

第三部门理论视角下的供销合作社定位研究

乔为 (河南省财经学校, 河南郑州 450012)

摘要 由于在建国后几十年中受到政治因素的影响而导致供销合作社基本定位一直摇摆不定, 使其对农村经济建设的促进作用受到了很大的制约。在当前社会主义新农村建设的进程中, 关于供销合作社的基本定位问题, 研究者们尚未有一致的看法。通过运用第三部门理论在对合作社理论和实践进行分析后得出结论, 供销合作社的基本定位应是第三部门组织。

关键词 第三部门; 供销合作社; 定位

中图分类号 F276.41 文献标识码 A 文章编号 0517-6611(2009)01-00386-03

On the Position of Supply and Marketing Cooperatives from the Perspective of Third Sector Theory

QIAO Wei (Henan Financial and Economic School, Zhengzhou, Henan 450012)

Abstract The aim of this study is to set forth that the supply and marketing cooperatives have not played its positive role as it should in the rural economic development due to the political factors in the decades after the People's Republic of China founded, and its position has always been fluctuating. This essay points out that there is no agreement about the fundamental position of the supply and marketing cooperatives at present. It analyzed the cooperatives theories and practice from the perspective of third sector theory and concluded that the fundamental position of the supply and marketing cooperatives belongs to the third sector.

Key words The Third Sector; Supply and Marketing Cooperatives; Position.

21 世纪初, 随着社会主义市场经济制度的确立, 我国的经济社会发生了很大的变化。为促进和谐社会的建设, 中共中央、国务院适时发出了建设社会主义新农村的号召。作为传统涉农部门的供销合作社, 在社会主义新农村建设中的地位越来越重要。由于关于供销合作社的基本定位问题一直存有争议, 这影响到它对社会主义新农村建设促进作用的进一步发挥, 所以, 深入探讨供销合作社的基本定位是摆在我们面前的一个重要课题。

1 问题提出

1.1 供销合作社基本定位的变化 新中国成立前后至今, 在不同的历史背景下, 供销合作社的基本定位一直摇摆不定。1949 年 9 月, 中国人民政治协商会议第一次全体会议通过的《中国人民政治协商会议共同纲领》明确提出, 新民主主义社会合作社的基本定位是半社会主义性质。1954 年 7 月, 中华全国合作总社在北京召开的“中华全国合作社第一次代表大会”通过了《中华全国供销合作总社章程》, 该章程指出: “中国供销合作社的性质是社会主义的”。1958 年 2 月, 国务院决定将全国供销合作总社同城市服务部合并, 改称第二商业部, 同年 6 月, 中共中央决定, 将基层供销合作社由集体所有制转化为全民所有制。1962 年 5 月, 中共中央、国务院决定恢复全国供销合作总社。1965 年 8 月, 国务院又改供销合作社的集体所有制为全民所有制, 第二次改变了供销合作社集体所有制的性质。1975 年 2 月, 中共中央根据周恩来总理的建议, 决定恢复全国供销合作总社集体所有制性质。1977 年 12 月, 国务院第三次改供销合作社集体所有制为全民所有制。在 1978 年举行的全国人大五届一次会议上, 全国供销合作总社正式成为国务院的一个部, 各地县以上供销合作社也先后进入了政府的行政序列。1985 年后, 供销合作社又实现了由全民所有制向集体所有制转变, 并且退出了政府的行政序列。1992 年, 供销合作社第四次与国营商业合并, 又一次改集体所有制为全民所有制。1995 年, 中共中央、国务院

又恢复供销合作社集体所有制性质。综观建国后供销合作社 50 多年的发展史可以看出, 这是一部与国营商业的合并和分立的历史, 其主线是围绕是否正确理解和把握供销合作社的基本定位展开的。由于对其基本定位认识上的偏差, 我国供销合作社的发展经历了一条异常曲折艰难的道路^[1]。

1.2 关于供销合作社基本定位的争论 尽管供销合作社近年来的恢复和发展非常迅速, 但是, 关于供销合作社的基本定位问题在理论界、供销合作社系统内部的干部职工中仍存在着很大的分歧, 这些分歧影响到了供销合作社的进一步改革和发展。关于供销合作社的基本定位主要有 2 种观点: 一种观点认为供销合作社应该定位于企业, 像“中石油”、“中石化”一样, 作为服务于农村流通领域的大型企业集团才能得到更大的发展; 另一种观点认为供销合作社应该返回政府行政序列, 像商务部、农业部一样, 作为主管合作经济的政府部门才能发挥更大的作用。

