

# 社员对合作社服务需求的优先序及其影响因素

## ——基于江西省农民专业合作社487份调查数据

陈江华<sup>a</sup>, 李道和<sup>b\*</sup>, 刘佳佳<sup>a</sup>, 康小兰<sup>c</sup>

(江西农业大学 a.经济管理学院; b.人文与公共管理学院; c.“三农”问题研究中心, 江西 南昌 330045)

**摘要:** 基于江西省11个县市农民专业合作社的487份社员问卷调查数据表明: 社员对合作社的服务需求优先序为农产品销售、提供技术与种苗等生产资料、提供资金帮助、提供市场供需信息、提高农产品价格与市场地位。从社员所处村的区域特征、户主个体特征、家庭特征、农产品技术环境特征、社会经济环境特征五方面选取17个变量构建多元Logistic模型分析表明: 家庭劳动力个数、主要农产品为粮食作物与养殖类对提供技术与种苗等生产资料的社员服务需求影响显著, 农产品技术含量、主要农产品为粮食作物与瓜果蔬菜类对提供市场供需信息的服务需求影响显著, 年龄、性别、生产经营规模、农产品投入费用、兼业化程度与资金获取难度对提供资金帮助服务需求影响显著。

**关键词:** 农民专业合作社; 社员; 服务需求; 优先序; 江西省

中图分类号: F321.42

文献标志码: A

文章编号: 1009-2013(2014)05-0008-07

### Member's demand priority sequence for professional cooperative service and affecting factors: Based on 478 questionnaires of farmers' professional cooperatives in Jiangxi province

CHEN Jiang-hua<sup>a</sup>, LI Dao-he<sup>b\*</sup>, LIU Jia-jia<sup>a</sup>, KANG Xiao-lan<sup>c</sup>

(a.College of Economics and Management; b. College of Humanity and Public Management;  
c.Research Center for the Development of Farmers, JXAU, Nanchang, Jiangxi 330045, China)

**Abstract:** Based on the 487 survey data of farmers professional cooperatives' members in 11 counties of Jiangxi Province, the author has studied the priority sequence of professional cooperatives members' the services demand for the farmers professional cooperative, which is providing sales of agricultural products, providing the technical and seedlings production, providing funds to help, providing the market supply and demand information, improving the price of agricultural products and market position. And analyzing the affecting factors through selecting 17 variables from the individual characteristics, family characteristics, agricultural products and technology environment, social economic environment characteristics to establish the multivariate Logistic model. The results show that: the number of family labor and the main type of agricultural products which are food crops and breeding products have significant influence on the demanding service that providing the technical and seedlings production. The technical content of agricultural products and the main type of agricultural products which are food crops and fruits and vegetable have significant influence on the demanding service that providing the market supplying and demand information. Age, gender, the scale of agricultural production, agricultural products costs, diversified industry degree and the difficulty of getting capital have significant influence on the demanding service that providing funds to help.

**Key words:** professional farmer cooperatives; member; service demand; priority; Jiangxi Province

### 一、问题的提出

农民专业合作社作为中国新型农业经营主体之一, 提高了农民的组织化程度, 在农业生产产前、产中与产后各环节向社员提供技术咨询、技术培训与统一销售农产品等服务, 一定程度上克服了分散

收稿日期: 2014-05-14

基金项目: 国家自然科学基金项目(71063009); 国家社会科学基金项目(13CJL054)

作者简介: 陈江华(1989—), 男, 江西高安人, 硕士研究生, 主要研究方向为农业技术经济。\*为通讯作者。

小农经济的弊端,通过集体行动实现了提高农户市场谈判地位、降低市场风险与节约交易费用等功能,缓解了“小生产”与“大市场”之间的矛盾,带动了社员增收致富<sup>[1]</sup>。近年来,中国农民专业合作社迅速发展,有力地保障了农业生产的稳定与粮食安全,提高了农产品的国际竞争力。据国家工商总局统计,截止到 2013 年 12 月底,注册的各类农民专业合作社 98.24 万家,实际入社农户 7 412 万户,占农户总数的比重约为 28.5%,在农业生产中的作用日益重要<sup>[2]</sup>。虽然如此,但农民专业合作社还是面临服务社员的能力不强,为社员与自身创造收益的能力不高,难以适应社员需求,发展潜力较差,社会影响力有待提高等问题<sup>[3-4]</sup>。农户是农民专业合作社的主体,合作社的健康发展应以尊重合作社社员的意愿为前提,以适应社员的需求为根本<sup>[5-6]</sup>。

