

把农民组织起来是当前农技推广改革的基本任务

To Organize Peasants Is the Basic Task in the Present Reform of China's Agro—Technology Extension

杨映辉

(农业部全国农业技术推广总站 北京 100026)

提要 实行联产承包责任制十多年来我国农技推广所进行的第一步改革虽已取得成效,但由于在计划经济的大框架内进行,故难以适应市场经济条件下推广工作的需要。在总结历史经验基础上,根据市场经济条件下农业推广的客观规律,我国农技推广第二步改革的基本思路是:以组织农民为核心,实现从农技推广向农业推广、继而向农村推广的两个转化,从而建立农业推广乃至整个农业经济的良性循环运行机制。本文重点阐述了这种改革的历史必然性和现实可行性。

建国以来,我国农技推广事业的发展经历了建设和第一步改革两个主要时期。建设时期从50年代末至70年代末,与当时高度集中的计划经济体制相适应,建立了以行政干预和技术示范为显著特点的农技推广体制,并基本建成了从中央到县、乡(公社)的推广体系。第一步改革时期是指实行联产承包责任制以来的十多年,农技推广实行了低偿服务等一系列改革。

1993年起,我国开始建立社会主义市场经济体制。这是生产关系的又一次重大变革,必将促进国民经济的高速发展。作为国民经济基础的农业也必须持续稳步增长,而农技推广深化改革是实现农业增长的基本保证。这次改革的背景与过去显著不同,可称为第二步改革。第二步改革与第一步改革的差异、关系及其基本方向是亟待弄清的重大问题。

一、我国农技推广第一步改革的局限性

1. 改革的背景和内容

70年代末、80年代初,联产承包责任制的推行是我国农技推广第一步改革的根本起因。其基本背景:一是国家逐步削弱了对农产品价格和流通的计划管理(但至今仍对棉花实行垄断经营,对粮食实行合同收购);二是农民的生产经营自主权日益扩大,但还不是独立法人,农技推广的服务对象由过

去的集体社队变为千家万户,因而过去以行政干预为主的推广方法难以继续奏效。同时,农技推广机构本身也面临着经费短缺、队伍不稳等严峻问题,急需增强活力和实力。主要改革:一是建立健全的农技推广体系,逐步理顺管理体制;二是实行有偿(低偿)服务,如“开方卖药”的技术结合服务;三是创办经济实体,逐步走自我积累、自我发展的路子;四是从国家垄断搞推广逐步走向社会合作办推广。这些改革对农业发展作出了重要贡献,也为进一步深化改革提供了有益的启示。

2. 改革的局限性

首先,这些改革是在计划经济的大框架内进行的,因而不大可能在指导思想和具体措施上取得突破。其次,从总体上看,由于多种原因,这些改革并未全面开展或完成,农技推广的体制、经费、队伍等老问题依然十分突出。第三,行政干预还不同程度存在,技术推广还不能完全尊重农民意愿,原因是农民没有独立的自主权。第四,仍然以技术为核心,没有把提高农民素质放到核心位置上来。总之,由于历史条件的限制,推广工作的良性循环运行机制尚未建立起来。这就预示着,农技推广第一步改革的路子难以为继,第二步改革必须有新的突破。

二、市场经济条件下农业推广的含义及其与农技推广的关系

1. 市场经济条件下农业推广的含义

市场经济体制条件就是农产品价格主要由市场调节,农业作为一个独立的经济部门走向市场;农民作为独立的经济法人开展生产经营活动,公平参与市场竞争。在这种条件下,农业推广(Agricultural Extension)的基本含义是通过说服劝导、教育培训、示范参观等方式来引导和帮助农民自愿作出改进生产和经营的科学决策的过程。这是一个非正规教育或交流过程。交流的基本含义是人们通过语言、图象、动作、表情等符号信息来取得共识。换言之,农业推广具有教育和交流双重职能,是与农民共同努力解决生产经营中的问题,从而提高农民的自力更生能力的过程。

农业推广的基本任务有两条:一是引导农民进行革新,即引导其采用生产技术、经营管理和观念等三个方面的革新成果,因为在市场经济条件下,农业的发展不单取决于技术进步,农民所需的也不单纯是生产技术;二是帮助农民组织起来,克服分散经营的局限性,认识到推广工作也是农民自己的事情而不单纯是推广员或政府的事情,从而在自愿基础上组织起来,积极参与推广及其他活动(如销售)。

