

引入声誉机制的正式金融市场农户融资研究

——以象山“村民集团授信”为例

朱碧记 张琴¹

(宁波大学 商学院, 浙江 宁波 315211)

【摘要】: 声誉机制在我国农村金融市场的应用与研究主要聚焦于非正式金融市场, 正式金融市场对声誉机制的应用与研究则鲜少涉及。尝试引入利益关联组织, 通过制度设计来突破声誉机制的作用条件限制, 从而使正式金融市场应用声誉机制成为可能。在此基础上从声誉信息效应和声誉资本效应两个方面分析了引入声誉机制对正式金融市场农户融资的影响机理, 并结合象山“村民集团授信”的实践案例提出对策建议。

【关键词】: 正式金融 农户融资 声誉机制

0 引言

众多关于农村金融市场的研究发现, 农村圈层社会天然存在一种低成本且高效的契约治理机制——声誉机制, 它能在一定程度上缓解农村社会的信息不对称, 弥补农村市场契约执行难的缺陷, 促进农户自我履约。在信息不对称和制度法律未完善的农村借贷市场, 非正式金融依靠传统的声誉机制维系了长久以来较为活跃的有效交易^[1]。

目前农村金融市场声誉机制的研究主要聚焦于非正式金融, 对于其在正式金融市场的应用和研究鲜少涉及。正式金融是否能运用声誉机制以增强对农户的融资支持? 本文基于声誉机制相关理论, 探讨正式金融如何突破作用条件限制, 将声誉机制引入农户融资决策中, 并借助重复博弈模型和相关理论分析引入声誉机制的正式金融市场对农户融资的影响, 在此基础上, 对象山“村民集团授信”的实践案例进行剖析, 并提出相关建议。

1 声誉机制与正式金融市场

1.1 声誉机制

声誉机制既是一种信息显示机制, 又是一种有效的自我履约机制, 依赖重复博弈形成特殊信用, 对经济主体在信息不对称情况下的策略行为选择均衡起着重要作用^[2], 通过声誉信息效应和声誉资本效应抑制经济主体的机会主义倾向。

声誉信息理论指出声誉具有信息效应。该效应通过声誉信息的交流传播形成能反映参与人内在特征的声誉信息流和信息网

¹**作者简介:** 朱碧记, 宁波大学商学院硕士研究生, 研究方向: 农村金融、农村经济; 张琴, 经济学博士, 宁波大学商学院教授, 研究方向: 农村金融、农村经济。

基金项目: 浙江省哲学社会科学规划课题——“农村宅基地使用权市场化流转机制研究: 基于宁波、湖州、金华的调查”(项目编号: 15NDJC070YB; 项目负责人: 张琴) 成果之一; 教育部人文社会科学研究项目——“农村宅基地使用权市场化流转机制研究”(项目编号: 15YJA790084; 项目负责人: 张琴) 成果之一; 浙江省软科学研究项目——“政策性金融支持精准扶贫的机制与模式创新研究”(项目编号: 2018C35040; 项目负责人: 张琴) 成果之一。

络, 借由声誉信息网络的信息显示和信号传递作用, 将行为主体的声誉水平与行为倾向相关联, 从而限制信息扭曲, 提升市场效率。

声誉交易理论则从声誉的资本效应出发, 认为声誉是一项长期无形资产, 具有可交易性, 需要不断的投资成本以建立和维持, 形成声誉优势的经济主体通过“声誉租金”获取超额收益, 声誉贬值也将造成相应损失^[3]。

此外, 众多研究表明, 声誉机制运行还依赖于一定的客观条件限制: 一是行为主体的重复博弈性或关联博弈性; 二是声誉信息的有效传递; 三是可置信威胁, 包括国家强制的制度惩罚和市场自发的惩罚力量^[4]。

1.2 正式金融市场引入声誉机制的思路分析

基于农村特殊的网络关系结构, 农户之间信息交流、行为规范等社会互动形式与其他市场有着本质区别, 声誉机制是农村社区内博弈形成的一种隐性约束和激励机制, 具有天然的交易费用优势, 然而, 银行等正式金融机构的正规组织化架构决定了它始终作为一种外部力量存在于农户圈层之外, 缺乏有效的信息传导路径, 重复博弈性大打折扣; 在可置信威胁方面, 正式金融主要依靠国家强制力约束, 由于现阶段农村金融市场的特殊性和制度不完善性, 违约执行困难。因此, 正式金融市场运用声誉机制的关键是要突破客观条件限制, 设计内外联结的融资激励相容机制, 构建正式金融机构与农户之间的有机联系。