国内学者的相关研究主要集中在农户对合作社需求的影响因素与技术需求的优先序两方面。在农户对合作社需求的影响因素方面,郭红东、卢向虎等<sup>[7-8]</sup>研究认为,农户文化程度的高低影响农户对农民专业合作社的认知,会显著影响农户对合作社的需求;张红云、周月书等<sup>[9-10]</sup>研究认为,因农户兼业化程度、家庭生产规模不同,所产农产品收入占家庭收入的比重不同,导致农户对合作社的需求也呈现差异;赵佳荣<sup>[11]</sup>研究发现农产品生产类型、农户生产规模与社会化服务水平等因素对经济落后地区农户对合作社的需求有显著影响;王兆华<sup>[12]</sup>对陕西户县 180 户葡萄果农的实证分析表明,产品价格波动程度、种植规模与资金获取难易程度对农户的合作社需求有显著影响。在农户技术需求优先序方面,廖西元和陈庆根<sup>[13]</sup>以农户的水稻技术需求为例进行研究,发现第一位的技术需求为水稻新品种,农民不同文化程度、不同种植规模、不同地区与不同家庭年纯收入会使得农户科技需求次序呈现差异;李圣军和孔祥智<sup>[14]</sup>运用聚类分析法对农户需求的 20 项农业技术进行了优先序排列,发现购买良种、购买化肥、购买农药、灌溉、收购销售与技术信息是农户最需求的技术服务;余国新和李孟华等<sup>[15]</sup>对新疆番茄农户的技术需求优先序进行研究,发现化肥等生产资料、市场信息与销售服务是农户急需的技术;杨传喜和张俊彪<sup>[16]</sup>实证分析了食用菌种植户对微观技术需求优先序的影响因

素,发现农户在不同生产环节的技术需求有差别,农户的专业技能、文化程度与农技推广人员的推广活动对农户技术采纳有正向影响;刘然<sup>[17]</sup>的研究表明,农户最需要的农业科技信息为病虫害防治技术,其需求受到农户文化程度、年龄与种植规模等因素的影响。

综上所述,现有文献就农户对合作社需求的影响因素与农业科技需求的优先序及影响因素进行了研究,但缺乏社员对农民专业合作社服务需求的研究。而分析社员对农民专业合作社服务需求的优先序及其影响因素无疑有助于提高合作社服务的针对性与效率,对于增加社员收入具有重要的意义,因此,笔者所在课题组对江西省农民专业合作社社员进行了调查,现根据所得数据进行分析,以期能为农民专业合作社发展提供相应的指导意见。

## 二、社员对合作社服务需求优先序分析

笔者所在课题组于 2013 年 6 月深入到江西各地区农村,通过随机抽样的方式,对加入农民专业合作社的农户情况进行了问卷调查。调查区域涉及江西南昌、赣州、宜春、抚州与吉安 5 个地区的 11 个县市,从地区分布上看,样本具有较好的代表性。由于农户的行为决策不仅受到户主自身资源禀赋的影响,还与所处的家庭环境与社会环境等因素有关,为了全面了解江西省农民专业合作社的发展现状与社员的需求状况,以及深入分析社员服务需求的影响因素,在借鉴已有研究的基础上,问卷调查了农户所在村的区域特征、户主个体特征、家庭特征、农产品与技术环境特征与社会经济环境特征。此次调研发放 578 份问卷,剔除缺失关键数据的无效问卷,共收回有效问卷 487 份,问卷有效率为 84.3%。

根据调查结果可知江西省农民专业合作社社员的基本特征,31~40 岁的户主约占 30%,41~60 岁的户主约占 61%,说明农村劳动力以中老年为主,这与中国城镇化背景下农村劳动力向外转移的现状相符;合作社 90.3%的户主社员为男性,初中文化程度者占 46.6%,高中(中专)及以上文化程度者占 47.25%,表明目前中国农民专业合作社农户户主的受教育水平比较高,家庭人均年纯收入为 6 500 元以上的农户占比 54.4%,反映已加入合作社社员

