

兔养殖户生产决策行为研究

宋雨河,武拉平

(中国农业大学经济管理学院,北京 100083)

农户的经济行为、生产决策的调整直接影响到农产品的供给,进而影响到农产品的价格以及整个产业。尤其是随着我国市场开放程度的提高,农户与市场之间的关系日益密切,农产品市场的波动对农户的生产行为的影响也越来越大,使得农户生产决策的做出更加的复杂。

2013年兔产业技术体系产业经济岗位对兔养殖户的生产决策行为进行了调研,旨在通过对兔养殖户养殖基本情况、养殖模式、养殖决策过程及考虑因素等的了解,探讨和分析影响兔养殖户生产决策及调整的因素,以更好地为兔产业发展服务。

1 调研基本情况

2013年国家兔产业技术体系产业经济研究团队对四川、山东、河南和重庆等11个养兔主产区的476个兔养殖户进行了生产决策行为的调研,有效样本457户。本次调查主要涉及五个部分:第一部分为农户家庭基本情况,包括决策者的基本个体特征、家庭特征、家庭从事农业基本情况等;第二部分为养殖户(场)的基本情况,包括养殖户(场)的养殖模式、主营业务、存出栏量等;第三部分,养殖场近几批兔出栏情况,包括种兔来源、近几批商品兔养殖成本、出售数量、价格等;第四部分为农户的养殖行为,包括养殖规模决策的调整及影响因素、养殖户的风险态度测试、养殖户对市场价格信息的了解及敏感程度等;第五部分调查了养殖户参与合作社的情况。

2 样本特征分析

表1为被调查对象的个体特征及家庭基本特征。76.38%的养殖户(场)的养殖决策都是由户主做出的,决策者平均年龄为45岁,其文化程度主要集中在初、高中,分别的比例为52.09%、35.38%。决策者以83.82%都是普通村民,只有4.41%的党员和1.72%的村干部。78.5%的农户接受过专业养兔培训,说明被调查地区的养殖技术培训较为到位。

表1 调查样本基本特征

变量	取值/单位	比例/均值	变量	取值/单位	比例/均值
决策者	1=户主	76.38%	家庭人口数	4人以下包括4人	69.16%
	2=被访者本人(非户主)	23.40%		4人以上	30.84%
	3=其他	0.22%	3万元及以下	27.84%	
决策者性别	0=女	15.58%	家庭纯收入	3万~6万元(包括6万元)	33.33%
	1=男	84.42%		6万~10万元	15.12%
年龄	岁	45	10万~20万元	11.00%	
	1=小学及以下	7.91%	20万元以上	12.71%	
受教育水平	2=初中	52.09%	养兔收入所占比重	50%以下	18.35%
	3=高中/中专	35.38%		51%~80%	28.84%
	4=大学及以上	4.62%		81%~100%	52.81%
	1=村干部	1.72%		是否从事	0=否
身份	2=党员	4.41%	种植业	1=是	39.48%
	3=普通村民	83.82%	是否从事	0=否	93.33%
	4=其他	10.05%	其他养殖业	1=是	6.67%
是否接受过养兔培训	0=否	21.50%			
	1=是	78.50%			

被调查的养殖户(场)家庭人口数68.16%在4人以下。就2012年家庭年纯收入来看,养殖户(场)的总体收入情况较好,家庭年纯收入主要集中分布在3万~6万元区域内,占33.3%,6万~10万元的占15.1%,10万~20万元的家庭占到11%。在被调查的对象中,52.81%的养殖户其收入占到家庭总收入的80%以上,但仍有18.35%的养殖户主要收入来源并不是养兔。60.52%只从事养殖业,39.48%的农户除养殖业以外还从事种植业,93.33%的养殖户除养兔外没有从事别的养殖行业,6.67%的养殖户除养兔外还从事其他养殖业。养兔和种植相结合也是国内外多地的典型活动(G. Mumma et al., 1995)^[1],提高生产潜力(Zlatin R. S. and V. N. Ilyin, 1983)^[2]。

被调查养殖户2012年的养殖规模见图1,养殖规模以中等及以上较多,散户较少,2012年全年出栏量在200只以下的只占到7.14%,201~1000只养殖规模的农户最多,占到33.24%,31.59%的养殖户养殖规模在50001~10000只,18.68%的养殖户养殖规模达到了10000只以上。

