



TRƯỜNG ĐẠI HỌC TRÀ VINH
HỘI ĐỒNG KHOA HỌC

ISO 9001 : 2008

BÁO CÁO TỔNG KẾT
ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU KHOA HỌC CẤP TRƯỜNG

**TÍN DỤNG THƯƠNG MẠI:
PHÂN TÍCH TRƯỜNG HỢP MUA CHỊU
THỨC ĂN, THUỐC THÚ Y THỦY SẢN CỦA
NÔNG HỘ NUÔI TÔM CÔNG NGHIỆP TẠI
HUYỆN DUYÊN HẢI, TỈNH TRÀ VINH**

Chủ nhiệm đề tài: ThS. NGUYỄN VĂN VŨ AN
Chức danh: Giảng viên
Đơn vị: Khoa Kinh tế, Luật

Trà Vinh, ngày 18 tháng 8 năm 2016



ISO 9001 : 2008

TRƯỜNG ĐẠI HỌC TRÀ VINH
HỘI ĐỒNG KHOA HỌC

BÁO CÁO TỔNG KẾT
ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU KHOA HỌC CẤP TRƯỜNG

TÍN DỤNG THƯƠNG MẠI:
PHÂN TÍCH TRƯỜNG HỢP MUA CHỊU
THỨC ĂN, THUỐC THÚ Y THỦY SẢN CỦA
NÔNG HỘ NUÔI TÔM CÔNG NGHIỆP TẠI
HUYỆN DUYÊN HẢI, TỈNH TRÀ VINH

Xác nhận của cơ quan chủ quản

(Ký, đóng dấu, ghi rõ họ tên)

Chủ nhiệm đề tài

(Ký, ghi rõ họ tên)

Nguyễn Văn Vũ An

Trà Vinh, ngày 18 tháng 8 năm 2016

TÓM TẮT

Mục tiêu của đề tài là xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua chịu và số tiền mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp ở huyện Duyên Hải, tỉnh Trà Vinh. Đề tài ứng dụng mô hình Probit để xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua chịu mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp, và sử dụng mô hình Tobit để xác định các yếu tố ảnh hưởng đến số tiền mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp. Kết quả ước lượng cho thấy, các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua chịu mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản là thu nhập bình quân, khoảng cách từ nơi ở của nông hộ đến đại lý, tuổi của chủ hộ, thời gian nuôi tôm. Khi nông hộ quyết định mua chịu thì các biến giá trị đất nông nghiệp của nông hộ, thu nhập bình quân đầu người của nông hộ, khả năng vay tín dụng chính thức, số năm sinh sống tại địa phương, lợi nhuận vụ trước khi mua chịu ảnh hưởng đến số tiền mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp.

Từ khóa: Tín dụng thương mại, thức ăn thủy sản, thuốc thú y thủy sản, mua chịu, bán chịu.

ABSTRACT

The objective of the research was to identify the factors that have affected the decision on buying on credit and the sum of money on credit for fishery food, veterinary medicine of the people who raise shrimps in Duyen Hai district, Tra Vinh province. This research applied Probit and Tobit models which determine the factors mentioned above. The estimated results showed that the factors are average income, formal loan ability, the distance from shrimp raising areas to the agencies, farmers' age and shrimp raising experience. The variables such as farmers' cultivating land, farmers' average income, the time of farmers' residence, the profit of the previous season affect the sum of money on credit for fishery food, veterinary medicine of the people who raise shrimps

Keywords: Trade credit, fishery food, veterinary medicine, buy on credit, sell on credit

MỤC LỤC

	Trang
PHẦN MỞ ĐẦU -----	1
1. Tính cấp thiết của đề tài-----	1
2. Tổng quan nghiên cứu -----	2
2.1 Cơ sở lý luận về tín dụng thương mại -----	2
2.2 Tình hình nghiên cứu trong nước -----	13
2.3 Tình hình nghiên cứu ngoài nước -----	14
2.4 Ưu điểm, hạn chế của các công trình và điểm mới của đề tài: -----	15
3. Mục tiêu của đề tài -----	16
3.1 Mục tiêu chung -----	16
3.2 Mục tiêu cụ thể -----	17
4. Đối tượng, phạm vi và phương pháp nghiên cứu-----	17
4.1 Đối tượng, địa điểm và thời gian nghiên cứu-----	17
4.2 Quy mô nghiên cứu -----	17
4.3 Phương pháp nghiên cứu-----	19
PHẦN NỘI DUNG-----	24
Chương 1. Khảo sát và phân tích hiện trạng mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp ở huyện Duyên Hải, tỉnh Trà Vinh-----	24
1. Giới thiệu tổng quan về địa bàn nghiên cứu -----	24
2. Hiện trạng mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp -----	26
2.1 Thông tin chung về mẫu điều tra-----	26
2.2 Hiện trạng mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ -----	28
2.3 Hiện trạng các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định bán chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản -----	34
Chương 2. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua chịu và số tiền mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp ở huyện Duyên Hải, tỉnh Trà Vinh-----	37
1. Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp-----	37
2. Các yếu tố ảnh hưởng đến số tiền mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp-----	40
3. So sánh mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến quyết định bán chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của đại lý, cửa hàng-----	42

Chương 3. Một số giải pháp nhằm làm tăng số tiền được chấp nhận cho mua chịu đối với những nông hộ nuôi tôm công nghiệp có nhu cầu -----	45
PHẦN KẾT LUẬN-----	48
1. Kết quả đề tài và thảo luận -----	48
2. Kiến nghị-----	49
2.1. Đối với chính quyền địa phương, những nhà làm chính sách -----	49
2.2. Đối với các đại lý, cửa hàng -----	49
2.3. Đối với nông hộ-----	50
TÀI LIỆU THAM KHẢO-----	51
PHỤ LỤC-----	53

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Tên bảng	Trang
Bảng 1: Diễn giải ý nghĩa các biến độc lập trong mô hình Probit	21
Bảng 2: Ý nghĩa của các biến độc lập trong mô hình Tobit	22
Bảng 1.1: Thông tin số phiếu điều tra ở các xã	27
Bảng 1.2: Trình độ học vấn của chủ hộ	27
Bảng 1.3: Trình độ học vấn của chủ đại lý, cửa hàng	28
Bảng 1.4: Trình độ chuyên môn của chủ hộ	28
Bảng 1.5: Đặc điểm của nông hộ nuôi tôm công nghiệp	29
Bảng 1.6: Tuổi của chủ hộ và thời gian nuôi tôm của hộ	29
Bảng 1.7: Năng lực tài chính của nông hộ	30
Bảng 1.8: Sự quen biết giữa nông hộ và đại lý, cửa hàng	31
Bảng 1.9: Cơ sở lựa chọn đại lý, cửa hàng mua chịu của nông hộ	31
Bảng 1.10: Đặc điểm giao dịch mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản	32
Bảng 1.11: Kết quả so sánh mức chênh lệch giá khi mua tiền mặt và mua chịu giữa hai nhóm có chiết khấu và không chiết khấu	32
Bảng 1.12: Thông tin giao dịch mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản	33
Bảng 1.13: Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định bán chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản	35
Bảng 2.1: Kết quả ước lượng mô hình hồi quy Probit	38
Bảng 2.2: Kết quả ước lượng mô hình hồi quy Tobit	40
Bảng 2.3: So sánh mức độ ảnh hưởng của các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định bán chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản	42

DANH MỤC HÌNH

Tên hình	Trang
Hình 1. Mô hình mở rộng thời hạn tín dụng	6
Hình 2. Mô hình rút ngắn thời hạn tín dụng	7
Hình 3. Mô hình tăng tỷ lệ chiết khấu	8
Hình 4. Mô hình giảm tỷ lệ chiết khấu	9
Hình 5. Quan hệ giữa chi phí mức độ giảm mất mát trong chính sách thu hồi	11
Hình 6: Quy trình thực hiện nghiên cứu	19
Hình 1.1. Bản đồ huyện Duyên Hải	24

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

TDTM: Tín dụng thương mại

LỜI CẢM ƠN

Tác giả xin cảm ơn đến Ban Giám hiệu, Phòng Khoa học Công nghệ, Phòng Kế hoạch và Tài vụ, Khoa Kinh tế, Luật, Bộ môn Tài chính Ngân hàng đã tạo điều kiện để Tác giả hoàn thành đề tài này.

Tác giả cũng cảm ơn đến các đại lý, cửa hàng, nông hộ trên địa bàn huyện Duyên Hải, tỉnh Trà Vinh đã hỗ trợ trong việc cung cấp số liệu cho Tác giả thực hiện đề tài.

Đặc biệt, Tác giả rất cảm ơn các đồng nghiệp, Câu lạc bộ Nghiên cứu Khoa học đã có nhiều góp ý quan trọng để Tác giả hoàn thiện đề tài này.

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong những năm gần đây hoạt động nuôi tôm sú, tôm thẻ công nghiệp không ngừng phát triển mạnh tại tỉnh Trà Vinh nói chung và huyện Duyên Hải nói riêng. Theo báo cáo của huyện Duyên Hải, trong năm 2015, Tổng sản lượng nuôi tôm của huyện đạt 7.187 tấn (tôm sú 3.698 tấn, tôm thẻ chân trắng 3.489 tấn). Toàn huyện có 5.159 hộ thả nuôi, với 702 triệu con giống, với 03 hình thức nuôi: Thâm canh, bán thâm canh và quảng canh cải tiến, với 6.349 ha, đóng góp 13,5% GDP của huyện. Tại đây, người dân không ngừng mở rộng diện tích đất nuôi, tuy nhiên nhiều nông hộ không đủ vốn để nuôi. Nhiều nông hộ tiếp cận được tín dụng chính thức nhưng số tiền vay được vẫn không đủ để nuôi tôm hoặc không thể vay được tín dụng chính thức do không đủ uy tín hay thiếu tài sản thế chấp. Khi đó, các nông hộ muốn vay tín dụng phi chính thức bởi tính tiện lợi của nó nhưng lại sợ lãi suất cao không trả được nợ và bị rơi vào vòng lẩn quẩn không lối thoát của việc thiếu nợ. Hệ quả là các nông hộ thiếu vốn để đầu tư cho việc nuôi tôm công nghiệp vì thu nhập ở nông thôn thường thấp không đủ để tích lũy. Trong điều kiện đó, mua chịu (trả chậm) thức ăn, thuốc thú y thủy sản mở ra cơ hội quý báu cho nông hộ vì giúp họ có ngay thức ăn, thuốc để phục vụ cho nuôi tôm. Cũng giống như ở nhiều nước trên thế giới, mua chịu là hình thức TDTM (TDTM) khá phổ biến ở nông thôn nước ta qua ghi nhận của Vũ Thành Tự Anh và Brian JM Quinn (2008), Nguyễn Lâm Thu Uyên (2011), Trần Ái Kết (2014).

Ưu điểm của mua chịu là cho phép nông hộ có ngay thức ăn, thuốc để nuôi tôm mà không phải mất thời gian tìm nguồn vay tiền, không phải tốn chi phí phát sinh khi vay tiền, không phải thế chấp tài sản và nhất là có thể sử dụng và kiểm tra chất lượng thức ăn, thuốc trước khi thanh toán. Như vậy, mua chịu sẽ làm tăng lợi ích của các nông hộ nhất là đối với các nông hộ còn thiếu vốn hoặc không có tài sản thế chấp. Mặc dù mua chịu mang lại nhiều lợi ích thiết thực cho cả người bán lẫn người mua tuy nhiên thực tế không phải ai cũng chấp nhận mua chịu hoặc bán chịu. Vì nhiều lý do người bán không thể thu hồi được nợ do người mua không có khả năng trả nợ (tôm chết nhiều vụ liên tiếp) hoặc không muốn trả nợ. Trường hợp nông hộ không có vốn để đầu tư vào nuôi tôm, không vay được và không được các đại lý chấp nhận bán chịu thức ăn, thuốc thì nông hộ sẽ không khai thác hiệu quả tiềm năng của đất đai, lao động và các nguồn lực sẵn có của nông hộ để làm tăng thu nhập và cải thiện cuộc sống, từ đó sinh ra lãng phí thậm chí là nghèo đói. Chủ đề TDTM từ lâu đã thu hút được sự quan tâm của các nhà nghiên cứu lý luận cũng như

thực tiễn trong nhiều lĩnh vực ở các quốc gia trên thế giới. Tuy nhiên, ở nước ta cho tới gần đây chỉ có một vài nghiên cứu về TDTM trong sản xuất nông nghiệp (Lê Khương Ninh và Cao Văn Hơn, 2012; Trần Ái Kết, 2014).

Từ thực tế trên, đề tài “TDTM: Phân tích trường hợp mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp ở huyện Duyên Hải, tỉnh Trà Vinh” cần thiết để triển khai nghiên cứu nhằm làm tăng số tiền được chấp nhận cho mua chịu đối với những nông hộ nuôi tôm công nghiệp có nhu cầu.

2. Tổng quan nghiên cứu

2.1 Cơ sở lý luận về tín dụng thương mại

2.1.1 Khái niệm nông hộ và bản chất kinh tế hộ

Về hộ nông dân, Ellis định nghĩa "Hộ nông dân là các hộ gia đình làm nông nghiệp, tự kiếm kế sinh nhai trên những mảnh đất của mình, sử dụng chủ yếu sức lao động của gia đình để sản xuất, thường nằm trong hệ thống kinh tế lớn hơn, nhưng chủ yếu đặc trưng bởi sự tham gia cục bộ vào các thị trường và có xu hướng hoạt động với mức độ không hoàn hảo cao" (Ellis, 1988).

Nhà nông học Nga - Traianốp cho rằng: "Hộ nông dân là đơn vị sản xuất rất ổn định" và ông coi "Hộ nông dân là đơn vị tuyệt vời để tăng trưởng và phát triển nông nghiệp". Luận điểm trên của ông đã được áp dụng rộng rãi trong chính sách nông nghiệp tại nhiều nước trên thế giới, kể cả các nước phát triển. [5]

Ở nước ta, có nhiều tác giả đề cập đến khái niệm hộ nông dân. Theo nhà khoa học Lê Đình Thắng (1993) cho rằng: "Nông hộ là tế bào kinh tế xã hội, là hình thức kinh tế cơ sở trong nông nghiệp và nông thôn". Đào Thế Tuấn (1997) cho rằng: “Hộ nông dân là những hộ chủ yếu hoạt động nông nghiệp theo nghĩa rộng, bao gồm cả nghề rừng, nghề tôm cá và hoạt động phi nông nghiệp ở nông thôn”.

Còn theo nhà khoa học Nguyễn Sinh Cúc, trong phân tích điều tra nông thôn năm 2001 cho rằng: "Hộ nông nghiệp là những hộ có toàn bộ hoặc 50% số lao động thường xuyên tham gia trực tiếp hoặc gián tiếp các hoạt động trồng trọt, chăn nuôi, dịch vụ nông nghiệp (làm đất, thủy nông, giống cây trồng, bảo vệ thực vật,...) và thông thường nguồn sống chính của hộ dựa vào nông nghiệp".

Kinh tế nông hộ là một hình thức cơ bản và tự chủ trong nông nghiệp. Nó được hình thành và phát triển một cách khách quan, lâu dài, dựa trên sự tự hữu các yếu tố sản xuất, là loại hình kinh tế có hiệu quả, phù hợp với sản xuất nông nghiệp, thích ứng, tồn tại và phát triển trong mọi chế độ kinh tế xã hội. Tính tự chủ trong kinh tế nông hộ được thể hiện ở những đặc điểm sau:

- Làm chủ quá trình sản xuất và tái sản xuất trong nông nghiệp.

- Sắp xếp điều hành phân công lao động trong quá trình sản xuất.
- Quyết định phân phối sản phẩm làm ra sau khi đóng thuế cho nhà nước, được chọn quyền sử dụng phần còn lại. Nếu có sản phẩm dư thừa, hộ nông dân có thể đưa ra thị trường tiêu thụ đó là sản phẩm hàng hóa. [5]

2.1.2 Khái niệm đại lý, cửa hàng

Trong kinh tế thuật ngữ đại lý được dùng như là một hành vi thương mại, theo đó bên giao đại lý (thường là một doanh nghiệp, công ty có sản phẩm, dịch vụ cần bán) và bên đại lý thỏa thuận việc bên đại lý nhân danh mình mua hoặc bán hàng cho bên giao đại lý để hưởng thù lao. Đại lý bán hàng là việc bên đại lý nhận hàng của bên giao đại lý để bán và hưởng thù lao do bên giao đại lý trả trên cơ sở thỏa thuận giữa các bên.

Cửa hàng bán lẻ hay đôi khi gọi gọn là cửa hàng, cửa hiệu, tiệm là một công trình được dùng trong việc mua bán hàng hóa với quy mô nhỏ phục vụ trực tiếp cho các cá nhân trực tiếp tiêu thụ bằng cách mua tại chỗ, thỏa thuận và trả tiền, nhận hàng tại chỗ đối với các mặt hàng gọn nhẹ giá cả bình dân. Cửa hàng bán lẻ có thể bao gồm các dịch vụ kèm theo chẳng hạn như giao hàng tận nơi, bao hàng. [13]

2.1.3 Khái niệm tín dụng thương mại

Tín dụng là quan hệ vay mượn, theo đó bên cho vay bằng lòng cho bên đi vay sử dụng có thời hạn tài sản với điều kiện hoàn lại tài sản ấy khi đến hạn, kèm theo tiền lãi đã thỏa thuận trước.

Theo kinh tế chính trị, tín dụng thương mại là nguồn tài trợ qua hình thức bán hàng trả chậm của đơn vị cung cấp để có nguyên liệu, hàng hóa phục vụ cho mục đích sản xuất, kinh doanh.

TDTM là quan hệ tín dụng giữa các doanh nghiệp, đại lý và khách hàng dưới hình thức mua bán chịu hàng hóa. Đây là quan hệ tín dụng giữa các nhà sản xuất - kinh doanh được thực hiện dưới hình thức mua bán chịu hàng hóa. Hành vi mua bán chịu hàng hóa được xem là hình thức tín dụng - người bán chuyển giao cho người mua quyền sử dụng vốn tạm thời trong một thời gian nhất định, và khi đến thời hạn đã được thỏa thuận, người mua phải hoàn lại vốn cho người bán dưới hình thức tiền tệ và cả phần lãi cho người bán chịu. [10]

2.1.4 Đặc điểm của tín dụng thương mại

Vốn cho vay theo TDTM là hàng hóa hay một bộ phận của vốn sản xuất chuẩn bị chuyển hóa thành tiền, chưa phải tiền nhàn rỗi. Người bán (chủ nợ) và người mua (con nợ) đều là những người trực tiếp tham gia vào quá trình sản xuất và lưu thông hàng hóa.

Khối lượng tín dụng lớn hay nhỏ phụ thuộc vào tổng giá trị của khối lượng hàng hóa được đưa ra mua bán chịu. Chủ thể tham gia là các doanh nghiệp, đại lý và khách hàng thông qua việc trao đổi hàng hóa, dịch vụ, thông thường có khâu trung gian đứng giữa người sử dụng vốn và người có vốn.

