

# 桂西大石山区农民专业合作社可持续发展路径 ——基于大化县的案例研究

广西河池市大化瑶族自治县种子管理站 章翠玲

**摘要：**大石山区是我国脱贫攻坚重点地区，也是乡村振兴战略实施难点区域。通过农民专业合作社（简称合作社）引领农村资源整合。大化瑶族自治县（简称大化县）是典型大石山区，在脱贫攻坚中，采取诸多措施，促进合作社发展，推动农业规模化、集约化、市场化发展，取得显著成效。但特殊自然环境，对合作社可持续发展造成深层制约。合作社本身运营，受劳动者素质、管理制度、品牌意识等影响，要实现合作社可持续发展，需要不断夯实当地经济社会发展与市场运行基础，引导走品牌化经营道路，开展线上线下协同打通产业链。

**关键词：**农民专业合作社；可持续发展；对策

## 一、大石山区合作社发展对乡村振兴意义

乡村振兴目标的实现，要立足农村、农民自身的发展，以新型农业经营体系构建为重要抓手，促进农业现代化。尤其“要突出抓好农民专业合作社和家庭农场两类农业经营主体发展，不断提高农业经营效率”。在桂西大石山区，由于二三产业基础薄弱，城镇化水平低，绝大部分人口居住在农村，农业经营小而散的状况，使得这一片区域农业长期处于比较落后的状态。桂西山区过去成为深度贫困区域，便与此有关。在新时期，广西壮族自治区政府提出，要“跑好脱贫攻坚和乡村振兴‘接力赛’，把‘三农’工作的重心转移到乡村振兴上来”。要“加快农村产业融合，推动农产品全产业链和规模化优质化品牌化发展。力推乡村振兴，促进农业高质高效”。做好脱贫攻坚和乡村振兴的有效衔接，促进农业高质高效，通过农业合作社，引导农村土地、劳动力、资本集聚，发展市场导向的现代高效农业为突破口。

## 二、大化县农民专业合作社发展状况

大化县位于广西中部偏西北红水河中游。全县幅员面积 2716 平方千米，辖 12 个乡、4 个镇，155 个行政村、5 个社区，4051 个村民小组。2014 年，通过精准识别，全县建档立卡贫困人口 29814 户，贫困村 92 个，是广西 4 个极度贫困县之一，也是国家挂牌督战县。县委县人民政府举全县之力，经过多年精准扶贫，终于在 2020 年 12 月打赢了脱贫攻坚战，按时退出了贫困序列，实现整县脱贫。由于当地自然条件极为恶劣，基础设施滞后，农业发展的内生动力不足。传统种植养殖业，大多仍奉行小农户经营，规模小、效益低、抗风险能力弱，无法走出县域市场，实现高质高效。特别是国家启动脱贫攻坚战略以来，为加快农业发展，助力群众脱贫，采取了许多有力措施。其中以新型农业经营主体培育，带动更多农户参与，打造高质高效农业产业链。据不完全统计，大化县在工商部门注册的农民专业合作社共 649 个，注册资金超过 12 亿元。这其中在脱贫攻坚阶段认定的 92 个贫困村注册有 552 家合作社，贫困村合作社覆盖率 85%。每年有 2000 多名来自全县各乡镇的合作社工作人员，接受新型职业农民的集中培训。多户合作联建、共同管理轮值联养（种）、效益分配联享的新型农业合作社运行机制，以确保合作社高效运作，保障合作社及其成员合法权益。在政府、企业、村集体等组织共同推动下，由合作社为中间纽带，上联龙头企业，下聚各村屯村民、土地、资源和资金，极大促进了农业生产的现代化和市场化。目前，在油茶、水果、桑蚕、药材、蔬菜等种植业，淡水鱼、山羊、生猪等养殖业领域，都涌现了一批具有较高管理水平。其中，自治区农民合作社示范

社 3 家，市级农民合作社示范社 7 家、县级示范园 9 家、乡级示范点 52 家、村级示范点 207 家共 278 家。98% 贫困户享受了产业扶贫政策，为巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接打下了坚实的基础。

