



农民培训需求 调研指南

NONGMINPEIXUNXUQIU
DIAOYANZHINAN

北京市农业局 组编



中国农业大学出版社

ZHONGGUONONGYEDAXUE CHUBANSHE

农民培训需求 调研指南

THE GUIDE OF INVESTIGATING THE TRAINING NEEDS OF
PEASANTS

■ 北京农业职业学院 编著



中国农业出版社

CHINA AGRICULTURAL UNIVERSITY PRESS

农民培训需求调研指南

北京市农业局 组编



中国农业大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

农民培训需求调研指南/王德海,魏荣贵,吴建繁主编. —北京:中国农业大学出版社,2009.12

ISBN 978-7-81117-703-9

I. 农… II. ①王… ②魏… ③吴… III. ①农业技术-农民业余学校-教学参考资料 IV. S-40

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 099530 号

书 名 农民培训需求调研指南

作 者 王德海 魏荣贵 吴建繁 主编

策划编辑 董 田 伍 斌

责任编辑 董 田

封面设计 郑 川

责任校对 王晓凤 陈 莹

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

邮政编码 100193

电 话 发行部 010-62731190,2620

读者服务部 010-62732336

编辑部 010-62732617,2618

出 版 部 010-62733440

网 址 <http://www.cau.edu.cn/caup>

e-mail cbsszs@cau.edu.cn

经 销 新华书店

印 刷 北京时代华都印刷有限公司

版 次 2009 年 12 月第 1 版 2009 年 12 月第 1 次印刷

规 格 850×1 168 32 开本 5.625 印张 138 千字

定 价 10.00 元

图书如有质量问题本社发行部负责调换

序

为全面贯彻落实党的十七届三中全会精神,深入贯彻落实科学发展观,统筹推进首都城乡经济社会一体化发展,推进城乡公共服务均等化,加快培养农村有文化、懂技术、会经营的新型农民,北京市农业局积极实践与探索,围绕“一村一品”开办农民田间学校近500所,1万多农民在参与式培训中增长知识、提升技能、提高素质,辐射带动20万京郊农民增收致富。实践表明:农民田间学校贴近农村、贴近农民、贴近实践,是促进农民与技术、市场、信息对接,加快科技成果转化有效平台,是引导科技人才、科技成果、科技知识向农村聚集的有效载体,是创新推广机制、培养新型农民、调动农民主体参与新农村建设的有效模式。为促进京郊农民田间学校规范化、高质量发展,北京市农业局组织编写了《农民培训需求调研指南》和《农民田间学校建设指南》(简称指南),两本指南为农技人员有效开展以农民为核心、以需求为导向的农民培训和农技推广提供了参与式需求调研的方法和推广技巧,将有效促进农技人员知识更新和结构改善,增强农技人员为农民服务的本领;将对加快有专业基础、能够深入农村、了解农民需求的农民辅导员队伍建设,充分发挥农民主体作用和首创精神有重要指导作用;对推动新农村和谐建设、农村经济社会又好又快发展,促进“人文北京、科技北京、绿色北京”建设具有重要作用。

北京市农业局局长



2009年10月

编者的话

我国的农业推广和农民培训有着很辉煌的历史,曾经是世界许多国家学习的楷模。然而,随着社会主义市场经济替代计划经济的步伐加快,农业推广和培训的工作方式方法呈现出滞后甚至缺失。这种滞后和缺失集中体现在农业推广与农民需求存在很大差距。具体表现为:在时间精力上,过去是、现在仍然是花大量的时间和精力为了完成试验而做试验,为了推销产品而观摩交流,很少深入农村开展参与式的农民需求调研,很少花精力结合农民的生产问题和农民需要的品种和技术设计试验与观摩;在推广方法上,以技术为本,培训就是告诉农民我有什么技术,不考虑农民需求什么、能否接受、是否适用,以及用后的效果和反应,缺少田间地头的现场指导与实践;在推广层面上,多数技术传播停留在区县和乡镇层面,没有深入到农村、农民的生产过程中,技术入户最后一公里仍没有解决;在推广效果上,缺少农民评估和效果考核,缺乏推广活力和创新动力。

