

中央财政支持高等职业学校提升专业服务能力项目成果教材

农村合作经济组织管理实务

Nongcun Hezuo Jingji Zuzhi
Guanli Shiwu

吴俊丽 编著



中国农业大学出版社

CHINA AGRICULTURAL UNIVERSITY PRESS

中央财政支持高等职业学校提升专业服务能力项目成果教材

农村合作经济组织 管理实务

吴俊丽 编著

中国农业大学出版社

• 北京 •

内 容 简 介

本书通过丰富、翔实的案例分析,系统阐述了合作经济的基本原理与操作实务。本书特色是通俗易懂,不仅将合作经济理论与我国现阶段农业合作社的实践作了比较详细的归纳,而且将合作社基本理论以案例教学方式加以浅显地讲解,使学生在理解合作社理论的过程中,学习建立合作社的流程以及如何对合作社进行规范化管理。本书是高职高专学生学习合作社基本理论和学习合作社规范化建设与管理经验的实用性教材。

图书在版编目(CIP)数据

农村合作经济组织管理实务/吴俊丽编著. —北京:中国农业大学出版社,2013.8

ISBN 978-7-5655-0852-3

I. ①农… II. ①吴… III. ①农业合作组织-经济组织-管理-中国 IV. ①F321.42

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 274712 号

书 名 农村合作经济组织管理实务

作 者 吴俊丽 编著

策划编辑 康昊婷 伍 斌

封面设计 郑 川

出版发行 中国农业大学出版社

社 址 北京市海淀区圆明园西路 2 号

电 话 发行部 010-62818525,8625

编辑部 010-62732617,2618

网 址 <http://www.cau.edu.cn/caup>

经 销 新华书店

印 刷 北京时代华都印刷有限公司

版 次 2014 年 3 月第 1 版 2014 年 3 月第 1 次印刷

规 格 787×1 092 16 开本 11.25 印张 274 千字

定 价 23.00 元

责任编辑 冯雪梅

责任校对 王晓凤 陈 莹

邮政编码 100193

读者服务部 010-62732336

出 版 部 010-62733440

e-mail cbsszs @ cau.edu.cn

图书如有质量问题本社发行部负责调换

前 言

农村合作经济组织管理是农村经济管理专业的一门重要专业课程。学习农村合作经济组织管理实务不仅能够掌握合作经济的基本理论,而且有助于了解农村合作经济组织筹建的一般流程以及农村合作经济组织管理的基本方法。

不同职业、不同学科的人,对于合作社有不同的见解。那么合作社与非合作社的区别是什么?作为一种企业形态,合作社和其他企业的组建与经营管理基本原则有什么区别?合作社社员的股份与一般的股份有限公司的股份有区别吗?合作社的顾客与其他类型企业的顾客一样吗?如果想筹建农村合作经济组织需要做哪些准备工作?农业合作社筹建之后,需要从哪方面进行经营管理?如此等等,所有这些问题都可以在《农村合作经济组织管理实务》这本书中找到答案。

本书在编写过程中,尽量使用描述性的语言,由浅入深、循序渐进地介绍合作经济的基本理论,并通过大量、翔实的案例,介绍了当前农村合作经济组织管理的基本方法。在内容的选取上,尽可能地做到全面而简明扼要,通俗易懂。

本书在编写中,参阅、借鉴并引用了很多专家、学者的相关专著、教材及案例素材,主要书目列于本书的参考文献中,特此说明,并表示诚挚的谢意!

本书在编写过程中,得到了北京农业职业学院经济管理系各位领导、同事的大力支持和帮助,在此表示诚挚的感谢!

尽管编者已做出极大的努力,但由于编者水平有限,书中难免存在欠妥和不足之处,恳请广大读者和同行批评指正。

编 者

2013 年 12 月

目 录

学习任务一 认识合作经济基本理论	(1)
学习目标	(1)
任务描述	(1)
案例导入	(1)
学习资料	(2)
任务训练	(9)
任务总结	(12)
思考题	(12)
学习任务二 农业生产合作社的规范化建设	(14)
学习目标	(14)
任务描述	(14)
案例导入	(14)
学习资料	(15)
任务训练	(16)
任务总结	(43)
思考题	(43)
学习任务三 农产品销售合作社的规范化建设	(44)
学习目标	(44)
任务描述	(44)
案例导入	(44)
学习资料	(46)
任务训练	(56)
任务总结	(58)
思考题	(58)
学习任务四 农业供给合作社的规范化建设	(59)
学习目标	(59)
任务描述	(59)
案例导入	(59)
学习资料	(60)
任务训练	(64)
任务总结	(66)
思考题	(66)