在这一思路引导下, 我们引入利益关联组织将农户组织化、集合化, 通过制度设计实现金融机构、利益关联组织与农户三者的金融联结, 将农村社区内的声誉机制“嫁接”到正式金融市场的借贷交易中, 实现声誉机制作用半径的转化。一方面, 借助利益关联组织的信息中介作用打通借贷双方的信息传导路径; 另一方面, 利益联结与声誉担保能够重构机构与农户的信任关系, 降低交易的不确定性预期, 构成重复交易的基础; 此外, 金融联结下的集体内关联博弈强化了监督的有效性, 同时辅以国家强制力的约束, 大大增强对违约农户的可置信威胁。

2 引入声誉机制的正式金融市场对农户融资的影响机理

2.1 声誉信息效应对农户逆向选择的抑制作用

声誉信息效应通过农村声誉信息网络的信息显示和信号传递作用, 在借贷博弈中形成有效的分离均衡, 将农户类型信息通过声誉信号反映出来, 贷方观察声誉信号识别、筛选高质量的交易对象, 从而抑制逆向选择, 促进有效契约的缔结, 提升市场效率^[5, 6]。引入声誉机制后金融机构与农户借贷合约的缔结也是这样一个信号发送和识别的双向过程。作用路径见图 1。

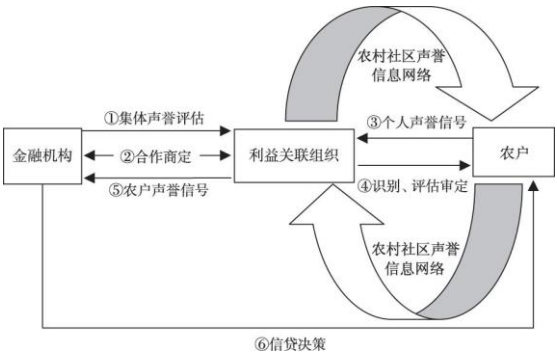


图 1 金融联结下声誉信息效应作用流程图

利益关联组织的集体声誉由组织内农户群体共同建立和维持,将个人声誉与集体声誉进行“关联捆绑”,既是对个人声誉的强化,也优化了金融机构对声誉信号的识别、筛选过程。组织化的架构更易受到法律制度的制约,也更具动力维持好的集体声誉。以集体声誉被金融机构认可为前提,将声誉信息的收集、加工处理与应用转移到社区集体内。此时,基于自身类型塑造相应的声誉水平在社区中发送、传递个人声誉信号;利益关联组织通过自身在农村信息网络中的角色优势实现非标准化农户声誉信息的可显示化,向机构发送可供识别的融资农户声誉信息;贷方基于集体声誉选择合作组织并识别组织传递的农户声誉信息,判断甄别潜在客户,进行相应信贷决策。

声誉机制的引入拓展了正式金融与农户的信息交流路径,借由声誉信息效应的信息显示与传递作用限制信息扭曲,缓解信息不对称,有助于抑制农户的逆向选择倾向。

2.2 声誉资本效应对农户自我履约的促进作用

声誉资本效应指出声誉是一项需投资以建立和维持的无形资产,能够从收入机会、信贷成本、成员互惠等方面增加借方潜在收益贴现,当声誉带来的长期资本收益大于当期违约收益时,参与人为最大化长期收益将约束短期机会主义行为,确保契约的自我履行。

农户是否履约以维持好声誉,取决于对好声誉带来的长期收益和违约获得短期收益的衡量。在对此类问题的研究上,黄晓红提出的借贷声誉重复博弈模型具有较好的解释性^[7],本文借鉴黄晓红的重复博弈模型说明声誉资本效应对农户自我履约的促进作用,并在此基础上加入利益关联组织进行三方博弈分析,说明金融联结对自我履约激励的强化作用。

