

地理标志茶叶生产企业质量控制行为影响因素分析

——以黄山市为例

王艳荣, 王丹丹, 唐静

(安徽农业大学 经济管理学院, 安徽 合肥 230036)

[摘要]文章利用黄山市 76 家地理标志茶叶生产企业质量控制状况的调查数据, 采用二元 Logistic 回归模型, 从企业自身特征、政府监管状况、企业与供应链上下游之间的关系、企业成本收益状况四个方面对地理标志茶企提高地理标志茶叶质量控制行为进行分析。结果表明, 政府惩罚力度、原料控制程度、目标市场、成本收益状况四个因素是影响地理标志茶企是否提高地理标志茶叶质量的关键因素。

[关键词]地理标志茶叶; 茶企; 质量控制行为; 影响因素

doi: 10.3969/j.issn.1673-9477.2019.03.010

[中图分类号] F307

[文献标识码] A

[文章编号] 1673-9477(2019)03-048-05

近年来, 地理标志的规模经济引起政府对农产品地理标志保护的高度关注。2018 年以“聚焦精准扶贫, 实现乡村振兴”为主题的中国地理标志保护与发展会议提出, 地理标志发展对于助力地方经济, 打赢脱贫攻坚具有重要意义。2018 年《中央一号文件》指出:“强化农产品地理标志和商标保护, 培育农产品品牌, 保护地理标志农产品打造一村一品, 一县一业发展新格局”。随着我国农产品供应链模式日渐成熟, 影响农产品质量的相关环节越来越多, 茶企作为茶产业供应链的中端, 其生产、加工、包装、储运等环节的质量控制行为是影响地理标志茶叶质量的关键因素, 茶企积极的质量控制行为对促进整个茶产业供应链质量水平的提升具有至关重要的作用^[1]。黄山市地理标志茶叶是来源于黄山市或者是黄山市的某个特定区域的茶叶, 依赖于地区的地域条件和优越的自然条件, 目前黄山市已申请地理标志的茶叶有 7 个(包括黄山毛峰、太平猴魁、休宁松萝茶、黄山贡菊、黄山白茶、大方茶和安茶)。

本文拟在对外部效应理论、信息不对称理论等进行分析的基础上, 结合实地调研数据, 运用定性分析和定量分析相结合的研究方法, 实证研究地理标志茶叶加工企业的质量控制行为及影响因素。本研究的目的在于揭示地理标志对茶叶加工企业行为影响的一般内在规律, 以促进黄山市地理标志茶产业的健康发展。

一、理论分析框架与研究假说

(一) 理论分析框架

Hassan 认为企业是否采用质量安全控制取决于

交易成本、责任管理、企业规模、政府与国际组织以及消费者的要求^[2]。周洁红等对 99 家蔬菜加工企业进行了调研, 并对企业质量安全控制进行了成本收益分析^[3]。王志刚通过要素分析得出, 企业创新和内外部需求、制度、内部效率、第三方认证、企业家精神和外部贸易压力等是企业采纳 HACCP 的影响因素^[4]。周洁红等对 66 家已实施 HACCP 体系的企业进行了成本—收益分析和 117 家企业采纳 HACCP 体系的决策机理进行了研究, 得到 HACCP 应用的主要困难包括企业基础条件差、对 HACCP 体系认知有限且实施能力低以及缺乏外部推动机制, 并据此提出了以市场激励为主和行政管制为辅的管制方式^[5]。张蓓等实证分析农业企业能力、农产品供应链协同程度、政府监管力度等对农产品供应链核心企业质量安全控制意愿具有显著的正向影响^[6]。文晓巍等从动机理论视角研究资源条件、市场激励、政府规制、媒体监督和信息共享等影响食品企业质量安全风险控制动机^[7]。

考虑到企业相对于个人决策者具有特殊性, 如: 行为目标稳定、存在规模效应、面临行业竞争等, 本文在参考计划行为理论原有框架的前提下, 兼顾企业生产决策的客观差异, 从基本特征、行为态度、主观规范和知觉行为控制等 4 个方面分析茶企对地理标志茶叶实施质量控制的影响因素, 构建基于计划行为理论的茶企实施地理标志茶叶质量控制行为的理论分析框架, 详见图 1。

根据茶企实施地理标志茶叶质量控制行为的理论分析框架, 茶企质量控制行为主要受到企业基本特征、行为态度、主观规范和知觉行为控制等 4 个因素的影响。对于自变量的解释如下:

