

葛廷进,朱海东,丁宇.交易不确定性对农户参与农民合作社意愿的影响——基于新疆生产建设兵团第五师E团制种玉米种植农户的调研[J].江苏农业科学,2021,49(6):243-248.

doi:10.15889/j.issn.1002-1302.2021.06.043

交易不确定性对农户参与农民合作社意愿的影响 ——基于新疆生产建设兵团第五师E团制种玉米种植农户的调研

葛廷进¹,朱海东²,丁宇³

(1.新疆生产建设兵团林业工作管理总站,新疆乌鲁木齐830000;2.新疆生产建设兵团第十二师西山农牧场农业发展服务中心,新疆乌鲁木齐830000;3.新疆农业大学经济与贸易学院,新疆乌鲁木齐830052)

摘要:交易的不确定性对于农户参与农民合作社意愿具有重要影响,以新疆生产建设兵团第五师87团制种玉米种植农户为调查对象,采用计量分析和案例分析相结合的实证方法,探讨交易不确定性对农户参与农民合作社意愿的影响。结果表明,农户个体差异、种植规模、是否了解农产品往年价格、对了解农产品信息渠道的信任程度等交易不确定因素对制种玉米种植户参与合作社意愿具有显著影响;案例分析结果表明,合作社可以从加工环节和销售渠道有效避免农户市场信息的不对称,降低交易不确定性对农户交易成本带来的冲击;合作社利用技术、资源、市场优势,可以有效降低种植规模扩大而带来的交易成本,提升农户对合作社的依赖程度。

关键词:交易不确定性;交易成本;农户参与意愿;农民合作社;影响

中图分类号:F321.42;F323.8 **文献标志码:**A **文章编号:**1002-1302(2021)06-0243-06

2019年中央1号文件提出要突出抓好家庭农场和农民合作社2类新型农业经营主体,实施农业合作社标准化建设。据统计,截至2019年2月底,全国依法登记注册的农民合作社已达218.6万家。从新型农业经营主体的制度设计看,其作用可以有效降低分户经营的家庭联产承包责任制的组织形式由于种植规模小和比较效益差,不适应农业现代化、集约化和规模化生产的要求而带来的生产经营风险。但从总体上看,我国农业组织化经营还存在对农业的支持作用有限、农户参与意愿不高的问题^[1]。目前,我国关于农户参与合作社意愿及其影响因素的研究主要集中在社会资本^[2]、农户主体因素^[3]、农产品商业化程度^[4]、合作社提供的服务^[5]、市场完善程度^[6]、政府扶持力度以及当地经济发展水平^[7]等因素的共同影响等,表明有众多因素影响农户参与农民专业合作社,并且资源禀赋的不同地区存在不同程度的特殊性。本研究从农产品交易成本出发,分析交易的不确定性是否影响农户参与

农民合作社的意愿。这种影响的逻辑思路是交易不确定性首先影响交易成本,交易成本的变化进而影响农户参与合作社的意愿^[1]。因此,本研究进行交易不确定性的变量选择和实证分析设计。

1 交易不确定性对农户参与合作社意愿影响的实证分析

1.1 变量选择

国内外关于交易不确定性对农户参与合作社意愿影响的研究结果表明,个体特征、信息不对称、有限理性、市场少量交易者因素是交易不确定性影响农户交易成本的主要因素^[8]。根据交易成本理论,市场主体选择参与市场模式、企业模式或合作模式取决于选择导致的交易成本节约是否大于组织成本增加;因此,本研究选择农户个体特征、信息不对称、有限理性、少量交易者因素,探讨其对农户参与农民合作社意愿的影响。其中,农户个体特征变量包括年龄、性别、受教育程度、种植规模。年龄、性别、受教育程度在一定程度上影响种植户参与农民合作社的意愿,制种玉米种植规模决定制种玉米的销售规模和销售方式。农产品信息不对称因素表现为供求信息不对称和定价信息不对称^[9]。供求信息不对称是指对于农户来说由于缺乏市场信息,且农作物生产周期较长,在市场发生变化时,

