

我国农民专业合作社发展存在的问题及对策

傅朝荣 张传新 (西北农林科技大学, 陕西杨凌 712100)

摘要 从当前我国农民专业合作社发展的现状出发,在借鉴国外经验的基础上,提出了促进我国农民专业合作社发展的建议。

关键词 农民专业合作社; 现状; 对策

中图分类号 F306.4 文献标识码 A 文章编号 0517-6611(2007)34-11270-03

Problems in the Development of Farmer Professional Cooperative organizations in China and Their Counter measures

FU Chao-rong et al (Northwest A & F University, Yangling, Shaanxi 712100)

Abstract By considering the development status of farmer professional cooperative organization in China, the suggestions were put forward for promoting the development of farmer professional cooperation based on using foreign experiences for reference.

Key words Farmer professional cooperative organization; Status; Countermeasure

1 内涵及其意义

1.1 农民专业合作社的含义 根据我国农民专业合作社法对农民专业合作社的界定,农民专业合作社是在农村家庭承包经营基础上,同类农产品的生产经营者或者同类农业生产经营服务的提供者、利用者,自愿联合、民主管理的互助性组织^[1]。农民专业合作社与农村经济合作组织存在着范围上的不同,农民专业合作社是从组织的主体上而言的,而农村经济合作组织则指的是农村这样一个地域范围,一般而言其所含盖的范围宽泛。资金方面的合作组织如新近成立的“吉林村镇银行”一般不包括在农民专业合作社范围之内,而包括在农村合作组织之内。这里所说的农民专业合作社一般包括与农业相关的生产、经营、信息、技术等方面的合作组织。

1.2 实行农民专业合作社的意义 以家庭承包经营为特征的分分结合的双层经营体制的建立有效解决了我国当时实行合作社以来农业生产领域激励不足的问题,极大提高了农业生产效率,大大促进了我国农业的发展。但是农业生产的特殊性决定了以市场作为农业资源配置的基础手段并不能一劳永逸地解决农业发展问题。有分无统的小农户经营体制与社会化大市场之间的矛盾以及市场交易成本高昂等问题成为当前限制我国农业进一步发展的瓶颈,而农民专业合作社的成立则在很大程度上解决和规避了类似矛盾的产生。其主要作用表现在以下几个方面:

1.2.1 提高农业市场化程度。 农民专业合作社能有效提高农业生产的专业化、农产品商品化和农业的商业化。合作组织能够为农业专业化生产提供产前、产后的农资、融资、技术、信息、销售等服务,使农民集中精力搞好农业标准化生产,从而降低生产成本,提高劳动生产率。同时,农业合作经济组织可避免高度专业化带来的益处被交易成本抵消,从而提高农业投资回报率。

1.2.2 产生规模经济。 从我国当前农村的现状来看,短时期内通过转移农村人口、扩大土地经营的规模的方式达到规模经营的目的是不可能的。农民专业合作社的纽带功能将大量分散的经营面积小的农户纳入到有组织、有规模的市场经济活动中,实现了分散经营与社会化大生产的有机结

合、小农户与大市场的对接^[2]。一方面通过合作组织实施生产资料交易和农产品交易,能有效弥补农户直接进入市场交易时谈判能力弱、市场风险大等缺陷;另一方面通过合作组织可获得合理的市场交易价格,实现农资采购成本节约、农产品销售成本节约、销售管理规模效应,从而增加农业生产的整体效益。

1.2.3 节约成本。 农民专业合作社的成本节约效应主要体现在两个方面。农民角度。通过合作社可以实现相对较少的信息获得成本与交易费用,同时可以减少交易的不确定性,规避市场风险。政府管理角度。通过合作社的组化管理,政府在农业方面的政策便能以更加便捷、迅速的方式准确及时的传递给各个微观经济主体,从一定程度上减少政策实施的成本。同时,以农民专业合作社为客观载体,政府在农业领域的科研项目、调研、统计等便能以更为科学的渠道实现。

1.2.4 调整农业结构。 以农村经济能人、涉农企业为主要成员组织起来的农民专业经济合作组织,能较好地把握市场的需求节奏,洞悉市场动态,因此能及时使组织内部成员调整种植结构和生产节奏,有效解决市场需求与供给之间的矛盾,实现农业产业的内部结构调整。同时,凭借农业龙头企业强大的品牌优势和市场开拓能力,在适应消费需求的基础上引导消费,能不断引导农业产业转换与升级^[3]。