的收入水平比较高;家庭劳动力为2、3、4人的农户比例分别为34%、23%、32.2%;社员主要从事养殖、瓜果蔬菜与粮食作物生产,比例分别为30%、27%、24%,分布较为平均。

表1 农民专业合作社样本户主特征

特征		频数	占比/%
样本户主年龄	30岁以下	32	6.60
	31~40岁	146	30.00
	41~50岁	219	45.00
	51~60岁	78	16.00
	60岁以上	12	2.50
样本户主性别	男	440	90.30
	女	47	9.70
样本户主受教育水平	小学及以下	30	6.20
	初中	227	46.60
	高中(中专)及以上	230	47.20
家庭人均纯收入	5000元以下	74	15.20
	5001~6500元	148	30.40
	6500元以上	265	54.40
家庭劳动力个数	1	12	2.50
	2	146	30.00
	3	112	23.00
	4	157	32.20
	5	34	7.00
	6	14	2.90
	7	10	2.00
	8	2	0.40
主要农产品类型	粮食作物类	116	24
	瓜果蔬菜	132	27
	养殖类	166	34
	林业类	48	10
	其他	25	5

合作社社员服务需求大致可分为5类,分别为销售农产品、提供技术与种苗等生产资料、提供市场供需信息、提供资金帮助、提高农产品价格与市

场地位。根据统计结果可知,社员的第一位服务需求上出现次数最多的为“销售农产品”,为188次;第二位上出现次数最多的为“提供技术与种苗等生产资料”,为166次;第三位上与第四位出现次数最多的皆为“提供市场供需信息”,分别为158次与114次;第五位上出现次数最多的为“提高农产品价格与市场地位”,出现了171次,表明服务需求差异明显。笔者借鉴廖清成研究农村公共品供给优先序的方法进一步对合作社社员服务需求进行排序,即将第一位记为1分,第二位为2分,并以此类推,用各服务需求位数上出现的频数乘以其相应的分值,并加总,总分值越小,排序越靠前<sup>[18]</sup>。以此求出合作社社员服务需求的优先序为:销售农产品、提供技术与种苗等生产资料、提供资金帮助、提供市场供需信息、提高农产品价格与市场地位。究其原因,当前合作社社员面临的首要问题仍然是农产品“卖难”的问题,农产品销售渠道不通畅,急需合作社提供农产品销售服务;农业科技推广的绩效不理想,社员在农业生产过程中仍主要依靠自身的经验,对“提供技术与种苗等生产资料”的服务需求强烈;在农业生产过程中,农户生产性经营支出比较大,资金周转经常出现问题,合作社社员对“提供资金帮助”的服务需求也比较迫切;由于农户对市场供需状况不能及时掌握,存在较大的滞后性,且农产品价格波动频繁,社员农业收入常常受损,迫切需要根据市场供求变化安排农业生产,因此对“提供市场供需信息”的服务需求也较高。农户对合作社“提高农产品价格与市场地位”的服务需求排在最末位,表明农民专业合作社提高了农户的组织化程度,通过集体行动增强了农户的市场地位,农户在这方面的需求得到一定程度的满足。

表2 农民专业合作社社员服务需求优先序

农户需求	第一位	第二位	第三位	第四位	第五位	总分	排序
销售农产品	188	99	79	54	47	1074	1
提供技术与种苗等生产资料	83	166	82	62	63	1224	2
提供市场供需信息	49	59	158	114	79	1492	4
提供资金帮助	129	102	67	113	56	1266	3
提高农产品价格与市场地位	29	50	80	103	171	1636	5

### 三、社员对合作社服务需求的影响因素

笔者从农户所处的区域特征、户主个体特征、家庭特征、农产品与技术环境特征、社会经济文化

环境特征五方面选取对合作社农户服务需求有影响的17个变量,通过构建模型对其进行分析,明确对农民专业合作社社员服务需求有影响的具体变量,具体解释变量的定义与取值见表3。