收稿日期:2020-07-21

基金项目:新疆农业大学校前期资助课题(编号:XJAU201825)。

作者简介:葛廷进(1970—),男,河南禹州人,高级工程师,主要从事农林经济管理研究。E-mail:578612488@qq.com。

通信作者:丁宇,博士,副教授,主要从事企业战略管理、农林企业品牌运营与创新研究。E-mail:396670030@qq.com。

农户不能及时调整农产品种植情况,从而增加农产品销售难度。定价信息不对称是指市场价格对于农户来说大多是被动接受而不是自主选择,最终收益的是市场而不是农户。有限理性是指在农产品进行交易时,市场和农户因为受自身理性的限制,在追求利益最大化时双方都不让步所产生的障碍,导致交易达成的不确定性或在达成交易时一方的利益遭到损失^[10]。市场少量交易者是指某些农产品在交易过程中存在专卖性,即唯一性,或因为信息和资源无法正常流通,使得交易对象减少而造成市场被少数人掌握,而这些交易对象对农产品进行价格垄断导致农户只能是价格的接收者,同时也导致农户的销售渠道难以拓展,农户的利益无法得到保证^[11]。

1.2 模型设定

采用 Logistic 模型进行实证分析。本研究的因

变量是“农户是否愿意参与农民合作社”,其取值只有“愿意参与农民合作社”和“不愿意参与农民合作社”2 种。根据不同自变量(影响因素)预测因变量(农户愿意)的概率。

$$Y = \alpha + \beta A + \gamma B + \delta C + \varepsilon D + \zeta; \tag{1}$$

$$P(Y) = \exp(\alpha + \beta A + \gamma B + \delta C + \varepsilon D + \zeta) / [1 + \exp(\alpha + \beta A + \gamma B + \delta C + \varepsilon D + \zeta)]。 \tag{2}$$

式中: $P(Y)$ 表示制种玉米种植户参与农民合作社的概率; Y 是被解释变量,表示制种玉米种植户是否愿意参与农民合作社; α 表示常数项; $A、B、C、D$ 表示影响制种玉米种植户参与农民合作社意愿的因素,即 A 表示农户的个体特征; B 表示农户的信息不对称; C 表示农户的有限理性; D 表示农户的少量交易者; $\beta、\gamma、\delta、\varepsilon$ 表示解释变量的回归系数; ζ 表示随机误差。具体变量定义见表 1。

表 1 农户参与农民合作社意愿的影响因素的变量定义

变量	分级指标	变量定义
种植户参与农民合作社意愿 Y	是否愿意参与农民合作社	1 = 愿意;0 = 不愿意
种植户个人特征 A	性别	1 = 男;0 = 女
	年龄	1 = 30 岁及以下;2 = 31 ~ 40 岁;3 = 41 ~ 50 岁;4 = 51 ~ 60 岁;5 = 61 岁以上
	受教育程度	1 = 小学及以下;2 = 初中;3 = 高中;4 = 大学及以上
	制种玉米种植规模	1 = 0.67 hm ² 及以下;2 = 0.68 ~ 3.33 hm ² ;3 = 3.34 ~ 6.67 hm ² ;4 = 6.67 hm ² 以上
种植户信息不对称 B	是否了解农产品往年价格	1 = 是;0 = 否
	是否了解农产品今年价格	1 = 是;0 = 否
	是否了解农产品定价的依据	1 = 是;0 = 否
	对了解农产品信息渠道的信任程度	1 = 非常信任;2 = 一般信任;3 = 不信任
种植户有限理性 C	当收购价低于心理价是否选择卖出	1 = 是;0 = 否
	当收购价低于生产成本是否选择卖出	1 = 是;0 = 否
	当收购价低于市场价是否卖出	1 = 是;0 = 否
	丰收时是否希望收购价上升	1 = 是;0 = 否
种植户少量交易者 D	市场上是否只有一个收购方	1 = 是;0 = 否
	市场上是否只有一个收购价	1 = 是;0 = 否
	只有一个收购方时是否卖出	1 = 是;0 = 否
	只有一个收购价格时是否卖出	1 = 是;0 = 否