至于“农村推广”,它是农业推广的外延扩展而来的,一般情况下,两者是交替作用的。这种扩展主要表现在两方面:其一,农村推广以全部农村人口为服务对象,包括农民、非农业生产者以及非生产性人员如家庭妇女、儿童等;其二,农村推广把服务内容扩展到经济政策和法律事务咨询、青少年课外教育、家政服务(如营养与烹调)及环境保护教育等众多方面。简言之,农村推广就是通过说服、教育、培训、示范等非正规教育和交流活动,引导农村人口共同促进农村社会、经济和环境平衡发展的过程。这种提法的积极意义在于,农村是一个复杂的社会系统而非单纯的农业生产单位,各方面因素构成不可分割的整体,只有相互促进,协调发展,才能促进农村健康、持久地发展。

2. 农业推广与我国现行农技推广的区别和联系

农技推广是就我国实际情况而言的。它指的是通过试验、示范、培训、技物结合以及一定程度的行政干预来向农民传授农业技术的过程。它有两个特点:一是以技术而不是以农民为核心,农民是被动接受技术的对象。我国现行的农技推广体系集试验、示范、培训于一体,实际上以技术开发(科研)为主要任务;二是推广过程中存在不同程度的行政干预,不能完全尊重农民意愿,推广机构主要对上级负责。严格说来,我国的农技推广不能称为推广,而是一种自上而下的技术扩散过程,即技术从密集处向稀疏处转移的过程,因为“推广”一词本身就意味着在自愿基础上进行。对农技推广而言,关键是技

术应用并获得预期效果,至于农民是否真正懂得并自觉自愿运用技术,则并非十分重要。

可见,我国的农技推广充其量是农业推广的一个方面,它和后者区别,不仅表现在内容的宽窄上,而且表现在指导思想和方法论上。这就是农技推广在概念上的局限性。当然,指出这点绝非否认我国农技推广所取得的成就。

三、把农民组织起来是市场经济条件下农业推广的核心内容

1. 农业推广就是做人(农民)的工作

农技推广和农业推广的本质区别是以技术为核心还是以农民为核心。农业推广的着眼点或核心是农民,换言之,农业推广就是通过提高农民素质来引导农民作出革新的科学决策的过程,可图示如下:推广员→提高农民→共同取得革新成果(含技术);而不是:推广员→仅介绍农技成果→给农民。也就是说,农业推广的核心是解决人的领悟与意愿问题,而不是技术问题(虽然直接相关,但主要是科研部门的任务)。

之所以如此,是因为对农民革新行为的科学研究表明,在市场经济条件下,农民进行革新的主要障碍有三:一是缺乏知识,即对革新及其原理所知甚少;二是缺乏熟练的管理操作技能;三是由于社会的、传统的、宗教的及个人气质的等多方面因素,农民对革新多持有排斥、冷漠、反感、盲从等种种不恰当的态度(如对家畜人工授精技术,有些农民认为下贱,从而拒绝接受)。这三方面都与人直接相关,这是由于农民缺乏恰当的教育和沟通引起的。当然,技术本身的可行性、农民的经济能力和市场条件等也是影响农民进行革新的重要因素,但前者主要是科研部门的任务,后者则主要是政府和信贷等部门的任务。当然,这并不是说技术对推广工作不重要,而是说推广员既要懂技术,又要有组织能力,会做人的工作。

2. 农业推广首先是创造农民相互学习的良好条件

历史经验与科学研究同时表明,农民主要通过向邻近的农民学习来进行革新(约占革新总量的60~70%),其次是通过向推广人员咨询来革新(约占革新总量的20~30%),再次才是通过其他途径革新。因为农民很现实,他们最相信的是自己的实践。因此,农业推广就是创造农民相互学习的良好条件。

3. 农业推广是在农民的一定组织形式基础上做人的工作

实践结果与科学研究还表明,农民个别学习和有组织地集体学习相比,后者效果更为显著。因为,

在推广员的指导下,把农民组织起来集体学习(结合参观等),可以创造相互启发、讨论、说服、竞争及合作的气氛,并能鞭策后进和充分发挥先进的示范带头作用。但这种集体学习与正规教育很不相同,它是针对成年农民的心理特点和实际需要而设计的,具有灵活实用、短小精干的特点,是一种非正规的成人教育或交流活动。