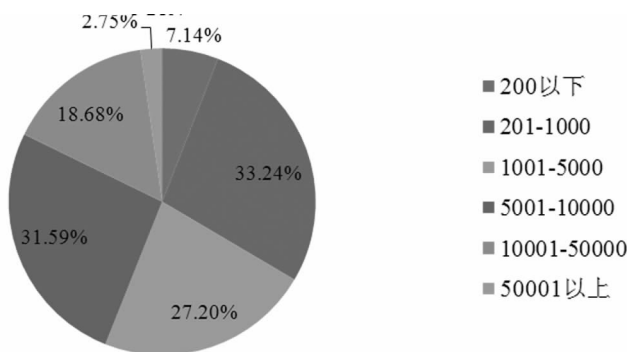


图1 被调查养殖户2012年兔实际出栏量

此外,被调查养殖户(场)94.85%是独立经营,经营业务除商品兔出售以外,33.64%的养殖户还从事种兔培育业务,其次是种兔销售、废弃物处理业务,分别占到27.78%、14.81%。由上述调研的基本情况可以看出,样本层次较为广泛,具有较好的代表性。

3 兔养殖户生产决策行为分析

生产决策涉及的内容较广,包括对“生产什么,生产多少,如何生产”等的决策,本次调查的主要目的是对兔养殖户的生产决策行为进行探讨,重点是对养殖规模的决策及其影响因素进行分析,尤其是养殖户对兔产品价格信息的认知及反应。

3.1 养殖规模决策及其影响因素

在调查过程中我们重点考察了养殖户养殖规模的决策问题,关于“如何决定养殖规模”这个问题,农户普遍反映这是一个综合多方面因素后的决定,但在被问到最主要的参考依据时,29.83%的农户是参考兔产品市场价格而做出决策,其次是根据养殖场地的大小决定养殖量。也有农户反映其养殖规模是参考别的农户或者较为随意的养殖,具体比例见图2。从这个问题的调查中,我们可以看到部分农户会依据市场价格来决策养殖规模,但这部分农户所占比例较小,多数的农户是依据养殖经验、客观条件来做出决策。

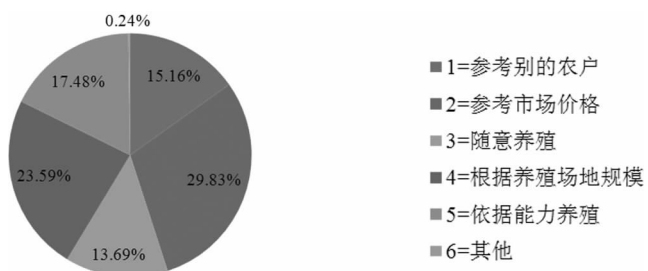


图2 养殖户养殖规模决策依据

关于“近年来影响养殖规模调整的最重要因素”,养殖户考虑最多的是“价格”因素,31.71%的农户认

为“价格”因素是影响其养殖规模调整的最重要因素,其次是“资金”和“疫病”因素,分别占到25.64%、12.96%(图3)。价格因素影响到农户是否有调整规模的意愿,而能否有足够的资金关系到农户调整规模的能力,除此之外,疫病给养殖业带来的风险是巨大的,因此在考虑是否调整养殖规模时,农户可能会考虑此阶段是否为疫病高发期,扩大规模是否会有风险。