对于研究的对象而言, 只有准确地把握其基本定位, 才能深刻揭示其本质特征和发展规律, 科学而准确地预测其未来发展前景。有关供销合作社基本定位的争论, 已经阻碍了人们对它发展方向的深入研究。当前关于供销合作社基本定位问题的争论, 是在传统的社会组织二元结构模式下进行的, 而在我国社会迅速现代化的今天, 供销合作社这种兼有经济法人与特殊的社团法人特点的社会组织, 在传统的社会组织模式下已不可能找到一个合适的定位, 在传统理论框架下的争论也不可能有什么现实意义。要想准确地把握供销合作社的基本定位, 必须追踪现代社会发展的趋势, 引入先进的理论视角。

2 第三部门理论框架

2.1 第三部门的概念 “第三部门”的概念是由美国学者列维特(T. Levitt) 于 1973 年提出的。传统社会中, 人类的活动领域由政治领域和经济领域 2 部分组成, 也称之为“公域”和“私域”, 社会组织相应地被分为政府和企业。列维特认为, 随着社会的发展, 这种社会组织二元结构的划分方法已不能充分描述社会的现状, 它忽略了一大批处于政府与企业之间的社会组织。这些社会组织从事着政府和企业“不愿做、做

基金项目 河南省哲学社会科学规划项目(2008BU012)。

作者简介 乔为(1968-), 男, 河南开封人, 硕士, 高级讲师, 从事教育经济研究。

收稿日期 2008-10-16

不好”的事,它们被称作第三部门组织^[2]。

第三部门理论认为,在现代社会中,人类活动的领域由政治领域、经济领域和社会领域3部分组成,与此相对应,社会组织应分作政府组织、营利组织和非营利组织3类。政府组织是第一部门,营利组织是第二部门,各种非政府和非营利的组织就是第三部门。第三部门也被称为“非营利组织”(Non Profit Organization, NPO)、“非政府部门”(Non-Governmental Organization, NGO)、“独立部门”(Independent Sector)等^[3]。

2.2 第三部门的产生与发展 第三部门是由于“政府失灵”和“市场失灵”,特别是“第二种政府失灵与市场失灵”而产生的。“政府失灵”是指政府在提供私人物品上是失灵的,“市场失灵”是指市场在提供公共物品上是失灵的。“第二种政府失灵”指的是政府不仅在提供私人物品上存在着失灵,在提供公共物品时,政府也有失灵之处。“第二种市场失灵”指的是市场不仅在提供公共物品上存在着失灵,在提供私人物品时,市场有时候也会失灵^[4]。

由于在提供公共品方面受财力、机制等方面的制约,政府不可能及时地满足社会成员多样化的需求,而第三部门组织则能以其快速性和多样性的工作特点弥补政府工作的缺陷,所以,在许多市场经济国家,政府大多采用财政拨款的形式来支持第三部门组织的运作。政府大力扶持第三部门组织的目的有2方面,一是减轻自己管得过多,疲于奔命的压力;二是调动社会成员管理自己事务的积极性。第三部门组织在许多国家迅速发展的原因在于它顺应了现代社会“小政府、大社会”的发展趋势^[5]。

20世纪90年代,第三部门组织在全球呈迅速发展之势。据美国约翰·霍普金斯大学莱斯顿·萨拉蒙教授对26个国家的调查显示,第三部门服务的支出总额高达112 000亿美元;在西欧,有2/3的第三部门雇员集中于教育、医疗和社会服务领域;在中欧和东欧,有40%左右的第三部门雇员集中于教育、医疗和社会服务领域^[6]。

2.3 第三部门组织的界定 对于第三部门组织的界定,绝大部分研究者比较赞同萨拉蒙教授的观点,即认为凡是具备以下5个特征的组织就可被称为第三部门组织:具有组织性。即有正式注册的合法的身份、有完整的组织机构、有完善的规章制度、有有效的运行机制、有经常性的活动。具有民间性。即在体制上独立于政府,在组织机构上与政府分离,不受政府的控制。但是,民间性并不意味着组织不接受政府资助,没有政府官员参加活动。具有非营利性。不是说组织不能获取利润,而是强调其从事的活动不能以营利为目的。组织获得的利润必须用于其基本任务,不能将利润分配给组织的所有者和管理者。具有自治性。即组织能够保持自身的独立,能够自己管理自己,控制自己的行动。组织的活动既不受制于政府,也不受制于其他组织和企业。具有志愿性。主要指在组织的活动和管理中要有显著的志愿参与的成分,不是指组织运行的资金来自志愿捐款,也不是指工作人员都是志愿者^[7]。