①金融机构与农户双方重复博弈的情况。假设金融机构 L 和农户 B 是农村借贷市场中两个风险中性的参与人,双方均为理性经济人。农户借入 M 单位的资金进行收益率为 r 的经济活动,借款利率 i ,贴现因子 $\delta \in (0, 1)$,借贷期间农户存在声誉维持成本 C , M 越高,需维持的声誉水平越高,投入的声誉成本也越大,有 $C=M \times c$ (c 为声誉成本率,是维持声誉付出的成本与筹资额的比率),低声誉农户声誉维持成本为 0。双方进行 T 期博弈,每次博弈,农户有“偿还”与“违约”两个策略选择,机构可选“继续交易”或“终止交易”。农户履约偿还且机构选择继续交易,农户每期获得支付为 $\pi_B=M(r-i-c)\delta^t$,金融机构每期支付为 $\pi_L=M i \delta^t$ ($t=0, 1, 2 \cdots T$)。基于农村社区网络的有限性和稳定性特征,农户借贷具有重复交易性质。 T 期重复博弈扩展式见图 2。

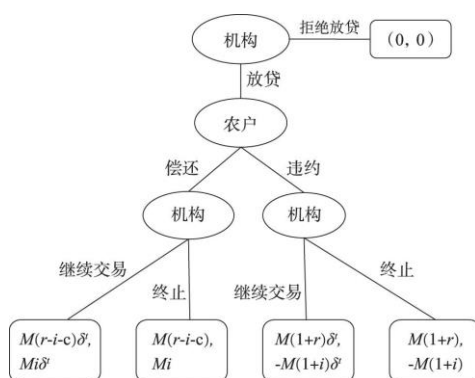


图 2 农户与金融机构借贷博弈扩展式

通过逆推归纳求得:(农户偿还,机构继续交易)和(农户违约,机构终止交易)是双方博弈中的两条均衡路径。对比分析农户选择偿还维持“高声誉”时的长期收益和选择违约形成“低声誉”的短期收益状况。 T 期博弈下,农户 B 履约塑造好声誉获得的期望收益贴现为:

$$E(\pi_B) = \sum_1^T M(r-i-c)\delta^t = \frac{1-\delta^{T+1}}{1-\delta}M(r-i-c)$$

我们认为在农村稳定的社会关系下博弈次数是足够大的,因此在 $\delta \in (0, 1)$ 时, $\lim_{T \rightarrow \infty} \delta^{T+1} = 0$, 有: $E(\pi_B) = \frac{M(r-i-c)}{1-\delta}$ 。

此时只要 $\frac{M(r-i-c)}{1-\delta} \geq M(1+r)$, 即 $\delta \geq \frac{1+i+c}{1+r}$ 时, 就能达到约束农户违约行为的效果。并且声誉维持成本 c 相对于收益率 r 越高, 对贴现因子的要求也越高, 低质量农户因为塑造高声誉需要花费更大的成本, 将不会主动塑造高声誉以骗取贷款; 相反, 利率相对于收益率越小, 对贴现因子的要求就越低。

②加入利益关联组织后, 农户还需要考虑参与集体社区内的社会交易所获取的声誉资本收益。此时单个农户的策略选择是: 履约以维持好声誉或违约得到坏声誉; 利益关联组织则有“交易”和“排除”两个策略。交易时单个农户在这种社会交易活动中获得净收益 ΔV , 设集体包含 N 个农户, 则集体获得的交易支付为 $N\Delta V$; 选择“排除”时该农户将损失集体社区内经济与非经济活动产生的 ΔV 潜在净收益。关联组织倾向于筛选好声誉农户进行交易而排除坏声誉农户。三方支付得益矩阵见图 3。

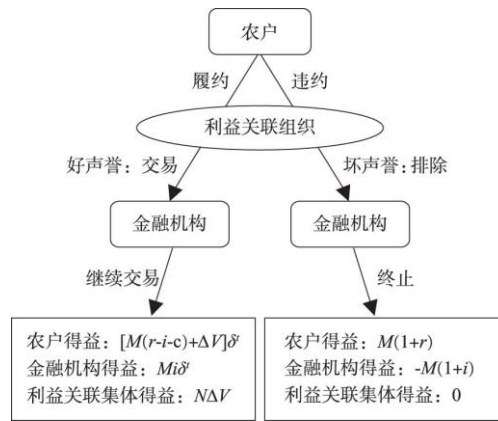


图 3 农户、组织与机构三方重复借贷博弈扩展式

此时农户履约塑造好声誉获得的期望收益贴现为: $E(\pi_B) = \sum_1^T [M(r-i-c) + \Delta V]\delta^t = \frac{1-\delta^{T+1}}{1-\delta} [M(r-i-c) + \Delta V]$; 同样在博

弈次数足够大时 $\lim_{T \rightarrow \infty} \delta^{T+1} = 0$ ($0 < \delta < 1$), 即 $E(\pi_B) = \frac{M(r-i-c) + \Delta V}{1-\delta}$ 。