1.3 调查概况

1.3.1 调查区域 新疆生产建设兵团第五师 87 团位于天山北麓的准噶尔盆地西部边缘的博乐市。博乐市属大陆性干旱半荒漠和荒漠气候,年均降水 181 mm。全团约 28 667 hm²,其中耕地面积约 3 960 hm²,播种面积约 3 100 hm²。近年来,87 团通过调整和优化产业结构,已经形成制种玉米种植、沙棘、畜牧、林果四大产业支柱。

1.3.2 调查内容和方法 本研究采用深度访谈和问卷调查的方法,选取当地种植面积较大的制种玉米种植农户作为调研对象,样本选取采用典型样本抽样,选取制种玉米种植规模较大的 4 连、5 连、6 连共计 130 户进行调查。受疫情影响,调查问卷委托当地农业发展中心工作人员动员农户在网上填写,深度访谈采取电话调查和微信会议的方式进行,后期赴当地进行再次复核。问卷调查内容主要有农

户个体特征、信息不对称、有限理性、市场少量交易者对农户参与合作社意愿的影响等。共获得填写完整的问卷 130 份,收回有效问卷 111 份,有效率 85.38%,其中 4 连 37 份,5 连 40 份,6 连 34 份。

1.3.3 样本数据 本研究样本特征分为种植户个体特征、信息不对称、有限理性、少量交易者四大类。

种植户个体特征中变量分类主要有 4 个,即性别、年龄、受教育程度、制种玉米种植规模。调查问卷结果显示,被调查的种植户中,男性有 78 人,占被调查种植户的 70.27%,女性有 33 人,占 29.73%。被调查的种植户中,30 岁及以下的有 8 人,占总数的 5.71%,31~40 岁的制种玉米种植户有 47 人,占 33.57%;41~50 岁的制种玉米种植户有 29 人,占 26.13%;51~60 岁的被调查种植户有 18 人,占 16.22%;61 岁及以上的只有 9 人,占 8.11%。在受教育程度方面,受教育程度为小学的种植户有 28 人,占样本总量的 25.23%,初中的有 53 人,占 47.75%,高中的有 26 人,占 23.42%,大学及以上的有 4 人,占 3.60%。平均种植规模约为 8 hm²。

种植户信息不对称中变量分类主要有是否了解农产品往年价格、是否了解农产品今年价格、是否了解农产品定价的依据、对了解农产品信息渠道的信任程度。根据调查问卷结果可知,了解农产品往年价格的种植户共 49 个,占 44.1%,不了解农产品往年价格的种植户共 62 个,占 55.9%。111 个样本中只有 4 个了解农产品定价的依据,占 3.6%。了解农产品今年价格的种植户有 65 人,占 58.6%,不了解农产品今年价格的种植户有 46 人,占 41.4%。对了解农产品信息渠道非常信任的种植户有 16 人,占总样本的 14.4%,对信息渠道一般信任的种植户有 36 人,占 32.4%,对渠道不信任的种植户有 59 人,占 53.2%。

种植户有限理性中变量分类主要有 4 个,即当收购价低于心理价是否选择卖出、当收购价低于生产成本是否选择卖出、当收购价低于市场价是否卖出、丰收时是否希望收购价上升。当收购价低于心理价时有 96 个农户选择卖出,占总样本的 86.5%,有 15 个农户选择不卖出,占 13.5%。当收购价低于生产成本时,有 37 个农户选择卖出,占总样本的 33.3%,有 74 个农户选择不卖出,占 66.7%。当收购价低于市场价时,有 87 个农户选择卖出,占总样本的 78.4%,有 24 个农户选择不卖出,占 21.6%。丰收时是否希望收购价上升的农户为 111 人,占比

为 100%。

种植户少量交易者中变量分类主要是 4 个,即市场上是否只有 1 个收购方、市场上是否只有 1 个收购价、只有 1 个收购方时是否卖出、只有 1 个收购价格时是否卖出。由于当地制种玉米种植农户种植的大多为制种玉米,由当地农业龙头企业统一收购。因此,市场上是否只有 1 个收购方和收购价时,回答是的农户为 100%。只有 1 个收购方和收购价时,选择卖出的农户为 97 人,占总样本的 87.4%,选择不卖出的农户为 14 人,占 12.6%。