2 国外农民专业合作社的特点

2.1 战后西欧农民专业合作社的特点

2.1.1 种类和形式多样。 随着资本主义经济社会的发展以及农业生产商品化程度的提高,战后西欧的农业合作领域出现了许多新的种类和形式。共同使用农业设备合作社、审计合作社、信息合作社、农村旅游合作社以及其他服务合作社等新的合作组织蓬勃发展。原有的各种农产品运销加工合作社,更是得到了长足发展。这些合作社的创建和发展,使西欧各国农业生产力大大增强,农业经营水平进一步提高,农民的福利生活也得到很大改善。

2.1.2 流通领域的合作社居主导地位。 战后西欧农业生产性专业合作社取得了长足的发展,但居于主导地位的却一直是流通领域的合作社。如,1980年法国合作社系统在全国牛奶生猪和谷物收购中分别占52%、64%和67%,丹麦合作社系统在全国生猪、牛奶收购中分别占92%和88%,荷兰合作社系统在全国牛奶收购中占90%;原西德合作社供应了全国

配合饲料的1/3以上,农业机器的1/3,农药的70%,化肥的67%。农产品加工是促进农产品流通的一个重要条件,农民专业合作社在农产品加工领域具有重要地位。法国合作社系统占全国食品工业营业额的1/5以上,丹麦合作社系统控制了全国黄油生产的92%,奶酪生产的79%^[4]。

2.1.3 对外经济活动频繁。在对外经济活动中,它们不仅出口农产品,还出口农业设备、化肥、农药、配合饲料、种子等,并同所在国搞合资项目。如,1975~1976年,在法国谷物出口中,合作社系统占40%~50%,在鲜果出口中占70%~80%,在家畜出口中占40%^[4]。尤其值得注意的是,为了扩大农民专业合作社的影响力,一些跨国的专业合作社联合组织已经建立,如欧洲共同体农民专业合作社联盟、欧洲共同体消费合作社联盟、欧洲共同体生产合作社联盟等。

2.2 日本农协 日本农协作为一般性的合作社组织,既遵循国际公认的合作社基本原则,同时又充分表现出自身的创造性和鲜明的特点。

2.2.1 综合性强,服务范围较广。日本农协组织完善,兼有其他国家农业物资供应合作社、农产品销售合作社、农产品加工合作社、农业信贷合作社、农村销售合作社的职能,甚至婚丧嫁娶等也包括在服务范围内。日本农协充分体现了为社员提供现代化、综合性服务的特征。

2.2.2 社员管理相对灵活。日本农协除吸收农民参加外,还吸收非农民参加并为他们服务。在社员成分发生变化的情况下,为保持农民专业合作社的特点,农协将社员划分为正社员和准社员两种。正社员指耕地在0.1 hm²以上,每年从事农

业生产不少于90 d的农民社员,他们享有社员的一切权利。准社员指没有达到上述标准的农民社员或非农民成分的农村居民社员,以及在事业团体工作的人员,为体现农协主要为农民服务的宗旨,规定准社员不享有“积极公益权”。

2.2.3 宣传和教育手段得力。日本农协拥有强有力的舆论工具和文化教育手段,这对于促进合作社思想进一步深入人心,增强社员的凝聚力具有重要意义。全国农协中央会编辑出版的报刊有《农业协同组合》、《农协年鉴》、《监查手册》。此外它还经营广播、电视工业,如“全国新闻情报农协联合会”出版的《日本农业新闻》等。同时,农协还组织各种科学文化活动。

结合以上对国外农民专业合作社的结构以及治理方式的分析,我国农民专业合作社的发展可从中吸取经验,从而健康快速发展。

3 我国农民专业合作社的现状和问题

3.1 发展速度快但发展水平较低 据农业部农村经济体制与经营管理司统计显示,到2004年,我国农村较规范各类农民合作经济组织已超过15万家,其中,农民专业协会约占65%,专业合作社约占35%。合作经济发展起步较早的部分省市保持了稳步的发展势头,如,对山东省的不完全统计结果表明,到2003年,全省各类农民合作经济组织已经发展到1.5万余家,社员农户规模达到126万户,约占全省总农户的6%以上。西部地区的农民专业合作经济组织也有了快速的发展,如到2004年四川省各类农民合作经济组织已突破万家,带动农户438万户,覆盖面达全省农户总数的23%(表1)^[5]。

表1 全国部分省市农民合作经济组织发展情况(2002~2004)