长期收益大于违约短期收益 $\frac{M(r-i-c) + \Delta V}{1-\delta} \geq M(1+r)$, 即 $\delta \geq \frac{1+i+c}{1+r} - \frac{\Delta V}{M(1+r)}$ 时农户将约束短期机会主义倾向以维持好声誉。在农村社区博弈中, 声誉带来的潜在收益 ΔV 是很大的, 可见, 相比于双方借贷博弈, 当加入集体社区的社会交易博弈后, 对贴现因子的要求大大降低, 从而强化了声誉资本效应, 促进对农户的自我履约激励。

3 象山“村民集团授信”案例分析

3.1 案例介绍

“村民集团授信”是象山农村信用联社在“三信”评定基础上的信贷模式创新,该模式以整个信用村为授信对象,向农户实行综合授信服务,将贷款资金以优惠利率打包给“信用村”,由村集体协助贷款的发放、管理和监督。“村民集团授信”模式的实施流程及模式特征见图 4。

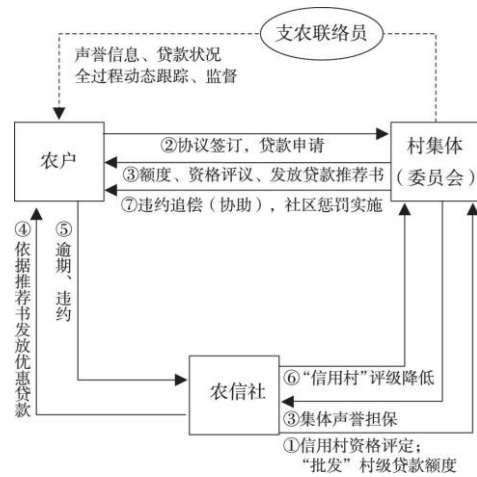


图 4 “村民集团授信”模式实施流程图

资料来源:根据象山县人民政府政策信息整理得出

一是依托农村社区信息平台,将对农户的贷款决策和监督审查转移到最了解农户情况的村组织内部。通过村评议小组、村支农联络员、农信社逐层推进,除了偿债能力等定量评议指标外,加入道德品行等定性指标,综合考量农户声誉状况,由社区内支农联络员、评议小组及群众进行全过程动态监督。实现社区信息生产的规模效应,大大降低金融机构的交易成本和农户融资成本。

二是以“集体授信”为平台,扩展农村金融服务的边界。以村为单位的集体授信改变过去高成本的零售贷款模式,采用集体声誉担保向信用村批发贷款,把零星的、不连续的贷款业务变为广泛长期的贷款业务,扩展潜在的交易对象。

三是采取“随用随贷、循环使用、余额控制、动态管理”的灵活授信管理。匹配农户生产种养及经营周期,采取灵活还款机制,实现可持续信贷投放,促进借贷双方的重复交易;村两委协助机构征信并提供贷款决策建议,保证农户信息的连续性和实效性。

截至 2017 年 12 月,“村民集团授信”业务涉及 333 个行政村,授信 34.6 亿元,2018 上半年全县农业贷款余额 158 亿元,不良率控制在 0.5%以内,基本实现了贷款放得出、收得回、有成效。

3.2 “村民集团授信”模式下声誉机制的作用路径

象山“信用社+村”的村民集团授信模式,借助“信用村”集体的桥梁作用,将农信社与农户群体进行金融联结,打造农信社、信用村与农户三方隐性声誉的交互和制衡,强化声誉机制的契约治理作用。“村民集团授信”背后暗含的是一组契约组合,包括农信社与农户、信用村与农户以及农信社与信用村三对声誉契约组合(见图 5)。

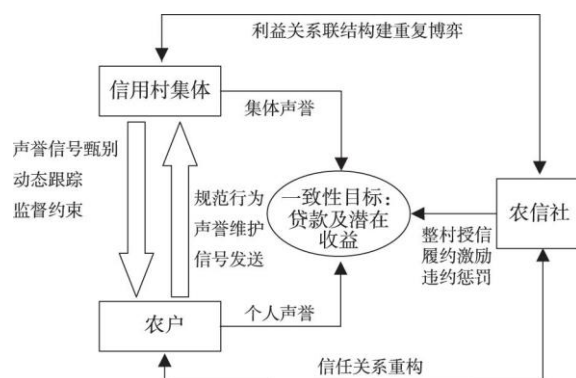


图5 “村民集团授信”模式下声誉机制的作用路径图

一是农信社和信用村。农信社基于集体声誉选择信用村并依据评级发放优惠授信,将对单个农户的声誉甄别、约束及激励转化为对村集体声誉的甄别、约束和激励,成本更低效率更高。对于村集体而言,维持集体声誉带来的总收益是巨大的,大大增强声誉的资本效应,强化信用村集体的履约激励动力。