## 三、合作社经营管理者 and 社员文化与市场意识不足

贫困大石山区农民文化素质低，缺乏合作意识。加上农村青壮年大量外出，留守农村的大多是老龄化农民，缺乏技术、不善管理、市场经济意识差，没有专业合作社的概念，更没有专业管理人力资源。据统计，在现有的合作社组织中经营主体大概分为四种：一是当地村干部、种养大户及村内能人。大部分创办多为自己经营需要而成立，缺乏开拓创新意识，对市场经济法律认识不足，合作社没有长远规划和具体设想，缺乏组织管理和统筹协调能力；二是“非农民自发创办”，这类合作社创办者认为，农民专业合作社是政府要求创办，是为应付上级某项扶贫项目而设立，不是真正为民办实事，所以，抱着“争取项目资金”“捞一把就走”的思维而创办；三是以公司股东为主，再联合当地农民而成立。其目的是为申请农业产业奖补，合作社生产发展依赖政府扶持资金维持，自身发展动力不足；四是“空号合作社”，部分创办者认为，合作社“成立不花钱，运行无监管”，恰逢时机创办一个农民专业合作社，将来可以申请或享受政府相关部门的优惠政策或奖补，于是注册了“空壳”合作社，挂了一块牌子，流于形式。

### （一）合作社经营产品档次低、品牌意识淡薄

农民对农产品没有品牌意识，生产上只追求产量而不重视质量，粗放经营管理，加上设备落后，技术低，农产品上不了档次，缺乏“专、精、特、新”的特色农产品和品牌产品，农产品附加值低。产品销售渠道除了对接帮扶企业外，并没有建立更多的销售渠道，缺乏懂市场、会运营的人才，没有电商意识。产业发展仍然局限于源头生产的初始阶段，缺乏加工后续环节。如古河乡四联村、贡川乡龙眼村、都阳镇忠武村等等水果种植专业合作社是他们村的主要产业之一，由于没有建立很好的销售渠道，到了农产品丰收季节，大量农产品堆积于基地，销路不顺畅，过了销售季节又卖不了价钱的尴尬局面。加上合作社内部管理机制不灵活，龙头企业带动力弱，导致本该具有市场竞争优势的产品没有赢得预期的市场空间，得不到市场认可。

### （二）合作社内部管理运营制度不健全

大化县现有的农民专业合作社大部分制定有章程、有制度，但是，普遍存在运行不规范、经营决策不透明，章程和制度流于形式的问题；其次，财务管理不够规范。许

多农民专业合作社没有开展财务核算工作,有的农民专业合作社没有规范的记账簿和记账凭证,利益分配不公开,合作社与成员之间只变成单纯的买卖关系,缺乏凝聚力。据统计,目前大化县合作社中,能正常稳定运营的只有295个,不到总数的一半;季节性运行有158个,还有196个专业合作社处于瘫痪或半瘫痪或“空壳”状态,合作社规模小、内部组织结构混乱、规章制度不健全,经营效益差。

#### 四、促进大化农民专业合作社可持续发展的对策建议

针对以上问题,为进一步提升农民专业合作社的能力,助力乡村振兴,建议贫困石山区通过以下工作方式改善农民专业合作社的工作,使之健康有序发展。

##### (一) 夯实合作社发展的社会服务基础

发展农民专业合作社,人文条件等实际出发、认真审视县情、乡情、村情和当地农民的迫切需要,借助乡村振兴战略布置,加快乡村道路建设,做好土地平整,加快土地流转,合理规划农业产业发展,建立完善农田基础设施建设,建立完善的“三农”服务体系,建立适合贫困大山区县乡村消费习惯的现代化“农贸大市场”;政府搭台合作社唱戏,依靠政府的力量对外寻求合作,实现适合山区发展的“农超对接”模式。建议基层政府组建农民专业合作社专业信息网站,为合作社提供政策指导、市场信息、产品发布、咨询答疑等全方位的网络服务,提高当地农民合作社建设工作的信息化和规范化水平。

##### (二) 加强新型职业农民培训

实施乡村振兴战略,农民是主体,人才是关键,需要努力培育造就爱农业、懂技术、善经营的新型职业农民。通过“阳光工程”“新型职业农民培训”“基层农技推广”“电商进农村”等项目的实施,加强对农民专业合作社经济基本知识普及推广,培养合作意识,引导农民参与合作;以网络视频形式,加强对合作社带头人、基层干部和业务指导人员进行市场营销、经济管理及法律道德方面的培训,造就一批骨干队伍,发挥能人的聪明才智,带领群众共同致富;严格按照《农民专业合作社法》要求,及时梳理规范各类农民专业合作社。坚持“民办、民营、民受益”的原则,推动合作社实现“自主决策、自主经营、自我管理、自负盈亏”,让社员充分享受合作利益。完善内部管理制度,特别是财务制度和收益分配制度的建设,理顺利益分配关系,推动合作社管理的规范化、制度化,促使内部成员能够按照合作社章程办事,自觉履行相应义务,提高合作社经营管理水平。