表 3 解释变量的选取与赋值

变量名称	赋值	均值	方差
社员服务需求( $Y$ )	1=提供农产品销售, 2=提供技术与种苗等生产资料, 3=提供市场与供需信息, 4=提供资金帮助, 5=提高农产品价格与市场地位	2.43	1.39
所在村的区域特征	村到乡镇的距离(km)( $X_1$ )	1=[1~4], 2=(4~8], 3=(8~12], 4=(12~16], 5=(16,+∞]	1.62 0.90
户主个体特征	年龄( $X_2$ )	1=30 岁以下, 2=31~42 岁, 3=41~50 岁, 4=51~60 岁, 5=60 岁以上	2.78 0.77
	性别( $X_3$ )	1=男, 2=女	1.10 0.09
家庭特征	文化程度( $X_4$ )	1=小学及以下, 2=初中, 3=高中(中专)及以上	2.41 0.37
	家庭劳动力个数( $X_5$ )	实际数值	3.29 1.6
	人均年纯收入( $X_6$ )	1=5 000 元及以下, 2=5 001~6 500 元, 3=6 500 元以上	2.39 0.54
	农业收入占总收入比( $X_7$ )	1=20%以下, 2=21%~50%, 3=51%及以上	2.36 0.48
	生产经营规模( $X_8$ )	1=非常小, 2=较小, 3=一般, 4=较大, 5=非常大	3.18 0.62
农产品与技术环境特征	主要农产品类型( $X_9$ )	1=粮食作物类, 2=瓜果蔬菜, 3=养殖类, 4=林业类, 5=其他	2.72 1.73
	农产品技术含量( $X_{10}$ )	1=很低, 2=较低, 3=一般, 4=较高, 5=非常高	3.39 0.50
	农产品投入费用( $X_{11}$ )	1=很低, 2=较低, 3=一般, 4=较高, 5=非常高	3.62 0.42
	市场所在地( $X_{12}$ )	1=本乡镇, 2=本乡镇以外的市场	1.87 0.20
	产品价格波动程度( $X_{13}$ )	1=很低, 2=较低, 3=一般, 4=较高, 5=非常高	3.40 0.76
社会经济环境特征	农技人员技术指导( $X_{14}$ )	1=很少, 2=较少, 3=一般, 4=较多, 5=很多	2.85 1.06
	基础设施( $X_{15}$ )	1=很差, 2=较差, 3=一般, 4=较好, 5=很好	3.52 0.88
	农户兼业化程度( $X_{16}$ )	1=很低, 2=较低, 3=一般, 4=较高, 5=非常高	3.14 0.67
	资金获取难易程度( $X_{17}$ )	1=非常难, 2=较难, 3=一般, 4=较容易, 5=非常容易	2.44 0.72

由于被解释变量  $Y_i$ ( $Y_1$ =提供农产品销售,  $Y_2$ =提供技术与种苗等生产资料,  $Y_3$ =提供市场与供需信息,  $Y_4$ =提供资金帮助,  $Y_5$ =提高农产品价格与市场地位)代表不同类型的服务需求,属于离散型分类变量,故选择多元 Logistic 模型对社员服务需求影响因素进行回归分析;由于“提高农产品价格与市场地位”的服务需求在社员服务需求的优先序中排第五位,笔者选择最后类别( $Y_5$ )作为参考类别,相应有以下四个 Logit 模型:

$$\text{logit} \left( \frac{P_1}{P_5} \right) = \alpha_1 + \beta_{1k} X_k + \sigma_1 \quad (1)$$

$$\text{logit} \left( \frac{P_2}{P_5} \right) = \alpha_2 + \beta_{2k} X_k + \sigma_2 \quad (2)$$

$$\text{logit} \left( \frac{P_3}{P_5} \right) = \alpha_3 + \beta_{3k} X_k + \sigma_3 \quad (3)$$

$$\text{logit} \left( \frac{P_4}{P_5} \right) = \alpha_4 + \beta_{4k} X_k + \sigma_4 \quad (4)$$

并有  $P_1 + P_2 + P_3 + P_4 = 1$ , 其中  $P_i$  为社员对某项服务需求的概率,  $\alpha_1$ 、 $\alpha_2$ 、 $\alpha_3$ 、 $\alpha_4$  为常数项, 待估计参数  $\beta_{1k}$ 、 $\beta_{2k}$ 、 $\beta_{3k}$ 、 $\beta_{4k}$  为自变量( $X_k$ )的回归系数,  $X_k$  为社员服务需求的影响因素, 变量具体含义见表 3,  $\sigma_1$ 、 $\sigma_2$ 、 $\sigma_3$ 、 $\sigma_4$  为模型的随机误差项。