学习任务五 农业服务合作社的规范化建设	(67)
学习目标	(67)
任务描述	(67)
案例导入	(67)
学习资料	(68)
任务训练	(72)
任务总结	(74)
思考题	(74)
学习任务六 农业合作社的规范化经营管理	(75)
学习目标	(75)
任务描述	(75)
案例导入	(75)
学习资料	(77)
任务训练	(77)
任务总结	(106)
思考题	(106)
学习任务七 农业合作社的财务管理	(107)
学习目标	(107)
任务描述	(107)
案例导入	(107)
学习资料	(109)
任务训练	(120)
任务总结	(121)
思考题	(121)
附录一 中华人民共和国农民专业合作社法	(122)
附录二 农民专业合作社示范章程(全文)	(130)
附录三 农民专业合作社登记管理条例	(138)
附录四 我国农民专业合作社适用优惠政策	(142)
附录五 农民专业合作社财务会计制度(试行)	(145)
参考文献	(171)

学习任务一 认识合作经济基本理论

学习目标

1. 了解合作社的定义和分类方法。
2. 理解合作社的价值观念。
3. 掌握合作社的基本原则及对合作社核心原则的解释。

任务描述

子任务1 分析合作社的治理结构中控制决策权与经营决策权是如何行使的。

子任务2 分析合作社是如何遵循合作社的基本原则的。

案例导入

孟香果蔬专业合作社

河南焦作市下属的孟州市河雍办事处东田丈村,有1 080人,286户,6个村民小组,共有83.3公顷(1 250亩)耕地。2006年6月,在村双委(村委会和党支部)的指导下,组建孟香果蔬专业合作社,当时村中有30户入社。入社社员基本都入股,10元一股,总股金几万元。支部书记兼村委会主任入了700股(7 000元);双委委员、村务公开小组长任合作社理事长,入了500股(5 000元)。理事会共7人,监事会3人,村支书任监事长。该村以专业合作社作为土地流转的平台(主体)。全村83.3公顷耕地,大棚占地20~27公顷(300~400亩),果园占地40公顷(600亩),由合作社统一流转、统一建蔬菜大棚,再转给社员。现在该村已有200多户入社。

合作社为社员提供以下服务:

协调和组织贷款的还本付息。2007年社员从信用社贷款100多万元,合作社统一组织贷款户缴利息或还本金,组织严密,一户不落,全部还款或付息。由于建立了良好的信誉,信用社愿意给合作社贷款,2008年大棚户从信用社贷款近300万元(每户5万~10万元)。

投入品统一供应。从草帘到种子、化肥,直到一根钢丝,全部由合作社在市场上以批发价进货,再提供给社员。

提供技术服务。

提供销售服务,了解各大市场的信息。合作社与市场敲定价格,每天合作社公布收购价。合作社按照大棚地净面积向社员提取管理费,用于打井、修路、参观、架线和培训等。

合作社今后还想建蔬菜批发市场、冰厂、塑料泡沫厂、纸箱厂、拉膜厂等,争取把加工和流通的利润也留在社员手中。

学习资料

一、合作社的定义及价值观念

关于合作社的定义,一直以来国际合作运动中不同的合作学派有着不同的理论观点,直到国际合作社联盟在成立 100 周年的第 31 届代表大会上才对合作社作出权威性的定义。

合作社是人们自愿联合组成的自治性的协会,通过共同所有和民主控制的企业来满足其经济、社会和文化方面共同的需求和渴望。

在国际合作运动中,合作社不仅被认为是一种特殊的经济组织形式,而且也是不同哲学思想的反映。国际合作社联盟第 31 届代表大会指出,合作社价值观念的基点是自助、民主、平等、公平和团结;合作社成员相信诚实、公开性、社会责任感及关心他人等伦理价值观。

二、合作社的基本原则

1. 合作社的基本原则

合作社原则的雏形出现在罗奇代尔公平先锋社的社章中,罗奇代尔公平先锋社是 1844 年英格兰北部小镇罗奇代尔的 28 个织布工人创立的。

1860 年,罗奇代尔公平先锋社提出了 12 条合作社原则,这些原则大多成为 1921 年国际合作社联盟制定的规章的主要内容,并被 1937 年国际合作社联盟第 15 届代表大会认定为组织合作社的国际标准。

1966 年,国际合作社联盟又确认并部分修订了这些原则,将其扩展为 6 项,作为国际合作运动的指南。

1984 年,国际合作社联盟第 28 届代表大会再次确认了上述 6 项原则。这 6 项原则的主要内容是:

①社员资格开放;

②民主管理;

③资本报酬适度;

④盈余返还;

⑤合作社教育;

⑥合作社之间的合作。

1995 年 9 月,国际合作社联盟进一步修改了上述原则,重新确立了适应新形势的合作社的基本原则,包括 7 项:

第一,自愿与开放的社员资格。

合作社是自愿加入的组织,它向能利用其服务并承担社员责任的所有人开放,不允许有任何性别、社会、种族、政治或宗教的歧视。

第二,民主控制。

合作社是由社员控制的民主组织,社员积极参与制定政策和做出决策,选出的代表对全体社员负责。在基层合作社,社员有平等的投票权(一人一票),其他层次的合作社也以民主的方式组成。