[投稿日期] 2019-06-15

[基金项目] 国家社会科学基金项目(编号: 17BJY087); 安徽省哲学社会科学规划项目(编号: AHSKY2016D97)

[作者简介] 王艳荣(1981-), 女, 安徽泾县人, 副教授, 博士, 研究方向: 农业经济。

1. 企业基本特征。企业基本特征包括企业规模和企业品牌。其中，茶企规模越大就越有能力提高

对地理标志茶叶实施质量控制；茶企拥有自己的品牌也更有可能会提高对地理标志茶叶实施质量控制。

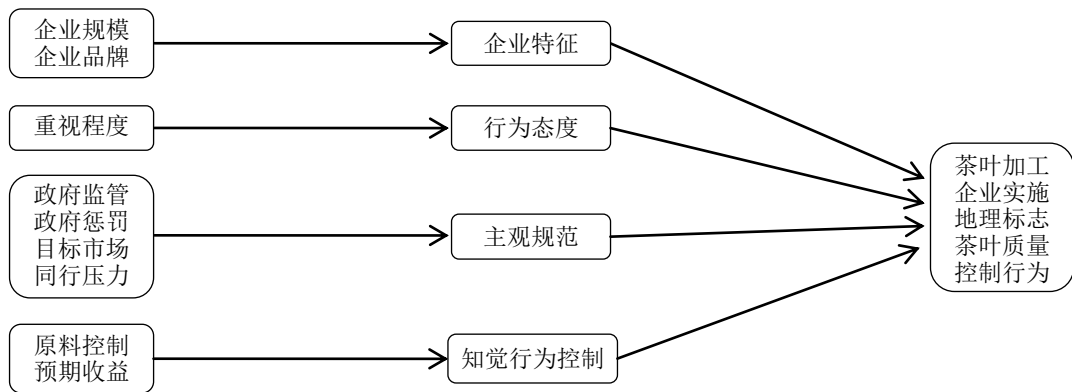


图 1 茶叶加工企业 TPB 分析框架

2. 行为态度。态度指对特定行为的评价经过概念化之后所形成的态度，本文行为态度主要是指茶企管理者对地理标志茶叶质量控制的重视程度，行为态度越积极，茶企更倾向于控制地理标志茶叶的质量。

3. 主观规范，主观规范就是人在作出选择时所面临的社会压力，或者是在预测一项行为时，那些具有影响力的个人与团队对决策的影响大小。主观规范包括政府、供应链下游和同行对茶企施加的压力。主观规范程度越强的茶企越倾向于控制地理标志茶叶的质量。

4. 知觉行为控制，人会由于过去的经验对预期的阻碍进行判断，当个人认为自己所掌握的资源与机会越多、所预期的阻碍越少，则对行为的知觉行为控制就越强。本文知觉行为控制包括原料控制程度和预期收益，茶企对地理标志茶叶原材料控制程度越高，越倾向于提高地理标志茶叶的质量控制。茶企预计提高地理标志茶叶质量收益能够大于成本，则越有可能提高地理标志茶叶质量。

假设四：茶企实施地理标志茶叶质量控制行为与知觉行为控制有关。原料控制程度和预期收益对茶企质量控制决策有正向影响作用。

二、数据来源与样本特征

本文的数据主要是笔者采取走访调研的方式所获得，首先结合钻石模型的内涵和黄山市地理标志茶产业的实际情况，设计了调查问卷。其后在 2018 年中旬根据黄山市地理标志茶叶的分布情况，对黄山市各区县地理标志茶叶加工企业的中层以上管理人员进行了问卷发放和实地访谈，共发放 80 份问卷，收回 76 份问卷，有效率 95%。从回收的 76 份有效问卷看，受访企业的基本特征如下：

被调查茶企规模偏小，经济实力较弱。94.7%的茶企雇员人数不超过 200 人，只有 5.3%的茶企雇员人数在 200 人以上。

被调查茶企品牌意识较强，68.5%的茶企都拥有自有品牌，认识到品牌是树立企业形象、提高企业产品竞争力的重要手段。

被调查茶企产品销售以传统市场为主。以传统批发、农贸市场、商超和专卖店为目标市场的蔬菜加工企业占企业总数的 64.5%，以国外市场为目标市场的茶企占比 9.2%，以国内新兴市场为目标市场的茶企占比 26.3%。