TDTM phát triển và vận động theo chu kỳ sản xuất kinh doanh và làm góp phần làm phát triển sản xuất kinh doanh do nó rút ngắn chu kỳ sản xuất kinh doanh. TDTM được thể hiện qua hợp đồng trả chậm. TDTM thông thường không mất chi phí sử dụng vốn do hoạt động cấp tín dụng không có lãi trong một khoảng thời gian nhất định, một số trường hợp bên mua còn được hưởng lãi chiết khấu trả sớm. [16]

2.1.5 Phân loại tín dụng thương mại

TDTM có thể được phân thành 2 loại: Tín dụng phải thu và tín dụng phải trả.

Tín dụng phải thu là khoản tín dụng mà doanh nghiệp, đại lý cấp cho khách hàng, được phản ánh trên bảng cân đối kế toán là khoản “Phải thu khách hàng”. Hình thức TDTM sẽ trở thành một công cụ khuyến mại của người bán, có khả năng kích cầu gia tăng khối lượng sản phẩm, hàng hóa tiêu thụ của doanh nghiệp, đại lý. Các doanh nghiệp, đại lý sử dụng TDTM để cải thiện mối quan hệ với khách hàng. Ngoài ra, TDTM là hình thức tài trợ bằng hiện vật nên có khả năng hạn chế được sự ảnh hưởng của lạm phát.

Tín dụng phải trả là khoản tín dụng khách hàng được hưởng từ doanh nghiệp, đại lý. Người mua tận dụng quyền được mua chịu như là một nguồn tài trợ ngắn hạn, họ có thể được hưởng lợi từ khoản chiết khấu (nếu trả tiền sớm), hoặc chiếm dụng được nguồn vốn nhàn rỗi trong thời hạn cho phép để gia tăng năng lực sản xuất kinh doanh trong điều kiện hạn chế về vốn. Bên cạnh đó, thủ tục để được hưởng TDTM được xem là nhẹ nhàng hơn so với trả hạn trong các khoản vay nợ, do đó nó như là nguồn tài trợ rất mềm dẻo có tính phát sinh theo hoạt động kinh doanh.

Trong phạm vi nội dung của đề tài này, người viết tập trung vào khoản TDTM phải trả của nông hộ, bởi vì việc áp dụng một cách hợp lý TDTM tại thời điểm kinh tế hiện nay mang lại nhiều giá trị to lớn cho khách hàng và doanh nghiệp, đại lý. Tuy nhiên, thực hiện TDTM như một con dao hai lưỡi, đem lại nhiều lợi ích nhưng cũng ẩn chứa nhiều rủi ro mà doanh nghiệp, đại lý và khách hàng cần cân nhắc để đưa ra các quyết định sáng suốt. [16]

2.1.6 Vai trò của tín dụng thương mại

TDTM có vai trò và ý nghĩa rất lớn đối với quá trình hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, đại lý cũng như hoạt động sản xuất của khách hàng. Một chính sách tín dụng hợp lý có thể mang lại khả năng cạnh tranh lớn và nâng cao hiệu quả sử dụng cũng như quay vòng vốn cho doanh nghiệp, đại lý, nhưng ngược lại một chính sách TDTM sai lầm có thể dẫn đến phá sản doanh nghiệp, đại lý. Có thể tóm tắt qua một số vai trò của TDTM như sau:

- TDTM giúp tăng nguồn vốn sản xuất: TDTM tham gia vào quá trình điều tiết vốn giữa các doanh nghiệp, đại lý với khách hàng một cách trực tiếp mà không thông qua bất kỳ cơ quan trung gian nào. Khách hàng có thể tận dụng được nguồn vốn nhàn rỗi để sản xuất làm tăng nguồn vốn trong thời gian ngắn với chi phí thấp hoặc có thể bằng không tùy theo mối quan hệ giữa người bán và người mua.

- TDTM giúp tiết kiệm chi phí lưu thông tiền tệ: TDTM làm giảm chi phí đáng kể đối với những người mua thay vì vay tại các ngân hàng hoặc các tổ chức tín dụng khác với mức lãi suất cao, thủ tục phức tạp, phát sinh nhiều chi phí đi kèm. Khách hàng có thể mua nguyên vật liệu, hàng hóa, sản phẩm từ các doanh nghiệp, đại lý với chính sách mua chịu và được hưởng chiết khấu thỏa thuận nếu trả tiền sớm.

- TDTM đẩy nhanh tốc độ lưu chuyển hàng hàng hóa: Nhờ có TDTM quá trình kinh doanh sản xuất được diễn ra liên tục giúp hiệu quả của việc sản xuất kinh doanh tăng lên đáng kể. Với nền kinh tế không ổn định hiện nay, duy trì đủ vốn phục vụ cho hoạt động sản xuất không phải là dễ dàng với khách hàng. Vậy nên, sử dụng TDTM đáp ứng được nhu cầu thiếu vốn trong thời vụ sản xuất cao điểm, dòng tiền có khả năng sinh lời nhiều hơn. Đồng thời thúc đẩy sản xuất kinh doanh phát triển thông qua việc mua bán chịu, giải quyết hàng tồn kho. TDTM tài trợ nguồn vốn lưu động làm tăng quy mô sản xuất qua đó các doanh nghiệp, đại lý và khách hàng có thể liên kết với nhau để cân bằng được đầu ra - đầu vào trong quá trình sản xuất.

- TDTM khuyến khích sản xuất kinh doanh: Trong giai đoạn lạm phát, TDTM với thủ tục đơn giản, chi phí sử dụng vốn thấp là biện pháp cải thiện vốn tối ưu cho khách hàng. Dựa vào sự tin nhiệm giữa các doanh nghiệp, đại lý với khách hàng, khách hàng sử dụng vốn TDTM để mua nguyên vật liệu, thuốc,... thay vì đi vay tại các ngân hàng với thủ tục phức tạp, lãi suất cao. TDTM được xem là hình thức tài trợ rất linh hoạt, tạo điều kiện mở rộng mối quan hệ với lâu bền giữa các doanh nghiệp, đại lý và khách hàng trong nền kinh tế. [16]

2.1.7 Chính sách tín dụng đối với doanh nghiệp, đại lý

2.1.7.1 Khái niệm chính sách tín dụng

Chính sách tín dụng là đưa ra các hình thức bán hàng trả chậm trong một khoảng thời gian xác định đã được thỏa thuận mà doanh nghiệp, đại lý áp dụng cho khách hàng theo phương thức thanh toán của họ. Việc đưa ra quyết định có thực hiện chính sách tín dụng hay không bao gồm các tiêu chuẩn tín dụng, thời hạn cấp tín dụng, các chiết khấu được cung cấp và phương pháp thu hồi tiền. [17]

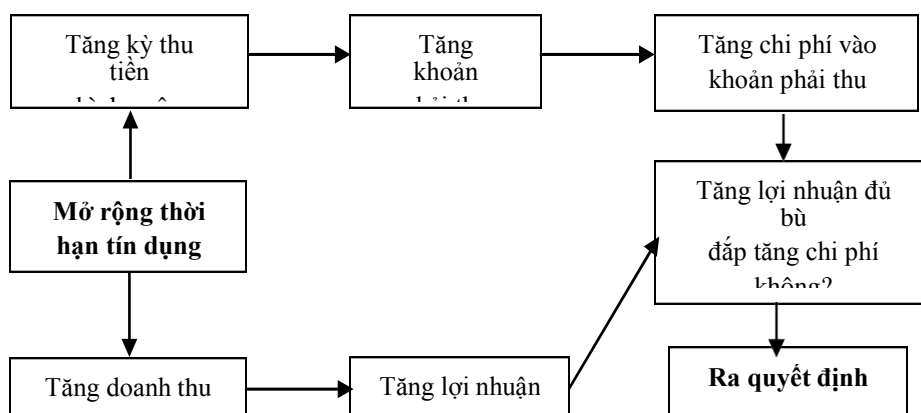
2.1.7.2 Xây dựng các chính sách tín dụng thương mại

Trong thời buổi kinh tế khó khăn như hiện nay, để đưa ra quyết định có cấp TDTM cho khách hàng hay không doanh nghiệp, đại lý phải cân nhắc kỹ lưỡng những yếu tố sau:

a) Điều khoản tín dụng

- Điều khoản tín dụng: Là những điều kiện quy định doanh nghiệp, đại lý bán hàng hóa và dịch vụ bằng cách thu tiền ngay hay cho khách hàng mua chịu. Đối với mỗi ngành nghề nhất định, các điều khoản tín dụng thường được chuẩn hóa, tuy nhiên ở các ngành nghề khác nhau điều kiện tín dụng cũng khác nhau. Điều khoản tín dụng nói riêng và các chính sách nói chung có ảnh hưởng đáng kể đến doanh thu của doanh nghiệp, đại lý. Nếu đối thủ cạnh tranh mở rộng chính sách tín dụng, trong khi chúng ta không phản ứng lại điều này thì nỗ lực tiếp thị sẽ bị ảnh hưởng nghiêm trọng, bởi bán chịu là yếu tố ảnh hưởng rất lớn và có tác dụng kích thích nhu cầu. Các điều khoản tín dụng được doanh nghiệp, đại lý đưa ra cho khách hàng bao gồm thời hạn tín dụng cùng tỷ lệ chiết khấu đã được thỏa thuận.

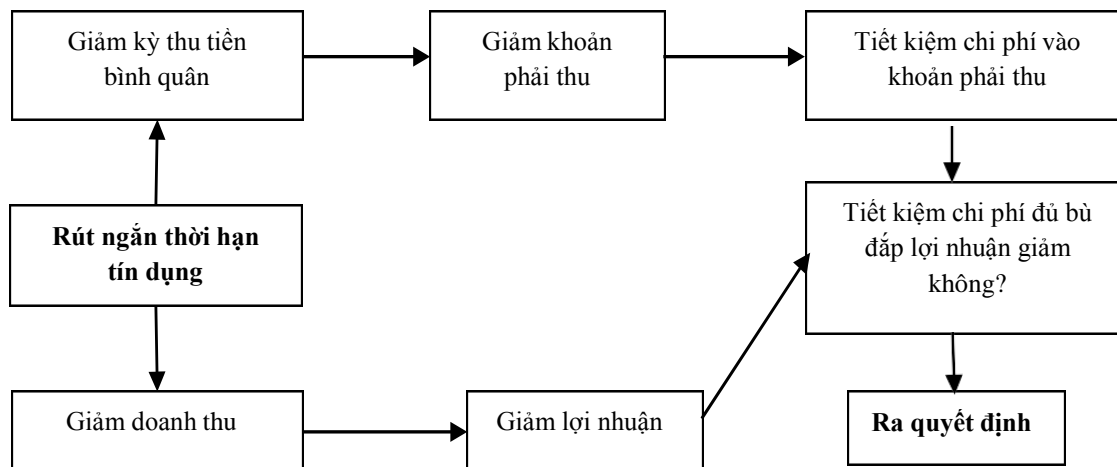
- Thời hạn tín dụng: Là độ dài thời gian mà tín dụng được mở cho một khách hàng với tỷ lệ chiết khấu nếu họ trả sớm. Một số mô hình ra quyết định về thời hạn tín dụng:



Hình 1. Mô hình mở rộng thời hạn tín dụng

Nguồn: Phạm Quang Trung, 2012.

Khi kéo dài thời gian tín dụng, doanh nghiệp, đại lý có được lợi nhuận tăng thêm từ doanh số và thu hút được nhiều khách hàng mới. Ngược lại sẽ phát sinh chi phí từ việc sử dụng vốn để đầu tư vào khoản phải thu, rủi ro trở thành những khoản nợ khó đòi sẽ tăng lên cao hơn, chi phí thu tiền bán hàng cũng tăng lên.



Hình 2. Mô hình rút ngắn thời hạn tín dụng

Nguồn: Phạm Quang Trung, 2012.

Khi thiết lập thời hạn tín dụng các doanh nghiệp, đại lý phải cân nhắc các yếu tố sau:

- + Sự hư hỏng và giá trị của tài sản thế chấp: Các mặt hàng dễ hư hỏng có doanh thu tương đối nhanh và giá trị tài sản thế chấp tương đối thấp. Do đó, thời hạn tín dụng thấp hơn đối với loại hàng hóa này.

- + Nhu cầu tiêu dùng: Các sản phẩm thông thường thường có doanh thu nhanh hơn các sản phẩm mới hay có thời gian vận chuyển chậm thường có thời hạn tín dụng dài hơn để lôi kéo người mua. Ngoài ra, người bán có thể mở rộng thời hạn tín dụng lâu hơn vào thời điểm trái mùa (khi khách hàng có nhu cầu thấp).

- + Chi phí, lợi nhuận và tiêu chuẩn hóa: Hàng hóa tương đối rẻ tiền có xu hướng thời hạn tín dụng ngắn. Điều này cũng đúng đối với các hàng hóa tiêu chuẩn hóa và nguyên liệu.

- + Rủi ro tín dụng: Người mua có rủi ro tín dụng càng cao, thời hạn tín dụng càng thấp. Khả năng thanh toán của khách hàng là lớn hay nhỏ, đúng hạn hay thường quá hạn, nhanh hay chậm để đề phòng rủi ro xác suất khách hàng không trả tiền.

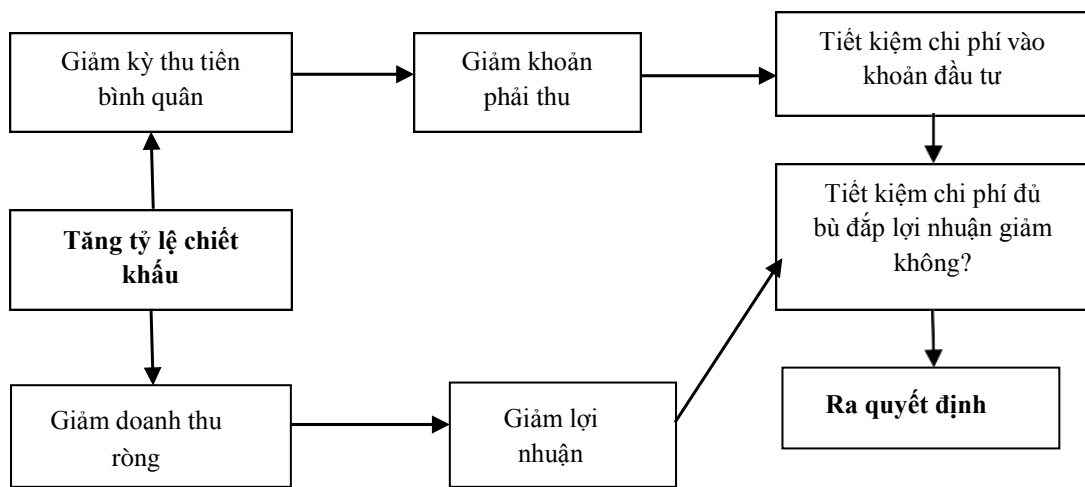
- + Quy mô tài khoản: Nếu một tài khoản nhỏ, thời gian tín dụng có thể ngắn hơn bởi vì chi phí quản lý tài khoản nhỏ là nhiều hơn, và khách hàng ít quan trọng hơn.

- + Cạnh tranh: Khi người bán ở trong một thị trường cạnh tranh cao, thời hạn

tín dụng có thể được kéo dài để thu hút khách hàng.

- Loại khách hàng: Công việc làm ăn của khách hàng có mức độ rủi ro cao hay thấp. Khách hàng có giao dịch thường xuyên và ổn định với doanh nghiệp hay không. Mức độ đóng góp doanh số và cung cấp thông tin của khách hàng có đầy đủ chi tiết hay không. Một người bán hàng có thể cấp điều khoản tín dụng khác nhau cho các người mua khác nhau. Nói chung, người bán thường có cả khách hàng bán buôn và bán lẻ, và họ cấp tín dụng khác nhau cho hai loại khách hàng này.

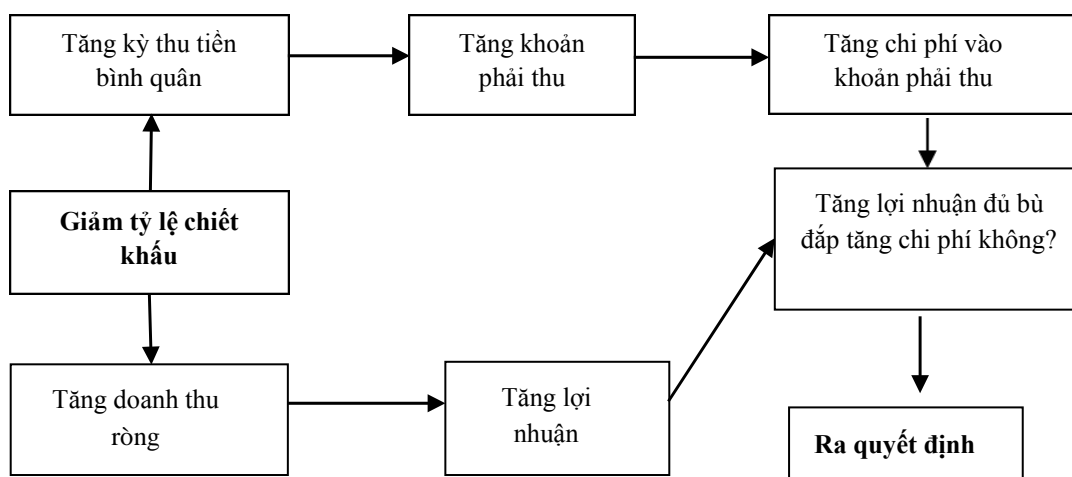
- Tỷ lệ chiết khấu: Là tỷ lệ phần trăm của doanh thu hoặc giá bán được khấu trừ nếu người mua trả tiền trong thời hạn chiết khấu. Tỷ lệ chiết khấu như là công cụ khuyến khích khách hàng thanh toán nợ đúng hạn cho doanh nghiệp, đại lý bằng cách khấu trừ làm giảm tổng giá trị mệnh giá của hóa đơn.



Hình 3. Mô hình tăng tỷ lệ chiết khấu

Nguồn: Phạm Quang Trung, 2012.

Chiết khấu trả sớm được áp dụng để tăng tốc độ thu hồi khoản phải thu, giảm đầu tư vào khoản phải thu và các chi phí liên quan. Bù lại các khoản tiết kiệm hay lợi ích này, doanh nghiệp, đại lý phải mất đi chi phí chiết khấu trên phần doanh thu của các hóa đơn. Việc sử dụng tỷ lệ chiết khấu đem lại cho doanh nghiệp, đại lý hai nguồn lợi: Thu hút thêm nhiều đối tượng khách hàng mới mua hàng của doanh nghiệp, đại lý và kích thích khách hàng thanh toán đúng hạn, giúp làm giảm kỳ thu tiền bình quân, tiết kiệm đầu tư cho khoản phải thu, giảm chi phí vốn. Nếu đưa ra tỷ lệ chiết khấu quá cao sẽ làm gia tăng chi phí phần chiết khấu của doanh nghiệp, đại lý trên doanh thu vì phải chịu bán hàng với mức giá rẻ hơn.



Hình 4. Mô hình giảm tỷ lệ chiết khấu

Nguồn: Phạm Quang Trung, 2012.