第三,社员的经济参与。

社员对合作社的资本做出公平的贡献并加以民主的控制,资本至少有一部分是作为合作社的共同财产,社员对其为具备社员资格所认缴的资本最多只能得到有限的回报。社员盈余

的分配应用于下列部分或全部的目的:发展合作社(如设立公积金,其中至少有一部分是不可分割的);按社员与合作社之间交易额的比例返还给社员;支持社员同意的其他活动。

第四,自治和独立。

合作社是由其成员控制的自治和自助的组织,如果它们与其他组织(包括政府)达成协议或通过社外渠道筹措资本,社员的民主控制和合作社的自治原则不应由此受到损害。

第五,教育、培训和信息。

合作社为其社员、选出的代表、经理及雇员提供教育和培训,以使它们能有效地促进合作社的发展。合作社要使公众(尤其是青年和社会杰出人士)广泛了解合作的本质及其优越性。

第六,合作社之间的合作。

合作社要最有效地为其社员服务,并通过与地区、国家及国际的组织机构通力协作,加强合作运动。

第七,关心社区发展。

合作社根据社员批准的政策来促进其所在社区的持续发展。

2. 合作社的核心原则

从上述七个合作社的原则来看,合作社的所有权、控制权和受益权都属于合作社的社员。

①合作社的所有权属于合作社社员

合作社是由成员共同所有和民主控制的一种特殊的企业组织形式,是建立在确认与保障合作社社员个人的所有者权益基础上的社员联合所有的企业,合作社的最大特点是合作社的所有者也是合作社提供服务的使用者,即:合作社社员将所有者与使用者两种身份集于一身,由使用企业服务的合作社社员联合拥有该企业。

【知识链接】 合作社联合社

在市场经济全球化的冲击下,大多数企业竞相以策略联盟、兼并、重组等方式扩大经营规模,以提高市场竞争力,使自身不断发展壮大。对此,农民专业合作社也可以吸收的方式进行合并或者互相协作形成联合社,这样以联合社的形式实现合作社之间动态的分工与整合,借以取代扩大单体合作社的静态组织规模,利用合作社之间的合作来增强市场竞争力,这也是合作社生产经营的又一创举。(实例见本学习任务训练资料2)

【实例 1-1】

台州市黄岩院桥番茄合作社

♣**股权设置。**原来合作社股权集中在少数营销、种植大户手里,普通社员难以成为真正主人,利益难以保障。2004年底,合作社对股权设置实行“三个限制”、“两个按照”、“一个规定”:生产社员股金必须占有80%以上、单个社员的股金不超过20%,单个社员的表决权不超过20%;按照番茄种植面积、番茄提交量设定股金,每个社员必须认购股金,社员最少认购股金500元,最高2万元,设28股。一股一票表决权。进一步体现了合作社的群众性和互助合作性,有利于把社员的利益与合作社的利益紧密地结合起来,使社员从切身利益上关心合作社的发展,改变了过去社员无股份难以与合作社紧密结合起来的状况。既发挥了核心社员的积极性和作用,同时也防止“一股独大”,保障了普通社员的民主决策权力。

♣**利益分配。**合作社年终盈余,除按35%提取公积金、5%提取公益金后,60%作为社员

返还收入,充分体现了合作社“民受益”的原则。上级拨下的补助纳入公积金范畴,社员必须交足与其股金规模相适应的产品(如每亩交足2 000千克),未交足额的(除外部不可抗拒的因素外)按当年平均价计算,须交纳不足部分40%的合作社积累金或相应扣除认购股金,若全年未交产品,由理事会提出,经社员代表大会通过给予除名,确保社员履行交售产品的义务。

②合作社的控制权属于合作社社员

合作社基本原则中的民主控制原则,主要是指在基层合作社里投票权平等,这个原则既为防止合作社的决策权过分集中,由经济实力雄厚的社员所控制,又可以避免合作社决策不合理、风险承担不平等的现象发生,一般以一人一票为基础,另增添有上限限制的以交易额为比例的投票数。

【实例 1-2】

丽水市莲都区农副产品产销合作社

丽水市莲都区农副产品产销合作社成立于2000年6月,现有股东22人,社员320人。现有资产192万元。

股份设置。根据社员的能力状况把合作社社区分为3个层次:一是核心社员(主要股东5人),在社内占有较大股份;二是紧密型社员(17人),主要是经济实力较强,经营能力较强的社员,每人入股2 000元;三是联系型社员。

利益分配。对不同层次的股东实行不同的政策,核心社员与紧密型社员承担经营风险,年终分红;联系型社员不承担经营风险,按与合作社的蔬菜交易量,享受二次返利。合作社专门印制了产品交售登记卡,对社员每次交易的产品品种、数量进行详细登记,年终合作社统一计算后,专门安排30%以上的利润用于社员的二次返利。

运行机制。一是民主选举,实行一人一票制,合作社理事会和监事会成员都由社员民主选举产生。二是民主决策,每年召开一次全体社员大会,并且不定期召开社员代表大会,民主讨论和决策重大问题,使每个社员能充分发表各自的意见和建议。三是提高财务管理的民主程度,制定符合本社实际的、操作性强的财务管理制度,并定期实行财务公开,每年实行年度审计。四是修订完善各项管理制度,使各项工作都能有章可循。