1.4 计量回归结果分析

在使用 Logistic 模型回归分析问卷调查收集的数据时,由于是否了解农产品往年价格、对了解农产品信息渠道的信任程度、当收购价低于心理价是否选择卖出、当收购价低于生产成本是否选择卖出、当收购价低于市场价是否卖出、丰收时是否希望收购价上升等解释变量与被解释变量之间不成比例关系,所以无法进行回归,则在具体的回归中剔除这几个变量。同时在调查过程中发现,样本地区中只有 1 个收购方,市场上是否只有 1 个收购方、市场是否只有 1 个收购价、只有 1 个收购方时是否卖出、只有 1 个收购价格时是否卖出研究的意义不大,所以在回归分析中将这项也剔除,则参与回归的变量有 9 个(表 2)。

1.4.1 种植户个人特征的影响 由表 2 可知,性别通过 5% 的显著性水平检验,且系数为正,说明在其他变量保持不变的情况下,男性种植户比女性种植户更愿意参与农民专业合作社,且男性比女性参与农民专业合作社的概率高 14.49%。年龄并未通过显著性检验,仅回归系数而言,在保持其他变量不变的情况下,年龄每增加 1 岁,种植户愿意参与农民专业合作社的概率就下降 1.47%。受教育程度也没有通过显著性检验,其回归系数表明,在其他变量保持不变的情况下,受教育程度每增加 1 个等级,制种玉米种植户愿意参与农民专业合作社的概率就增加 3.51%。制种玉米种植规模通过 1% 显著性水平检验,在该显著性水平下,保持其他变量不变,制种玉米种植规模每增加 667 m²,愿意参与农民专业合作社的概率就提高 16.55%。综上,性别和制种玉米种植规模的回归结果与预期一致。

1.4.2 种植户信息不对称的影响 由表 2 可知,是否了解农产品今年价格变量没有通过显著性检验,且系数为负,说明了解农产品今年价格比不了解农

表 2 农户参与农民合作社意愿的影响变量回归分析

自变量	回归系数	P 值	边际效应	P 值
性别	1.683 9 **	0.029 6	0.144 9 **	0.022 5
年龄	-0.171 3	0.743 8	-0.014 7	0.748 0
受教育程度	0.408 2	0.440 9	0.035 1	0.416 2
制种玉米种植规模	1.923 4 ***	0.001 3	0.165 5 ***	0.000 0
是否了解农产品定价的依据	-0.924 0	0.174 5	-0.079 5	0.147 3
是否了解农产品今年价格	-0.867 0	0.170 7	-0.074 6	0.196 1
是否了解农产品往年价格	2.145 5	0.107 6	0.184 7 *	0.069 8
对了解农产品信息渠道的信任程度	-1.702 6 **	0.020 3	-0.146 5 **	0.028 3
当收购价低于生产成本是否选择卖出	-0.729 8	0.237 0	-0.062 8	0.226 8

注：***、**、* 分别表示在 1%、5%、10% 水平上差异显著。

产品今年价格的种植户愿意参与农民合作社的概率低 19.61%。其原因是农户对合作社的了解还存在于表面,他们通过所了解的信息对合作社有了负面的认识,或是在他们与合作社接触过程中对合作社产生的消极情绪。剩下 2 个变量的回归结果与预期相同。是否了解农产品往年价格这个变量的边际效应通过 10% 显著性水平检验,表示在该显著水平上,保持其他变量不变的条件下,了解农产品往年价格的农户比没有了解农产品往年价格的农户愿意参与农民合作社的概率高 18.47%。对了解农产品信息渠道的信任程度通过显著水平 5% 的检验,保持其他变量不变的情况下,对农产品信息渠道一般信任的农户愿意的概率比不信任农产品信息渠道的农户要高 14.65%。

1.4.3 种植户有限理性的影响 由表 2 可知,所在地区当收购价低于生产成本是否选择卖出这一项调查中,被调查对象的选择是依据所在地区的情况进行的,它并未通过显著性检验,且该变量的系数为负数。说明保持其他条件不变的情况下,当收购价低于生产成本卖出比当收购价高于生产成本卖出的农户更愿意参与农民合作社。