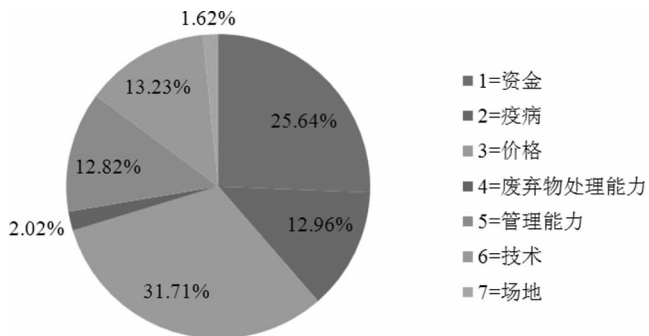


图3 影响养殖规模调整的最重要因素

此外,我们还调查了“2013年比往年规模是否扩大(缩小、不变)及其原因”,养殖户规模扩大的原因最主要的是“利润高了”,理论上而言,收益问题是农户是否决定扩大规模的最大动力,有明显的利润增加才会促使保守的农民规模有所扩大。而大多数农民维持原有规模,主要原因是“原有的规模正符合自己的管理能力”以及“缺乏扩大规模所需要的资金”,可见客观条件是农户能否调整规模的重要因素。“规模有所缩小”的农户,其主要考虑因素是规避价格波动风险,缩小规模以减少价格风险给其带来的损失。

3.2 养殖户决策过程中的风险态度问题

养殖户是否会调整其养殖规模,一方面取决于农户对市场及对自身养殖条件的判断,另一方面也和决策者的风险态度有关。所以,在调查中,我们设计了关于风险态度的问题。面对养兔投入品价格和其他条件不变,而明年兔产品价格可能会翻一番,也可能会跌一半的情形,79.27%的养殖户选择了维持不变,选择“扩大规模”和“缩小规模”的养殖户比例大体相当,分别为10.48%、10.25%(图4),可见大部分的农户在面对风险的时候态度是中立的,既担心“赌一把”会造成更大损失,也害怕“缩小规模”会错过价格一旦上涨而可得额外利润,因此农户选择中立。调查时,农户反映“由于价格涨跌难以预期,很难及时调整规模,还不如以不变应万变,赚、赔都是常有的,这次赚下次赔,结果

也不会很差”，这是很多农户的真实心理。

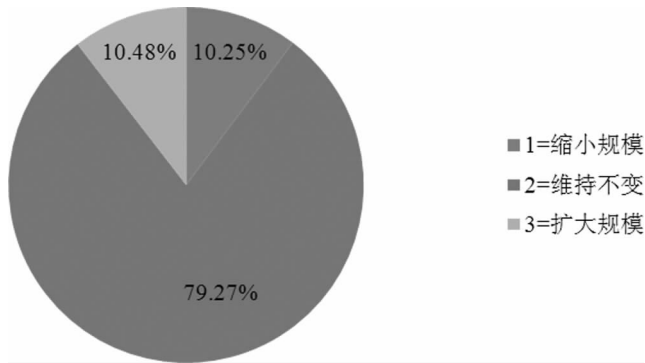


图4 养殖户在面对风险时的态度

在问及“目前养殖经营中最大的风险是什么”时，“价格波动”和“疫情疾病”很明显是最大的两个风险，其比例分别占到47.3%和39.07%。疫情疾病能够对养殖行业造成较大的打击，影响养殖质量和数量，而价格波动风险会使得农户辛苦经营的产品卖不出好价钱，利润受损，甚至赔钱，所以这两项成为农户心目中认为最大的风险是合情合理的。部分农户也面临着其他方面的风险，如销售问题、资金问题等，但只占到很小的比例，具体见图5。

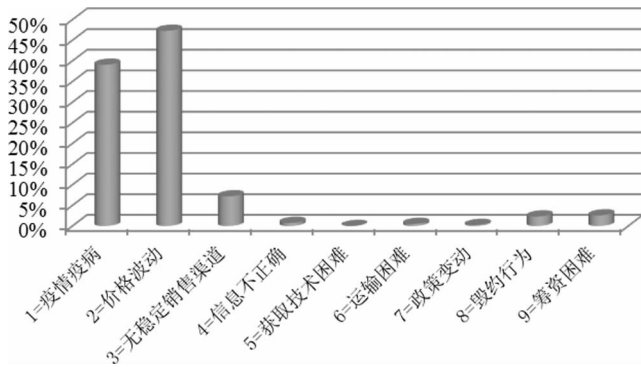


图5 养殖户对各风险的感知

3.3 养殖户对市场价格信息的认知及反应

既然价格因素是农户做出决策的重要考虑因素，价格风险也是农户面临的重大风险，那么我们有必要对农户对价格信息的认知进行分析。养殖户兔产品市场（价格）信息最主要的获取渠道是“收购商”，占到45.72%，农户在定价的问题上没有太多话语权，价格是“收购商”说了算。21.26%的农户从其他农户处获得信息，除此之外，农户获取价格信息的渠道是网络（图6）。

