vân Khánh	1.515	32	0,10
<b>An Biên</b>		<b>2.029</b>	<b>41</b>	<b>0,13</b>
Trong đó:				
	Đông Thái	1.021	23	0,07
	Đông Yên	476	9	0,03
	Nam Yên	532	9	0,03
<b>Vĩnh Thuận</b>		<b>5.980</b>	<b>120</b>	<b>0,39</b>
Trong đó:				
	Tân Thuận	2.984	60	0,19
	Vĩnh Bình Nam	1.134	23	0,07
	Vĩnh Phong	1.862	38	0,12
<b>Tổng số</b>		<b>15.409</b>	<b>313</b>	<b>1,00</b>

Nguồn: Phòng nông nghiệp và phát triển nông thôn huyện An Minh, An Biên, Vĩnh thuận, 2015

2.3.3 Phương pháp phân tích

Để xác định các yếu tố tác động đến xác suất nông hộ được chấp nhận cho mua chịu VTNN của hộ nuôi tôm, nghiên cứu sử dụng mô hình Probit và tiếp theo sử dụng mô hình hồi quy Tobit để phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến lượng tiền được các cửa hàng VTNN chấp nhận bán chịu cho hộ nuôi tôm trong địa bàn.

**Mô hình Probit**

Mô hình Probit được trình bày như sau:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_i X_i + u_i$$

Trong đó: biến phụ thuộc  $Y_i$  nhận giá trị bằng 1 nếu hộ có mua chịu, và nhận giá trị 0 nếu hộ không mua chịu.  $X_i$  là biến độc lập có ảnh hưởng đến khả năng nhận được nguồn tín dụng thương mại của hộ nuôi tôm,  $\beta_0$  là tung độ góc,  $u_i$  là sai số mô hình.

**Bảng 2: Ý nghĩa của các biến độc lập và kỳ vọng về dấu  $\beta_i$  trong mô hình Probit**

Tên biến	Ý nghĩa của biến số	Kỳ vọng
GIOITINH	Giới tính chủ hộ (= 1 là nam, = 0 là nữ)	+
SODAILY	Số lượng đại lý vật tư nông nghiệp trong địa bàn (số đại lý)	+
GIATRIDA TNN	Giá trị đất nông nghiệp của hộ (triệu đồng)	+
THUNHAP	Thu nhập bình quân đầu người (triệu đồng/người/năm)	+
TGSONGDP	Thời gian sống ở địa phương của hộ nuôi tôm (năm)	+
TGQUENBIET	Thời gian hộ nuôi tôm quen biết với đại lý vật tư nông nghiệp	+
KHOANGCACH	Khoảng cách từ hộ nuôi tôm đến đại lý vật tư nông nghiệp (km)	-
LUONGCT	Lượng tiền vay tín dụng chính thức của hộ (triệu đồng)	-
KINHNGHIEM	Số năm nông hộ tham gia nuôi tôm (năm)	+
HOCVAN	Học vấn của chủ hộ (lớp)	+
SONHANKHAU	Số thành viên trong gia đình (người)	+

Ghi chú: Dấu (-) thể hiện quan hệ ngược chiều, dấu (+) thể hiện quan hệ cùng chiều giữa biến độc lập so với biến phụ thuộc

**Mô hình Tobit**

Mô hình Tobit được trình bày như sau:

$$y_i = \begin{cases} y_i^* = \beta x_i + u_i & \text{nếu } y_i^* > 0 \\ 0 & \text{nếu } y_i^* \leq 0 \end{cases} \quad \text{với}$$

$$u_i \sim N(0, \sigma^2)$$

Trong đó:  $Y$  là biến độc lập thể hiện lượng tiền mua chịu trong năm 2015 của hộ nuôi tôm, biến  $X_i$  là biến độc lập có ảnh hưởng đến lượng tiền mua chịu của hộ nuôi tôm,  $u_i$  là sai số mô hình hồi quy.

