第 18 卷第 1 期 西北农林科技大学学报(社会科学版) Vol. 18 No. 1
2018 年 1 月 Journal of Northwest A&F University(Social Science Edition) Jan. 2018

家庭农场主贷款满意度影响因素研究
——以河南省 305 个家庭农场为例

曹燕子,罗剑朝*,张 颖

(西北农林科技大学 经济管理学院,陕西 杨凌 712100)

摘 要:基于河南省 305 个家庭农场实地调研数据,对影响家庭农场主贷款满意度的主要因素进行分析。研究发现:26.56%的家庭农场主对贷款评价为满意;农场主的文化程度、银行关系、家庭农场的示范等级、经营类型、经营规模、总资产、银行的服务态度以及政府的利率优惠政策对农场主贷款满意度有显著正向影响;对家庭农场主贷款满意度影响程度最高的变量是利率优惠政策,最低的变量是总资产。在此基础上,提出制定出明确、可行的家庭农场贷款利率优惠政策,引导金融机构重视家庭农场贷款业务,为不同经营类型的家庭农场设计贷款产品,调整家庭农场授信等级等建议。

关键词:家庭农场主;贷款满意度;边际贡献

中图分类号:F324.1 **文献标识码**:A **文章编号**:1009-9107(2018)01-0041-09

伴随着城镇化程度日益加深,农业从业人口不断减少,土地流转行为频繁,这为大规模土地流转,实现农业适度规模经营提供了机会,以家庭为单位的家庭农场应运而生。家庭农场产生于传统农户并将与传统农户长期共存,其以农户为经营主体,建立在农村家庭承包制之上,既能兼顾农业生产的特殊性质,又能发挥家庭经营的特殊优势。家庭农场的发展,有利于积极稳妥地推进农业规模经营进程,同时保证粮食生产稳定。2013 年中央一号文件首次对家庭农场发展作出指示:"要扶持发展专业大户、家庭农场和农民专业合作组织等经营主体",为家庭农场的发展指明了方向。截至 2014 年年底,全国经农业部门认定的家庭农场有 13.9 万家,承包耕地流转面积达到 4.03 亿亩,在工商部门登记注册的家庭农场达到 10.6 万家,其中种植业、养殖业和其他行业分别占 77%、19.8%和 3.2%[1]。家庭农场发展过程中流转土地、整理地块、购置农机、购买农资、改善生产设施和临时雇工都需要投入大量资金,且投入期限较长,资金短缺成为制约家庭农场发展的瓶颈之一。为了支持家庭农场发展,解决家庭农场资金短缺问题,中国人民银行在 2014 年 2 月发布了《中国人民银行关于做好家庭农场等新型农业经营主体金融服务的指导意见》,引导金融机构为家庭农场等新型农业经营主体发展提供贷款支持。分析该项政策的实施效果,对于改善农村金融市场产品供给,促进家庭农场发展有重要意义。农场主是家庭农场的经营者,是家庭农场贷款行为的主要执行者,能够对贷款情况进行客观评价,分析家庭农场主的贷款满意度,探讨现有农村金融产品和服务对家庭农场贷款需求的满足程度,可为金融机构创新产品

收稿日期:2017-05-31 DOI:10.13968/j.cnki.1009-9107.2018.01.06

基金项目:教育部"长江学者和创新团队发展计划"创新团队项目(IRT1176);国家自然科学基金项目(71573210);西北农林科技大学软科学研究项目(2016RKX02);西北农林科技大学基本科研业务费人文社科项目(2014RWZD01);河南省哲学社会科学规划项目(2015BJJ085)

作者简介:曹燕子(1982-),女,西北农林科技大学经济管理学院博士研究生,主要研究方向为农村金融。

*通讯作者

和服务,提升农村金融服务水平,从而推进农村金融制度改革提供参考。

一、文献回顾

顾客满意度的研究成果主要集中在两个方面,一种认为满意度是顾客事后的一种感受,Woodside和Daly认为顾客满意度是顾客在消费之后的一种整体态度,反映了顾客对于产品和服务认同或不认同的程度,是影响消费者行为的主要因素[2]。Phillip等认为顾客满意度是顾客对于服务过程整体满意或满足的程度[3]。另一种观点则认为,顾客满意是事先期望与事后感知的比较结果,Howard和Sheth提出顾客满意度是购买者通过对比得到与付出之后而产生的一种认知状态[4];Tse和Wilton从过程方面认为顾客满意度是事后对消费行为的评估,主要来自于顾客预期与实际感受的差别[5]。不同的理论体系对满意度有不同的认识,尤其是在市场营销、企业管理和服务管理领域,学者们对满意度的定义更加多样。就本文而言,家庭农场主贷款满意度是指家庭农场主在办理贷款业务过程中,通过与金融机构业务人员接触,了解、申请、使用贷款产品以后,对贷款产品、服务的综合评价。

目前应用最为广泛的满意度分析模型是顾客满意度模型(CSI),在此模型的基础上结合各国实际情况,形成了美国顾客满意度指数模型(ACSI)、欧洲顾客满意度指数模型(ECSI)、中国顾客满意度模型(CCSI),学者们参考上述模型对金融机构顾客满意度的影响因素进行了研究。