笔者利用 SPSS19.0 软件先对模型进行检验,因为社员主要农产品生产类型为无序分类变量,不能按照有序变量的处理方式来处理,故在 SPSS19.0 多元 logistic 模型中,将农产品类型放入因子选项框,按无序分类变量的方式来处理,其余变量则放入协变量框中, sig 值小于 0.001,模型通过了显著性检验,具体参数估计结果见表 4。现对估计结果进行简要分析。

(1) 所在村的区域特征的影响。村到乡镇的距离在四个模型中均没有通过显著性检验,但其回归系数皆为正,表明相对于提高农产品价格与市场地位的服务需求,距离乡镇越远,社员对提供销售农产品、技术与种苗等生产资料、市场供需信息、资金帮助的服务需求的可能性更大。其中社员对提供市场供需信息服务需求的概率最大,这可能是因为距离乡镇越偏远的农村,远离农产品交易市场,社员在获取市场供需信息以及农产品价格变化的信息方面存在滞后性,不能及时根据市场需求的变化安排农业生产,对市场供需信息服务需求较高。

(2) 户主个体特征的影响。第一,年龄在模型一与模型四中通过了显著性检验,皆在 5%的统计水平下显著,且回归系数皆为正,表明相对于提高农产品价格与市场地位的服务需求,年龄越大的社

员对销售农产品与提供资金帮助服务需求的可能性越大。这可能是因为,一方面年龄较大的社员独自解决销售问题的能力较差,且难以获取充分的市场交易信息,在农产品交易中处于弱势地位,需要合作社统一提供农产品销售服务,增加其农业生产的收益;另一方面,年龄较大的社员由于体质弱化的原因,自身兼业化程度低,收入来源渠道单一,家庭经济状况较差,为解决农业生产投入的问题,

对提供资金帮助服务需求较大。第二,性别对社员提供资金帮助服务需求通过了显著性检验,在10%的统计水平下显著,且回归系数为正,表明相对于男性社员,女性社员对提供资金帮助的服务需求更大。这可能是因为女性社员的农业生产能力较差,生产规模较小,家庭收入水平较低,因此对提供资金帮助服务的需求较大。

