

[各抒己见]

农民合作社 怎样才能合而强？

最近一些关于农民合作社的消息读来让人很纠结。数十家规模不同的合作社由于种植结构单一,不少经营遭遇困境,业绩大幅下滑,有的即便加上政策性补贴仍然亏损,甚至面临倒闭。

面对瞬息万变的市场,任何一种市场主体都会经历风雨,不可能一直红火,业绩起伏相当正常。但是在我国农业生产规模仍处于小而散的背景下,合作社凭借土地规模、技术、资金等的相对优势,本该有着更强的抵御市场风险的能力,也被如此寄予厚望,眼下却经历如此之“痛”,问题究竟出在哪里?如何才能让合作社健康发展?

事实上,2007年《农民专业合作社法》的出台,为合作社的发展以及社员的合法权益,提供了有效的法律保障。截至2016年底,全国依法登记的农民专业合作社已达179.4万家,是2007年底的68倍,入社农户占全国农户总数的44.4%。农民专业合作社发展已经实现农业产业的全覆盖,合作社成员普遍比生产同类产品的农户增收20%以上。应当说,合作社已经逐渐成长为新型农业经营主体和现代农业建设的中坚力量。

但是也应当看到,伴随着合作社的快速发展,有些问题始终没有妥善解决。部分问题是由于我国的农民专业合作社发展尚处于初期阶段无法回避的,比如经营规模小、经营实力弱、服务层次低、规范化程度不高、带动能力不强等。也有个别地方不当的政策导向所致,只重视合作社的数量,却轻视质量,不仅导致一些合作社有名无实、流于形式,更增加了合作社之间的无序竞争。这些问题引发的直接后果都是农民专业合作社在面对市场时,活力和竞争力不强。

让各类农民专业合作社在市场竞争环境中,培养出并保持住活力和竞争力,保障并持续让社员农户分享合作红利,关键在于不仅要合,更要强,合作社就得有个合作社的样子。

因此,农民专业合作社的发展在“风险共担、利益共享”的原则下,必须致力于自身做大做强。需要多途径扩大经营规模,广泛运用先进适用科学技术,吸引各方面资金投入,进一步开展联合合作,不断提高经济实力。国际经验表明,合作社也要实现规模化,可以依靠市场力量,通过不断兼并重组实现。从我国农民专业合作社的发展现状看,未来不要再只单纯关注数量的增长,而是要努力提升个体合作社的规模化水平,增强竞争力。目前,一些地区已在着手发展的联合社就是一种很好的探索。

实现合而强的目标,从合作社自身而言,既要从创新组建形式、运行机制、分配方式和产业业态着手,也要相应地完善章程制度,健全财务制度。从政府扶持而言,既要为合作社发展创造宽松外部环境,完善并落实在农业补贴、金融保险、用地用电等方面的支持政策,同时也要谨记不包办、不代办,着力提高合作社在市场竞争中独立抢抓机遇、应对挑战的能力。

经历风雨才能见彩虹。希望经历阵痛的合作社能够尽快恢复元气,迎来更好发展。

朱隼

220万农民合作社在升级 经济发展亮点多韧性足

目前,我国农民合作社正处于从数量增长迈向质量提升的关键期。全国依法登记的农民合作社达到220.7万家、联合社达到1万多家。坚持以农民为主体,以规范发展和质量提升为重点,农民合作社成为引领带动小农户发展现代农业的重要载体,成为我国农业高质量发展的有力抓手。

目前,我国依法登记的农民合作社达到220.7万家、联合社达到1万多家,合作内容不断丰富,服务能力不断增强,农民合作社产业类型日趋多样,成为我国农业高质量发展的有力抓手。

现在,我国农民合作社正处于从数量增长迈向质量提升的关键期。坚持以农民为主体,以规范发展和质量提升为重点,农民合作社已成为引领带动小农户发展现代农业的重要载体。经国务院同意,中央农办等部门近日联合印发了《关于开展农民合作社规范提升行动的若干意见》(以下简称《意见》),为创新农业经营体系,推动农业高质量发展,提供了有力的制度供给。

聚焦服务带动 强化能力提升

服务带动是合作社的初心。“先要服务农民,才能带动农民,带动农村发展。”提升合作社服务带动能力,是李定顺的开心事。

今年52岁的李定顺是北京密云区奥金达蜂产品专业合作社负责人,合作社蜂产业在京津冀一体化中稳步推进,辐射带动了河北承德市的丰宁和滦平两县。目前,合作社拥有标准化养殖基地140余个,生态原产地保护示范蜂场83个,绿色蜂产品基地16个,授粉蜂繁育示范场2个,年产蜂蜜2000余吨,产值近5000万元。

聚焦服务带动,强化能力提升,成为当前合作社高质量发展的关键一招。

强化能力提升,需要强化顶层设计,加强和改善制度供给。《意见》围绕乡村产业、服务功能、乡村建设、利益联结、合作联合等多个方面,引导鼓励农民合作社增强对农户的服务带动能力。

中央农办副主任、农业农村部副部长韩俊表示,增强合作社服务功能,要多管齐下,多渠道发力,打好农业农村高质量发展的组合拳。

发展乡村产业,就是要鼓励农民合作社开展连片种植、规模饲养,壮大优势特色产业。

强化服务功能,就是要鼓励农民合作社加强加工仓储物流等关键环节能力建设,延伸产业链条,向产加销一体化拓展。

加强利益联结,就是要鼓励支持农民合作社与其成员、周边农户特别是贫困户建立紧密的利益联结关系,吸纳有劳动能力的贫困户自愿入社发展生产经营。

今年,我国开展农民合作社质量提升整县推进试点,以规范提升单体农民合作社、促进联合与合



作、增强县域指导服务能力为重点,打造高质量发展的县域样板。

农业农村部农业合作经济指导司司长张天佐介绍,今年的试点覆盖范围覆盖31个省份的150个县(市、区)。通过功能建设,安徽省农民合作社入社农户达到450万户,带动了600万小农户融入大市场。