Một số yếu tố tác động đến tỷ lệ chiết khấu của doanh nghiệp, đại lý:

- + Một tỷ lệ chiết khấu tiền mặt tối ưu thường tùy thuộc vào tỷ lệ chi phí biến đổi của sản phẩm. Chi phí biến đổi càng thấp thì khả năng chiết khấu tiền mặt càng cao. Những doanh nghiệp, đại lý có tỷ lệ lợi nhuận gộp thấp thường có xu hướng giảm tỷ lệ chiết khấu tiền mặt, thậm chí không áp dụng.
- + Chiết khấu tiền mặt còn phụ thuộc vào chi phí cơ hội vốn của doanh nghiệp, đại lý. Vì vậy, chiết khấu tiền mặt sẽ thay đổi khi chi phí cơ hội vốn thay đổi.
- + Cần tính đến tác động của chiết khấu tiền mặt đến thời gian thanh toán đối với cả khách hàng hưởng và không hưởng chiết khấu khi quyết định thay đổi tỷ lệ chiết khấu.
- + Mức độ chiết khấu tiền mặt tùy thuộc vào độ co giãn của cầu về giá sản phẩm hay tốc độ thay đổi doanh thu khi áp dụng chiết khấu tiền mặt.
- + Tỷ lệ nợ quá hạn càng cao thì tỷ lệ chiết khấu tiền mặt tối ưu càng cao (khuyến khích thanh toán sớm, giảm rủi ro nợ quá hạn). [17]

b) Phân tích tín dụng

Phân tích tín dụng giúp doanh nghiệp, đại lý tìm hiểu đánh giá mức độ tín nhiệm, uy tín và năng lực thanh toán của khách hàng để phòng tránh được những rủi ro thanh toán có thể xảy ra. Doanh nghiệp, đại lý thường thực hiện theo quy trình 3 bước như sau để đánh giá mức độ uy tín của khách hàng:

- Bước 1: Thu thập thông tin của khách hàng.

Doanh nghiệp, đại lý nên thu thập thông tin tín dụng từ càng nhiều nguồn càng tốt nhưng nên cân nhắc thời gian và chi phí dành cho việc này. Trong đó cần chú ý Kinh nghiệm quá khứ của riêng doanh nghiệp, đại lý với khách hàng: Kinh nghiệm của một doanh nghiệp, đại lý với một khách hàng tín dụng có thể vô cùng hữu ích

khi quyết định có tiếp tục mở tín hay tăng mức tín dụng cho khách hàng đó hay không. Chẳng hạn, nếu khách hàng có xu hướng trả nợ chậm hơn nhiều so với ngày đến hạn hoặc nếu phải sử dụng các phương pháp thu hồi tốn nhiều chi phí để thu nợ, doanh nghiệp, đại lý có thể phải tính đến các thông tin này khi ra quyết định cấp tín dụng.

- Bước 2: Tập hợp và phân loại các thông tin thu thập được.

Sau khi thu thập thông tin từ phía khách hàng, doanh nghiệp, đại lý cần phải tập hợp những thông tin này và phân loại hợp lý để phục vụ cho việc phân tích chính sách tín dụng một cách thuận tiện.

- Bước 3: Phân tích thông tin để xác định giá trị khách hàng. [17]

c) Quyết định tín dụng

Sau khi doanh nghiệp, đại lý đã ấn định các điều kiện bán hàng, quyết định bán chịu hay yêu cầu khách hàng ký vào giấy nợ, doanh nghiệp, đại lý đã lập một quy chế để ước tính xác suất mỗi khách hàng sẽ trả tiền. Bước kế tiếp của doanh nghiệp, đại lý là tính xem nên cấp tín dụng cho khách hàng nào.

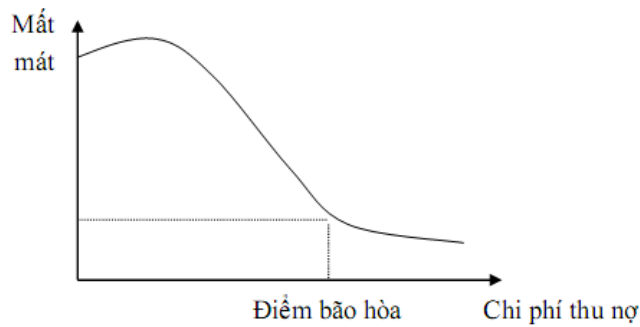
Quyết định cấp tín dụng tức là chúng ta cần so sánh chi phí của việc cấp tín dụng và lợi ích thu được từ cấp tín dụng có tính đến rủi ro và giá trị theo thời gian của luồng tiền. [17]

d) Chính sách thu hồi nợ

Chính sách thu nợ là yếu tố cuối cùng trong chính sách tín dụng. Chính sách thu nợ liên quan đến việc giám sát các khoản phải thu để phát hiện ra các rắc rối và nhận được các khoản thanh toán quá hạn của khách hàng.

Chính sách thu nợ liên quan đến các thủ tục mà doanh nghiệp, đại lý sử dụng để thu hồi các khoản nợ quá hạn. Các thủ tục này bao gồm các hoạt động như gửi thư đến cho khách hàng, điện thoại, viếng thăm cá nhân và cuối cùng là các hành động mang tính luật pháp. Một trong những biến số cơ bản nhất của chính sách này chính là số tiền cho các thủ tục thu hồi.

Tiến trình thu hồi nợ thường tốn khá nhiều chi phí, do cả các chi phí ngoài dự tính và cả mất uy tín do khách hàng không muốn bị chuyển cho cơ quan thu hồi nợ. Tuy nhiên, cũng cần phải kiên quyết để ngăn chặn sự kéo dài của thời hạn thu tiền và giảm thiểu mất mát. Doanh nghiệp, đại lý phải xác định rõ cân đối giữa chi phí và lợi nhuận thu được từ các chính sách thu hồi khác nhau.



Hình 5. Quan hệ giữa chi phí mức độ giảm mất mát trong chính sách thu hồi
Nguồn: Phạm Quang Trung, 2012.

Biến số cơ bản của chính sách thu nợ là giá trị kỳ vọng của các thủ tục thu nợ. Trong một giới hạn nhất định, số tiền chi tiêu tương đối cho hoạt động thu nợ càng cao, tỷ lệ mất mát càng thấp và kỳ thu tiền càng ngắn. Song mối quan hệ giữa chi phí thu nợ và mất mát cũng như kỳ thu tiền không phải là quan hệ tuyến tính. Ban đầu, sự gia tăng chi phí thu nợ có thể giảm đáng kể các mất mát và thời hạn thu tiền, càng về sau việc gia tăng chi phí thu nợ sẽ không còn tích cực nữa. Điều này được minh họa qua Hình 5. Để cân nhắc chi phí của các khoản nợ thu hồi, ta giả sử lượng bán không còn ảnh hưởng đến nỗ lực thu nợ. Như vậy, cân nhắc giữa một bên là giảm đầu tư vào khoản phải thu và giảm mất mát, còn bên kia là tăng chi phí kiểm soát tín dụng, tăng cường hoạt động thu nợ. Một khoản phải thu chỉ tốt như mong muốn khi nó được thanh toán đúng hạn. Doanh nghiệp, đại lý không thể chờ quá lâu đối với các hóa đơn quá hạn trước khi khởi sự thủ tục thu tiền. Song nếu khởi sự các thủ tục thu tiền quá sớm, không hợp lý có thể làm mất lòng khách hàng thực chất là có lý do chính đáng cho sự chậm trễ của họ.

Những thay đổi trong chính sách thu hồi nợ ảnh hưởng đến doanh số, kỳ thu tiền và phần trăm thất thoát nợ. Doanh nghiệp, đại lý cần tính đến tất cả các yếu tố này khi xây dựng chính sách tín dụng. [17]

2.1.8 Các yếu tố tác động đến tín dụng thương mại

Cũng giống như ở nhiều nước trên thế giới, mua bán chịu là hình thức TDTM khá phổ biến ở nông thôn nước ta qua ghi nhận của Nguyễn Lâm Thu Uyên (2011), Vũ Thành Tự Anh và Brain JM Quinn (2008). Mặc dù có ưu thế đáng kể so với các tổ chức tín dụng nhưng người bán chịu vẫn phải đối mặt với rủi ro không thu hồi được nợ do người mua không đủ năng lực trả nợ hay không muốn trả nợ. Để đánh giá năng lực trả nợ của người mua, người bán sẽ căn cứ vào giá trị đất nông nghiệp và thu nhập của nông hộ (Burkart và Ellingsen, 2004). Trong quan hệ mua bán chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản, đất sản xuất đóng vai trò mấu chốt trong việc giảm thiểu rủi ro cho người bán bởi hai lý do. Thứ nhất, đất là yếu tố tiên quyết để người

mua sử dụng số lượng thức ăn, thuốc thú y thủy sản mua được đúng mục đích, qua đó giúp đảm bảo khả năng trả nợ. Thứ hai, đất có thể được coi là tài sản đảm bảo giúp người bán bù đắp mất mát bằng cách cưỡng đoạt trong trường hợp người mua không trả nợ. Do đó, các yếu tố đầu tiên để được chấp nhận cho mua chịu là người mua phải có đất sản xuất với một giá trị nhất định nào đó. Ngoài ra, các nông hộ có thu nhập cao, vụ trước có lợi nhuận, có thói quen mua chịu cũng được chấp nhận cho mua chịu hơn bởi thường được xem là có khả năng trả nợ tốt hơn và có nhiều uy tín (Trần Ái Kết, 2014).

Một khía cạnh khác mà người bán chịu rất quan tâm là ý định trả nợ của người mua. Yếu tố này phụ thuộc vào thời gian quen biết sẽ giúp người bán có thêm thông tin để đánh giá và chọn lọc người mua, qua đó giảm thiểu rủi ro cho chính mình (Pike và cộng sự, 2005). Bên cạnh đó, ý định trả nợ còn phụ thuộc vào 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 ít có động cơ không trả nợ vì ở nông thôn sống gần nhau thường sẽ gần gũi và gắn bó với nhau hơn do tình làng nghĩa xóm, bạn bè hay huyết thống. Nếu sống gần người mua thì người bán cũng sẽ dễ dàng và ít tốn kém trong việc kiểm soát và cưỡng chế người mua trả nợ, do đó sẽ có xu hướng chấp nhận bán chịu cho người mua có nhu cầu (Rohner, 2011). Bên cạnh đó, trình độ học vấn và thời gian canh tác cũng ảnh hưởng đến quyết định bán chịu của người bán vì những người có thời gian canh tác lâu năm lại có trình độ học vấn sẽ sản xuất có hiệu quả cao hơn những người không có trình độ học vấn, không có kinh nghiệm sản xuất (Trần Ái Kết, 2014).

Các nghiên cứu (như Burkart và Ellingsen, 2004, Fabbri và Menichini, 2010) còn nhận thấy có mối quan hệ nhất định giữa vay tín dụng chính thức với hoạt động mua chịu hàng hóa. Theo đó, các đối tượng vay được tín dụng chính thức sẽ dễ được chấp nhận cho mua chịu khi có nhu cầu bởi thường được xem là có uy tín tín dụng (do đã được thẩm định một cách chuyên nghiệp bởi chính các tổ chức tín dụng).

Ngoài ra, còn một số yếu tố khác có ảnh hưởng đến số tiền được chấp nhận cho mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của đại lý, cửa hàng. Chẳng hạn như tuổi của chủ hộ, dân tộc. Ở nông thôn, người lớn tuổi thường có nhiều tài sản, nhiều kinh nghiệm, quan hệ xã hội rộng, được kính trọng. Bên cạnh đó, 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 trả nợ cũng như có nhiều thời gian để xây dựng mối quan hệ thân tình mang tính chất ràng buộc (mặc

dù không chính thức). Hơn nữa, khi có thành viên trong gia đình làm việc ở cơ quan quản lý nhà nước, đoàn thể hay các tổ chức chính thức thì nông hộ sẽ dễ được chấp nhận cho mua chịu bởi các đối tượng này được xem là có uy tín trong trả nợ và có nhiều cơ hội lựa chọn mua chịu ở những nơi thuận lợi và dễ dàng nhất cho mình (Lê Khương Ninh và Cao Văn Hôn, 2012).

2.2 Tình hình nghiên cứu trong nước

Chủ đề TDTM được rất ít nhà nghiên cứu trong nước nghiên cứu, nhất là trong lĩnh vực nông nghiệp. Trong các nghiên cứu đó, công trình nghiên cứu của Khương Ninh, Cao Văn Hôn (2012), Trần Ái Kết (2007, 2014) là đáng lưu ý trong vòng 10 năm trở lại đây vì kết quả của các nghiên cứu này mang ý nghĩa khoa học và thực tiễn cao. Kết quả các nghiên cứu này như sau:

Trần Ái Kết (2007) nghiên cứu “Phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới TDTM của các trang trại nuôi trồng thủy sản ở tỉnh Trà Vinh”. Thông qua mô hình Binary Logistic, các biến giới hạn tín dụng ngân hàng, quan hệ quen biết, thói quen mua chịu, có tiết kiệm, lợi nhuận, vị trí địa lý có ảnh hưởng đến TDTM của các trang trại nuôi trồng thủy sản. Kết quả ước lượng của mô hình hồi quy đa biến cho thấy các biến giới hạn tín dụng ngân hàng, có tiết kiệm, lợi nhuận, vị trí địa lý có ảnh hưởng đến lượng tiền TDTM của các trang trại nuôi trồng thủy sản ở tỉnh Trà Vinh. Bài viết chưa phát hiện quan hệ quen biết, thói quen mua chịu có ảnh hưởng đến lượng TDTM của các trang trại nuôi trồng thủy sản trên địa bàn nghiên cứu.

Lê Khương Ninh, Cao Văn Hôn (2012) nghiên cứu “TDTM: Trường hợp mua chịu vật tư nông nghiệp của nông hộ ở An Giang”. Bài viết phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến số tiền mua chịu vật tư nông nghiệp của nông hộ ở An Giang trên cơ sở hệ thống dữ liệu sơ cấp thu thập từ 599 nông hộ được chọn ngẫu nhiên ở đây. Kết quả phân tích thông qua mô hình Tobit cho thấy số tiền mua chịu vật tư nông nghiệp của nông hộ ở An Giang phụ thuộc vào giá trị đất sản xuất nông nghiệp, thu nhập bình quân đầu người của nông hộ, độ dài thời gian quen biết với đại lý vật tư, khoảng cách từ nơi ở của nông hộ đến điểm kinh doanh của đại lý vật tư và thời gian sống ở địa phương của nông hộ. Với số liệu được thu thập, bài viết chưa phát hiện các biến vị trí xã hội, khả năng vay chính thức và tuổi của chủ hộ có tác động đến số tiền mua chịu vật tư nông nghiệp của nông hộ ở An Giang.

Trần Ái Kết (2014) nghiên cứu “Phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới TDTM của trang trại nuôi trồng thủy sản trên địa bàn tỉnh Kiên Giang”. Bài viết ứng dụng mô hình Logit để phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới khả năng sử dụng TDTM và mô hình hồi quy Tobit được vận dụng để phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới lượng

vốn TDTM của trang trại. Kết quả phân tích hồi quy mô hình Logit cho biết các yếu tố chủ yếu ảnh hưởng tới khả năng sử dụng TDTM của trang trại, bao gồm: Giới hạn tín dụng ngân hàng, chào hàng, quan hệ quen biết, thói quen mua chịu, có tiết kiệm và tuổi chủ trang trại. Phân tích hồi quy mô hình Tobit cho biết một số yếu tố quan trọng ảnh hưởng tới lượng vốn TDTM của trang trại, bao gồm: Giới hạn tín dụng ngân hàng, có tiết kiệm, có lợi nhuận và chi phí nuôi trồng thủy sản của trang trại. Bài viết chưa phát hiện các yếu tố tỷ lệ nợ, có lợi nhuận, giới tính, trình độ học vấn và vị trí xã hội của chủ trang trại ảnh hưởng tới khả năng sử dụng TDTM của trang trại. Bên cạnh đó, bài viết cũng chưa phát hiện các yếu tố như giới hạn tín dụng ngân hàng, tài sản của trang trại, diện tích mặt nước của trang trại và trình độ học vấn của chủ trang trại ảnh hưởng tới lượng vốn TDTM của trang trại.

2.3 Tình hình nghiên cứu ngoài nước

Nhiều nhà nghiên cứu trên thế giới quan tâm nghiên cứu lĩnh vực TDTM; tuy nhiên, đa số công trình lại nghiên cứu vấn đề TDTM giữa các doanh nghiệp, công ty với nhau. Như vậy, trên thế giới cũng có ít nhà nghiên cứu quan tâm nghiên cứu vấn đề TDTM giữa doanh nghiệp, công ty, đại lý với khách hàng, nhất là nông hộ. Các công trình nghiên cứu có liên quan đến vấn đề nghiên cứu bao gồm:

Silverio Alarcón (2005) nghiên cứu “Vai trò của TDTM trong giao dịch nông sản ở Tây Ban Nha”. Bài viết phân tích vai trò của TDTM ảnh hưởng đến hiệu quả của các doanh nghiệp mua bán nông sản ở Tây Ban Nha trên cơ sở dữ liệu sơ cấp thu thập từ 388 doanh nghiệp được lựa chọn ngẫu nhiên. Kết quả phân tích qua ước lượng GMM cho thấy lượng TDTM trên tổng tài sản phụ thuộc vào các yếu tố như doanh số trên tổng tài sản, chi phí sử dụng vốn, quy mô doanh nghiệp, các khoản phải trả, nợ ngắn hạn ngân hàng. Bài viết chưa phát hiện yếu tố lợi nhuận biên ảnh hưởng đến lượng TDTM trên tổng tài sản. Bên cạnh đó, tác giả cũng sử dụng phân tích ANOVA một chiều và kiểm định Kruskal-Wallis để cho thấy rằng một doanh nghiệp mở rộng TDTM sẽ hoạt động có hiệu quả hơn.

Barbosa et al. (2015) nghiên cứu “Lãi suất thị trường TDTM”. Bài viết chỉ ra rằng lãi suất có mối quan hệ cùng chiều với rủi ro của người bán chịu. Thực tế cho thấy, rất khó để người bán có thể xác định một mức lãi suất chính xác đối với từng người người mua mà người bán dựa vào cảm nhận cá nhân để xác định mức lãi suất cho từng người. Lãi suất được đặt cao đối với người mua mà người bán cho rằng rủi ro cao và ngược lại. Điều này phụ thuộc vào hiện tượng thông tin bất cân xứng trong thị trường tài chính vi mô.