**Bảng 3: Ý nghĩa biến độc lập và kỳ vọng về dấu hệ số  $\beta_i$  trong mô hình Tobit**

Ký hiệu	Ý nghĩa các biến	Kỳ vọng
GIOITINH	Giới tính của chủ hộ (=1 nam, =0 nữ)	+
SODAILY	Số lượng đại lý vật tư trong địa bàn (đại lý)	+
GIATRIDATNN	Giá trị đất nông nghiệp (triệu đồng)	+
THUNHAP	Thu nhập bình quân đầu người (triệu đồng/người/ năm)	+
TGSONGDP	Thời gian sống ở địa phương (năm)	+
TGQUENBIET	Thời gian quen biết của hộ nuôi tôm với đại lý vật tư nông nghiệp (năm)	+
KHOANGCACH	Khoảng cách từ hộ nuôi tôm đến đại lý vật tư nông nghiệp (km)	-
LUONGCT	Lượng tiền vay tín dụng tín dụng chính thức của hộ (triệu đồng)	-
KINHNGHIEM	Số năm tham gia nuôi tôm (năm)	+
HOCVAN	Học vấn của chủ hộ (lớp)	+
SONHANKHAU	Số thành viên trong gia đình (người)	+

Ghi chú: Dấu (-) thể hiện quan hệ ngược chiều, dấu (+) thể hiện quan hệ cùng chiều giữa biến độc lập so với biến phụ thuộc

### 3 KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

#### 3.1 Một số đặc điểm cơ bản về hộ nuôi tôm

Kết quả thống kê mô tả ở Bảng 4 cho thấy các hộ có thời gian sinh sống ở địa phương khá dài trung bình khoảng trên 43 năm. Vì nông hộ sống lâu năm ở địa phương nên thời gian quen biết giữa các nông hộ trong mẫu khảo sát và đại lý VTNN là khá dài, bình quân trên 5 năm có trường hợp thời gian này lên đến 14 năm. Khoảng cách giữa đại lý VTNN và

nông hộ cũng tương đối gần khoảng 3,62 km, khoảng cách này cũng là câu trả lời cho việc trong địa bàn có đến 241 hộ tham gia mua chịu VTNN. Giá trị đất nông nghiệp bình quân của nông hộ trong mẫu khảo sát là không cao (bình quân 352,48 triệu) do quy mô diện tích không lớn (bình quân khoảng 1,55 ha/hộ tương đương mỗi hộ chiếm gần 16.000 m<sup>2</sup>).

**Bảng 4: Các đặc điểm cơ bản về nông hộ trong mẫu khảo sát**

Đặc điểm	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Nhỏ nhất	Lớn nhất
Thời gian sinh sống ở địa phương (năm)	43,40	14,89	1,00	70,00
Thời gian quen biết giữa nông hộ và đại lý VTNN (năm)	5,43	3,367	1,00	14,00
Khoảng cách địa lý giữa nông hộ và đại lý VTNN (km)	3,62	1,64	1,00	10,00
Giá trị đất nông nghiệp (triệu đồng)	352,48	175,57	45,66	1095,98
Thu nhập bình quân đầu người (triệu đồng/năm)	36,02	28,16	7,00	197,00
Thời gian tham gia nuôi tôm (năm)	4,77	2,61	1,00	15,00
Số tiền vay tín dụng chính thức (triệu đồng/năm)	27,51	30,11	0,00	200,00
Số tiền mua chịu VTNN (triệu đồng/năm)	32,48	20,25	0,00	91,30
Học vấn của chủ hộ (lớp)	5,71	2,19	0,00	11,00
Số thành viên trong gia đình (người)	4,75	1,13	2,00	10,00
Số lượng đại lý VTNN (số đại lý)	4,23	1,00	2,00	9,00