国外学者对影响家庭农场主贷款满意度因素的研究集中在农场主因素和银行因素两方面。农场主因素方面,Peris对肯尼亚银行农业贷款顾客满意度的研究表明年龄、性别、受教育程度、收入、婚姻状况、就业状况与满意度有直接关系[6]。Erdogan等的研究表明,农场主年龄和教育水平、农场规模、家庭劳动力、财务比率、购买保险的意愿、农业信贷的来源、信贷类型以及信用卡的使用等因素,对土耳其家庭农场主的贷款满意度影响显著[7]。银行因素方面,Stamatis等的研究结果表明影响希腊农场主贷款满意度最重要的因素是交易成本,第二因素是服务、设备的人性化程度,第三因素与农场主个人因素(年龄、教育)有关,第四因素是贷款条款[8]。Kombo的研究表明影响客户满意度的最重要因素是银行分支机构的广泛可用性,造成顾客不满意的最大因素是高价的产品和服务[9]。

家庭农场在我国属于新生事物并处于探索阶段,家庭农场主贷款满意度的研究成果较少,已有农业贷款满意度的研究主要集中在农户这一主体,家庭农场正处于由传统农户向家庭农场转变阶段,与传统农户家庭经营之间存在着既有区别又有联系的特殊关系,贷款情况也不例外。因此,研究家庭农场主贷款满意度需要借鉴农户贷款满意度研究成果。国内学者对农户贷款满意度的研究集中在内部因素和外部因素两方面,内部因素方面,农户个人因素中的文化程度[10]、贷款了解程度[11]对贷款满意度影响显著;家庭因素中的耕地面积、供养比、贷款经历、农地估值[12]、是否有亲朋好友担任村干部[11]对贷款满意度影响显著;农户贷款满意度随着收入水平、经营规模变化而呈现出差异,资产评估值对高收入农户贷款满意度影响明显[11],农地估值对于专业大户贷款满意度影响显著[12]。外部因素方面,学者们对金融机构因素、政策因素进行了研究,交通便利程度、银行网点、工作人员服务态度[13]、办理业务效率、银行产品、贷款金额[14]等对农户贷款满意度影响显著。

国内学者对家庭农场的贷款情况进行了研究,认为随着经营规模扩大、经营水平提高,专业大户逐步转变成家庭农场,农业经营方式、经营规模、经营类型均发生变化,家庭农场从传统农户小额短期的低层次生存性资金需求转向大额长期的高层次发展性资金需求[15],对于贷款金额、期限、利率、还款手续等要求与传统农户存在差别。同时,家庭农场处于初级发展阶段,存在注册率低、经济效益差、盈利性不强、财务制度不健全、缺乏抵押品、参与保险程度低等因素[16],达不到银行的贷款要求,导致贷款获批难、贷款额小、期限短等问题,不能满足家庭农场的资金需求[17];同时学者林乐芬等实证检验了造成新型农业经营主体银行融资障碍的因素,表明新型农业经营主体自身的经营规模、对融资的金额要求和期限要求、银行提供的针对性信贷融资产品和服务情况、政府的支农资金担保和农村征信体系建设等方面的因素影响显著[18];银行融资障碍越大,家庭农场贷款需求越

难被满足,贷款满意度越低。

学者们对家庭农场主贷款满意度的研究存在以下不足:国内外的土地所有制度、农村金融体系、家庭农场的性质、经营模式、发展程度等存在较大差异,需要有选择地借鉴国外研究成果;当前家庭农场在我国处于初级发展阶段,对家庭农场贷款问题的研究主要集中在分析贷款需求、贷款难的原因方面,研究家庭农场主贷款满意度的研究成果较少,且缺乏实证检验。综上所述,本文选择家庭农场主贷款满意度这一主题,利用河南省 305 个家庭农场的实地调研数据,分析家庭农场的贷款需求满足现状,使用多元有序 Logistic 模型对影响家庭农场主贷款满意度的因素进行分析,为改善农村金融服务质量,提高家庭农场主贷款满意度,支持家庭农场发展提供实证依据。

二、数据来源、描述性统计分析与变量选择

(一)数据来源

河南省是我国粮食生产核心区之一,在保障国家粮食安全方面有着重要的地位,发展家庭农场是河南作为农业大省实行农业经营方式转型升级的必然选择。截至 2013 年 9 月底,河南省符合农业部统计调查条件的家庭农场有 15 538 家,耕种总面积 287.5 万亩,平均耕种面积 185 亩,经工商部门登记的家庭农场 3 810 户,其中,个体工商户 2 120 户,个人独资企业 1 685 户,有限公司 5 户[19],发展势头良好。