表4 社员对合作社服务需求的影响因素参数估计结果

	模型一( $Y_1/Y_5$ )				模型二( $Y_2/Y_5$ )				模型三( $Y_3/Y_5$ )				模型四( $Y_4/Y_5$ )				
	系数	标准误	Wald值	显著性	系数	标准误	Wald值	显著性	系数	标准误	Wald值	显著性	系数	标准误	Wald值	显著性	
Intercept	-7.624**	3.014	6.399	0.011	-5.987*	3.252	3.390	0.066	-7.937**	3.559	4.973	0.026	-6.385**	3.101	4.238	0.040	
所在村的区域特征																	
村到乡镇的距离( $X_1$ )	0.172	0.263	0.428	0.513	0.165	0.299	0.302	0.583	0.272	0.300	0.825	0.364	0.152	0.271	0.316	0.574	
个体特征																	
年龄( $X_2$ )	0.545**	0.259	4.424	0.035	0.236	0.288	0.674	0.412	0.346	0.302	1.315	0.252	0.596**	0.266	5.039	0.025	
性别( $X_3$ )	1.282	0.842	2.318	0.128	0.754	0.945	0.636	0.425	0.487	1.028	0.224	0.636	1.568*	0.860	3.327	0.068	
文化程度( $X_4$ )	0.330	0.389	0.718	0.397	0.251	0.427	0.346	0.556	-0.412	0.452	0.829	0.363	-0.087	0.395	0.048	0.827	
家庭特征																	
家庭劳动力个数( $X_5$ )	0.402*	0.216	3.465	0.063	0.560**	0.226	6.113	0.013	0.392	0.242	2.616	0.106	0.317	0.221	2.051	0.152	
人均纯收入( $X_6$ )	-0.411	0.350	1.381	0.240	-0.561	0.377	2.217	0.136	-0.565	0.394	2.059	0.151	0.088	0.359	0.060	0.807	
农业收入占总收入比( $X_7$ )	-0.240	0.370	0.422	0.516	-0.364	0.396	0.845	0.358	0.176	0.419	0.177	0.674	0.086	0.381	0.051	0.822	
生产经营规模( $X_8$ )	0.117	0.322	0.131	0.717	0.411	0.354	1.343	0.247	0.549	0.375	2.146	0.143	0.643*	0.336	3.656	0.056	
农产品技术环境特征																	
主要农产品类型( $X_9$ )	粮食作物类	1.844**	0.815	5.115	0.024	3.202***	0.926	11.956	0.001	2.954***	0.947	9.735	0.002	0.733	0.835	0.771	0.380
	瓜果蔬菜	0.692	0.603	1.318	0.251	0.576	0.806	0.510	0.475	1.426*	0.759	3.530	0.060	-0.051	0.622	0.007	0.935
	养殖类	1.736**	0.718	5.848	0.016	2.800***	0.849	10.872	0.001	1.284	0.881	2.124	0.145	0.716	0.732	0.959	0.328
	林业类	0.074	0.734	0.010	0.920	1.428	0.874	2.671	0.102	-0.728	1.283	0.322	0.570	-0.550	0.763	0.519	0.471
	其他	0.000	.	.	.	0.000	.	.	.	0.000	.	.	.	0.000	.	.	.
农产品技术含量( $X_{10}$ )	0.037	0.405	0.008	0.927	0.029	0.434	0.004	0.947	0.849*	0.487	3.041	0.081	-0.460	0.421	1.194	0.275	
农产品投入费用( $X_{11}$ )	0.692*	0.383	3.260	0.071	0.457	0.412	1.232	0.267	0.622	0.469	1.761	0.185	0.826**	0.398	4.309	0.038	
市场所在地( $X_{12}$ )	0.803	0.617	1.695	0.193	1.030	0.646	2.545	0.111	1.020	0.670	2.319	0.128	0.826	0.624	1.752	0.186	
产品价格波动程度( $X_{13}$ )	0.101	0.292	0.120	0.729	-0.192	0.312	0.378	0.538	0.338	0.344	0.966	0.326	0.054	0.305	0.031	0.859	
农技人员技术指导频率( $X_{14}$ )	0.067	0.256	0.068	0.794	-0.282	0.275	1.055	0.304	-0.022	0.287	0.006	0.939	-0.076	0.267	0.081	0.776	
社会经济环境特征																	
基础设施( $X_{15}$ )	0.353	0.231	2.340	0.126	0.253	0.254	0.991	0.320	0.270	0.270	1.006	0.316	0.345	0.243	2.016	0.156	
兼业化程度( $X_{16}$ )	-0.135	0.312	0.187	0.666	-0.260	0.340	0.586	0.444	0.134	0.364	0.136	0.713	0.699**	0.323	4.677	0.031	
资金获取难度( $X_{17}$ )	-0.299	0.284	1.110	0.292	0.144	0.311	0.214	0.644	-0.367	0.334	1.207	0.272	-0.543*	0.294	3.408	0.065	
-2 Log Likelihood	1 174.566																
Cox and Snell $R^2$	0.327																
Nagelkerke $R^2$	0.347																
McFadden	0.139																

注: \*、\*\*、\*\*\*分别表示解释变量在10%、5%、1%的统计水平下显著。

(3) 家庭特征的影响。第一,家庭劳动力人数对社员需求提供销售农产品服务与提供技术与种苗等生产资料服务需求通过了显著性检验,分别在10%与5%的统计水平下显著,且回归系数为正,表

明家庭劳动力人数越多,社员对提供农产品销售服务与提供技术与种苗等生产资料的服务需求更高。这可能是因为家庭人数越多,家庭农业生产规模越大,需要出售的农产品比例较大、数量较多,而加

入合作社可使农户获得较先进的农业生产技术,提升农产品质量与产量,增强市场竞争力,再通过合作社渠道统一销售农产品,可增加社员的农业收入。第二,生产规模在模型四中通过了显著性检验,且回归系数为正,表明生产规模对社员提供资金帮助服务需求影响显著,说明社员的生产规模越大,其对提供资金帮助服务的需求越大。这是因为农户生产规模越大,农业投入费用越高,自然而然对提供资金帮助服务的需求较大。