Yano & Shiraishi (2015) nghiên cứu “TDTM và dân tộc: Trường hợp các dân

tộc thiểu số ở Trung Quốc”. Bài viết sử dụng số liệu sơ cấp được thu thập thông tin từ các dân tộc thiểu số ở Khu tự trị Tân Cương, Trung Quốc. Kết quả nghiên cứu cho thấy: (1) Có sự thiên vị giữa dân tộc chiếm đa số và dân tộc thiểu số trong TDTM (người dân tộc thiểu số tiếp cận TDTM thấp hơn người có dân tộc chiếm đa số). (2) Các doanh nghiệp của người dân tộc thiểu số ít xây dựng lòng tin với đối tác bằng cách cung cấp TDTM, trong đó một phần là do năng lực tài chính của họ bị hạn chế. (3) Các doanh nghiệp của người dân tộc thiểu số ít được doanh nghiệp của các dân tộc thiểu số khác tin tưởng trong việc cung cấp TDTM. (4) Từ sau năm 2005, TDTM trong các doanh nghiệp của người dân tộc thiểu số có xu hướng phát triển rõ ràng hơn.

Gautam & Vaidya (2015) nghiên cứu “TDTM, tín dụng ngân hàng và lợi nhuận: Minh chứng từ các doanh nghiệp sản xuất ở Ấn Độ”. Với bộ dữ liệu thứ cấp gồm 3.300 quan sát về các doanh nghiệp sản xuất của Ấn Độ từ năm 1993 đến 2009, bài viết ứng dụng mô hình hồi quy với dữ liệu bảng và xác định được các yếu tố tác động đến lượng TDTM của các doanh nghiệp sản xuất bao gồm: Hàng tồn kho trên doanh số, tài sản có thể đảm bảo, vốn vay ngân hàng ngắn hạn trên doanh số. Bài viết chưa phát hiện các yếu tố khoản phải thu, khoản phải trả, tổng tài sản, lợi nhuận trên doanh số và tính lỏng của tài sản ảnh hưởng đến lượng TDTM của các doanh nghiệp sản xuất ở Ấn Độ.

Shenoy & Williams (2015) nghiên cứu “TDTM và tác động liên kết của đại lý và đặc điểm tài chính của khách hàng”. Với bộ số liệu từ 7.144 đại lý và 2.855 khách hàng giai đoạn 1980-2008, Bài viết ứng dụng mô hình tác động cố định để phân tích các yếu tố tác động đến lượng TDTM. Kết quả ước lượng cho thấy các yếu tố ROA, tổng tài sản, giá trị sổ sách của các khoản nợ trên giá trị sổ sách của tài sản, cường độ bán hàng của đại lý ảnh hưởng đến lượng TDTM. Bài viết chưa phát hiện các yếu tố như lượng tiền mặt trên tổng tài sản, hạn chế tín dụng của ngân hàng, giá trị thị trường trên giá trị sổ sách của tài sản ảnh hưởng đến lượng TDTM.

2.4 Ưu điểm, hạn chế của các công trình và điểm mới của đề tài

Ưu điểm của các nghiên cứu trên: Các nghiên cứu đều áp dụng các phương pháp nghiên cứu tương đối phù hợp, kết quả nghiên cứu đáng tin cậy, có tính khoa học cao, đảm bảo được mục tiêu nghiên cứu ban đầu đề ra.

Hạn chế: Công trình nghiên cứu của Trần Ái Kết (2014) sử dụng phương pháp Logit để phân tích các yếu tố chủ yếu ảnh hưởng tới khả năng sử dụng TDTM của trang trại kết hợp với mô hình Tobit để phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới lượng vốn TDTM của trang trại là chưa hợp lý. Công trình này nên sử dụng phương pháp

Probit kết hợp Tobit vì cỡ mẫu lớn nên mẫu có phân phối chuẩn (sử dụng mô hình Probit). Bên cạnh đó, các công trình ngoài nước nghiên cứu liên quan trực tiếp đến vấn đề nghiên cứu nhưng hầu hết là nghiên cứu với quan điểm của doanh nghiệp, công ty, đại lý chứ không phải của khách hàng. Hơn nữa, các nghiên cứu trong và ngoài nước còn chưa phát hiện nhiều yếu tố có khả năng tác động đến lượng TDTM. Cuối cùng, có 02 nghiên cứu trong nước và 01 nghiên cứu ngoài nước quá 2 năm gần đây được lược khảo dẫn đến tính cũ, tính lạc hậu trong nghiên cứu; tuy nhiên, do có rất ít nghiên cứu trong và ngoài nước liên quan trực tiếp đến lĩnh vực nghiên cứu nên Tác giả vẫn muốn giữ lại 03 nghiên cứu này để tham khảo cho đề tài vì phương pháp và kết quả nghiên cứu có ý nghĩa khoa học cao.

Câu hỏi được đặt ra là phương pháp nào được ứng dụng trong đề tài để phân tích có độ tin cậy cao? Yếu tố nào ảnh hưởng đến quyết định mua chịu của nông hộ? Yếu tố nào ảnh hưởng đến số tiền được chấp nhận cho mua chịu đối với những nông hộ nuôi tôm công nghiệp? Quan điểm của đại lý về TDTM như thế nào?

Điểm mới của đề tài: (1) Thời gian, địa điểm và đối tượng khác với các nghiên cứu trước đây (2) Dựa vào tình hình thực tế mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp ở huyện Duyên Hải, đề tài sẽ ứng dụng mô hình Probit để xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua chịu của nông hộ. Tiếp theo, đề tài ứng dụng mô hình Tobit để xác định các yếu tố ảnh hưởng đến số tiền được chấp nhận cho mua chịu đối với những nông hộ nuôi tôm công nghiệp. (3) Sau đó đề tài sẽ đối chiếu lại kết quả thông qua người bán thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp nhằm tăng tính khoa học cho nghiên cứu này. (4) Phương pháp nghiên cứu cũng như các biến sử dụng trong đề tài này được chọn lọc dựa trên cơ sở của nghiên cứu trong và ngoài nước sao cho phù hợp với địa bàn nghiên cứu. (5) Tuy nhiên, do đặc thù của địa phương, Tác giả bổ sung thêm 02 biến dân tộc và thời gian nuôi tôm vào mô hình nghiên cứu.

3. Mục tiêu của đề tài

3.1 Mục tiêu chung

Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua chịu và số tiền mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp ở huyện Duyên Hải, tỉnh Trà Vinh; từ đó, Tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm làm tăng số tiền được chấp nhận cho mua chịu đối với những nông hộ nuôi tôm công nghiệp có nhu cầu.

3.2 Mục tiêu cụ thể

- Mục tiêu 1: Đánh giá hiện trạng mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp ở huyện Duyên Hải, tỉnh Trà Vinh.
- Mục tiêu 2: Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua chịu và số tiền mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp ở huyện Duyên Hải, tỉnh Trà Vinh.
- Mục tiêu 3: Đề xuất một số giải pháp nhằm làm tăng số tiền được chấp nhận cho mua chịu đối với những nông hộ nuôi tôm công nghiệp có nhu cầu.

4. Đối tượng, phạm vi và phương pháp nghiên cứu

4.1 Đối tượng, địa điểm và thời gian nghiên cứu

- Đối tượng nghiên cứu: TDTM: Trường hợp mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp.
- Địa điểm nghiên cứu: 06 xã thuộc huyện Duyên Hải, tỉnh Trà Vinh bao gồm: Hiệp Thạnh, Trường Long Hòa, Long Vĩnh, Long Hữu, Long Toàn, Long Khánh. Đề tài chọn huyện Duyên Hải và 6 xã trên để nghiên cứu vì khả năng tiếp cận đối tượng nghiên cứu (chi phí, thời gian, quen thuộc địa bàn) và huyện, xã có nhiều nông hộ nuôi tôm công nghiệp.
- Thời gian nghiên cứu:
 - + Thời gian thu thập số liệu sơ cấp: Từ 17/8/2015 đến 17/10/2015.
 - + Thời gian nghiên cứu đề tài: Từ 17/8/2015 đến 17/8/2016.

4.2 Quy mô nghiên cứu

Nghiên cứu bao gồm hai bước chính: (1) Nghiên cứu sơ bộ và (2) Nghiên cứu chính thức.

Nghiên cứu sơ bộ được thực hiện thông qua phương pháp định tính với kỹ thuật phỏng vấn chi tiết một số nông hộ mua/không mua chịu và đại lý, cửa hàng bán/không bán chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản ở huyện Duyên Hải, tỉnh Trà Vinh nhằm hoàn chỉnh bảng câu hỏi nghiên cứu. Nông hộ, đại lý, cửa hàng được phỏng vấn sẽ trả lời bảng câu hỏi đã thiết kế sẵn, mẫu cho nghiên cứu sơ bộ có kích thước $n = 15$ (10 phiếu phỏng vấn nông hộ mua và không mua chịu; 5 phiếu phỏng vấn đại lý, cửa hàng bán và không bán chịu).

Nghiên cứu chính thức được thực hiện bằng phương pháp nghiên cứu định lượng. Nghiên cứu định lượng đã sử dụng phương pháp phỏng vấn trực tiếp một số nông hộ mua/không mua chịu và đại lý, cửa hàng bán/không bán chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản ở huyện Duyên Hải, tỉnh Trà Vinh. Theo Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008):

Với độ tin cậy 95% và sai số thống kê 5%, mẫu nghiên cứu chính thức dành cho nông hộ mua/không mua chịu có kích thước $n = 385$, cỡ mẫu xác định:

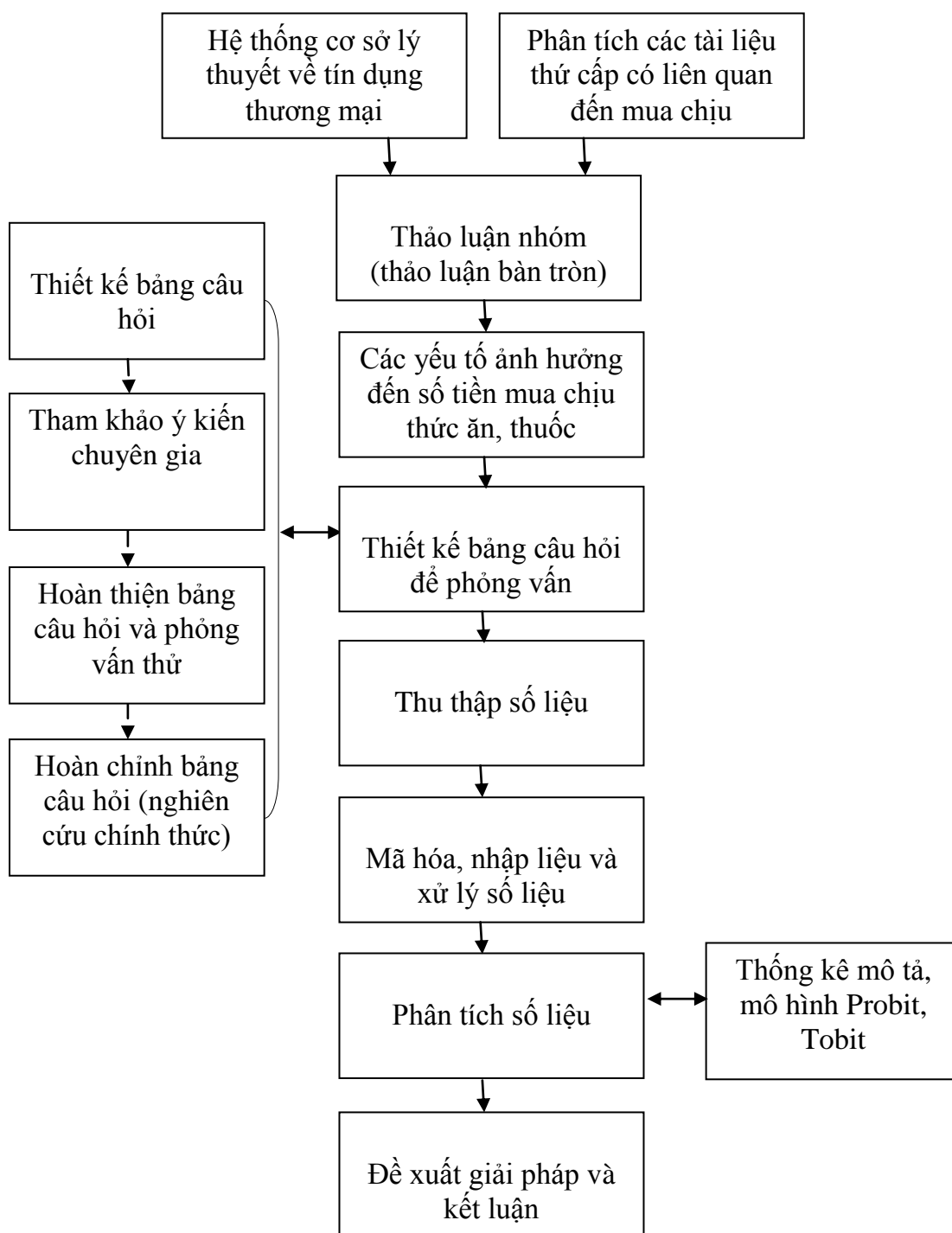
$$n = \frac{p(1-p)Z_{\alpha/2}^2}{e^2} = \frac{0,5 \times 0,5 \times 1,96^2}{0,05^2} = 384,16$$

Trong đó: P là khả năng được chấp nhận cho mua chịu của nông hộ ($P = 0,5$ sẽ đảm bảo rằng n được ước lượng có độ lớn an toàn nhất), $Z_{\alpha/2}$: Là giá trị tra bảng phân phối Z căn cứ trên độ tin cậy $1 - \alpha$, e là sai số thống kê.

Tương tự, với độ tin cậy 90% và sai số thống kê 10% (độ tin cậy thấp và sai số cao hơn so với nông hộ vì đối tượng đại lý, cửa hàng rất khó tiếp cận phỏng vấn), mẫu nghiên cứu chính thức dành cho đại lý, cửa hàng chấp nhận bán/không bán chịu có kích thước $n = 68$, cỡ mẫu xác định:

$$n = \frac{p(1-p)Z_{\alpha/2}^2}{e^2} = \frac{0,5 \times 0,5 \times 1,645^2}{0,1^2} = 67,65$$

Quy trình nghiên cứu:



Hình 6: Quy trình thực hiện nghiên cứu

Nguồn: Theo đề xuất của Tác giả, 2015

4.3 Phương pháp nghiên cứu

4.3.1 Phương pháp thu thập số liệu

Số liệu sử dụng trong đề tài là số liệu sơ cấp được thu thập từ một cuộc điều tra bằng bảng câu hỏi. Cuộc điều tra được tiến hành vào tháng 8/2015 với đối tượng phỏng vấn là 385 nông hộ mua/không mua chịu và 68 đại lý, cửa hàng bán/không bán thức ăn, thuốc thú y thủy sản ở huyện Duyên Hải, tỉnh Trà Vinh. Các nông hộ,

đại lý và cửa hàng được chọn theo phương pháp lấy mẫu ngẫu nhiên phân tầng. Tiêu thức phân tầng theo theo xã, số xã được chọn là 6/9 xã thuộc huyện (Hiệp Thành: 65 nông hộ và 12 đại lý, cửa hàng; Trường Long Hòa: 64 nông hộ và 12 đại lý, cửa hàng; Long Vĩnh: 64 nông hộ và 11 đại lý, cửa hàng; Long Hữu: 64 nông hộ và 11 đại lý, cửa hàng; Long Toàn: 64 nông hộ và 11 đại lý, cửa hàng; Long Khánh: 64 nông hộ và 11 đại lý, cửa hàng). Sau khi phân nhóm, ta tiến hành chọn mẫu ngẫu nhiên giản đơn (bốc thăm) trong từng nhóm theo danh sách Ủy ban Nhân dân Xã cung cấp.

4.3.2 Phương pháp phân tích số liệu

- Đối với mục tiêu 1: Đề tài sử dụng phương pháp thống kê mô tả để mô tả hiện trạng mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ ở Trà Vinh, nghiên cứu sử dụng phương pháp thống kê mô tả trên cơ sở số liệu sơ cấp thu thập được từ cuộc điều tra. Thống kê mô tả là việc mô tả dữ liệu bằng các phép tính và chỉ số thống kê thông thường như số trung bình, nhỏ nhất, lớn nhất, độ lệch chuẩn, bảng tần số.

- Đối với mục tiêu 2: Đề tài sẽ ứng dụng mô hình Probit để xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua chịu của nông hộ. Ta có mô hình Probit (Bliss, 1934) tổng quát sau:

$$Y_i^* = \beta_0 + \sum_{j=1}^k \beta_j x_{ij} + u_i$$

Trong đó, Y_i^* chưa biết. Nó thường được gọi là biến ẩn. Chúng ta xem xét biến giả Y_i được khai báo như sau:

$$Y_i = \begin{cases} 1 & \text{nếu } Y_i^* > 0 \\ 0 & \text{trường hợp khác} \end{cases}$$

Y_i : Biến phụ thuộc đây là một biến giả. Nó có giá trị bằng 1 nếu nông hộ quyết định mua chịu và 0 là không mua chịu.

X_{ij} là các biến độc lập đây là các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua chịu của nông hộ. Các biến này được trình bày chi tiết ở Bảng 1:

Bảng 1: Diễn giải ý nghĩa các biến độc lập trong mô hình Probit

STT	Tên biến	Ý nghĩa biến	Kỳ vọng về dấu	Cơ sở chọn biến
1	X ₁	Dân tộc, có giá trị là 1 nếu dân tộc Kinh và là 0 nếu ngược lại	+	Nghiên cứu tiền trạm (2015)
2	X ₂	Trình độ học vấn, có giá trị là 1 nếu chủ hộ có trình độ trung học phổ thông và là 0 nếu ngược lại	+	Trần Ái Kết (2014)
3	X ₃	Giá trị đất nông nghiệp của nông hộ (triệu đồng)	+	Burkart và Ellingsen (2004)
4	X ₄	Thu nhập bình quân đầu người của nông hộ (triệu đồng/năm)	+	Trần Ái Kết (2014)
5	X ₅	Độ dài thời gian quen biết giữa nông hộ và đại lý thức ăn, thuốc thú y thủy sản (năm)	+	Pike và cộng sự (2005)
6	X ₆	Khoảng cách từ nơi ở của nông hộ đến địa điểm kinh doanh của đại lý vật tư (km)	-	Rohner, 2011
7	X ₇	Khả năng vay tín dụng chính thức (1 = có vay và 0 = khác)	+/-	Burkart và Ellingsen, (2004) Fabbri và Menichini, (2010)
8	X ₈	Tuổi của chủ hộ (tuổi)	+/-	Lê Khương Ninh và Cao Văn Hôn (2012)
9	X ₉	Số năm sinh sống tại địa phương của nông hộ (năm)	+	Lê Khương Ninh và Cao Văn Hôn (2012)
10	X ₁₀	Vị trí xã hội, có giá trị là 1 nếu nông hộ có thành viên làm việc ở cơ quan nhà nước, đoàn thể hay các tổ chức chính thức và là 0 nếu ngược lại	+	Lê Khương Ninh và Cao Văn Hôn (2012)
11	X ₁₁	Thói quen mua chịu, có giá trị là 1 nếu nông hộ thường mua chịu và là 0 nếu ngược lại	-	Trần Ái Kết (2014)
12	X ₁₂	Lợi nhuận vụ trước (1 = có lợi nhuận và 0 = khác)	+	Trần Ái Kết (2014)
13	X ₁₃	Thời gian nuôi tôm (năm)	-	Nghiên cứu tiền trạm (2015)

Sau đó, mô hình Tobit (còn gọi là mô hình kiểm duyệt) được sử dụng để xác định các yếu tố ảnh hưởng đến số tiền mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của các nông hộ. Mô hình Tobit (Tobin, 1958) có dạng như sau:

$$Y_i = \begin{cases} Y_i^* = \beta X_i + u_i & \text{nếu } Y_i^* > 0 \\ 0 & \text{trường hợp khác} \end{cases} \quad \text{với } u_i \sim \text{IN}(0, \sigma^2)$$

Trong đó: Y là số tiền mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ (triệu đồng/năm), các biến X là các biến giải thích cho biến Y. Các biến giải thích được trình bày chi tiết ở Bảng 2.