Nguồn: Kết quả thống kê từ nguồn số liệu tự khảo sát, 2015

Thu nhập bình quân đầu người của nông hộ nuôi tôm khoảng 36,02 triệu đồng/năm, mức thu nhập không ổn định do hầu hết các thành viên vào tuổi lao động trong gia đình đều tham gia vào hoạt động nuôi trồng. Tuy ít bị giới hạn về nguồn vốn chính thức nhưng lượng vốn vay được cung ứng từ các tổ chức tín dụng không nhiều, vì vậy nông hộ nuôi tôm có thể sẽ đối mặt với nguy cơ thiếu vốn đầu tư cho hoạt động nuôi trồng. Khi thiếu vốn, các hộ nuôi tôm ở 3 huyện An Biên, An Minh và Vĩnh Thuận có nhu cầu cao trong việc mua chịu VTNN để đảm bảo thời vụ sản xuất và phòng trừ dịch bệnh. Tuy nhiên, trong số 313 hộ được khảo sát, lại có 72 hộ không được

chấp nhận cho mua chịu chiếm 23% số quan sát. Khác với việc hạn chế lượng vốn cho vay tại các tổ chức tín dụng, số tiền mua chịu VTNN bình quân một năm của nông hộ trong mẫu khảo sát tương đối cao vào khoảng 32,48 triệu đồng/người. Có những hộ được chấp nhận cho mua chịu vật tư với số tiền lên đến 91,30 triệu đồng.

#### 3.2 Kết quả ước lượng

Quá trình kiểm định hệ số tự tương quan giữa các biến độc lập < 0,8 và hệ số phóng đại phương sai VIF= 1,18 < 10 ta có thể kết luận không có hiện tượng đa cộng tuyến trong mô hình ước lượng (Phạm Trí Cao và Vũ Minh Tuấn, 2006).

**Bảng 5: Kết quả ước lượng mô hình Probit**

Biến số	Hệ số $\beta$	dy/dx	std	Giá trị P
Hằng số	-2,785	-	1,025	-
Giới tính của chủ hộ	0,329	0,049	0,282	0,307
Số lượng đại lý VTNN trong địa bàn	0,439	0,055	0,138	0,005
Giá trị đất nông nghiệp	0,005	0,001	0,001	0,000
Thu nhập bình quân	0,011	0,001	0,007	0,074
Thời gian sống địa phương	0,003	0,001	0,008	0,655
Thời gian quen biết với chủ đại lý	0,217	0,027	0,047	0,000
Khoảng cách từ nhà nông hộ đến đại lý VTNN	-0,283	-0,035	0,071	0,001
Lượng vay chính thức	0,007	0,001	0,005	0,080
Kinh nghiệm canh tác	0,066	0,008	0,051	0,284
Học vấn của chủ hộ	-0,036	-0,004	0,056	0,519
Số thành viên trong gia đình	-0,086	-0,011	0,119	0,437
Số quan sát				313
Pseudo R <sup>2</sup>				52,28%
LR $\chi^2$				176,51
Giá trị kiểm định mô hình				0,000
Phần trăm dự báo chính xác				88,74%

Nguồn: Điều tra 313 hộ nuôi tôm trên địa bàn tỉnh Kiên Giang 2015

Theo số liệu phân tích từ Bảng 5, giá trị LR  $\chi^2 = 176,51$ , Prob >  $\chi^2 = 0,0000 < 0,01$  cho biết mô hình là phù hợp với mức ý nghĩa 1% và ta bác bỏ giả thuyết Ho: tất cả các biến độc lập đưa vào mô hình không có biến nào tác động đến xác suất được mua chịu của nông hộ (nuôi tôm) với phần trăm dự báo đúng về xác suất nông hộ được mua chịu trong mô hình Probit là 89,78%.

Kết quả phân tích trong mô hình cho biết có 6 yếu tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận lượng tiền mua chịu VTNN của hộ nuôi tôm Kiên Giang. Các biến trên tác động lên xác suất mua chịu của nông hộ với mức ý nghĩa 1% -10%.

*Thời gian quen biết giữa chủ đại lý VTNN với nông hộ nuôi tôm:* Hệ số  $\beta$  của biến TGQUENBIET là 0,217, biến này có tương quan thuận với xác suất được chấp nhận cho mua chịu của nông hộ ở mức ý nghĩa 1%. Kết quả phân tích phù hợp với các nghiên cứu của Fatoki and Odeyemi (2010); Getachew et al. (2013). Nghĩa là những hộ có thời gian quen biết với chủ đại lý càng cao thì càng dễ dàng được chấp nhận cho mua chịu VTNN của chủ đại lý đó. Cụ thể, trong điều kiện các nhân tố khác không đổi, khi thời gian quen biết với đại lý vật tư tăng thêm 1 năm thì khả năng được chấp nhận cho mua chịu kỳ vọng tăng lên 2,7%.