社员的农产品基本上都出售给合作社,价格以当日的市场价计;如果当日市场价低于一定金额,合作社则以保护价收购。合作社的收购保护价不仅涵盖所有社员,而且对非社员出售的农产品也尽数收购。

【知识链接】 合作社的治理与管理

合作社的治理——合作社成员通过合作社成员大会或成员代表大会,民主选举出理事会及监事会来行使控制决策权。

合作社的管理——合作社聘任的专业经理通过领导专职经营管理人员来行使其经营决策权。

例如,在一个草莓销售合作社里,成员大会或成员代表大会是最高权力机构,成员或成员代表通过民主程序选举出理事会和监事会。其中:成员大会(成员代表大会)负责重大投资决策;理事会负责投资决策、不同合作社的合并、改变战略以及成员交售不同质量草莓的不同支付款、交售草莓的规则和利润的年终分配等与成员直接有关的事情,以上都属于合作社治理的

范畴。属于合作社管理范畴的包括受雇的经理决定企业的生产、雇员的工资、根据市场需求进行业务调整、销售方法的选择和与消费者的价格谈判等企业的日常经营。所有这些责任在合作社的章程中都有明确规定。

【知识链接】 合作社的“三会”制度

合作社的“三会”制度,包括成员大会、理事会、监事会。“三会”各自的职责、权限和互相之间的制衡关系如下:

成员大会——是合作社的最高权力机构,决定着组织发展的方向和一切重大事项,成员大会选举产生理事会和监事会。

理事会——是成员大会决策的具体执行机构,负责开展各项业务,处理组织在运转过程中出现的各种具体事务。

监事会——是监督机构,职责包括监督理事会执行成员大会的决策;当理事会因故不能行使职责时,监事会有权暂时代行其职责,并尽快主持召开成员大会,选举产生新的理事会等。

【实例 1-3】

临海市上盘西兰花合作社的运行机制

临海市上盘西兰花专业合作社于 2002 年 6 月成立,是我国最大的无公害西兰花生产基地,产品销往日本、新加坡、中国香港等地。

运行机制:经社员大会选举产生理事会、监事会,下设三部一室,即市场开拓部、科技服务部、食品加工部、办公室。该社由 12 个加工企业、4 个运销大户和 834 户种植农户实行双向选择,产生 16 个分社,各分社以各自的种植田地划分作业区,实行以销定产,形成种植、销售、加工为一体的产业链。

【实例 1-4】

西安郊区某辣椒合作社的运行机制

西安郊区某辣椒合作社实行社员代表大会制,每村每百户社员选 2 名社员代表,共有 40 余名社员代表。经社员代表大会选举产生理事会,理事会由 7 人组成,4 名农户、3 名公司成员。理事会的职权范围是,决定经营机构的设立与调整、经营人员的聘用、经营业务方案、大额费用开支、资产购置与处理等。

合作社下设物资经营部、商品购销服务部以及社员股金服务部,其中,物资经营部的主要职责是按照成本价向社员提供化肥、农膜等农用物资;商品购销服务部负责帮助社员联系客户并统一进行广告宣传;社员股金服务部负责社员股金的吸收、使用、管理与核算等业务。为了更好地服务社员,规范合作社的管理,由社员代表大会修订并通过了《合作社管理制度》,包括“经营管理制度”、“物资经营管理制度”、“商品购销管理制度”、“社员股金管理制度”、“财务管理制度”、“分配制度”、“议事决策制度”和“经营服务部管理制度”等。除此之外,还在村一级设立了 8 个综合服务部。

③合作社的受益权属于合作社社员

这里有 4 个名词紧密联系在一起:服务、贡献、交易(交易额)和合作社。首先是服务,社员加入合作社的首要目的与厂商投资企业不同,合作社社员不是为了使自己的股本增值、谋求自

已投资收益的最大化,而是通过入社来使用合作社的服务,如通过合作社购买生产资料、销售农产品、获取贷款、在合作社中劳动等。其次是贡献,虽然从合作社社员的角度来看,合作社是在为社员提供服务,但是从合作社的角度来看,合作社社员使用合作社的服务就是为合作社做贡献,因为,合作社社员使用合作社的服务越多,就说明社员对合作社的需求越大,合作社越有其存在的价值;否则,说明社员对合作社的需求越小;如果不使用合作社的服务,则说明社员可通过自助或其他渠道完成自己产品的交易,合作社则无存续的必要,这说明合作社社员通过使用合作社的服务为合作社作出贡献。第三是交易(交易额)和合作社,合作社为社员提供的服务和社员为合作社做贡献实际上是同一个事情的两个方面,即服务与贡献统一在合作社与社员的交易中,社员使用合作社的服务越多,说明二者的交易额越多,否则,交易额越少。显然,合作社是提供交易的载体。因为合作社的经营需要依赖合作社与社员之间的交易,交易额即是合作社赖以存续的衡量指标,也是社员对合作社贡献的准确计量,所以,合作社要按交易额对社员实行盈返还余,合作社的受益权属于合作社社员。