电子商务发展缓慢。仅有 34.2%的茶企通过网络展示与销售产品。企业所认知的电子商务形式主要包括：专门的企业网站、专门的电子商务网站等。

被调查企业重视食品质量安全的控制，通过实施产品认证和质量安全体系认证来提高产品的质量控制能力。产品认证主要包括绿色产品认证、有机产品认证和无公害产品认证；质量认证包括 ISO9000 质量管理体系认证、HACCP 体系认证、ISO14000 质

(二) 研究假设

本文在茶叶加工企业计划行为理论分析框架的基础上，结合实地调研，提出以下假设：

假设一：茶企实施地理标志茶叶质量控制行为与企业特征有关。企业规模对茶企质量控制决策有正向影响作用。

假设二：茶企实施地理标志茶叶质量控制行为与行为态度有关。对地理标志茶叶质量的重视程度对茶企质量控制决策有正向影响作用。

假设三：茶企实施地理标志茶叶质量控制行为与主观规范有关。政府监管、政府惩罚、目标市场和同行的压力对茶企质量控制决策有正向影响作用。

量管理体系认证、QS 认证等。29.3%的茶企同时实施了茶叶的质量认证和产品认证；12.1%的茶企实施了产品认证；29.3%的茶企实施了质量认证。

三、模型构建与变量设定

(一) 模型构建

本文主要考察茶企对地理标志茶叶质量控制行为问题，茶企对地理标志茶叶进行质量控制的行为只有提高质量控制和未提高质量控制两种情况，属于离散选择问题。因此，本文采用二元 Logistic 回归模型对影响茶企提高质量控制行为的因素进行分析，将因变量的取值规定 [0, 1] 之间。二元 Logistic 回归模型的表达式为 (1)： $P_i = \frac{e^{a + \sum b_i x_i}}{1 + e^{a + \sum b_i x_i}}$ 则可以

得到 (2)： $\ln(p_i / 1 - p_i) = a + \sum b_i x_i$ 由此从式可以得出，当模型中系数为正时，自变量 X 的发生会增

加因变量发生的概率。

(二) 变量设定

根据理论函数，实证分析过程中需要使用的变量有：

1. 因变量：茶企在生产过程中是否提高质量控制行为为因变量，分别为“是”和“否”两个选择，分别取值为 1 和 0。

2. 自变量：自变量主要包括四组。第一组为企业自身特征变量。包括“企业规模”和“企业品牌”变量；第二组为行为态度变量，是指“企业管理者对地理标志茶叶质量控制的重视程度”变量；第三组为主观规范变量，包括“政府质量监管力度”、“政府惩罚力度”、“企业目标市场”、“同行压力”等变量；第四组变量为知觉行为控制变量，采用“原料控制程度”和“预期收益”变量。具体自变量可见表 1：

表 1 模型变量设定

变量名称	变量赋值	预期方向
企业规模 (X ₁)	1=50 人以下, 2=51-100 人, 3=101-150 人, 4=151-200 人, 5=201 人以上	+
重视程度 (X ₂)	1=不重视, 2=不是很重视, 3=一般重视, 4=比较重视, 5=非常重视	+
企业品牌 (X ₃)	否=0, 是=1	+
政府监管 (X ₄)	1=几乎不监管, 2=监管力度较小, 3=监管力度一般, 4=监管力度较大, 5=监管力度非常大	+
政府惩罚 (X ₅)	1=没惩罚, 2=惩罚力度较小, 3=惩罚力度一般, 4=惩罚力度较大, 5=惩罚力度非常大	+
原料控制 (X ₆)	弱=0, 强=1	+
目标市场 (X ₇)	1=几乎没影响 2=较小 3=一般 4=较大 5=非常大	+
同行压力 (X ₈)	1=几乎没影响 2=较小 3=一般 4=较大 5=非常大	+
成本收益 (X ₉)	1=几乎没影响 2=较小 3=一般 4=较大 5=非常大	+