为了创新推广机制,激发农技推广活力和创新动力,凸显公益性推广队伍在都市型现代农业中发挥的作用,培养新型农民,提高劳动者素质,促进农民增收,北京市自2005年开始开办农民田间学校。其宗旨是,将技术人员思路与农民想法紧密结合、将技术和产品与农民需求紧密结合、将田间试验与农民问题紧密结合、将技术成果转化与农民增收紧密结合,使过去的无效推广或效率不高的推广转为高效推广,发挥科技指导生产、引领产业升级的作用,解决农业科技入户最后一公里问题。农民田间学校的实践使农业技术推广有了明显的改变,具体表现在:以“技术为本”的农技推广向“以人为本”的农技推广转变;以推广生产技术向推广生产、生活、生态综合技术转变;以“面上”推广单项技术为主向“整村推进”成果落地转变。为了在已经取得的经验的基础上使农民田间学校更加有效果和规范化,我们编

写了这本指南。它既可以作为培训农民田间学校辅导员的教材,也可以用于田间学校辅导员的自学参考书和实际工作参考书。读者通过阅读和学习这两本指南,能够充分理解农民培训的理论与方法,能够掌握参与式农民培训需求调研方法和田间学校培训技巧,能有效利用田间学校的培训形式和工作步骤,并在实践中加以尝试应用,是编者的最大欣慰。

由于编者的水平有限,加之时间仓促,行文中不可避免地存在许多缺点和不足,恳请读者赐教,多加批评指正,以便使这本指南真正成为理论与实践相结合的高质量的读物,成为推广培训工作者喜欢阅读并在工作中离不开的手册。

编 者

2009年10月

目 录

第一章 农民培训需求调研的概念	(1)
第一节 农民的知识与能力	(1)
一、农民的知识	(1)
二、农民的技能与态度	(2)
三、农民的能力和行为习惯	(2)
第二节 农民培训需求	(4)
一、什么是培训需求	(4)
二、什么是农民培训需求	(5)
三、农民培训需求的特征	(6)
第三节 农民培训需求调研	(6)
一、什么是需求调研	(6)
二、什么是农民培训需求调研	(7)
三、为什么要开展农民培训需求调研	(7)
第二章 农民培训需求调研的方法概述	(11)
第一节 参与式农民培训需求调研方法	(11)
一、什么是参与式农民培训需求调研方法	(11)
二、参与式农民培训需求调研方法的目的	(13)
三、参与式农民培训需求调研的原则与特点	(14)
第二节 参与式农民培训需求调研方法的应用	(18)
一、对调查者的要求	(18)
二、主持	(20)
三、社区调查	(22)
四、三角法则	(24)
第三章 农民培训需求调研的步骤和分析方法	(27)
第一节 农民培训需求调研的步骤	(27)
一、调研准备	(28)

二、当地资源与主导产业分析·····	(28)
三、调研计划的制订·····	(30)
四、调研计划的实施·····	(32)
五、产业发展及培训方案设计·····	(33)
六、调研报告·····	(34)
第二节 农民培训需求分析的方法·····	(34)
一、培训问题分析·····	(34)
二、培训对象分析·····	(36)
三、生计活动分析·····	(37)
四、知识技能分析·····	(38)
五、培训间距分析·····	(39)
第三节 农民培训需求分析的技能·····	(41)
一、问卷·····	(41)
二、访谈·····	(43)
三、观察·····	(46)
第四章 农民培训需求分析的工具·····	(48)
第一节 社区现状分析·····	(48)
一、社区资源分析·····	(48)
二、社区历史发展分析·····	(57)
三、社区生计活动分析·····	(61)
第二节 社区问题分析·····	(68)
一、半结构访谈·····	(68)
二、专题研讨·····	(73)
第三节 目标群体分析·····	(89)
一、经济状况分析·····	(89)
二、社会关系分析·····	(94)
第五章 农民培训计划的制订·····	(103)
第一节 制订总体培训计划·····	(103)
一、制订总体培训目标·····	(103)