Bảng 2: Ý nghĩa của các biến độc lập trong mô hình Tobit

STT	Tên biến	Ý nghĩa biến	Kỳ vọng về dấu	Cơ sở chọn biến
1	X ₁	Dân tộc, có giá trị là 1 nếu dân tộc Kinh và là 0 nếu ngược lại	+	Nghiên cứu tiền trạm (2015)
2	X ₂	Trình độ học vấn, có giá trị là 1 nếu chủ hộ có trình độ trung học phổ thông và là 0 nếu ngược lại	+	Trần Ái Kết (2014)
3	X ₃	Giá trị đất nông nghiệp của nông hộ (triệu đồng)	+	Burkart và Ellingsen (2004)
4	X ₄	Thu nhập bình quân đầu người của nông hộ (triệu đồng/năm)	+	Trần Ái Kết (2014)
5	X ₅	Độ dài thời gian quen biết giữa nông hộ và đại lý thức ăn, thuốc thú y thủy sản (năm)	+	Pike và cộng sự (2005)
6	X ₆	Khả năng vay tín dụng chính thức (1 = có vay và 0 = khác)	+	Burkart và Ellingsen, (2004) Fabbri và Menichini, (2010)
7	X ₇	Số năm sinh sống tại địa phương của nông hộ (năm)	+	Lê Khương Ninh và Cao Văn Hôn (2012)
8	X ₈	Vị trí xã hội, có giá trị là 1 nếu nông hộ có thành viên làm việc ở cơ quan nhà nước, đoàn thể hay các tổ chức chính thức và là 0 nếu ngược lại	+	Lê Khương Ninh và Cao Văn Hôn (2012)
9	X ₉	Lợi nhuận vụ trước (1 = có lợi nhuận và 0 = khác)	+	Trần Ái Kết (2014)
10	X ₁₀	Thời gian nuôi tôm (năm)	+/-	Nghiên cứu tiền trạm (2015)

Theo Gujarati (2004), Tobit là mô hình phù hợp nhất có thể sử dụng để ước lượng ảnh hưởng của các biến độc lập đến biến phụ thuộc nếu giá trị của biến phụ thuộc bị kiểm duyệt hay không được phép nhỏ hơn một giá trị nhất định nào đó (Tobin, 1958). Trong trường hợp bài viết này, giá trị của biến phụ thuộc (số tiền mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ) chỉ có thể lớn hơn hoặc bằng 0 bởi nông hộ có thể được chấp nhận cho mua chịu một số tiền nào đó hay bị khước từ hoàn toàn.

Để đối chiếu lại kết quả nghiên cứu thì bài viết còn áp dụng phương pháp thống kê mô tả và kiểm định Paired-samples T-test đối với đại lý, cửa hàng để so sánh mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến quyết định mua bán chịu nhằm tăng tính khoa học và tính thực tiễn của bài viết. Nếu kết quả trùng khớp giữa người mua và người bán chịu thì mức độ chính xác của kết quả nghiên cứu là rất cao. Ngược lại, cần có sự lý giải hợp lý, khoa học về sự khác biệt này.

PHẦN NỘI DUNG

Chương 1. Khảo sát và phân tích hiện trạng mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp ở huyện Duyên Hải, tỉnh Trà Vinh

1. Giới thiệu tổng quan về địa bàn nghiên cứu

Huyện Duyên Hải nằm về phía Nam của tỉnh Trà Vinh giữa hai cửa Cung Hầu và Định An của hai nhánh sông Cửu Long: Sông Cổ Chiên và sông Hậu. Phía Đông và phía Nam của huyện giáp với biển Đông, phía Tây giáp với huyện Trà Cú và tỉnh Sóc Trăng (qua ranh giới là sông Hậu), phía Bắc giáp huyện Cầu Ngang.

Duyên Hải với tổng diện tích tự nhiên là 42.007 ha. Trong đó đất sản xuất nông nghiệp 4.988 ha, đất lâm nghiệp 5.728 ha, đất chuyên dùng 2.742 ha, đất ở 495 ha (Cục Thống kê, 2012). Ngoài ra huyện còn có 55 km bờ biển và 12 km bờ cửa sông, sông rạch và đất ven biển. Đây là điều kiện rất thuận lợi cho hoạt động nuôi trồng thủy sản.

Duyên Hải có địa hình mang tính chất của vùng đồng bằng ven biển đặc thù với những giồng cát hình cánh cung chạy dài theo hướng song song với bờ biển. Các giồng cát tập trung chủ yếu ở các xã phía Bắc của huyện như: Long Hữu - Ngũ Lạc, Hiệp Thạnh - Trường Long Hoà, Long Vĩnh và rải rác ven theo bờ biển. Nhìn chung địa hình Duyên Hải khá thấp và tương đối bằng phẳng với độ cao bình quân phổ biến là 0,4 đến 1,2m.



Hình 1.1. Bản đồ huyện Duyên Hải

Nguồn: Ảnh chụp từ bản đồ đơn vị hành chính, 2015

Ngày 15/5/2015, Chủ tịch Quốc hội Nguyễn Sinh Hùng ký và ban hành Nghị quyết số 934/NQ-UBTVQH13 của Ủy ban Thường vụ Quốc hội “về việc điều chỉnh địa giới hành chính huyện Trà Cú, huyện Duyên Hải để thành lập thị xã Duyên Hải và 02 phường thuộc thị xã Duyên Hải, tỉnh Trà Vinh”.

Theo đó, sau khi điều chỉnh địa giới hành chính để thành lập thị xã Duyên Hải và 02 phường thuộc thị xã Duyên Hải, thì thị xã Duyên Hải có 17.709,64 ha diện tích tự nhiên và 56.241 nhân khẩu; có 07 đơn vị hành chính gồm: Phường 1, Phường 2 và các xã: Long Toàn, Long Hữu, Trường Long Hòa, Hiệp Thạnh, Dân Thành.

Địa giới hành chính thị xã Duyên Hải: Phía Đông và phía Nam giáp biển Đông, phía Tây giáp huyện Duyên Hải, phía Bắc giáp huyện Cầu Ngang. Trong đó, xã Long Hữu còn lại 3.260,27 ha diện tích tự nhiên và 6.529 nhân khẩu. Xã Long Toàn còn lại 3.400,93 ha diện tích tự nhiên và 5.082 nhân khẩu.

Đối với huyện Duyên Hải còn lại 30.047,21 ha diện tích tự nhiên và 82.393 nhân khẩu; có 07 đơn vị hành chính gồm: Thị trấn Long Thành và các xã Long Khánh, Ngũ Lạc, Long Vĩnh, Đông Hải, Đôn Châu, Đôn Xuân.

Địa giới hành chính huyện Duyên Hải: Phía Đông giáp thị xã Duyên Hải, phía Tây giáp tỉnh Sóc Trăng (qua Sông Hậu), phía Nam giáp Biển Đông và phía Bắc giáp huyện Trà Cú và huyện Cầu Ngang.

Hiện tại trên địa bàn thị xã có 03 dự án lớn của Trung ương như Trung tâm Điện lực Duyên Hải, Kênh đào Trà Vinh, Khu kinh tế Định An đang tiếp tục triển khai, một số hạng mục đã hoàn thành, nhất là việc 02 tổ máy của Nhà máy Nhiệt điện Duyên Hải 1 hòa lưới và Kênh đào Trà Vinh thông tuyến vào đầu năm 2016 sẽ là điều kiện thuận lợi đưa ngành công nghiệp của thị xã phát triển. Song song đó, với lợi thế bờ biển dài 35 km nên thị xã Duyên Hải tiềm năng, lợi thế để phát triển du lịch và dịch vụ du lịch. Biển Ba Động và Thiên viện trúc lâm, Nhà máy điện gió, Bến tiếp nhận vũ khí Bắc – Nam, Trung tâm Điện lực Duyên Hải, Kênh đào Trà Vinh kết nối liên hoàn với nhau sẽ trở thành những điểm du lịch hấp dẫn đối với các du khách trong và ngoài tỉnh. Với những tiềm năng lợi thế sẵn có, Đảng bộ và nhân dân thị xã Duyên Hải phấn đấu xây dựng thị xã Duyên Hải trở thành đô thị loại III vào năm 2020.

***Quan điểm phát triển kinh tế:**

(1) Phát huy nguồn nội lực: Xây dựng phát triển kinh tế - xã hội cần thể hiện rõ quan điểm là dựa vào các nguồn lực nội tại là chính, tuy nhiên cần tranh thủ tối đa các yếu tố bên ngoài là quan trọng đặc biệt là vốn đầu tư.

(2) Phát triển cân đối lãnh thổ: Phát triển kinh tế - xã hội cần đảm bảo sự hài hòa giữa các vùng lãnh thổ trên địa bàn. Điều này có ý nghĩa rất quan trọng về kinh tế xã hội.

(3) Phát triển hợp tác và cạnh tranh kinh tế: Trong nền kinh tế thị trường có sự quản lý của Nhà nước, vấn đề hợp tác và cạnh tranh là hai mặt của một quá trình phát triển, vừa hỗ trợ vừa bổ sung cho nhau trong một mô hình kinh tế mở hoàn chỉnh.

(4) Phát triển kinh tế kết hợp với an ninh quốc phòng: Phát triển kinh tế xã hội kết hợp chặt chẽ và hài hòa với an ninh quốc phòng là quan điểm đúng đắn có tầm chiến lược để phát triển ổn định và bền vững.

(5) Phát triển kinh tế kết hợp với bảo vệ môi trường: Phát triển kinh tế - xã hội cần phải được xem xét cân nhắc đồng bộ với chiến lược bảo vệ tiến tới phát triển môi trường bền vững.

(6) Phát triển kinh tế phải gắn với phát triển xã hội: Phát triển kinh tế bền vững tức là phải đảm bảo hài hòa sự phát triển kinh tế xã hội và môi trường, phát triển kinh tế phải gắn với phát triển xã hội, nâng cao trình độ dân trí, xóa đói giảm nghèo.

2. Hiện trạng mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp

2.1 Thông tin chung về mẫu điều tra

Đề tài tiến hành thu thập số liệu vào tháng 8/2015 với đối tượng phỏng vấn là 385 nông hộ mua/không mua chịu và 68 đại lý, cửa hàng bán/không bán thức ăn, thuốc thú y thủy sản ở huyện Duyên Hải, tỉnh Trà Vinh. Số phiếu phát ra là 385 phiếu phỏng vấn nông hộ và 68 phiếu phỏng vấn đại lý, cửa hàng, tất cả các phiếu điều hợp lệ. Tuy nhiên, trong quá trình phân tích, Tác giả có loại bỏ các outlier (giá trị lệch quá xa với giá trị trung bình làm số liệu bị lệch) nên số quan sát ở một số chỉ tiêu bị giảm xuống thấp hơn thực tế điều tra. Cuộc điều tra được tiến hành ở 6 xã thuộc huyện Duyên Hải, tỉnh Trà Vinh. Chi tiết các xã đã điều tra được trình bày ở Bảng 1.1.

Bảng 1.1: Thông tin số phiếu điều tra ở các xã

Xã	Nông hộ		Đại lý, cửa hàng	
	Số quan sát	Tỷ trọng (%)	Số quan sát	Tỷ trọng (%)
Hiệp Thạnh	65	16,90	12	17,64
Trường Long Hòa	64	16,62	12	17,64
Long Vĩnh	64	16,62	11	16,18
Long Hữu	64	16,62	11	16,18
Long Toàn	64	16,62	11	16,18
Long Khánh	64	16,62	11	16,18
Tổng cộng	385	100,00	68	100,00

Nguồn: Số liệu khảo sát của tác giả, 2015

Với 385 nông hộ được điều tra thì có 95,6% dân tộc Kinh và 4,4% dân tộc Khmer. Nhìn chung, đa số nông hộ trên địa bàn là thuộc dân tộc Kinh. Bên cạnh đó, đáp viên có 97 nữ (chiếm tỷ trọng 25,2%) và 288 nam (chiếm tỷ trọng 74,8%). Nông hộ được điều tra có từ 1 đến 11 người, trung bình là 4 người/hộ.

Trình độ học vấn của chủ hộ đa số từ trung học cơ sở trở lên, chiếm 65,1% tổng số nông hộ được khảo sát (trong đó, tốt nghiệp trung học phổ thông chiếm tỷ trọng 21,8%). Ngược lại, vẫn còn 1,9% nông hộ chưa biết chữ và 33,1% nông hộ có trình độ tiểu học theo mẫu điều tra. Chi tiết về trình độ học vấn của chủ hộ được trình bày ở Bảng 1.2.

Bảng 1.2: Trình độ học vấn của chủ hộ

Trình độ học vấn của chủ hộ	Số quan sát	Tỷ trọng (%)
Chưa biết chữ	7	1,9
Tiểu học	123	33,1
Trung học cơ sở	161	43,3
Trung học phổ thông	81	21,8
Tổng cộng	372	100,0

Nguồn: Số liệu khảo sát của tác giả, 2015

Ngược với nông hộ, đa số chủ đại lý, cửa hàng tốt nghiệp trung học phổ thông, chiếm tỷ trọng 66,2%. Tỷ trọng chủ đại lý, cửa hàng có trình độ từ tiểu học trở xuống là khá thấp, chỉ chiếm 10,3%.

Bảng 1.3: Trình độ học vấn của chủ đại lý, cửa hàng

Trình độ học vấn của chủ đại lý, cửa hàng	Số quan sát	Tỷ trọng (%)
Chưa biết chữ	1	1,5
Tiểu học	6	8,8
Trung học cơ sở	16	23,5
Trung học phổ thông	45	66,2
Tổng cộng	68	100,0

Nguồn: Số liệu khảo sát của tác giả, 2015

Bảng 1.4 cho thấy trình độ chuyên môn của nông hộ còn nhiều hạn chế. Trong đó, có 314 nông hộ có trình độ sơ cấp nghề (chiếm tỷ trọng 83,7%) và có 26 nông hộ có trình độ cao đẳng, đại học (chiếm tỷ trọng 6,9%).

Bảng 1.4: Trình độ chuyên môn của chủ hộ

Trình độ chuyên môn của chủ hộ	Số quan sát	Tỷ trọng (%)
Sơ cấp nghề	314	83,7
Trung cấp	35	9,3
Cao đẳng	11	2,9
Đại học	15	4,0
Tổng cộng	375	100,0

Nguồn: Số liệu khảo sát của tác giả, 2015

2.2 Hiện trạng mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ

Với số liệu điều tra, 94,0% nông hộ sinh sống tại địa phương và 6,0% nông hộ đến từ nơi khác. Điều này cho thấy nông hộ trên địa bàn dễ được chấp nhận cho mua chịu vì người bán có nhiều thông tin hơn về họ để thẩm định năng lực trả nợ cũng như có nhiều thời gian để xây dựng mối quan hệ thân tình mang tính chất ràng buộc mặc dù không chính thức.

Bảng 1.5 cho thấy có 11,2% nông hộ có người làm ở tổ chức đoàn thể, chính quyền địa phương. Bên cạnh đó, 60,3% nông hộ có thói quen mua chịu và 59,7% nông hộ có lợi nhuận vụ trước. Đối với những nông hộ có lợi nhuận vụ trước thì lợi nhuận trung bình là 163,7 triệu đồng/vụ, cao nhất là 1.000 triệu đồng/vụ. Do đó, những nông hộ này sẽ dễ được chấp nhận cho mua chịu bởi các đối tượng này được xem là có uy tín trong trả nợ và có nhiều cơ hội lựa chọn mua chịu ở những nơi thuận lợi và dễ dàng nhất cho mình.

Bảng 1.5: Đặc điểm của nông hộ nuôi tôm công nghiệp

Đặc điểm nông hộ		Số quan sát	Tỷ trọng (%)
Hộ khẩu thường trú	Tại địa phương	362	94,0
	Nơi khác đến	23	6,0
Vị trí xã hội	Có	43	11,2
	Không	342	88,8
Thói quen mua chịu	Thường mua chịu	232	60,3
	Ít khi mua chịu	153	39,7
Lợi nhuận vụ trước	Có lợi nhuận	230	59,7
	Không	155	40,3
Vay tín dụng chính thức	Có	161	41,8
	Không	224	58,2

Nguồn: Số liệu khảo sát của tác giả, 2015

Thực tế điều tra tại địa phương, nông hộ có vay tín dụng chính thức chiếm tỷ trọng 41,8%, số tiền vay trung bình là 117,8 triệu đồng, thấp nhất là 10 triệu đồng, cao nhất là 600 triệu đồng. Theo đó, các đối tượng này thường được đại lý, cửa hàng chấp nhận cho mua chịu bởi vì thường được xem là có uy tín tín dụng (do đã được thẩm định một cách chuyên nghiệp bởi chính các tổ chức tín dụng). Ngược lại, 58,2% nông hộ không tiếp cận được tín dụng chính thức.

Theo thực tế điều tra trên địa bàn, đa số nông hộ nuôi tôm công nghiệp có nhiều kinh nghiệm nuôi tôm, trung bình là 10 năm, thấp nhất là 0,5 năm và cao nhất là 30 năm. Chủ hộ có độ tuổi trung bình là 47, có trường hợp lên đến 75 tuổi. Như vậy, các nông hộ có nhiều kinh nghiệm trong quá trình nuôi tôm công nghiệp, góp phần nâng cao hiệu quả kinh tế hộ khi nuôi tôm công nghiệp và tạo tâm lý yên tâm cho đại lý, cửa hàng khi bán chịu cho nông hộ trên địa bàn.

Bảng 1.6: Tuổi của chủ hộ và thời gian nuôi tôm của hộ

Yếu tố	Số quan sát	Nhỏ nhất	Trung bình	Lớn nhất	Độ lệch chuẩn
Tuổi của chủ hộ (tuổi)	385	24,0	47,0	75,0	10,0
Thời gian nuôi tôm (năm)	385	0,5	10,0	30,0	7,6

Nguồn: Số liệu khảo sát của tác giả, 2015

Về năng lực tài chính, Bảng 1.7 cho thấy nông hộ nuôi tôm công nghiệp trên địa bàn có giá trị đất nông nghiệp trung bình là 605,5 triệu đồng, thu nhập bình quân là 91,9 triệu đồng/năm. Cũng có một số hộ không có đất nông nghiệp phải thuê đất để sản xuất, có hộ thì giá trị đất lên đến 2.000 triệu đồng. Nhìn chung thu nhập và giá trị đất nông nghiệp của nông hộ trên địa bàn là khá cao. Lý do là nhiều hộ được Nhà nước chia đất sản xuất từ thời nông trường của nhà nước nên đa số nông hộ có nhiều đất nông nghiệp. Một điểm thú vị về diện tích nuôi tôm là do đặc thù về điều kiện địa lý của huyện nên diện tích nuôi tôm của nông hộ chỉ chuyên về nuôi tôm và không nuôi trồng gì khác.