企业规模：由于中国茶叶加工企业是劳动力密集型企业，本文选择企业雇佣人数作为衡量企业规模的指标。

企业品牌：是指企业是否拥有自己的品牌，如果企业拥有自己的品牌，则他更有可能因为维护企业的品牌形象去提高产品质量。

企业管理者的重视程度：企业管理者作为企业的重要决策者，其认知和行为会影响企业的生产行为，企业管理者如果对产品质量更加重视，则企业更有可能提高产品的质量。

政府监管力度：政府作为食品质量监管的主导力量，对生产流程中的每个环节实施严格的监管，对企业的生产行为有强制作用。

政府惩罚力度：政府的惩罚力度越大，对企业的威慑作用就越强，使企业越有可能生产优质产品。

目标市场：企业的不同目标市场对产品质量的要求不同。本文将目标市场划分为国外市场、传统市场和新兴市场，其中传统市场包括超市、商场专柜、专卖店、茶叶批发市场、交易会和集贸市场等，新兴市场主要是指各类电商平台。

同行压力：同类型茶企若是提高产品质量，也会带动其他企业提高质量来增加销量。

原料控制：企业原材料的主要来源决定着它对供应链上游的控制水平，如果企业在原材料产地有自设基地，则视为其对原料控制能力强，若企业原材料的主要来源为市场收购，则视其对原材料控制能力弱。

预期收益：主要是指茶企预计提高地理标志茶叶的质量控制水平所获得的收益是否大于成本，如果预计收益大于预计成本，则茶企更有可能去实施地理标志茶叶的质量控制行为。

四、实证结果与分析

运用 SPSS17.0 统计软件对样本数据进行了 Logistic 回归分析。分析结果如表 2 所示。

从回归结果看,“政府惩罚力度”“原料控制”“目标市场”和“企业成本收益”四个变量通过了显著性检验,而其他变量存在未通过的情况,并不都与预期相符。

企业规模。“企业规模”未通过显著性检验,企业规模对于质量控制水平没有明显的影响。可能的原因有两个,第一,此次调研企业数量较少,且规模普遍较小,影响了研究结果;第二,可能是由于调查企业是茶企,茶叶生产活动在采摘季节需要大量劳动力,茶叶经常采取招募临时劳动力的方式,这样会导致本文的数据在反映茶企规模的真实性上

有所误差。季节性、临时性用工现象较为严重,因此调查数据可能未反映出茶企规模的真实差异。

重视程度。“重视程度”变量未通过检验,表明该变量对茶叶加工企业提高地理标志茶叶质量控制水平没有显著影响,与预期不同。主要原因可能是虽然企业管理者大多数重视地理标志茶叶的质量,可是并没有将想法付诸行动。

产品品牌。“产品品牌”没能通过显著性检验,说明一个产品的品牌大小如何与它的质量没有明显关系,这与预期的结论相悖,但类似结论在相关论文中并不少见,这表示产品品牌对于很多茶企只是起到区分其他企业产品的作用,而没有将品牌建设作为核心竞争力来看待,注重挖掘品牌的价值、内涵及声誉。

表 2 Logistic 模型回归结果

	B	Wald	Exp(B)
常量	-43.820	0.000	0.000
企业自身特征			
企业规模 (X1)	4.586	0.000	98.108
重视程度 (X2)	-0.245	0.048	0.783
企业品牌 (X3)	1.808	1.077	6.096
政府监管特征			
政府监管 (X4)	1.925	1.828	6.854
政府惩罚 (X5)	6.159*	2.988	472.983
供应链关系特征			
原料控制 (X6)	4.350*	2.847	77.513
目标市场 (X7)	4.242**	4.131	69.572
同行压力 (X8)	-2.842	2.695	0.058
成本收益特征			
产品能否优质优价 (X9)	3.626*	3.370	37.552

**、*分别表示在 5%和 10%水平统计显著

政府监管。“政府监管”没有通过显著性检验,这与预期不同,可能的原因是政府对地理标志茶叶的监管主要是在事后监管上,事前监管力度不足所致。

政府惩罚。“政府惩罚”通过了显著性检验,政府的惩罚力度对茶企提高地理标志茶叶质量控制具有正向的影响,这与预期相同。政府提高不合格地理标志茶叶的惩罚力度,严厉打击货价不符能够给企业带来震慑作用,有助于推动茶企提高地理标志茶叶的质量控制水平。

原料控制。“原料控制”通过了显著性检验,

说明原材料控制水平与地理标志茶叶的质量水平是正相关关系。

目标市场。“目标市场”通过了显著性检验,表明对于不同的地理标志茶叶销售渠道,企业提供的茶叶质量是有差异的,茶企主要目标市场的客户对地理标志茶叶质量要求高,则企业就会提高地理标志茶叶的质量控制水平。