1.4.4 市场少量交易者的影响 由表 2 可知,由于制种玉米种植户地区环境的唯一收购方对种植户参与合作社意愿的影响都不显著。所在地区市场上是否只有 1 个收购方,所在地区市场上是否只有 1 个收购价,所在地区只有 1 个收购方时是否卖出,所在地区只有 1 个收购价格时是否卖出等 4 个变量的调查结果显示为“否”,表明其对农户参与合作社的意愿的影响不显著。

综上,交易不确定性中的农户个体差异、种植规模、是否了解农产品往年价格、对了解农产品信

息渠道的信任程度是影响制种玉米种植户参与合作社意愿的重要因素;种植户有限理性、市场少量交易者对于制种玉米种植户参与合作社意愿的影响不显著。

2 交易不确定性对农户参与合作社意愿影响的机理分析

2.1 制种玉米种植农户参与合作社的经营情况

访谈中发现大部分当地农户通过合作社都与山东登海种业股份有限公司签订了制种玉米种植合同。制种玉米具有很强的耐旱性、耐寒性以及极好的环境适应性,很适合当地的气候环境。根据访谈了解到该合同是 1 年签 1 次,根据合同农户需要在当地龙头企业购买制种玉米种子进行生产,所收获的农产品送往当地的一个烘干厂进行加工剥离制种玉米粒,制种玉米粒通过烘干达到一定标准后由该公司进行收购。公司还对加入合作社的农户给予全程制种玉米种植技术和机械设备的支 持。对于制种玉米的收购价格,则由合作社和山东登海种业股份有限公司进行对历年价格制定,且合同是 1 年 1 签,能够应对每年制种玉米价格的变动,对农户的收益有保证。结款的方式是年末结款,根据制种玉米的种植周期一般在 4 月中下旬开始播种,9 月底开始收获,等烘干完后由公司开始计算,然后分发款项。

2.2 制种玉米农产品的市场信息不对称对农户参与合作社的影响

2.2.1 制种玉米农产品的销售渠道:加入合作社有效避免市场信息的不对称 综上实证分析,农户是否了解农产品往年价格、对了解农产品信息渠道的信任程度,对农户参与农民合作社的意愿有显著影响。

通过访谈了解到,在农户没有加入合作社时,相对于加入合作社的农户而言其自产自销的经营模式存在较大的市场风险。未加入合作社的农户在进行销售时由于不知道市场的行情和需求,在播种的时候就存在盲目选种,且市场收购时都是收购加工后的制种玉米粒,当出售时由于达不到市场的一些标准而导致价格被压低。农户在了解市场行情和需求的同时无疑加大了搜寻信息的成本,而加工制种玉米又增加生产成本,使得农户的总生产成本得以上升,这让农户在出售农产品时没有议价权,只能被动接受别人给的价格,自身的利润空间减少,使得农户在出售制种玉米时所受的市场风险较大。在加入合作社后,农户因为有了订单才种植,明确了种植的目标,在价格上又保护着农户的利益,且通过合作社的组织化生产减少了农户的生产成本,使得农户总的生产成本得以下降,利润空间上升。

2.2.2 制种玉米农产品生产加工环节:加入合作社意味着较低的交易成本。由于制种玉米的种植难度小,劳动力耗费小,种植制种玉米的农户可以自行完成制种玉米的种植及采收,因此当地制种玉米种植农户平均种植面积普遍规模较小。而市场通常是收购烘干处理后的制种玉米粒,且对制种玉米粒的水分含量、霉变程度和制种玉米粒颜色皆有要求,小规模制种玉米种植农户要完成制种玉米粒的烘干处理等保证制种玉米粒质量需要的附加服务,要花费大量成本购置器械设备以及相应的市场搜寻成本,从生产加工环节看,交易成本必然大幅度提高,从而失去市场竞争力。这就使得农户无法承受农产品附加服务费用和市场风险。