【实例 1-5】

山东莱阳市宏达果蔬加工合作社

山东莱阳市宏达果蔬加工合作社是由宏达食品有限公司联合 283 户种植大户组建而成的,目前社员已发展到 583 户。合作社供应给宏达食品有限公司的原料占该公司需求量的 90%。1998 年,宏达食品有限公司从利润中拿出 82 万余元返还给合作社,其中 63 万余元用于社员分红,具体分配是:每户的资格股(1 000 元)按 10% 的利率共分走 5.83 万元,余下的 57 万余元则按交易额返还。1997 年返还最多的社员(某甲)获 17 751 元,1998 年返还最多的社员(某甲)获 18 667 元。根据全国供销合作总社的调查,“2001 年,公司拿出利润 72 万元返还合作社,合作社对社员按股金分红 8.24 万元,按照社员农资购买量和产品销售量返还社员 41 万元,最多的一户返还利润 1.8 万元”。

山东莱阳宏达果蔬加工合作社的分配方式是较规范的合作社的分配方式,按照经典理论和发达国家农村合作社的实践,在这类合作社中,资本报酬有限,剩余主要按社员(惠顾者)的贡献(交易额)返还给社员。

【知识链接】 惠顾额与惠顾者

惠顾额——合作社社员与合作社之间的交易额也叫惠顾额。

惠顾者——指那些符合条件并被批准按其与合作社的交易额的比例获取惠顾返还金的顾客。对于合作社来说,顾客就是使用及享受合作社服务的人,包括惠顾者与非惠顾者。其中,非惠顾者是指一些不定期的、临时性的顾客(图 1-1)。在合作社的惠顾者中,由于某些条件的限制,如许多与农业有关的合作社要求社员必

须是农业生产者,或者即使是农业生产者也不一定被批准入社,使得合作社的惠顾者中存在着非合作社社员。例如,在一个农用生产资料供给合作社中,一些顾客定期向该社购买化肥、种子等商品,他们符合条件,可作为惠顾者获取惠顾返还金,但他们不是农业生产者,因而不具备社员身份。另据美国 1980 年的调查表明,在美国的农场主中,只有 40% 的农场主为合作社社

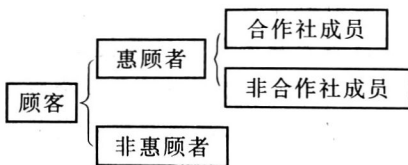


图 1-1 合作社顾客分类

员,另有16%的农场主作为非社员的惠顾者使用合作社的服务。

【知识链接】 合作社社员(顾客)与其他类型企业的顾客的区别

合作社社员——集多种角色于一身,不仅是顾客中的惠顾者,还是所有者,更是控制者。当合作社的最终利润通过各种形式返还给所有者时,也就是返还给了惠顾者。

惠顾者:合作社的社员作为顾客中的惠顾者不但以相对优惠的价格从合作社中购买投入品、获得贷款、以较有利的价格销售个人的农产品,还能按照使用合作社服务的数量获得惠顾返还金、分享合作社的净收益。

所有者:合作社社员作为所有者向合作社投资,形成合作社的原始资本。合作社社员投资方式有直接投资和间接投资,直接投资包括按照合作社的要求购买身份股股金,缴纳入社费、会费,购买投资股等;间接投资包括在社员从合作社获得的交易返还金(如批零差价)中扣除一定比例作为投资。

控制者:合作社的社员作为控制者参与制定和修改合作社章程,选举社员代表大会代表、理事会和监事会成员,决定合作社的筹资方式,审批合作社的合并和解散等诸事项,讨论通过本年度的经营报告、财务报告、分配方案以及下年度的经营计划等合作社的各项重大决策。

其他类型企业的顾客——顾客通过在市场体系中与企业的购销关系影响企业,但是没有正式的控制权。

【知识链接】 合作社社员的股份与一般股份有限公司的股份的区别

第一,一般来说,任何人只要能购买1股以上的普通股,即可成为股份有限公司的股东,股份购买额通常没有限制;而在合作社中,只有社员才能购买股份,成为股东,许多合作社对社员认股有最高额的限制,主要是防止少数人利用资本的力量来操纵合作社的业务活动。

第二,股份有限公司的股份红利没有任何限制;而合作社股份资本的红利受到严格限制,股份红利占纯收入的比例很小,有些合作社根本不支付股份红利。

第三,股份有限公司的股份可通过谈判或股票在市场上的买卖而自由转移其所有权;而合作社的资产转移受到高度限制,许多合作社对成员股份的转移有明确的规定,目的是把合作社的资产所有权限制在合格的社员——惠顾者手中。