*Số lượng các đại lý vật tư trong địa bàn của hộ nuôi tôm:* Hệ số  $\beta$  của biến SODAILY là 0,439 biến này có tương quan thuận với xác suất được chấp nhận cho mua chịu của nông hộ ở mức ý nghĩa 1%. Kết quả ước lượng phù hợp với Lý thuyết marketing, trong một khu vực hay một địa bàn nếu số lượng các

đại lý VTNN càng nhiều thì nông hộ càng có nhiều cơ hội lựa chọn nơi mua chịu và hầu như lãi suất cũng sẽ thấp hơn so với những khu vực có ít hơn những đại lý VTNN do tính cạnh tranh của việc thương mại của các đại lý vật tư. Cụ thể, trong điều kiện các nhân tố khác cố định, khi số lượng đại lý trong địa bàn tăng lên 1 đại lý thì xác suất được mua chịu kỳ vọng tăng lên 5,5%.

*Giá trị đất nông nghiệp:* Hệ số  $\beta$  của biến GIATRIDATNN là 0,005 nghĩa là biến này có tương quan thuận với xác suất được chấp nhận cho mua chịu của nông hộ ở mức ý nghĩa 1%. Kết quả mô hình ước lượng phù hợp với nghiên cứu của Burkart and Ellingsen (2004), Fatoki and Odeyemi (2010) cho rằng những hộ có giá trị tài sản hay quy mô hoạt động càng lớn khả năng tiếp cận mua chịu càng cao. Điều này cho thấy việc nông hộ có giá trị đất canh tác càng nhiều thì khả năng được chấp nhận cho mua chịu từ các chủ đại lý vật tư trong địa bàn càng cao. Cụ thể, trong điều kiện các nhân tố khác không đổi khi giá trị đất nông nghiệp tăng lên 1 triệu đồng thì xác suất hộ được chấp nhận cho mua chịu kỳ vọng tăng lên 0,1%.

*Thu nhập bình quân/người:* hệ số  $\beta$  biến THUNHAP là 0,011 với ý nghĩa 10%. Theo Burkart and Ellingsen (2004), khách hàng có năng lực tài chính càng lớn thì khả năng tiếp cận mua chịu từ nhà cung ứng càng tăng. Thu nhập bình quân cũng là một trong những nhân tố thể hiện năng lực tài chính của nông hộ nuôi tôm. Hộ có thu nhập bình quân đầu người càng cao thì càng dễ dàng được tiếp cận với việc mua chịu của đại lý VTNN. Thu nhập được thể hiện thông qua hoạt động nuôi trồng và các hoạt

động khác. Thu nhập có thể được xem như nguồn trả nợ chính của nông hộ nuôi tôm do vậy các chủ đại lý sẽ không ngần ngại bán chịu cho những hộ có thu nhập cao. Cụ thể, trong điều kiện các nhân tố khác không đổi, khi thu nhập bình quân tăng lên 1 triệu đồng thì xác suất được mua chịu kỳ vọng tăng lên 0,1%.

*Khoảng cách từ nhà nông hộ nuôi tôm đến cửa hàng vật tư:* khoảng cách chính là một trong những rào cản lớn nhất ảnh hưởng đến việc tiếp cận nguồn vốn mua chịu của hộ nuôi tôm (Fatoki and Odeyemi, 2010). Hệ số  $\beta$  của biến KHOANGCACH là - 0,283 ở mức ý nghĩa 1%, điều này nghĩa là nông hộ sống càng xa địa điểm kinh doanh của các đại lý vật tư thì càng ít được chấp nhận cho mua chịu. Cụ thể, trong điều kiện các nhân tố khác không đổi, khi khoảng cách từ nông hộ đến đại lý vật tư tăng 1 km thì xác suất được chấp nhận cho mua chịu kỳ vọng giảm 3,5%.