制种玉米较低的人力投入伴随着较低的市场定价,为了提高制种玉米农产品的附加值,农户可以选择自己完成生产加工环节,也可以参加合作社完成生产加工环节,当地合作社和龙头企业之间谈判,可以由企业投资办农产品加工厂,在收购价格上做出适当的调整,在种植技术和机械上给予支持,这样可以减少农户的生产成本。如访谈的当地龙头企业,该公司在当地办有一个制种玉米粒烘干厂,制种玉米的定价按照历年的价格进行合理的涨跌,同时在制种玉米种植过程中提供技术指导和农业机械。合作社以团体的身份与龙头企业进行谈判,在交易过程中处于平等地位,为参与合作社的农户谋求更大的利益,如种植技术、机械设备、价格协调等。因此,制种玉米种植户出于降低生产、加

工环节的交易成本考虑,往往倾向于加入合作社。

2.3 制种玉米农产品的种植规模对农户参与合作社意愿的影响

调查发现,当地种植农户对于制种玉米的种植技术能够熟练掌握。如制种玉米怕涝不怕旱的特点,种植过程中轻度的干旱有利于玉米根系的发育和扎根。在种子选择过程中,将种子放入高锰酸钾溶液进行浸泡可以杀死种子内部的虫卵;在玉米苗出芽后将周围杂草去除,避免杂草吸收玉米的养分;在玉米出芽之前喷洒适量的农药以驱除害虫;种植时须要进行施肥,追肥也非常重要;玉米出苗后在天气干旱时及时浇水,雨天及时排水,避免水分过多造成制种玉米苗烂根的现象。可见,在制种玉米种植技术方面难度并不大。

制种玉米的销售方面,加工制种玉米粒相对于未加工制种玉米粒,体积小、更经济和耐储存,可以降低制种玉米的储存成本,但市场对加工制种玉米规格要求较复杂,农户自己加工的制种玉米常常不达标,经常面临找不到买家的情况。根据访谈了解到每家种植制种玉米平均约为 8 hm^2 ,需要相当数量的人工投入,农户多倾向于采用机械化种植,但是大部分农户不具备购买农业机械设备的的能力,且租赁设备和人员的费用无法承担。另外制种玉米加工环节需要粗加工和烘干等程序,农户缺乏相应的设备,这使得农户的生产成本和销售成本加大,市场风险上升,农户对合作社的依赖程度也加大了。

因此,制种玉米种植规模的增加与生产技术、市场销售、加工储藏等环节具有紧密的联系,即随着种植规模的扩大,制种玉米的生产环节、加工储运环节、销售环节面临的交易成本是小规模种植农户的很多倍,这是小规模制种玉米种植农户无法承受的。而合作社利用自己的技术优势、资源优势、市场优势,可以有效降低由于种植规模扩大而带来的交易成本的提高,进而极大地提升农户对农民合作社的依赖度。访谈中发现,当地农民合作社通过土地抵押获取融资,购置制种玉米粗加工和储运设备,以比小规模农户低很多的成本提高专业化水平和产品附加值,实现规模效益。这与上述实证分析结果,即制种玉米农产品的种植规模对农户参与合作社意愿具有显著影响的结论是一致的。

3 结论与讨论

3.1 结论

本研究通过对调查区域交易不确定性对制种

玉米种植农户参与合作社意愿的影响进行调研和分析,结果表明,农户个体差异、种植规模、是否了解农产品往年价格、对了解农产品信息渠道的信任程度是影响制种玉米种植户参与合作社意愿的重要因素;种植户有限理性、种植户少量交易者对于制种玉米种植户参与合作社意愿的影响不显著。交易不确定性对农户参与合作社意愿影响的机理分析结果表明,从制种玉米农产品的销售渠道看,加入合作社可以有效避免农户市场信息的不对称,降低交易不确定性对农户交易成本带来的冲击;从制种玉米农产品生产加工环节看,加入合作社意味着交易成本较低,减少了交易不确定性对于农户参与农民专业合作社的负面影响;种植规模之所以对农户参与合作社意愿具有显著影响,是农民专业合作社利用自己的技术、资源、市场优势,有效降低种植规模扩大而带来的交易成本的提高,提升农户对农民专业合作社依赖度的结果。