省(市)	合作社总数			统计时间	省(市)	合作社总数			统计时间
	个	社员规模 万户	占农户总数 %			个	社员规模 万户	占农户总数 %	
山东	15 395	126.0	6.2	2003-12	重庆	1 590	26.4	3.7	2003-6
浙江	1 969	22.8	2.0	2002-12	天津	1 438	26.2	23.4	2002-12
江苏	5 167	133.6	8.5	2002-12	安徽	3 845	89.0	7.1	2003-9
北京	1 457			2003	黑龙江	2 816	43.2	9.0	2003-6
河北	4 021	283.3	19.9	2002-9	吉林	9 300	32.0	8.5	2002-12
湖南	6 000			2003-12	陕西	9 800	97.0	13.9	2003-12
四川	10 053	118.0	6.0	2003-12	海南	4 406	2.4	2.2	2002
河南	8 473	183.0	9.2	2003-12	云南	1 162	3.4	0.4	2004
江西	6 800			2002	贵州	1 079	6.9	0.9	2004

注:数据来源于农业部《农民合作经济组织试点工作会议材料》。

但是,从目前发展的现状看,虽然参加组织农户的绝对数量大,但与我国庞大的农户数量相比比率仍然较低,总体发展水平不高。

3.2 合作内容层次较低 与发达国家农民合作经济组织自身向着农产品加工领域延伸、实现农产品生产、加工纵向一体化发展的潮流和趋势相比较,我国农民合作经济组织参与农业产业化经营的层次还很低,仍停留在初级产品的生产流通领域。我国的农民专业合作社目前主要起中介和联结作用,其本身并没有涉及农产品的加工、延长农业产业的链条和实现农产品价值的增加。

以成都市为例,该市各类农民合作经济组织到2004年已发展到1 595个,拥有成员17.56万人,联系农户43.75万户,占全市农户的21%^[5]。但其中的93%是专业协会,主要活动是为会员提供技术培训以及新技术、新品种的推广服务等,

难以满足会员更广泛的需求。

3.3 地区不平衡性较明显 相对于农民合作经济组织数量而言,地区不平衡性主要体现在合作内容上。从东、中、西部看,受经济发展水平及经济活跃程度的影响,东部农业发达地区农民合作经济组织的发展开始向企业化的农产品营销合作社的方向迈进;而中西部传统农区(特别是西部地区)的农民合作经济组织发展大多仍停留在以技术服务性的民间协会为主的发展阶段上,并且东部地区农民合作经济组织的平均规模、总体经济实力明显高于中西部地区。

从单个省份内部看,数量的差异则尤为明显。以江苏省为例,在该省内部,农民合作经济组织的区域主要分布在苏北,约占农民合作经济组织总量的60%,苏中、苏南地区分别占20%左右。在合作经济较为发达的高邮县,有20%以上的农户参加了一个或者多个专业合作社,而有的县(市)才刚

刚起步,省内地区性差异尤为明显。

3.4 规范化程度较低 由于专业立法的相对落后,我国当前现存的农民专业合作社呈现出混乱、管理不规范的现象,没有全国性统一的法律规范做指导,各地根据各自的情况制定相关的规定,出现同类组织在同省、市甚至是同县不同管理机构的现象。同时,由于新近颁布的《中华人民共和国农民专业合作社法》尚未开始实施,大量的专业合作社没有明确的法律地位和经济主体地位,这就给其发展带来了巨大的束缚,增加了交易成本和管理成本。

4 促进农民专业合作社发展的对策

4.1 加强宣传引导,壮大规模 从发展状况看,当前我国农民专业合作社尚处于初步发展阶段。要加快发展步伐,引导其又快又好地发展,就必须加强宣传的舆论导向作用,为合作组织健康快速发展创造良好的社会环境,通过对成功典型的宣传,充分发挥典型的示范带动作用,使更多的农户参与到组织中来。根据面向全国20多个省市发放的农民问卷调查,约有85%的农民认为合作组织只有很小的作用或没起作用,仅15%左右的农民认为发挥了很大作用^[5]。因此,要大力选择成功典型,用事实证明,用实例说话,起到“点燃一盏灯,照亮一大片”的示范带动作用,吸引广大农民积极主动参加合作组织。