目前,国内对家庭农场缺少严格、统一的界定,不同地区在参考《农业部关于促进家庭农场发展的指导意见》的基础上,结合当地的实际情况制订了家庭农场的认定标准。本文所调研的家庭农场就参考了河南省郑州市的家庭农场认定标准①。课题组于 2015 年 12 月、2016 年 1 月对河南省家庭农场进行实地调查,在每个调研地区首先从当地农业局了解家庭农场发展的整体情况,对家庭农场按照经营规模分成 3 个等级水平,从各等级中随机抽取若干样本,随后以一对一形式对农场主进行访谈。调查地点选择了豫西、豫中、豫东、豫北和豫南的三门峡市、洛阳市、汝州市、漯河市、周口市、商丘市、新乡市、南阳市和信阳市,共计 9 个市、37 个县(区)、118 个乡(镇)、232 个村庄;调查的家庭农场经营类型包括粮食类、经济作物类、养殖类、种养结合类和休闲农业类,涵盖了当前家庭农场经营的主要类型。样本选择区域、经营规模、经营类型较为全面,能够较好地代表河南省家庭农场发展状况。调查共发放问卷 500 份,有效问卷 471 份,有效率为 94.2%,其中有 305 个家庭农场有贷款经历,由这些农场主对贷款整体情况进行评价,得出家庭农场主贷款满意度,将其作为研究对象。

(二)描述性统计分析

在农场主基本特征方面(见表 1),受访者以男性(86.69%),年龄为 40～49 岁(50.16%),文化程度为初中(46.89%)为主。可见,农场主年龄较大,文化程度较低。在组织特征方面,家庭农场以工商注册(51.48%),粮食生产(62.3%),经营规模在 199 亩及以下(61.97%)为主,既符合河南省粮食主产区的农业定位,又符合我国家庭农场发展指导思想。

家庭农场主贷款满意度是由有贷款经历的农场主对贷款情况进行综合评价,分为 5 个等级:非常不满意、比较不满意、一般、比较满意、非常满意。在总体样本中(见图 1),非常满意的比例最低(3.61%),比较满意的比例为 22.95%,即评价为满意的比例合计为 26.56%,比较不满意为 21.31%,非常不满意的比例为 9.18%,不满意(30.49%)的比例高于满意(26.55%),且大多数农场主认为贷款情况一般(42.95%),说明农场主贷款满意度偏低。

造成农场主不满意的原因集中在贷款条件和贷款情况两方面。贷款条件表现为抵押物范围窄、担保人要求高,除了房屋产权证以外,家庭农场拥有的其他资产(农村宅基地、农业机械、设施大棚、冷藏库、林木、禽畜等)不能成为有效抵押物,阻碍家庭农

①河南省郑州市家庭农场的主要认定标准:(1)家庭农场经营者应具备农村户籍(非城镇户籍)。(2)以家庭成员为主要劳动力,即无常年雇工或者常年雇工数量不超过家庭务农人员数量。(3)以农业收入为主,即农业净收入占家庭农场总收益的 80%以上。(4)经营规模达到一定标准并相对稳定,从事粮食作物的,租期或承包期在 5 年以上,土地经营面积达到 50 亩以上(一年两熟制地区)或 100 亩以上(一年一熟制地区);从事规模经济作物、养殖业或者种养结合的,应达到当地县级以上农业部门确定的规模标准。(5)家庭农场经营者应接受过农业技能培训。(6)家庭农场活动有比较完整的财务收支记录。(7)对其他农户开展农业生产有示范带动作用。

场获得贷款,降低了贷款满意度;家庭农场主能够找到的合格贷款担保人通常是在编人民教师和公务员,或者3户、5户联保,一方面受限于职业数量较少,另一方面要产生较高的人情负担,增加贷款难度,降低贷款满意度。贷款情况表现为贷款需求难以满足,家庭农场的贷款需求主要是10万元以上、期限为1年以上,实际贷款却以10万元以下、1年以内为主,说明家庭农场的资金需求被满足程度低。

表1　家庭农场基本情况

调查内容	分类指标	数量	比例(%)
农场主性别	男	265	86.89
	女	40	13.11
农场主年龄	29岁及以下	13	4.26
	30～39岁	62	20.33
	40～49岁	153	50.16
	50～59岁	66	21.64
	60岁及以上	11	3.61
农场主文化程度	小学	36	11.80
	初中	143	46.89
	高中	90	29.51
	大专及以上	36	11.80
注册情况	未注册	148	48.52
	个体工商户	88	28.85
	公司性质	69	22.62
经营类型	粮食为主	190	62.30
	经济作物为主	74	24.26
	养殖业为主	8	2.62
	种养结合	21	6.89
	休闲农业	12	3.93
经营规模	199亩及以下	189	61.97
	200～499亩	68	22.30
	500亩及以上	48	15.74