*Lượng tiền vay chính thức:* hệ số  $\beta$  biến LUONGCT là 0,007 biến này tương quan thuận với khả năng mua chịu VTNN với mức ý nghĩa 10%. Phù hợp với Lý thuyết tài chính, điều này nghĩa là

nông hộ vay chính thức với lượng tiền càng nhiều sẽ càng dễ dàng được chấp nhận cho mua chịu từ nhà cung ứng. Cụ thể, trong điều kiện các yếu tố khác không đổi khi lượng vốn vay chính thức tăng 1 triệu đồng thì xác suất được mua chịu kỳ vọng tăng lên 0,1%.

Kết quả nghiên cứu còn cho thấy các yếu tố khác như giới tính của chủ hộ, số lượng nhân khẩu trong gia đình, số năm kinh nghiệm canh tác, trình độ học vấn, số năm sinh sống ở địa phương của chủ hộ cũng có ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận mua chịu của nông hộ, tuy nhiên ảnh hưởng ở mức chưa có ý nghĩa thống kê.

**3.3 Các yếu tố tác động đến lượng tiền mua chịu vật tư nông nghiệp của hộ nuôi tôm trên địa bàn tỉnh Kiên Giang**

Theo số liệu trình bày ở Bảng 6 cho thấy giá trị LR  $\chi^2 = 199.21$ , Prob >  $\chi^2 = 0,0000 < 0,01$ . Điều này phù hợp với mức ý nghĩa 1% và ta bác bỏ giả thuyết Ho (Ho: tất cả các biến độc lập đưa vào mô hình không có biến nào tác động đến lượng tiền mua chịu của nông hộ nuôi tôm).

**Bảng 6: Kết quả ước lượng mô hình Tobit**

Biến số	Hệ số $\beta$	dy/dx	Giá trị P
Hằng số	-13,333	-	-
Giới tính của chủ hộ	1,015	1,015	0,729
Số lượng đại lý VTNN trong địa bàn	3,647	3,647	0,005
Giá trị đất nông nghiệp	0,040	0,040	0,000
Thu nhập bình quân	0,033	0,033	0,443
Thời gian sống địa phương	0,089	0,089	0,269
Thời gian quen biết với chủ đại lý	1,822	1,822	0,000
Khoảng cách từ nhà nông hộ đến đại lý VTNN	-3,527	-3,527	0,000
Lượng vay chính thức	0,131	0,131	0,001
Kinh nghiệm canh tác	1,689	1,689	0,000
Học vấn của chủ hộ	-0,242	-0,242	0,641
Số thành viên trong gia đình	0,014	0,014	0,990
Số quan sát			313
Pseudo R <sup>2</sup>			0.0827
LR $\chi^2$			199.21
Giá trị kiểm định mô hình			0,000

Nguồn: Kết quả điều tra 313 hộ nuôi tôm trên địa bàn tỉnh Kiên Giang, 2015

Kết quả ước lượng ở Bảng 6 cho thấy rằng trong số 11 biến đưa vào mô hình thì 6 biến có ý nghĩa thống kê với mức ý nghĩa 1%. Trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, sự thay đổi của từng yếu tố sẽ tác động đến số tiền mua chịu VTNN mà hộ nuôi tôm nhận được trong mỗi năm.

Số lượng các đại lý vật tư trong địa bàn của hộ nuôi tôm: Với tác động biên 3,647 biến này có tương quan thuận với lượng tiền mua chịu của nông hộ ở mức ý nghĩa 1%. Kết quả nghiên cứu phù hợp với

Lý thuyết marketing cho thấy số lượng đại lý vật tư trong địa bàn tác động mạnh nhất đến biến phụ thuộc, điều này đúng với kỳ vọng. Lý thuyết marketing cho rằng trong môi trường cạnh tranh, khách hàng có thể dễ dàng thay đổi nơi mua chịu nếu bên cung ứng không có biện pháp tốt để giữ chân khách hàng, Fisman and Raturi (2004). Lập luận trên đúng với thị trường mua chịu VTNN tỉnh Kiên Giang. Trong điều kiện các điều kiện khác là cố định khi trong địa bàn số lượng đại lý vật tư tăng



lên 1 thì lượng vốn cung ứng được kỳ vọng sẽ tăng lên 3,647 triệu đồng.

