
重庆农业社会化服务体系建设的对策研究

刘贤双¹ 阎应红 杨 德

(重庆市农业科学院, 401329; 重庆金穗种业有限责任公司, 400060)

【摘要】:剖析重庆市农业社会化服务体系的现状、存在的问题和农民对农业社会化服务的需求,提出创建和完善重庆市农业社会化服务体系建设的五点建议。

【关键词】:农业;社会化服务体系;对策;重庆

农业社会化服务是由社会服务机构或个人为农民提供产前、产中和产后的全过程综合配套服务。它包括劳务服务、农业信息服务、生产技术服务、素质教育服务以及各种专项服务等,而由这些服务机构或个人彼此联接的网络就称为农业社会化服务体系。

当前,我国农业正处于计划经济向市场经济转变、传统农业向现代农业转变的时期。这一时期既是经济社会发展的重要战略机遇期,也是各类社会矛盾的凸显期。我们面临工业反哺农业、城市支持农村的有利条件,同时又面临新旧体制交替、市场竞争激烈和农民需求增加的严峻挑战。在新的宏观发展背景下,要推进社会主义新农村建设,加快发展现代农业,农业社会化服务体系的建设显得尤为重要。为此,本文对重庆市农业社会化服务体系的现状、存在的问题和农民对农业社会化服务的需求进行剖析,提出创建和完善重庆市农业社会化服务体系建设的几点建议。

1 现状

目前,重庆市共有农业社会化服务组织 44000 个左右,从业人员近 21 万人。农业社会化服务组织已由原来单一的国营供销合作社和基层推广组织发展到国家、集体和个体多种所有制并存的 10 类组织,即基层农技推广服务组织、农资经营性服务组织、农业机械药械经营性服务组织、畜牧饲料经营组织、农业科技园区、农业科技示范场、农业龙头企业、农业及供销系统专业合作组织、涉农专业技术协会以及其它为农服务组织。其中以农资经营性服务组织规模最大,畜牧饲料经营组织次之,再次为农业及供销系统专业合作组织,分别占重庆市农业社会化服务组织的 35%、25.2%和 19.1%。重庆市农业社会化服务组织仍以传统农业服务组织为主导,组织建设滞后,各服务组织间竞争无序,无论是自身实力还是服务功能都不强,不能适应现代农业的发展需要。

2 存在的问题

2.1 农技推广队伍结构不合理,培训工作严重滞后

据调查,重庆市农技推广队伍人员结构极不合理,乡(镇)一级最为明显。具体表现在以下几方面。(1)学历结构不合理,大专以下或无学历者占 66.7%;(2)职称结构不合理,技术员及无技术人员占 90.7%;(3)专业结构不合理,非专业人员比重过大,高初中以下无专业知识的人员占 49%。另据调查,重庆市大部份区县多年以来没有对农技人员开展过专门的农技培训,乡(镇)一级

¹**作者简介**:刘贤双(1958-),男,重庆秀山人,硕士研究生,高级农艺师,中国农业技术推广协会高新技术专业委员会副理事长,重庆市农业科学院副院级干部,重庆金穗种业有限责任公司董事长、总经理

农技人员 10 年未参加上级组织知识更新培训的占 30%, 5 年未参加培训的占 60%

2.2 管理体制不顺, 职能定位不清

(1) 重庆市部份乡镇机构改革后, 将原来的农技、农经、农机、畜牧和水产等站合并成立了农业服务中心, 但区(县)一级机构并未相应调整, 致使乡(镇)一级农业服务中心在区(县)没有单一对应的主管部门, 业务工作形成多头指挥, 工作随意性大。

(2) 部份乡(镇)在农事季节抽调农业服务中心的人员去抓计划生育等本职以外的工作, 严重影响农技推广工作的正常开展, 个别乡(镇)农技推广队伍甚至出现“线断、网破、心不稳”的严峻局面。

2.3 农户经营规模小, 农技推广成本高

我国农户数量约为 2.4 亿, 户均耕地经营规模仅 0.5hm², 相当于日本、韩国的 1/3, 欧盟的 1/40, 美国的 1/4000 据调查, 重庆市有 45%的农户人均耕地不足 666.7m²(低于全国 0.9hm²的平均水平)。目前这种农业生产小规模以及联产承包双层经营体制已难以适应集约经营的需要。此外, 让农技推广而对经营规模极小的千家万户农民, 其成本和难度也大大增加。²⁴ 综合服务功能弱化, 农产品商品化率低

目前, 重庆市各种农业社会化服务组织受自身利益驱动, 更多的是关注产前的农资经营服务, 综合服务功能弱化, 特别是产后服务不到位, 导致农产品商品化率极低。据调查, 重庆市有大约 87%的农户在农贸市场出售农产品或者直接将农产品卖给小贩, 仅分别有 7%和 6%的农户通过农村专业合作社和订单农业来实现农产品销售;商品化率达 80%以上的农户仅占 14%, 而农产品商品化率在 30%以下的农户则占 42%, 直接带来农民增收困难, 收入低下。