3 合作社是第三部门组织

3.1 合作社的基本原则 国际合作社联盟对合作社的定义是:“合作社是人们为满足自身共同的经济、社会及文化方面

的需求和愿望,而通过一个共同拥有、民主管理的企业,自愿联合组成的一个自治的社团”^[8]。1995年9月,国际合作社联盟在英国曼彻斯特召开的庆祝成立100周年大会上通过了《关于合作社特征的宣言》(Statement on the Cooperative Identity),该宣言对合作社的7项基本原则进行了权威而详细的表述:自愿与开放的社员制。任何人只要能够利用合作社提供的服务并承担社员义务,均可入社,不受政治、宗教、种族和性别的限制。民主的社员控制。合作社是由社员控制的民主组织,其政策和行动决策由社员决定,其管理由社员选举出来的管理人员进行。社员的经济参与。自然人必须出资才能取得合作社社员资格,每个社员要公平地对合作社出资。合作社的资本要以民主的方式进行管理,其盈余主要用于建立公积金来发展合作社。自治与独立。合作社是由社员出资组成、自我管理的自治组织,有独立的组织机构、规章制度和办事程序,不受其他任何外来因素的影响。

教育、培训与信息。合作社不仅要为自己的社员、干部和职工提供信息交流和教育培训,还要向社会宣传合作社并为社会服务。合作社之间的合作。合作社要开展地方性的、全国性的乃至国际性的合作社之间的合作,以便更有效地为社员服务。关心社区。合作社应该努力为自己所在的社区服务,为社区的可持续发展做出自己的贡献^[9]。

3.2 合作社具备第三部门组织界定的特征 从国际合作社联盟1995年通过的《关于合作社特征的宣言》以及合作社的具体实践中可以看出,合作社具备了萨拉蒙教授对第三部门组织界定的5个特征:合作社有健全的组织机构,有完善的规章制度,有严格的办事程序,有专职的管理和经营人员,有规范的活动,因而具有组织性。合作社是由社员出资组成、民主控制的组织,它在体制上不是政府的一部分,因而不受制于政府,具有民间性。尽管社员出资是取得社员资格的前提条件,但出资只能获取有限的报偿。合作社的盈余主要用于建立公积金来发展合作社。合作社可定期将红利按社员与合作社的交易额返还给社员,合作社与社员之间的经济活动不是以营利为目的的,因而具有非营利性。由于合作社的资金主要来源于社员的股金,其运行由独立的组织机构和办事程序来保证,不受任何来自政府部门和其他经济组织的影响,所以合作社具有很强的自治性。由于合作社是人们为了维护自己的利益、满足自己的愿望和需求而自愿组成的社团,没有任何强制的因素,很显然合作社所开展的各种活动都是志愿的,合作社是符合志愿性特征的。

通过对合作社主要特征的分析并将其与萨拉蒙教授对第三部门组织界定特征的比对,笔者认为合作社是典型的第三部门组织。

4 供销合作社的基本定位是第三部门组织

自从1844年12月24日“罗虚戴尔公平先锋社”(Rochdale Society of Equitable Pioneers)诞生以来,合作社曾作为一种改造社会的运动席卷了全球。20世纪初,一批有识之士根据“罗虚戴尔”原则相继在我国建立了大量的各种类型的合作社,这些合作社为我国的新民主主义革命和建设做出了很大的贡献。1954年7月,中华全国合作总社在北京召开了“中华全国合作社第一次代表大会”,大会决定将中华全国合作

社联合总社更名为中华全国供销合作总社,从历史渊源上来看,供销合作社是我国合作社的合法继承者。“国际合作社联盟”是由各国合作社自愿组成的国际组织,它有自己的独成体系的组织机构,担负各国合作社组织的协调、合作、服务的任务。供销合作社是我国唯一参加“国际合作社联盟”的合作社,并担任副主席的职务。另外,从拥有的社员及职工的数量上看,供销合作社在我国各类合作社中都是最多的。尽管目前有信用合作社、生产合作社等多种合作社,但供销合作社作为我国各类合作社的代表已是大家的共识。由于供销合作社是我国各类合作社的代表且在“国际合作社联盟”中担任副主席的职务,具备“国际合作社联盟”认定的关于合作社的基本特征,笔者通过运用“第三部门”理论对合作社基本特征的分析表明,合作社是第三部门组织,所以,供销合作社应该属于第三部门组织。