同行压力。“同行压力”未通过显著性检验,这与预期不符,可能是因为茶叶市场质量参差不齐,大部分地理标志茶叶的受众更倾向于中等价位的茶叶,价格竞争在茶叶市场更具优势。

成本收益。“成本收益”通过了显著性检验,对企业提高地理标志茶叶质量控制水平有正向的作用,与预期相同,质量好的茶叶生产成本高于普通茶叶,而决定茶企是否决定提高茶叶质量的关键因素是质量控制所带来的收益与成本的关系。若企业提高地理标志茶叶质量使得收益大于成本,企业就会提高地理标志茶叶的质量。

五、结论与建议

本文以 76 家黄山市地理标志茶企作为样本,从企业基本特征、行为态度、主观规范和知觉行为控制等四个方面对黄山市茶企是否实施地理标志茶叶质量控制的行为进行了实证分析。结果表明,主观规范中的“政府惩罚力度”、“目标市场”和知觉行为控制中的“原料控制”、“预期收益”四个因素对茶企是否提高地理标志茶叶质量具有正向的显著影响。第一,促进良好市场环境的形成有利于企业提高地理标志茶叶质量,政府应大力打击劣质茶产品,使得地理标志茶叶质量与价格相符,在公平有序的环境中保障茶企的预计收益,打击“机会主义”的行为。第二,茶叶销售主要目标市场的不同,不同市场的消费者对于地理标志茶叶的质量要求也不同,出口市场的消费者对于茶叶质量的要求最低,而传统市场对于茶叶质量的要求最高,给企业施加的压力也就最大。第三,茶企对地理标志茶叶原料的控制程度直接影响了地理标志茶叶的质量控制水平,对于茶叶加工企业来说原料来源无疑是关键环节。第四,决定茶企是否决定实施地理标志茶叶质

量控制决策的关键因素是质量控制所带来的预期收益与成本的关系,若企业预计提高地理标志茶叶质量使得收益大于成本,企业就会提高地理标志茶叶的质量。

参考文献:

- [1] 胡铭. 基于产业集群理论的农产品地理标志保护与发展[J]. 农业经济问题, 2008(05): 26-3
- [2] Hassan, F., Casewell, J. A. Neal, H. H. : Motivations of Fresh-cut Produce Firm to Implement Quality Management System [J]. Review of Agricultural Economics, 2006, 28(1): 132-146.
- [3] 周洁红, 胡剑锋. 蔬菜加工企业质量安全管理行为及其影响因素分析——以浙江为例[J]. 中国农村经济, 2009(03): 45-56.
- [4] 王志刚, 翁燕珍, 杨志刚, 郑风田. 食品加工企业采纳 HACCP 体系认证的有效性: 来自全国 482 家食品企业的调研[J]. 中国软科学, 2006(09): 69-75.
- [5] 周洁红, 叶俊焘. 我国食品安全管理中 HACCP 应用的现状、瓶颈与路径选择——浙江省农产品加工企业的分析[J]. 农业经济问题, 2007(08): 55-61+111-112.
- [6] 张蓓, 黄志平, 杨炳成. 农产品供应链核心企业质量安全控制意愿实证分析——基于广东省 214 家农产品生产企业的调查数据[J]. 中国农村经济, 2014(01): 62-75.
- [7] 文晓巍, 杨朝慧. 食品企业质量安全风险控制行为的影响因素: 以动机理论为视角[J]. 改革, 2018(04): 82-91.

[责任编辑 王云江]

Analysis of factors influencing quality control behavior of geographical indication tea production enterprises

——Taking Huangshan City as an example

WANG Yan-rong, WANG Dan-dan, TANG Jing

(School of Economics and Management, Anhui Agricultural University, Hefei 230036, China)

Abstract: This paper, with the survey data on quality control of 76 tea production enterprises with geographic marks in Huangshan city and binary Logistic regression model, analyzes the measures taken by the enterprises to improve quality control from such four aspects as the enterprises themselves, the government regulatory conditions, the relationship between the enterprises and upstream and downstream of the supply chain and enterprises' cost and profits. Results show that government penalties, raw material controlling, target market and the cost and profits are four factors that affect the quality improvement of tea enterprises with geographic marks.

Key words: geographical indication tea; tea factory shops; quality control behaviors; influencing factors