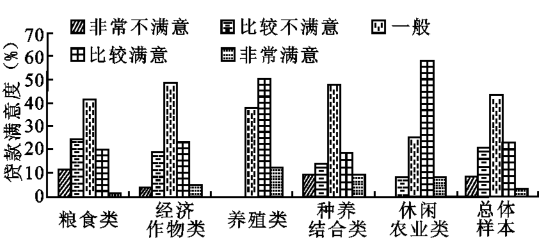

图1　总体样本及不同经营类型家庭农场主贷款满意度特征

不同经营类型的家庭农场主贷款满意度差异较大,养殖类家庭农场主的非常不满意和比较不满意比例均为0,是所有类型中不满意比例最低的,非常满意的比例最高(12.5%);休闲农业类家庭农场主的非常不满意比例也为0,比较满意比例最高(58%);粮食类家庭农场主的非常不满意(12.11%)、比较不满意比例(24.74%)均为最高,非常满意比例最低(1.58%)。可能是因为粮食类家庭农场主的销售渠道较为固定,销售范围有限,导致农场主市场营销能力较弱,市场信息搜集能力较差,对于贷款政策了解不够充分,与银行之间的信息不对称较为严重,导致贷款满意度较低。相比之下,养殖类和休闲农业类家庭农场主市场营销能力更强,更注重搜集市场信息,包括各类贷款信息,对贷款政策了解较深,能够选择适合的产品和贷款方式,贷款满意度较高。

(三)变量选择

家庭农场是以农户家庭经营为基础,融合科技、金融、信息、农业机械等现代经营理念,实行规模化经营、专业化生产、社会化协作的新型现代微观经济组织[20],既是家庭生产又有组织性质,并且正处于由传统农户、经营大户向家庭农场转变的过程中,因此分析影响因素时,内部因素中既要考虑农场主个人及家庭因素,还要考虑家庭农场的组织特征;外部因素考虑针对家庭农场的银行贷款产品供给和政府贷款优惠政策。

本文选取家庭农场主贷款满意度评价作为因变量,参考已有的研究成果,选择4类共15个自变量,家庭农场主个人特征包括年龄、文化程度[6]、是否获得过先进模范称号、是否有亲戚朋友在银行工作[10-11];家庭农场经营特征包括经营面积[18]、总资产、注册性质[18]、经营类型、示范等级、是否购买保险、银行距离[13];银行贷款供给情况包括专门的家庭农场贷款产品[18]、针对家庭农场贷款的服务态度[8];政府贷款优惠政策包括家庭农场主贷款担保费优惠政策、利率优惠政策[15],各变量的变量定义、统计性描述见表2。在这里需要特别说明利率因素,虽然利率是影响家庭农场主贷款满意度的重要因素之一,然而在当前的金融市场中,利率尚未市场化,对于家庭农场贷款而言属于外生因素,故而未将利率作为影响贷款满意度的因素放入模型当中。

三、研究假设与计量模型

(一)研究假设

家庭农场作为新生事物,与其相关的管理措施、银行贷款业务及政府扶持政策均处于探索阶段,关于家庭农场主贷款满意度的研究也不例外,需要在借鉴农户贷款满意度研究成果的基础上,分析家庭农场主贷款满意度影响因素。

表2　变量说明及描述性统计分析

变量名称及代码				变量定义	极小值	极大值	均值	标准差
因变量	家庭农场主贷款满意度		Y	1=非常不满意,2=比较不满意,3=一般,4=比较满意,5=非常满意	1	5	2.880	0.984
自变量	农场主个人特征	年龄	X_1	1=29岁及以下,2=30~39岁,3=40~49岁,4=50~59岁,5=60岁及以上	1	5	3.000	0.858
		文化程度	X_2	1=文盲,2=小学,3=初中,4=高中,5=大专及以上	2	5	3.413	0.847
		模范称号	X_3	1=有,0=无	0	1	0.128	0.334
		银行关系	X_4	1=有,0=无	0	1	0.131	0.338
	家庭农场经营状况	经营规模	X_5	土地经营面积对数	2.303	7.741	5.003	1.046
		总资产	X_6	资产总和对数	0	17.557	10.385	4.825
		农场性质	X_7	0=未注册,1=个体工商户,2=企业	0	2	0.741	0.804
		经营类型	X_8	1=粮食生产为主,2=经济作物为主,3=养殖业为主,4=种养结合,5=休闲农业	1	5	1.659	1.080
		示范等级	X_9	1=未评级,2=县级,3=地市级,4=省级,5=国家级	1	5	1.351	0.785
		农业保险	X_{10}	1=有,0=无	0	1	0.344	0.476
		银行距离	X_{11}	与办理贷款业务银行间距离(千米)	0.7	15	5.371	2.596
	银行贷款供给	专门贷款产品	X_{12}	1=有,0=无	0	1	0.098	0.298
		服务态度	X_{13}	1=非常差,2=比较差,3=一般,4=比较好,5=非常好	1	5	1.600	1.021
	政府政策	担保费优惠政策	X_{14}	1=有,0=无	0	1	0.121	0.331
		利率优惠政策	X_{15}	1=有,0=无	0	1	0.46	0.491

注:土地面积是截至2015年底家庭农场经营的土地面积;资产总和是截至2015年底家庭农场拥有的除土地以外的资产总和

1.农场主个人特征与贷款满意度。农场主的个人特征包括年龄、文化程度、模范称号和银行关系等,这些特征会影响农场主个体感知,造成贷款满意度评价差异。随着年龄的增长,农场主具有更加丰富的从业经验、贷款经验[6],使其能够更好地对家庭农场的发展前景及贷款需求做出理性判断,选择满足其发展需要的贷款,提高贷款满意度;随着文化程度提高,农场主能够更好地解读家庭农场贷款政策,了解贷款产品,降低了贷款障碍[18],提高贷款满意度;获得过先进模范称号的农场主,通常是当地农业生产领域的知名人士,较容易取得与家庭农场相关的贷款产品,满意度较高;有亲戚朋友在银行工作,使其能够及时获得更为详细的家庭农场贷款产品的信息,并提供相应的申请材料,降低贷款获得难度,并提高农场主贷款满意度[11]。在此基础上提出研究假设:

H_1:农场主个人特征正向影响贷款满意度

2.家庭农场经营状况与贷款满意度。经营状况反映了家庭农场的发展阶段、盈利能力、规范程度等,可分为规模特征、性质特征、潜力特征等。规模特征包括经营规模和总资产,随着经营规模及总资产的增加,家庭农场在当地的影响力逐步扩大,尤其是大型家庭农场通常会成为当地农业部门重点关注的对象,能够获得贷款支持,满意度较高。性质特征包括农场注册性质和经营类型,注册类家庭农场意味着通过了资质的认定和审批,通常能够降低贷款障碍[18],提高农场主贷款满意度;经营项目的盈利性不强是导致新型农业经营主体融资困难的主要原因[15],粮食类家庭农场初始投入资金较其他类型家庭农场高,而净收益却最低[21],贷款需求较难被满足,满意度也比较低。随着经营类型转变为经济作物类、休闲农业类,收益状况改善,贷款情况好转,满意度随之提高。潜力特征包括示范等级、是否购买农业保险,通常示范等级高的家庭农场盈利状况较好、发展比较规范、经营前景良好,偿债能力较高,比较容易获得贷款,满意度通常较高;购买了农业保险的家庭农场,降低了经营风险,使未来收益有最低保障,降低了银行贷款发放风险,提高了贷款可得性,通常满意度较高。与办理贷款业务银行间的距离关系到家庭农场办理贷款业务的方便程度与效率,通常距离越近,办理业务越便利,满意度越高。在此基础上提出研究假设:

H_2:家庭农场规模特征正向影响贷款满意度

H_3:家庭农场性质特征正向影响贷款满意度

H_4:家庭农场潜力特征正向影响贷款满意度

H_5:与办理贷款业务银行间距离负向影响贷款满意度

3.银行贷款供给情况与贷款满意度。银行贷款产品和服务会对顾客的满意度产生影响,如果银行针对家庭农场主贷款需求开发出专门的贷款产品,降低家庭农场银行贷款障碍[18],能够更好地满足家庭农场的贷款需求,通常会提高家庭农场主贷款满意度;良好的服务态度能够弥补产品不足[8],缓解农场主对于贷款产品不满意的负面情绪,有效降低农场主的贷款不满意程度。在此基础上提出研究假设:

H_6:银行贷款供给情况正向影响贷款满意度

4.政府支持政策与贷款满意度。政府支持政策不到位是造成新型农业经营主体融资难的重要原因[15],现有的支持政策大多数停留在规划层面,缺乏可操作性[17],如果政府颁布了具体可行的担保费优惠政策和利率优惠政策,将会显著降低家庭农场融资障碍[18],缓解家庭农场的贷款难题,提高家庭农场主贷款满意度。在此基础上提出研究假设:

H_7:政府支持政策正向影响贷款满意度

(二)模型设定

本文对影响家庭农场主贷款满意度的因素进行分析,解释变量家庭农场主贷款满意度的评价属于有序多分类变量,按照李克特量表将其由低到高划分为5个等级。本文选用多元有序 Logistic 模型对家庭农场主贷款满意度影响因素进行实证检验。其模型形式为:

$$P(y=j\mid x_j)=\frac{1}{1+e^{-(\alpha+\beta X_i)}} \tag{1}$$

在此基础上建立累积 Logistic 模型:

$$\ln\left(\frac{P(y\leqslant j)}{1-P(y\leqslant j)}\right)=\alpha+\Sigma_{i=1}^{n}\beta X_i+\mu;(j=1,2,3,4,5) \tag{2}$$

其中,X_i 表示第 i 个指标,y 代表家庭农场主对贷款满意度评价为某一等级的概率,α 为常数项,μ 为随机干扰项,β_i 为影响因素的回归系数,$P(y\leqslant j)$ 表示分类 j 以及 j 以下类别的累积概率。

四、家庭农场主贷款满意度实证分析

在回归之前,进行多重共线性检验,自变量最大 VIF 值为2.92,说明数据不存在多重共线性问题。运用 Stata12.0 统计软件对河南省家庭农场实地调研数据作多元有序 Logistic 回归处理,估计结果见表3。

模型1是将所有变量带入回归方程检验结果,模型2是剔除不显著变量后带入回归方程检验结果。结果显示,2个模型的对数似然比检验的显著性水平均为0.000,说明模型整体拟合性较好,通过检验。实证结果显示,农场主文化程度(X_2)、银行关系(X_4)、家庭农场的经营规模(X_5)、总资产(X_6)、经营类型(X_8)、示范等级(X_9)、银行服务态度(X_{13})、政府的利率优惠政策(X_{15})对样本家庭农场主贷款满意度影响通过了显著性检验,回归系数均为正。