二是信用村和农户。“村民集团授信”以集体声誉为前提,出于对集体声誉和整体利益的考虑,信用村集体将自发形成强有力的制约和羁绊,并联合守信村民对违约进行社区制裁。此时借贷不再是农户个人的经济博弈,而是受到集体荣誉、群体社会关系的影响,嵌套在社区中的社会行为博弈。从长期看,违约农户在社会互动中的长期收益损失远大于一次违约收益,因此诚信履约维护自身及集体声誉是农户最佳的策略选择。信用村与农户的内部声誉制约提升了借贷合约的有效缔结和自我履行效率。

三是农信社与农户。“集团授信”模式下,农信社和农户的信息传递识别路径被打通,村庄集体声誉和农户个人声誉替代抵押担保,重构了双方的信任关系,逆向选择和道德风险得到有效抑制。此时,农户行为不仅受到借贷契约条款的约束,还受到声誉效应的约束与履约激励。针对信用村农户的利率优惠及守信激励措施增加了农户长期潜在收益,强化声誉的资本效应,“好声誉”带来的长期得益远大于违约的短期收益,农户倾向于抑制机会主义行为以维持良好声誉,实现了声誉机制的自我履约作用。

4 结论

正式金融市场引入声誉作为抵押担保的替代,利用声誉机制的信息效应、资本效应能够有效抑制信息不对称下的机会主义倾向,促进借贷契约的缔结和自我履约,在降低金融机构交易成本和信贷风险的同时提升农户信贷可得性,有助于缓解农村金融市场的融资约束现象。

通过引入利益关联组织将正式金融机构和农户进行金融联结的形式,能够有效突破声誉机制作用条件的限制,创造重复博弈基础、有效信息传递路径和可置信威胁,实现声誉机制对正式金融市场的支持作用。

象山农信社“村民集团授信”模式巧妙地通过与信用村集体的金融联结,将金融机构嵌入到农村社区网络中,缔结农信社、信用村、农户三者之间的隐性声誉契约组合,实现了正式金融对声誉机制的运用,对契约的缔结和履行都具有更强的约束和激励作用。

5 建议

加速推动农村信用环境建设,建立多元化声誉评价体系。加速推进乡镇内信用工程建设,增强信用制度和信用观念的宣传力度,强化农户信用意识,为金融市场创建良好的信用环境;优化传统的信用评级风控体系,发展多元全面的声誉评价体系,侧重对

农户声誉的动态跟踪调整和贷后管理,拓展机构与农户的横向网络关系。

充分考察农村市场特点,结合声誉机制创新信贷模式。正式金融机构作为资金市场的主导者,在信贷创新时需充分考虑农村市场独特性,结合自身优势利用好社区内生的声誉机制,实现国家强制力与声誉机制双重约束,探索需求供给相匹配的农村信贷模式,提升金融效率。

参考文献:

[1]赵丙奇.声誉、非正式金融与农户融资[J].社会科学战线,2008(12):65-71.

[2]KREPS D,MILGROM P,ROBERTS J,WILSON R.Rational Cooperation in the Finitely Repeated Prisoner's Dilemma[J].Journal of Economic Theory,1982,27(2):245-252.

[3]TADELIS S.The market for reputation as an incentive mechanism[J].The Journal of political economy,2002(4),854-882.

[4]杨小玲.基于声誉理论的农村信用体系建设问题研究[J].征信,2014,32(6):70-74.

[5]张学涛,刘喜华.农村信贷市场中农户声誉信号传递效应研究——以费县农商行“信用户”评定为例[J].金融发展评论,2018(12):78-86.

[6]王性玉,任乐,赵辉,等.农户信誉特征、还款意愿传递与农户信贷可得——基于信号传递博弈的理论分析和实证检验[J].管理评论,2019(5):77-88.

[7]黄晓红.基于信号传递的农户声誉对农户借贷结果影响的实证研究[J].经济经纬,2009(3):108-111.