另一方面,从农民的角度看,即使经营规模再大,对于社会来说,也是沧海一粟。农民要在市场竞争中立足,一是必须改变单纯生产原料的状况,直接参与或组织流通、加工、金融等经济过程,掌握农村经济命脉;二是必须不断提高科技和管理水平,以不断提高效益。此非单家独户所能办到,因而农民必须组织起来,积极参与到推广及有关经济活动中去。

4. 把农民组织起来是提高推广工作效率和效果的关键所在

从推广组织的角度看,想以深入千家万户的方式成功地开展推广工作,无论如何难以办到。因此,必须把农民组织起来,采取效率高、花费省的推广方法,其中最基本的是采用个别推广法和小组推广法。前者是指推广员个别走访农户,与农民交朋友,了解农民的问题和愿望,进行个别指导;后者是在前者的基础上,组织农民小组活动,就存在的共同问题或新的推广项目进行讲解、讨论、参观示范等。农民小组通常由邻近的同行农民组成,其规模为10人左右,这是最基层的农民组织,其上还有地区性和全国性的组织。小组活动由组长(示范户)负责召集,多在示范户家举行,有时也在农业科研教育单位举行,并请有关专家讲课。在小组推广活动中,推广员特别重视发挥农民的主动性,特别是组长的组织带头作用,而不大包大揽。这样既可以使农民充分参与并增强责任感,也可以使推广员专心致志做好准备材料、安排内容、启发引导、归纳总结等应该做的工作,从而既提高推广的效率和效果,又因农民自愿提供便利等原因而节省推广经费。

5. 把农民组织起来是建立农业推广良性循环运行机制的先决条件

农业推广的良性循环运行机制是指在推广组织、农民和农业发展三者之间要建立起相互促进、共存共荣的关系,以实现推广事业和农业的同步发展。一方面,推广组织和农民(或农民组织)之间要相互支持,相互监督,共同为发展农业而努力;与此同时,推广工作搞好了,农民组织起来了,收入增加了,这又为推广事业的发展壮大提供了条件。

要建立这样一种机制,把农民组织起来是基本条件。理由有四:第一,农民是农业生产力的主体和能动因素,只有农民真正组织起来了,农业发展中的各种问题(包括推广问题)才能迎刃而解。第二,

只有把农民组织起来,农业推广的两项基本任务才能更好地完成,即只有在做好第二项工作(即把农民组织起来)的基础上,推广的第一项任务(引导农民革新)才会取得良好效果,否则,在一盘散砂基础上,即使再好的成果,其推广效果也难于保障。第三,只有农民组织起来了,才能发挥推广组织的监督作用,从而保证推广组织为人民服务的大方向,不至于官僚化。第四,只有农民组织起来了,才能克服小生产的弊端和改变单纯生产原料的状况,有效地参与或组织加工、流通及融资等活动,农民才能富裕,才能以会费等形式有力支持推广工作,才能在农民高度参与基础上,促使整个农业经济走上自我积累、自我发展的道路。

因此,可以说,只有农业推广的良性循环机制建立起来了,整个农业经济的良性循环机制也才能建立起来。从而,把农民组织起来也是市场经济条件下农村改革的基本任务。

四、我国农技推广第二步改革的基本思路及其现实可行性

由上可知,市场经济条件下农业推广的核心任务是把农民组织起来。在我国,随着市场经济体制的逐步建立,农业推广赖以存在的条件基本具备,因而我国农技推广改革的基本思路是:把农民组织起来,实现从以技术为核心向以农民为核心的转变——即实现从农技推广向农业推广、继而向农村推广的两个转变,从而建立起农业推广乃至整个农业经济的良性循环运行机制。可以看出,第二步改革是在第一步改革基础上进行的,但不是其简单延续,而是一种质的飞跃。

农民的高度组织化是农业现代化的必然要求和基本标志。在许多发达国家和马来西亚、泰国、韩国及台湾等发展较快的国家和地区,农民组织非常强大,在农业经济发展中的地位也很重要。其种类很多,有基层的小组、地区性组织和全国性组织。如在荷兰,每个农户平均参加三个农民组织,它们最初都是在推广部门扶持下发展起来的,并与推广组织长期密切合作。高级农民组织有常设机构,有章程,其主要职能:一是与政府就农业政策进行协商对话;二是协调与推广、科研、教育、信贷等部门的关系;三是研究、指导行业及组织发展等。有些农民组织还开展家政推广活动,有些还在海外设常驻机构,如美国小麦协会、饲料谷物协会在我国等许多国家有常驻机构,开展贸易促进活动。日本是一个特例,农协是农民自己的组织,它具有推广、流通、融资等职能,从而是一个农村经济综合开发组织,成为日本农业的重要特征。