1.农场主个人特征。文化程度(X_2)在模型1、模型2中分别通过了10%、5%的显著性检验,且回归系数均为正,说明随着农场主文化程度的提高,他们对家庭农场的发展前景、银行贷款产品供给、政府相关扶持政策理解更深刻,能够有针对性地申请贷款,与贷款满意度呈正向变化;银行关系(X_4)在模型1、模型2中分别通过了5%、10%的显著性检验,说明拥有银行关系的农场主能够获得关于贷款的更多信息,熟悉贷款流程,了解贷款内容,使其贷款过程更加顺畅,对贷款满意度产生正向影响。农场主年龄(X_1)和是否获得模范称号((X_3))尽管在统计水平上并不显著,但是2个变量的回归系数均为正,说明两者对家庭农场主贷款满意度产生正向影响。以上结果验证了假说1。

2.家庭农场经营状况。经营规模(X_5)在模型1、模型2中分别通过了5%、10%的显著性检验,回归系数为正,说明随着经营规模扩大,家庭农场在当地的影响力随之扩大,能得到政府部门的重视,可以获得贷款政策倾斜,贷款满意度随之提高;总资产系数(X_6)在模型1、模型2中分别通过了10%、5%的显著性检验,回归系数为正,说明家庭农场的资产虽然难以成为银行贷款抵押物,但是资产量能够反映家庭农场的资金实力和经营能力。随着资产增加,经营能力不断提升、经营风险逐步降低,贷款需求逐步被满足,家庭农场主贷款满意度也随之提高,验证了假说2。经营类型(X_8)在模型1、模型2中均通过了1%的显著性检验,回归系数为正,说明从事种养结合、休闲农业的家庭农场主的经营状况、财务状况优于粮食类农场,更容易获得银行贷款,满意度更高,与描述性统计分析的结论相一致,部分验证了假说3;农场性质(X_7)没有通过检验,且回归系数为负,说明注册类家庭农场主的贷款满意度低于未注册类家庭农场,可能是因为针对家庭农场的贷款产

品较少,注册类家庭农场只能以个人身份申请贷款,造成了农场主对贷款的不满意。示范等级(X_9)在模型 1、模型 2 中均通过了 10%的显著性检验,回归结果为正,说明随着家庭农场示范等级提高,其经营规范程度也随之提高,并且能得到更多政策上的倾斜,贷款满意度随之提高,部分验证了假说 4。农业保险(X_{10})没有通过显著性检验,且回归系数为负,说明购买了农业保险的农场主满意度低于未购买农业保险的农场主,可能是由于当前的农业保险赔付条件高、金额小、手续复杂,规避经营风险的效果并不显著,难以起到有效降低融资障碍进而提高贷款满意度的作用。银行距离(X_{11})没有通过显著性检验,但是回归系数为负,与假说 5 一致。

3.银行贷款供给。银行的服务态度(X_{13})在模型 1、模型 2 中均通过了 1%的显著性检验,回归结果为正,说明银行工作人员服务态度的提升,能够加强与客户的沟通,改善客户关系,弥补贷款产品的不足,影响农场主对于贷款现状的评价,显著提升家庭农场主的贷款满意度,部分验证了假说 6。专门贷款产品(X_{12})没有通过显著性检验,且回归系数为负,说明专门贷款产品降低了农场主的贷款满意度,可能是一方面提供专门贷款产品的金融机构数量极少,对满意度的影响较小,另一方面金融机构并不真正了解家庭农场的贷款需求,提供的所谓专门贷款产品不能有效满足家庭农场贷款需求,反而降低了农场主的满意度。

4.政府政策。政府的家庭农场贷款利率优惠政策系数(X_{15})在模型 1、模型 2 中均通过了 1%的显著性检验,回归系数为正,说明利率优惠政策受到农场主重视,一方面该政策能够降低贷款成本,直接支持家庭农场发展,另一方面使未得到财政补贴的家庭农场能够享受到利率优惠,显著地提高贷款满意度,部分验证了假说 7。家庭农场贷款担保费优惠政策(X_{14})没有通过显著性检验,且回归系数为负,说明担保费优惠政策降低了农场主的贷款满意度,可能是由于尽管出台了担保费优惠政策,但是能够向家庭农场提供担保服务的担保机构数量较少,并不能缓解担保难问题,使得担保费优惠政策不能充分发挥作用,降低了农场主贷款满意度。