2.5 农业科技支撑不足, 科研成果转化率低

(1) 农业科技投入少, 自主创新能力不足。我国农业科技投入占农业 GDP 的比例仅为 0.49%, 不到发达国家的 1/5;全国科研经费人均投入为 8.3 万元, 而农业科技仅为 2.3 万元, 不到 1/3;国家农业科技推广经费占全国农业总产值不足 0.2%, 仅为发展中国家平均水平的 1/2。(2) 缺乏科研成果转化的协调机制, 农业科研、教学单位与龙头企业、农技推广组织之间的联系不紧密, 导致科研成果转化率较低。据统计, 我国每年新出科研成果约 6000 项, 但只有 1/3 的科研成果得到转化。

3 农民的社会化服务需求

3.1 价格保护与政策扶持方面的需求

农民为实现农业生产增产增收, 获得效益最大化, 十分关心政府已出台或即将出台的各项惠农政策, 对农资价格和农产品保护价等尤为敏感。据调查, 有 17%和 24%的农户担心农资质量和农资涨价, 大约 50%的农民最关心农产品保护价方面的政策, 以及种粮直补政策和农资市场监管等, 6%的农户关心农机补贴政策。

3.2 农业科技信息与技术服务方面的需求

当今农业生产的发展, 离不开农业新信息的传播和新成果的推广, 农民对此也极为关注, 存在多样化的服务需求。据调查, 62%的农户通过当地农技员获取相关农业信息, 同时也通过各种媒体、左邻右舍和技术现场示范等途径获取农业技术信息。此外, 农民还存在个性化的服务需求。据调查, 大约 81%的农民愿意参加各种类型的农业技术培训班, 41%的农户希望当地农技员为他们推荐好的农作物优良品种, 31%的农户希望得到农作物病虫害防治技术, 15%的农户希望得到科学施肥技术, 13%左右的农户希望农技员为他们提供农产品销售信息。

3.3 农产品质量与安全方面的需求

随着社会的发展和农民生活水平的不断提高,农民对农产品质量安全的关注度增加,环保、健康理念日益增强。据调查,约88%的农民表示比较关心或十分关心农产品质量安全,只有12%的农户从不关心。尤其对自己出售或食用的农产品质量安全性更加关注,超过70%的农户表示尽量少喷打农药。

4 对策

4.1 加大政府扶持力度,强化农机推广队伍建设

(1)加大政策的扶持力度。对报考农业大专院校的学生实行定向招生,在校期间免交学杂费,毕业后定向分配到乡(镇)一级农业服务中心,解决乡(镇)一级农技推广队伍人员结构不合理的问题;对区(县)涉农机构进行改革、整合,使其与乡(镇)一级农业服务中心相对应,避免多头指挥;积极推进土地流转,实施规模经营,降低农技推广的成本与难度。

(2)加大资金投入的力度。加大无偿资金的投入,明确市级和区(县)财政每年投入农业项目资金的分担比例及每年的增长幅度;加大有偿资金的投入,大力发展村镇银行、小额贷款公司、农村互助合作经济组织等农村新型金融机构,解决农业社会化服务组织及农民专业大户融资难的问题,提高科技支撑能力。

(3)加强培训的力度。充分利用重庆市现有的2所农业职业中专学校开展农业实用技术培训;在市、县、乡(镇)三级构建新型农业技术教育培训体系,提高农业社会化服务组织的从业人员和广大农民的素质。

(4)加强考核的力度。在区(县)、乡(镇)两级建立农业社会化服务体系建设的考核机制、激励机制,让地方政府官员特别是乡(镇)、村干部既有压力,更有动力,解决农技推广工作本末倒置的问题。

4.2 建立农技推广协作体系,提高科研成果转化率

(1)在各科研院所与高等农业院校中设立农技推广部门,专门从事农业新技术推广工作;(2)鼓励长期从事农技推广工作的技术人员带着生产上急需解决的科研课题走进科研单位及高校进行短期或长期的合作研究;(3)改革投入机制,要求龙头企业在申报国家项目时,必须要有科研单位和科技服务专家的支撑与配合,让科研单位与龙头企业形成紧密的合作关系。

4.3 办好农民技术协会,提高农民生产积极性和主动性

农民是农业技术推广的主体,要充分发挥和调动农民群众的积极性、主动性,培养其参与意识,引导农民积极投入到农技推广工作中。要大力培育农民技术协会,解决目前千家万户的小生产与千变万化的大市场之间的矛盾,解决农民一家一户办不了、办不好的事情,规避农户自闯市场的风险。为此,应尽快制订出农民专业技术协会有关的法律法规,明确农民专业技术协会的法律地位,并为农民技术协会提供税收、信贷和工商登记等方面的优惠政策。

4.4 延伸服务领域,提高农产品商品化率

农业社会化服务要而向产前、产中,以产后为重点进行系统部署,加强农产品深加工和物流配送关键技术研究,帮助农民解决农产品贮藏保鲜、精深加工及产后营销等问题,延伸服务领域,实现农业效益从产中环节向产后增值转变,提高农产品商品化率,让农民在增产同时能够获得增收。

4.5 实施信息化工程，创新服务方式

要建设贯穿市、县、乡的农业技术、农业信息普及网，力求做到农民遇到任何问题都能检索、咨询有关专家和机构，使地处偏远山区的广大农民能与居住在现代都市的专家、学者联系、请教，让农民跨越知识鸿沟、技术鸿沟、机会鸿沟、收入鸿沟和能力鸿沟，解决农业科技信息传播“最后一公里”的问题，同时提高“最初一公里”的质量，加强信息的加工与梳理，提高信息的针对性和实效性。