Bảng 1.7: Năng lực tài chính của nông hộ

Yếu tố	Số quan sát	Nhỏ nhất	Trung bình	Lớn nhất	Độ lệch chuẩn
Giá trị đất nông nghiệp của nông hộ (triệu đồng)	385	0,0	605,5	2.000,0	502,0
Thu nhập bình quân (triệu đồng/năm)	385	1,0	91,9	820,0	121,7

Nguồn: Số liệu khảo sát của tác giả, 2015

Với 385 nông hộ được khảo sát, đa số nông hộ là sinh sống tại địa phương (trung bình là 35 năm), có thời gian quen biết với đại lý là khá dài (trung bình là 7,5 năm, có trường hợp lên đến 30 năm), gần với các đại lý, cửa hàng bán thức ăn, thuốc thú y thủy sản (trung bình là 6 km, gần nhất là 0,1 km, xa nhất là 20 km). Điều này góp phần cho hoạt động mua bán chịu diễn ra mạnh mẽ hơn vì người bán có thêm thông tin để đánh giá và chọn lọc người mua, qua đó giảm thiểu rủi ro cho chính mình. Thông thường, nếu sống càng gần người bán thì người mua ít có động cơ không trả nợ vì ở nông thôn sống gần nhau thường sẽ gần gũi và gắn bó với nhau hơn do tình làng nghĩa xóm, bạn bè. Nếu sống gần người mua thì người bán cũng sẽ dễ dàng và ít tốn kém trong việc kiểm soát và cưỡng chế người mua trả nợ, do đó sẽ có xu hướng chấp nhận bán chịu cho người mua có nhu cầu.

Bảng 1.8: Sự quen biết giữa nông hộ và đại lý, cửa hàng

Yếu tố	Số quan sát	Nhỏ nhất	Trung bình	Lớn nhất	Độ lệch chuẩn
Độ dài thời gian quen biết giữa nông hộ và đại lý (năm)	385	0,6	7,5	30,0	6,7
Khoảng cách từ nơi ở của nông hộ đến địa điểm kinh doanh của đại lý (km)	385	0,1	6,0	20,0	6,3
Số năm sinh sống tại địa phương (năm)	385	0,5	35,0	70,0	16,8

Nguồn: Số liệu khảo sát của tác giả, 2015

Theo số liệu điều tra, 73% nông hộ có mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản trong vụ trước đó. Trong đó, 5,7% nông hộ cần có sự bảo lãnh của một bên thứ ba vì nông hộ không đủ uy tín để đại lý, cửa hàng bán chịu.

Đối với nhu cầu mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản thì việc lựa chọn một cửa hàng, đại lý có uy tín và chất lượng là một vấn đề cần thiết và quan trọng. Kết quả điều tra được trình bày ở Bảng 1.9 cho thấy, nông hộ lựa chọn đại lý, cửa hàng trên cơ sở quen biết với đại lý, cửa hàng là đa số, chiếm tỷ trọng 54,0%. Kế đến, nông hộ dựa trên cơ sở đại lý, cửa hàng có gần nhà hay không, chiếm tỷ trọng 16,9%. Ngoài ra, nông hộ còn dựa trên các cơ sở như thời hạn bán chịu, chênh lệch giá so với mua bằng tiền mặt, thái độ bán hàng, sự chấp nhận bán chịu của đại lý, cửa hàng,... để lựa chọn đại lý, cửa hàng mua chịu.

Bảng 1.9: Cơ sở lựa chọn đại lý, cửa hàng mua chịu của nông hộ

Chỉ tiêu	Số quan sát	Tỷ trọng (%)
Sẵn sàng bán chịu	9	2,3
Thời hạn bán chịu dài	9	2,3
Chênh lệch giá so với mua bằng tiền mặt	13	3,4
Thái độ bán hàng	6	1,6
Gần nhà	65	16,9
Quen biết	208	54,0
Khác	75	19,5
Tổng cộng	385	100,0

Nguồn: Số liệu khảo sát của tác giả, 2015

Trong 251 nông hộ có mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản được điều tra, chênh lệch giá khi mua bằng tiền mặt và mua chịu (tức là khi mua chịu nông hộ phải trả giá cao hơn trả bằng tiền mặt) trung bình là 5,6%, có trường hợp lên đến 20%. Điều này có thể giải thích là người bán bị chiếm dụng vốn quá nhiều, gặp rủi ro cao khi bán chịu cho nông hộ, khoảng chênh lệch này chính là chi phí sử dụng vốn của nông hộ và cũng là phần bù rủi ro của người bán.

Bảng 1.10: Đặc điểm giao dịch mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản

Yếu tố	Số quan sát	Nhỏ nhất	Trung bình	Lớn nhất	Độ lệch chuẩn
Chênh lệch giá khi mua tiền mặt và mua chịu (%)	251	0,0	5,6	20,0	4,6
Mức chiết khấu khi trả tiền trước hạn (%)	251	0,0	4,5	20,0	3,7

Nguồn: Số liệu khảo sát của tác giả, 2015

Nông hộ phải thanh toán tiền mua chịu cho đại lý, cửa hàng đúng hạn. Thời gian thanh toán đúng là sau khi thu hoạch tôm. Hình thức thanh toán có thể trả tiền mặt hoặc bán tôm cho đại lý, cửa hàng để trả tiền mua chịu. Trường hợp đặc biệt, nếu vụ tôm đang mua chịu bị lỗ thì nông hộ có thể kéo dài đến thu hoạch ở các vụ tiếp theo do mối quan hệ kinh doanh giữa đại lý, cửa hàng và nông hộ cũng như thiện chí trả nợ của nông hộ mà không được chiết khấu, thậm chí phải trả lãi. Tuy nhiên, khi nông hộ trả tiền trước hạn (trả tiền trước khi thu hoạch tôm, thường là trước 2 tháng) sẽ được đại lý chiết khấu với mức trung bình là 4,5%, trường hợp đặc biệt có thể lên đến 20% để khuyến khích nông hộ trả nợ, đẩy nhanh vòng quay vốn của người bán. Để kiểm chứng vấn đề này Tác giả sử dụng kiểm định Paired-Samples T-Test:

Bảng 1.11: Kết quả so sánh mức chênh lệch giá khi mua tiền mặt và mua chịu giữa hai nhóm có chiết khấu và không chiết khấu

Chỉ tiêu	Giá trị
Mức chênh lệch giá khi mua tiền mặt và mua chịu của nhóm có chiết khấu (%)	6,2
Mức chênh lệch giá khi mua tiền mặt và mua chịu của nhóm không có chiết khấu (%)	4,1

Chỉ tiêu	Giá trị
Chênh lệch	2,1
Số quan sát	251
Giá trị kiểm định Paired Samples Test	3,9***
	(Sig. = 0,000)

*Ghi chú: *** có ý nghĩa ở mức $\alpha = 1\%$*

Nguồn: Số liệu khảo sát của tác giả, 2015

Với giả thuyết H_0 : Mức chênh lệch giá khi mua tiền mặt và mua chịu giữa hai nhóm có chiết khấu và không chiết khấu là như nhau. Dựa vào kiểm định Paired - Samples T-test, giá trị $t = 3,9$, có ý nghĩa ở mức $\alpha = 1\%$ nên bác bỏ H_0 , tức là mức chênh lệch giá khi mua tiền mặt và mua chịu giữa hai nhóm có chiết khấu và không chiết khấu là khác nhau. Cụ thể, Mức chênh lệch giá khi mua tiền mặt và mua chịu của nhóm có chiết khấu cao hơn của nhóm không có chiết khấu trung bình là 2,1%.

Thực tế từ số liệu điều tra những nông hộ có mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản, đa số nông hộ được chiết khấu khi trả tiền trước hạn, chiếm tỷ trọng 67,7%. Tuy nhiên, một số đại lý, cửa hàng không có chiết khấu cho nông hộ khi trả tiền trước hạn vì giá bán chịu tương đối thấp so với những đại lý, cửa hàng có chiết khấu. Bên cạnh đó, một số ít đại lý, cửa hàng có yêu cầu nông hộ bán thủy sản cho họ (chiếm tỷ trọng 9,2%) nhưng đa số nông hộ không đồng ý bán (chiếm tỷ trọng 90,0%).

Bảng 1.12: Thông tin giao dịch mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản

Đặc điểm nông hộ	Số quan sát	Tỷ trọng (%)
Chiết khấu khi trả tiền trước hạn	Có	170
	Không	81
Đại lý, cửa hàng có yêu cầu bán thủy sản	Có	23
	Không	228
Quyết định bán cho đại lý, cửa hàng khi được yêu cầu	Có bán	25
	Không có bán	226
Mua chịu tại đại lý, cửa hàng cũ	Tiếp tục	238
	Không tiếp tục	13

Nguồn: Số liệu khảo sát của tác giả, 2015

Đa số nông hộ được khảo sát cho rằng sẽ tiếp tục mua chịu tại đại lý, cửa hàng cũ, chiếm tỷ trọng 94,8%. Một số ít nông hộ muốn chuyển mua chịu ở các đại lý, cửa hàng khác vì đại lý, cửa hàng bán chịu với giá cao, yêu cầu phải bán thủy sản cho họ và ghi sổ sách không rõ ràng.

Trên đây, đề tài đã phân tích hiện trạng mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ. Bài viết tiếp tục phân tích hiện trạng các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định bán chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản (theo đánh giá chủ quan của người bán) bằng phương pháp thống kê mô tả để tham khảo thêm từ phía người bán như thế nào theo quy luật cung cầu.

2.3 Hiện trạng các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định bán chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản

Theo số liệu cung cấp của Phòng Tài chính – Kế hoạch huyện Duyên Hải (2015), toàn huyện có khoảng 124 đại lý, cửa hàng, mạng lưới đại lý, cửa hàng bán thức ăn, thuốc thú y thủy sản dàn trải khắp huyện, trung bình mỗi xã là 11 đại lý, cửa hàng. Điều này giúp nông hộ thuận tiện trong việc tiếp cận với đại lý, cửa hàng trong hoạt động mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản theo vùng, địa phương. Theo thực tế khảo sát 68 đại lý, cửa hàng bán thức ăn, thuốc thú y thủy sản ở huyện Duyên Hải, tỉnh Trà Vinh, khi quyết định bán chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản cho khách hàng các đại lý, cửa hàng rất quan tâm đến lợi nhuận vụ trước, thời gian nuôi tôm cũng như thói quen mua chịu của khách hàng (với mức độ quan tâm trung bình lần lượt là 7,43/9 điểm, 7,01/9 điểm và 6,59/9 điểm) bởi vì những khách hàng có lợi nhuận vụ trước, thời gian nuôi tôm lâu là những hộ có nhiều năm kinh nghiệm trong nuôi tôm, giảm thiểu được tình trạng tôm chết và khả năng lây lan, có nguồn thu nhập tương đối ổn định. Bên cạnh đó, những khách hàng có thói quen mua chịu và được nhiều đại lý, cửa hàng chấp nhận bán chịu thì những khách hàng này thường có uy tín. Như vậy, với thu nhập ổn định và có uy tín nên những khách hàng này ít có động cơ để không trả tiền đã mua chịu của đại lý, cửa hàng. Mức độ quan tâm được trình bày chi tiết ở Bảng 1.13.

Sau ba yếu tố trên, các đại lý, cửa hàng còn quan tâm đến độ dài thời gian quen biết của khách hàng và đại lý (6,07/9 điểm), thu nhập bình quân đầu người/năm (5,96/9 điểm), giá trị đất nông nghiệp (5,56/9 điểm), khả năng vay ngân hàng, quỹ tín dụng (5,28/9 điểm), số năm sống tại địa phương (5,03/9 điểm), khoảng cách từ nơi ở của khách hàng đến đại lý (4,18/9 điểm), vị trí xã hội (3,85/9 điểm). Những khách hàng có thu nhập cao, đất đai nhiều thì đại lý, cửa hàng yên tâm trong khâu bán chịu vì khả năng bị không trả là thấp, nếu lỡ có bị không trả thì

đại lý, cửa hàng có thể tịch thu đất với giá thị trường. Bên cạnh đó, cửa hàng cũng quan tâm đến khách hàng quen, sinh sống tại địa phương, có vị trí xã hội vì những đối tượng này có khả năng trả nợ cao bởi vì nếu không trả nợ sẽ bị đại lý, cửa hàng sử dụng những biện pháp trả đũa như đồn đãi làm mất uy tín (khả năng tái mua chịu của những khách hàng này sẽ rất thấp vì không đại lý, cửa hàng nào bán chịu nữa), thừa chính quyền địa phương,...

Bảng 1.13: Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định bán chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản

Yếu tố	Số quan sát	Nhỏ nhất	Trung bình	Lớn nhất	Độ lệch chuẩn
Dân tộc	68	1	1,97	9	1,87
Trình độ học vấn	68	1	3,19	9	2,6
Giá trị đất nông nghiệp	68	1	5,56	9	2,98
Thu nhập bình quân đầu người/năm	68	1	5,96	9	2,94
Độ dài thời gian quen biết của khách hàng và đại lý	68	1	6,07	9	2,70
Khoảng cách từ nơi ở của khách hàng đến đại lý	68	1	4,18	9	2,65
Khả năng vay ngân hàng, quỹ tín dụng	67	1	5,28	9	3,01
Độ tuổi	68	1	2,78	8	2,04
Số năm sống tại địa phương	68	1	5,03	9	2,82
Vị trí xã hội	68	1	3,85	9	2,66
Thói quen mua chịu	68	1	6,59	9	2,80
Lợi nhuận vụ trước khi mua chịu	68	1	7,43	9	2,28
Thời gian nuôi tôm	68	1	7,01	9	2,11

Nguồn: Số liệu khảo sát của tác giả, 2015

Theo kết quả thống kê ở Bảng 1.13, dân tộc (1,97/9 điểm), độ tuổi (2,78/9 điểm) và trình độ học vấn (3,19/9 điểm) là những yếu tố mà đại lý, cửa hàng ít quan tâm khi quyết định bán chịu cho khách hàng vì các yếu tố này ít hoặc không ảnh hưởng đến khả năng trả nợ của khách hàng.

Tiểu kết chương 1

Đề tài đã giới thiệu tổng quan về địa bàn nghiên cứu. Bên cạnh đó, đề tài cũng phân tích hiện trạng mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ. Kết quả phân tích cho thấy: (1) Đa số nông hộ là người kinh, có trình độ học vấn từ trung học cơ sở trở lên nhưng trình độ chuyên môn còn nhiều hạn chế. Ngược lại, đa số chủ đại lý, cửa hàng thì tốt nghiệp trung học phổ thông trở lên. (2) Phần lớn nông hộ sinh sống tại địa phương, có thói quen mua chịu và vụ trước có lợi nhuận. Hơn nữa, nông hộ có vay tín dụng chính thức chiếm tỷ trọng cao. (3) Theo thực tế điều tra trên địa bàn, đa số nông hộ nuôi tôm công nghiệp có nhiều kinh nghiệm nuôi tôm, thu nhập và giá trị đất nông nghiệp của nông hộ là khá cao, có thời gian quen biết với đại lý là khá dài và gần với các đại lý, cửa hàng bán thức ăn, thuốc thú y thủy sản. (4) Nông hộ lựa chọn đại lý, cửa hàng trên cơ sở quen biết với đại lý, cửa hàng là đa số. (5) Mức chênh lệch giá khi mua tiền mặt và mua chịu của nhóm có chiết khấu cao hơn của nhóm không có chiết khấu. (6) Đa số nông hộ được chiết khấu khi trả tiền trước hạn. Tuy nhiên, một số đại lý, cửa hàng không có chiết khấu cho nông hộ khi trả tiền trước hạn vì giá bán chịu tương đối thấp so với những đại lý, cửa hàng có chiết khấu. Bên cạnh đó, một số ít đại lý, cửa hàng có yêu cầu nông hộ bán thủy sản cho họ nhưng đa số nông hộ không đồng ý bán. (7) Phần lớn nông hộ được khảo sát cho rằng sẽ tiếp tục mua chịu tại đại lý, cửa hàng cũ. (8) Khi quyết định bán chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản cho khách hàng các đại lý, cửa hàng rất quan tâm đến lợi nhuận vụ trước, thời gian nuôi tôm cũng như thói quen mua chịu của khách hàng. (9) Dân tộc, độ tuổi và trình độ học vấn là những yếu tố mà đại lý, cửa hàng ít quan tâm khi quyết định bán chịu cho khách hàng vì các yếu tố này ít hoặc không ảnh hưởng đến khả năng trả nợ của khách hàng.

Chương 2. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua chịu và số tiền mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp ở huyện Duyên Hải, tỉnh Trà Vinh

Sau khi phân tích hiện trạng mua bán chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ. Bài viết tiếp tục xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp ở huyện Duyên Hải, tỉnh Trà Vinh.

1. Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp

Bài viết sử dụng mô hình Probit để ước lượng các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp. Biến phụ thuộc trong mô hình này là quyết định mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp (mua hoặc không mua chịu). Theo kết quả ước lượng mô hình, thì Pseudo $R^2 = 0,0867$; LR $\text{Chi}^2 = 22,34$; phần trăm dự báo chính xác là 73,18% và hệ số tương quan Spearman giữa các biến đều $< 0,6$ không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến nên mô hình có ý nghĩa thống kê và phù hợp.

Kết quả ước lượng cho thấy, trong số 13 biến đưa vào mô hình thì 4 biến có ý nghĩa thống kê: Thu nhập bình quân, khoảng cách từ nơi ở của nông hộ đến đại lý, tuổi của chủ hộ, thời gian nuôi tôm; 9 biến còn lại không có ý nghĩa thống kê. Với giả thuyết các yếu tố khác không thay đổi, ảnh hưởng của từng yếu tố đến quyết định mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp được diễn giải như sau:

- Thu nhập bình quân (X_4) tác động cùng chiều với quyết định mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp ở mức ý nghĩa thống kê 10%. Cụ thể, khi thu nhập bình quân của nông hộ tăng lên 1 triệu đồng/năm thì khả năng mua chịu thức ăn, thuốc tăng lên 0,033%. Giống như kỳ vọng ban đầu, kết quả ước lượng có thể giải thích là để đánh giá năng lực trả nợ của người mua, người bán sẽ căn cứ vào thu nhập của nông hộ. Các nông hộ có thu nhập cao thường được người bán chấp nhận cho mua chịu hơn bởi thường được xem là có khả năng trả nợ tốt hơn và có nhiều uy tín.