表 3　家庭农场主贷款满意度估计结果

变量			模型 1		模型 2	
			系数	$P>z$	系数	$P>z$
贷款满意度评价	非常不满意		3.068		2.889	
	比较不满意		5.109		4.881	
	一般		8.027		7.747	
	比较满意		11.549		11.210	
农场主个人特征	年龄	X_1	0.112	0.429	—	
	文化程度	X_2	0.286*	0.068	0.351**	0.020
	模范称号	X_3	0.578	0.142	—	—
	银行关系	X_4	0.778**	0.036	0.642*	0.076
家庭农场经营状况	经营规模	X_5	0.330**	0.042	0.233*	0.076
	总资产	X_6	0.043*	0.099	0.056**	0.029
	农场性质	X_7	−0.008	0.966	—	—
	经营类型	X_8	0.529***	0.000	0.499***	0.000
	示范等级	X_9	0.386*	0.082	0.417*	0.052
	农业保险	X_{10}	−0.210	0.450	—	—
	银行距离	X_{11}	−0.050	0.333	—	—
银行贷款供给	专门贷款产品	X_{12}	−0.352	0.581	—	—
	服务态度	X_{13}	0.583***	0.002	0.558***	0.000
政府政策	担保费优惠政策	X_{14}	−0.426	0.231	—	—
	利率优惠政策	X_{15}	2.401***	0.000	2.216***	0.000
对数似然比(Log Likelihood)			−316.898		−321.172	
伪判决系数(Pseudo R^2)			0.241		0.231	
LR χ^2			201.47		192.93	
Prob$>\chi^2$			0.000		0.000	

注:*、**、***分别表示 10%、5%、1%的显著性水平

鉴于多元有序 Logistic 模型的特殊性,上述变量的回归系数仅能说明影响方向,不能充分衡量该变量对家庭农场主贷款满意度的影响程度,需要通过计算各个变量的边际贡献值来衡量影响程度。文中的多元有序 Logistic 模型有5个值,即回归方程有5个,需要计算不同方程的边际贡献值,在5个方程中各个变量的边际贡献值有所不同,但是各个变量边际贡献值的排序相同,受限于篇幅,只汇报方程1的边际贡献值结果,见表4。

表4　各变量的边际贡献值

解释变量	dy/dx	标准差	Z	P
文化程度	−0.024	0.011	−2.24	0.025
银行关系	−0.045	0.026	−1.75	0.081
经营规模	−0.016	0.009	−1.73	0.083
总资产	−0.004	0.002	−2.16	0.030
经营类型	−0.035	0.001	−3.68	0.000
示范等级	−0.029	0.015	−1.88	0.060
服务态度	−0.038	0.011	−3.41	0.001
利率优惠政策	−0.154	0.027	−5.68	0.000

根据表4所示内容,各解释变量对家庭农场主贷款满意度影响程度中,利率优惠政策影响程度最高,相对于没有享受到利率优惠政策的家庭农场,享受利率优惠政策的家庭农场主贷款非常不满意的概率低15.4%;其次是银行关系,相对于没有亲戚朋友在银行或信用社工作的家庭农场而言,有亲戚朋友在银行或信用社工作的家庭农场主贷款非常不满意的概率低4.5%;总资产的影响程度最低。其他变量的影响程度具体排序依次为服务态度、经营类型、示范等级、文化程度、经营规模。

五、提升家庭农场主贷款满意度的政策建议

本文基于河南省实地调研数据,采用多元有序 Logistic 模型分析影响家庭农场主贷款满意度的主要因素,得出以下结论:(1)26.56%的家庭农场主对贷款情况综合评价为满意,满意度偏低;不同经营类型的家庭农场主贷款满意度差异较大。(2)农场主的文化程度、银行关系、家庭农场的经营规模、总资产、经营类型、示范等级、银行的服务态度以及政府的利率优惠政策对农场主贷款满意度具有显著正向影响。(3)对家庭农场主贷款满意度影响程度最高的变量是利率优惠政策,最低的是总资产。

基于上述研究结论,提出以下政策建议:(1)制定明确、可行的家庭农场贷款利率优惠政策。由于家庭农场主贷款满意度受利率优惠政策影响程度最高,因此金融主管部门应从当地家庭农场发展状况及金融生态状况出发,制定出明确、详细、具体、可操作性强的家庭农场贷款利率优惠政策,促进家庭农场发展,提高家庭农场主贷款满意度。(2)根据经营规模、示范等级调整家庭农场授信等级。家庭农场主贷款满意度受到经营规模、示范等级的显著影响,因此建议金融机构将家庭农场经营规模和示范等级纳入贷款发放条件,对于经营规模大、示范等级高的家庭农场,适度提高授信额度,更好地满足家庭农场贷款需求,提高农场主贷款满意度。(3)为不同经营类型的家庭农场设计差异化的贷款产品。不同类型家庭农场主的贷款满意度有显著差别,因此金融机构应当根据不同经营类型家庭农场的生产周期、生产成本、销售范围、市场波动、盈利状况、技术更新周期等全面信息,结合资金需求状况,设计差异化的贷款产品,满足不同经营类型家庭农场贷款需求,提高农场主贷款满意度。(4)加强农场主培训,提高贷款满意度。文化程度对农场主贷款满意度影响显著,同时也会影响家庭农场经营生产,因此要加强农场主培训学习,提高农场主管理水平,增强农场主对于各项政策的敏锐度及市场信息的辨识力,使家庭农场规范发展,提高家庭农场的盈利能力,提高金融机构对于家庭农场的认可度,从而提高农场主贷款满意度。

参考文献:

[1] 农业部农村经济体制与经营管理司,中国社会科学院农村发展研究所.中国家庭农场发展报告——2015年[R].北京:中国社会科学出版社,2015.