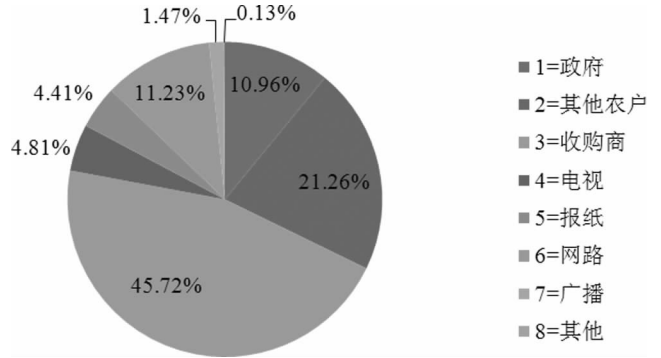


图6 养殖户获得价格信息渠道

关于“是否经常关注兔产品市场行情预测”，50.75%的养殖户表示会经常的关注价格预测信息，24.75%的养殖户偶尔关注，7.75%的养殖户基本不关注兔产品行情（图7），可见，并不是所有的农户都会紧密关注兔产品市场动态。在与养殖户的访谈过程中，有养殖户反映：“会关注行情预测，但是感觉关注了也没什么用，因为价格都是收购商说了算，市场行情也只是看看。”

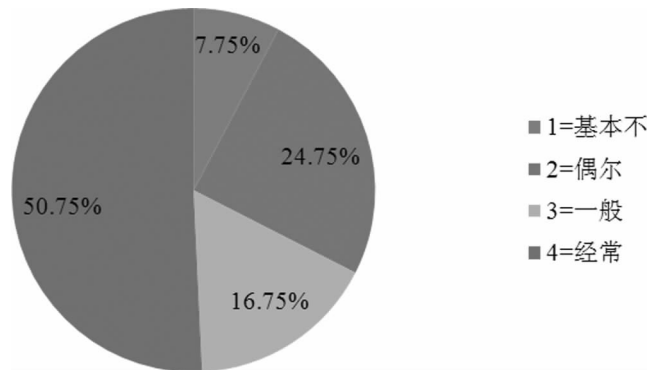


图7 养殖户对兔产品市场行情的关注程度

以上是养殖户对市场价格信息的基本认知情况，我们还调查了养殖户对价格信息的使用情况及反应。关于调整养殖规模时参考的价格指标，61.73%的养殖户做决策时参考的是当前的兔产品价格，还有部分农户参考上两批价格或去年同期价格，分别占到19.13%、18.62%（图8）。经济理论一般认为上期价格会对下一期的供给产生影响，如果养殖户决策参考当期价格信息的话，可能其调整也是滞后的，不能及时的对价格波动做出合理的反应和调整。

从养殖户对市场价格信息的基本认知来看，多数农户还是会关注价格信息的，但是对市场价格信息的

使用情况如何还需要进一步分析。我们还调查了农户对价格的预期情况,在问及“是否预测到了上次兔产品价格大幅下降”时,58.4%的农户表示并没有预料到价格的下降,71.03%的养殖户在上次的价格下跌中选择了维持原有规模不变,22.74%的农户选择了扩大规模。在上次兔产品价格大幅上涨过程中,57.62%的农户没有预测到结果,在此过程中 63.95%的农户选择维持规模不变,而 28.53%的农户选择了缩小规模(图9)。