**Giá trị đất nông nghiệp:** kết quả mô hình cho thấy tác động biên của biến nhận giá trị dương 0,040 với mức ý nghĩa 1%. Điều này cho thấy các cửa hàng VTNN có xu hướng bán chịu nhiều với các nông dân có đất canh tác nhiều. Một thực tế khác, số tiền mua chịu vật tư nhiều hay ít phụ thuộc nhiều vào giá trị đất nông nghiệp của chủ hộ vì giá trị đất nhiều thì quy mô canh tác cũng nhiều do vậy lượng vật tư sử dụng cũng sẽ nhiều. Cụ thể, trong điều kiện các nhân tố khác không đổi khi giá trị đất nông nghiệp của nông hộ tăng lên 1 triệu đồng thì lượng vốn bán mua chịu kỳ vọng sẽ tăng lên 40 ngàn đồng.

**Thời gian quen biết giữa chủ đại lý VTNN với nông hộ:** Kết quả ước lượng cho thấy tác động biên của biến là 1,822 mức ý nghĩa 1%. Nghĩa là, thời gian quen biết với đại lý càng dài thì khả năng hiểu nhau càng cao, do vậy giảm hiện tượng sử dụng vốn sai mục đích và lựa chọn sai lầm được đề cập trong Lý thuyết thông tin bất đối xứng trong tín dụng thương mại. Vì vậy, thông thường các hộ lâu năm sẽ dễ dàng được chấp nhận cho mua chịu với lượng tiền cao. Cụ thể, trong điều kiện các nhân tố khác không đổi, khi thời gian quen biết giữa chủ đại lý vật tư với chủ hộ kỳ vọng tăng thêm 1 năm thì lượng tiền bán chịu kỳ vọng sẽ tăng lên 1,822 triệu đồng.

**Khoảng cách từ nhà nông hộ đến cửa hàng VTNN:** Vị trí địa lý cũng là một trong những nhân tố quan trọng quyết định lượng tiền mua chịu VTNN của nông hộ. Đúng với kì vọng ban đầu hệ số  $\beta$  có giá trị âm với tác động biên -3,527 ở mức ý nghĩa 1%, nông hộ sống càng xa trung tâm, càng xa đại lý vật tư thì lượng tiền mua chịu càng giảm và ngược lại. Nhìn vào kết quả mô hình Tobit cho thấy trong điều kiện các yếu tố khác không đổi khi khoảng cách từ nông hộ đến đại lý giảm 1 km thì lượng tiền mua chịu kỳ vọng tăng lên 3,527 triệu đồng.

**Lượng tiền vay tín dụng chính thức:** Tác động biên là 0,131 như vậy biến LUONGCT có tương quan dương với lượng tiền mua chịu VTNN với mức ý nghĩa 5%. Điều này có nghĩa các hộ được vay chính thức với lượng vốn càng nhiều là những hộ có uy tín và đã được thẩm định từ các tổ chức tín dụng, cho nên các hộ này cũng dễ dàng được chấp nhận cho mua chịu với lượng tiền nhiều hơn so với các hộ không có vay vốn từ các tổ chức tín dụng. Cụ thể, trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, khi lượng vốn vay của hộ tăng lên 1 triệu đồng thì kỳ vọng sẽ tham gia mua chịu với lượng tiền mua chịu tăng thêm 131 nghìn đồng.

**Số năm hoạt động trong lĩnh vực nuôi tôm của chủ hộ:** Tác động biên là 1,689 ở mức ý nghĩa 1%. Số năm kinh nghiệm trong nghề nuôi tôm là khoảng

thời gian nông hộ tham gia nuôi tôm. Thời gian nuôi tôm càng dài nghĩa là kinh nghiệm càng tăng khi đó quy mô canh tác cũng hiện đại hơn với mức chi phí đầu tư cao hơn so với các hộ mới nuôi. Bên cạnh đó, thời gian tham gia nuôi tôm dài có nghĩa là nông hộ sẽ có nhiều cơ hội tiếp cận với các đại lý vật tư chính vì vậy khả năng được bán chịu với lượng lớn sẽ dễ dàng hơn. Cụ thể, trong điều kiện các nhân tố khác là không đổi khi số năm nuôi tôm của chủ hộ tăng 1 năm thì lượng tiền mua chịu vật tư kỳ vọng tăng thêm 1,689 triệu đồng.