(4) 农产品技术环境特征的影响。相对于提高农产品价格与市场地位的服务需求,主要从事粮食作物种植的社员对提供销售农产品服务、提供市场信息服务、提供技术与种苗等生产资料的服务需求显著,主要从事养殖生产的社员对提供农产品销售服务、提供技术与种苗等生产资料的服务需求显著,而从事瓜果蔬菜生产的社员对提供市场信息的服务需求显著。农产品投入费用在模型一与模型四中通过显著性检验,分别在 10%与 5%的统计水平下显著,且回归系数为正,表明农产品投入费用越高,相对于对提高农产品价格与市场地位的服务需求,社员对提供农产品销售与提供资金帮助的服务需求更高。这是因为,一方面农产品投入费用越高,社员对资金的需求越大;另一方面,社员农产品投入费用越高,其农业生产规模越大,需要出售的农产品数量多,通过合作社渠道统一销售农产品能获得较高的收益,从而提高农业的投入产出效率。农产品技术含量对提供市场供需信息服务需求有显著的影响,这表明相对于提高农产品价格与市场地位的服务需求,社员对提供市场信息的服务需求更高。这可能是因为技术含量较高农产品的质量较好,市场竞争力较强,但投入费用较高,社员需要密切关注市场供需变化,以便以较高的价格向市场出售农产品,获得较好的收益。农产品技术含量与农技人员技术指导频率没有通过显著性检验,但是农产品技术含量对提供技术与种苗等生产资料的服务需求有正向影响,而农技人员技术指导频率对提供技术与种苗等生产资料的服务需求有负向影响。这可能是因为社员通常的农业生产主要依赖自身的经验,如果农产品技术含量较高,社员必定会对农产品技术产生需求。但调查发现,农村地区农技人员下乡指导农户进行农业生产的次数较少,频

率较低,不能满足社员对农业技术的需求,因此,农技人员指导频率越低,社员对提供技术与种苗的服务需求越大。

(5) 社会经济环境特征的影响。兼业化程度在模型四中通过了显著性检验,在 5%的统计水平下显著,且回归系数为正,表明相对于提供农产品价格与市场地位的服务需求,社员对提供资金帮助的服务需求更大。这可能是因为兼业化程度越高,社员从事多个行业,资金周转易出现问题。资金获取难易程度对提供资金帮助的服务需求影响显著,在 10%的统计水平下显著,其回归系数为负,表明相对于提供农产品价格与市场地位服务需求,资金越难获取,社员对提供资金帮助的服务需求越大。社员在发展农业生产的过程中不可避免地会产生融资需求(例如扩大农业生产规模与加大农业投入),由于社员缺乏抵押物,很难从金融机构获得贷款,因此希望合作社提供资金帮助。基础设施在所有模型中均没有通过显著性检验,可能是因为新农村建设取得显著成果,农村地区基础设施得到显著改善,加快了信息的流通与传播,缩短了农产品产地到市场的距离,降低了农产品的运输成本,节约了交易费用。

#### 四、结论及其启示

上述研究表明,社员对农民专业合作社的服务需求优先序为:销售农产品、提供技术与种苗等生产资料、提供资金帮助、提供市场供需信息、提高农产品价格与市场地位;年龄、家庭劳动力个数、农产品投入费用、主要农产品为粮食作物与养殖对农产品销售服务需求影响显著。从农户所处村的区域特征、个体特征、家庭特征、农产品与技术环境特征、社会经济文化环境特征五方面选取对合作社农户服务需求有影响的 17 个变量进行计量分析表明,劳动力个数、主要农产品类型为粮食作物与养殖类对提供技术与种苗等生产资料的服务需求影响显著,农产品技术含量、主要农产品为粮食作物与瓜果蔬菜类对提供市场供需信息的服务需求影响显著,年龄、性别、生产经营规模、农产品投入费用、兼业化程度与资金获取难度对提供资金帮助服务需求影响显著。基于此,要提高合作社对社员的吸引力,增强合作社带动社员增收的作用,提升

农民专业合作社发展水平,推动农村经济的发展,应重视以下工作:

第一,合作社应积极开辟农产品销售新渠道。社员最需要的服务为“销售农产品”,合作社应拓宽农产品销售渠道,通过农产品的统一销售,增强社员的地位,增加社员的农业收入。合作社应积极探索“农超对接”模式,形成稳定的供销关系,保持农产品价格的平稳,增加合作社农产品的销量,提高市场占有率。