二、制订总体培训计划	(104)
三、制订年度培训计划	(105)
第二节 制订具体培训计划	(106)
一、培训班描述	(107)
二、培训班日程	(114)
第三节 培训课程计划	(116)
一、培训课程计划的内容	(116)
二、培训课程计划的编写	(119)
第六章 撰写农民培训需求调研报告	(122)
第一节 农民培训需求调研报告写作概述	(122)
一、农民培训需求调研报告的特点	(122)
二、农民培训需求调研报告的写作要求	(123)
第二节 农民培训需求调研报告的写作过程	(127)
一、农民培训需求调研报告的构思	(127)
二、农民培训需求调研报告的起草	(128)
三、农民培训需求调研报告的修改和定稿	(129)
附录	(130)
附录一 农民田间学校培训需求调研程序与内容	(130)
附录二 大兴榆堡镇求贤村调研计划	(138)
附录三 大兴榆堡镇求贤村社会主义新农村建设农民需求 调研报告	(145)
一、调研背景与目的	(145)
二、调研方法与过程	(145)
三、调研结果发现与问题分析	(146)
四、帮扶对策建议	(155)
附录四 调研材料汇总	(157)
一、第二小组访谈情况表	(157)
二、第三小组访谈情况表	(161)

第一章 农民培训需求调研的概念

第一节 农民的知识与能力

一、农民的知识

农民有知识吗？是农业技术员有知识还是农民有知识？传统观念认为，知识产生于研究者，只有研究者和专家才能具有知识，农民不是知识的创造者，只是知识的应用者。因此，农业推广才有作用。农业推广的作用在于将科学家研究出来的知识传递给农民，使农民得以应用这些知识。上述思维逻辑和认识基础是传统农业知识系统的基本观点，认为知识起源于研究，结束于农民的应用。既然农民是知识的应用者，那么，如果说农民有知识，也不应该是自己的知识，因为他们自己不会创造知识。近年来，人们对知识系统的研究发现，这种认识是一个误区。

实际上，农民与科学家一样，也是知识的创造者。农民祖祖辈辈生活在同一个社区内，在长期的生产实践中积累了很多知识，他们的知识可能没有被写成书或文章，但却在生产生活的实践中发挥着不可替代的作用。例如，许多农民对有机肥施用的知识，对农药使用的敏感性，对当家品种的肯定与认同以及农民在农事活动中的许多创新发明，许多少数民族地区农民对环境保护的强烈意识和习俗都说明农民有自己的知识，这种知识被称为“乡土知识”，是科学知识的源泉和重要补充。

一个人的受教育程度或文化水平不等于一个人的知识水平。与

农业技术人员相比,农民的文化水平也许不高,但农民有乡土知识,他们所具有的乡土知识是实践经验的总结,影响着他们的态度和行为。

由于农民有自己的知识,技术人员有自己的知识,两种知识只有找到一个结合点才能实现知识和信息的传播与共享。如果技术人员想真正帮助农民解决农民面临的生产生活问题,就一定要有能力的了解农民,了解农民的知识。

二、农民的技能与态度

态度指一个人对某种事物的喜好或厌恶,积极或消极的情绪。农民在生产实践中积累了丰富的经验,获得了从事农业生产活动较高的熟练技能水平。农民的知识 and 丰富经验转化的技能水平决定了他们自己的价值观和待人接物的基本态度。除此之外,农民的态度往往与当地的资源禀赋、本身的贫富程度和社会地位有关。因此,农民的态度有着可以理解的合理性。例如,农业推广人员推广一项新的农业技术,费了很大力气但并得不到农民的认同,并不是农民“愚昧”、“落后”,而是农民从自己的知识、技能和经验出发的一种符合自己思维逻辑的合理反应。有能力的农业推广人员应该能够了解农民态度背后的那些知识和经验以及所起作用的技能水平。从这种认识出发,也可以理解农民的信贷意识或风险意识低等问题,因为我们知道,当一个人拥有1万元和1000元的时候,对于100元的风险意识的承受能力是不同的。从农民的视角去观察和分析问题,才能理解农民的态度和行为。