##### (三) 加大对合作社政策帮扶与服务力度

进一步加大政策扶持力度,采取直接补助、以奖代补、贷款贴息、风险金补贴等方式,逐年增加政府扶持资金规模,支持农民专业合作社开展基地建设营销体系建设、农产品冷链物流建设、加工储运设施设备建设,全面提升农民专业合作社的综合实力;健全政策性保险制度,将优势特色产品纳入政策性农业保险品种范围,进一步提高政策性农业保险服务现代农业发展的能力;加大信贷支持力度,采取贷款额度授信、产品和销售合同抵押等形式,解决农民专业合作社无抵押物贷款难的问题,逐步缓解农民专业合作社季节性资金需求;明确农民专业合作社成员之间的产权,将国家财政直接补助资金和他人捐赠形成的财产,以及从当年盈余中提取的公积金,依法按照章程规定量化为每个成员的份额,记入成员账户,做到独立核算,产权、职责明晰;整合在农业产业化、农业综合开发、农田水利建设、农业技术推广等方面的项目,以专业

合作社为载体来落实项目和扶持资金,发改、财政、自然资源、农业、供销等部门形成合力助推乡村振兴发展。农业主管部门牵头抓好对合作社各项业务工作的技术指导;行政综合执法部门要认真履行职责,加强监督,督促各项法律法规的落实;政府部门要组织力量,对农民专业合作社注册登记行为、规范运作情况、项目实施情况以及政府扶持农民专业合作社发展的专项资金使用情况进行审计监督,确保扶持政策落到实处,促进农民专业合作社健康发展。指导农民专业合作社严格按照相关法律法规和章程规定,健全民主管理制度,防止人为操控,提高防风险能力,维护成员共同利益。

##### (四) 实施品牌战略,提高经营效益

品牌是合作社的生命,是合作社创造效益的保障。实施品牌战略,培育品牌知名度,产品认可度,要根据大化县的气候、土质、地理环境、人文等条件,认真审视县情、乡(镇)情、村情,凭借优越的生态环境发展生态农业,按照“宜种则种、宜养则养、宜游则游”的工作思路,从开发现代农业示范基地建设,到对当地主要优势品种进行提纯复壮,开发新品牌,打造符合当地生态特点的农产品,坚持“一村一品”“一村多品”的发展规划,精心谋划产业项目,坚持长短结合、以长补短,在发展好现有种植养殖业的基础上,优先选择发展适合多数贫困户的产业。因地制宜打造特色品牌,加大品牌宣传推介、市场衔接,探索了一条生态优先、三产融合发展的振兴之路,以“自治区生态县”“中国长寿特色美食之乡”之名和2017年获得“中国绿色食材基地”国字号金字招牌的名称,对接“大市场”,围绕“高、果、游、园”发展战略,聚焦县级“5+2”、村级“3+1”特色产业,突出打造生态牌、绿色牌、富硒牌,培育“七百弄鸡、七百弄羊”“北景大头鱼”“龙口富硒大米”“岩滩红皮花生”、高山“白玉薯”“早藕粉丝”“都阳大甲粳”等,加强品牌建设,树立品牌战略意识,开展无公害产品、绿色食品、有机食品生产基地和地理标志产品等相关认证和商标申请注册,培植品牌产品,提高市场竞争力。从而提高大化县农民专业合作社的整体市场竞争实力,解决产业发展的后续能力。

#### 五、结束语

总之,贫困大石山区农民专业合作社组织的发展仍处于初级阶段,存在问题、缺陷和提升的空间并存。因此,我们应该按照“政府扶持建设,鼓励社会捐助,农民组织自我管理,市场运作发展”的要求建立和发展高水平的农民专业合作社,使其在创建主导产业、特色产业和创名牌等方面发挥龙头带动作用,逐步提高农产品的市场竞争力,从根本上解决“三农”增收难题,助推乡村振兴战略。

##### 参考文献:

- [1]王斌文.贫困地区农民专业合作社发展存在的问题及建议[J].农业科技与信息,2019年11期.
- [2]王永厅.西南喀斯特地区贫困成因及对策分析一以贵州为例[J].贵州大学学报(社会科学版),2018(02):93-98.
- [3]李延,旷爱萍.乡村振兴战略下对贫困村产业发展的思考一基于广西北色市贫困村产业发展调查[J].农村经济与科技,2018,29(13):136-139.
- [4]张新胜,杨力耕,孔泉.深度贫困地区农民专业合作社金融支持问题研究[J].当代农村财经,2018(7):59-63.
- [5]刘刚,张晓林.农民专业合作社的规模、治理机制与农产品质量安全控制一基于集体行动理论的视角[D].农业现代化研究,2016.37(5):926-931.