Bảng 2.1: Kết quả ước lượng mô hình hồi quy Probit

Biến số	Hệ số ước lượng	Tác động biên dy/dx	Giá trị thống kê Z
Hằng số (C)	1,54559	-	2,02
Dân tộc (X ₁)	-0,09821	-0,03049	-0,19
Trình độ học vấn (X ₂)	-0,34191	-0,11610	-1,44
Giá trị đất nông nghiệp của nông hộ (X ₃)	-0,00002	-0,00001	-0,16
Thu nhập bình quân (X ₄)	0,00103	0,00033	1,80*
Độ dài thời gian quen biết giữa nông hộ và đại lý (X ₅)	-0,00178	-0,00057	-0,12
Khoảng cách từ nơi ở của nông hộ đến địa điểm kinh doanh của đại lý (X ₆)	-0,03356	-0,01075	-2,17**
Khả năng vay tín dụng chính thức (X ₇)	0,16437	0,05227	0,79
Tuổi của chủ hộ (X ₈)	-0,01894	-0,00607	-1,98**
Số năm sinh sống tại địa phương (X ₉)	0,00429	0,00137	0,64
Vị trí xã hội (X ₁₀)	-0,03834	-0,01241	-0,12
Thói quen mua chịu (X ₁₁)	0,28324	0,09266	1,30
Lợi nhuận vụ trước khi mua chịu (X ₁₂)	0,21376	0,06973	1,04
Thời gian nuôi tôm (X ₁₃)	-0,02880	-0,00922	-1,84*

Pseudo R²: 0,0867
LR Chi²: 22,34**
Số quan sát: 220
Phần trăm dự báo chính xác: 73,18%

Ghi chú: *, ** lần lượt biểu diễn các mức ý nghĩa 10%, 5%.

Nguồn: Số liệu khảo sát của tác giả, 2015

- Khoảng cách từ nơi ở của nông hộ đến địa điểm kinh doanh của đại lý (X₆) có hệ số âm và có mức ý nghĩa thống kê 5%. Điều này chứng tỏ khoảng cách từ nơi ở của nông hộ đến địa điểm kinh doanh của đại lý có tác động ngược chiều đến quyết định mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công

nghiệp. Khi khoảng cách từ nơi ở của nông hộ đến địa điểm kinh doanh của đại lý tăng lên 1 km thì khả năng mua chịu thức ăn, thuốc giảm 1,075%. Kết quả nghiên cứu giống với kết quả nghiên cứu của Rohner (2011), nếu nông hộ sống càng gần người bán thì người bán không sợ người mua không trả nợ vì ở nông thôn sống gần nhau thường sẽ gần gũi và gắn bó với nhau hơn do tình làng nghĩa xóm, bạn bè hay huyết thống. Nếu sống gần người mua thì người bán cũng sẽ dễ dàng và ít tốn kém trong việc kiểm soát và cưỡng chế người mua trả nợ, do đó sẽ có xu hướng chấp nhận bán chịu cho người mua có nhu cầu.

- Tuổi của chủ hộ (X_8) tác động ngược chiều với quyết định mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp ở mức ý nghĩa thống kê 5%. Cụ thể, khi tuổi của chủ hộ cao hơn 1 tuổi thì khả năng mua chịu thức ăn, thuốc giảm 0,607%. Không giống như kết quả nghiên cứu của Lê Khương Ninh và Cao Văn Hơn (2012), chủ hộ cao tuổi thì có kinh nghiệm và có tích lũy về vốn trong sản xuất nên hộ không cần mua chịu vì mua chịu phải chấp nhận người bán nâng giá thức ăn, thuốc xem như phần tiền lãi bán chịu.

- Thời gian nuôi tôm (X_{13}) tác động ngược chiều với quyết định mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp ở mức ý nghĩa thống kê 10%. Khi thời gian nuôi tôm tăng thêm 1 năm thì khả năng mua chịu thức ăn, thuốc giảm 0,922%. Giống với kỳ vọng ban đầu, những nông hộ nuôi tôm lâu năm thường thì hộ chuyển từ hình thức nuôi tôm thâm canh (mô hình nuôi tôm có nguồn thu tương đối ổn định) sang mô hình nuôi tôm công nghiệp nên những hộ này cũng tích lũy một phần vốn đáp ứng nhu cầu sản xuất hiện tại nên không có nhu cầu mua chịu thức ăn, thuốc.

- Các biến dân tộc (X_1), trình độ học vấn (X_2), giá trị đất nông nghiệp của nông hộ (X_3), độ dài thời gian quen biết giữa nông hộ và đại lý (X_5), khả năng vay tín dụng chính thức (X_7), số năm sinh sống tại địa phương (X_9), vị trí xã hội (X_{10}), thói quen mua chịu (X_{11}) và lợi nhuận vụ trước khi mua chịu (X_{12}) không có ý nghĩa thống kê, hay nói cách khác là không đủ bằng chứng để kết luận rằng các yếu tố này ảnh hưởng đến quyết định mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp.

Sau khi nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp, bài viết tiếp tục xác định các yếu tố ảnh hưởng đến số tiền mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp.

2. Các yếu tố ảnh hưởng đến số tiền mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp

Bài viết sử dụng mô hình Tobit để xác định các yếu tố ảnh hưởng đến số tiền mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp. Theo kết quả hồi quy, Pseudo R² = 0,0219; LR Chi² = 51,12 và hệ số tương quan Spearman giữa các biến đều < 0,6 nên không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến nên mô hình có ý nghĩa thống kê và phù hợp.

Phương trình xác định số tiền mua chịu trung bình:

$$Y_i = -57,829 + 24,566X_1 + 4,392X_2 + 0,039X_3 + 0,100X_4 - 0,677X_5 + 33,432X_6 + 0,859X_7 + 3,495X_8 + 27,549X_9 - 0,852X_{10} + e_i$$

Bảng 2.2: Kết quả ước lượng mô hình hồi quy Tobit

Biến số	Hệ số ước lượng	Tác động biên dy/dx	Giá trị thống kê t
Hằng số (C)	-57,829	-	-1,55
Dân tộc (X ₁)	24,566	12,426	0,76
Trình độ học vấn (X ₂)	4,392	2,222	0,26
Giá trị đất nông nghiệp của nông hộ (X ₃)	0,039	0,020	4,70***
Thu nhập bình quân đầu người của nông hộ (X ₄)	0,100	0,051	3,00***
Độ dài thời gian quen biết giữa nông hộ và đại lý (X ₅)	-0,677	-0,343	-0,60
Khả năng vay tín dụng chính thức (X ₆)	33,432	16,910	2,42**
Số năm sinh sống tại địa phương (X ₇)	0,859	0,434	1,81*
Vị trí xã hội (X ₈)	3,495	1,768	0,14
Lợi nhuận vụ trước khi mua chịu (X ₉)	27,549	13,935	1,86*
Thời gian nuôi tôm (X ₁₀)	-0,852	-0,431	-0,76

Pseudo R²: 0,0219

LR Chi²: 51,12***

Số quan sát: 263

Ghi chú: *, ** và *** lần lượt biểu diễn các mức ý nghĩa 10%, 5% và 1%.

Nguồn: Số liệu khảo sát của tác giả, 2015

Kết quả ước lượng của mô hình cho thấy, trong số 10 biến đưa vào mô hình, thì có 5 biến có ý nghĩa thống kê dưới 10% là biến giá trị đất nông nghiệp của nông hộ, thu nhập bình quân đầu người của nông hộ, khả năng vay tín dụng chính thức, số năm sinh sống tại địa phương, lợi nhuận vụ trước khi mua chịu; 5 biến còn lại không có ý nghĩa thống kê. Với giả thuyết các yếu tố khác không thay đổi, ảnh hưởng của từng yếu tố đến số tiền mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp được diễn giải như sau:

- Giá trị đất nông nghiệp của nông hộ (X_3): hệ số ước lượng mang dấu dương, ở mức ý nghĩa 1%. Điều này có nghĩa là, nông hộ có giá trị đất nông nghiệp lớn thì số tiền mua chịu sẽ cao. Cụ thể, khi giá trị đất nông nghiệp của nông hộ tăng 1 triệu thì số tiền mua chịu tăng lên 0,020 triệu đồng. Giống như nghiên cứu của Burkart và Ellingsen (2004), để đánh giá năng lực trả nợ của người mua, người bán sẽ căn cứ vào giá trị đất nông nghiệp của nông hộ. Trong quan hệ mua bán chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản, đất sản xuất đóng vai trò mấu chốt trong việc giảm thiểu rủi ro cho người bán. Hơn nữa, nông hộ có nhiều đất thì quy mô sản xuất lớn nên nhu cầu mua chịu là rất lớn.

- Thu nhập bình quân đầu người của nông hộ (X_4) tác động cùng chiều với số tiền mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp ở mức ý nghĩa thống kê 1%. Cụ thể, khi thu nhập bình quân của nông hộ tăng lên 1 triệu đồng/năm thì số tiền mua chịu thức ăn, thuốc tăng lên 0,051 triệu đồng. Giống như kết quả nghiên cứu của Trần Ái Kết (2014), các nông hộ có thu nhập cao thường được người bán chấp nhận cho mua chịu nhiều hơn bởi thường được xem là có khả năng trả nợ tốt hơn và có nhiều uy tín.

- Khả năng vay tín dụng chính thức (X_6) có tác động cùng chiều với số tiền mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp ở mức ý nghĩa thống kê 5%. Nông hộ có vay tín dụng chính thức mua chịu với số tiền cao hơn những nông hộ không có vay tín dụng chính thức. Điều này giống như nghiên cứu của Burkart và Ellingsen (2004), Fabbri và Menichini (2010), các đối tượng vay được tín dụng chính thức sẽ dễ được chấp nhận cho mua chịu với số tiền lớn hơn khi có nhu cầu bởi thường được xem là có uy tín tín dụng do đã được thẩm định một cách chuyên nghiệp bởi chính các tổ chức tín dụng.

- Số năm sinh sống tại địa phương (X_7): Hệ số ước lượng mang dấu dương, ở mức ý nghĩa 10%. Điều này có nghĩa là, nông hộ sinh sống ở địa phương lâu năm thì số tiền mua chịu sẽ cao. Cụ thể, khi nông hộ sống ở địa phương thêm 1 năm thì số tiền mua chịu tăng lên 0,434 triệu đồng. Giống như kết quả nghiên cứu của Lê

Khuong Ninh và Cao Văn Hôn (2012), những người có thời gian sống lâu năm ở địa phương cũng dễ được chấp nhận cho mua chịu với số tiền lớn hơn vì người bán có nhiều thông tin hơn về họ để thẩm định năng lực trả nợ cũng như có nhiều thời gian để xây dựng mối quan hệ thân tình mang tính chất ràng buộc mặc dù không chính thức.

- Lợi nhuận vụ trước khi mua chịu (X_9) tác động cùng chiều với số tiền mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp ở mức ý nghĩa thống kê 10%. Cụ thể, khi lợi nhuận vụ trước của nông hộ tăng lên 1 triệu đồng/năm thì số tiền mua chịu thức ăn, thuốc tăng lên 13,935 triệu đồng. Giống như kỳ vọng ban đầu, các nông hộ có lợi nhuận vụ trước thường được người bán chấp nhận cho mua chịu nhiều hơn bởi thường được xem là có khả năng trả nợ tốt hơn.

- Các biến dân tộc (X_1), trình độ học vấn (X_2), độ dài thời gian quen biết giữa nông hộ và đại lý (X_5), vị trí xã hội (X_8) và thời gian nuôi tôm (X_{10}) không có ý nghĩa thống kê, hay nói cách khác là không đủ bằng chứng để kết luận rằng các yếu tố này ảnh hưởng đến số tiền mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của nông hộ nuôi tôm công nghiệp.

3. So sánh mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến quyết định bán chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của đại lý, cửa hàng

Như trình bày ở phần phương pháp nghiên cứu, bài viết sử dụng kiểm định Paired-sample T-test để so sánh mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến quyết định bán chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của đại lý, cửa hàng tại huyện Duyên Hải, tỉnh Trà Vinh. Thực hiện kiểm định này để đối chiếu với nông hộ, đảm bảo tính khoa học và tính thực tiễn của bài viết.

Bảng 2.3: So sánh mức độ ảnh hưởng của các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định bán chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản

Yếu tố	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	-	-3,810 ***	-8,582***	-9,517***	-10,729***	-6,003***	-7,506***	-2,756***	-7,319***	-5,226***	-11,089***	-13,990***	-14,506***
2	3,810 ***	-	-6,419***	-6,476***	-6,211 ***	-2,248**	-4,795***	1,396	-4,124***	-1,840*	-7,791 ***	-10,507***	-8,991 ***
3	8,582 ***	6,419 ***	-	-1,326	-1,109	3,117 ***	1,050	7,338 ***	1,378	4,352 ***	-2,337 **	-4,480 ***	-3,389 ***
4	9,517 ***	6,476 ***	1,326	-	-0,269	3,948 ***	2,077 **	8,543 ***	2,494 **	5,121 ***	-1,437	-3,723 ***	-2,713 ***
5	10,729 ***	6,211 ***	1,109	0,269	-	5,279 ***	1,772 *	9,280 ***	2,460 **	5,210 ***	-1,032	-3,529 ***	-2,666 ***
6	6,003 ***	2,248 **	-3,117***	-3,948***	-5,279 ***	-	-2,311 **	3,600 ***	-2,069 **	0,794	-5,486 ***	-7,214 ***	-7,085 ***
7	7,506 ***	4,795 ***	-1,050	-2,077 **	-1,772 *	2,311 **	-	6,479 ***	0,527	3,212 ***	-3,144 ***	-5,213 ***	-4,672 ***
8	2,756 ***	-1,396	-7,338***	-8,543***	-9,280 ***	-3,600***	-6,479***	-	-6,402***	-3,429***	-10,127***	-12,810***	-12,232 ***

Yếu tố	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
9	7,319 ***	4,124 ***	-1,378	-2,494 **	-2,460 **	2,069 **	-0,527	6,402 ***	-	2,939 ***	-4,307 ***	-5,955 ***	-5,301 ***
10	5,226 ***	1,840 **	-4,352***	-5,121***	-5,210 ***	-0,794	-3,212 ***	3,429 ***	-2,939 ***	-	-6,018 ***	-9,048 ***	-7,685 ***
11	11,089 ***	7,791 ***	2,337 **	1,437	1,032	5,486 ***	3,144 ***	10,127***	4,307 ***	6,018 ***	-	-2,197 **	-1,053
12	13,990 ***	10,507 ***	4,480 ***	3,723 ***	3,529 ***	7,214 ***	5,213 ***	12,810 ***	5,955 ***	9,048 ***	2,197 **	-	1,248
13	14,506 ***	8,991 ***	3,389 ***	2,713 ***	2,666 ***	7,085 ***	4,672 ***	12,232 ***	5,301 ***	7,685 ***	1,053	-1,284	-

*Ghi chú: 1 - Dân tộc, 2 - Trình độ học vấn, 3 - Giá trị đất nông nghiệp, 4 - Thu nhập bình quân đầu người/năm, 5 - Độ dài thời gian quen biết giữa khách hàng và đại lý, 6 - Khoảng cách từ nơi ở của khách hàng đến đại lý, 7 - Khả năng vay ngân hàng, quỹ tín dụng, 8 - Độ tuổi, 9 - Số năm sinh sống tại địa phương, 10 - Vị trí xã hội, 11 - Thói quen mua chịu, 12 - Lợi nhuận vụ trước khi mua chịu, 13 - Thời gian nuôi tôm. *, ** và *** lần lượt biểu diễn các mức ý nghĩa 10%, 5% và 1%.*

Nguồn: Số liệu khảo sát của tác giả, 2015

Từ Bảng 2.3, kết quả ước lượng từ kiểm định cho thấy các mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến quyết định bán chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản của đại lý, cửa hàng là rất khác nhau. Kết quả kiểm định kết hợp với thống kê mô tả một lần nữa khẳng định lợi nhuận vụ trước, thời gian nuôi tôm cũng như thói quen mua chịu của khách hàng ảnh hưởng rất lớn đến quyết định bán chịu của đại lý, cửa hàng. Kế đến đại lý, cửa hàng lần lượt quan tâm đến độ dài thời gian quen biết của khách hàng và đại lý, thu nhập bình quân đầu người/năm, giá trị đất nông nghiệp, khả năng vay ngân hàng, quỹ tín dụng, số năm sống tại địa phương, khoảng cách từ nơi ở của khách hàng đến đại lý, vị trí xã hội.

Giống như kết quả phân phân tích hiện trạng, giá trị kiểm định Paired-sample T-test cũng chỉ ra rằng đại lý, cửa hàng ít quan tâm đến dân tộc, độ tuổi và trình độ học vấn của khách hàng.

Như vậy, sau khi bài viết đối chiếu lại các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua bán chịu (theo quy luật cung cầu) thức ăn, thuốc thú y thủy sản bằng kiểm định Paired – samples T-test thì kết quả ước lượng giữa nông hộ mua chịu và đại lý, cửa hàng bán chịu là tương đối trùng khớp với nhau. Như vậy, kết quả nghiên cứu mang tính chất khoa học và thực tiễn cao.

Tiểu kết chương 2

Kết quả ước lượng mô hình Probit cho thấy các biến thu nhập bình quân, khoảng cách từ nơi ở của nông hộ đến đại lý, tuổi của chủ hộ, thời gian nuôi tôm ảnh hưởng đến quyết định mua chịu thức ăn, thuốc của nông hộ. Bên cạnh đó, thông qua mô hình Tobit, các yếu tố ảnh hưởng đến số tiền mua chịu thức ăn, thuốc của các nông hộ là giá trị đất nông nghiệp của nông hộ, thu nhập bình quân đầu người của nông hộ, khả năng vay tín dụng chính thức, số năm sinh sống tại địa phương, lợi nhuận vụ trước khi mua chịu. Đề tài đối chiếu lại các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua bán chịu (theo quy luật cung cầu) thức ăn, thuốc thú y thủy sản bằng kiểm định Paired – samples T-test thì kết quả ước lượng giữa nông hộ mua chịu và đại lý, cửa hàng bán chịu là tương đối trùng khớp với nhau.

Chương 3. Một số giải pháp nhằm làm tăng số tiền được chấp nhận cho mua chịu đối với những nông hộ nuôi tôm công nghiệp có nhu cầu

Dựa vào kết quả nghiên cứu, đề tài đề xuất một số giải pháp nhằm làm tăng số tiền được chấp nhận cho mua chịu đối với những nông hộ nuôi tôm công nghiệp có nhu cầu:

- Khi đến đại lý, cửa hàng mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản, nông hộ nên trình bày với đại lý, cửa hàng thông tin về giá trị đất nông nghiệp của mình nếu nông hộ có giá trị đất nông nghiệp cao. Nông hộ nên liên hệ cung cấp thông tin với nhân viên kỹ thuật của đại lý, cửa hàng vì họ có thời gian hơn khi họ khảo sát thị trường, tư vấn kỹ thuật nuôi tôm. Nhân viên kỹ thuật sẽ thông tin về nông hộ đến chủ đại lý, cửa hàng. Ngược lại, nông hộ không nên trình bày thông tin tại đại lý, cửa hàng vì lúc mùa vụ đại lý, cửa hàng rất bận trong hoạt động kinh doanh, không có thời gian tiếp chuyện nhiều với nông hộ. Đại lý, cửa hàng rất quan tâm đến giá trị đất nông nghiệp của nông hộ vì đây là nguồn tài sản có giá trị, có thể tạo được niềm tin và uy tín cho đại lý. Trên quan điểm của các chủ đại lý, cửa hàng thì diện tích đất nông nghiệp càng nhiều thì khả năng thế chấp sẽ cao nên có thể cho mua chịu với một khoảng tiền lớn hơn. Ngược lại, nếu nông hộ không có đất nông nghiệp thì phải nhờ cá nhân, tổ chức có uy tín đứng ra bảo lãnh.