第四,股份有限公司的控制权是按拥有股票的份额来决定的,一股一票;而大多数合作社的控制权则由成员掌握,不论拥有股份多少,一人一票,即使有些合作社在一人一票的基础上另增添以交易额比例为比例的投票数,但增加的票数亦有上限限制。

第五,股份有限公司中的股东与服务对象往往是分离的,而在合作社中这二者是统一的。

三、合作社的分类

合作社的分类依据不同,分类结果也不同。

1. 合作社按功能不同可分为生产合作社和服务合作社两大类。其中,服务合作社包括产品销售、生产资料供给、消费及共享服务(住房、信贷、保险、公用事业)合作社等。生产合作社主要是指工业和农业生产合作社。从这种分类方法的分类结果来看,除了少量的生产合作社外,所有其他类型的合作社都是服务合作社。

2. 合作社按领办人不同可分为农民自发创办型合作社、农技推广及服务部门牵头领办型合作社、基层科技部门或科技协会牵头领办型合作社、龙头企业带动型合作社、(乡镇政府或村

组织等)政府牵头型合作社、供销合作社牵头领办型合作社、国际组织牵头领办型合作社等。

3. 按合作社的活动领域及功能不同可分为农业合作社、共享服务合作社、消费合作社、手工业合作社等,其中,农业合作社又分为农业生产合作社、农产品销售合作社、农业供给合作社和农业服务合作社,农业服务合作社包括农业信贷、农业保险、专业服务和公用事业服务合作社(图 1-2)。

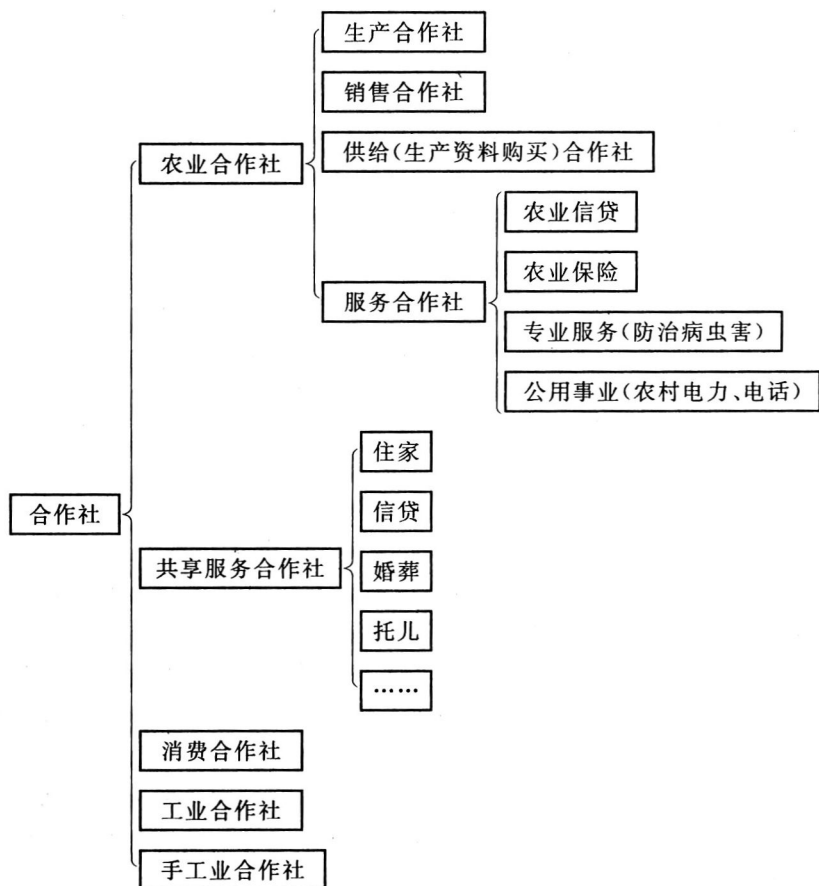


图 1-2 合作社的类型

本书是按照合作社的活动领域及功能不同的分类方法编排的。

四、合作社产生的基本条件

绝大多数合作社是经济实体,作为经济实体,合作社对内不以营利为目标,宗旨是为其成员提供服务——提供消费者服务(零售商品、金融服务、医疗、住房等)或是生产者服务(农产品销售、工业和手工业生产等)。

合作社产生的基本条件是存在着一个消费者或生产者群体,而且他们都有着以下共性问题,促使了合作社的产生。

1. 对某(些)项的消费服务或生产经营服务有着相同的需求,而这些服务依靠消费者或生产者自己投资(包括物资资本和社会资本)是无力解决的,或至少个人投资解决很不经济、不合算。

2. 消费者或生产者有着联合起来共同解决上述消费或生产经营中的“公共服务”问题和

消除消费或生产障碍的愿望。

3. 消费者或生产者的对“公共服务”的需求除了通过合作社自助解决以外往往别无选择,即当人们的经济和社会需求从其他渠道得不到满足时才建立合作社,因为其他私人组织或公共部门不愿意或无能力提供这些服务项目。