三、农民的能力和行为表现

从某种意义上说,培训是个人为提高本身素质而参加的有组织

的学习过程。这里的素质指一个人具有的知识、技能水平和态度。所有这些决定着一个人的行为表现。因此,一个人的行为表现是其所具备的知识、技能和态度的集中体现。

例如,一个农民如果没有病虫害防治方面的知识,不具备如何使用农药或生物防治的操作技术,当遇到问题时就会觉得束手无策、一筹莫展或者滥用农药,使作物造成药害或发生人畜中毒事故等。所以,如果想了解一个人的知识和技能水平,一般常识上往往通过考试来判断。但是,考试对成年人来讲并不是一个很好的方法,人们不习惯也不喜欢,实践证明,也并不能反映一个人的真实水平。一个比较容易的办法是观察或考察一个人的工作绩效,这种工作绩效是一个人的工作情况的反映,常常称为行为表现。例如,上述的这位农民,通过观察他的行为表现便可以知道他不具备病虫害防治和农药使用的知识和技能。

有时候,一个人可以具备某些技能,但并不具备与这些技能相关的知识。例如,驾驶汽车,很多人只会开车,转动方向盘,踩离合器、油门和刹车板,但没有一点机械常识。对于一般人来说,也许这就足够了。但是如果具备了机械常识并懂得发动机原理,再学会一点儿修理技术,这个人除会开车之外,还会处理一些汽车发生的常见故障。与仅会开车的人比较起来,这些人就更有能力胜任这项工作。如果一个人既具备技能,又有与技术相适应的相关知识,严格地说,这个人并不能保证具有竞争力的行为表现。因为一个人的态度对于知识和技能的有效应用也起着很重要的作用。开斗气车、闯红灯、酒后开车等,这些都不属于知识与技能的范畴,而更多地是一个人的态度的表现。从这个意义上说,知识、技能和态度的综合,才是一个人的行为表现的反映,如图 1-1 所示。

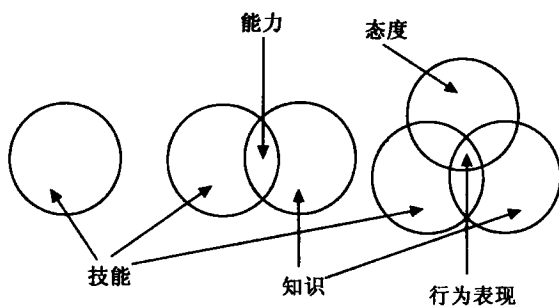


图 1-1 知识、技能、态度与行为表现

第二节 农民培训需求

一、什么是培训需求

为了说明什么是农民培训需求,首先需要理解培训需求的概念。什么是培训需求呢?简单地说,一个人的培训需求是目标行为表现与目前行为表现的差值,如图 1-2 所示。



图 1-2 培训需求的确定

一个人目前的行为表现是一个人现有知识、技能和态度的具体反映。一般来说,培训需求始于组织或个人对目前的行为表现的不满足。由于不满足现状,就要有一个比现在好的目标或与之比较的参照物,这就是目标行为表现。换句话说,只有有目标行为表现的需求或者吸引,才可能产生对目前行为表现的不满足。所以,目标行为

表现是培训需求产生的动力。例如,一个种植小麦的农户,今年亩^①产 250 公斤,而他的邻居达到亩产 500 公斤的水平,那么,邻居的产量水平就可能是这个农户的奋斗目标。250 公斤小麦的产量指标要求一定的管理水平,而 500 公斤的产量指标则要求完全不同的管理水平,它是农户在现有知识、技能水平和态度的基础上的提高。根据现在栽培技术的发展水平,完全可以将提高 250 公斤产量的技术指标量化,量化后的指标体系所需要的知识、技能和态度水平与这个农户现有的知识、技能和态度的差距,就是这个农户的培训需求。