- Nông hộ nâng cao thu nhập bình quân đầu người bằng cách chủ động, sáng tạo hơn trong sản xuất, áp dụng khoa học mới để hạn chế rủi ro như thiên tai, dịch bệnh, đặc biệt khi chịu ảnh hưởng ngày càng tăng của biến đổi khí hậu. Đồng thời, cần chọn cho mình hướng đi đúng đắn phù hợp với thị trường, tránh việc nuôi cùng một loại tôm không theo quy luật cung cầu làm cho giá sản phẩm luôn thấp nên thu nhập không ổn định, làm giảm khả năng trả nợ của nông hộ. Chủ động tham gia vào các tổ, nhóm sản xuất, như tham gia vào các hội đoàn thể như Hội nông dân ở địa phương, để kịp thời nắm bắt những phương pháp sản xuất mới, đồng thời tăng khả năng thương lượng trong mua bán, với việc tham gia cùng nhóm cũng sẽ giảm được chi phí sản xuất đem lại nguồn lợi nhuận cao hơn. Quan trọng nhất, đó là khi tham gia nhóm sản xuất sẽ dễ dàng trong việc mua chịu với số lượng lớn hơn mặc dù không có nhiều tài sản, do được sự bảo lãnh từ những thành viên khác.

- Khi nông hộ có vay vốn chính thức cũng nên trình bày với đại lý, cửa hàng vì những nông hộ này sẽ dễ được chấp nhận cho mua chịu với số tiền lớn hơn khi có nhu cầu bởi thường được xem là có uy tín tín dụng do đã được thẩm định một cách chuyên nghiệp bởi chính các tổ chức tín dụng.

- Khi đến đại lý, cửa hàng mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản, nông hộ nên trình bày với đại lý, cửa hàng thông tin về thời gian sinh sống tại địa phương vì dễ được chấp nhận cho mua chịu với số tiền lớn hơn với lý do người bán có nhiều thông tin hơn về họ để thẩm định năng lực trả nợ cũng như có nhiều thời gian để xây dựng mối quan hệ thân tình mang tính chất ràng buộc mặc dù không chính thức.

- Nông hộ cũng nên cho đại lý, cửa hàng biết thông tin lợi nhuận vụ trước vì đại lý, cửa hàng sẽ ưu tiên cho những nông hộ này mua chịu bởi thường được xem là có khả năng trả nợ tốt hơn và có nhiều uy tín.

- Nông hộ và đại lý, cửa hàng bán thức ăn, thuốc thú y thủy sản ký hợp đồng mua bán (chịu) và đồng thời hình thành nền tảng pháp lý cho loại hợp đồng này để có thể giải quyết tranh chấp (nếu có) theo đúng luật. Kết quả là rủi ro của người bán sẽ được giảm thiểu và do đó người bán sẽ dễ chấp nhận bán chịu cho những người có nhu cầu. Một khi đã bị ràng buộc bởi pháp luật thì người mua cũng sẽ cố gắng thực hiện nghĩa vụ trả nợ.

- Phát triển hệ thống giao thông nông thôn để cho hàng hóa cũng như thông tin thị trường và thông tin tín dụng được lưu thông thông suốt, qua đó làm giảm giá hàng hóa và tăng cường khả năng tiếp cận thị trường hàng hóa cho các nông hộ. Hàng hóa và thông tin được lưu thông thông suốt sẽ giúp làm tăng thu nhập cho nông hộ, từ đó nông hộ có thể dễ dàng được chấp nhận khi tham gia thị trường hàng hóa cũng như thị trường tín dụng, đặc biệt là TDTM.

- Một điều rất quan trọng là các nông hộ mua chịu phải thanh toán đúng hạn cho đại lý, cửa hàng vì họ cũng đi vay vốn của ngân hàng và người bán chịu cũng cần vốn để mua thức ăn, thuốc thú y thủy sản tích trữ bán cho nông hộ trong vụ kế tiếp. Nếu quan hệ giữa nông hộ và đại lý, cửa hàng càng tốt đẹp thì nông hộ có thể dễ dàng được chấp nhận cho mua chịu với lãi suất thấp.

- Nông hộ nên mua giống đã được kiểm định và được bảo đảm (bồi thường 50% hoặc 100% tôm giống khi tôm chết trong vòng 2 tháng nuôi) nhằm hạn chế rủi ro, tạo được lòng tin với đại lý, cửa hàng.

- Nông hộ có thể hùn vốn nuôi tôm công nghiệp, đặc biệt là hùn vốn với nhân viên kỹ thuật hoặc chủ của đại lý, cửa hàng thì số tiền được chấp nhận cho mua chịu là cao.

- Trong tương lai, nông hộ có thể xem xét tham gia bảo hiểm nuôi tôm để hạn chế tối đa rủi ro thiệt hại do dịch bệnh, mất mùa và ứng dụng công cụ thương phiếu trong hoạt động tín dụng thương mại tại địa phương.

Tiểu kết chương 3

Dựa vào kết quả nghiên cứu, đề tài đề xuất một số giải pháp nhằm làm tăng số tiền được chấp nhận cho mua chịu đối với những nông hộ nuôi tôm công nghiệp có nhu cầu: Nông hộ cung cấp thông tin cho đại lý, cửa hàng về giá trị đất nông nghiệp của nông hộ, thu nhập bình quân đầu người của nông hộ, khả năng vay tín dụng chính thức, số năm sinh sống tại địa phương, lợi nhuận vụ trước sẽ dễ được chấp nhận cho mua chịu với số tiền lớn hơn. Bên cạnh đó, nông hộ và đại lý, cửa hàng bán thức ăn, thuốc thú y thủy sản ký hợp đồng mua bán (chịu) và đồng thời hình thành nền tảng pháp lý cho loại hợp đồng này. Ngoài ra, nông hộ mua chịu phải thanh toán đúng hạn cho đại lý, cửa hàng và mua giống đã được kiểm định và được bảo đảm. Cuối cùng, nông hộ có thể hùn vốn nuôi tôm công nghiệp, đặc biệt là hùn vốn với nhân viên kỹ thuật hoặc chủ của đại lý, cửa hàng thì số tiền được chấp nhận cho mua chịu là cao.

PHẦN KẾT LUẬN

1. Kết quả đề tài và thảo luận

Đề tài nghiên cứu về TDTM (phân tích trường hợp mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản) của nông hộ nuôi tôm công nghiệp ở huyện Duyên Hải, tỉnh Trà Vinh. Kết quả nghiên cứu cho thấy: Phần lớn nông hộ sinh sống tại địa phương, có thói quen mua chịu và vụ trước có lợi nhuận. Hơn nữa, nông hộ có vay tín dụng chính thức chiếm tỷ trọng cao. Theo thực tế điều tra trên địa bàn, đa số nông hộ nuôi tôm công nghiệp có nhiều kinh nghiệm nuôi tôm, thu nhập và giá trị đất nông nghiệp của nông hộ là khá cao, có thời gian gian quen biết với đại lý là khá dài và gần với các đại lý, cửa hàng bán thức ăn, thuốc thú y thủy sản. Bên cạnh đó, đa số nông hộ được chiết khấu khi trả tiền trước hạn. Tuy nhiên, một số đại lý, cửa hàng không có chiết khấu cho nông hộ khi trả tiền trước hạn vì giá bán chịu tương đối thấp so với những đại lý, cửa hàng có chiết khấu. Ngoài ra, một số ít đại lý, cửa hàng có yêu cầu nông hộ bán thủy sản cho họ nhưng đa số nông hộ không đồng ý bán. Đặc biệt, kết quả ước lượng mô hình Probit cho thấy các biến thu nhập bình quân, khoảng cách từ nơi ở của nông hộ đến đại lý, tuổi của chủ hộ, thời gian nuôi tôm ảnh hưởng đến quyết định mua chịu thức ăn, thuốc của nông hộ. Thông qua mô hình Tobit, các yếu tố ảnh hưởng đến số tiền mua chịu thức ăn, thuốc của các nông hộ là giá trị đất nông nghiệp của nông hộ, thu nhập bình quân đầu người của nông hộ, khả năng vay tín dụng chính thức, số năm sinh sống tại địa phương, lợi nhuận vụ trước khi mua chịu.

Với thời gian, địa điểm và đối tượng khác với các nghiên cứu trước đây, đề tài đã ứng dụng phương pháp nghiên cứu cũng như các biến phù hợp với địa bàn nghiên cứu. Kết quả nghiên cứu khác với các nghiên cứu trước đây: (1) Nhiều biến có ý nghĩa ở các nghiên cứu trước đây nhưng không có ý nghĩa trong đề tài này. (2) Biến tuổi của chủ hộ ngược lại với nghiên cứu của Lê Khương Ninh và Cao Văn Hôn (2012) trong mô hình Probit. (3) Như kỳ vọng của Tác giả, biến thời gian nuôi tôm có ảnh hưởng đến quyết định mua chịu thức ăn, thuốc của nông hộ.

Ứng dụng của kết quả nghiên cứu:

- Đối với lĩnh vực khoa học liên quan đến vấn đề nghiên cứu: kết quả nghiên cứu sẽ hỗ trợ cơ sở lý luận về tài chính vi mô (tài chính nông thôn) cho giảng viên, nhà kinh tế và sinh viên.
- Đối với tổ chức chủ trì, đơn vị chủ quản: giúp giảng viên, sinh viên thuộc Trường tìm hiểu sâu hơn về kiến thức tài chính chuyên ngành nhằm phục vụ cho việc học tập và nghiên cứu.

- Đối với việc phát triển kinh tế, xã hội: đề tài cũng cung cấp một số giải pháp nhằm làm tăng số tiền được chấp nhận cho mua chịu đối với những nông hộ nuôi tôm công nghiệp trên địa bàn nghiên cứu khi có nhu cầu. Từ đó, những hộ này có thể thúc đẩy việc nuôi tôm công nghiệp góp phần giải quyết việc làm, phát triển kinh tế hộ nói riêng và phát triển kinh tế vùng nói chung.

2. Kiến nghị

2.1. Đối với chính quyền địa phương, những nhà làm chính sách

- Phối hợp với các cửa hàng nông nghiệp trên địa phương mở các lớp huấn luyện cho nông hộ về kỹ thuật sử dụng thức ăn, thuốc thú y thủy sản có hiệu quả nhất.

- Có kế hoạch đầu tư nâng cấp cơ sở hạ tầng; giao thông thủy, bộ trong địa bàn huyện để thuận lợi trong việc giao dịch, mua bán tôm, nâng cao thu nhập của nông hộ.

- Luôn giám sát các đại lý, cửa hàng bán thức ăn, thuốc thú y thủy sản trên địa bàn để kiểm soát về chất lượng thức ăn, thuốc thú y thủy sản và lãi suất của các đại lý, cửa hàng bán thức ăn, thuốc thú y thủy sản để có những biện pháp xử phạt hợp lý nhằm bảo vệ quyền lợi cho người nông dân.

- Cơ quan quản lý thị trường phải quản lý chặt cơ chế tự nâng giá thức ăn, thuốc thú y thủy sản của đại lý, cửa hàng để giúp nông hộ mua được thức ăn, thuốc thú y thủy sản của đại lý với giá thấp hơn, tạo ra thu nhập cao hơn.

- Hình thành nền tảng pháp lý cho loại hợp đồng mua bán chịu để có thể giải quyết tranh chấp (nếu có) theo đúng luật.

- Tạo điều kiện để nông hộ tham gia bảo hiểm nuôi tôm để giúp nông hộ hạn chế rủi ro. Khi có phát sinh rủi ro trong nuôi tôm thì nông hộ được bồi hoàn bởi cơ quan bảo hiểm.

- Tạo cơ sở pháp lý để công cụ thương phiếu có thể ứng dụng trong hoạt động tín dụng thương mại tại địa phương.

2.2. Đối với các đại lý, cửa hàng

- Các đại lý, cửa hàng cần liên kết với các đối tượng có đủ điều kiện để mở rộng mạng lưới kinh doanh thức ăn, thuốc thú y thủy sản ở nông thôn nhằm rút ngắn khoảng cách đến các nông hộ và tạo điều kiện cho các nông hộ có thể dễ dàng tiếp cận các đại lý, cửa hàng. Khi đó, hiện tượng thông tin bất đối xứng, chi phí giao dịch cũng như chi phí kiểm soát sẽ được giảm thiểu và khả năng cưỡng chế trả nợ đối với người mua được tăng cường. Các thuận lợi này khiến cho người bán thức

ăn, thuốc thú y thủy sản để chấp nhận bán chịu cho các nông hộ để làm tăng lợi ích cho cả đôi bên.

- Hình thành văn bản, hợp đồng mua bán chịu hàng hóa với nền tảng pháp lý để giải quyết tranh chấp (nếu xảy ra) đúng luật nhằm giảm thiểu rủi ro và mở rộng đối tượng được chấp nhận cho mua chịu thức ăn, thuốc thú y thủy sản hay gia tăng lượng tiền mua chịu cho nông hộ.

- Linh hoạt trong việc sàng lọc đối tượng cho mua chịu để nông hộ có nhu cầu được chấp nhận, giảm thiểu trường hợp bỏ sót hoặc đánh giá không đúng về khả năng cũng như uy tín thật sự của nông hộ từ đó hạn chế khả năng tiếp cận lượng tiền chấp nhận bán chịu của đại lý, cửa hàng.

2.3. Đối với nông hộ

- Cung cấp các thông tin cần thiết mà đại lý, cửa hàng quan tâm như giá trị đất nông nghiệp của nông hộ, thu nhập bình quân đầu người của nông hộ, khả năng vay tín dụng chính thức, số năm sinh sống tại địa phương, lợi nhuận vụ trước để nông hộ có thể dễ dàng được chấp nhận cho mua chịu với số tiền nhiều hơn.

- Nông hộ phải thanh toán đúng hạn để tạo mối quan hệ tốt đẹp giữa nông hộ và đại lý, cửa hàng.

- Nông hộ phải tích cực tham gia các cuộc hội thảo, tư vấn nuôi tôm công nghiệp do chính quyền địa phương tổ chức để nâng cao kiến thức nuôi tôm có hiệu quả, giảm thiểu chi phí và tối đa hóa lợi nhuận thu được. Ngoài ra, tham gia nhiều hội thảo sẽ giúp nông hộ mở rộng mối quan hệ với chính quyền các cấp, công ty và hơn hết là được tiếp cận những nguồn mua chịu mới với lượng tiền cao hơn, nhiều ưu đãi.

- Tận dụng tốt nguồn lao động của gia đình và tích cực tham gia các hoạt động phi nông nghiệp (nếu có thể) nhằm gia tăng lượng thu nhập cho gia đình, ổn định cuộc sống và nâng cao khả năng trả nợ khi mua chịu từ đại lý, cửa hàng.

- Chủ động tham gia các chương trình, dự án nông nghiệp và xây dựng mối quan hệ với chính quyền địa phương, các cấp ban ngành, đoàn thể để nhận được nhiều chương trình hỗ trợ và chính sách ưu đãi.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Vu Thanh Tu Anh và Brian JM Quinn. 2008. “Credit and Trust: Fruit Markets in the Mekong Delta”. *Viet Nam: United Nations Development Programme*.
- [2] Barbosa, K., Moreira, H. and Novaes, W. 2015. “Interest Rates in Trade Credit Markets”. *Journal of Money, Credit, and Banking, Forthcoming*, pp.1-32.
- [3] Burkart, M. and Ellingsen, T. 2004. “In-Kind Finance: A Theory of Trade Credit”. *American Economic Review*, 94(3), pp.596–590.
- [4] Nguyễn Sinh Cúc. 2001. Những thành tựu nổi bật của nông nghiệp nước ta 15 năm đổi mới. *Tạp chí nghiên cứu kinh tế*, 260, tr7-16.
- [5] Ellis, F. 1988. “Peasant economics: Farm households and Agrarian development”. *Cambridge University press*.
- [6] Fabbri, D. and Menichini, A.M. 2010. “Trade Credit, Collateral Liquidation, and Borrowing Constraints”. *Journal of Financial Economics*, 96, pp.413–432.
- [7] Gautam,V., Vaidya, R. 2015. “Trade Credit, Bank Credit and Profits: Evidence from Indian Manufacturing Firms”. *Journal of Business and Economic Research*, 5(1), pp.145-165.
- [8] Trần Ái Kết. 2007. “Phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới TDTM của các trang trại nuôi trồng thủy sản ở tỉnh Trà Vinh”. *Tạp chí phát triển kinh tế*, 18, tr.116-19.
- [9] Trần Ái Kết. 2014. “Phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới TDTM của trang trại nuôi trồng thủy sản trên địa bàn tỉnh Kiên Giang”. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, 31, tr.132-138.
- [10] Lê Khương Ninh và Cao Văn Hôn. 2012. “TDTM: trường hợp mua chịu vật tư nông nghiệp của nông hộ ở An Giang”. *Kỷ yếu hội thảo khoa học Trường Đại học Cần thơ*, trang 166-174.
- [11] Pike, R., Cheng, N.S., Cravens, K. and Lamminmaki, D. 2005. “Trade Credit Terms: Asymmetric Information and Price Discrimination Evidence from Three Continents”. *Journal of Business Finance and Accounting*, 32(5), pp.1197–1236.
- [12] Rohner, D. 2011. “Reputation, Group Structure and Social Tensions”. *Journal of Development Economics*, 96(2), pp.188–199.

- [13] Shenoy, J., Williams, R. 2015. “Trade credit and the joint effects of supplier and customer financial characteristics”. *Journal of Financial Intermediation*, forthcoming, pp.1-19.
- [14] Silverio Alarcón. 2005. The role of trade credit in the Spanish argifood industry. *12th Congress of the European Association of Agricultural Economists*, pp.1-15.
- [15] Lê Đình Thắng. 1993. Phát triển kinh tế hộ nông dân theo hướng sản xuất hàng hóa. Hà Nội: Nhà xuất bản Nông nghiệp.
- [16] Trần Ngọc Thơ. 2007. Tài chính doanh nghiệp hiện đại. Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản thống kê.
- [17] Phạm Quang Trung. 2012. Giáo trình quản trị tài chính doanh nghiệp. Trường Đại học Kinh tế Quốc dân: Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân.
- [18] Nguyen Lam Thu Uyen. 2011. “Trade credit in the rice market of the Mekong delta in Vietnam”. *University of Groningen*, Groningen, The Netherlands.
- [19] Yano, G. and Shiraishi, M. 2015. “Trade credit and ethnicity: Case of ethnic minority area in China”. *China Economic Review*, 36, pp. 236-260.