[2] Woodside A G F,Daly R T. Linking Service Quality, Customer Satisfaction, and Behavioral Intention[J]. Journal of Care Marketing,1989,5:5-17.

[3] Phillip K H,Gus M G,Rodney A C,et al. Customer Repurchase Intention A General Structural Equation Model[J]. European Journal of Marketing,2003,37:1 762-1 800.

[4] Howard John A,Sheth Jagdish N. The Theory of Buyer Behavior[J]. New York:Wiley,1969,11(1):1-17.

[5] Tse D K,Wilton P C. Models of Consumer Satisfaction Formation:An Extension[J]. Journal of Marketing Research,1988,25(2):204-212.

[6] Peris Njoki Mburu. Demographic Statistics,Customer Satisfaction and Retention:The Kenyan Banking Indus-

try [J]. Journal of Business and Economics, 2014, 5 (11): 2 105-2 118.

[7] Erdogan Gunes, Osman Orkan Ozer, Hormoz Movassaghi. Factors Affecting Turkish Farmers' Satisfaction With Agricultural Credit[J]. International Journal of Research Studies in Agricultural Sciences, 2016, 2(6): 33-44.

[8] Stamatis Aggelopoulos, Spyridon Mamalis, Konstadinos Soutsas. Farmers' Satisfaction With Agricultural Credit: The Case of Greece[J]. Acta Agriculturae Scandinavica, 2012, 8(4): 233-242.

[9] F Kombo. Customer Satisfaction in the Kenyan Banking Industry[J]. Journal of International Studies, 2015, 8(2): 174-186.

[10] 杨希,罗剑朝. 西部地区农村产权抵押融资政策效果评价——基于陕西、宁夏的农户数据[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版), 2015, 15(1): 95-100.

[11] 曹瓅,罗剑朝. 农村土地承包经营权抵押贷款供给效果评估——基于农户收入差距的视角[J]. 南京农业大学学报(社会科学版), 2015, 15(5): 114-122.

[12] 于丽红,兰庆高,武翔宇. 农村土地经营权抵押融资农户满意度分析——基于辽宁省试点县的调查[J]. 中国土地科学, 2016, 30(4): 79-87.

[13] 田杰,熊学萍. 农户对农村信用社服务满意程度的Logistic模型评价——以湖北省为例[J]. 湖北社会科学, 2009(1): 72-74.

[14] 李智军. 农村土地承包经营权抵押贷款运行机制探析——基于贷款客户满意度与供给意愿视角[J]. 金融理论与实践, 2014(12): 31-34.

[15] 汪来喜. 新型农业经营主体融资难的成因与对策[J]. 经济纵横, 2016(7): 70-73.

[16] 张德元,潘纬. 家庭农场信贷配给与治理路径——基于安徽省 424 户家庭农场的实证分析[J]. 农村经济, 2015(3): 59-64.

[17] 张正宝,栾香录. 我国家庭农场融资现状及制约因素分析[J]. 农业经济, 2015(12): 85-86.

[18] 林乐芬,法宁. 新型农业经营主体融资难的深层原因及化解路径[J]. 南京社会科学, 2015(7): 150-156.

[19] 张兴军. 河南家庭农场达 1.5 万余家 经营经济作物为种粮收益 5 倍[EB/OL]. [2014-09-15]. http://news.xinhuanet.com/fortune/2014-09/15/c-1112487937.htm.

[20] 高强,周振,孔祥智. 家庭农场的实践界定、资格条件与登记管理——基于政策分析的视角[J]. 农业经济问题, 2014(9): 11-18.

[21] 邓军蓉. 粮食类家庭农场发展状况调查[J]. 经济纵横, 2015(10): 96-100.

Research on Impact Factors of Satisfaction of Loan of Family Farm Operators

——Based on 305 Samples of Family Farms of Henan Province

CAO Yanzi, LUO Jianchao*, ZHANG Ying

(*College of Economics and Management; Northwest A&F University, Yangling, Shaanxi* 712100, *China*)

Abstract: Based on 305 samples of family farms in Henan Province using the Multiple Orderly Logistic model, this study analyses the factors affecting satisfaction of loan to the family farm operators. The results show that only 26.56% of the family farm operators satisfy with the loans; the empirical analysis proves that the operators' own cultural level and the relationship between the bank, demonstration class, business scope, total assets and business scale of family farms have significant effects on satisfaction of loan to the family farm operators. What's more, the satisfaction of loan to the family farm operators is associated with the service attitude of banks and the preferential policies of interest rates of government, too. Based on the research, this paper suggests that rural financial institutions should innovate the way of mortgage and exploit special financial products for family farms. The preferential policies of interest rates of government have highest influence degree to satisfaction of loan to the family farm operators, and total assets have the lowest influence degree. At the same time, the government should develop clear and feasible preferential policies of interest rates for family farms, encourage financial institutions to focus on the family farm loan business, innovate loan products for different business scope family farms, and adjust the family farms credit grades.

Key words: family farm operator; satisfaction of loan; marginal contribution

(责任编辑:张洁)