聚焦试点示范 强化多层次创建示范社

提衣提领子,牵牛牵鼻子。合作社试点示范,是探索农民合作社规范提升有效路径和模式的重要手段。

“闯市场,你不知道前面是什么,就像在夜里行走,合作社发展需要灯光。”毕业于重庆大学、现在是浙江省瑞安市马屿镇三甲村村委委员兼梅屿蔬菜专业合作社理事长助理的蔡晓东说。梅屿合作社以周围乡镇的蔬菜专业户、购销户为主体,采取“合作社+基地+农户+市场”的生产经营模式,从最初的单一生产服务发展到产加销全产业链服务,走上了集生产、供销、信用合作于一体的新型农业合作发展之路。

经过18年的发展,这家合作社的成员从最初的94户发展到762户,服务范围从1个乡镇9个行政村发展到4个乡镇41个行政村,带动成员农户4500户,年销售收入从200万元增加到2000万元。

高质量发展的示范社在全国已经风起云涌,不断提高农业的经营效率,有力地推动了现代农业发展。但是,示范社的发展数量还不够多,发展质量还有很大的提升空

间。

韩俊说,按照《意见》要求,当前,要从发展目标导向上加强合作社试点示范引领。

首先,扎实开展质量提升整县推进试点。创建一批农民合作社高质量发展示范县。其次,深入推进示范社创建。完善农民合作社示范社评定指标体系,推进国家、省、市、县级示范社四级联创。再次,充分发挥典型引领作用。总结各地整县推进农民合作社质量提升和示范社创建的经验做法,树立一批制度健全、运行规范的典型。

目前,国家级示范社有近8500家,县级以上示范社超过18万家。截至目前,安徽省各级示范合作社达到10127个。浙江提出了农民专业合作、供销合作、信用合作“三位一体”新型农业合作体系构想,建立了省市县乡四级农合联1057个,会员达到6万多个,形成了以农合联为平台的大合作、大服务、大产业的新格局。

聚焦姓农属农为农 强化规范管理清理

合作社坚持姓农属农为农,这是农业合作社的根本,也是农民尝到农业发展甜头不变的坚守。

“决不能偏离航向,合作社不务农、不种地,是行不通的!”河南省荣阳市新田地种植专业合作社理事长李杰说。正是坚持用产业化理念种粮,打造农业生产要素车间,新田地合作社加快发展的。

起初,新田地合作社由6家农户发起,近20年的发展,合作社探索出了一条高产增收的道路。通过全程托管强筋小麦和角质化玉

米,合作社现有成员203户,辐射带动周边5个乡镇60个行政村的1.2万户农民,统一种植强筋小麦4万亩;在巩义、兰考等6个县成立了新田地合作社分社,种植强筋小麦6万余亩,带动农户1.4万户。

从合作社发展的全局上看,自2007年农民专业合作社法实施以来,我国农民合作社快速发展。但是,我国农民合作社发展起步晚、时间短,发展基础仍然薄弱,与广大农民的期盼还有差距,面临运行不够规范、与成员联结不够紧密等问题,需要进一步加强指导扶持服务。

从全国情况看,农民合作社数量快速增长的同时,也出现了一定数量的“空壳社”,主要表现在无农民成员实际参与、无实质性生产经营活动、因经营不善停止运行,有的甚至打着农民合作社的名义从事非法金融活动。为加强农民合作社规范管理,2019年2月,中央农办、农业农村部、市场监管总局等11个部门和单位联合印发了《开展农民专业合作社“空壳社”专项清理工作方案》,对“空壳社”专项清理作出了具体安排。

目前,我国正在进一步推进“空壳社”专项清理。中央农办组织各地全面摸底排查,按照清理整顿一批、规范提升一批、扶持壮大一批的办法,指导各地做好分类处置。

合作社规范提升,是为了获得更高的发展质量。截至目前,各地入列清理范围的农民合作社共计47.77万家,自今年6月起,全国农民合作社数量减少的省份逐月增加。

高云才

[选载·建设管理]

发展农民专业合作组织,是市场经济条件下推进农业产业化经营的重要举措,是创新农村经营体制、提高农民组织化程度的有效方法,更是实现农业增效、农民增收,促进农村经济发展的重要途径。

一般来说,分销渠道越短,生产者承担的任务就越多,信息传统就越快,销售越及时,就能越有效地控制渠道。反之,销售渠道越长,各中间商承担的任务就越少,信息传递就越慢,流通时间越长,生产者对渠道的控制就越弱,生产者在选择销售渠道时,应综合考虑生产者的特点,产品的性质,中间商的特点,竞争者的特点以及其他营销分销渠道选择的因素,做出相关决策。

(二)分销渠道的宽度类型及其选择策略

分销渠道按其宽度,即同一环节的中间商

(分销点)的多少,有3种类型。

1.密集型分销渠道

密集型分销渠道也称广泛性销售渠道或者是高密度分销渠道,这是最宽的销售渠道。它是指生产者运用尽可能多的中间商分销其产品,使渠道尽可能加宽,以扩大商品在市场的覆盖面和方便消费者能够随时购买。大部分的农产品,适于采取这种分销形式。农产品按其特点基本上可以分为鲜活农产品和一般农产品两大类。

(未完待续)



本书对于
指导农民专业
合作社健康发
展、规范经营具
有重要参考价
值。

农民专业合作社基础知识(一百零九)