Ngoài các yếu tố trên thì các yếu tố như giới tính, trình độ học vấn của chủ hộ, số lượng nhân khẩu, thu nhập bình quân/người của nông hộ, thời gian sống ở địa phương có ảnh hưởng đến lượng tiền mua chịu của nông hộ, tuy nhiên ảnh hưởng ở mức chưa có ý nghĩa thống kê.

#### 4 KẾT LUẬN

Dựa trên cơ sở lý luận về tín dụng thương mại, đồng thời vận dụng mô hình nghiên cứu thực nghiệm, chúng tôi nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng tới tín dụng thương mại của nông hộ nuôi tôm trên địa bàn tỉnh Kiên Giang.

Việc sử dụng mô hình Probit trong phân tích các yếu tố tác động đến xác suất nông hộ được chấp nhận cho mua chịu từ các đại lý vật tư nông nghiệp là giá trị đất nông nghiệp, số lượng đại lý trong địa bàn, khoảng cách từ nhà nông hộ đến đại lý vật tư, lượng tiền vay chính thức, thu nhập bình quân/người và biến thời gian quen biết với đại lý vật tư nông nghiệp. Bên cạnh đó, mô hình hồi quy Tobit tìm ra các yếu tố tác động đến lượng tiền mua chịu bao gồm: giá trị đất nông nghiệp, thời gian quen biết với đại lý, số lượng đại lý vật tư trong địa bàn, lượng tiền vay chính thức, khoảng cách từ nhà nông hộ đến cửa hàng vật tư và số năm kinh nghiệm trong hoạt động nuôi tôm của chủ hộ. Trong đó, yếu tố số lượng đại lý vật tư trong địa bàn tác động mạnh nhất đến xác suất tiếp cận và lượng tiền mua chịu của hộ nuôi tôm tỉnh Kiên Giang. Kết quả nghiên cứu phù hợp với lý thuyết về tín dụng thương mại bên cạnh đó còn phù hợp với kết quả nghiên cứu thực nghiệm ở một số quốc gia trên thế giới.

Từ kết quả thống kê mô tả cũng như ước lượng hai mô hình, nghiên cứu đưa ra một số đề xuất góp phần nâng cao khả năng tiếp cận và lượng tiền mua chịu của hộ nuôi tôm trên địa bàn như sau:

Một là, nông hộ cần củng cố và xây dựng niềm tin với các tổ chức tín dụng và các đại lý vật tư, cần tạo dựng niềm tin với các ngân hàng cũng như chủ đại lý vật tư trong địa bàn, cần có ý thức tự giác trong việc trả nợ.

Hai là, nông hộ cần tạo dựng sự gắn bó lâu với đại lý vật tư. Mỗi quan hệ thương mại lâu dài làm cho khách hàng và người cung ứng càng hiểu nhiều về nhau. Khi đó, việc bán chịu trở nên dễ dàng hơn, thậm chí mức giá thấp hơn so với những khách hàng mới giao dịch với đại lý.

Ba là, nông hộ nên mở rộng quy mô canh tác. Việc mở rộng quy mô giúp nông hộ khai thác được triệt để nguồn lợi từ hoạt động nuôi trồng, tăng thu nhập cho nông hộ.

Bốn là, các doanh nghiệp hay các công ty cung ứng vật tư nông nghiệp nên chú trọng việc mở rộng mạng lưới kinh doanh, hệ thống phân phối không nên tập trung vào một địa điểm hay một trung tâm, mà nên phân phối nhiều nơi trong địa bàn. Việc mở rộng mạng lưới giao dịch sẽ rút ngắn được khoảng cách giữa nông hộ với chủ đại lý vật tư, từ đó làm giảm hiện tượng bất đối xứng về thông tin giữa người mua và người bán.