3.2 讨论

3.2.1 发展壮大专业合作社有序推进,规范建设应规范农民专业合作社的组织章程,加快出台农民专业合作社运行机制,帮助建立一整套企业化管理制度和规模化管理模式,健全组织机构、内部管理、盈余分配和财务管理等制度。各部门应进一步落实对农民专业合作社发展的各项优惠政策,开辟绿色通道,在延伸合作领域的基础上进一步拓展农民专业合作社的服务功能。增强专业合作社的吸引力,增加农民入会的积极性。

3.2.2 扩大制种玉米的种植规模,整理农产品往年价格,确保农产品信息的准确性 众多种植户的种植地经过组织划分便会集聚形成大规模种植基地。组织中的大规模种植户一般经济实力和市场洞察力都在较小的规模种植户之上,在他们的带领下,共同承担市场的压力和风险。收集整理农产品往年的价格信息有助于农户对农产品价格的把握,在出售农产品时有良好的参照对象,避免农户被动地接受价格。提高农产品信息的准确性,合作社通过自身专业人员和渠道为农户带来的市场信息与农户自身所了解的市场信息相比更准确,是吸引农户的关键。

3.2.3 完善合作社制度,促进农户组织化,降低供需双方的交易成本 农产品供需双方垂直协作的紧密程度,将有效降低农业社会化服务的市场交易成本^[12]。通过“公司+合作社+农户”这种垂直协

作模式,且合作社有威信、公司有信誉,将降低农户在交易过程中的风险和成本,减少交易的不确定性。通过“公司+合作社+农户”模式,可以减少交易的次数,合作社成员也可以减少协调、运营等内部成本,降低交易的不确定性,给农户带来效益。同时也对没有加入合作社的农户起到一个激励作用,在看见加入合作社的农户实现稳定收益时,便有了“搭便车”的现象,进而激励其他农户加入合作社。在促进农户组织化的同时也要考虑各地不同农产品的不同特征属性、技术要求、市场销售等因素,真正重视农户的利益,在生产开始前向这些农户作出一些保障性措施(如保证收购等)^[11]。农民和农业生产经营组织双方应建立稳定的契约关系,降低农户的交易风险和交易成本,发挥农业生产经营组织在促进现代地方农业发展中的主导作用。

参考文献:

- [1] 马雯静,张慧霞,丁宇. 交易成本视角下不同种植作物农户选择农业组织化经营的诉求差异——基于新疆第十三师火箭农场农户的调查[J]. 天津农业科学,2020,26(1):34-38,75.
- [2] 王洪涛. 威廉姆森交易费用理论述评[J]. 经济经纬,2004(4):11-14.
- [3] 姚顺波. 农业产业化的经济分析[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版),2001,1(6):32-34.
- [4] 王雪平. 乡村振兴与农户组织化[J]. 人民论坛,2018(25):56-57.
- [5] 廖文虎,尚光辉. 农户参与专业合作社意愿的影响因素研究——基于合作社自身运行机制的角度[J]. 江汉学术,2017,36(2):95-104.
- [6] 郭红东,蒋文华. 影响农户参与专业合作经济组织行为的因素分析——基于对浙江省农户的实证研究[J]. 中国农村经济,2004(5):10-16,30.
- [7] 刘向华. 对我国农业现代化发展道路的探析——基于新型农业合作社的现实困境[J]. 毛泽东邓小平理论研究,2016(9):23-28.
- [8] 银小柯,陈国兴,王文烂. 交易费用视角下林业联户经营形成机理分析[J]. 福建农林大学学报(哲学社会科学版),2012,15(1):46-49,72.
- [9] 黄丽萍. 交易成本与农村专业合作经济组织发展困境——基于农户层面的分析[J]. 东南学术,2007(5):34-39.
- [10] 穆娜娜,钟真,孔祥智. 交易成本与农业社会化服务模式的选择——基于两家合作社的比较研究[J]. 农林经济管理学报,2019,18(3):366-375.
- [11] 张庆萍. 农户参与农业组织化经营:交易成本、交易对象与运行效果——基于广西防城港市防城区村镇的调查[J]. 新疆农垦经济,2014(12):42-46,92.
- [12] 高 强. 引导农民合作社向高质量发展轨道迈进[J]. 中国合作经济,2020(4):11-12.