【知识链接】 国外农产品供应市场中合作社的市场份额

据不完全统计,到20世纪90年代中期,在欧洲的农产品市场上,农业合作社平均占据了60%的份额。其中,在欧盟许多国家(如丹麦、爱尔兰、奥地利、芬兰、瑞典、英国等),农业合作社几乎垄断了全部奶制品的国内供应市场;在美国,近3000家农产品营销合作社主要产品的市场份额分别是:奶制品占85%,棉花占35%,谷物和花生占42%,水果蔬菜占21%;在亚洲,日本95%的大米和小麦、90%的渔产品、74%的水果、51%的蔬菜等是通过农协进行销售的;印度市场的奶制品主要由合作社提供,25%的种子也是在合作社企业中加工;在拉丁美洲,巴西50%以上的牛奶、17%的蔬菜、29%的大豆、28%的咖啡以及40%的棉花由合作社经销和供应;阿根廷合作社经销的茶叶占全国产量的45%,粮食、奶制品加工占35%,加工的大米和葡萄酒分别占全国的30%和20%。

任务训练

【训练资料1】

井研县哈哥兔业合作社

♣合作社的基本情况

井研县哈哥兔业合作社成立于2003年1月,由井研县哈哥兔业企业发起,联合养兔农户、兔产业加工企业和兔业技术人员成立的。该合作社于2007年7月在工商局注册为农民专业合作社组织。截至2009年,该合作社覆盖四川省5市16县,有98个分社,9580户社员。合作社现有总资产4000万元,其中固定资产2000万元,流动资产2000万元,其资金主要来源于哈哥公司,每年公司都会提取利润的10%用于合作社的发展基金。2008年合作社年出栏商品兔600万只,占井研县出栏商品肉兔总量的90%,实现销售收入1.5亿元,社员户均养兔收入15000元。

♣合作社的运行机制

井研县哈哥兔业合作社按照合作社章程的规定,建立了一整套合作社管理规章制度,对合作社生产、经营、服务、技术指导、营销等都有具体的规定。按照章程规定,养兔农户加入合作社需缴纳社员股金,兔农以种兔“两公十八母”20只折价500元为一股,兔业加工企业以设备厂房折价入股,技术人员以技术入股。合作社还成立了合作社管理机构,选举了合作社社长1人,副社长2人,理事会12人,监事会9人,社员代表700人。合作社下设98个分社,各分社作为合作社的办事机构联系农户。合作社的理事会和监事会相互独立,重大决策、利润分配方式等由理事会决定,接受监事会的监督,并交由社员代表大会通过。合作社理事会和监事会每年召开5~6次会议,而社员代表大会则召开1次,平均每次有300人参加。合作社内部还设置了技术服务部、营销部、财务部和兔子医院等职能部门,其中技术服务部有6人,负责选种;兔子医院有8人,负责病疫的防治;信息中心有3人,负责技术培训、良种推广。

合作社实行了规范化运作,对社员户实施“1234助农增收工程”,即一个中心、两个依托、

三个服务、四个统一。

一个中心：

以为广大养兔农民服好务，帮助兔农增收致富为中心。

两个依托：

依托井研县已经建成投产的四川省农业产业化经营重点龙头企业——四川省哈哥兔业有限公司，并吸收其加入合作社，多层次壮大合作社实力，把合作社社员作为加工厂“第一车间”的成员，以加工龙头企业的强大经济实力，扶持带动养兔农户。

依托科技创新作为兔业发展的切入点，合作社积极同省内“两所两校”（四川省畜牧科学研究院兔业研究所、四川省草原研究所、四川农业大学和成都大学食品工程学院）合作，将合作社的兔业基地作为科研单位的产、学、研基地，请专家为合作社进行技术培训，每年请有关专家根据不同层次的养殖户需求开展技术培训 50 期，每次培训养兔农民 300 多人次，培训内容涉及饲草种植、良种兔繁育、养殖、疫病防治、标准化养殖、绿色食品规程等兔农需要的相关技术，非常受兔农欢迎。

三个服务：

技术服务，合作社技术服务部以及兔子医院共有专业技术人员 14 人，同县、乡畜牧兽医技术人员共同联手，建建成较完善的技术服务网络，技术人员经常上门为兔农解决日常性技术难题，免费举办技术培训班，发放技术资料 82 000 多份。

信息服务，合作社对兔农免费提供各种市场、技术、价格、引种、防疫等信息，除在各分社张贴、发布外，还在县电视台、广播中轮番滚动发布，使兔农随时掌握各种所需信息。

防疫服务，合作社组建的兔子医院，重点担负对全县兔农的防病治病服务指导，指导农民根据季节，针对不同区域和疫情开展防疫工作，建立有效防疫体系，值班电话 24 小时服务，随叫随到，均是无偿服务。兔子医院三年来为兔农配送药品药械 12 500 多件，开展全县大型疫病防疫服务 28 次。