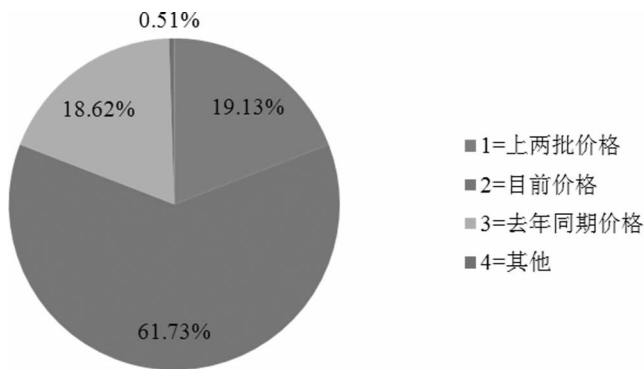


图8 养殖户做出决策参考价格指标

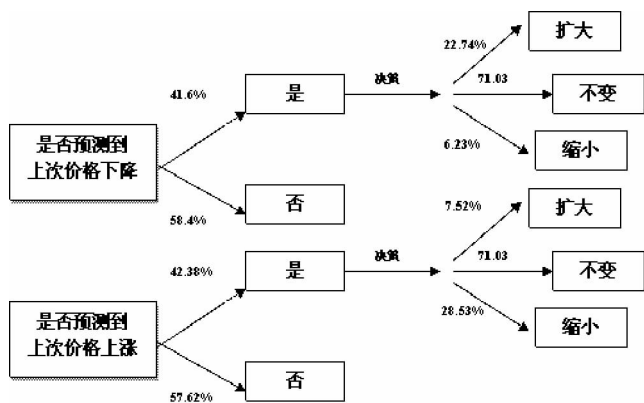


图9 养殖户对上次兔产品价格大幅上涨(下跌)的预测及决策

这说明,尽管农户会关注价格信息,但是在对信息的使用上,并没有达到很好的效果,且大部分农户不会做出养殖规模的调整,而部分农户做出了“逆向”调整,即价格下降反而扩大规模,价格上升反而缩小规模。这印证了许多学者之前的研究,即随着市场化程度的深入,农民市场行为的变化趋势是从盲目“追市场”(“同上同下”、“大上大下”)到对市场价格信号“个性化”反应和“逆风向”调节(秦晖,2003)^[3]。农民对市场价格信号趋于逆向反应具体表现为当农产品价格升高时,农民的生产倾向于扩张,但在价格上升到一定

程度后,产出往往并不能进一步增长,甚至反而可能减少,当农产品价格下降时,农民削减很少或甚至不减少乃至反而增加生产(邓万春,2008)^[4]。

4 结论

通过对我国养兔主产区 476 个兔养殖户生产决策行为的分析,研究了我国农户在养殖决策过程中的经济行为。从调研中可以发现,养兔户在进行养殖规模决策时会参考兔产品的市场行情,并结合自身、邻里的养殖经验来做出决策。“疫病”和“价格”因素是养殖户在决策过程中最关注的两大因素,同时也是农户认为经营过程中面临的两大主要风险。尽管大部分养殖户在养殖经营中会经常关注兔产品的市场动态,但总体来看,养殖户并没有能较为合理的使用市场价格信息并对其做出反应,从而调整生产经营决策,且在面对市场价格的大涨大跌中,有些农户呈现出了“个性化”反应和“逆风向”调节,即与“蛛网理论”中“价格上涨农户扩大生产,价格下跌农户减少生产”的现象相背离,更进一步说明农户在生产决策过程中对信息的使用、对行情的预测结果是不同的,这也可能是导致兔产品市场不稳定、价格忽高忽低的重要原因。

为此,在兔产业的发展过程中,首先应该更多地关注为农户提供真实、可靠的市场信息,丰富其获取信息的渠道,并加强对农户使用市场信息的指导和帮助,使农户能更合理、理性的运用信息,做出决策;加强对疫情疾病的防御和控制,尽可能降低农户不必要的损失;此外,巩固合作社在连接农户和市场之间的纽带作用,通过合作组织来缓解一家一户面对价格波动来袭时的风险和损失。

参考文献:

- [1] Mumma, G.; J. Befecadu and H. Jones. 1995. "The Feasibility of Rabbit Production as a Supplementary Enterprise to the Small Traditional Crop Farm Operation in Alabama." *American Journal of Agricultural Economics*, 77(5), 1386-87.
- [2] Zlatin, R. S. and V. N. Ilyin. 1983. "Characteristics of Evoked-Potentials in Neocortex Projection Areas Caused by Tooth-Pulp Stimulation in the Rabbit." *Fiziologicheskii Zhurnal*, 29(1), 3-9.
- [3] 秦晖. 农民中国: 历史反思与现实选择[M]. 郑州: 河南人民出版社, 2003.
- [4] 邓万春. 农民对价格信号的反应及其市场行为的理性化考察[J]. *东方论坛*, 2008(2): 111-116. ■