供销合作社在建立之初是严格遵循合作社原则开展活动的,它为我国农村的社会发展和经济建设做出了很大的贡献。随着计划经济体制的建立和强化,供销合作社逐渐变成了国有商业的组成部分。近几年,尽管供销合作社在体制改革方面进行了很多有益的探索,取得了长足的发展,但由于长期以来计划经济体制对人们思想观念的束缚,供销合作社的基本定位依然在“公”与“私”之间摇摆不定,这影响了其改革的深入进行。在传统的社会组织分类理论中,常采用公私两分格局,公即是政府,属于政治领域内的组织,私即是企业,属于经济领域内的组织。由于供销合作社退出了政府的行政序列,但又不能完全归属为企业,所以它在这种传统的组织分类体系中是没有合适组织定位的。第三部门理论打破原有的公私两分法的局限,将大量非公非私(或亦公亦私)的组织归并为除了政府和企业之外的第三部门组织。由于兼有政府部门和企业的部分职能,同时与政府部门和企业有着本质的区别,根据第三部门理论,从组织分类上看,供销合作社应定位于第三部门组织。

(上接第383页)

略,首先要不断提高农产品的科技含量。品牌是建立在产品高质量的前提之下的,而高质量产品是以科技来支撑的,所以必须重视科技的投入,优化产品结构,提高产品品质。其次,要重视产品的宣传工作,应用多种促销方法,来宣传品牌产品,扩大影响面,增加销量。最后,要重视商标注册和保护意识。运用法律武器,申请原产地保护,当自己的品牌被侵害时,要及时运用法律武器来保护自己的合法权益。

3.4.3 提高农产品物流配送能力。网上销售最重要的支撑就是物流,农产品的物流配送能力直接影响到农产品网络营销和电子商务的成败,农产品物流环节包括农产品的储运包装、运送配送和装卸检验等各项活动。要加强物流

5 结语

作为劳动者为维护和发展自身的利益而联合起来的合作经济组织,合作社是市场经济发展的必然产物,并且随着市场经济的发展而不断发展。我国的社会主义市场经济体制已经初步确立,合作社生存和发展的体制基础已基本具备,供销合作社将具有广阔的发展空间和强大的发展潜力^[10]。

将供销合作社定位于第三部门组织,就是要把供销合作社与政治领域的政府部门和经济领域的企业区分开来,还原其独立的社会组织的性质。需要进一步说明的是,成为与政府部门、企业有平等地位的社会组织,供销合作社并不是要成为独立于政治领域和经济领域之外的象牙塔,而是要顺应现代社会“小政府、大社会”的发展趋势,重新构建与政府部门、企业的合作关系,充分利用自己在农业生产中的重要地位、在农村中四通八达的网络、与农民血脉相连的关系,成为政府在社会主义新农村建设中的一个重要的抓手,发挥更大的作用。

参考文献

- [1] 陈己寰. 建国后供销合作社所有制性质问题认识的回顾及其启示[J]. 广东供销, 2008(3): 29-32.
- [2] 邬大光, 王建华. 第三部门视野中的高等教育[J]. 高等教育研究, 2002(2): 6-12.
- [3] 张建川. 非营利组织 ABC[EB/OL]. (2004-12-20) <http://www.blogchina.com/new/display/25498.htm>.
- [4] 秦晖. NGO 在中国: 全球化进程与社会转型中的第三部门[EB/OL]. (2004-12-23) <http://www.pku.edu.cn/academic/cas/lutan4.htm>.
- [5] 卢现祥. 第三部门的价值与发展空间[EB/OL]. (2004-12-23) <http://www.cnhan.com/gb/content/2003-09/04/content-300793.htm>.
- [6] 杨团. NPO 发展阶段界定[EB/OL]. (2004-12-17) <http://www.social-policy.info/1004.htm>.
- [7] 王建华. 高等学校属于第三部门[J]. 教育研究, 2003, 24(10): 36-39.
- [8] 蒋玉珉. 当代合作社原则是中国合作社的立法基础[J]. 学术界, 2006(3): 54-58.
- [9] 文傅晨. 合作经济制度的变迁及对供销社改革的启示[J]. 广东合作经济, 2006(1): 41-45.
- [10] 白立忱. 坚持合作制方向 夯实合作社基础精神 弘扬合作社精神 在全国供销合作社基层工作会议上的书面讲话[J]. 中国合作经济, 2006(6): 6-9.

技术建设,一方面,加强农产品物流基础规划和建设,建立与健全农产品批发市场与农产品流通中心。另一方面,针对农产品易腐、易烂,时间性、季节性强的特点,在物流系统设计中,不仅要考虑农产品的流通渠道建设,而且还需考虑农产品销售的物流合理化问题,物流系统设计应包括有保鲜、保管、分割、储藏、流通加工、包装、运输等物流过程的快捷高效,确保农产品新鲜上市。

参考文献

- [1] 熊望高. 农产品电子商务: 中国农产品营销创新新概念[J]. 农村经济与科技, 2001(5): 4-5.
- [2] 王新艳, 朱毅. 论信息化农业与农产品营销信息化[J]. 安徽农业科学, 2006, 34(8): 1730, 1732.