无论个人或组织,如果未来的目标明确,同时又对目前的知识、技能和态度水平或行为表现的基本状况比较清楚,那么两者的差值就是培训需求。

二、什么是农民培训需求

如果将农民培训确定在农民技术培训层面上,农民的培训需求实际上是农民为了实现增产增收的目标,农民目前的行为表现与实现既定目标所要求的目标行为表现在知识与技能方面表现的差距。例如,北京市要求率先实现现代农业,现代农业有一套指标,这些指标决定现代农业的水平,而现代农业的水平的实现需要一大批有文化、懂技术、会经营的农民的努力和奋斗。怎样才能将目前处于传统农业向现代农业过渡期的农民,在更习惯于传统农业的知识和技能的情况下,转变为适应首都社会经济发展的新型农民,是每一个农业推广人员和辅导员的义不容辞的责任。

作为一个农业推广人员、农民田间学校的辅导员,需要问自己:我了解农民的培训需求吗?

^①亩为非法定计量单位,1 亩=1/15 公顷。

三、农民培训需求的特征

农民的培训需求具有如下一些基本特征。

1. 显性需求少

农民的显性需求表现为对现实服务和价格的基本需要,这些需要是可以通过农民用语言表达出来的。鉴于农民较低的文化水平和受到表达能力的限制,农民的显性需求不多。

2. 隐性需求多

农民的大部分需求其实不是通过表达被别人发现的,这部分需求被称作隐性需求。因此,调查者不能光靠提问和回答的方式完成农民需求的调研,还应该结合观察和案例分析来发现农民的需求和培训需求。

3. 需求局限性大

农民的需求是可以诱导的。由于生产生活环境条件的限制,农民的需求往往具有局限性。农民所表达的局限性需求可以通过适当的参观、考察、观摩等方式加以引导,农民的需求在一定程度上可以冲破局限性。

第三节 农民培训需求调研

一、什么是需求调研

需求是在一定环境条件下,个体或群体本能的或根据某种目标指导下的需要、意愿或兴趣。

需求调研是需求调查与对调查数据进行分析、研究的简称。

需求调查是为了了解工作对象的需求所开展的相关信息的收

集。需求调查是一个广义的概念,根据领域和目标的不同有不同的需求调研,例如,某种产品的市场需求调查;产业发展需求调查;培训需求调查等。

需求研究是对需求调查得到的数据资料进行分析的过程。

二、什么是农民培训需求调研

培训需求往往是为了实现组织预期的目标或个人的目标,在一定时期内或目前需要培训的内容。

农民培训需求调研指调查者运用适合的方法,在产业发展战略和发展目标指导下,系统化地了解农民(潜在受训者)在所处环境下为了实现既定目标所存在的问题以及知识和技能方面的水平和与提高潜在受训者素质的相关信息的过程。农民培训需求调研的目标是制订农民培训计划。农民培训需求调研应该从产业发展问题入手,农民培训需求调研后要求围绕主导产业发展制订3类培训计划:①长期和短期系统培训班计划;②单个培训班计划;③培训课程计划(系统计划/教案/课件)。

培训需求调研的过程也称为培训需求评估或分析。其含义指,在社区发展目标的指导下,通过从社区生产发展问题入手,对潜在受训者(被调查者)进行生计分析,发现和确定潜在受训者的知识与技能的培训间距,即目标行为表现与目前行为表现的差值。在农民培训需求调研结束之后,调查者将培训调查和分析的过程、发现、结论和建议总结整理成文本,即农民培训需求调研报告。

三、为什么要开展农民培训需求调研

通过培训,使农民能够发现创收的途径,建立和发展优势产业,实现农民增收的目标。为了开展好农民培训,就需要进行农民培训