第二,政府和合作社应通力合作,加大农业技术投入力度。一方面,政府应当加大对合作社技术扶持的力度,完善农业技术推广体系,建立农业技术推广激励机制,引导合作社引进先进的农业生产技术,提高农业科技水平;另一方面,合作社应定期为社员进行技术培训,使现代化的农业生产技术服务于农业生产,满足农户的技术需求,提高农产品的品质,增强合作社农产品的市场竞争力。

第三,大力发展农村金融,创新农村金融产品。社员的农业生产投入费用较大,对资金的需求较高,但由于缺乏有效抵押物,很难从金融机构贷款。为满足社员农业生产中的融资需求,一方面,相关政府部门应引导各类金融机构为合作社发展生产提供资金帮助,大力发展小额信贷;另一方面,合作社内部可探索资金互助模式,提高闲置资金的利用效率,解决社员的融资难题。

第四,建立农产品市场信息监控体系。政府部门应建立农产品市场信息监控体系,密切跟踪农产品市场供需状况,使社员迅速掌握市场的供求信息;合作社也应密切关注市场供需状况,根据市场供需状况来调整合作社的生产结构,指导社员农业生产活动,生产适销对路的农产品,从而降低农户的市场风险,增加农户的收入。

#### 参考文献:

- [1] 黄祖辉,扶玉枝.农民专业合作社的效率及其影响因素分析[J].中国农村经济,2011(7):4-12.
- [2] 商文.2013年我国农民合作社数量同比增长42.6% [EB/OL].(2014-02-18).http://www.zh-hz.com/html/2014/02/21/294488.html.

- [3] 刘滨,陈池波,杜辉.农民专业合作社绩效度量的实证分析——来自江西省22个样本合作社的数据[J].农业经济问题,2009(2):90-95.
- [4] 李道和,陈江华,康小兰.农民专业合作社扶持政策需求优先序及影响因素分析——基于江西省578户样本的调查[J].农林经济管理学报,2014(2):137-145.
- [5] 朱红根,陈昭玖,翁贞林,等.稻作经营大户对专业合作社需求的影响因素分析——基于江西省385个农户调查数据[J].农业经济问题,2008(12):71-78.
- [6] 李道和.农户加入农民专业合作社影响因素及政府扶持机制研究(综述)[J].江西农业大学学报(社会科学版),2012(1):27-32.
- [7] 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[J].中国农村经济,2004(5):10-16.
- [8] 卢向虎,吕新业,秦富.农户参加农民专业合作组织意愿的实证分析[J].农业经济问题,2008(1):26-31.
- [9] 张红云.农民对专业合作社需求的影响因素分析——基于湖南省180户农户的调查[J].江西农业大学学报:社会科学版,2009,8(1):63-67.
- [10] 周月书,赵敏.西部地区农户对合作经济组织的需求及影响因素分析——对陕西眉县猕猴桃果农的调查[J].江苏农业科学,2007(6):61-64.
- [11] 赵佳荣.农户对农民专业合作社的需求及影响因素比较分析——基于湖南省两类地区农户的实证分析[J].中国农村经济,2008(11):18-25.
- [12] 王兆华.农户对专业合作社需求意愿影响因素分析——基于陕西户县葡萄果农的调查[J].安徽农业大学学报:社会科学版,2013,22(3):6-12.
- [13] 廖西元,陈庆根,王磊,等.农户对水稻科技需求优先序[J].中国农村经济,2004(11):36-43.
- [14] 李圣军,孔祥智.农户技术需求优先序及有效供给主体研究[J].新疆农垦经济,2010(5):11-16.
- [15] 余国新,李孟华,杨毅.新疆番茄农户需求优先序及决策行为分析——以新疆巴州农户调查为例[J].科技管理研究,2013(16):219-222.
- [16] 杨传喜,张俊飏,徐卫涛.农户技术需求的优先序及影响因素分析——以河南、山东等食用菌主产区种植户为例[J].西北农林科技大学学报:社会科学版,2011(1):41-47.
- [17] 刘然.农户农业科技需求优先序及影响因素研究[D].中国农业科学院,2013.
- [18] 廖清成.农村公共品供给优先序问题研究[J].江西社会科学,2004(10):246-250.

责任编辑:李东辉