4.2 加大扶持力度,完善相关服务 农业是弱质产业,经济效益不高,且生产周期长。因此,农民专业合作经济组织的发展,尤其是处于初级发展阶段时,政府应给予适当的优惠政策。近年来,中央政府相继出台了一系列优惠政策,鼓励和扶持农民专业合作社发展,受到了农村群众的热烈欢迎。各地政府要审时度势,根据中央政府的文件精神,制定出符合本地实际情况的扶持政策,在资金、财税、信息服务等方面给予支持,为农民专业合作社的健康快速发展提供良好的社会环境和经济环境。

4.3 鼓励区域组织渗透交流 由于我国农民专业组织的发展尚处于初级阶段,其组织的规范化程度低、规模小、业务覆

盖范围窄。调查表明,目前有56.11%的合作组织的业务覆盖范围在县域之内,仅26.15%的合作组织实现了跨省经营^[5]。目前,沿海发达地区合作组织起步较早,组织形态较成熟,资金、技术、人才、管理经验等较充足,具有畅通的市场渠道和较好的品牌,但土地、劳动力等资源相对缺乏。而中西部的合作组织则起步较晚,组织形态和经营管理水平较低,资金、技术、人才等生产要素缺乏,但具有较充裕的土地、劳动力资源。两者若合作,则有利于优势互补,况且两地的基层干部、农民都有交流与合作的强烈愿望。因此,推动区域组织的渗透和交流,实现区域资源、技术、信息等资源的共享,对于扩大农民专业合作经济组织的规模、促进其健康快速发展无疑具有重要意义。

4.4 继续完善相关政策和立法 经中华人民共和国第十届全国人民代表大会常务委员会第二十四次会议通过并将于2007年7月1日起施行的《中华人民共和国农民专业合作社法》,是我国关于农民专业合作经济组织的第一部法律,它明确了农民专业合作社的概念和和合作组织的经济法人地位,提出了组建运行的原则。它的实施可促进我国农民专业合作经济组织的发展。但是,一种组织的运行与发展并不是仅靠一部法律就能规范与促进的,其健康发展需要众多相关法规政策的指导和规范。因此,《中华人民共和国农民专业合作社法》的出台,不是结束而是开始。笔者认为,要继续在组织运行、组织监督、民主管理、利益分配等方面加强政策的制定与完善,使组织的运行有法可依、有章可循。

参考文献

- [1] 编委会. 中华人民共和国农民专业合作社法[M]. 北京: 法律出版社, 2006.
- [2] 严东, 崔红梅. 农民合作经济组织对促进新农村建设作用探讨[J]. 科学与管理, 2007, 27(1): 71 - 74.
- [3] 陈红玲. 浅谈经济合作组织在新农村建设中的作用[J]. 全国商情·经济理论研究, 2007(3): 76 - 77.
- [4] 张胜文. 国外农村合作经济组织的发展趋势与经验借鉴[J]. 湖南人文科技学院学报, 2007(2): 65 - 67, 76.
- [5] 缪建平. 我国农民合作经济组织发展的新特点及新趋势[M]// 农业部农村经济研究中心. 中国农村研究报告. 北京: 中国财政经济出版社, 2004.

(上接第11219页)

主要涉及日常管理制度和绩效考核制度。种子企业应根据企业的实际情况,设计一些真正便于企业对销售人员进行管理的日常管理制度。如,每天上班之前向销售经理或企业总部报到,且只能用当地的固定电话,并且登记,对销售人员日后的报表跟踪也很有作用;出差费用的报销发票上应写明具体时间、费用情况,以判别销售人员的话是否真实。

企业的绩效考核制度也不能只重结果,还要看过程,使销售人员的销售都是“阳光下的销售”。其实,企业实行绩效考核主要为了对表现好的业务员进行提升以及给予销售

提成。种子企业采用的大多数销售人员考核制度都是销售提成的。真正应该做到的是,使企业的销售人员成为企业收入最多的一个群体。只要业务人员符合公司政策,其销售提成就应该不封顶。这也是对销售人员业绩的一种肯定,从而激励销售人员心无旁骛地追求自己业绩的增长。同时,销售量反映的业绩也应作为提升的依据,以此来调动销售人员更大的积极性,增强销售人员的忠诚度。

参考文献

- [1] 魏明, 高韧, 吴春梅. 湖北省种子企业营销渠道冲突的现状与对策分析[J]. 农业经济, 2003(3): 34 - 36.
- [2] 李好中. 串货对销售的影响和控制[J]. 种子世界, 2007(7): 10 - 11.
- [3] 杨永强, 弓晓峰. 种子企业如何搞好委托代理销售[J]. 种子世界, 2004(6): 6.