在我国,改革开放十多年来,农民组织如雨后

职工股的产生、发展、变异及其走向

Formation, Development, Transformation of Workers' Stock and Its Tendency

沈天佑

(四川省企业社会评价中心 成都 610016)

在我国的股份制试点中,股份有限公司,特别是以定向募集方式设立的公司(以下简称“定向募集公司”)正在成为各方普遍关注的热点,有关的争论还在热烈地进行着。人大通过的《公司法》删去了原《股份有限公司规范意见》(简称《规范意见》)中有关定向募集的部分;但全国千余家定向募集的公司以及大量的内部职工股将作何处理?人们都试图从发达国家的成功经验中寻求答案。大量的资料表明,国外职工持股计划与我们的内部职工股差别极大,稍加比较就不难看出,我们并没有遵循职工持股计划的基本原则。为了推动我国股份制企业职工持股的健康发展,本文对职工持股的产生、发展的背景及理论与规则予以剖析。

一、职工持股计划的产生及背景

职工持股概念是很有诱惑力的。职工过去只是劳动者,而现在也在扮演着所有者的角色;经理过去是老板,现在则是他的职工的雇员。这在西方并

非是天方夜谭。

1. 职工持股制度并不是私有制度。作为人类经济进步与发展的一种形态,应该为我们所认识,为我们所利用

职工持股是美国律师路易斯·坎尔索于本世纪60年代初最先提出来的。其基本思想是:只有让职工成为企业的主人或所有者,才能真正协调劳资关系,提高劳动生产率,使经济持续稳定地发展。国外的企业内部职工持股分二类:一是本企业职工集体拥有企业的一部分或全部资产,外人不得染指。但职工拥有的企业资产不是职工用现金来购买,而是用企业将来获得的利润来支付,这就是著名的分享计划;二是公司持股会通过从职工工资中按一定比例扣除的方式,或用优惠贷款所设立的基金,在二级市场上购回本公司的股份,待还款完毕后,股份归职工所有。但股份不能对外转让,只能由持股会统一管理,分红收入归职工。职工离职或退休后,由基金组织收购。发达国家推行这种做法之初,影响不大,仅限于人数极少的小企业。1961年坎尔索

春笋般地迅速发展,其总数已超过10万个,并出现了跨省的和全国性的组织。它们大多数是农民自发组织起来的,由于缺乏指导,其发展方向不够明确,管理水平低,稳定性差,但也有办得好的,如河北省河间县国欣棉花研究会、吉林省九台市良种推广研究会,在引进良种,开展技术交流,与高等农业科研单位建立联系等方面都取得了突出成效。

如前所述,我国农技推广第一步改革虽已取得显著成绩,但因其时代的局限性而在新形势下难以为继。第二步改革的思路是遵循市场经济条件下农业推广的规律,把农民组织起来,进行两个转化。这就必然要在农业管理体制、推广方法及推广人才培养等方面进行系统的改革,其难度是很大的。但是必须看到,只有这样中国的农业推广才能从根本上解决体制、经费、队伍、运行机制与活力等一系列长

期困扰着人们的基本问题,并为农业的持久发展打下坚实基础。需要指出的是,在第一步改革中,已涌现出一些具有农业推广特点的雏形,如培养科技示范户(全国已有200多万户),组织农民合作开发(如四川双流县东山乡农技推广站引导农民联户开发荒山,成片种植柑桔,既指导技术,又组织大批量销售),与农民组织密切合作(如辽宁海城市验军镇农技推广站与五个农民协会合作)以及实行推广与金融合作(如四川忠县实行农技与农经合作,以融资支持推广和创收)。但这些改革还不够完善,目标方向也不太明确,影响不大。在新形势下,只要用上述指导思想引导这些典型的改革,必将使之焕发出蓬勃的生机和活力,并对全国的第二步改革形成“星火燎原”之势,从而走出一条适合于我国国情的农业推广路子。

(责任编辑 肖庆山)