四个统一：

统一选品种，合作社为防止良种老化退化，不断通过四川省兔业研究所引进新品种供应兔农，几年来引进优良品种齐兴、齐卡、比利时、加利福尼亚优良种兔 22 000 多只，提高了良种繁育水平。

统一饲养规程，合作社同龙头加工企业签订绿色食品良种兔供应合同，在全县建立了绿色食品基地 5 个，共 3 000 亩，并已通过国家认证；建立“公司+科技示范园+农户”的示范养殖基地 76 个，组织社员开展标准化、规范化、规模化饲养，并以加工厂绿色食品种草、养殖规范为标准，统一实行标准化饲养，既提高兔农技术水平，又确保加工厂原料的安全性。

统一物资配送，合作社零利润为兔农服务，统一购置配送兔笼兔舍物资、养兔用具和标准化养兔饲料，几年来合作社组织配送兔笼兔舍用品物资 21 600 多件，工用具 13 500 件，养兔专用饲料 3 860 多吨，为兔农节约成本 60 多万元。

统一合同收购，合作社同加工龙头企业签订商品兔收购合同，由各兔业合作分社同社员签订合同。合作社还向加工厂争取各项优惠政策，如实行“保护价收购”、“二次返利”，保证了社员的切身利益，调动了广大兔农养兔积极性。以 2009 年为例，合作社的保护价是 7.5 元/只，年终对社员按照 0.12 元/只对成员进行二次返利，返利总额 230 万元。

【训练资料 2】

井研县联合水果专业合作社

♣合作社的基本情况

井研县联合水果专业合作社成立于 2008 年 5 月,在工商局登记注册为农民专业合作社组织,注册资本 6 300 元。2006—2008 年,井研县的柑橘销售困难,原因是柑橘生产合作社不了解市场,柑橘营销合作社不负责生产,合作社的经营不能适应市场的变化,致使柑橘的价格在 2007 年低至 0.2 元/千克,不足以支付种植成本,因此出现了农民大量砍树的情况。2008 年,由强龙营销合作社牵头,当地 8 家生产合作社和 3 家营销合作社成立了井研县联合水果专业合作社。2009 年,合作社有 38 000 亩果园,覆盖了 3 个县的 33 个乡镇,吸收了 1 680 名社员户。目前合作社的总资产为 52 万元。合作社的经营范围包括水果种植、销售、运输、贮藏以及在水果种植、经营有关的技术、信息服务。2008 年,合作社申请了中国南方联合水果的商标,并通过无公害农产品认证。

♣合作社的运行机制

联合社以合作社为单位进行管理,每两年每个合作社需缴纳 200 元的会费。联合社的管理人员有 7 人,分别是 7 家营销生产合作社派出的代表,另外 4 家纯生产合作社没有参与管理。合作社的理事会有 5 人,监事会 2 人。在理事会和监事会的领导下,联合社设立了生产、营销和财务部门。由于营销合作社的成员基本都是供销社的下岗职工,掌握了供销社的市场网络,因此他们在开拓联系市场方面有着强大的能力。营销合作社搜集市场信息并反馈给联合社,联合社再制订生产计划,根据各合作社的特点指导种植特定的水果,基本规划一社一品,再由营销合作社进行销售。合作社还吸纳了 8 位稳定客户作为社员,可以为合作社提供市场信息,同时保障了联合社水果的销售。联合社没有经营收入,各合作社实行独立核算,总社技术服务等方面的支出由各合作社分摊,经营利润由负责销售的营销户获得。

联合社的经营方针为:产前生产技术紧密联合,产后运销松散联合,信息市场共享。联合社在产前为社员户联系种苗厂家,并以低于市场价 10% 的价格卖给农户。在生产中,联合社安排技术人员根据不同季节安排不同的培训内容在田间为农户进行技术培训,平均一年举办 8 次技术培训,每次到会 300~400 人;合作社还组织了 10 人的机防队,以 10 台机动喷雾器为果树喷洒农药。联合社有 9 000 亩的核心示范基地,以订单的方式与基地农户确立了十分紧密的合作关系,基地的社员必须通过联合社销售水果。而对于一般的社员,联合社的约束力要弱一些,农户可自愿选择销售渠道。2009 年,联合社生产的水果中有 70% 是通过联合社的网络销售的。联合社共有 30 名营销户,分别负责 11 个合作社的柑橘收购,其收购价格一般高于市场 0.02~0.04 元/千克,营销户还需负责联系市场、运输、销售等,并提取部分营销利润。

总结:营销合作社与生产合作社组成联合社后,以不同人力资源禀赋结成的合作社使得异质性的社员互通有无,避免了生产和销售的盲目性,从而解决了井研县柑橘销售难的问题,成功地实现了生产与市场的对接,使生产合作社、营销合作社和社员的利益都得到了保障。

【训练资料 3】

黑龙江省黑河地区某村土地合作社

黑龙江省黑河地区某村土地合作经营促进了农村社区的建设并降低了社区管理成本。某村农户加入到合作经营之中后,一个明显的变化是村里在土地管理、合同纠纷等方面的矛盾减