Cuối cùng các cơ quan có chức năng cần sớm đưa tín dụng thương mại trở thành một trong những hình thức tín dụng chính thức chịu sự quản lý của nhà nước, sớm hình thành nền tảng pháp lý cho các loại hợp đồng tín dụng thương mại để có thể giải quyết tranh chấp theo đúng luật.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

Biais, B., Gollier, C., 1997. Trade Credit and Credit Rationing. *The Review of Financial Studies*. 10(4): 903-937.

Burkart, M., & Ellingsen, T., 2004. In-Kind Finance: A Theory of Trade Credit. *American Economic Review*. 94 (3):596-590.

Chant, M., & Walker, A., 1988. Small business demand for trade credit. *Applied Economics*. 20: 861-876.

Cục Thống kê tỉnh Kiên Giang, 2016. Niên giám Thống kê Kiên Giang 2015, Nhà xuất bản công ty TNHH in Thống Kê. TPHCM, trang 270-278.

Fatoki, O., & Odeyemi, A., 2010. The determinants of access to trade credit by new SMEs in South Africa. *African Journal of Business Management*.4(13): 2763-2770.

Fabbri, D., & Menichini, A. M. C., 2010. Trade credit, collateral liquidation, and borrowing constraints. *Journal of Financial Economics*, 96(3): 413-432.

Fisman, R., & Raturi, M., 2004. Does competition encourage credit provision? Evidence from

African trade credit relationships. *Review of Economics and Statistics*, 86: 345-352.

Getachew D., Sahlu, T., & Kebede, H., 2013. Determinants of Trade Credit Use by Private Traders in Ethiopia: Case of Mekelle City. *Tigray Regional State. Research Journal of Finance and Accounting*, 4 (10): 1-7.

Hermes (2012). The Impact of Trade Credit on Customer Switching Behaviour: Evidence from the Tanzanian Rice Market. *Journal of Development Studies*, 48(3): 363-376

Huyghebaert, N., 2006, On the Determinants and Dynamics of Trade Credit Use: Empirical Evidence from Business Start-ups, *Journal of Business Finance and Accounting*, 33: 305-328.

Lê Khương Ninh và Cao Văn Hôn, 2013. Tín dụng thương mại, trường hợp mua chịu vật tư của nông hộ ở An Giang. *Tạp chí Công nghệ ngân hàng*, số 84, trang 29-36.

McMillan, J. and Woodruff, C., 1999. Interfirm relationships and informal credit in Vietnam. *The Quarterly Journal of Economics*, 114(4): 1285-1320.

Nguyễn Ái Kết và Nguyễn Thành Tích, 2014. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới tín dụng thương mại của trang trại nuôi trồng thủy sản ở tỉnh Kiên Giang, *Tạp chí Đại học Cần Thơ*, số 31, trang 132 -138.

Phạm Trí Cao và Vũ Minh Châu, 2006. Kinh tế lượng ứng dụng, xuất bản lần 1. Nhà xuất bản Lao động Xã hội. Nơi xuất bản thành phố Hồ Chí Minh, trang 131-133.

Phan Đình Khôi, 2013. Các nhân tố tác động đến tín dụng chính thức và tín dụng phi chính thức của nông hộ ở ĐBSCL. *Tạp chí khoa học-Đại Học Cần Thơ*, số 28, trang 38-53.

Petersen, M A and Rajan, R G (1997). Trade credit: theories and evidence. *Review of Financial Studies*, 10(3): 661-691.

Schwartz, R., 1974, An Economic Model of Trade Credit, *Journal of Finance and Quantitative Analysis*, 9: 643-657.

Selima YP (2007). Theories of trade credit. *Journal of the Institute of Credit Management*, 7(2):16-31.

Stiglitz, J and Weiss, A (1981), Credit rationing in markets with imperfect competition, *American Economic Review*, 71(3): 393-410.

Tabachnick, B.G., and Fidell & Fidell, L.S (2007). *Using Multivariate Statistics*, Fifth Edition. Boston: Pearson education, Inc, 601-605